

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



**PROPUESTA DE GESTIÓN INTEGRAL PARA LA MEJORA
DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN DEL LAGO
DE SUCHITLÁN EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO,
CUSCATLÁN**

PRESENTADO POR:

**WANDA MARGARITA AMORY
IVÁN AMÍLCAR DANERY GUEVARA
RENÉ FRANCISCO VEGA OSORIO**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSTARIA, AGOSTO 2008

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR :

MSc. RUFINO ANTONIO QUEZADA SÁNCHEZ

SECRETARIO GENERAL :

LIC. DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHÁVEZ

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

DECANO :

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIO :

ING. OSCAR EDUARDO MARROQUÍN HERNÁNDEZ

ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

DIRECTOR :

ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO INDUSTRIAL

Título

:

**PROPUESTA DE GESTIÓN INTEGRAL PARA LA MEJORA
DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN DEL LAGO
DE SUCHITLÁN EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO,
CUSCATLÁN**

Presentado por

:

**WANDA MARGARITA AMORY
IVÁN AMÍLCAR DANERY GUEVARA
RENÉ FRANCISCO VEGA OSORIO**

Trabajo de Graduación aprobado por:

Docentes Directores:

INGA. JEANNETTE ELIZABETH SÁNCHEZ DE POCASANGRE

ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE

San Salvador, Agosto 2008

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docentes Directores:

INGA. JEANNETTE ELIZABETH SÁNCHEZ DE POCASANGRE

ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE

ÍNDICE GENERAL

A. INTRODUCCIÓN.....	1
B. OBJETIVOS.....	2
C. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL.....	6
1. ANTECEDENTES.....	7
1.1 TURISMO EN EL SALVADOR.....	7
1.2 DATOS GENERALES DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.....	8
1.3 GENERALIDADES DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN	9
2. MARCO REFERENCIAL.....	10
2.1 MARCO TEÓRICO.....	10
2.1.1 ENFOQUES DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.1.1.1 ENFOQUE DE SISTEMAS.....	10
2.1.1.2 ENFOQUE DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	11
2.1.1.3 ENFOQUE DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	12
2.1.1.3.1 PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	12
3. HERRAMIENTAS A UTILIZAR.....	13
3.1 HERRAMIENTAS DE APOYO	13
3.2 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS	15
3.2.1 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	20
3.3 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	25
3.3.1 HERRAMIENTAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA.....	26
3.3.2 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	29
4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	29
5. MARCO CONCEPTUAL.....	30
5.1 TURISMO.....	30
5.2 GESTIÓN.....	32
5.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	33
5.3.1 PLANIFICACIÓN ESTRUCTURAL.....	33
5.3.2 PLANIFICACIÓN TÁCTICA.....	34
5.3.3 PLANIFICACIÓN OPERATIVA.....	34
5.4 PLAN DE NEGOCIOS.....	34
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO.....	38
1. MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	39
1.1 ETAPAS DEL MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICO	39
1.2 FORMA DE DESARROLLO DE LA ETAPA “ANÁLISIS ESTRATÉGICO”.....	42
1.2.1 ANÁLISIS EXTERNO.....	43
1.2.2 ANÁLISIS INTERNO.....	54
2. DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	62
2.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
2.3 DELIMITACION GEOGRÁFICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
3. FUENTES Y MÉTODOS DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN.....	67
3.1 FUENTES DE DATOS PRIMARIOS.....	67
3.1.1 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS PRIMARIOS.....	67
3.2 FUENTES DE DATOS SECUNDARIOS.....	68
4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	68

4.1 MACROSEGMENTACIÓN.....	68
4.2 MICROSEGMENTACIÓN.....	69
5. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.....	69
5.1 UNIVERSO DEL MERCADO CONSUMIDOR.....	69
5.2 UNIVERSO DEL MERCADO COMPETIDOR.....	70
5.3 MERCADO ABASTECEDOR.....	73
6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	73
6.1 CLIENTES (MERCADO CONSUMIDOR).....	73
6.2 COMPETENCIA (MERCADO COMPETIDOR).....	74
7. CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.....	76
7.1 GENERALIDADES.....	76
7.2 HISTORIA / ANTECEDENTES DEL CENTRO TURÍSTICO.....	76
7.3 ASPECTOS AMBIENTALES.....	79
8. DESARROLLO DEL ANÁLISIS INTERNO.....	81
8.1 CULTURA ORGANIZATIVA.....	81
8.2 CAPACIDAD ESTRATÉGICA Y RECURSOS.....	84
8.2.1 COMISIONES DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.....	84
8.2.1.1 COMITÉ DE RESTAURANTEROS.....	84
8.2.1.2 COMITÉ DE ARTESANÍAS Y CAFETINES.....	90
8.2.1.3 COMISIÓN DE LANCHEROS.....	92
8.2.2 INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO TURÍSTICO.....	96
8.2.3 PRESUPUESTO.....	96
8.2.4 CAPACIDAD ESTRATÉGICA.....	96
9. DESARROLLO DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	99
9.1 ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO.....	99
9.1.1 EL TURISMO EN EL SALVADOR.....	99
9.1.2 POLITICA NACIONAL.....	101
9.1.3 SECTOR TURISMO EN SUCHITOTO.....	105
9.1.3.1 GOBIERNO MUNICIPAL DE SUCHITOTO Y EL TURISMO.....	105
9.1.3.2 EL PLAN MAESTRO DE LA CIUDAD DE SUCHITOTO.....	107
9.1.3.2.1 DESARROLLO DEL TURISMO DENTRO DE LOS LINEAMIENTOS MAESTRO	108
9.1.3.3 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA MUNICIPALIDAD.....	110
9.1.4 CONCLUSIONES GENERALES SOBRE EL SECTOR TURISMO A NIVEL NACIONAL.....	110
9.2 ANÁLISIS DEL SECTOR SOCIAL Y ECONÓMICO DE SUCHITOTO.....	111
9.2.1 FACTORES DEMOGRÁFICOS, CULTURALES Y AMBIENTALES.....	111
9.2.2 ECONOMÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO.....	113
9.3 LOCALIZACIÓN Y VÍAS DE ACCESO.....	119
9.4 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.....	124
9.5 ANALISIS DE LOS CLIENTES.....	125
9.5.1 ANTECEDENTES DEL MERCADO DE CLIENTES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	125
9.5.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	127
9.5.2.1 MACROSEGMENTACIÓN.....	127
9.5.2.2 MICROSEGMENTACIÓN.....	127
9.5.2.3 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.....	127
9.5.3 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.....	128
9.5.4 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	129
9.5.5 METODO DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	130
9.5.6 MECANISMO DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	130
9.5.7 CLIENTES DEL CENTRO TURÍSTICO.....	131
9.5.7.1 PERFIL DEL TURISTA DE SUCHITOTO.....	132
9.5.7.1.1 PERFIL DEL TURISTA NACIONAL QUE VISITA SUCHITOTO.....	132
9.5.7.1.2 PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO QUE VISITA SUCHITOTO.....	132
9.5.7.2 PERFIL DEL CLIENTE DEL CENTRO TURÍSTICO.....	133
9.5.7.2.1 PERFIL DEL CLIENTE NACIONAL DEL CENTRO TURÍSTICO.....	133
9.5.8 DEMANDA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PRESTADOS POR EL PUERTO SAN JUAN.....	134
9.5.8.1 CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	134
9.5.7.2 PORCENTAJE DEL MERCADO A CUBRIR POR EL CENTRO TURÍSTICO.....	135

9.5.8.3 PROYECCIONES DE LA DEMANDA	136
9.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	137
9.6.1 ANTECEDENTES.....	137
9.6.2 COMPETENCIA DIRECTA.....	138
9.6.3 COMPETENCIA INDIRECTA.....	140
9.6.3.1 INVENTARIO DE COMPETIDORES INDIRECTOS.....	141
9.6.4 ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LA COMPETENCIA.....	141
9.7 MERCADO PROVEEDOR	143
9.7.1 ANÁLISIS DE PRECIOS.....	146
10. ANÁLISIS	149
10.1 MAPEO DE ACTORES DEL PUERTO SAN JUAN	149
10.1.1 IDENTIFICACIÓN DE ACTORES CLAVES EN EL PUERTO SAN JUAN.....	150
10.1.2 EVALUACIÓN DE LOS INTERESES DE LOS ACTORES.....	151
10.1.3 MATRIZ PODER / INTERÉS.....	154
10.1.4 MATRIZ PODER / DINAMISMO.....	155
10.2 ANÁLISIS PEST.....	156
10.2.1 ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.....	157
10.2.2 ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS AL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.....	158
10.3 ANÁLISIS FODA.....	161
10.3.1 SELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	166
11. CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO.	170
 CAPÍTULO III. DISEÑO	173
 PLAN A: PLAN ORGANIZACIONAL	174
PROGRAMA A.1	178
DISEÑO DE METAS ORGANIZACIONALES Y POLÍTICAS.....	178
PROGRAMA A.2	191
REESTRUCTURACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	191
PROGRAMA A.3	203
LOGÍSTICA.....	203
 PLAN B: MANTENIMIENTO	217
PROGRAMA B.1.....	222
PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA	222
PROGRAMA B.2.....	240
MANTENIMIENTO DE EQUIPO	240
SUBPROGRAMA B.2.1.....	244
MANTENIMIENTO DE EQUIPO COMISIÓN DE LANCHEROS	244
SUBPROGRAMA B.2.2.....	260
MANTENIMIENTO DE EQUIPO PARA LA COMISIÓN DE RESTAURANTES Y CAFETINES.....	260
 PLAN C: OBTENCIÓN DE RECURSOS	266
PROGRAMA C.1.....	270
OBTENCIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS.....	270
SUBPROGRAMA C.1.1.....	273
OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DEL FODES.....	273
SUBPROGRAMA C.1.2	274
OBTENCIÓN DE RECURSOS A TRAVÉS DE PRÉSTAMOS A INSTITUCIONES FINANCIERAS.....	274
PROGRAMA C.2.....	276
ELABORACIÓN DE PRESUPUESTO ANUAL.....	276
PROGRAMA C.3.....	288
OBTENCIÓN DE CAPACITACIONES.....	288
SUBPROGRAMA C.3.1.....	292
CONTENIDO BÁSICO DE UNA CAPACITACIÓN	292
SUBPROGRAMA C.3.2.....	295
OBTENCIÓN DE CAPACITACIÓN PARA FORMACIÓN DE GUÍAS TURÍSTICOS.....	295
SUBPROGRAMA C.3.3.....	302
OBTENCIÓN DE CAPACITACIÓN SOBRE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	302
SUBPROGRAMA C.3.4.....	307
OBTENCIÓN DE CAPACITACIÓN PARA SERVICIO AL CLIENTE.....	307
SUBPROGRAMA C.3.5.....	310

OBTENCIÓN DE CAPACITACIÓN PARA SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES	310
PLAN D: DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS	315
PROGRAMA D.1	319
MEJORA DE INSTALACIONES Y SERVICIOS	319
SUBPROGRAMA D.1.1	322
AMPLIACIÓN DE PARQUEO	322
SUBPROGRAMA D.1.2	335
MEJORA DE ACCESO	335
SUBPROGRAMA D.1.3	338
CONSTRUCCIÓN DE MUELLE	338
SUBPROGRAMA D.1.4	342
IMPLANTACIÓN DE SISTEMA DE MONITOREO DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE	342
PROGRAMA D.2	348
CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS ATRACTIVOS	348
SUBPROGRAMA D.2.1	349
CONSTRUCCIÓN DE PISCINA	349
SUBPROGRAMA D.2.2	351
FERRY PARA PASAJEROS	351
SUBPROGRAMA D.2.3	353
CONSTRUCCIÓN DE MURAL INFORMATIVO Y FOTOGRÁFICO-CULTURAL	353
PROGRAMA D.3	358
FOMENTO DE NUEVOS SERVICIOS	358
SUBPROGRAMA D.3.1	360
FORMACIÓN DE COMITÉ DE MEJORAMIENTO Y DESARROLLO	360
SUBPROGRAMA D.3.2	362
INSTALACIÓN DE OFICINA DE TURISMO DENTRO DE TPSJ	362
SUBPROGRAMA D.3.3	364
FORMACIÓN DE NUEVAS RUTAS TURÍSTICAS	364
SUBPROGRAMA D.3.4	373
IMPLANTACIÓN DE SISTEMA DE PAGO CON TARJETAS DE CRÉDITO	373
PLAN E: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	375
PROGRAMA E.1	381
PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	381
PROGRAMA E.2	391
PROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	391
CAPÍTULO IV. EVALUACIONES	398
1. INTRODUCCIÓN A LAS EVALUACIONES	399
2. SELECCIÓN DE PROGRAMAS A EVALUAR	400
3. GUÍA EVALUACIÓN ECONÓMICA	405
3.1 IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LAS INVERSIONES	405
3.2 ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS	406
3.3 PRESUPUESTACIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS FUTUROS	408
3.4 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA (FUTUROS)	408
3.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA	410
3.5.1 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL (TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO, TMAR):	410
3.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)	410
3.5.3 TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)	411
3.5.4 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (TRI)	411
3.5.5 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	411
3.6 EVALUACIÓN FINANCIERA	412
3.6.1 RAZONES FINANCIERAS	412
3.6.2 ANÁLISIS VERTICAL	413
3.6.3 ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS	414
3.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	416
3.8 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	417
3.8.1 INVERSIÓN PROPIA	417
3.8.2 INVERSIÓN PRÉSTAMOS	417
3.8.3 INVERSIÓN POR MEDIO DE SOCIOS	417

3.9 ESTABLECIMIENTO DE SISTEMA DE COSTOS.....	418
3.10 COSTEO DE LOS PLANES A, B, C Y E.....	422
4. ESTABLECIMIENTO DE COSTOS PARA LOS PROGRAMAS SELECCIONADOS PARA EVALUACIONES (D.1 Y D.2).....	430
4.1 COSTOS DE LOS SERVICIOS.....	430
4.2 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	434
4.3 COSTOS FINANCIEROS.....	435
5. INVERSIONES PARA EL PROYECTO	436
5.1 INVERSIONES FIJAS.....	436
5.2 CAPITAL DE TRABAJO.....	443
6. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS FUTUROS.....	446
6.1 ESTIMACIÓN DE INGRESOS POR VENTAS FUTURAS Y EGRESOS.....	446
7. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	450
7.1 ESTADOS DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL.....	451
8. EVALUACIÓN ECONÓMICA	455
8.1 COSTO DE CAPITAL (TMAR).....	456
8.2 TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR).....	457
8.3 VALOR ACTUAL NETO.....	458
8.4 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO.....	458
8.5 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	459
9. EVALUACIÓN FINANCIERA	461
9.1 RAZONES FINANCIERAS.....	462
9.2 ANÁLISIS VERTICAL PARA LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	464
9.3. ESTADOS DE FUENTES Y USOS.....	466
9.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	468
10. EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	473
10.1 METODOLOGÍA GENERAL.....	475
10.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS ALTERNATIVAS.....	475
10.1.2 DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL.....	475
10.1.3 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS.....	476
10.1.4 PREDICCIÓN E INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS.....	477
10.1.5 EVALUACIÓN GLOBAL DEL IMPACTO AMBIENTAL.....	478
10.1.6 MEDIDAS DE MITIGACIÓN.....	480
10.1.7. MONITOREO AMBIENTAL.....	481
11. EVALUACIÓN SOCIAL.....	482
12. EVALUACIÓN DE GÉNERO	490
12.1 EVALUACIÓN DE PERTINENCIA EN EL GÉNERO.....	491
12.2 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS RELACIONES DE GÉNERO EN EL ÁMBITO DE DICHA PROPUESTA.....	491
12.3 ANÁLISIS DE LA PROPUESTA.....	492
12.4 EFECTOS DE LA PROPUESTA CON LA SITUACIÓN ACTUAL Y LAS TENDENCIAS PREVISTAS.....	492
CAPÍTULO V. IMPLANTACIÓN.....	493
1. DESGLOSE ANALÍTICO.....	494
2. ESTRATEGIAS DE IMPLANTACIÓN.....	498
3. ACTIVIDADES PARA LA IMPLANTACIÓN.....	499

4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	501
5. ENCARGADOS DE LA IMPLANTACIÓN	501
6. MATRIZ RESPONSABILIDAD.....	505
7. CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN.....	505
8. GUÍA GENERAL DE IMPLANTACIÓN PARA TODOS LOS PROGRAMAS	508
CAPÍTULO VI. PLAN DE NEGOCIOS.....	514
CONCLUSIONES.....	603
RECOMENDACIONES.....	607
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.....	610
GLOSARIO TÉCNICO.....	612
ANEXOS.....	617
ANEXO 1. ENCUESTA MERCADO CONSUMIDOR	
ANEXO 2. FICHA PARA ENTREVISTA GENERAL A TURICENTROS ECOTURÍSTICOS	
ANEXO 3. ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES RELACIONADAS AL TURISMO. (MINISTERIO DE TURISMO Y CORSATUR).	
ANEXO 4. ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES RELACIONADAS AL TURISMO.	
ANEXO 5. LISTADO DE TURICENTROS DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA	
ANEXO 6. INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA CADA COMISIÓN QUE CONFORMA EL GRUPO EMPRESARIAL PUERTO SAN JUAN.	
ANEXO 7. ENCUESTA PARA MEDIR SATISFACCIÓN AL CLIENTE INTERNO	
ANEXO 8. FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS, INVENTARIO DE RECURSOS Y PATRIMONIOS TURÍSTICOS	
ANEXO 9. INGRESOS FAMILIARES POR DEPARTAMENTOS.	
ANEXO 10. PRINCIPALES RESULTADOS Y ANÁLISIS OBTENIDOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO CONSUMIDOR	
ANEXO 11. INVENTARIO DE LAGOS Y LAGUNAS DEL PAÍS	
ANEXO 12. HOJA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE TURICENTROS	
ANEXO 13. PRINCIPALES DATOS RECOLECTADOS SOBRE LA COMPETENCIA DIRECTA	
ANEXO 14. TURICENTROS CONSIDERADOS COMO COMPETIDORES INDIRECTOS	
ANEXO 15. PRINCIPALES DATOS OBTENIDOS SOBRE LA COMPETENCIA INDIRECTA	
ANEXO 16. DIFERENTES ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y MANUALES EXISTENTES	
ANEXO 17. MANUAL DE ORGANIZACIÓN CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN	
ANEXO 18. BASES GENERALES DE COTIZACIÓN	
ANEXO 19. DETALLE COTIZACIÓN DE PISCINAS	
ANEXO 20. BASE COTIZACIONES	
ANEXO 21. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	

ÍNDICE DE CUADROS

<i>No.</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Pág</i>
Cuadro 1	Áreas que componen el Centro Turístico Puerto San Juan	10
Cuadro 2	Resumen de características, ventajas y desventajas de los tipos de muestreo probabilística.	23
Cuadro 3	Elementos a considerar en el plan de negocio.	36
Cuadro 4	Objetivo del estudio del factor “política y economía nacional”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	45
Cuadro 5	Objetivo del estudio del factor “política y economía Municipal”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	45
Cuadro 6	Objetivo del estudio del “factor social”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	46
Cuadro 7	Objetivo del estudio del los factores “Demográfico, cultural y medio ambiente”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	47
Cuadro 8	Objetivo del estudio del factor “Grupo de interesados”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	48
Cuadro 9	Objetivo del estudio del factor “Localización y vías de acceso”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	49
Cuadro 10	Objetivo del estudio del Factor “Clientes”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	50
Cuadro 11	Objetivo del estudio del factor “Competencia”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	50
Cuadro 12	Objetivo del estudio del factor “Proveedores y Precios”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	51
Cuadro 13	Objetivo del estudio del factor “Recursos y Capacidad Estratégica”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	58
Cuadro 14	Objetivo del estudio del factor “Cultura Organizacional”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	59
Cuadro 15	Objetivo del estudio del factor “Grupo de interesados internos”, instituciones competentes y los medios de recolección de información	60
Cuadro 16	Hogares receptores de remesas	63
Cuadro 17	Población y densidad poblacional de El Salvador s por departamento	64
Cuadro 18	Criterios de elección de los departamentos que formarán parte del universo	64
Cuadro 19	Asignación de valores para cada departamento de acuerdo a los criterios de selección	65
Cuadro 20	Calificación obtenido por los diferentes departamentos	66
Cuadro 21	Datos estadísticos utilizados para el cálculo del Universo.	69
Cuadro 22	Fuentes a consultar e información requerida.	70
Cuadro 23	Universo del mercado competidor	72
Cuadro 24	Datos básicos de cafetines	91

Cuadro 25	Datos básicos de artesanías	91
Cuadro 26	Resumen de ingresos en concepto de turismo 2007-2005	100
Cuadro 27	Instituciones relacionadas al turismo en El Salvador y su ámbito de acción	105
Cuadro 28	Lineamientos del Plan Maestro del Municipio de Suchitoto y sus estrategias	105
Cuadro 29	Afluencia anual a turicentros de tipo ecoturístico en el período 2000-2005	126
Cuadro 30	Cuadro comparativo sobre ingresos de turistas al Centro Turístico Puerto San Juan, período Febrero-Abril.	126
Cuadro 31	Características tomadas en cuenta en la determinación del universo	129
Cuadro 32	Centros Turísticos del país considerados como competencia directa.	139
Cuadro 33	Resumen de los servicios prestados en los turicentros considerados como competencia directa	141
Cuadro 34	Recursos comunes entre programas.	177
Cuadro 35	Identificación de recursos a utilizar por programas.	177
Cuadro 36	Configuraciones Organizativas de Mitzberg	198
Cuadro 37	Comparación de las diferentes formas legales existentes en el país.	201
Cuadro 38	Paros por servicios de mantenimiento comisión de lancheros.	219
Cuadro 39	Reducción de costos de oportunidad por servicio de mantenimiento.	220
Cuadro 40	Recursos comunes entre programas.	221
Cuadro 41	Identificación de recursos a utilizar por programas, equipo para realizar las inspecciones y las operaciones de mantenimiento.	221
Cuadro 42	Control de actividades de mantenimiento de comisión de restaurantes.	264
Cuadro 43	Recursos comunes entre programas.	269
Cuadro 44	Identificación de recursos a utilizar por programas.	269
Cuadro 45	Recursos comunes entre programas.	318
Cuadro 46	Recursos por programas.	318
Cuadro 47	Tipos de piscinas y sus características	350
Cuadro 49	Control de actividades del proceso de Señalización Turística	389
Cuadro 50	Finalidad de las evaluaciones	399
Cuadro 51	Programas Seleccionados	403
Cuadro 52	Cuadro comparativo de métodos de costeo	420
Cuadro 53	Clasificación de las Inversiones	436
Cuadro 54	Balance General	452
Cuadro 55	Estados de Resultados con Flujo Neto de Efectivo	453
Cuadro 56	Estados de Resultados con Flujo Neto de Efectivo para escenario optimista	454
Cuadro 57	Cuadro comparativo de indicadores económicos	460
Cuadro 58	Razones financieras seleccionadas	462
Cuadro 59	Resultados de razones financieras	463
Cuadro 60	Resultados análisis vertical Balance General	464
Cuadro 61	Indicadores económicos con variación de costo de entrada	469

Cuadro 62	Resultados de razones financieras con variación de costo de entrada	470
Cuadro 63	Indicadores económicos con variación de afluencia, escenario negativo	471
Cuadro 64	Resultados de razones financieras con variación de afluencia, escenario negativo	472
Cuadro 65	Tipos de impactos ambientales relacionados	476
Cuadro 66	Predicciones para impactos posibles	487
Cuadro 67	Criterios y valores para la evaluación Ambiental	479
Cuadro 68	Matriz de calificación para evaluación ambiental	479
Cuadro 69	Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales	480
Cuadro 70	Medidas de Mitigación de impactos	480
Cuadro 71	Fases de una etapa completa de implantación	494
Cuadro 72	Actividades de implantación de programas evaluados	499
Cuadro 73	Actividades de control para la implantación	506
Cuadro 74	Cuadro resumen de índices de control para implantación	507
Cuadro 75	Programas propuestos para la primera fase de implantación	558
Cuadro 76	Programas propuestos para la segunda fase de implantación	509
Cuadro 77	Programas propuestos para la tercera fase de implantación	509
Cuadro 78	Actividades generales de implantación	510

ÍNDICE DE ESQUEMA

<i>No.</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Pág</i>
Esquema 1	Esquema del Centro Turístico para identificación de áreas.	325
Esquema 2	Áreas para parqueo	327
Esquema 3	Área destinada a parqueo.	330
Esquema 4	Parqueo según propuesta No.4	331
Esquema 5	Mejora de acceso	336
Esquema 6	Desarrollo de evaluación Económica-Financiera	417
Esquema 7	Proceso de transformación del Medio Ambiente	474
Esquema 8	Desglose Analítico Implantación	495
Esquema 9	proceso a seguir para el proceso de implantación.	511
	Esquemas de pasos a seguir en evaluación	405

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	DESCRIPCIÓN	Pág
Fig. 1	Mapa de los Stakeholders: Matriz Poder / Dinamismo, adaptada de A. Mendelow 1991.	17
Fig. 2	Mapa de los Stakeholders: Matriz Poder / Interés, adaptado de A. Mendelow 1991.	18
Figura 3	Etapas del Modelo de Dirección Estratégica.	39
Figura 4	Áreas de influencia para efectuar el Análisis Estratégico del Centro Turístico	40
Figura 5	Modelo de Dirección Estratégica a desarrollar en la elaboración de Propuesta de Gestión Integral Ecoturística para el Puerto San Juan.	42
Figura 6	Secuencia de pasos para realizar el análisis del entorno	43
Figura 7	Principales factores a considerar en el análisis externo	44
Figura 8	Aplicación del análisis de las cinco fuerzas de Porter en el Centro Turístico Puerto San Juan	53
Figura 9	Principales factores a considerar en el análisis interno	55
Figura 10	Forma en que será utilizada la información recopilada y analizada en la etapa de Diagnóstico	61
Figura 11	Relación de los tipos de competencia con los servicios prestados por el Centro Turístico Puerto San Juan.	71
Figura 12	Algunos posibles atractivos turísticos que se pretenden integrar dentro de la propuesta de gestión integral para fomentar la reactivación del Centro Turístico.	78
Figura 13	Diagrama de Flujo, Servicio de restaurante	85
Figura 14	Diagrama de flujo para la comunicación de amonestaciones o violaciones a reglamentos	88
Figura 15	Diagrama de flujo prestación de servicio “paseo en lancha”	95
Figura 16	Principales actores involucrados en el desarrollo de las actividades del Centro Turístico	97
Figura 17	Organigrama del la Alcaldía Municipal de Suchitoto.	107
Figura 18	Clasificación de los recursos naturales de Suchitoto según la Oficina Técnica del conjunto Histórico	124
Figura 19	Gráfica comparativa de precios de entrada a diferentes turicentros	147
Figura 20	Grafica comparativa de precios de parqueo	148
Figura 21	Grafica comparativa de los precios de los alimentos	148
Figura 22	Mapa de los stakeholders del Puerto San Juan, Matriz Poder / Interés	154
Figura 23	Mapa de los stakeholders del Puerto San Juan, Matriz Poder / dinamismo	156
Figura 24	Diagrama de Pareto para selección de estrategias	169
Figura 25	Formulario de requisiciones.	213
Figura 26	Formulario de requerimiento de insumos.	209
Figura 27	Recibo de pago por adquisición de insumos.	211
Figura 28	Formulario de pedidos.	212
Figura 29	Formulario de Salidas de insumos y repuestos de bodega	213
Figura 30	Hoja de registro de ingresos para el Centro Turístico por asistencia de turistas.	285
Figura 31	Hoja de registro de ingresos para el Centro Turístico por asistencia de turistas.	286

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>No.</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Pág</i>
1	Ingreso económico por turismo internacional	8
2	Estructura Organizativa del TPSJ	82
3	Ingreso económico por turismo internacional	99
4	Análisis de factores internos del Puerto San Juan	157
5	Análisis de factores externos al Puerto San Juan	158
6	Conceptualización del diseño	172
7	Flujo de actividades para el desarrollo del programa de Estructura Organizativa	193
8	Estructura Organizativa del Centro Turístico Puerto San Juan	195
9	Diagrama de flujo de alternativas de ampliación de terreno y cambios propuestos	324
10	Primera pared: fotografías en orden cronológico y mesa de buzón de sugerencias principal.	355
11	Segunda pared: Mapa, Muppin con información de tradiciones y ferias	356
12	Fotografía Satelital de Centro Turístico Puerto San Juan; demarcación de principales rutas turísticas vía lacustre.	368
13	Fotografía Satelital de Centro Turístico Puertos San Juan; demarcación de principales rutas turísticas vía terrestre.	371
14	Porcentaje de habitantes del Cantón San Juan a ser empleadas en el Centro Turístico	484
15	Porcentaje de familias del Cantón San Juan con aumento de ingresos por apertura de puestos	485
16	Cronograma de actividades de implantación para programas propuestos seleccionados	500
17	Programación general de implantación de los planes que conforman la propuesta de Gestión Integral	513

ÍNDICE DE TABLAS

<i>No.</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Pág</i>
TABLA 1	Indicadores de ingreso de los hogares por departamento	63
Tabla 2	Resultados del análisis de los criterios para el establecimiento del universo.	66
Tabla 3	Muestra la cantidad de turistas que ingresa al año a los centros turísticos de país.	72
Tabla 4	Resumen datos básicos de los restaurantes	86
Tabla 5	Precios de productos vendidos en área de restaurantes	86
Tabla 6	Características Generales de las Familias de Suchitoto	112
Tabla 7	Cantidad de Familias por vivienda	112

Tabla 8	Rangos de edad del padre y madre	112
Tabla 9	Escolaridad del Padre de Familia	119
Tabla 10	Escolaridad de la madre de Familia	113
Tabla 11	Ingreso familiar según Línea de pobreza	115
Tabla 12	Hogares que reciben Remesas según ingresos	116
Tabla 13	Hogares que reciben Remesas según Nivel de Pobreza	116
Tabla 14	Periodicidad de recibo de remesas	117
Tabla 15	Cantidad de hogares en Suchitoto que reciben remesas	117
Tabla 16	Fuentes de Ingreso Familiar	118
Tabla 17	Actividad Productiva a la que se dedica el padre de familia del hogar Suchitotense	118
Tabla 18	Cantidad de empleos fijos y variables generados por la actividad turística.	119
Tabla 19	Distribución de encuestas por departamento	131
Tabla 20	Asistencia al Centro Turístico durante el primer trimestre del año	136
Tabla 21	Cálculo de demanda a cubrir	136
Tabla 22	Proyección de la demanda para los próximos 3 años.	137
Tabla 23	Nombre de centros turísticos nacionales.	140
Tabla 24	Insumos utilizados por comisión de lancheros.	144
Tabla 25	Principales proveedores, frecuencia de compra de insumos y precio de productos	144
Tabla 26	Comparación de precios de proveedores	145
Tabla 27	Frecuencia de compra de insumos y precio de productos para tiendas de artesanías	145
Tabla 28	Principales proveedores, frecuencia de compra de insumos y precio de productos para cafetines	146
Tabla 29	Comparación de precios	147
Tabla 30	Matriz de identificación de actores clave	150
Tabla 31	Definición de los intereses de los stakeholders	152
Tabla 32	Definición de las características de los stakeholders del Puerto San Juan para la matriz poder/interés	154
Tabla 33	Definición de las características de los stakeholders del Puerto San Juan para la matriz poder/dinamismo	155
Tabla 34	Cuadro resumen de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	164
Tabla 35	Matriz FODA	165
Tabla 36	Calificaciones de criterios	167
Tabla 37	Resultados finales de calificaciones	168
Tabla 38	Estrategias seleccionadas	170
Tabla 39	Estrategias y Planes asociados	171
Tabla 40	Contenido del plan organizacional.	176
Tabla 41	Elementos básicos que ha de contener la misión.	179
Tabla 42	Elementos básicos que ha de contener la visión.	180
Tabla 43	Evaluación de la Misión.	183

Tabla 44	Redefinición de la misión	184
Tabla 45	Evaluación de la Misión del Centro Turístico Puerto San Juan.	185
Tabla 46	Evaluación de la visión actual del Centro Turístico Puerto San Juan	186
Tabla 47	Actividades a ser desarrolladas en el presente programa	192
Tabla 48	Análisis de factores básicos del Centro Turístico.	196
Tabla 49	Información necesaria para la construcción de la estructura organizativa.	197
Tabla 50	Configuraciones de estructuras Organizacionales.	200
Tabla 51	Programas a desarrollarse dentro del plan.	220
Tabla 52	Actividades a realizarse dentro del Plan.	224
Tabla 53	Inventario de instalaciones red de agua.	226
Tabla 54	Inventario de instalaciones red de saneamiento.	226
Tabla 55	Inventario de instalaciones eléctricas.	227
Tabla 56	Inventario de instalaciones de alumbrado.	227
Tabla 57	Inventario de instalaciones zonas verdes y juegos mecánicos.	229
Tabla 58	Inventario de instalaciones obras estructurales.	229
Tabla 59	Operaciones de mantenimiento: Red de Agua	230
Tabla 60	Operaciones de mantenimiento: Contador	230
Tabla 61	Operaciones de mantenimiento: Válvulas	230
Tabla 62	Operaciones de mantenimiento: Puntos de salida	231
Tabla 63	Operaciones de mantenimiento: Red de saneamiento: conjunto de la instalación	231
Tabla 64	Operaciones de mantenimiento: Servicios Sanitarios	231
Tabla 65	Operaciones de mantenimiento: Colectores y Sumideros	231
Tabla 66	Operaciones de mantenimiento: Canales de Aguas Lluvias	232
Tabla 67	Operaciones de mantenimiento: Línea de distribución	232
Tabla 68	Operaciones de mantenimiento: Protección eléctrica de intensidad-tensión	232
Tabla 69	Operaciones de mantenimiento: Red de tierra	232
Tabla 70	Operaciones de mantenimiento: Contadores	233
Tabla 71	Operaciones de mantenimiento: Cuadros eléctricos (caja de fusibles)	233
Tabla 72	Operaciones de mantenimiento.	233
Tabla 73	Operaciones de mantenimiento.	234
Tabla 74	Operaciones de mantenimiento.	235
Tabla 75	Operaciones de mantenimiento.	235
Tabla 76	Operaciones de mantenimiento: Techos	236
Tabla 77	Operaciones de mantenimiento: Paredes	236
Tabla 78	La clasificación por colores de las actividades de mantenimiento.	237
Tabla 79	Calendarización de las fases de mantenimiento.	238
Tabla 80	Formulario de control del programa de mantenimiento.	238
Tabla 81	Formulario de control preventivo de mantenimiento.	239
Tabla 82	Formulario de solicitud de mantenimiento correctivo.	240

Tabla 83	Actividades a desarrollar para efectuar el mantenimiento de equipo de comisión de lancheros.	242
Tabla 84	Actividades a desarrollar para efectuar el mantenimiento de equipo de comisión de restaurantes y chalet.	243
Tabla 85	Formulario de recolección de insumos comunes y frecuencia de consumo.	246
Tabla 86	Formulario para recolección de inventario inicial.	247
Tabla 87	Formulario de entradas de insumos y repuestos a bodega.	249
Tabla 88	Formulario de Salidas de insumos y repuestos de bodega	251
Tabla 89	Formulario de inventario final	252
Tabla 90	Formulario de registro de entradas a fondo de compras	254
Tabla 91	Formulario de registro de salidas a fondo de compras	254
Tabla 92	Formulario de registro de dinero al fondo de compras	255
Tabla 93	Mantenimiento de motor de lanchas	256
Tabla 94	Mantenimiento del sistema eléctrico de lanchas	256
Tabla 95	Mantenimiento de casco y cubierta de lanchas	257
Tabla 96	El formato para control de operaciones de mantenimiento preventivo	259
Tabla 97	Formulario de control de actividades de mantenimiento correctivo.	259
Tabla 98	Formulario de mantenimiento correctivo.	260
Tabla 99	Mantenimiento de cocinas y hornos	261
Tabla 100	Procedimientos de limpieza y mantenimiento de equipos de cocina	262
Tabla 101	Definición de programas y subprogramas contenidos en el plan	268
Tabla 102	Detalle de programas y subprogramas a desarrollarse dentro del Plan.	318
Tabla 103	Capacidad de parqueo por área estimada.	326
Tabla 104	Resumen de las áreas.	327
Tabla 105	Resumen de los escenarios.	332
Tabla 106	Comparación entre opciones de tipos de estructura.	339
Tabla 107	Criterios básicos a medir en las encuestas	343
Tabla 108	Propuestas de lugares de montaje de Mural Informativo	357
Tabla 109	Formación de rutas turísticas.	365
Tabla 110	Destinos turísticos y distancias estimadas desde el Centro Turístico.	368
Tabla 111	Destinos turísticos y distancias estimadas desde el Centro Turístico.	371
Tabla 112	Calificaciones de criterios	402
Tabla 113	Resultados finales de calificaciones	406
Tabla 114	Razones financieras a utilizar	413
Tabla 115	Resumen de los costos para plan organizacional.	424
Tabla 116	Resumen de costos obtención de recursos y capacitaciones	427
Tabla 117	Resumen de costos plan de promoción y publicidad	429
Tabla 118	Resumen de costos para la implantación de la Gestión Integral	429
Tabla 119	Resumen de Costos de Mano de obra	430

Tabla 120	Costos de materia prima Sistema de Monitoreo de la Satisfacción al cliente	430
Tabla 121	Costos de materia prima para Construcción de Mural	431
Tabla 122	Resumen de Costos anuales de materia prima	431
Tabla 123	Costos Anuales de Consumo de Agua	431
Tabla 124	Costos Consumo de electricidad: Luminaria	432
Tabla 125	Costos de Materiales indirectos y mantenimiento	433
Tabla 126	Costos de depreciación de maquinaria y equipo	433
Tabla 127	Costos mensuales totales de servicios	435
Tabla 128	Desglose Costos financieros	439
Tabla 129	Costos ampliación de parqueo y mejora de acceso	437
Tabla 130	Especificaciones de equipo para piscina	438
Tabla 131	Costos Construcción de piscina	439
Tabla 132	Costos Ampliación de muelle	439
Tabla 133	Resumen de costos de obra civil	440
Tabla 134	Cuadro de costos para mantenimiento de piscina	440
Tabla 135	Cuadro de costos Construcción de infográfico	440
Tabla 136	Cuadro de costos totales de equipo	441
Tabla 137	Costos Sistema de Monitoreo de la Calidad y Satisfacción al cliente	441
Tabla 138	Costos de Investigación y Estudios Previos	442
Tabla 139	Costos de Implantación y puesta en Marcha	443
Tabla 140	Monto de Efectivo	444
Tabla 141	Suministros	444
Tabla 142	Monto de Efectivo y requerimientos de Capital de Trabajo	445
Tabla 143	Resumen de Total de Inversión Fija y Diferida	445
Tabla 144	Resumen de Total de Capital de trabajo	450
Tabla 145	Ingreso de visitantes a Puerto San Juan	447
Tabla 146	Alternativas seleccionadas.	448
Tabla 147	Proyección de ingresos y egresos	449
Tabla 148	Matriz de responsabilidad	505
Tabla 149	Actividades de implantación en paralelo	512

A. INTRODUCCIÓN.

En los últimos años el turismo se ha convertido en un rubro con un gran impacto en la economía de los países de la región Centro Americana. En el caso de El Salvador, según datos del Banco Central de Reserva (BCR), durante los últimos 10 años, el turismo ha tenido una participación sobresaliente en el PIB, en especial en el 2005, en el cuál tuvo una participación record del 3.8%. Su intervención ha sido superior a la de productos tradicionales como el café, el camarón y el azúcar, manteniéndose únicamente por debajo de las remesas familiares.

Dentro del país existen diversos recursos que se pueden explotar en materia de turismo, como su flora y su fauna, sus playas y sus pueblos o zonas con alto valor histórico. Tradicionalmente se ha hecho énfasis en la explotación de un tipo de turismo dirigido a grandes masas sin tomar en cuenta las repercusiones sobre los ecosistemas o en las costumbres de los diferentes pueblos. A pesar de esto, un municipio interesado en un turismo diferente al de masas, enfocado en el ecoturismo, turismo comunitario y cultural es Suchitoto, en el cual se ha empezado a realizar desde hace unos años la inversión para la mejora y la ampliación de su oferta turística y cuyo desarrollo y mantenimiento se encuentra contemplado dentro del plan estratégico (Plan Maestro) que desarrolla la alcaldía. A pesar de los esfuerzos realizados hasta el momento existen muchas dificultades para el desarrollo de proyectos, entre las cuales se encuentran la escasez de personal o recurso humano con conocimientos técnicos que respalden las iniciativas que se presentan en el municipio.

Una de éstas iniciativas es el Centro Turístico Puerto San Juan, el cual tiene 2 años de inaugurado y que, a pesar de ser considerado por la Alcaldía del municipio como un eje turístico del municipio, no ha cumplido con todos los objetivos planteados antes de su ejecución, lo cuál ha dejado en evidencia diversos problemas en cuanto a la planeación y organización del mismo. A partir de esto se percibe la necesidad de generar una propuesta de gestión integral de los recursos y de la creación de un plan de negocios que se consolide de una manera permanente con el paso del tiempo para que sirva como referencia para la gestión habitual de la compañía. Es por esto que aprovechando la importancia que ha adquirido el turismo en los últimos años en el país y bajo el convenio firmado en febrero del año 2007 entre la Facultad de Ingeniería y Arquitectura con la Alcaldía de Suchitoto se desarrolla una Propuesta que pretende integrar una variedad de ofertas turísticas tomando como eje central el Centro Turístico Puerto San Juan en el Lago Suchitlán.

En el presente trabajo de graduación se presentan las diferentes etapas en las que se ha desarrollado una propuesta de gestión integral y un Plan de Negocios para el Centro Turístico, el cual se encuentra dividido en tres grandes etapas: **DIAGNÓSTICO, DISEÑO y EVALUACIONES**. En dichas etapas se incluyen los aspectos legales, organizativos, estratégicos, identificación e integración de iniciativas en el Centro Turístico, hasta el diseño del plan de ejecución o puesta en marcha y las evaluaciones necesarias (económica y ambiental entre otras). Todo lo anterior planteando diversos escenarios que pueden presentarse en un futuro en el caso de implantarse la propuesta.

B. OBJETIVOS.

General

Generar una propuesta de gestión integral para el Centro Turístico Puerto San Juan con todos sus actores trabajando de forma conjunta que ayude a su reactivación y al desarrollo económico sostenible del municipio de suchitoto conservando su patrimonio cultural.

Específicos

1. Recopilar y analizar todos los datos provenientes tanto de información primaria como secundaria relativa al Centro Turístico Puerto San Juan.
2. Realizar un diagnóstico de la situación actual del Centro Turístico Puerto San Juan a partir de los datos recopilados y análisis de éstos.
3. Diseñar un plan estructural, estratégico turístico, táctico, operativo y de retroalimentación que en su conjunto genere una propuesta de gestión integral para el Centro Turístico Puerto San Juan la cual se estructurara bajo la forma de un plan de negocios.
4. Evaluar las condiciones económicas y financieras que presentará la propuesta de gestión integral y sus probables escenarios de ser puesta en marcha, con el fin de determinar los beneficios que ésta tendrá a favor de la comunidad y del Municipio en general.
5. Realizar una evaluación ambiental y de género a la propuesta de gestión integral que permita considerarla desde una perspectiva social.
6. Elaborar un plan de implantación que permita desarrollar la propuesta de Gestión Integral ecoturística para el Puerto San Juan.
7. Elaborar el Plan de Negocios del Centro Turístico Puerto San Juan que sirva como la carta de presentación de la empresa ante posibles inversionistas y que además sirva como la carta de navegación de las actividades desarrolladas en el lugar.

C. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Formulación del Problema



Centro Turístico Puerto San Juan funcionando con todos sus actores trabajando de forma aislada y sin un modelo de gestión que structure, organice y planifique el trabajo a desarrollar

Centro Turístico Puerto San Juan con una propuesta que permita que todos sus actores trabajen de manera conjunta bajo una misma gestión integral para contribuir al desarrollo económico sostenible del municipio de Suchitoto.

VARIABLES DE ENTRADA:

- Grupo Empresarial Puerto San Juan.
- Alcaldía de Suchitoto.
- Recursos del Lago de Suchitlán (Islas que lo conforman, atractivos naturales, laderas del lago, terrenos aledaños).
- Instalaciones físicas del Turicentro.
- Oficina de turismo de Suchitoto.
- Administración del Turicentro.
- Información de provenientes de otros entes relacionados a turismo.
- Técnicas de Ingeniería Industrial.

VARIABLES DE SALIDA:

- Un documento que contenga una propuesta de gestión integral que structure, organice, controle y planifique el trabajo del turicentro.
- Documento "Plan de negocios del Puerto San Juan".
- Iniciativas y ofertas ecoturísticas integradas

VARIABLES DE SOLUCIÓN:

- Diversidad de atractivos turísticos cercanos al Centro Turístico.
- Accesibilidad de las comisiones a ofrecer nuevos servicios.
- Disponibilidad de la Alcaldía a desarrollar este modelo de gestión integral.
- Elaboraciones de planes o programas turísticos.
- Procedimientos para la prestación de los servicios turísticos.

RESTRICCIONES:

- Tiempo de realización del trabajo: 10 meses.
- Los objetivos del trabajo a realizar deben tener concordancia con los del Plan Maestro del municipio que actualmente está en proceso de elaboración.

CRITERIOS:

- Costos de implantación del modelo gestión integral.
- Facilidad de adaptación y manejo por las personas del municipio.
- Flexibilidad del modelo.

VOLUMEN:

- Una propuesta de gestión integral para el Centro Turístico puerto San Juan y un plan de negocios para dicho Centro Turístico como producto principal de la propuesta.

USO:

- La solución se utilizará al poner en marcha las iniciativas, estrategias y proyectos planteados en ella, por todos aquellos interesados tanto en la propuesta como en el plan de negocios.

ANÁLISIS:

¿Qué hay que hacer para lograr una gestión integral del conjunto formado por los diferentes actores oferentes de actividades ecoturísticas en el lago de Suchitlán dentro del Centro Turístico Puerto San Juan con el fin de convertir a éste en el eje principal del desarrollo económico sostenible del municipio?

El Puerto San Juan se ha convertido en la mayor inversión por parte de la municipalidad de Suchitoto en su apuesta por explotar al máximo los atractivos naturales con los que cuenta el municipio. Desde el principio, la idea de la creación de este Centro Turístico fue convertirlo en el eje principal de la oferta ecoturística de éste, buscando, según palabras del alcalde Lic. Javier Martínez, “no explotar los atractivos

de Suchichoto mediante la inserción de un modelo de turismo en masa, con grandes hoteles e irrespetando el patrimonio cultural del lugar sino más bien mediante el ecoturismo y el turismo comunitario, con los cuáles se aproveche las bellezas naturales, las tradiciones y la forma de vida de las personas de las comunidades del municipio”.

Si bien existe una actitud de apertura e iniciativas por parte de la comuna para mejorar el Centro Turístico, y además, se han creado varias comisiones encargadas de las distintas áreas de funcionamiento de éste (comisión de lancheros, comisión de restauranteros y comisión de artesanías que conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan “GREPUSAN”), no existe una integración de las iniciativas de estos actores y mucho menos de sus ofertas; es decir, no existe una visión en conjunto de cómo aprovechar los recursos ecoturísticos que el lago ofrece sino que las iniciativas que son llevadas a cabo y los beneficios que estas traen son independientes de cada comisión y no del GREPUSAN, lo que no ha permitido que el Centro Turístico se convierta en el eje principal del desarrollo económico de Suchitoto como se tenía previsto, y si bien existen ideas y propuestas para llevar a cabo, no existe hasta el momento un modelo de gestión claro que estructure, organice y planifique el trabajo a desarrollar.

CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL

1. ANTECEDENTES.

1.1 TURISMO EN EL SALVADOR

Las actividades que han servido como sostén para El Salvador han venido sufriendo diferentes cambios a través de los años, pasando éste de ser un país dedicado principalmente a la agricultura (la cuál estaba basada en el cultivo del añil, café, algodón y la caña de azúcar entre otros cultivos) a depender principalmente de las remesas familiares (que son enviadas de los compatriotas que se encuentran diseminados en diferentes países alrededor del mundo, principalmente en los Estados Unidos) y a la actividad maquilera.

Años atrás luego del cese del conflicto armado, el país comenzó a darle un impulso tímido al sector turístico como una posible fuente de generación de ingresos, lo que a un principio fue difícil (y aún lo es pero en menor medida) por la falta de una infraestructura turística que albergara tanto a los visitantes nacionales como a los extranjeros. Con el paso de los años, dicha actividad económica ha tenido un repunte extraordinario creciendo de manera constante y progresiva gracias al esfuerzo conjunto del gobierno central, el ministerio de turismo y las municipalidades, en una búsqueda por aprovechar al máximo las diferentes ofertas turísticas de todas las zonas del país.

En 1994, los 181 mil turistas dejaron al país 28,8 millones de dólares. Tres años después se creó un ente rector especializado, denominado Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ese año ingresaron 387 mil visitantes y 74,7 millones de dólares. Según datos revelados por el ministro de la cartera de turismo, Rubén Rochi, “los ingresos en concepto de divisas dejados en el país durante el primer trimestre del año 2007 alcanzaron los \$119.2 millones, equivalente a un 11% más de los \$179.6 millones percibidos durante 2006”. Para el cierre del año, el crecimiento global en llegadas de turistas al país fue de un 8%. La apuesta por el desarrollo turístico planteado en el Plan Nacional Turismo 2014 espera alcanzar los 2 millones de visitantes al país por año, lo que significaría aportar al PIB del país un 7%, superando el 3.7% que ronda actualmente.¹

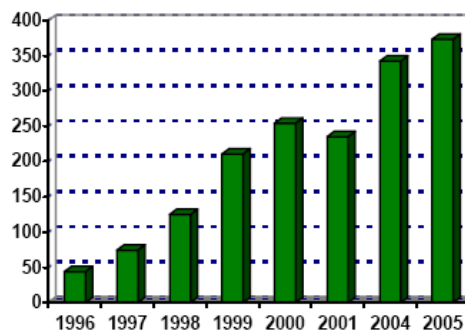
Las empresas turísticas han iniciado la recuperación del optimismo y la encuesta de coyuntura empresarial de FUSADES así lo demuestra. Los empresarios han percibido un entorno favorable para el clima de inversión, lo que queda demostrado en la siguiente figura, en la cuál se aprecia (tanto en la tabla como en la gráfica) el repunte de la actividad turística en el país y la forma en la que ésta se ha ido desarrollando a lo largo de los años (en el año 2001 se dio un retroceso debido a los terremotos tuvieron lugar en el país).

¹ Fuente: La Prensa Gráfica, lunes 23 de abril de 2007.

INGRESO ECONÓMICO POR TURISMO INTERNACIONAL

(MILLONES DE DÓLARES)

AÑOS	No INTERNACIONALES	VISITANTES	% CRECIMIENTO
1996	\$	44.16	7.9
1997		74.65	69.0
1998		125.05	67.5
1999		210.59	68.4
2000		254.30	20.8
2001		235.08	-7.6
2002		342.20	45.6
2003		372.96	9.0
2004		424.73	13.9
2005		644.21	51.7



A continuación se muestra un cuadro que detalla el PIB promedio por año desde 1996 a 2005, los ingresos por año para los productos y servicios de Café, Turismo, Remesas familiares y maquila, y la razón de cada uno de ellos sobre el valor promedio del PIB correspondiente a dicho año². Se puede apreciar como la actividad turística ha desplazado de los primeros lugares a otras actividades en su importancia al aporte del PIB a lo largo de los años, lo que genera un clima positivo para la inversión en dicha actividad económica.

AÑO	PIB	CAFÉ	TURISMO	TRANS. FAMS.	MAQUILA (V.A.)	CAFÉ/PIB	T/PIB	T.F./PIB	MAQ./PIB
1996	10,315.0	339.0	44.1	1,066.5	180.2	3.3	0.4	10.3	1.7
1997	11,134.7	517.8	74.6	1,199.5	247.4	4.7	0.7	10.8	2.2
1998	11,974.0	324.0	125.0	1,338.3	282.8	2.7	1.0	11.2	2.4
1999	12,470.0	245.0	210.6	1,373.8	294.8	1.9	1.7	11.0	2.4
2000	13,216.0	298.1	254.3	1,750.7	456.3	2.3	1.9	13.2	3.5
2001	13,813.0	115.1	235.1	1,910.5	444.1	0.8	1.7	13.8	3.2
2002	14,312.0	106.9	342.2	1,935.2	443.9	0.7	2.4	13.5	3.1
2003	14,941.0	105.0	372.9	2,105.3	472.0	0.7	2.5	14.1	3.2
2004	15,942.0	123.0	424.7	2,547.6	412.2	0.8	2.7	16.0	2.6
2005	17,017.1	165.3	644.2	2,830.2	346.8	1.0	3.8	16.6	2.0

Fuente: Banco Central de Reserva.

1.2 DATOS GENERALES DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO

Uno de los Municipios del país que ha vislumbrado al turismo como una actividad económica mediante la cuál se alcance un desarrollo económico sostenible es Suchitoto y su apuesta ha sido tan grande que planean que dicho rubro sea el eje central del desarrollo del municipio, para lo cuál ya se han puesto en marcha distintos tipos de proyectos de mejora de elementos tangibles (como infraestructura, vías de acceso, etc.) como de elementos intangibles (capacitaciones en servicio al cliente para los habitantes).

² “informe de 10 años (1996-2006)” de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) y MITUR (Ministerio de Turismo)

Suchitoto está ubicado al Nor Oriente de San Salvador. Su extensión territorial es de 329.2 km² y su altitud sobre el nivel del mar es de 388 m.s.n.m. Se encuentra formado por 28 cantones y 77 comunidades, la población urbana es de 7,000 personas y la población rural es de 20,000. Poseen su propio himno, escudo y bandera

Suchitoto es una de las pocas zonas no sísmicas de El Salvador por eso abundan todavía en ella las casas antiguas de adobe. Después de los acuerdos de paz en 1992, la Municipalidad implementó acciones en el marco de la reconstrucción; ya que fue un municipio muy destruido por la guerra civil y las principales acciones han sido realizadas en infraestructura social básica. Su cobertura en cuanto a educación básica y luz eléctrica es del 95% y de agua potable del 90%.

Las principales actividades económicas del municipio son la agricultura (cultivo de granos básicos, caña de azúcar y fruta) la pesca artesanal, las remesas comerciales y el turismo. Actualmente cuenta con un plan de ordenamiento territorial, un plan de manejo integral de los desechos sólidos y líquidos, conservación y restauración de la ciudad y un plan de turismo.

1.3 GENERALIDADES DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN

Cercano a la orilla del lago de Suchitlán se encuentra el cantón San Juan, en donde se encontraban hasta hace un par de años varias familias cuyos ingresos provenían de comedores que habían hecho en la zona y que le ofrecía platos de comida a los visitantes del lago. Para otros la forma de subsistencia se basaba en la pesca artesanal teniendo en algunos casos barca o lancha propia.

Hace más de dos años empezó a desarrollarse la idea de construir un centro turístico en esta zona, en el cual se pudiera aprovechar precisamente este recurso, ya que en Suchitoto la mayor parte del tiempo los turistas se limitaban a visitar el casco urbano y no había sido aprovechado todos los recursos que ofrecía el lago, a pesar de ser un atractivo. Fue entonces se empezó a hablar de proyección del lago, con lo cual se hacía referencia al aprovechamiento de los atractivos del lago, naturales o no (como un Centro Turístico, pescadores, plantas, paisaje) y la integración de éstos como turismo alternativo³ en una oferta turística más amplia, conformada tanto por el turismo ya por todos bien conocido (calles, construcciones y museo) como además los proyectos propios del lago.

Luego de la gestión de un terreno con la CEL se comenzó la construcción del Centro Turístico, en el cuál se reacomodaron a las personas que se dedicaban a la venta de comida en pequeños negocios y a la pesca artesanal, siendo inaugurado éste el 18 de febrero de año 2005.

³ Turismo Alternativo es otra forma de turismo diferente al de la ciudad y de la playa

La principal competencia que tiene la empresa es otro Centro Turístico de administración privada situado a 50 metros del lugar en el cuál se prestan los mismos servicios, pero que además cuenta con 2 piscinas.

Actualmente el Centro Turístico posee las siguientes áreas:

ÁREA	NUMERO DE INTEGRANTES
CAFETINES	5
RESTAURANTES	19
VIAJES EN LANCHAS	17
VENTA DE ARTESANÍAS	9
ADMINISTRACIÓN	5
SERVICIOS ANEXOS	1

Cuadro 1. Áreas que componen el Centro Turístico Puerto San Juan

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 ENFOQUES DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1.1.1 ENFOQUE DE SISTEMAS.

El enfoque de sistemas para la administración se diseña para utilizar el análisis científico en las organizaciones complejas:

- a. Para desarrollar y administrar los sistemas de operación.
- b. Para diseñar sistemas de información para la toma de decisiones.

Un concepto fundamental del enfoque de sistemas para la organización y la administración es la relación recíproca de las partes o subsistemas de la organización. El enfoque comienza con una serie de objetivos y se dedica al diseño del todo, a diferencia del diseño de los componentes o subsistemas. La característica sinérgica del enfoque de sistemas es muy importante.

Anteriormente, las organizaciones de negocios no alcanzaban su eficacia óptima porque no relacionaban entre sí las partes o funciones (subsistemas) ni tampoco con el todo.

Enfoque de sistemas para la solución de problemas incluye:

1. Una filosofía de enfoque
2. Un método de diseño de sistemas para la solución de problemas.

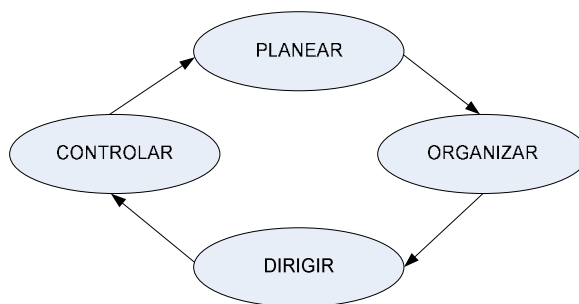
La filosofía consiste en ver siempre el problema y sus componentes en su totalidad relacionada, no como partes. Es importante tener claros los siguientes aspectos: ¿Cuántos elementos distinguibles tiene este aparente problema?, ¿Qué relaciones de causa y efecto hay entre esos elementos?, ¿Qué funciones hay que ejecutar en cada caso?, ¿Qué intercambios pueden requerirse entre los recursos después de que se definan?. El enfoque de sistemas se dedica al diseño del todo, se ocupa de las relaciones antes de perfeccionar los componentes.

2.1.1.2 ENFOQUE DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.

Existe una teoría de la Administración conocida como la “teoría del cono invertido”, donde se relacionan 2 subprocesos (por ejemplo **planificar y organizar**), en la cuál el 1º va definiendo los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, las políticas, hasta llegar a un grado de desarrollo pormenorizado de esa intención organizacional que son las actividades.

Por eso el proceso de planificar define el “qué”, o sea el mayor grado de detalles en toda y cada una de las actividades que hay que llevar a cabo para que estén direccionadas al cumplimiento de la intención de la organización que es el objetivo.

Una vez definidas las actividades se agrupan y se definen los puestos de trabajo (qué actividades son realizadas y por quién) y los cargos. Se conoce como el “cono invertido” porque justamente todo aquello que es más operativo, es lo que está más cerca de la zona de las actividades. ¿Cómo se da esa interactividad en el proceso Administrativo?



Todos los procesos están íntimamente vinculados, el proceso de planificar se vincula con el de organizar, este con el de dirección y el de dirección con el de control.

La organización se puede dividir en tres niveles (superior, medio e inferior) y cada uno posee habilidades conceptuales (aquellas utilizados para verificar las cosas racionalmente; es la alta gerencia la que posee en mayor grado este conocimiento), técnicas (tienen que ver con los operarios, técnicos, obreros, etc.) y humanísticas (tienen que ver con la aptitud que se tiene para direccionar, y se da en los tres niveles igualmente).

2.1.1.3 ENFOQUE DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.

Sallenave (1991) afirma que “La Planificación Estratégica es el proceso por el cuál los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. Es el proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado.”

Estrategias.

El propósito de las estrategias es determinar y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas mayores una descripción de lo que se desea que sea la empresa. Éstas muestran la dirección y el empleo general de recursos y esfuerzos.

Las diferencias básicas entre estrategia y táctica son: La estrategia se refiere a la organización como un todo pues lo que busca es alcanzar objetivos organizacionales globales, mientras que la táctica se refiere a uno de sus componentes (departamentos o unidades aisladamente). La estrategia se refiere a objetivos a largo plazo mientras que la táctica se refiere a objetivos a mediano y a corto plazo. Por último, la estrategia es definida por la alta dirección, mientras que la táctica es responsabilidad de la gerencia de cada departamento.

2.1.1.3.1 PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

El proceso de planeación estratégica consta de 3 etapas que son:

a) FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA. Consiste en elaborar la misión de la empresa, detectar las oportunidades y las amenazas externas de la organización, definir sus fuerzas y debilidades, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias concretas que se seguirán.

Misión: La formulación de la misión es uno de los procesos más importantes y formales en una organización y representa la base para la formulación de sus objetivos y estrategias. Una formulación de misión muestra una visión a largo plazo de una organización en términos de qué se quiere ser y a quién se desea servir. *Describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una empresa.*

Visión: La visión empresarial es dónde se ubica la ubicación en el futuro; es la definición del escenario en el cuál la institución se encontrará a mediano o largo plazo.

b) IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA. Para implementar la estrategia, la empresa debe establecer objetivos anuales, idear políticas, motivar a los empleados y asignar recursos para asignar las estrategias formuladas.

Esta fase tiene 4 componentes principales:

Diseño de una estructura organizacional. La organización necesita adoptar una estructura correcta que permita el funcionamiento de una estrategia.

Diseño de sistemas de control. La empresa debe decidir cómo evaluar de la mejor manera el desempeño y controlar las acciones de las unidades.

Adecuación de la estrategia, la estructura y los controles.

Manejo del conflicto, las políticas y el cambio.

c) EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA. Una vez implantada la estrategia, los gerentes deben saber cuando no está funcionando ésta. Para esto es necesario un monitorio de su ejecución. Es preciso evaluar las estrategias porque el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana.

3. HERRAMIENTAS A UTILIZAR.

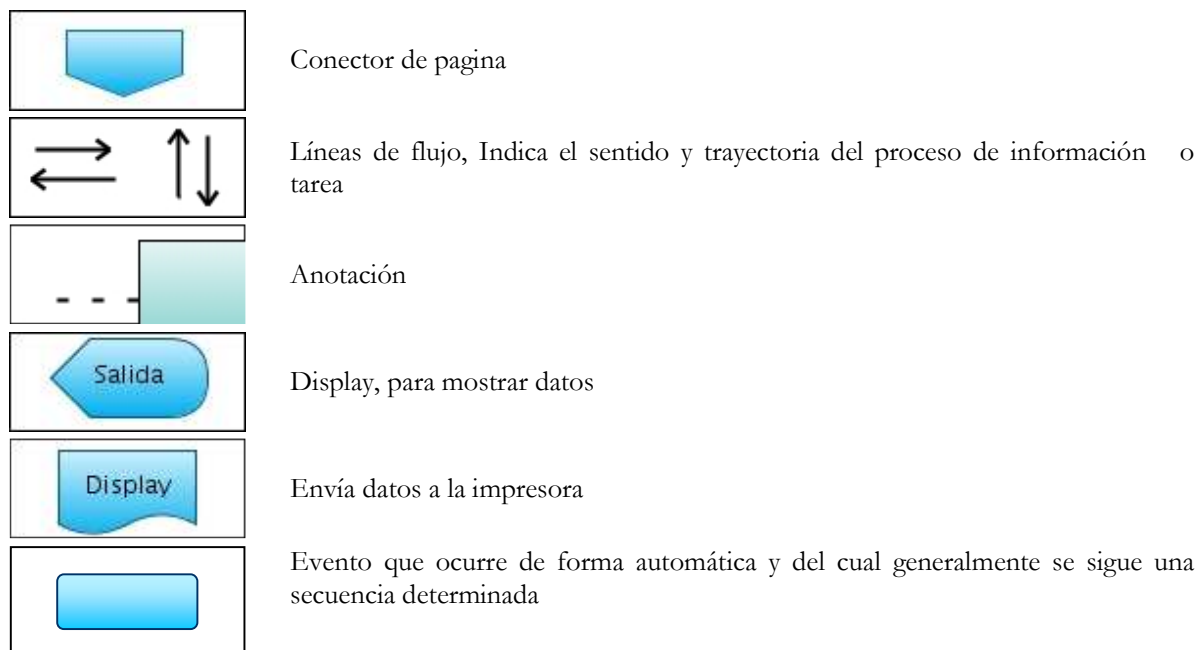
3.1 HERRAMIENTAS DE APOYO

DIAGRAMAS DE FLUJO

Es un diagrama que utiliza símbolos gráficos para representar el flujo y las fases de un proceso. Básicamente está compuesto por símbolos y líneas, cada uno de los cuales indica ya sea una actividad, decisión, o dirección. En el caso de las líneas de flujo representan el progreso de los pasos en la secuencia, cuya punta indica la dirección del flujo del proceso.

La simbología puede ser diversa y no es indispensable usar un tipo especial de símbolos para crear un diagrama de flujo, pero existen algunos ampliamente utilizados y normalizados por la ISO, tales como:

	Representar un evento o proceso determinado
	Operaciones de entrada y salida de información
	Toma de desiciones y Ramificación, Se utiliza para representar una condición
	Conector que se utiliza cuando es necesario dividir un diagrama de flujo en varias partes, por razones de espacio o simplicidad. Una referencia debe de darse dentro para distinguirlo de otros.
	Disco magnético



TORMENTA DE IDEAS

Llamado Brainstorming o lluvia de ideas, es una herramienta utilizada para posibilitar la generación de un gran número de ideas por parte de un grupo, y su presentación ordenada. Es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado. Bajo la idea que un grupo genera más y mejores ideas que los individuos independientemente. La principal regla es **aplazar el juicio**, ya que en un principio toda idea es válida y ninguna debe ser rechazada. Cualquier persona del grupo podrá aportar cualquier idea de cualquier índole que crea conveniente para el caso tratado. Un análisis posterior explotará estratégicamente la validez cualitativa de lo producido con esta técnica.

DIAGRAMA DE PARETTO

El Diagrama de Pareto constituye un sencillo y gráfico método de análisis que permite discriminar entre las causas más importantes de un problema (los pocos y vitales) y las que lo son menos (los muchos y triviales). Ayuda a concentrarse en las causas que tendrán mayor impacto en caso de ser resueltas y proporciona una visión simple y rápida de la importancia relativa de los problemas.

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO

El diagrama de Ishikawa, o **Diagrama Causa-Efecto**, es una herramienta que ayuda a identificar, clasificar y poner de manifiesto posibles causas, tanto de problemas específicos como de características de

calidad. Ilustra gráficamente las relaciones existentes entre un resultado dado (efectos) y los factores (causas) que influyen en ese resultado.

DIAGRAMA DE AFINIDAD

Este diagrama permite organizar la información que se ha reunido a partir de una lluvia de ideas. A partir de éste se reúnen hechos, opiniones e ideas sobre áreas en desorganización. Ayuda a agrupar los elementos que están relacionados ya que cada grupo se une alrededor de un tema o concepto clave, basándose en el principio de que muchos de estos datos son afines por lo que pueden reunirse bajo unas pocas ideas generales.

3.2 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

MATRIZ FODA

Ésta además de ser una moderna herramienta para el análisis de situaciones como la situación competitiva de una organización, es también una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas.

Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es inherente a cada organización. Dentro de cada una de los ambientes (externo e interno) se analizan las principales variables que la afectan; en el ambiente externo encontramos las **amenazas** (que son todas las variables negativas que afectan directa o indirectamente a la organización) y además las **oportunidades** (que nos señalan las variables externas positivas a nuestra organización). Dentro del ambiente interno encontramos las **fortalezas** (que son los factores que benefician a la organización) y las **debilidades** (que son aquellos factores que menoscaban las potencialidades de la empresa). El punto de partida de este modelo son las amenazas ya que en muchos casos las compañías proceden a la planeación estratégica como resultado de la percepción de crisis, problemas o amenazas.

La matriz FODA conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias, que son:

- **Estrategia FO:** Se basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.
- **Estrategia FA:** Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas.

- **Estrategia DA:** Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades. Aquí la estrategia va dirigida a la sobre vivencia.
- **Estrategia DO:** Tiene la finalidad de mejorar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. Una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.

LA OBSERVACIÓN DIRECTA

Consiste en observar a las personas cuando efectúan su trabajo. Como técnica de investigación, la observación tiene amplia aceptación científica. Los sociólogos, psicólogos e ingenieros industriales utilizan extensamente ésta técnica con el fin de estudiar a las personas en sus actividades de grupo y como miembros de la organización.

TÉCNICA DE MAPA DE LOS STAKEHOLDERS/MATRIZ PODER/DINAMISMO Y MATRIZ PODER/INTERES

Valorar la importancia de los interesados (Stakeholders) es una parte importante de cualquier análisis estratégico y consiste en hacer juicios acerca de tres aspectos:

- La probabilidad que hay en cada grupo de los interesados instale sus expectativas en la organización.
- Relacionar el poder de los interesados sobre la organización.
- El probable impacto de las expectativas de los interesados en las estrategias futuras.

Las matrices que se utilizarán son:

1. Matriz Poder / Dinamismo.
2. Matriz Poder / Interés

Matriz Poder / Dinamismo.

Esta matriz es una forma útil de valorar hacia donde deberían encauzarse los esfuerzos durante el desarrollo de nuevas estrategia. Los grupos que sean mas difíciles con los que hay que enfrentarse se colocan en el cuarto cuadrante (D), ya que en esta posición es donde se designan los grupos mas poderosos y que pueden bloquear o apoyar las nuevas estrategias y sus posturas es difícil de predecir. En el tercer cuadrante (C) se colocan los grupos de interesados que son poderosos pero son predecibles, en el primer (A) y segundo (B) cuadrante poseen menos poder, aunque esto no signifique que sean irrelevantes, la actitud de esto puede que tengan influencias sobre los otros grupos que poseen mayor grado de poder.

La matriz se forma de la manera siguiente:

Predecibilidad.

		Alta	Baja.
<i>Poder.</i>	Baja.	A Pocos Problemas.	B Impredecibles pero manejables.
	Alta	C Poderosos pero predecibles.	D Los mayores peligros u oportunidades.

Fig. 1: Mapa de los Stakeholders: Matriz Poder / Dinamismo, adaptada de A. Mendelow 1991.

Matriz Poder / Interés.

Clasifica a los grupos de interesados en relación al poder que tienen y al posible interés que muestran para la organización. La matriz indica el tipo de relación que necesitara establecer la organización con cada grupo. Desde luego la admisibilidad de las estrategias por parte de los jugadores claves (cuarto cuadrante D) debería ser una consideración crítica en la formulación y evaluación de las nuevas estrategias. Los Stakeholders más difícil son los del segmento del tercer cuadrante (C), aunque son relativamente pasivos estos pueden influir en las estrategias como resultados de acontecimiento específicos, por lo que se dedique una completa consideración en la reacción en las estrategias futuras.

De forma similar el segmento del segundo cuadrante (B) deben atenderse debidamente en su mayor parte mediante información ya que son aliados de importancia crucial para influir en las actitudes de los grupos de interés mas poderosos, la importancia de este posicionamiento estriba en:

- Trazar el mapa una forma de valorar la adecuación cultural.
- Quienes serán los obstrutores y los facilitadotes claves del cambio.
- El grado de necesidad de actividades de mantenimiento para disuadir a los otros grupos de interesados.

El primer cuadrante (A) esta representado por los grupos de interesados que poseen menor poder y poco interés sobre las organizaciones. La matriz esta formada de la siguiente manera:

		Interés.	
		Alta	Baja.
Poder.	Baja.	A Mínimo Esfuerzo.	B Tener Informado.
	Alta	C Tener Satisfecho.	D Jugadores Claves.

Fig. 2: Mapa de los Stakeholders: Matriz Poder / Interés, adaptado de A. Mendelow 1991.

ANÁLISIS PEST

Este análisis es útil para identificar qué influencias del entorno son especialmente importantes y saber hasta qué punto ocurren cambios que los pueden hacer más o menos significativos en el futuro de las empresas y sus competidores.

Se le llama análisis PEST ya que indica las influencias **Políticas, Económicas, Sociales y Tecnológicas** que influyen en las empresas.

El análisis PEST contribuye al análisis estratégico en 3 formas diferentes:

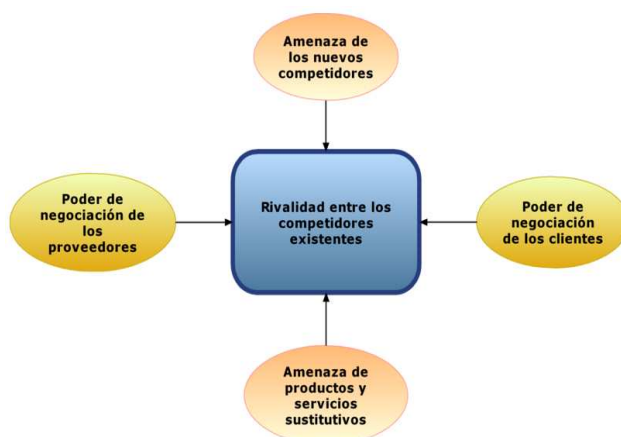
- 1) Puede utilizarse como un Checklist, al momento de considerar y analizar las diferentes influencias; aunque se debe profundizar mas en las influencias que resulten relevantes.
- 2) Sirve para Identificar un número de influencias del entorno que son claves. Lo esencial es que la estrategia de la empresa se oriente hacia esas influencias claves.
- 3) El análisis PEST también es útil para identificar los conductores del cambio.

También puede ayudar a examinar el impacto diferencial de las influencias externas en las organizaciones bien histórica o prospectivamente, esto se basa en la identificación de las tendencias o influencias claves y se pregunta hasta que punto esas influencias externas afectarán a las diferentes organizaciones.

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS

El **Análisis Porter de las cinco fuerzas** es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1979, en que se describen las 5 *fuerzas* que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste. Las primeras cuatro fuerzas se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria.

Éste método de análisis se desarrolló con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas. Para Porter, existen 5 diferentes tipos de fuerzas que marcan el éxito o el fracaso un sector o de una empresa:



1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. La rivalidad entre los competidores. Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

3. Poder de negociación de los proveedores. Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

4. Poder de negociación de los compradores. Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos. Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

El análisis de las 5 fuerzas de Portes se utiliza para:

1. Desarrollar una ventaja competitiva respecto a rivales.
2. Entender mejor la dinámica que influye en una industria y/o cual es tu posición en ella.
3. Analizar la posición estratégica de una empresa.

3.2.1 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO

MUESTREO ESTADISTICO.

Concepto de Muestreo.

Es una herramienta de la investigación científica cuya función es determinar qué parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población. Obtener una muestra adecuada significa lograr una versión simplificada de la población, que reproduzca de algún modo sus rasgos básicos.

Definiciones Básicas del Muestreo.

- ✚ **Población objeto:** conjunto de individuos de los que se quiere obtener una información.
- ✚ **Unidades de muestreo:** número de elementos de la población, no solapados, que se van a estudiar. Todo miembro de la población pertenecerá a una y sólo una unidad de muestreo.
- ✚ **Tamaño de la muestra:** la decisión se toma sobre cuántas personas deben ser entrevistadas para que la información obtenida sea representativa de toda la población meta.
- ✚ **Unidades de análisis:** objeto o individuo del que hay que obtener la información.
- ✚ **Marco muestra:** lista de unidades o elementos de muestreo.
- ✚ **Muestra:** conjunto de unidades o elementos de análisis sacados del marco.
- ✚ **Estadístico:** es una medida usada para describir alguna característica de una muestra , tal como una media aritmética, una mediana o una desviación estándar de una muestra.
- ✚ **Parámetro:** es una medida usada para describir alguna característica de una población, tal como una media aritmética, una mediana o una desviación estándar de una población.
- ✚ **Error Estándar:** La desviación estándar de una distribución, en el muestreo de un estadístico, es frecuentemente llamada el error estándar del estadístico.

- ✚ **Error muestral o error de muestreo:** La diferencia entre el resultado obtenido de una muestra (un estadístico) y el resultado que deberíamos haber obtenido de la población (el parámetro correspondiente) se llama el error muestral o error de muestreo.

MÉTODOS DE SELECCIÓN DE MUESTRAS.

Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población. Por lo tanto, se requiere un gran volumen para incluir todos los tipos de métodos de muestreo.

Los métodos de selección de muestras pueden ser clasificados de acuerdo a:

1. El número de muestras tomadas de una población dada para un estudio.
2. La manera usada en seleccionar los elementos incluidos en la muestra. Los métodos de muestreo basados en los dos tipos de clasificaciones son expuestos en seguida.

Cálculo del Tamaño Muestral

Cada estudio tiene un tamaño muestral idóneo, que permite comprobar lo que se pretende con la seguridad y precisión fijadas por el investigador.

FORMULAS: CALCULO PROBABILÍSTICO DEL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

Tamaño de la población infinito o desconocido

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{P \cdot q}{i^2}$$

Tamaño de la población finito

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n	Tamaño muestral
N	Tamaño de la población, número total de historias.
Z	Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$ y 2,58 para $\alpha = 0,01$.
P	Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable ($p=0,5$), que hace mayor el tamaño muestral.
q	1-p (Si $p=30\%$, $q=70\%$)
i	Error que se prevé cometer. Por ejemplo, para un error del 10%, introduciremos en la fórmula el valor 0,1. Así, con un error del 10%, si el parámetro estimado resulta del 80%, tendríamos una seguridad del 95% (para $\alpha = 0,05$) de que el parámetro real se sitúa entre el 70% y el 90%. Vemos, por tanto, que la amplitud total del intervalo es el doble del error que introducimos en la fórmula.

MUESTREO PROBABILÍSTICO.

El método otorga una probabilidad conocida de integrar la muestra a cada elemento de la población y dicha probabilidad no es nula para ningún elemento, por lo que el muestreo probabilístico presenta las siguientes características:

- Todos los casos presentes en el marco muestral tienen la probabilidad de estar en el marco final.
- Permite inferencias estadísticas.
- Su potencialidad está en la capacidad de estimar el posible error que afecte al estimado muestral, pero este diseño está sujeto a fuertes restricciones técnicas.

Los tipos de muestreo probabilístico son los siguientes:

⇒ Muestreo aleatorio.

Consideremos una población finita, de la que deseamos extraer una muestra, cuando el proceso de extracción es tal que garantiza a cada uno de los elementos del universo la misma oportunidad de ser incluidos en dicha muestra, denominamos al proceso de selección muestreo aleatorio.

El muestreo aleatorio se puede plantear bajo dos puntos de vista:

- Sin reposición de los elementos;
- Con reposición.

1. *Muestreo aleatorio con reposición o muestreo aleatorio simple*

Sobre una población de tamaño N podemos realizar extracciones de n elementos, pero de modo que cada vez el elemento extraído es repuesto al total del universo. De esta forma un elemento puede ser extraído varias veces.

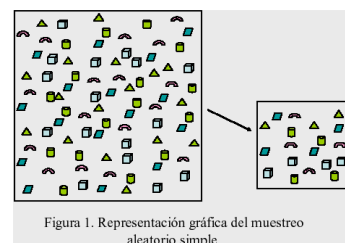
La desventaja del muestreo con reposición es que una misma unidad puede ser seleccionada varias veces en una misma muestra, por lo que no se incrementa la información. Sin embargo, si el universo es muy grande la probabilidad de que esto ocurra es muy pequeña.

$$p(\text{obtener una determinada muestra}) = p(x_1, x_2, \dots, x_n) = 1/N \times 1/N \times \dots \times 1/N$$

Muestreo aleatorio sin reposición o muestreo irrestricto.

Cada vez que se hace una extracción, la unidad seleccionada no se devuelve al universo. Por lo tanto, no se permite que una misma unidad sea seleccionada más de una vez. Esto hace variar la probabilidad de obtener una determinada muestra:

$$p(\text{obtener una determinada muestra}) = p(x_1, x_2, \dots, x_n) = 1/N \times 1/(N-1) \times \dots \times 1/(N-n)$$



Cuando la población sea muy grande, las diferencias entre estos dos tipos de muestreo van a ser mínimas. Se considerará que trabajaremos con poblaciones grandes, por lo que se utilizará el muestreo aleatorio simple.

∞ **Muestreo sistemático.**

Cuando los elementos de la población están ordenados de 1 a N en fichas o en una lista, una manera de muestrear consiste en:

- Elegir al azar un número m entre 1 y N, para empezar a seleccionar la muestra.
- Tomar como muestra los elementos de la lista a partir de esos m tomados de k en k (por ejemplo de 20 en 20)

hasta completar una muestra de tamaño n. (k es el n° entero más cercano a N/n) y teniendo en cuenta que la lista sea circular, es decir que el elemento N+1 coincide con el primero. De esta forma, con una lista circular, todos los elementos tiene la misma probabilidad de ser seleccionados.



Figura 2. Representación gráfica del muestreo aleatorio sistemático.

∞ **Muestreo aleatorio estratificado.**

Un muestreo aleatorio estratificado es aquel en el que se divide la población de N individuos, en k subpoblaciones o estratos, atendiendo a criterios que puedan ser importantes en el estudio (sexo, grupo de edad, nivel de estudios, lugar geográfico, tamaño del municipio, etc), de tamaños respectivos N_1, \dots, N_k , y realizando en cada una de estas subpoblaciones muestreos aleatorios simples de tamaño “ n_i ”.

∞ **Muestreo por conglomerados.**

Éste consiste en dividir la población en unidades pequeñas y geográficamente compactas denominadas conglomerados.

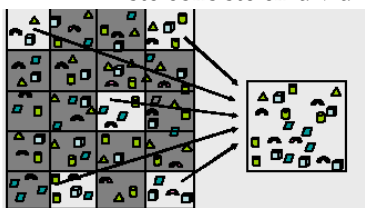


Figura 4. Representación gráfica del muestreo aleatorio por conglomerados.

Por ejemplo, en el muestreo de los habitantes de una ciudad, elegir aleatoriamente ciertos barrios, para después elegir calles y edificios. Una vez seleccionados aleatoriamente una muestra de edificios, en cada uno de ellos se entrevista a todos los vecinos. En esta técnica de muestreo la unidad muestral es el conglomerado, donde se supone que presenta un comportamiento interno muy heterogéneo (varianza grande) pero

presumiblemente un comportamiento homogéneo o similar al de otros conglomerados (varianza entre conglomerados pequeña).

En el siguiente cuadro se presentan las características, ventajas e inconvenientes que poseen cada uno de los tipos de muestreos probabilísticas.

Cuadro 2. Resumen de características, ventajas y desventajas de los tipos de muestreo probabilística.

TIPO DE MUESTREO PROBABILÍSTICA.	CARACTERÍSTICAS.	VENTAJAS.	INCONVENIENTES.
Aleatorio simple.	<ul style="list-style-type: none"> • Se selecciona una muestra de tamaño n de una población de N unidades, cada elemento tiene una probabilidad de inclusión igual y conocida de n/N. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sencillo y de fácil comprensión. • Cálculo rápido de medias y varianzas. • Se basa en la teoría estadística, y por tanto existen paquetes informáticos para analizar los datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere que se posea de antemano un listado completo de toda la población. • Cuando se trabaja con muestras pequeñas es posible que no represente a la población adecuadamente.
Sistemático.	<ul style="list-style-type: none"> • Conseguir un listado de los N elementos de la población • Determinar tamaño muestral n. • Definir un intervalo $k=N/n$. • Elegir un número aleatorio, r, entre 1 y k (r=arranque aleatorio). • Seleccionar los elementos de la lista. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil de aplicar. • No siempre es necesario tener un listado de toda la población. • Cuando la población está ordenada siguiendo una tendencia conocida, asegura una cobertura de unidades de todos los tipos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si la constante de muestreo está asociada con el fenómeno de interés, las estimaciones obtenidas a partir de la muestra pueden contener sesgo de selección
Estratificado.	<ul style="list-style-type: none"> • En ciertas ocasiones resultará conveniente estratificar la muestra según ciertas variables de interés. Para ello debemos conocer la composición estratificada de la población objetivo a muestrear. Una vez calculado el tamaño muestral apropiado, este se reparte de manera proporcional entre los distintos estratos definidos en la población usando una simple regla de tres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiende a asegurar que la muestra represente adecuadamente a la población en función de unas variables seleccionadas. • Se obtienen estimaciones más precisa • Su objetivo es conseguir una muestra lo mas semejante posible a la población en lo que a la o las variables estratificadoras se refiere. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha de conocer la distribución en la población de las variables utilizadas para la estratificación.
Conglomerados.	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizan varias fases de muestreo sucesivas (polietápico) • La necesidad de listados de las unidades de una etapa se limita a aquellas unidades de muestreo seleccionadas en la etapa anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es muy eficiente cuando la población es muy grande y dispersa. • No es preciso tener un listado de toda la población, sólo de las unidades primarias de muestreo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El error estándar es mayor que en el muestreo aleatorio simple o estratificado. • El cálculo del error estándar es complejo.

LEYES DEL MÉTODO DE MUESTREO.

El método de muestreo se basa en ciertas leyes que le otorgan su fundamento científico, las cuales son:

- ❖ **Ley de los grandes números:** si en una prueba, la probabilidad de un acontecimiento o suceso es P , y si éste se repite una gran cantidad de veces, la relación entre las veces que se produce el suceso y la cantidad total de pruebas (es decir, la frecuencia F del suceso) tiende a acercarse cada vez más a la probabilidad P .
- ❖ **Cálculo de probabilidades:** La probabilidad de un hecho o suceso es la relación entre el número de casos favorables (p) a este hecho con la cantidad de casos posibles, suponiendo que todos los casos son igualmente posibles. El método de establecer la probabilidad es lo que se denomina cálculo de probabilidad. De estas dos leyes fundamentales de la estadística, se infieren aquellas que sirven de base más directamente al método de muestreo:
 - **Ley de la regularidad estadística:** un conjunto de n unidades tomadas al azar de un conjunto N , es casi seguro que tenga las características del grupo más grande.
 - **Ley de la inercia de los grandes números:** esta ley es contraria a la anterior. Se refiere al hecho de que en la mayoría de los fenómenos, cuando una parte varía en una dirección, es probable que una parte igual del mismo grupo, varíe en dirección opuesta.
 - **Ley de la permanencia de los números pequeños:** si una muestra suficientemente grande es representativa de la población, una segunda muestra de igual magnitud deberá ser semejante a la primera; y, si en la primera muestra se encuentran pocos individuos con características raras, es de esperar encontrar igual proporción en la segunda muestra.

3.3 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Es importante identificar la metodología con que se obtendrá la información que junto con las herramientas y técnicas de ingeniería permitirán desarrollar la etapa de Diagnóstico. En este apartado se detallan aquellas herramientas que se utilizarán para recopilar y analizar la información.

Se recolectarán dos tipos de información:

- **INFORMACIÓN PRIMARIA:** Es aquella información que se crea en el momento de realizar una investigación debido a que no se posee información previa que sirva para alcanzar los objetivos que se persiguen.
- **INFORMACIÓN SECUNDARIA:** Es aquella información de tipo bibliográfico que ha sido previamente recopilada y analizada.

3.3.1 HERRAMIENTAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA.

Para la recolección de información primaria se usarán tres tipos de técnicas: ENCUESTAS, ENTREVISTAS Y MESA REDONDA O PANEL FORUM, los cuales se explican a continuación.

ENCUESTAS/CUESTIONARIO

Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Aun cuando existen varios tipos de encuesta, explicaremos brevemente las que nos interesan con fines para el desarrollo de la “propuesta de gestión integral para la reactivación del Centro Turístico Puerto San Juan”, las cuáles son:

1. Por muestreo
2. Censos

Encuestas por Muestreo: en ella se elige una parte de la población que se estima representativa de la población total. La información que se obtiene se considera representativa de todas las unidades seleccionadas que componen el universo a investigar.

Sondeo de opinión: es una forma reducida de una encuesta por muestreo. Esta forma de encuesta es similar a un muestreo, pero se caracteriza porque la muestra de la población elegida no es suficiente como para poder inferir los datos en el universo ni para que los resultados puedan aportar un informe confiable. Se utiliza solo para recolectar algunos datos sobre lo que piensa un número de individuos de un determinado grupo sobre un determinado tema.

El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y de recolección de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

En la actualidad, existen cuatro ***tipos de encuesta*** que se dividen según el medio que se utiliza para realizar la encuesta:

1. **Encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad:** Son directas o personales con cada encuestado. Su ventaja es que son controladas y guiadas por el encuestador y se suele obtener más información que con otros medios (el teléfono y el correo).

2. **Encuestas telefónicas:** Sus principales ventajas son: 1) se puede abarcar un gran número de personas en menos tiempo que la entrevista personal, 2) sus costos suelen ser bajos y 3) es de fácil administración. Su principal desventaja es que el encuestador tiene un mínimo control sobre la entrevista, la cual debe ser corta (para no molestar al encuestado).
3. **Encuestas postales:** Consiste en el envío de un "cuestionario" a los potenciales encuestados, pedirles que lo llenen y hacer que lo remitan a la empresa o a una casilla de correo.
4. **Encuestas por Internet:** Este tipo de encuesta consiste en "colocar" un cuestionario en una página Web o en enviarlo a los correos electrónicos de un panel predefinido.



a) Según la contestación que admitan:

- *Abiertas:* sólo formulan las preguntas, sin establecer categorías de respuesta. Se deben utilizar muy poco en las encuestas.
- *Cerradas:* Dicotómicas, se deben utilizar sólo para temas muy bien definidos que admiten alternativas de respuesta, "Sí o No" y a veces Ns/Nc alternativas como respuesta.
- *Categorizadas,* establecen las categorías de respuesta y a su vez se subdividen en:
 - o De respuesta espontánea
 - o De respuesta sugerida
 - o De valoración, en donde el entrevistador lee una escala de intensidad de categorías de respuesta.

b) Según su función en el cuestionario:

- *Filtro:* se utilizan mucho para eliminar aquellas personas que no les afecten determinadas preguntas, es decir que marcan la realización o no de preguntas posteriores.
- *Batería:* todas las preguntas tratan sobre un mismo tema y que siempre deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería, empezando por las + sencillas y luego las + complejas. Esto se denomina "embudo de preguntas".

- *De control*: se utilizan para comprobar la veracidad de las respuestas de los encuestados y normalmente lo que se hace en estos casos es colocar la misma pregunta pero redactada de forma distinta en lugares separados una de la otra.
- *Amortiguadoras*: se refieren a que cuando estamos preguntando temas escabrosos o, hay que preguntar suavizando la pregunta y no preguntar de modo brusco y directo.

5

c) Según su contenido:

- *Identificación*: sitúan las condiciones en la estructura social. Ej. Edad, sexo, profesión.
- *Acción*: tratan sobre las acciones de los entrevistados. Ej. ¿Va al cine? ¿fuma?.
- *Intención*: indagan sobre las intenciones de los encuestados. Ej. ¿Va a votar?.
- *Opinión*: tratan sobre la opinión encuestados sobre determinados temas. Ej. ¿Qué piensa sobre...?.
- *Información*: analizan el grado de conocimiento de los encuestados sobre determinados temas.
- *Motivos* tratan de saber el porqué de determinadas opiniones o actos.

ENTREVISTA

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. La entrevista es una forma de conversación, no de interrogación, al analizar las características de los sistemas con personal seleccionado cuidadosamente por sus conocimientos sobre el sistema, los analistas pueden conocer datos que no están disponibles en ninguna otra forma.

Tipo de entrevista

De acuerdo al tipo de información que se desea recabar, se puede elaborar las entrevistas en forma **estructurada** o **sin estructura**.

Las entrevistas estructuradas utilizan *formatos abiertos o cerrados*, en el caso de que sean abiertos, el usuario podría dar cualquier respuesta que considere apropiada; en el caso de preguntas cerradas, se proporciona al usuario un conjunto de respuestas que puede seleccionar.

MESA REDONDA

Ésta es un tipo de técnica grupal la cual permite alcanzar tanto los fines relacionados con la productividad como aquellos relacionados con el aprendizaje y los relacionados con la formación y mantenimiento de un grupo.

Los integrantes de la mesa redonda no pueden ser menos de tres. Cada uno hace uso de la palabra durante un breve lapso que el coordinador moderará, cediendo la palabra a los otros participantes de la mesa redonda en forma sucesiva. Asimismo, irá tomando notas durante las exposiciones. Terminada las exposiciones, el coordinador resume brevemente las ideas aportadas por cada uno, señalando las

diferencias más notorias que se hayan planteado. A continuación se propone al auditorio hacer preguntas sobre lo expuesto, a los integrantes de la mesa redonda.

3.3.2 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

BIBLIOGRÁFICA/DOCUMENTACIÓN

Es el momento del proceso de investigación en que se acumulan, seleccionan y anotan todas las informaciones pertinentes consignadas en otros registros, o aquellas que se recogen en la observación directa o indirecta de campo.

TIPOS DE DATOS:

1. Datos recopilados en el trabajo de campo

Se recogen por un contacto directo realizado por el acopiador o por medio de encuestas. Este tipo de recopilación se realiza en casos de carencia de bibliografía sobre el tema; o cuando la bibliografía existente ofrece dudas; o cuando por razones no pueda postergarse el examen directo de los hechos o el material específico.

2. Datos recogidos en documentos

- b) *No bibliográficos*: Los que se han realizado en filmes, cámaras fotográficas, grabadoras, videocintas, etc.
- c) *Bibliográficos*: Incluyen diversos tipos de publicación: datos en libros de texto, monografías, estudios, revistas, folletos, tesis, etc., y en general en todo impreso tipográfico.

Se tratará de recabar aquellos datos que estén en relación directa con el problema enunciado. Debe escogerse solo aquella información cuya integración no distorsione, por redundante o impertinente, el avance de la investigación. En caso de recurrir a fuentes secundarias, conviene cerciorarse de la autoridad, seriedad y veracidad del trasmisor.

4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

- ✚ **Investigación exploratoria:** Esta investigación se diseña con el objeto de obtener una investigación preliminar de la situación con un gasto mínimo en dinero y tiempo. Es apropiada en situaciones en las que la gerencia está en busca de problemas u oportunidades potenciales de nuevos enfoques o desea una formulación más precisa del problema y la identificación de variables relacionadas con la situación de decisión.

- ✚ **Investigación concluyente:** Suministra información que ayuda al gerente a evaluar y seleccionar la línea de acción. Algunos de los posibles enfoques de investigación incluyen encuesta, experimentos, observaciones y simulación.
- ✚ **Investigación de desempeño:** Es el elemento esencial para controlar los programas de mercadeo, en concordancia con los planes. Una desviación del plan puede producir una mala ejecución del programa de mercadeo y/o cambios no anticipados en los factores de situación.

De acuerdo a los niveles, la investigación se considera de dos clases: ***La investigación preliminar y la investigación definitiva.***

Investigación Preliminar

La investigación preliminar es la obtención de conocimientos básicos sobre un tema; es la recopilación de información de antecedentes del negocio y de su medio ambiente, a través de entrevistas con individuos ajenos a la compañía como puede ser un consumidor. Este tipo de investigación consiste en obtener las opiniones acerca de los productos o servicios en el mercado y las condiciones en que se encuentran en pequeña escala preferentemente y su objetivo principal es el de verificar que la información que se obtenga sea útil para la toma de decisiones o cuando menos sea la base para redefinir el objetivo y proceder al planteamiento de la investigación de mercados concluyente.

La Investigación Definitiva

Parte de la investigación preliminar o base, y, aunque los métodos para la recopilación de los datos sean similares, estos se sujetan a exámenes rigurosos y pruebas más exigentes para eliminar en lo posible los errores o riesgos propios de la investigación. Los métodos que se aplican son de índole variada con base estadística y matemática, muestreo para la recolección y, regresión y correlación para la estimación y proyección. Se realiza un análisis penetrante de los componentes del mercado, se elabora un estudio sistemático de las relaciones e interrelaciones de estos componentes.

5. MARCO CONCEPTUAL.

5.1 TURISMO.

Según la OMT (Organización Mundial de Turismo) se entiende por turismo al “Conjunto de actividades que contribuyen al descanso, que ofrecen la posibilidad de conocer y entrar en contacto con otras culturas, expresiones humanas y con la naturaleza diferentes a lo cotidiano que nacen del derecho que tienen los seres humanos a disponer del tiempo libre en la búsqueda de su satisfacción personal y el disfrute de los bienes que proporciona la naturaleza y la sociedad”.

INDUSTRIA DEL TURISMO.

La industria del turismo es el “Conjunto de industrias y actividades comerciales que producen bienes y servicios total o principalmente para el consumo turístico como alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, agencias de viaje, operadores de turismo, atracciones comerciales, merchandising, artesanías y recuerdos que suceden en el origen y en el destino” (Weaver y Opperman).

TIPOLOGÍAS DE TURISMO.

Las tipologías de turismo están clasificadas por la OMT de acuerdo a varios componentes, que son: espacial, temporal, propósito de tipo y tipo de viajeros. Los principales tipos de turismo son:

Ecoturismo: Es aquella actividad dirigida y controlada que respeta el patrimonio natural y cultural y que se lleva a cabo dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. Busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad aledaña. El ecoturismo o turismo de la naturaleza responde a la búsqueda e lugares donde la naturaleza se conserva relativamente intacta y donde se pueda estudiar, admirar y disfrutar su paisaje.

Turismo Cultural: Es aquella forma de turismo que apunta, entre otros fines, al conocimiento de sitios históricos y arqueológicos. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cuál sirve de disfrute y medio de comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos.

Turismo Rural: Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos.

PATRIMONIO Y RECURSOS TURÍSTICOS.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) existen 2 conceptos muy importantes y claramente diferenciados en materia de turismo. Estos son:

- **Patrimonio Turístico** (de un país, región o zona): es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas.
- **Recursos Turísticos:** Son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

El patrimonio turístico constituye el elemento fundamental que el hombre podrá transformar en recursos turísticos utilizando los medios técnicos, económicos y financieros propios a su entorno cultural, político y social.

TURISTA.

Se considera turista a “toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual por un período mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El término incluye personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar amigos, familiares o motivos profesionales, por tratamiento de salud, por religión, peregrinación o por otros motivos. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal de fuerzas armadas y viajeros temporales” (OMT, 1994).

5.2 GESTIÓN

- **Definición:**⁴

1. Proceso que desarrolla actividades productivas con el fin de generar rendimientos de los factores que en él intervienen. Es el proceso mediante el cual se obtiene, despliega o utiliza una variedad de recursos básicos para apoyar los objetivos de la organización.

GESTION INTEGRAL.

- **Definición:**

1. Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos; implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener.

En el pasado los sistemas de Gestión se encontraban divididos según el área de acción dentro de la organización (S.G. financiera, S.G. de la producción, S.G. de la Calidad; etc.). Debido a las exigencias del entorno que se encuentra en permanente cambio y cuya tendencia es la optimización, actualmente sólo es viable para una organización hablar de un sistema de gestión en el cual se asegure un mismo sistema para todos los procesos, objetivos y metas organizacionales, que se mueva en busca de objetivos a través de caminos comunes (Sistema de Gestión Integral) y no como ruedas sueltas dentro de la misma organización.

La Gestión ecoturística es el manejo de la diversidad de los recursos naturales que genera una oferta turística cuyo objetivo es el de estructurar y planificar el buen uso de la naturaleza como atractivo, junto

⁴ Las definiciones Modelo de Gestión Integral Juan Mestre Sancho y WIKIPEDIA.

con el desarrollo económico sostenible y bienestar de las comunidades a partir de una interrelación entre el medio ambiente y el turista.

Finalmente la **GESTIÓN INTEGRAL** ecoturística es un sistema de gestión que busca coordinar tanto a los distintos oferentes de actividades ecoturísticas como a los recursos naturales con los que cuenta un determinado lugar dentro de la estructura de una misma organización, articulando la participación del conjunto de actores para lograr una optimización al hacer uso de los recursos en la búsqueda por alcanzar objetivos comunes y de englobar todos los procesos bajo un solo sistema de gestión.

5.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.⁵

- **Definición.**

1. Es el Proceso mediante el cual los ejecutivos trazan la dirección a largo plazo de una entidad estableciendo objetivos específicos en el desempeño tomando en cuenta circunstancias internas y externas para llevar a cabo los planes de acción seleccionados. Se da dentro de las organizaciones en el nivel directivo, o el más alto nivel de mando.

La Planificación Estratégica ayuda a que se tengan claros sus objetivos y así puedan definir un programa de acciones para realizarlos.

Diagnóstico inicial y concreción de la situación de futuro

Antes de abordar el desarrollo de las propuestas e iniciativas futuras, hay que realizar una análisis lo más profundo y extenso posible de la **situación actual del negocio**. Para ello se utilizan una serie de métodos para realizar este análisis, los cuales pueden ser cuantitativos (indicadores sociodemográficos, turísticos, de recursos, etc.) o cualitativos (Panel Forum, método Delphi, encuestas, entrevistas etc.). Una vez conocida la situación actual de la entidad es hora de proponer una situación futura

5.3.1 PLANIFICACIÓN ESTRUCTURAL.

La planificación estructural consiste en la buena distribución y coordinación de los recursos del grupo. Este tipo de planificación está relacionado con la estructura de funcionamiento, el reparto de tareas, el sistema de distribución de la información y los procedimientos establecidos para cada una de las tareas. Esta planificación define el organigrama, y sirve para especificar las interrelaciones y los vínculos formales existentes entre las tareas y los individuos que ostentan los diversos puestos creados. Se trata de

⁵ Basado en Modelo de Gestión Integral Juan Mestre Sancho.

fundamentar por escrito las funciones de cada comisión y cada puesto, la interrelación entre ellos y las tareas a efectuar. Evidentemente se establece una cadena de mando.

5.3.2 PLANIFICACIÓN TÁCTICA.

Suele llamarse media y se da en directivos medios. La planeación táctica presenta características de ser un proceso continuo y permanente, orientado al futuro cercano, y sirve para racionalizar la toma de decisiones y determinar cursos de acción. Se debe convertir e interpretar en las decisiones estratégicas, del nivel más alto, en planes concretos en el nivel medio que se puedan emprender y a su vez, subdividir y detallar en planes operacionales a ejecutarse en el nivel operativo.

5.3.3 PLANIFICACIÓN OPERATIVA.

Realiza una micro planeación de las organizaciones de carácter inmediato, que detalla la forma en que las metas tendrán que ser alcanzadas. La parte operacional incluye esquemas de tareas y operaciones debidamente racionalizados y sometidos a un proceso. Se organiza con base a los procesos, se preocupa del por qué hacer y cómo hacer, orientándose a la optimización y maximización de resultados. Su alcance es inmediato y local, distinguiéndose por definir las tareas operacionales y su problema básico es la eficiencia. Esta planificación puede relacionarse con métodos, dinero, tiempo o comportamientos.

El Plan táctico y el Plan Operativo son dos elementos complementarios e inseparables en la planificación estratégica (son indisolubles). La elaboración o confección del Plan táctico y Operativo se basa en el desarrollo de los planes, programas y estrategias seleccionados en el Plan Estratégico que esté relacionado a corto y mediano plazo.

5.4 PLAN DE NEGOCIOS.⁶

- **Definición.**

1. Es una herramienta que expone el propósito general de una empresa, incluyendo temas como la estructura administrativa, la tecnología para desarrollar el producto/servicio, la organización, la fuente de inversiones iniciales, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa y su plan de marketing y estrategias de crecimiento. Generalmente se considera que un **plan de negocio es un** documento vivo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Un plan de negocio razonable debe justificar las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para la toma de dediciones, conseguir financiación y socios capitalistas y establecer el rumbo que poseerá la organización.

⁶Definición según Dr. Enrique Rivera del documento Plan de Negocios una Estrategia Inteligente.

2. Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examinando su viabilidad técnica, económica y financiera; desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto. Pero sobre todo, es un instrumento que ayuda al emprendedor a definir su oportunidad de negocio con una enorme profundidad. *Un plan de negocios define su empresa con precisión, identifica sus metas y sirve como currículum de la compañía.*

El plan es una explicación escrita del modelo de empresa a seguir.

Los planes de negocios según estas definiciones son modelos o formas de pensar sobre el futuro del negocio, a donde, cómo o qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos a los cuales la empresa enfrentará al encontrarse operando; por lo que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción; en el que se incluyen las estrategias futuras que deberán ejecutarse, tanto por el empresario como por sus colaboradores; utilizando los recursos con los que dispone la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y al mismo tiempo establecer mecanismos que permitirán controlar dichos logros.

- **Objetivos del Plan de Negocios.**

El Plan de Negocios tiene como objetivo ayudar a alcanzar un conocimiento amplio y detallado de la empresa o la actividad que pretende poner en marcha. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

- **Funciones del Plan de Negocios:**

Se detallan algunas de las funciones principales para las cuales se utiliza esta herramienta:

- ✚ Define los servicios que se pretenden comercializar.
- ✚ Se conoce la complejidad de los servicios.
- ✚ Estudia el mercado de los servicios de interés.
- ✚ Especifica la infraestructura física y humana requerida.
- ✚ Estudia la estrategia de comercialización.
- ✚ Fija precios y definir las políticas de venta del servicio.
- ✚ Considera el financiamiento requerido para todas las fases del proyecto.
- ✚ Permite tener un documento de venta para distintas audiencias; conseguir recursos económicos para financiar el proyecto (inversionistas, socios o bancos), contactar gente clave para el proyecto (normalmente el promotor domina área técnica; pero es débil en mercadeo, finanzas u operaciones y requiere personal en éstas u otras áreas).

- ✚ Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original. Una desviación no significa necesariamente que las cosas van mal. Los planes deben ser dinámicos y adaptarse lo mejor posible a cada circunstancia. Sin embargo, tener un plan rector permitirá identificar variaciones si éstas son convenientes o es preferible regresar a la idea original.
- ✚ Demostrar que el proyecto es viable para lograr el éxito comercial.

En resumen, los aspectos que se incluyen en un plan de negocios se presentan en el grafico siguiente y la descripción de cada elemento se muestra en el cuadro No. 1.



Cuadro No. 3: Elementos a considerar en el plan de negocio.

<p>El Empresario.</p>	<p>No existe la descripción precisa del empresario y mucho menos la del empresario con éxito. A pesar de Ello, se ha escrito mucho sobre él. A continuación mostramos algunas de la principales funciones de un empresario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asunción de riesgos 2. Gestor de conflictos 3. Negociador 4. Líder 5. Toma de decisiones 6. Asignador de recursos 7. Cabeza visible <p>Estas y otras funciones del empresario solamente se pueden cumplir adecuadamente si se cumple con otro tópico: tener vocación de empresario o capacidad empresarial.</p>
<p>El Entorno.</p>	<p>No vamos a detenernos en exceso en comentar los factores del entorno que condicionan parte del éxito o fracaso de nuestro negocio. Pero sí debemos tener en cuenta como pueden afectarnos dichos factores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Responsabilidad de la empresa respecto a la sociedad en su conjunto. 2. Limitaciones o penalizaciones que establece la sociedad respecto a la actividad de la empresa. 3. Grupos de interés externos: moldean y adaptan las obligaciones, expectativas y restricciones descritas, y las defienden de acuerdo con su visión particular. 4. Posibilidad de que otras empresas entren en nuestro mismo mercado. 5. Poder de negociación de nuestros proveedores y clientes. 6. Productos o servicios que puedan sustituir a los nuestros. <p>En definitiva, se trata de tomar en consideración los factores del entorno que no dependen de nosotros mismos, pero se ha de tener en consideración ya que poseen una incidencia directa en el éxito o fracaso. No se trata de predecir todos los acontecimientos futuros, pero sí tener previstas posibles soluciones ante los cambios en las tendencias del entorno.</p>
<p>Los Recursos Humanos.</p>	<p>Las empresas están formadas por personas, y los logros y fracasos de las empresas son logros y fracasos de un colectivo de personas. De su trabajo coordinado depende el futuro. Por ello, una de las decisiones más importantes que debemos tomar y a la que no siempre se le da la importancia que merece, es la elección del equipo de trabajo del que nos vamos a rodear; ya</p>

	que el factor humano es fundamental para la vida de la empresa.
Recursos Económico/ Financieros.	Uno de los primeros aspectos que debemos definir es el volumen de nuestro propio patrimonio que estamos dispuestos a arriesgar en el proyecto empresarial que pensamos emprender. Ese importe será el punto de partida, y el núcleo fundamental del nuevo negocio, puesto que atraer inversiones externas substanciales tiene, en algunas ocasiones, más relación con la actividad de encantador de serpientes que con la de un futuro empresario.
El Mercado Objetivo.	Tal vez el pilar fundamental del éxito en la economía moderna es la atención esmerada al cliente, traducida en una calidad y un servicio excepcionales. Por ello es fundamental conocer adecuadamente el mercado al que van dirigidos nuestros servicios, para poder adaptarnos a las necesidades y/o requerimientos de sus consumidores: <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipología de los clientes 2. Sus hábitos, gustos y preferencias 3. Tamaño del mercado 4. Etcétera. Consiste en analizar los mercados, diagnosticar su situación y pronosticar sus tendencias definir objetivos, desarrollar estrategias, etc. Antes de embarcarnos en cualquier proyecto, debemos tener muy claras las características del mercado al que dirigimos nuestro producto o servicio.
Estructura Jurídica.	Si bien no es objeto de este documento profundizar en los aspectos formales de la constitución del negocio, dado que hay diversas formas jurídicas de materializar la inversión.

- **Diferencia entre Factibilidad y Plan de Negocios.**

Para comprender la diferencia entre proyecto de factibilidad y plan de negocios definiremos proyecto, como un proceso único, consistente en un conjunto de actividades controladas, con fecha de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo conforme con requisitos específicos, incluidas las limitaciones de tiempo, costo y recursos.⁷

La definición de proyecto es ampliamente utilizada por empresarios, banqueros, comerciantes, científicos, académicos y cientos de personas de diferentes perfiles profesionales. Sin embargo, para todos ellos tiene un mismo significado: La consolidación de objetivos visualizados de cara al futuro para resolver situaciones o problemas que enfrentan los entornos en que se desempeñan, con el fin de lograr un avance cuantitativo y cualitativo en sus actividades. La diferencia **entre elaborar un proyecto de factibilidad y elaborar el plan de negocios** la encontramos básicamente el contenido de la información.

Un proyecto de factibilidad se limita a describir un conjunto de actividades que se tienen que realizar para lograr un objetivo particular, con un costo y tiempo determinado; en cambio el plan de negocios es un documento de análisis para la toma de decisiones sobre como llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de negocio. Además, tiene entre sus características ser un documento ejecutivo, demostrativo de un nicho o área de oportunidad, en el que se evidencie la rentabilidad, así como la estrategia a seguir para generar un negocio o cuando este ya se encuentra en marcha, proporcionándole la orientación que este debe de seguir y las estrategias que debe de emplear para que la empresa sea exitosa.

⁷ Definición de proyecto según ISO 9001:2000.

CAPITULO II. DIAGNÓSTICO

1. MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Para el desarrollo del estudio de la propuesta de gestión integral ecoturística se tomará como base el *Modelo de Dirección Estratégica*, ya que este no solo se refiere a la toma de decisiones en las cuestiones más importantes con las que se enfrenta el Centro Turístico Puerto San Juan, sino también se asegura que en el momento que la propuesta sea implantada se efectúe de la mejor manera en la práctica.

Este modelo está constituido por tres elementos principales, los cuales están interrelacionados para efectuar una planeación estratégica con eficacia y se presentan en la figura No 3:

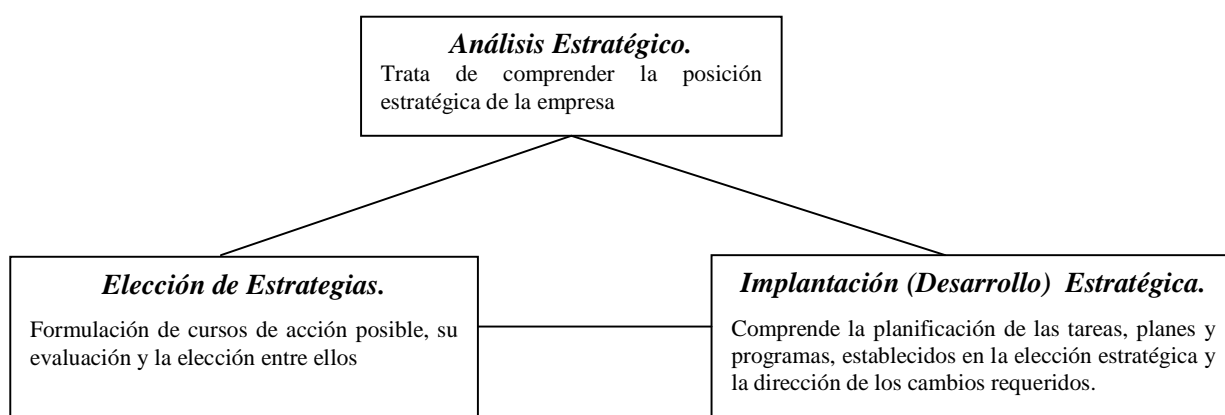


Figura No 3. Etapas del Modelo de Dirección Estratégica.

En el presente trabajo se espera utilizar el modelo para establecer la situación actual del Centro Turístico y el diagnóstico de éste y en base a ello se pretende formular y desarrollar las estrategias que servirán para la reactivación del mismo.

1.1 ETAPAS DEL MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICO

1. *Análisis Estratégico.*

Al análisis estratégico (diagnóstico estratégico) le incumbe la comprensión de la posición estratégica que actualmente ocupa el Centro Turístico en cuanto a los diferentes factores en los que éste interactúa, por lo que se hace necesario contestar una serie de preguntas para efectuar el análisis; algunas de ellas son: ¿Que cambios ocurren en el entorno y que efectos tendrá sobre el Centro Turístico y sus actividades?, ¿Cuál es el potencial de los recursos con los que cuenta el centro turístico?, ¿A que aspiran las personas y grupos asociados con respecto al Centro Turístico?, ¿Cómo afecta la situación actual del Centro Turístico y que podrá pasar en el futuro?. El objetivo de efectuar el análisis estratégico es configurar una idea de las influencias clave sobre el bienestar presente y futuro del centro turístico (diagnóstico). Las áreas involucradas en el desarrollo del análisis estratégico son las mostradas en la Figura No 4.

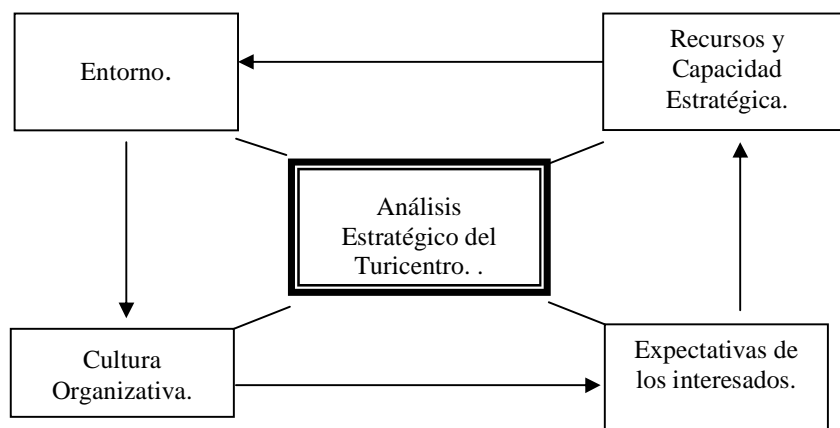


Figura No 4: Áreas de influencia para efectuar el Análisis Estratégico del Centro Turístico Puerto San Juan

- a) **El Entorno.** Se vuelve necesario entender los efectos del entorno; la formulación estratégica consiste en adecuar las capacidades del Centro Turístico para enfrentar los posibles cambios que en este pueden generar y que se pueden traducir en incertidumbre. Con el análisis del entorno se pretende identificar las **oportunidades y amenazas** que posee el Centro Turístico Puerto San Juan, información básica que servirá para la formulación de las estrategias.
- b) **Recursos y Capacidad Estratégica.** El análisis de los recursos es un método importante para valorar la capacidad estratégica de una organización y es a través de éste que se efectúa la valoración necesaria que nos permite saber si hay que tomar decisiones razonables de estrategias futuras. Para realizar este estudio se deben de considerar los puntos fuertes (**Fortalezas**) y los puntos **débiles (Debilidades)** del Centro Turístico.
- c) **Cultura Organizativa.** Se debe de analizar y entender la situación cultural y política del Centro Turístico. Este análisis se realizará determinando los propósitos de la organización (Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura jurídica organizativa, valores de la sociedad, identificación de los grupos organizados, sistemas de control, entre otros.)
- d) **Expectativas de los Interesados (Stakeholders).** Las actitudes individuales se verán fuertemente influenciadas por el contexto cultural, por lo que se hace necesario identificar todos los grupos que son de apoyo que al mismo tiempo se encuentren interesado en que el Centro Turístico Puerto San Juan experimente un desarrollo y crecimiento sostenible. Para realizar este análisis se utilizara la **técnica de mapa de los stakeholders (Matriz poder/dinamismo y Matriz poder/ Interés)**

2. Elección Estratégica.

El análisis estratégico proporciona las bases para la elección (formulación) estratégica, ya que se refiere a las decisiones futuras que debe tomar el centro turístico Puerto San Juan y a la forma de responder a presiones e influencias. Esta etapa se encuentra constituida por los siguientes elementos básicos:

- a) **Generación de Opciones Estratégicas.** Es en esta fase donde se formulan las estrategias. No sólo se consideran las acciones más evidentes a llevarse a cabo sino que dicha generación de opciones deberá basarse en la información obtenida del análisis estratégico para lograr generar una serie de opciones estratégicas que cubran la mayor cantidad de problemas que tenga el Centro Turístico.
- b) **Evaluación de Opciones Estratégicas.** Las opciones estratégicas pueden examinarse en el contexto del análisis estratégico para valora sus ventajas relativas. ***Debe existir una congruencia entre las opciones generadas y su factibilidad de implantación***, la cual puede considerarse una restricción al momento de la elección. Es en esta etapa en la que se deben definir además los criterios básicos para el desarrollo de la evaluación de las distintas estrategias.

Selección de las Estrategias. Este es el proceso donde se escogen aquellas opciones que el Centro Turístico debe de seguir.

3. Desarrollo Estratégico.

Esta fase consiste en ampliar las estrategias que se seleccionaron anteriormente. En esta etapa están contenidos los siguientes apartados.

- a) **Planificación y Asignación de Recursos.** Para llevar a cabo las estrategias se requerirá invariablemente la planificación cuidadosa de los recursos necesarios para poner en práctica estas estrategias basándose en el análisis de recursos efectuado en la fase de análisis estratégicos. Esta planificación deberá partir desde la gestión de los recursos, hasta desarrollar la planificación del uso de estos.
- b) **Estructura y Diseño de la Organización.** Uno de los recursos con mayor importancia es el humano, de modo que la forma como esté organizado el Centro Turístico es crucial para la eficiencia estratégica. Una vez desarrollado todo lo anterior, el modelo de dirección estratégica a desarrollar se muestra en la figura siguiente.

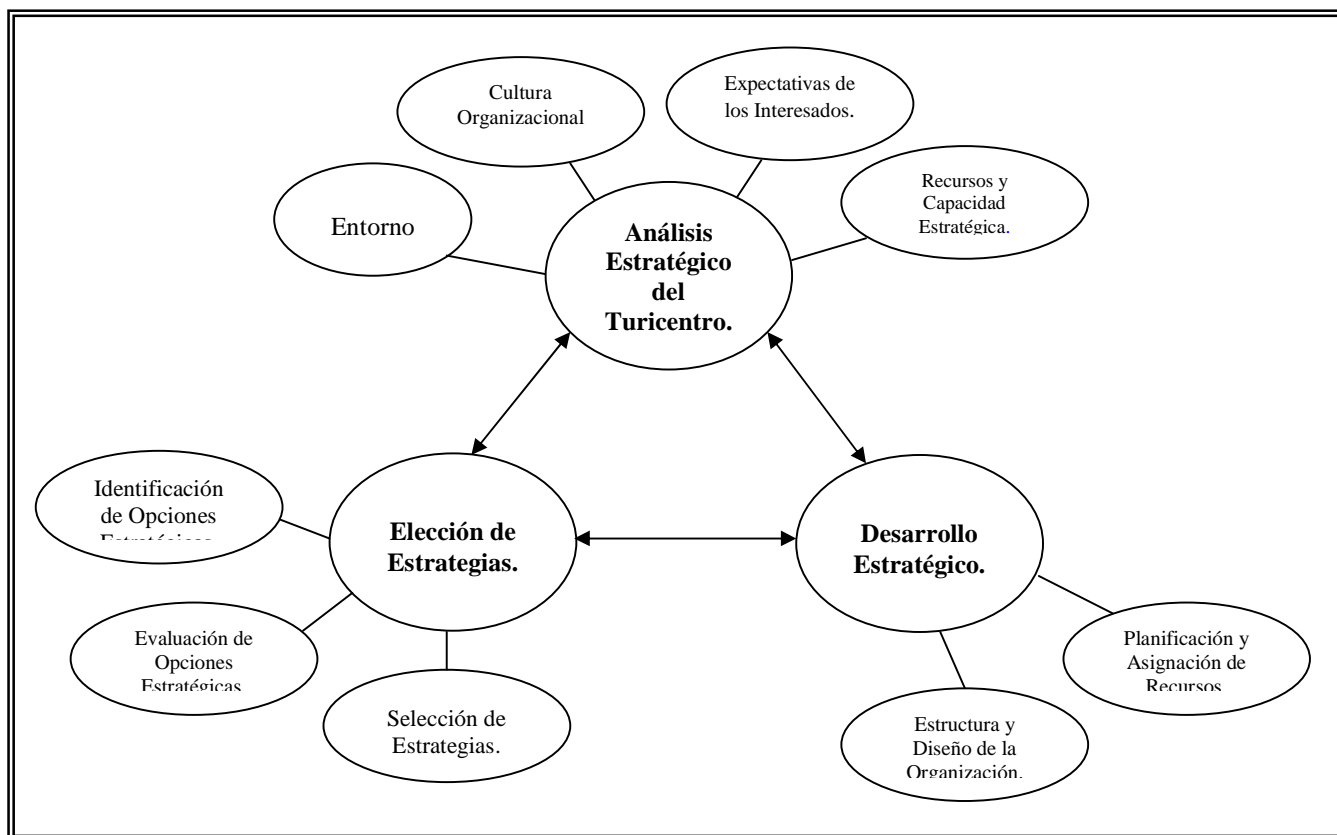


Figura 5. Modelo de Dirección Estratégica a desarrollar en la elaboración de Propuesta de Gestión Integral Ecológica para el Puerto San Juan.

Como se observa las fases que contiene el modelo se encuentran estrechamente relacionadas con el desarrollo de la propuesta de gestión integral, la cuál se fundamenta en los elementos básicos de planificación y al mismo tiempo, el modelo genera de manera estructurada la información necesaria para el desarrollo de un **plan de negocios** que le sirva al administrador en la gestión de los recursos necesarios para la reactivación del centro turístico.

A continuación se desarrolla el contenido propio de cada una de las fases que constituyen el modelo de Dirección Estratégica (Análisis estratégico, Elección estratégica y Desarrollo estratégico).

1.2 FORMA DE DESARROLLO DE LA ETAPA “ANÁLISIS ESTRATÉGICO”.

El análisis Estratégico ayuda a que se tenga clara la influencia de los diferentes factores externos e internos sobre el desarrollo de las actividades del Puerto San Juan, lo que equivale a desarrollar el diagnóstico de la situación actual del Centro Turístico. Para realizar este se analizan los diferentes los componentes siguientes:

- a) El Entorno.

- b) Expectativas de los interesados
- c) Los Recursos y Capacidades Estratégicas
- d) La Cultura Organizacional

El análisis de la información generada en la presente etapa permite definir las *oportunidades y amenazas* que posee el centro turístico. En el *análisis interno* se considerarán aspectos como *los recursos* (humanos, intangibles, físicos y financieros), *la capacidad estratégica y la cultura organizativa*; con los que cuenta o es posible acceder por el Centro Turístico; proporcionando con ello las fortalezas y debilidades que este experimenta.

1.2.1 ANÁLISIS EXTERNO.

A. EL ENTORNO.

Paso 1: Diagnóstico de las Influencias del Entorno.

Se vuelve necesario el establecimiento de la posición estratégica en la que se encuentra el Centro Turístico conforme a su entorno. Para llevar acabo este análisis se desarrollan los pasos que se muestran en la **Figura No. 6**.

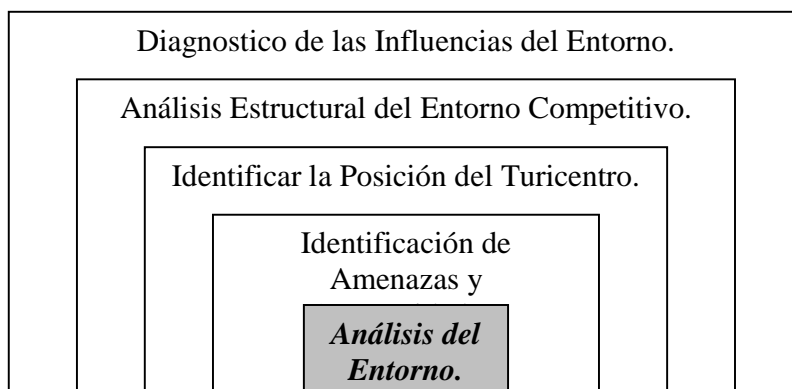
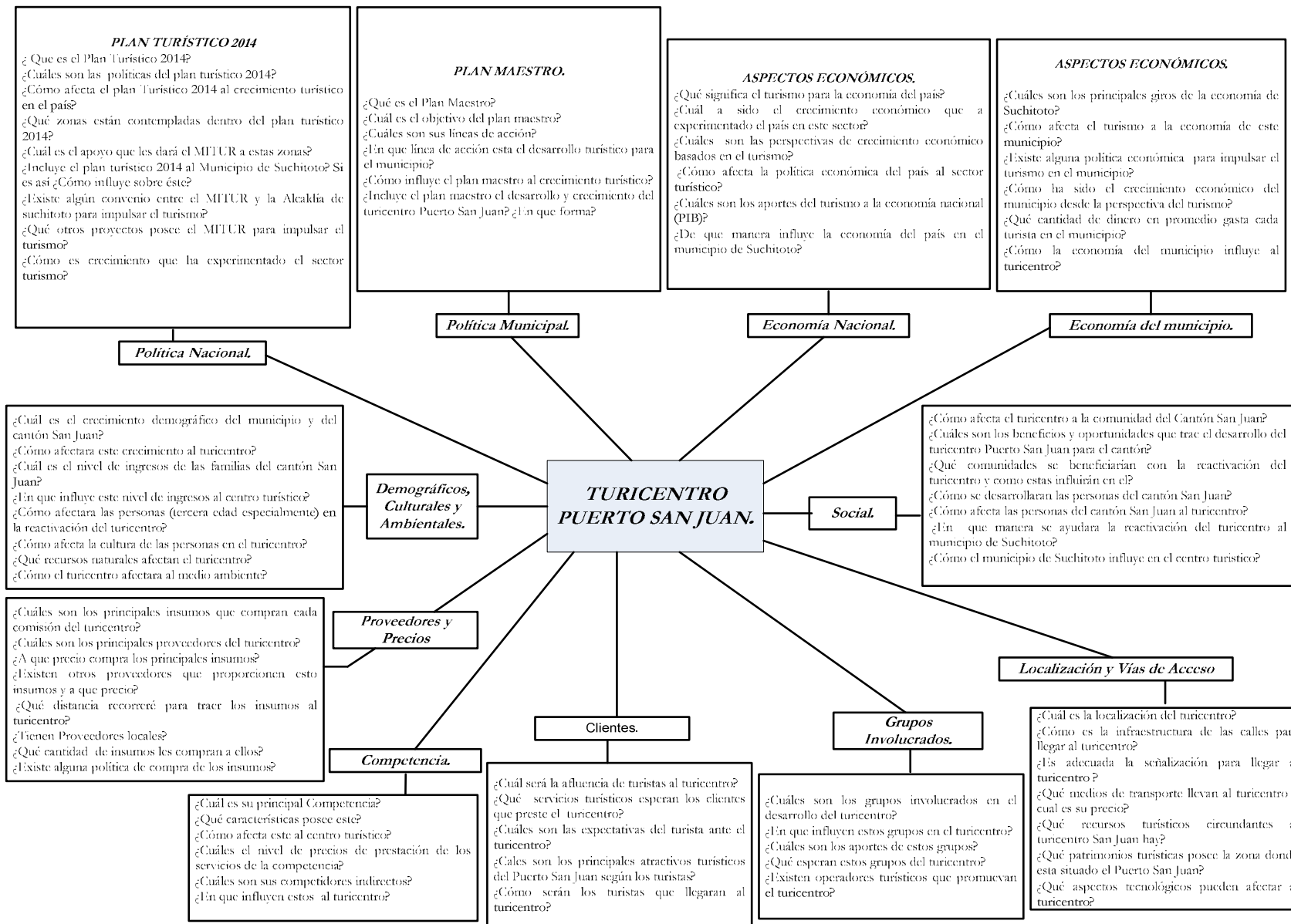


Figura No. 6: Secuencia de pasos para realizar el análisis del entorno

El primer paso para realizar el análisis del entorno consiste en identificar los factores externos que tienen influencia sobre el Centro Turístico y los diferentes cambios que se presentan en el entorno y cómo estos pueden impactar en el desarrollo de las actividades del Centro Turístico. Para llevar a cabo el “*diagnóstico de las influencias del entorno*” se efectuará un **Análisis PEST** (Políticas, Economía, Sociales y Tecnología) el cuál considera qué influencias del entorno han sido importantes en el pasado y establece hasta que punto ocurren cambios que las pueden volver más significativas en el futuro para el Centro Turístico. De acuerdo a la información contenida en la **figura 7**, el primer punto consiste en determinar los alcances y límites del **sistema económico, político, social y cultural en el cual interactúa el centro turístico**.

Figura No. 7: Principales factores a considerar en el análisis externo



Cuadro 4. Objetivo del estudio del factor “política y economía nacional”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

POLÍTICA Y ECONOMÍA NACIONAL		
Objetivo: Identificar el estado, las políticas, convenios, instituciones que puedan respaldar las iniciativas existentes o que surjan alrededor del desarrollo del turismo en El Salvador		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funciones de las instituciones ▪ Planes o políticas en desarrollo ▪ Forma de manejo del turismo en exterior e internamente al país ▪ Relación del Gobierno en apoyo a Suchitoto en turismo ▪ Información existente en cuanto Turicentros 	Entrevista personal estructurada de formato abierto: <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministerio de Turismo <ul style="list-style-type: none"> ○ CORSATUR ○ ISTU
Secundarios: <ul style="list-style-type: none"> - Datos cuantitativos base para determinación de universos y muestras - Plan 2014, políticas relacionadas a turismo - Ley de turismo - Documentos de interés sobre estrategias, proyecciones, estudios anteriores, desarrollo del turismo, indicadores de turismo, mapas, clasificación en rama de turismo o cualquier documento relacionado al tema 	Recolección de documentos: <ul style="list-style-type: none"> • Visita de sitio web o bibliotecas de la institución • Identificación de documentos de interés • Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> - Sitio web de/y Ministerio de Economía - Sitio Web del Ministerio de Turismo - BCR - CORSATUR - ISTU ▪ Sitio web de los principales periódicos del país

Cuadro 5. Objetivo del estudio del factor “política y economía Municipal”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

POLÍTICA Y ECONOMÍA MUNICIPAL		
Objetivo: Identificar, las políticas, normativas, convenios, acuerdos, planes que existan o que se encuentren por elaborarse así como también las instituciones que puedan respaldar las iniciativas que surjan alrededor del desarrollo del turismo en el Municipio de Suchitoto con el fin de poder generar estrategias dirigidas al Centro Turístico Puerto San Juan bajo el marco de lo establecido en cuanto a esta área.		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funciones de las instituciones ▪ Planes o políticas en desarrollo ▪ Responsables del área de turismo y sobre el Centro Turístico ▪ Forma de manejo del turismo como municipio, indicadores, iniciativas, proyectos 	Entrevista personal estructurada de formato abierto: <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS

<ul style="list-style-type: none"> Información existente en cuanto a turismo complementario al Centro Turístico Puerto San Juan 		
<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Datos cuantitativos base para consideraciones para elaboración de perfil del cliente y posteriormente base para la demanda Plan Maestro de Suchitoto, líneas estratégicas Documentos de interés sobre estudios realizados relacionados, desarrollo del turismo, indicadores de turismo, mapas, clasificación de turismo o cualquier documento relacionado al tema 	<p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Visita de sitio web o bibliotecas de la institución Identificación de documentos de interés Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> OTCHS
<p>Primario:</p> <ul style="list-style-type: none"> Impresión al presentar las estrategias del plan de negocio sobre sector turístico y del impacto ya visto y que prevén sobre los negocios e iniciativas de los planes y políticas relacionadas Vacíos percibidos por los interesados del sector en los planes presentados por OTCHS 	<p>Mesa Redonda/Observación directa de interacción</p> <ul style="list-style-type: none"> Agrupación e identificación de representantes del sector turístico del municipio Exposición de temática a tratar Preguntas y respuestas a cargo de OTCHS Actividades grupales o sesión de lluvia de ideas Documentación de lo obtenido 	<p>Coordinadores de mesa redonda:</p> <ul style="list-style-type: none"> OTCHS <p>Participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> representantes de GRUPOSAN ONG's en apoyo a proyectos relacionado con turismo Representante de restaurantes y hoteles en casco urbano

Cuadro 6. Objetivo del estudio del “factor social”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

FACTOR SOCIAL		
<p>Objetivo: Conocer los antecedentes relacionada con cualquier plan, políticas, convenios, acuerdos, que existan o se encuentren por elaborarse así como también las instituciones existentes que puedan respaldar las iniciativas que surjan alrededor del turismo y tengan como eje el desarrollo del aspecto social o de la población, dentro del Municipio de Suchitoto para generar estrategias dirigidas al Centro Turístico Puerto San Juan que tome en cuenta éste aspecto y contribuyan al mismo.</p>		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
<p>primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planes o políticas en desarrollo Percepción de la población en cuanto a necesidades, conocimiento de planes relacionados al desarrollo social en el municipio y su percepción en combinación con el turismo. Nivel de importancia del turismo en el desarrollo social 	<p>Entrevista personal estructurada de formato abierto:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista Contacto telefónico o personal con institución Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> OTCHS Habitantes del cantón San Juan
<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Caracterización de las familias Datos cuantitativos de características de la familia tales como actividades, educación, ocupaciones y 	<p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Visita de sitio web o bibliotecas de la institución Identificación de documentos de interés Obtención/solicitud del documento de interés 	<ul style="list-style-type: none"> OTCHS

<p>niveles de empleo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicadores sociales ▪ Políticas o planes orientadas al desarrollo social del municipio 		
<p>Primario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impresión de la forma en que los cambios realizados en cuanto a planes y proyectos turísticos puestos en marcha en el municipio son adaptados a su vida diaria de los pobladores del municipio y en especial del cantón, incluyendo trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan 	<p>Observación Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Población del municipio, cantón San Juan y trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan
<p>Primario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impresión al presentar las estrategias del plan de negocio sobre sector turístico y del impacto ya visto y que preveen sobre la población ▪ Vacíos percibidos por los interesados del sector en los planes presentados por OTCHS 	<p>Mesa Redonda/Observación directa de interacción</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agrupación e identificación de representantes del sector turístico del municipio ▪ Exposición de temática a tratar ▪ Preguntas y respuestas a cargo de OTCHS ▪ Actividades grupales o sesión de lluvia de ideas ▪ Documentación de lo obtenido 	<p>Coordinadores de la mesa redonda:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS <p>Participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ representantes de GREPUSAN ▪ ONG's de apoyo a proyectos relacionado con turismo ▪ Representante de restaurantes en casco urbano, hoteles

Cuadro 7. Objetivo del estudio del los factores “Demográfico, cultural y medio ambiente”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

Demográfico, Culturales y Medio Ambientales		
Objetivo: Identificar, las políticas, normativas, convenios, acuerdos, planes que existan o que se encuentren por elaborarse relacionados al desarrollo de éstos aspectos con el fin de conocer herramientas u elementos a considerar en la elaboración de estrategias, siendo acorde a los recursos existente en el municipio y en el cantón San Juan		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
<p>primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aspectos culturales ▪ Percepción de la importancia del aspecto cultural y medio ambiental para la población ▪ Planes o políticas en desarrollo relacionadas ▪ Información existente relacionada 	<p>Entrevista personal estructurada de formato abierto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS ○ Oficina de Turismo ▪ Habitantes del cantón San Juan
<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos 	<p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita de sitio web o bibliotecas de la 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS

aspectos - Datos sobre actividades culturales, cantidad de habitantes. - Indicadores demográficos	institución ■ Identificación de documentos de interés ■ Obtención del documento	○ Oficina de Turismo
Primaria: ■ costumbres ■ actividades propias de la población ■ trato e importancia del medio ambiente y aspectos culturales ■ percepción de relación de estos aspectos con el turismo ■ identificación de la Cantidad de personas de involucrados en la propuesta de forma directa e indirecta ■ Establecimiento del recurso humano con que se cuenta ■ Fomento de turismo entre pobladores ■ corroboración de información documentada sobre ocupaciones y actividades	Observación Directa ■ Definición de elementos a considerar observar ■ Identificación de oportunidad de observación ■ Anotar apreciación ■ Documentar y organización formal de las notas	■ Habitantes de Suchitoto, del cantón y trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan

Cuadro 8. Objetivo del estudio del factor “Grupo de interesados”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

GRUPO DE INTERESADOS		
Objetivo: Identificar a todos los interesados externos a los cuales influye directa o indirectamente el desarrollo del TPSJ, conociendo sus necesidades, expectativas, requerimientos y la forma en que les afecta o interesa el Centro Turístico.		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
primaria: ■ Relación de las instituciones con Centro Turístico Puerto San Juan ■ Beneficios que obtiene ■ Resultados que espera ■ Observaciones generales en cuanto al funcionamiento del Centro Turístico ■ Expectativas de los interesados externos de los internos	Entrevista personal estructurada de formato abierto: - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista	- Alcaldía Municipal ○ OTCHS ○ Oficina de Turismo - Cooperantes en TPSJ - Otras Instituciones ■ Habitantes del cantón San Juan
Primaria: ■ Interrelación entre Centro turístico e interesados	Observación Directa ■ Definición de elementos a considerar observar ■ Identificación de oportunidad de observación ■ Anotar apreciación ■ Documentar y organización formal de las notas	■ Alcaldía Municipal ○ OTCHS ○ Oficina de Turismo ■ Cooperantes en TPSJ ■ Otras Instituciones ■ Habitantes del cantón.

<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Información que permita valorar hacia donde deberían encauzarse los esfuerzos durante el desarrollo de nuevas estrategia ▪ indica el tipo de relación que necesitara establecer la organización con cada grupo 	<p>TÉCNICA DE MAPA DE LOS STAKEHOLDERS/ MATRIZ PODER/ DINAMISMO Y MATRIZ PODER/INTERES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recolección de información básica de interesados ▪ Elaboración de matriz Poder / Dinamismo. ▪ Matriz Poder / Interés 	
---	--	--

Cuadro 9. Objetivo del estudio del factor “Localización y vías de acceso”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

LOCALIZACIÓN Y VÍAS DE ACCESO		
Objetivo: Identificar, el estado actual de todo lo relacionado a accesibilidad, señalización y vías de transporte así como los medios disponibles para el ingreso al TPSJ, incluyendo también la identificación de los recursos y patrimonios turísticos del Cantón San Juan		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Información referente a características físicas de la vías de acceso ▪ Planes en desarrollo 	<p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visita de sitio web o bibliotecas de la institución - Identificación de documentos de interés - Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> o OTCHS o Oficina de Turismo
<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estado, ubicación, tipo, distancia entre señalizaciones, facilidad de comprensión entre otros elementos a considerar sobre señales y calles especialmente entre San Salvador y Suchitoto y desde el casco urbano de Suchitoto hasta el Centro Turístico Puerto San Juan 	<p>Observación Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> o OTCHS o Oficina de Turismo ▪ Cooperantes en centro tursitico puerto San Juan ▪ Otras Instituciones ▪ Habitantes del cantón San Juan
<p>Ficha de recopilación de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de datos de interés sobre los recursos o patrimonios turísticos en el Cantón San Juan - Elaboración de Ficha de recopilación - Identificación de los recursos dentro del Cantón San Juan (alrededores del TPSJ) - Visita a los recursos y levantamiento de información 	<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de recursos y patrimonios turísticos disponibles dentro del Cantón San Juan - Información general de dichos recursos - Estado de acceso a los recursos 	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> o Oficina de Turismo - Habitantes del cantón San Juan

Cuadro 10. Objetivo del estudio del Factor “Clientes”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

CLIENTES		
Objetivo: Identificar el tipo de cliente nacional que visita los Centro Turístico ecoturísticos, sus necesidades, expectativas, ideas, sus gustos y características y las del cliente internacional en menor porcentaje, para la elaboración apropiada de las estrategias dirigidas al Centro Turístico Puerto San Juan		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demanda potencial ▪ Perfil del turista ▪ Datos específicos sobre Gustos, preferencias, valoración de servicios turísticos, tipo de turismo que busca ▪ Fortalezas y debilidades desde el punto de vista del cliente 	Encuesta de profundidad: <ul style="list-style-type: none"> - Definición de criterios - Elaboración de cuestionario - Definición de universo y muestra - Contacto con persona a ser encuestada - De cumplir criterios, desarrollo de la entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas y visitantes
Secundarios: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perfil del turista de suchitoto 	Recolección de documentos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de documentos de interés ▪ Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS ○ Oficina de Turismo ▪ Turista y/o visitante
Primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Generalidades sobre el turista o visitante 	Observación Directa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turista o/y visitante

Cuadro 11. Objetivo del estudio del factor “Competencia”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

COMPETENCIA		
Objetivo: Identificar, las empresas a considerarse como competencia directa, indirecta, empresas o servicios complementarias y sustitutos, sus características principales y sobresalientes y la preferencia de los clientes sobre éstos		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de servicios característicos ▪ Inventario de los centros recreativos, o de servicios más representativos 	Encuesta de profundidad: <ul style="list-style-type: none"> - Definición de criterios - Elaboración de cuestionario - Definición de universo y muestra - Contacto con persona a ser encuestada 	<ul style="list-style-type: none"> - Turicentros o centros recreativos o de servicios identificados como competencia directa, indirecta o sustitutos y

<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inventario de turicentros ▪ Identificación de los servicios turísticos que se prestan en Suchitoto ▪ Ubicaciones y datos generales de turicentros o centros con servicios turísticos 	<p>- De cumplir criterios, desarrollo de la entrevista</p> <p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita de sitio web o bibliotecas de la institución ▪ Identificación de documentos de interés ▪ Obtención del documento 	<p>complementarios</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ISTU ▪ BCR ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS ○ Oficina de Turismo
<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Generalidades sobre el turicentro o centro con servicios turísticos de interés como competencia 	<p>Observación Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turicentro o centros turísticos identificados como competencia

Cuadro 12. Objetivo del estudio del factor “Proveedores y Precios”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

PROVEDORES Y PRECIOS		
Objetivo: Identificar, todos los servicios que brindan el TPSJ, los insumos necesarios y los proveedores principales para brindar adecuadamente estos servicios, tipo de proveedor, sus características de ventas, de entrega o distribución entre otros.		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
<p>primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de los principales insumos de los servicios que se prestan en el Centro Turístico Puerto San Juan ▪ principales proveedores de los insumos utilizados por las comisiones ▪ Precios de insumos ▪ Generalidades de los proveedores y sus características más importantes 	<p>Entrevista personal estructurada de formato abierto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista Contacto telefónico o personal con institución Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comisiones del Centro Turístico Puerto San Juan ▪ Principales proveedores de insumos que conforman los servicios más importantes en el Centro Turístico PSJ
<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir de la observaciones de los principales servicios la determinación de los principales proveedores ▪ Forma de abastecimiento y relación entre miembros de comisiones 	<p>Observación Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Miembros de comisiones de TPSJ ▪ Proveedores y distribuidores

Paso 2: Análisis Estructural del Entorno Competitivo.

Hasta este punto se han analizado aspectos generales del entorno del Centro Turístico, pero existen un conjunto de influencias externas que son muchos más inmediatas y que son capaces de afectarlo de manera directa. Nos referimos al análisis del entorno inmediato o competitivo y en aquellos factores que influyen directamente en la capacidad del centro turístico como lo son los proveedores, clientes o usuarios del Centro Turístico, entre otros. Para esto, se utilizará el “análisis de las cinco fuerzas” de M. Porter, en la cuál se consideran todos los aspectos antes mencionados

Fuerza #1: Clientes (Demanda del servicio).

Es importante establecer el tipo de cliente al cuál el Centro Turístico prestará sus servicios, por lo que se vuelve necesario establecer el *perfil del turista* que visita al centro turístico así como el análisis de la demanda.

Fuerza #2: Competidores (Oferta del servicio).

Se debe identificar cuales son sus competidores directos e indirectos que posee el Centro Turístico, para efectuar un análisis de la ofertas en la prestación de los servicio, ya que para toda empresa se vuelve necesario identificar el grado de rivalidad que posee entre sus competidores, lo que ayuda a la formulación de las estrategias para generar una diferenciación entre los competidores y evitar la pérdida de los clientes.

Fuerza #3: Proveedores (Mercado abastecedor).

Se hace necesario conocer cuáles son las principales insumos requeridos para la prestación de los servicios del Centro Turístico y reconocer cuáles son los proveedores de estos, para establecer los costos en que está incurriendo cada una de las comisiones que prestan servicios dentro de éste en la adquisición de los insumos, y a partir del análisis pertinente, generar estrategias enfocadas la reducción de costos en esta área.

Fuerza #4: Servicios Sustitutos.

La amenaza de los servicios sustitutos asume formas distintas, como los servicios sustitutos reales o potenciales, y el impacto que estos pueden generar en las estrategias es grande pues poseen una gran incidencia en la actividad del Centro Turístico y merecen una consideración amplia. Los servicios sustitutos pueden por ejemplo generar “precios techo” de los servicios que prestará el Centro Turístico, por lo que identificar cuales son los servicios sustitutos es de gran importancia. Los aspectos claves a considerar son:

- Si un sustituto plantea una amenaza para el servicio a prestar.
- La facilidad con lo que los usuarios pueden pasarse a los servicios sustitutos.
- Implicaciones sobre los costos en la prestación de los servicios.

Fuerza #5: Amenazas de Entrada.

Las amenazas de entrada se refieren a la existencia de barreras que puede encontrar el Centro Turístico al desarrollar las estrategias que nazcan producto del análisis; Estas barreras son presentadas por el sector turístico y los nuevos competidores que pueden surgir.

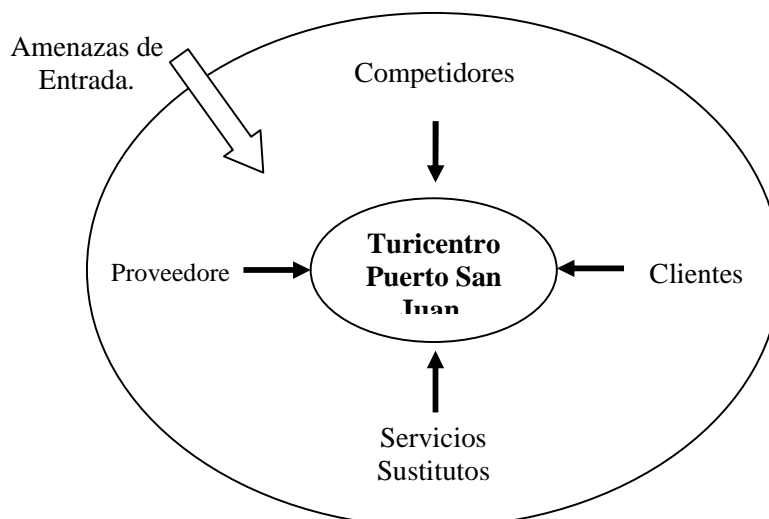


Figura No.8: Aplicación del análisis de las cinco fuerzas de Porter en el Centro Turístico Puerto San Juan

Los 3 aspectos considerados como clave en el presente análisis son los siguientes:

- **Clientes,** se ha de identificar quienes serán los clientes, cual es la afluencia de estos al centro turístico, los servicios turísticos que esperan éstos sean prestados y otros aspectos relevantes como lo son el segmento de mercado, el mercado al cual va dirigido (mercado meta).
- **Competidores,** se ha de considerar a los competidores directos e indirectos, así como los posibles servicios sustitutos. Esta información será útil para efectuar un posterior análisis de la oferta existente de servicios turísticos, para lo cuál se ha de considerar los recursos con los que cuenta la competencia, las estrategias que ellos utilizan para su desarrollo y el segmento de mercado al cual están dirigidos sus servicios.
- **Proveedores y Precios.** Se indagará y analizará sobre los principales insumos utilizados, sus proveedores (si son locales o no) y los costos en los que se incurre en las compras por cada una de las comisiones.

Paso 3: Identificar la Posición del Centro Turístico.

Para entender el posicionamiento del Centro Turístico se ha hecho uso de las siguientes técnicas:

- a) Análisis Competitivo.
- b) Segmentación del Mercado.
- c) Identificación de Cuota de mercado y Crecimiento de mercado.

Al haber efectuado la serie de pasos anteriores se tendrá un análisis del entorno en el cual esta laborando el Centro Turístico Puerto San Juan.

Paso 4: Análisis de localización y vías de acceso.

Se a de efectuar un análisis del lugar donde se encuentre situado el Centro Turístico, reconociendo sus vías de acceso y su señalización, pero lo mas importante de realizar es el inventario turístico del lago de suchitlán, específicamente de las zonas aledañas al Puerto San Juan, constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un atractivo para el turista.

B. ANALISIS DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS INTERESADOS

Para efectuar este análisis se seguirán los siguientes pasos:

Paso 1: Identificación de los Grupos Interesados.

Consiste en hacer una lista de los posibles grupos que están interesados en el desarrollo del Centro Turístico e identificar el grado de influencia que estos poseen sobre el lugar.

Paso 2: Elaborar un Mapa de Interesados.

Se elaborarán las matrices Poder / Dinamismo y Poder / Interés, a partir de los datos recolectados, lo que servirá para encausar hacia donde se deben de dirigir las políticas durante el desarrollo de la nuevas estrategias así como indicar el tipo de relación entre los grupos de interesados y el centro turístico, así como para identificar a los grupos claves.

1.2.2 ANÁLISIS INTERNO

Para realizar el análisis interno se identificaron diferentes factores claves que interactúan o que están involucrados dentro del Centro Turístico, los cuáles se pueden apreciar en la **Fig. No.9**. estos se agruparon en 2 tres grupos: los recursos y la capacidad estratégica y la cultura organizacional. Mediante el análisis de estos 2 factores se busca identificar las **fortalezas y debilidades** que el Centro Turístico posee, que posteriormente utilizarán para la formulación de estrategias.

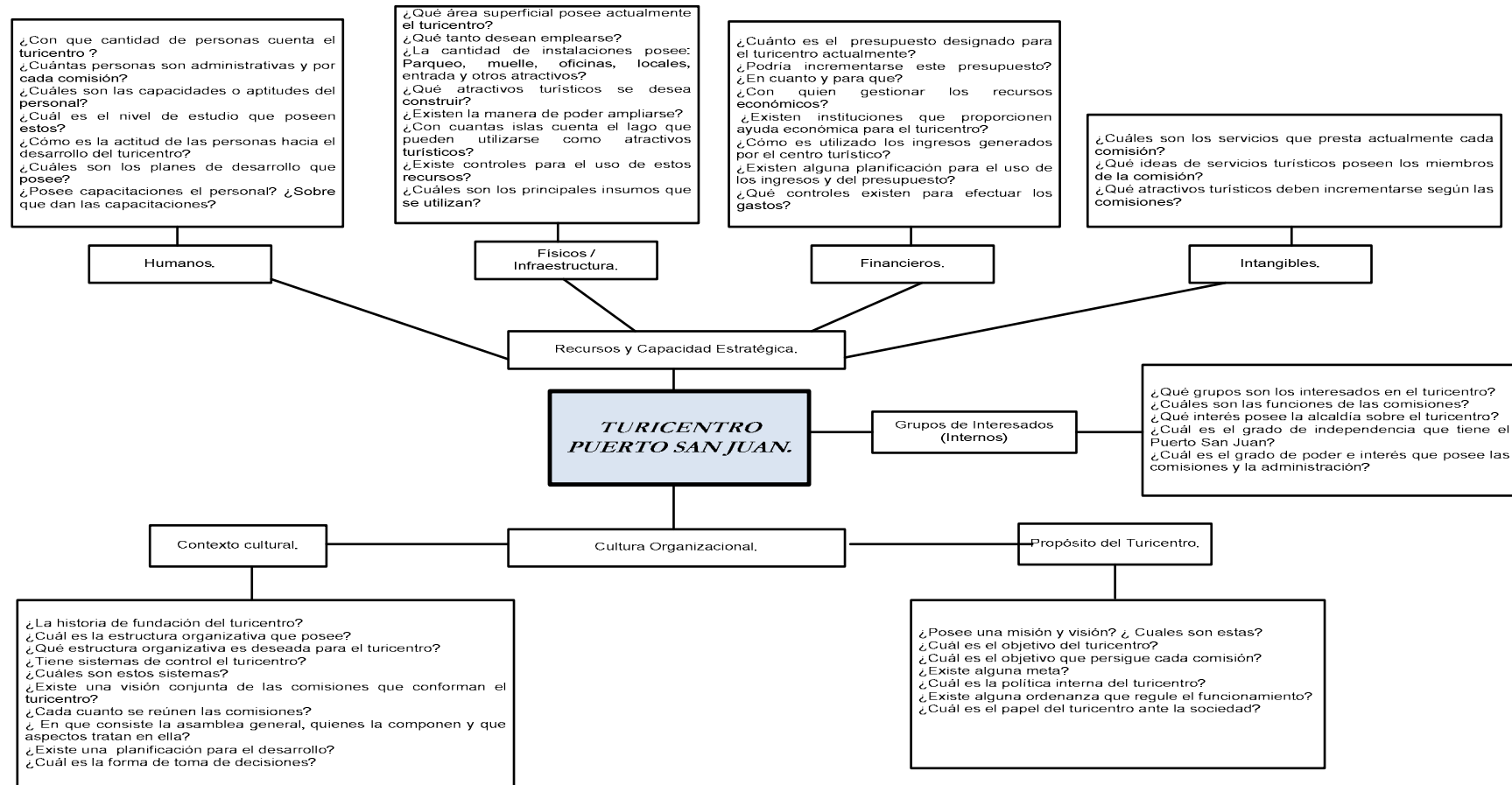


Figura 9. Principales factores a considerar en el análisis interno

C. RECURSOS Y CAPACIDAD ESTRATÉGICA

Es mediante este estudio que se identificarán la cantidad de los recursos disponibles y la naturaleza de los mismos. Para llevar a cabo este análisis es necesario el desarrollo sistemático de los siguientes pasos:

Paso 1: Realizar un examen de los recursos con los que cuenta el Centro Turístico.

Esto es identificar la cantidad y la calidad de los recursos disponibles para desarrollar las estrategias.

1. *Recurso Humano:* se debe realizar una valoración y clasificación de las habilidades del diferente personal que labora en el Centro Turístico.
2. *Recurso Financieros:* Se han de identificar los orígenes y la utilización de los fondos.
3. *Recurso Físicos/Infraestructura:* Se ha de hacer un inventario de todos los recursos con los que cuenta el Puerto San Juan, la utilización que se le da a estos, las condiciones, la capacidad que estos tienen y la ubicación, además se consideraran supuestos para la creación de posibles escenarios.
4. *Recursos intangibles:* Se ha de tomar en cuenta todas las posibles ideas de los servicios turísticos que se podrían implementar, los servicios que se prestan, los posibles atractivos turísticos a utilizar y todos los recursos que pueden desarrollarse pero que en cierta forma no pueden palpase.

Paso 2: Identificar el grado de utilización de los recursos.

Se debe de valorar la utilización que se está realizando de los recursos y plantearse como se están aprovechando estos.

Paso 3: Identificar los medios de control que existen sobre los recursos.

Este es otro criterio básico para valorar la capacidad estratégica del Centro Turístico es la amplitud con los que los recursos han sido controlados. Cuando los recursos son deficientemente controlados, se dice que el “performance” es deficiente por lo que identificar cuales son los medios de control que se utilizan sobre los recursos con los que cuenta el Centro Turístico es de vital importancia.

Paso 4: Identificación de factores claves.

El último aspecto es la identificación de los factores claves, los cuáles se derivan de los análisis previos. En este paso es donde se lleva a cabo una valoración razonable de los principales puntos fuertes y débiles del Centro Turístico Puerto San Juan.

D. CULTURA ORGANIZACIONAL

Como parte del análisis estratégico se debe de estudiar, entender y analizar la situación cultural y política del Centro Turístico. Los diferentes factores a analizar se pueden agrupar en los siguientes apartados:

1. **El contexto Cultural:** Es necesario establecer los antecedentes del centro turístico, la estructura organizativa que tiene, los sistemas de control que esta utiliza, si existe una visión conjunta de las

comisiones, identificar la planificación de trabajo que realiza (las reuniones, puntos a tratar en estas, los planes de desarrollo, etc.) y la descripción de los entes que toma las decisiones.

Para realizar este análisis se seguirán los siguientes pasos:

a) Influencias Externas.

- Valores de la sociedad para el turismo y el Centro Turístico.
- Grupos Organizados externos al Centro Turístico.

b) Influencias Internas.

- Historia del Centro Turístico.
- Estructura Organizativa.
- Sistemas de control.
- Visión Conjunta de las comisiones.

2. **Propósito de Centro Turístico:** Se a de establecer la misión, visión, los objetivos del Centro Turístico, el papel del Centro Turístico ante la sociedad, las políticas de trabajo, la ordenanza y las diferentes funciones que ejecutan cada una de los componentes del Puerto.
3. **Grupos de Interesados:** Se realzará un inventario de cada uno de los interesados, la capacidad de mando (poder) y los intereses que posee cada uno de estos. Los grupos de interesados en este apartado son los grupos internos como por ejemplo las comisiones, el Alcalde, etc., que influyen directamente en el crecimiento del centro turístico.

Cuadro 13. Objetivo del estudio del factor “Recursos y Capacidad Estratégica”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

RECURSOS Y CAPACIDAD ESTRATÉGICA		
Objetivo: Identificar los recursos físicos, financieros, humanos y normativos o legales con los que cuenta el Centro Turístico Puerto San Juan así como las ideas o iniciativas existentes de recursos a adquirir o elaborar para brindar mejores o nuevos servicios		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
<p>primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ En combinación con la observación directa información para el análisis de procedimientos para la planificación y actividades de administración ▪ Identificación de los recursos de la empresa según integrantes ▪ Identificación y valoración del recurso humano existente y disponible ▪ Identificación de las ideas relacionadas a l desarrollo específico del Centro Turístico 	<p>Entrevista personal estructurada de formato abierto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Administración del Centro Turístico - Comisiones - Otros trabajadores del TPSJ
<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos aspectos - Iniciativas documentadas - Métodos de información de existir 	<p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita de sitio web o bibliotecas o administración ▪ Identificación de documentos de interés ▪ Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS
<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de los verdaderos recursos con los que cuenta el Centro Turístico ▪ Valoración del estado en cuando a tamaño, funcionabilidad de la parte física más importante del Centro Turístico ▪ Identificación de necesidades físicas ▪ Forma de proceder de la administración y cumplimiento de la planificación 	<p>Observación Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comisiones ▪ Trabajadores del TPSJ

Cuadro 14. Objetivo del estudio del factor “Cultura Organizacional”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

CULTURA ORGANIZACIONAL		
Objetivo: Recolectar toda la información relacionada al manejo de la organización dentro del TPSJ, identificando sus políticas, normas, objetivos estratégicos, modo de relacionarse y comunicarse, su estructura organizativa para el posterior análisis del tipo y grado de influencia sobre el Centro Turístico.		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
<p>primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Misión, visión, objetivos, políticas ▪ Estructura organizativa ▪ Sistema de información interna ▪ Funcionamiento de la Administración y la Junta Directiva ▪ Antecedentes del Centro Turístico ▪ Conocimiento y manejo de la razón de ser y fin del Centro Turístico ▪ Visión que se tiene del Centro Turístico 	<p>Entrevista personal estructurada de formato abierto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración del Centro Turístico - Comisiones - Otros trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan
<p>Secundarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos aspectos ▪ Ordenanza que permite funcionar al Centro Turístico ▪ Métodos de información de existir 	<p>Recolección de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita de sitio web o bibliotecas o administración ▪ Identificación de documentos de interés ▪ Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alcaldía ▪ Alcaldía Municipal <ul style="list-style-type: none"> ○ OTCHS
<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación y asimilación de políticas ▪ Conocimiento de razón de ser del Centro Turístico ▪ Funcionamiento de las comisiones ▪ Relación entre elementos de una comisión y entre comisiones en cuanto a políticas y normas preestablecidas 	<p>Observación Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comisiones ▪ Trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan

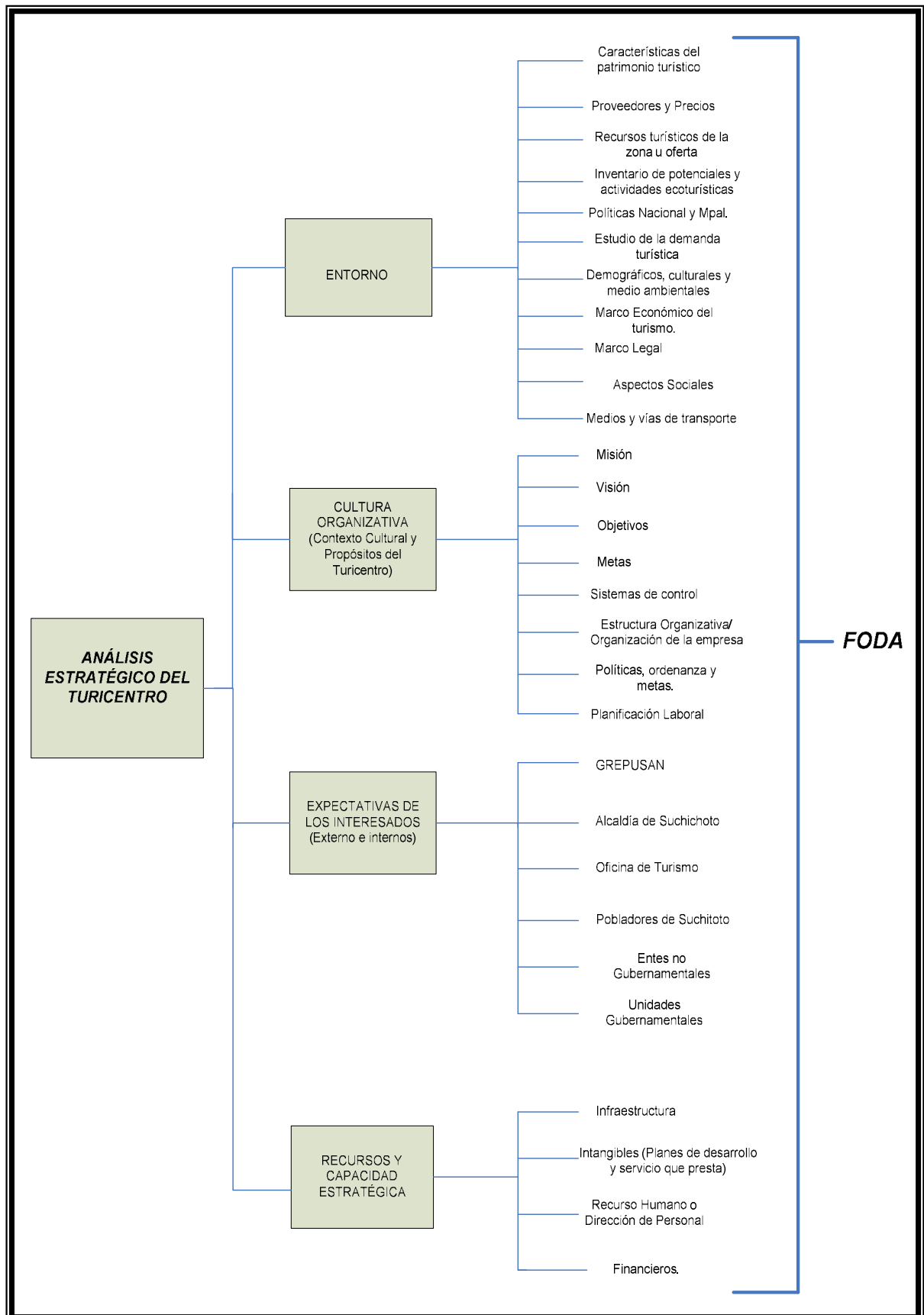
Cuadro 15. Objetivo del estudio del factor “Grupo de interesados internos”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

GRUPO DE INTERESADOS		
Objetivo. Identificar a todos los interesados internos al TPSJ, conociendo sus necesidades, expectativas, requerimientos y la forma en que les afecta el manejo del Centro Turístico		
Tipo de información a recolectar	Herramienta	Institución consultada
primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Misión, visión, objetivos, políticas ▪ Estructura organizativa ▪ Sistema de información interna ▪ Funcionamiento de la Administración y la Junta Directiva ▪ Antecedentes del Centro Turístico ▪ Conocimiento y manejo de la razón de ser y fin del Centro Turístico ▪ Visión que se tiene del Centro Turístico 	Entrevista personal estructurada de formato abierto: <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista - Contacto telefónico o personal con institución - Concertación de cita vía telefónica, personal o por correo electrónico - Desarrollo de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración del Centro Turístico ▪ Comisiones ▪ Otros trabajadores del TPSJ
Secundarios: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos aspectos ▪ Ordenanza que permite funcionar al Centro Turístico ▪ Métodos de información de existir 	Recolección de documentos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visita de sitio web o bibliotecas o administración ▪ Identificación de documentos de interés ▪ Obtención del documento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comisiones ▪ Trabajadores del TPSJ
Primaria: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación y asimilación de políticas ▪ Conocimiento de razón de ser del Centro Turístico ▪ Funcionamiento de las comisiones ▪ Relación entre elementos de una comisión y entre comisiones en cuanto a políticas y normas preestablecidas 	Observación Directa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de elementos a considerar observar ▪ Identificación de oportunidad de observación ▪ Anotar apreciación ▪ Documentar y organización formal de las notas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comisiones ▪ Trabajadores del TPSJ

Posterior a la conclusión del análisis Estratégico del Centro Turístico mediante la recolección y el análisis de la información de la parte externa e interna del Centro Turístico se desarrollará el análisis FODA que será la base para el diseño de la Conceptualización de la solución.

En la **Figura No.10** se muestra de manera esquemática la forma en que toda la información recolectada en la etapa del “Análisis Estratégico” será englobada dentro un análisis FODA, a partir del cuál se desarrollarán las siguientes etapas del presente trabajo.

Figura No. 10. Forma en que será utilizada la información recopilada y analizada en la etapa de diagnóstico



2. DELIMITACIÓN DEL TEMA.

2.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.

El desarrollo de la presente investigación comprende la recolección y análisis de la información de los diferentes factores que comprende el entorno que rodea al centro turístico Puerto San Juan especialmente en la parte del mercado (basado en las cinco fuerzas de M. Porter) siendo ésta medular para el estudio dado que es la fase que genera la información necesaria para el establecimiento de las amenazas y oportunidades a las que está expuesto el Centro Turístico.

Se analizarán los siguientes mercados:

- ✚ Mercado Consumidor (Clientes)
- ✚ Mercado Competidor (Competencia)
- ✚ Mercado Abastecedor (Proveedores)

Otros factores del entorno que es importante analizar son: la política y economía nacional, la política y la economía municipal de suchitoto así como aspectos sociales, demográficos, culturales y medio ambientales, grupos de involucrados, localización y vías de acceso.

2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio de mercado se enfocará en variables como la demanda actual y potencial, la oferta de servicios turísticos, definición de los precios de los servicios y el establecimiento de los proveedores de insumos; al mismo tiempo, a través de los datos obtenidos se pretende identificar cuáles son los servicios que fomentarían un incremento en la demanda turística para el Puerto.

2.3 DELIMITACION GEOGRÁFICA DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el desarrollo del estudio de mercado se tomarán en cuenta algunos criterios básicos que se detallan a continuación:

- **Nivel Económico.** Los departamentos en los cuáles se desarrollará el estudio deberán presentar los más altos niveles de ingreso económicos mensual por hogar, esto debido a que busca atraer al Centro Turístico a aquellas personas que sean capaces de hacer uso de los servicios que ofrece, y eligiendo este tipo de departamentos se asegura que los miembros de la población estudiada cumplan con dicho criterio. Con el fin de comparar los niveles de ingresos de los diferentes departamentos se presenta el cuadro siguiente:

TABLA 1. INDICADORES DE INGRESO DE LOS HOGARES POR DEPARTAMENTO				
Departamento	Ingreso Familiar Mensual	Total de ingreso Familiar mensual	Ingreso Percapital Mensual	Remesas por Hogar Mensual
Ahuchapan.	\$347,78	\$28.706.433,00	\$80,98	\$162,73
Sonsonate.	\$414,80	\$50.191.530,00	\$99,21	\$162,44
Santa Ana.	\$336,25	\$48.788.347,00	\$80,46	\$133,31
Chalatenango.	\$373,42	\$17.402.032,00	\$85,44	\$147,99
La Libertad.	\$449,52	\$86.489.676,00	\$110,16	\$158,11
San Salvador.	\$559,80	\$315.999.400,00	\$144,40	\$144,88
Cuscatlán.	\$282,21	\$13.793.151,00	\$64,78	\$140,55
La Paz.	\$341,68	\$25.680.676,00	\$80,96	\$148,62
Cabañas.	\$303,58	\$10.131.017,00	\$64,78	\$164,67
San Vicente.	\$357,86	\$13.713.464,00	\$80,22	\$147,17
Usulután.	\$324,66	\$26.824.124,00	\$77,16	\$173,62
San Miguel.	\$388,02	\$50.075.441,00	\$93,87	\$177,85
Morazán.	\$344,11	\$14.324.135,00	\$79,93	\$143,24
La Unión.	\$360,51	\$25.154.723,00	\$83,19	\$208,04

Fuente: MINEC DIGESTUYC, Encuesta de Hogares

- **Ingresos por Remesas.** Los departamentos a ser estudiados deberán poseer una cantidad significativa de entradas de dinero provenientes de de parientes viviendo en otros países. Esto teniendo en cuenta que las personas que reciben este tipo de ingreso extra a sus salarios poseen una mayor capacidad adquisitiva y buscan gastar parte de este dinero en actividades de tipo recreativo.

Cuadro 16. Hogares receptores de remesas

	TOTAL DE HOGARES	PARTC %	HOGARES CON REMESA	PARTIC HOGARES CON REMESA
AHUACHAPAN	78,009	4.80%	11,141	3.08%
SANTA ANA	146,354	9.00%	33,576	9.27%
SONSONATE	115,324	7.09%	20,161	5.57%
CHALATENANGO	47,717	2.93%	13,474	3.72%
LA LIBERTAD	181,994	11.19%	31,720	8.76%
SAN SALVADOR	551,290	33.90%	109,093	30.12%
CUSCATLAN	46,401	2.85%	6,543	1.81%
LA PAZ	72,509	4.46%	10,656	2.94%
CABAÑAS	31,166	1.92%	11,597	3.20%
SAN VICENTE	39,124	2.41%	6,318	1.74%
USULUTAN	82,090	5.05%	22,885	6.32%
SAN MIGUEL	123,543	7.60%	37,801	10.44%
MORAZAN	39,427	2.42%	13,483	3.72%
LA UNIÓN	71,088	4.37%	33,741	9.32%

Fuente: MINEC, Encuesta en Hogares de Propósitos Múltiples, 2004

Aspectos Demográficos. Se considerarán aquellos departamentos que poseen mayor cantidad de pobladores, ya que con esto se asegura que las conclusiones sacadas a partir del estudio de estos departamentos puedan ser inferidas con un mayor grado de precisión sobre el total de la población. Las principales características demográficas a considerar son las presentadas en el siguiente cuadro:

Cuadro 17. Población y densidad poblacional de El Salvador s por departamento

Departamento	Población Total	Extensión en Km3	Habitantes por Km2
Ahuchapan.	354476.00	1293.60	286.00
Sonsonate.	505920.00	1225.77	413.00
Santa Ana.	606354.00	2023.17	300.00
Chalatenango.	203672.00	2016.58	101.00
La Libertad.	785129.00	1652.88	475.00
San Salvador.	2188404.00	886.15	2470.00
Cuscatlán.	212911.00	756.19	282.00
La Paz.	317212.00	1223.61	259.00
Cabañas.	156397.00	1103.51	142.00
San Vicente.	170947.00	1184.02	144.00
Usulután.	347661.00	2130.44	163.00
San Miguel.	533430.00	2077.10	257.00
Morazán.	179200.00	1447.43	124.00
La Unión.	302367.00	2074.34	146.00
Total	6864080.00	21094.79	5562.00

- **Distancia de llegada al Centro turístico.** Se considerarán departamentos representativos de las diferentes zonas que componen el territorio nacional: Oriental, Occidental y Central, con el objetivo de obtener datos representativos de todas las zonas del país.

Para la selección de los departamentos que formarán parte del universo se ha hecho uso de la técnica de pareto. Considerando el rango de 1 – 10 el criterio muy importante, 1 -8 importante, 1 – 6 muy bueno, 1 – 4 bueno y 1 - 2 regular. A continuación se presenta el desarrollo del análisis de pareto.

Cuadro 18. Criterios de elección de los departamentos que formarán parte del universo

No.	CRITERIOS	RANGO
1	Nivel Económico.	1 – 10
2	Ingresos por Remesas.	1 – 6
3	Características del Departamento.	1 – 8
4	Existencia de Centros de recreo ecoturísticos.	1 – 4
5	Aspectos Demográficos.	1 – 8
6	Distancia de Llegada al Centro turístico.	1 – 2

DEPARTAMENTOS	ANALISTA 1							ANALISTA 2							ANALISTA 3						
	C1	C2	C3	C4	C5	C6	TOTAL	C1	C2	C3	C4	C5	C6	TOTAL	C1	C2	C3	C4	C5	C6	TOTAL
Santa Ana.	6	4	8	4	7	2	31	7	4	8	4	7	2	32	7	4	8	4	6	2	31
Ahuachapan.	6	2	3	2	5	1	19	7	2	3	2	6	2	22	7	2	3	3	5	2	22
Sonsonate.	9	2	3	2	6	1	23	8	2	3	2	7	2	24	9	2	3	2	6	2	24
Chalatenango.	7	2	8	2	3	2	24	8	2	8	2	4	2	26	8	2	8	2	4	2	26
La Libertad.	9	3	4	4	8	2	30	9	3	4	4	7	2	29	9	3	4	4	6	2	28
San Salvador.	10	6	8	3	8	2	37	10	6	8	3	8	2	37	10	6	8	3	8	2	37
Cuscatlán.	4	1	8	1	3	2	19	6	1	8	0	4	2	21	5	1	8	0	4	2	20
La Paz.	6	1	2	2	5	1	17	8	1	2	2	6	2	21	7	1	2	2	5	2	19
San Vicente.	7	1	5	2	2	2	19	8	1	5	1	3	2	20	8	1	5	1	2	2	19
Cabañas.	5	2	8	2	2	2	21	7	2	8	2	1	2	22	6	2	8	2	1	2	21
Usulután.	5	2	8	2	5	2	24	7	2	8	2	6	2	27	6	2	8	2	5	2	25
San Miguel.	8	5	8	3	7	1	32	8	5	8	2	7	1	31	9	5	8	3	6	1	32
Morazán.	6	2	2	3	2	1	16	8	2	2	3	3	1	19	8	2	2	3	3	1	19
La Unión.	7	4	3	2	5	1	22	8	4	3	1	6	1	23	8	4	3	1	5	1	22

Cuadro 19. Asignación de valores para cada departamento de acuerdo a los criterios de selección

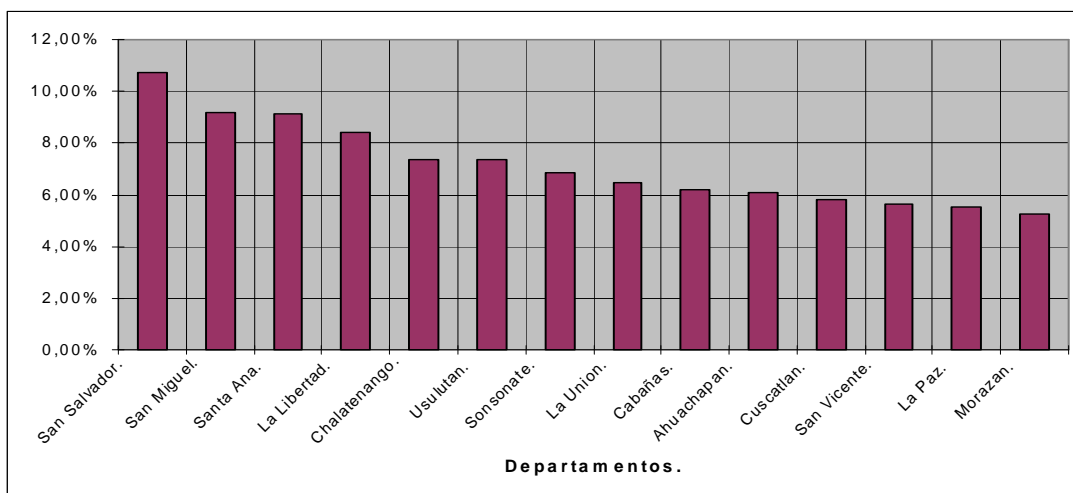
Los resultados de las ponderaciones y los porcentajes de las puntuaciones efectuadas por los analistas se presentan en la **tabla No 2**.

DEPARTAMENTOS	ANALISTA 1	ANALISTA 2	ANALISTA 3	TOTAL	%	ACUMULADO
San Salvador.	37	37	37	111	10,75%	10,75%
San Miguel.	32	31	32	95	9,20%	19,94%
Santa Ana.	31	32	31	94	9,10%	29,04%
La Libertad.	30	29	28	87	8,42%	37,46%
Chalatenango.	24	26	26	76	7,36%	44,82%
Usulután.	24	27	25	76	7,36%	52,18%
Sonsonate.	23	24	24	71	6,87%	59,05%
La Unión.	22	23	22	67	6,49%	65,54%
Cabañas.	21	22	21	64	6,20%	71,73%
Ahuachapán.	19	22	22	63	6,10%	77,83%
Cuscatlán.	19	21	20	60	5,81%	83,64%
San Vicente.	19	20	19	58	5,61%	89,25%
La Paz.	17	21	19	57	5,52%	94,77%
Morazán.	16	19	19	54	5,23%	100,00%
Total Acumulado				1033	100%	

Tabla No.2 Resultados del análisis de los criterios para el establecimiento del universo.

Como se muestra en el grafico de barras los departamentos que presentan con un porcentaje mayor del 8 % son los departamentos de **San Salvador, San Miguel, Santa Ana y la Libertad;**

Cuadro 20. Calificación obtenido por los diferentes departamentos



Los departamentos a considerar de acuerdo a los resultados obtenidos son: **San Salvador, San Miguel, Santa Ana, La Libertad y Cuscatlán**. Con estos 5 departamentos se logra que la representatividad de los datos obtenidos sea muy alta, ya que se han considerado los departamentos más grandes y poblados de la zona oriental y occidental del país (San Miguel y Santa Ana), dos de la zona Central (San Salvador y La Libertad, ya que es la zona más densamente poblada del país) y el departamento donde se encuentra ubicado el Centro Turístico Puerto San Juan (Cuscatlán).

3. FUENTES Y MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.1 FUENTES DE DATOS PRIMARIOS.

La principal fuente primaria de información del presente estudio de mercado son los clientes del Centro Turístico (consumidores), los centros turísticos considerados como competencia y los proveedores de insumos al Centro Turístico. Para el análisis de los otros factores la información procederá de Instituciones Gubernamentales, no gubernamentales y la población del municipio.

3.1.1 Métodos de recolección de datos primarios

Para la recolección de datos primarios se utilizarán los siguientes métodos:

Encuestas.

Este método se utilizará para recolectar la información del mercado consumidor y se utilizará el método de encuesta personal. El instrumento para efectuar la encuesta se muestra en el Anexo 1.

Observación Directa.

Se deberá observar la forma cómo otros turicentros de tipo ecoturístico prestan sus servicios, los atractivos que estos poseen y que en algún momento pueden implementarse en el Puerto San Juan y visualizar el grado de afluencia de turistas que llegan a ellos.

Entrevistas.

El método de entrevista se utilizará para recolectar información primaria referente a las políticas, economía, los grupos de interés, recolección de información sobre la competencia y el mercado abastecedor, aspectos sociales, culturales y medio ambientales, ya que esta será sustentada con información secundaria

Las entrevistas se efectuarán a personas o entidades que estén relacionadas al turismo en la zona y a nivel de país. Para llevar a cabo algunas de estas entrevistas se formularán una serie de preguntas estructuradas según el ente a entrevistar y el tipo de información requerida para la realización del estudio.

COMPETENCIA.

La recolección de la **información de datos primarios** se efectuará mediante entrevista personal estructurada y la observación directa. Para desarrollar la recolección de la información por medio de la entrevista se hizo uso del formato que se presenta en el Anexo 2.

POLITICA Y ECONOMIA NACIONAL.

Para la realización de las entrevistas con las diferentes entidades nacionales que proporcionan apoyo al turismo se elaboraron los instrumentos presentados en los Anexos 3 y 4.

3.2 FUENTES DE DATOS SECUNDARIOS.

Las principales fuentes de información secundaria para el presente estudio son:

- Plan Turístico 2014.
- Estadísticas Económicas nacionales y municipales del turismo.
- Plan Maestro Municipal.
- Estadísticas sobre ingreso de turistas al Centro Turístico.
- Estudios aspectos Sociales, Demográficos, Culturales, Medio Ambientales y localización de Suchitoto.
- Registros de la competencia.
- Estudios sobre Población y niveles de ingreso del país.
- Registros de entradas de personas al país.

Los principales medios y entidades de los cuáles se ha obtenido la información secundaria se presentan a continuación: Ministerio de Turismo, Oficina Técnica de Suchitoto, DIGESTYC, Alcaldía Municipal, la Guía telefónica, entre otras fuentes a consultar como lo es Internet y revistas, que proporcionen información del turismo y como este afecta al Puerto San Juan.

4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Se ha de efectuar una división del mercado en grupos cuyos integrantes tengan características que los asemejan y permitan que al Puerto San Juan implementar una mezcla de mercadotecnia para todo el grupo con resultados más satisfactorios y a un costo mucho menor que si se hicieran para todo el mercado.

4.1 MACROSEGMENTACIÓN.

Para el presente estudio se ha de tomar en cuenta a todas aquellas familias o personas que disfrutan del contacto con la naturaleza por medio de servicios tales como paseos en lanchas, Caminatas, Deportes

Acuáticos, etc., y al mismo tiempo, que gozan de admirar los vestigios culturales e históricos de los pueblos.

4.2 MICROSEGMENTACIÓN.

Dentro del segmento especificado anteriormente identificamos segmentos mas pequeños de familias o personas que podrían ser considerados como turistas a analizar en base a sus diferencias, estos son:

FAMILIAS O PERSONAS RESIDENTES EN EL PAÍS. (TURISTAS NACIONAL).

Se consideran a las familias que se encuentren dentro de la clasificación “no pobre” del ministerio de economía que habiten los departamentos de Santa Ana, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán y San Miguel.

5. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.

5.1 UNIVERSO DEL MERCADO CONSUMIDOR.

El universo está compuesto por el conjunto de familias que son de ingresos no pobres⁸ y que residen en los departamentos de Santa Ana, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán y San Miguel. Para establecer el universo se ha recolectado la información económica de los departamentos de la país, identificando el porcentaje de familias dentro de la clasificación de “no pobres” (Ministerio de Economía) dentro de cada departamento. Se sumará el total de familias dentro de ésta clasificación de todo el país.

Cuadro 21. Datos estadísticos utilizados para el cálculo del Universo.

Departamento.	Total de Hogares	Hogares No Pobres (%).	Hogares No Pobres.	% Entrevistas por depto.
Santa Ana.	145097,00	57,57%	83532,34	11,31%
La Libertad.	192405,00	71,81%	138166,03	18,71%
San Salvador.	564485,00	73,02%	412186,95	55,82%
Cuscatlán.	48876,00	52,57%	25694,11	3,48%
San Miguel.	129055,00	61,06%	78800,98	10,67%
		Total	738380,42	100,00%

El universo obtenido de acuerdo a los datos presentados anteriormente es de **738,380.42 familias** a considerar para los cinco departamentos que se tomaron como referencia para la realización del estudio.

⁸ Según clasificación del Ministerio de Economía, las categorías de las familias son Pobres y No pobres.

5.2 UNIVERSO DEL MERCADO COMPETIDOR.

Para definir al universo de los competidores se hace necesaria la obtención de **información secundaria** para determinar la localización e identificación de los centros turísticos que cumplan con los requisitos de ser *turicentros con características ecoturísticas*. Al no estar documentada esta información en su totalidad se ha hecho necesario recolectarla de diferentes fuentes para realizar un inventario de los turicentros del tipo ecoturístico que se encuentran el país.

Cuadro 22. Fuentes a consultar e información requerida.

Fuente de información.	Información requerida.
DIGESTYC	Nombres y direcciones de los centros turísticos privados que se encuentren registrados en esta institución, bajo la categoría de la CIU 921907-2 la cual corresponde a Parques de Recreo, diversión y entretenimiento. Aparecen registrados la cantidad de 38 centros de recreo bajo una administración privada.
ISTU.	Nombres, direcciones y teléfonos de centros turísticos nacionales administrados por esta institución. El este aparece registrado la cantidad de 11 centros de recreo considerados como nacionales.

Actualmente existe en el sector turístico una gran cantidad de turicentros que se pueden considerar como competencia por el tipo de servicios que prestan. Para conocer la competencia directa, indirecta, sustituta y complementaria es primordial primero conocer los tipos de servicios que presta el Centro Turístico Puerto San Juan a fin de poder clasificar a los demás turicentros dentro alguno de los tipos de competencia antes mencionado. Con ese fin, se presenta a continuación perfil del Centro Turístico.

PERFIL DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.

Es un Centro Turístico localizado a la orilla del lago Suchitlán en las cercanías del casco urbano del municipio de Suchitoto.

En él prestan los servicios siguientes:

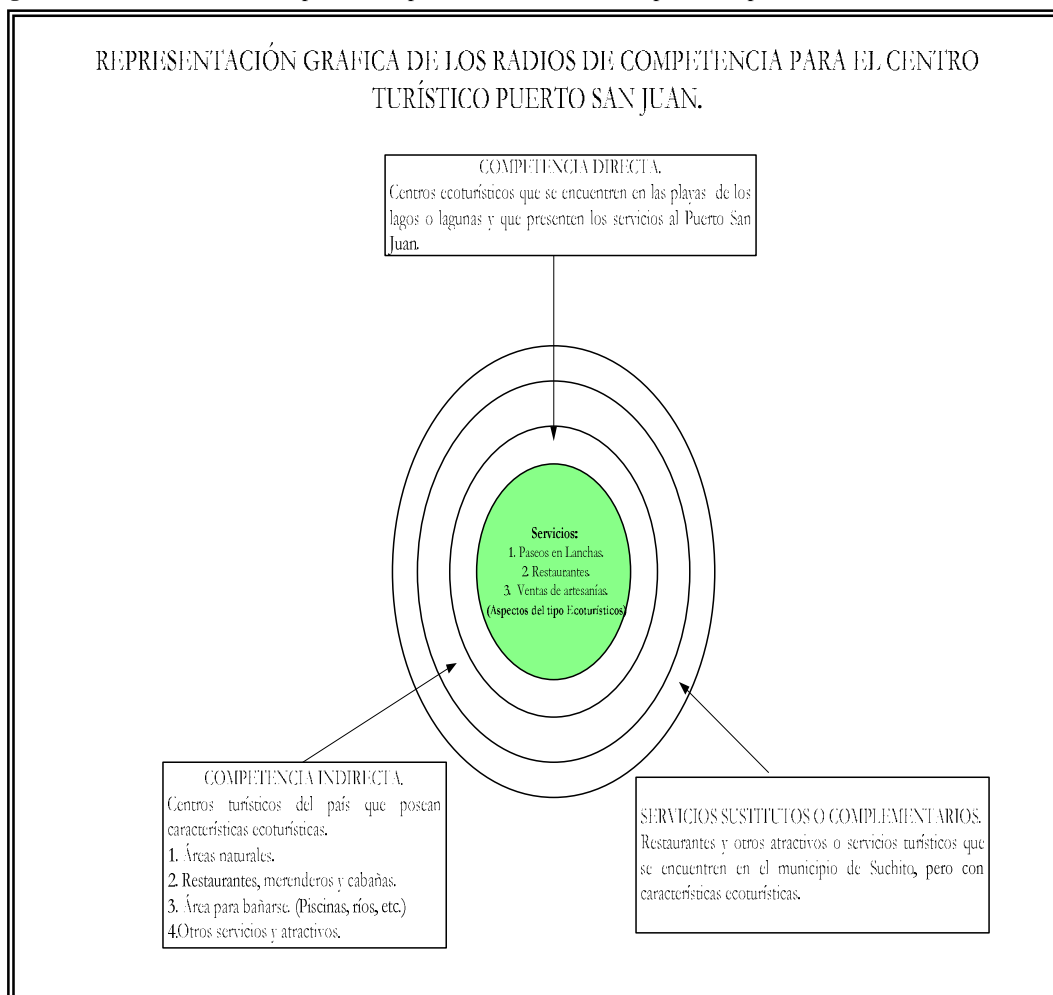
- **servicio de restaurantes** en los cuáles se preparan comidas típicas y platos internacionales;
- **venta de artesanías varias**
- **Servicio de paseos en lancha** a diferentes islas que se encuentran en el lago de Suchitlán.

Cuenta además con servicio de parqueo. El costo de entrada es de \$0.50 por personas y \$1.0 por vehículo. Desde las instalaciones del Centro Turístico se puede apreciar el lago de Suchitlán y además la abundante flora y fauna de la zona.

A partir del perfil del Centro Turístico es posible determinar aquellos centros de recreo que se consideran **competencia directa**. Para esto, se considerarán dentro de este tipo de competencia a todos aquellos turicentros ubicados a las orillas de los diferentes lagos y lagunas del país y que además presten los mismos servicios y posean características similares a las del Puerto San Juan. Dentro de la **competencia indirecta** se considerarán los centros turísticos que prestan diferentes servicios a los prestados en el Puerto San Juan, pero que presenten características ecoturísticas⁹.

Se establecerá como **sustitutos o complementarios** los lugares turísticos que se encuentren en el Municipio de Suchitoto, especialmente aquellos que se encuentren cercanos al Puerto San Juan y que posea características ecoturísticas. La siguiente gráfica representa los radios de competencia para los servicios que presta el Puerto San Juan.

Figura No. 11: Relación de los tipos de competencia con los servicios prestados por el Centro Turístico Puerto San Juan.



⁹ Características Ecoturísticas. Estén en contacto con la naturaleza (flora y fauna), posean paisajes y que se viajen responsablemente sobre estos.

Para ver el listado de los turicentros registrados en el Ministerio de Economía referirse al Anexo 5. A partir de dicho listado y del estudio de las ofertas turísticas de los turicentros ahí contenidos se establece como universos de investigación a la siguiente cantidad de centros turísticos:

Tipo de Competencia.	Universo.	Fuente de Información
Directa.	5	La obtención de la cantidad de centros turísticos considerados como competencia directa es ISTU, personas particulares y observación directa.
Indirecta	47	La obtención de la cantidad de centros turísticos considerados como competencia directa es ISTU y DIGESTYC.

Cuadro 23. Universo del mercado competidor

En la siguiente tabla se presenta la cantidad de visitantes que visitaron diez centros turísticos nacionales que son administrados por el ISTU para el período comprendido del 2000 al 2005.

Tabla 3. Muestra la cantidad de turistas que ingresa al año a los centros turísticos de país.

Centro Turístico.	Año.					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (E – AG)
Agua Fría.	114,855	128,631	127,358	130,048	100,400	51,328
Altos de la Cueva	174,819	171,100	158,608	162,195	166,456	92,886
Amapulapa	297,935	177,017	272,194	233,976	250,540	150,018
Apastepeque	27,221	1,548	23,437	26,548	26,548	15,873
Apulo	226,966	175,935	167,138	158,767	158,767	102,912
Atecozol	207,060	198,872	176,138	229,431	229,431	141,140
Ichanmichen	218,517	202,872	215,501	226,278	226,278	123,732
Los Chorros.	259,671	9,482	--	--	--	--
Sihuatehuacan	181,051	184,311	182,987	154,594	128,733	86,245
Toma de Quezaltepeque	154,533	219,112	179,663	179,180	179,180	119,235
Total Ingreso anual.	3862,628	3469,88	3505,024	3504,017	3470,333	883,369

Según la información recabada en el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), los competidores directos del Puerto San Juan son Apulo y Apastepeque. Los otros turicentros que aparecen en la tabla son considerados como competencia indirecta.

5.3 MERCADO ABASTECEDOR.

Se ha considerado a los proveedores mas importantes de insumos para cada comisión, es decir, los que afecte de manera directa a cada una de las comisiones y que representen cierta influencia en la prestación del servicio, por lo que la identificación de estos se realizara posteriormente.

6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.

Para la determinación de los valores para establecer la muestra se consideró una investigación preliminar mediante la cuál se pudieran calcular los valores de **p** y de **q** para tamaños de muestra finitos. Para realizar esta investigación se tomó una muestra de 25 encuestas, las cuales se realizaron en los departamentos de Cuscatlán, San Salvador y La libertad.

Se define **p** como la probabilidad de que suceda el evento siguiente: el entrevistado haya visitado algún Centros Turísticos dentro del país. En contraposición, **q** representa la probabilidad de que este no suceda y por lo tanto, que el miembro de la población entrevistada no haya visitado ningún Centro Turístico. Los valores encontrados en la investigación preliminar, fueron los siguientes: $p = 88\%$ y $q = 12\%$; ya que de las 25 encuestas pasadas 22 de ellas respondieron que si conocían los lagos y centros turísticos en ellos y 3 mencionaron que no conocen los lagos del país, por ende no conocen los centros turísticos que hay en ellos.

El nivel de confianza (z) a utilizar es el de 1.96 el corresponde a una confianza del estudio en un 95%, por lo que $z=1.96$, con un error (e) estimado del 10%.

6.1 CLIENTES (MERCADO CONSUMIDOR).

La selección de la muestra debe efectuarse de manera que sea lo más representativa posible para poder inferir los datos obtenidos a los demás miembros del universo. Para el cálculo de la muestra utilizaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot n}{(n - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n: El tamaño de la muestra.

N: Tamaño del Universo.

Z: Nivel de confianza de la investigación.

E: Error muestral.

p: Probabilidad que ocurra el evento.

q: Probabilidad de no ocurrencia (1 – p)

Determinación de la Muestra No. 1 (Familias Salvadoreñas)

n: ? E: 95%.

N: 738380,42 familias. Z: 1.96.

p: 88%. q: (1 – 0.88) = 0.12

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.88 \cdot 0.12 \cdot 738380.42}{(738380.42 - 1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.88 \cdot 0.12}$$

n = 163 encuestas ≈ 165 encuestas

6.2 COMPETENCIA (MERCADO COMPETIDOR).

Competencia Directa.

El universo que se determinó para el análisis de este tipo de competencia es de 6 centros turísticos. Se ha desarrollado una investigación de campo en cada uno de estos centros turísticos para determinar cuales son los atractivos y servicios que en ellos se presta.

Competencia Indirecta

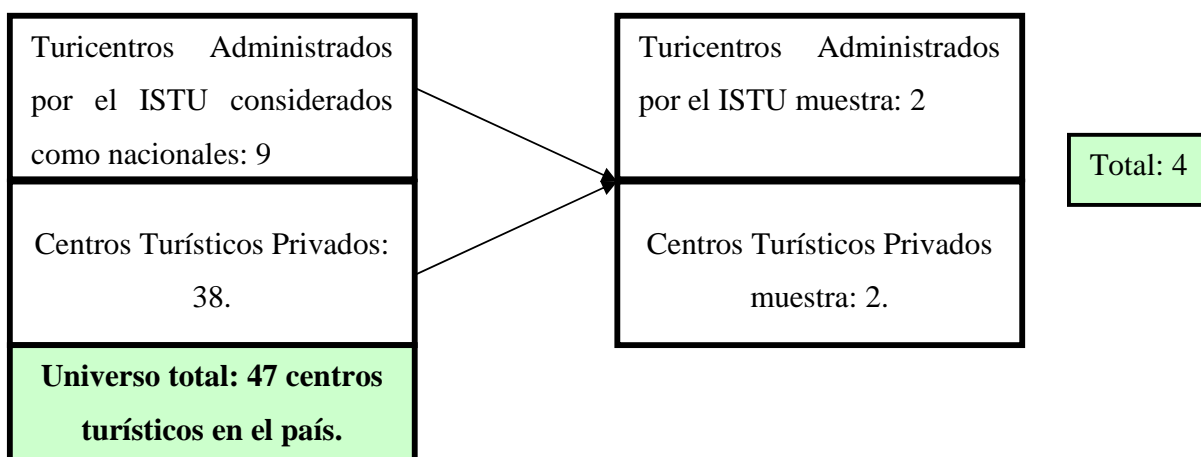
Consideramos a nuestro universo con la cantidad de 47 centros turísticos. Para el establecimiento de la muestra se utilizará el muestreo estratificado simple, considerándolos bajo la clasificación de nacionales y privados, según el ente que los administra.

Los administrados por un ente nacional (ISTU) son k = 9 turicentros, de acuerdo a lo presentado en el listado del ISTU. Para la obtención de información se han visitado dos centros turísticos administrados por el ISTU los cuales presenten mayor cantidad de afluencia de personas basándonos en este criterio (demanda de afluencia de personas) establecemos que los centros turísticos a visitar son: **Ichammichen y Amapulapa**. Basados en la clasificación de los turicentros administrados de manera privada tenemos un k = 38 centros de recreo. Para la selección de la muestra tomaremos en cuenta los siguientes criterios:

- 1. Cantidad de personal que trabaja en el centro turístico,** debido a que mayor cantidad de personas que laboren demuestran el tamaño de este y la capacidad de prestación de los servicios turísticos que posee este.

2. **Los tipos y cantidad de atractivos que poseen**, generalmente los centros turísticos poseen piscinas, toboganes acuáticos, juegos mecánicos y diversas canchas al aire libre.
3. **Los servicios que ofrecen**, los servicios que se ofrecen son: restaurantes o merenderos, alquiler de sillas, hamacas, mesas y cabañas, ventas de Souvenir y otros tipos de servicios.

De acuerdo a lo anterior se han visitado dos turicentros privados para realizar la observación directa, ya que como vemos la mayoría de centros turístico presentan los mismos atractivos y servicios, con la diferencia que los que presentan mayor cantidad de empleados son: Termos de Río y Apuzunga.



7. CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.

7.1 GENERALIDADES

GENERALIDADES DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN

Horarios de atención:	7 a.m. – 10 p.m.
Teléfono:	2335-1957
Ubicación:	Orillas Lago de Suchitlán, Cantón San Juan, Municipio de Suchitoto, Dpto. de Cuscatlán.
Gerente General:	Pascual Galdamez.
Capacidad del estacionamiento:	en invierno 50-60 automóviles; verano de 250– 300 vehículos (utilizando parte de la orilla del lago en esta época)
Asociaciones en el Centro turístico:	GREPUSAN (Grupo Empresarial Puerto San Juan)
Cantidad de comités:	3
Especificación de comités:	Comité de Lancheros, comité de Restauranteros, comité por los puestos de Artesanías. Todos los cuales se encuentran en proceso de legalización como organización.

7.2 HISTORIA / ANTECEDENTES DEL CENTRO TURÍSTICO

Hace más de dos y medio años empezó a desarrollarse la idea de construir un centro turístico a orillas del lago de Suchitlán con el fin de aprovechar el paisaje natural que éste ofrece, ya que en Suchitoto la mayor parte del tiempo los turistas se limitaban a visitar el casco urbano y no había sido aprovechado todos los recursos que ofrecía el lago, a pesar de ser un atractivo. La idea original hacía referencia al aprovechamiento de los atractivos del lago y la integración de éstos como turismo alternativo¹⁰ en una oferta turística más amplia dentro de la figura dentro de un Centro Turístico.

El alcalde en esa época gestionó y logró acordar con CEL que diera una parte de tierra en comodato y que uno de los dueños de los terrenos privados en el cantón San Juan donara una pequeña parte para la construcción del Centro Turístico. La extensión total de ambos terrenos no sobrepasa los 8,712.47m². Con

¹⁰ Turismo Alternativo es otra forma de turismo diferente al de la ciudad y de la playa

las personas que vivían en la zona se trataron negociaciones para su reubicación esta firmaron un acuerdo para desalojar sus locales y pasarse a otro colonia, pero principalmente para que se animaran a ser parte del Centro Turístico que para entonces estaba en fase de diseño. Después de un tiempo de estar intentando explicar las ventajas y beneficios que obtendrían de ésta iniciativa, los residentes aceptaron la idea. Es así como se decide construir el Puerto San Juan, siendo inaugurado el 18 de febrero de 2005.

Los encargados de prestar los servicios dentro del Centro Turístico están aglomerados en 3 diferentes comisiones: la comisión de lancheros, la de restauranteros y la de artesanías y cafetines.

EN RESUMEN:

La propuesta del Puerto San Juan, se formó en un inicio a partir de las siguientes ideas de conformación:

- Servicios de restaurante
- Piscina para niños
- Puerto de salida de lanchas para pesca
- Área de limpieza y de almacenamiento de pescado
- Aprovechar la belleza y facilidades del lago y la zona para vender los servicios anteriores

Sin embargo se encontró las siguientes dificultades:

- El presupuesto no logró cubrir los costos para la construcción de la piscina para niños.
- No es posible fomentar la pesca, debido a que el lago actualmente no permite el cultivo de peces.
- No se ha hecho ningún esfuerzo de mercadeo para los servicios de comida disponibles ni se ha planificado el desarrollo ni actividades dirigidas a ello.
- No existen líneas que dirijan esfuerzos ni que identifiquen responsables de ellos para el desarrollo sostenible, mejora e integración de la comunidad para ser involucrada en el proyecto.

La siguiente figura resume la forma de funcionamiento de las diferentes comisiones en el Puerto San Juan.

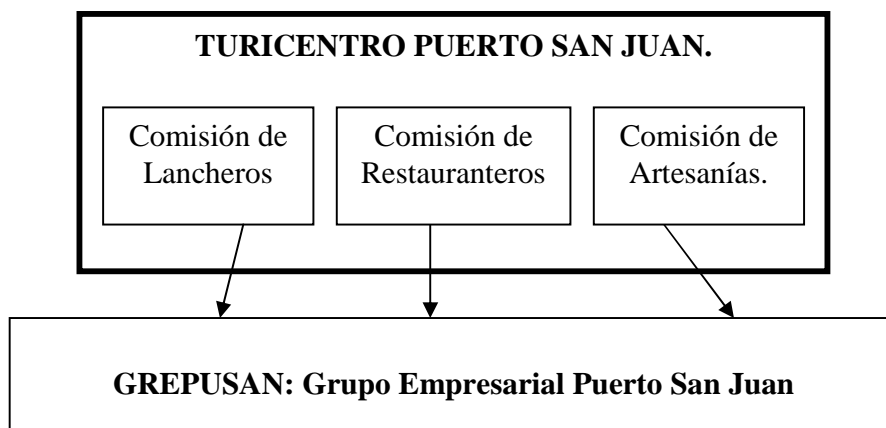


Figura 12. Algunos posibles atractivos turísticos que se pretenden integrar dentro de la propuesta de gestión integral para fomentar la reactivación del Centro Turístico.

Ex Residentes del Cantón San Juan

En cuanto a la comunidad que habitaba el espacio que actualmente ocupa el Centro Turístico, fue reubicada en la colonia que ahora se llama NUEVO SAN JUAN. Ésta fue establecida con las familias de bajos ingresos reubicadas del caserío San Juan y que se encontraba en condiciones precarias. Las viviendas en su mayoría son improvisadas, construidas con materiales de desecho (lámina galvanizada, plásticos y cartón) y permanentes (adobe, tierra estabilizada con bambú, ladrillo de obra, lámina galvanizada y teja). No tienen acceso al agua potable domiciliar, por lo que hacen uso de tres cantareras. Ha habido un crecimiento desordenado y sin planificación de la ciudad. En los límites del Conjunto Histórico se observan características que prevalecen, entre ellos la marginalidad, precariedad, baja o nula provisión de servicios públicos, viviendas con el carácter del temporal.

El cantón San Juan Actualmente

Según el diagnóstico del plan maestro de la ciudad los pobladores del cantón son de muy bajos ingresos los cuales utilizan la cobertura de los servicios y el equipamiento del área urbana por la proximidad con la ciudad y por lo que se les clasifica como “semi-rural”.

El cantón se encuentra rodeado por el Lago Suchitlán, siendo una buena parte de las tierras al norte consideradas como sensibles a inundaciones y clasificadas por el Programa de Desarrollo Local como “área natural de protección de ribera e islas del embalse del Cerrón Grande”. Es una de las mayores concentraciones de viviendas dentro de la zona de amortiguamiento.

7.3 ASPECTOS AMBIENTALES.

El lago de Suchitlán posee una de las mayores concentraciones de vegetación e interés ambiental. Comunica directamente con el Embalse Cerrón Grande y a ríos que circundan la ciudad. Muchas de las tierras que rodean el Centro Turístico son utilizadas para cultivos de temporada. La mayoría de los terrenos poseen una longitud fluctuante, es decir aquellos que son inundados durante invierno no disponen de un programa para su aprovechamiento.

Éste lugar es considerado para un uso potencial turístico, siendo importante considerar un ordenamiento para equilibrar el aprovechamiento ambiental y la convivencia del espacio público, según el diagnóstico del Plan Maestro del mismo municipio.

Dentro del lago se han detectado los siguientes procesos y fenómenos que afectan de manera negativa a la integridad del medio ambiente:

- **Deforestación y erosión:** La vegetación original del área ribereña y fluctuante del humedal ha desaparecido en su gran mayoría, al ser transformada en cultivos o áreas de pastos, por la extracción de leña y madera, y en gran medida por los incendios recurrentes y provocados que asolan la región. Esta deforestación masiva promueve la erosión de las laderas que rodean al embalse, generando grandes volúmenes de sedimentos los cuales son depositados. Esta sedimentación fluctúa desde 2 millones de metros cúbicos por año hasta 40-50 millones de metros cúbicos.
- **Contaminación del agua:** El embalse Cerrón Grande está identificado como una de los cuerpos de agua más contaminados de El Salvador. Este humedal recibe una descarga mensual de más de 8.5 millones de libras de excretas del Río Acelhuate, procedentes de 18 sistemas de aguas negras que drenan más de 1.5 millones de hogares del área metropolitana de San Salvador. Los ríos Suquiapa, Sucio y Acelhuate que representan el 30% del caudal que entra al humedal del Cerrón Grande, trasladan descargas contaminantes de 157 fuentes: 54 industrias, 55 beneficios de café, 7 ingenios azucareros, 29 redes de alcantarillas y 9 rastros municipales. El Acelhuate recibe descargas de la región metropolitana de San Salvador, de 17 industrias de metal y afines, 22 textileras, 7 fábricas pintura, 11 plantas fabricantes de papel. De un total de 145, solo 9 tratan sus desechos. De 120 industrias que generan desechos líquidos, solo el 14 % realiza algún tipo de tratamiento. En la región metropolitana de San Salvador, el 25 % de la población no tiene servicios de conexión a la red de alcantarillado; 40 % de las aguas negras descargan directamente en los ríos Las Cañas y Urbina.

Se han encontrado concentraciones fecales muy superiores a las aceptables para el contacto humano en aguas superficiales. En lo que respecta a contaminación por metales pesados en muestras de tilapia, guapote y bagre se han encontrado, concentraciones de cromo y plomo que exceden al valor límite recomendado por la USA- FDA. En análisis realizados por FOSEP-BID en 1977 en la zona de muestreo al este del puente Colima antes de la desembocadura del río Acelhuate se detectaron concentraciones de cromo en muestras de agua entre 0.27 – 0.78 mg/lit donde el límite permisible es de 0.05mg/lit, lo que de acuerdo a los mismos autores se sobrepasa en 1020 veces. Así mismo para plomo encontraron concentraciones entre 1.77- 6.28 mg/lit, lo cual sobrepasa la norma en 902 veces; puesto que el límite es de 0.50 mg/lit.

- **Proyectos de generación hidroeléctrica aguas arriba del humedal:** Actualmente se está evaluando la posibilidad de construir un embalse en la parte alta del río Lempa para luego desviar el agua embalsada por una gran cañería que vierta al río Metayate. De esta manera se estaría dejando si agua a un tramo de unos 30 km del río Lempa aguas arriba del embalse e “inyectando” este agua a un afluente directo del embalse. Esta alteración del curso del río Lempa podría tener un enorme sobre la calidad y el flujo del agua que llega al lago, sin tener en cuenta el impacto socioeconómico negativo sobre los pobladores que habitan la cuenca de captación del embalse³.
- **Escasa filtración de mantos acuíferos:** A causa de la erosión, la infiltración de agua ha disminuido, lo cual ha influido en que los ríos y nacimientos de agua de la zona disminuyan considerablemente su caudal durante la temporada seca. Esta escasa infiltración afecta negativamente en la retención y alimentación de los mantos acuíferos subterráneos y superficiales. De este modo la deforestación del área boscosa es un factor que influye negativamente en la disponibilidad del agua para abastecimiento de las comunidades.
- **Degradación de los suelos:** La falta de rotación de cultivos, falta de diversificación productiva, quemas, incendios y el acelerado proceso de erosión, provocan el empobrecimiento de los suelos.
- **El jacinto de agua (*Eichhornia Crassipes*):** disminuye la superficie de espejo de agua, favorece la eutrofización de la laguna y de algunos meandros y supone una amenaza para la vegetación sumergida.

Luego de conocer un poco las generalidades del lugar, se presenta el análisis interno de la organización.

8. DESARROLLO DEL ANÁLISIS INTERNO

8.1 CULTURA ORGANIZATIVA

Para conocer parte de la administración y organización, es necesario que partamos de la investigación y análisis de la razón de ser del Centro Turístico, sus objetivos, sus estrategias y planes estratégicos, los sistemas de comunicación, evaluación o retroalimentación principalmente. En suma, conocer el funcionamiento básico de la empresa.

○ Propósito del Centro Turístico

Actualmente el Centro Turístico no dispone de una declaración oficial de su misión ni tampoco de la visión. A continuación se presenta la visión y los principios que la alcaldía sugirió al TPSJ, los cuales dicen:

VISIÓN (recomendada por la alcaldía)

“Ser centro de desarrollo turístico más rentable, innovador y sostenible del municipio”.

PRINCIPIOS:

- Brindar una calidad de atención al turista, en la oferta de los servicios alimenticios, navegación en información interpretativa de áreas naturales e históricas.
- Priorizar la calidad y la productividad por medio del cumplimiento de normas establecidas por la municipalidad de Suchitoto.
- Satisfacer las demandas del cliente o turista, de los arrendatarios, de los empleados y la municipalidad
- Comercializar nuestros servicios de alimentación, navegación y asegurar utilidades sostenibles.
- Invertir en innovación tecnológica y ambiental en asocio con los arrendatarios del centro turístico
- Competir en los mercados turísticos en el ámbito local, nacional
- Innovación conceptual y desarrollo humano en nuestro personal
- Capacitar a todos los autores en los servicios de turismo que ofrece el Puerto San Juan
- Ser dinámicos en los cambios que signifiquen mejorar áreas como personal y ambiental

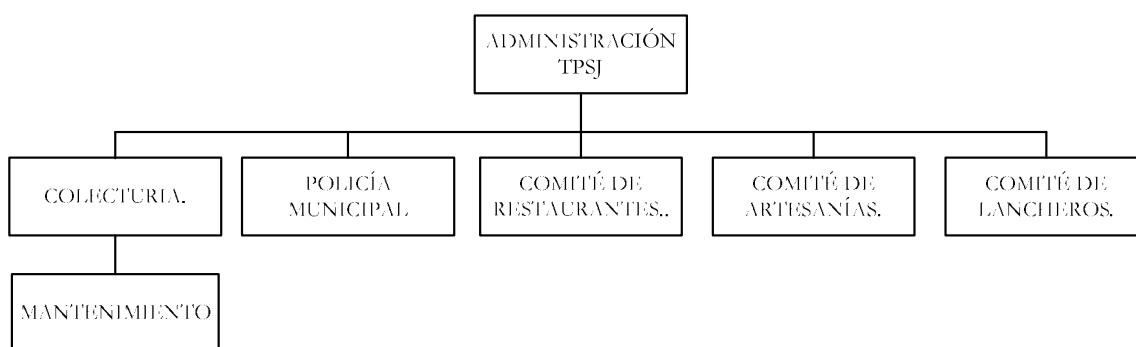
Según la Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto el TPSJ se pretende que como meta, el Centro Turístico sea el eje principal del turismo del municipio y sea parte del desarrollo económico local.

ORGANIZACIÓN

El TPSJ está formado por dos áreas grandes, una es la administración y la segunda el grupo compuesto por tres comités. Éste grupo es reconocido como GREPUSAN, el cual aun se encuentra en proceso de legalización.

La administración propiamente está formada principalmente por su administrador, encargados de cobros, vigilantes y personal de mantenimiento. En total son 5 personas que se encuentran fijas y 2 personas de apoyo.

A continuación se presenta el organigrama bajo el cual actualmente trabajan dentro del TPSJ:



Estructura Organizativa del TPSJ

FUNCIONES:

PERSONAL ADMINISTRATIVO

El Administrador: hace un reporte diario, y cada 4 meses. El alquiler o arrendamiento del puerto va directamente a tesorería, a catastro. La administración del Centro Turístico prácticamente solo se encarga del inventario de visitantes, control de ellos y el ingreso por visitante.

Los cobradores: compuesto por dos mujeres que se turnan por semana. Brindan información y fungen como recepcionistas (según administrador), control de inventario de la bodega (suministros de limpieza), Reciben el dinero de entrada, llevan control de tipo de ingreso y entregan tiquete de entrada.

Mantenimiento: responsables son 2 personas, los cuales llegan por turno en día de semana y ambos en fines de semana, trabajan 5 días y descansando 5. Encargados de realizar el aseo desde el trifinio (camino previo a la entrada al Centro Turístico) hasta el lago incluyendo el Centro Turístico. Los cuales recogen la basura y la clasifican, realizan labores de mantenimiento.

PERSONAL DE APOYO

Policía del CAM: son 2 policías destacados, los cuales eventualmente dan información general del Centro Turístico y brindan auxilio diverso a los visitantes.

ARRENDATARIOS

Comités: brindar los servicios propios de cada comisión, cumpliendo las normativas establecidas dentro del mismo, bajo el marco de la ordenanza Municipal que rige al Centro Turístico.

PLANIFICACIÓN

No existen planes estratégicos ni políticas para el Centro Turístico. Actualmente se cuenta con el apoyo de un asesor de la fundación REDES (el Sr. Francisco Rodríguez), el cual le brinda apoyo diverso a través de reuniones cuando sean requeridas ajustándose al tiempo del que dispone el asesor. A pesar de ello no han sido formulados ningún plan o estrategia para el Centro Turístico.

No existen desarrollados ningún esfuerzo o iniciativa de publicidad o promoción de parte de la administración. Sin embargo si se han observado dentro del comité de Restaurantes, los cuales han organizado eventos como “lunadas” (reuniones con comida típica y otras, música en vivo y en la noche) y otros eventos. Son ellos también los que ofrecen prestar servicios para eventos dentro del Centro Turístico que requiera de servicio de comida.

DIRECCIÓN

El reglamento que los rige es en realidad la ordenanza municipal y el contrato anual. Cada comité tiene su propio reglamento o normativa. La ordenanza debe señalarse que se encuentra en fase de revisión, por lo tanto aun no ha sido aprobada, sin embargo el Centro Turístico se rige en base al borrador de la misma.

Reuniones

Se realizan a nivel de junta directiva, en el cual se cumplen acuerdos de asamblea, recuerdan la ordenanza para verificar cumplimiento y tratan puntos que así lo ameriten. Es a través de éstas que se da la comunicación entre administración y comités.

TOMA DE DECISIONES

Toda decisión debe tomarse en coordinación con la alcaldía. Para la discusión de problemas según su importancia, es el nivel al que llega su exposición. Para ello se parte de los comités

Reportes

Son realizados de forma oral del administrador hacia el alcalde cuando éste último lo solicita. Normalmente se presenta informe cuando se cambia de consejo municipal.

8.2 CAPACIDAD ESTRATÉGICA Y RECURSOS

8.2.1 COMISIONES DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN.

Como se mencionó anteriormente actualmente existen 3 comisiones dentro del Centro Turístico: Comisión de Restauranteros, Comisión de artesanos y Comisión de Lancheros. Las 3 comisiones anteriores conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan (GREPUSAN). Para recolectar la información acerca de cada una de los comisiones antes mencionadas se utilizó el método de entrevista estructurada, para lo cuál se utilizó el instrumento presentado en el **Anexo 6**.

8.2.1.1 COMITÉ DE RESTAURANTEROS

SERVICIO DE RESTAURANTE, SU FORMACIÓN:

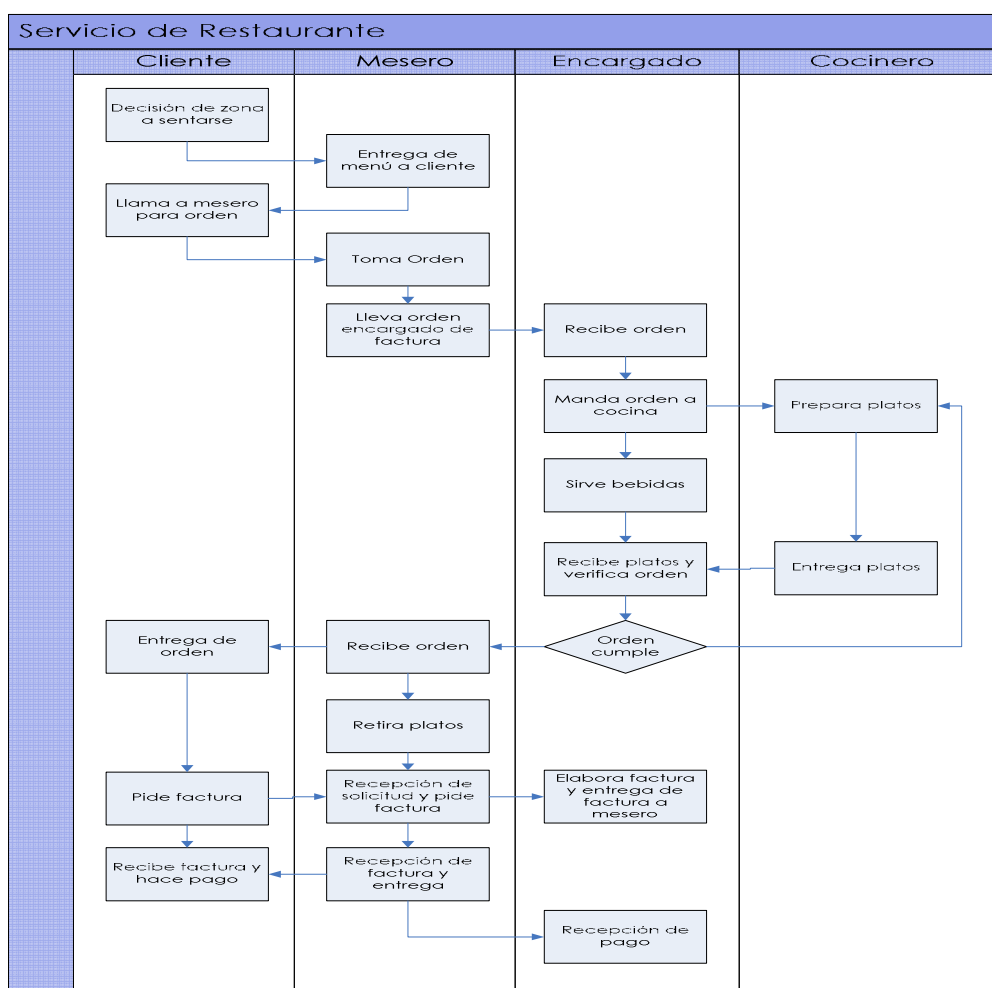
El servicio de restaurante inicio paralelamente al funcionamiento de los demás comités que componen GREPUSAN, en febrero de 2005, con la puesta en marcha de la idea del Embarcadero o Puerto San Juan. Es también conocido como comisión de restauranteros de GRUPUSAN y está formado por 8 restaurantes; el 75% de los dueños de estos restaurantes son personas que tenían sus negocios informales a orillas del lago antes de la formación del centro turístico. El área de restaurante está compuesto por una nave de aproximadamente 40 m de largo y 35 m de ancho, dividido en dos áreas principales:

- **zona de restaurantes.** Se accede a ésta a través de la entrada principal. Se encuentra dividida en partes iguales por un pasillo a partir del cual se accede principalmente a la zona de servicio. Esta zona se divide consta de 8 restaurantes El área que lo forma es de aproximadamente 40m x 7m de ancho, siendo el pasillo de 8m x 7m, en el cual se encuentran mesas con objetos antiguos tales como planchas de hierro, un mapa a relieve y plantas naturales decorativas.
- **área de servicio:** se encuentra en la parte frontal de los restaurantes y frente al lago. Está formada por un área de mesas con sillas de madera para 4 personas. Cada uno de los cuales están divididos de igual manera frente a los restaurantes y diferenciados por diferentes colores de manteles. Las mesas y sillas son dadas en alquiler por la alcaldía y en su mayoría los restaurantes tienen dentro de su zona 8 mesas para 4 personas

Cada restaurante se encarga de la decoración del área, siempre respetando al resto de restaurantes y en especial dentro de las normas que se han establecido como comité.

Servicios

Los menús de los restaurantes no varían sustancialmente de uno a otro y luego de hacer uso de los servicios de restaurantes el pago se realiza en la mesa. El flujo de prestación del servicio de restaurante se presenta en la figura siguiente.



FLUJOGRAMA FLUJO DE SERVICIO DE RESTAURANTE			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
ÁREA	Restaurantes		
PROCESO	Servicio de Restaurante		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Actual
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

Figura 13. Diagrama de Flujo, Servicio de restaurante

Local	Restaurante	Empleados		Cantidad de mesas	Capacidad de atención (cliente)
		Min	Máx		
1	EL ATLEPAN	3	4	8	32
2	RÍO LEMPA	2	4	8	32
3	BRISAS DEL LAGO	2	3	8	32
4	TUTULEN	4	5	13	52
5	RUI	2	4	8	32
6	BONY'S	2	4	8	32
7	LACHIKI	2	5	8	32
8	JEREMÍAS	2	5	8	32
Total		19	34	69	276

Tabla 4. Resumen datos básicos de los restaurantes

En total, la suma de los restaurantes emplea entre 19 y 34 personas durante la semana, siendo los fines de semana las fechas en que todos coinciden de emplear entre 1 a 3 personas más. Además de éstas personas se encuentran atendiendo los mismos dueños de cada restaurante.

Local	Restaurante	Precio de productos ofertados		
		Min	Máx	Prom
1	EL ATLEPAN	2.25	10	6.13
2	RÍO LEMPA	4	9	6.5
3	BRISAS DEL LAGO	4	8	6
4	TUTULEN	2.25	10	6.13
5	RUI	4	8	6
6	BONY'S	2	9	5.5
7	LACHIKI	3	7	5
8	JEREMÍAS	3.50	9	6.25
Promedios		3.125	8.75	5.94

TABLA 5. Precios de productos vendidos en área de restaurantes

Los precios, como se observa en la tabla 5., oscilan entre \$2.25 a \$10, sin incluir precios de las entradas, las cuales parten desde \$1. En promedio se tiene que los precios de los platos fuertes giran alrededor de \$6.25. Entre las restricciones que la municipalidad impuso se encuentra el hecho que es prohibido vender más de 3 cervezas por personas. No es permitido otro tipo de licor, incluido el vino.

Debido a que todos los restaurantes elaboran casi los mismos platos, los insumos son casi idénticos, a excepción de los locales 1 y 4 que prestan más platos internacionales dentro de su menú, por lo que las materias primas utilizadas para la elaboración de esos platos varían. Entre los principales costos en los que incurren se encuentran: **alquiler del local, compra de insumos, transporte de insumos, pago de servicios y pago de recurso humano.**

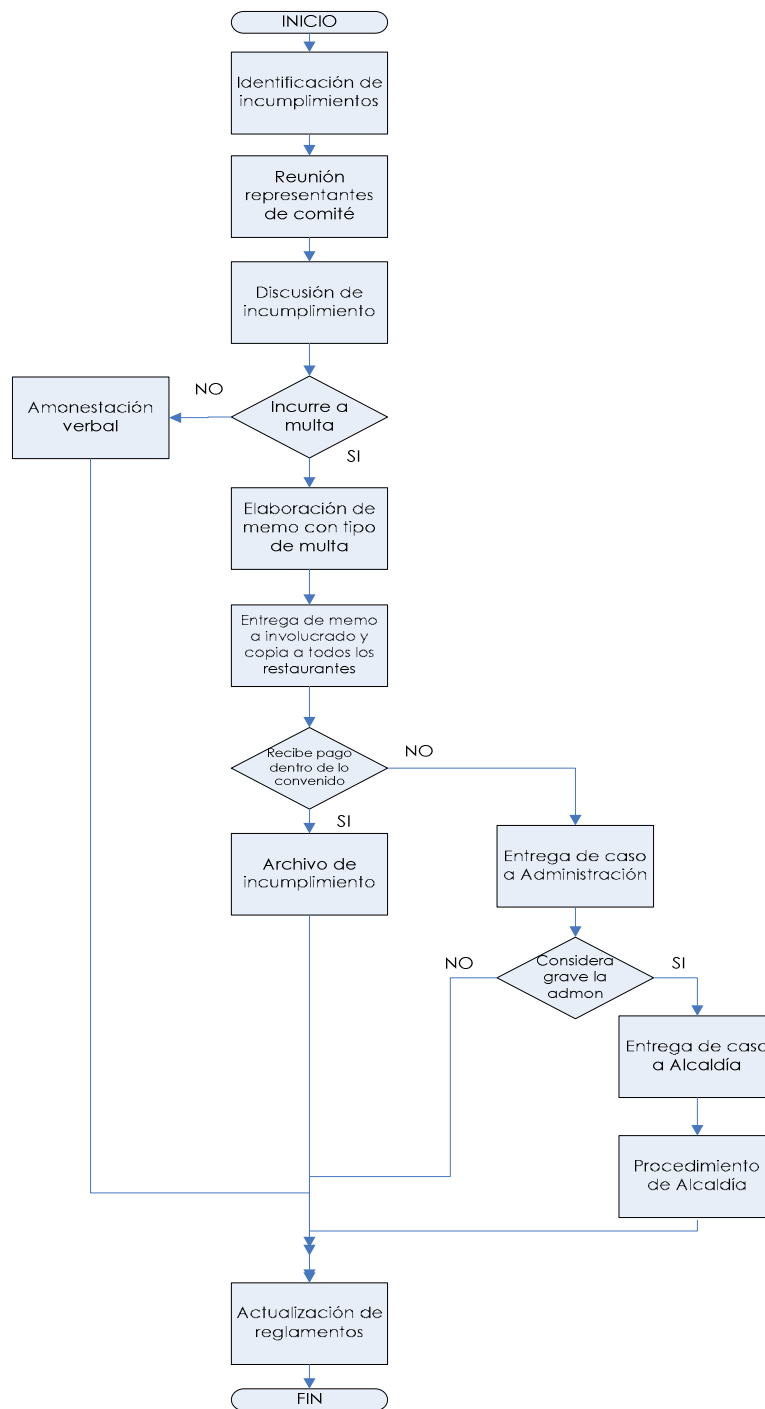
REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVA DE LA COMISIÓN DE RESTAURANTEROS

Como comisión, los miembros de éste han definido una directiva del comité, conformado por 4 personas, las cuales son dueñas de los restaurantes. Éstos representantes incluyen un Presidente, Vice-Presidente, Secretario y Tesorero, los cuales están con la disponibilidad de tomar acuerdos leves en cuanto a amonestaciones, las cuales varían entre \$5 y \$10. En lo que se refiere a normativas, dentro de la comisión se ha elaborado un listado de reglas que van modificando según la necesidad o según se presente un problema.

Parte de los acuerdos que realizan dentro del comité son la implementación de las reglas que en consenso aprueban, las cuales los dueños de los diferentes restaurantes se encuentran comprometidos a dar a conocer a todos sus empleados. Principalmente el comité tiene como fin el mejoramiento, presentación, imagen y buen concepto del Centro Turístico, para lo cual están comprometidos.

Entre algunas reglas convenidas, se encuentran:

1. Queda prohibido el préstamo de servicio y atención sin uniformes
2. Mesas y sillas no se deben sacar del área de servicios
3. No puede usarse el celular una vez entrado el empleado al trabajo
4. No usar herramientas inadecuadas
5. No permitir que los empleados pongan sillas a la par de las ventanas de los restaurantes
6. En el momento de entrar al lugar del trabajo se “recomienda buscar qué hacer”
7. Diariamente botar y limpiar los basureros
8. Uso de muebles apropiadamente
9. No echar objetos inapropiados en tragantes y lavamanos, los empleados serán los mismos responsables
10. Es adecuado y normal que se tengan mesas estacionarias y de apoyo, sin embargo es prohibido se usen en emergencias de sobre demanda
11. Prohibido los noviazgos dentro del TPSJ



FLUJOGRAMA DE PRESTACIÓN DE REVISIÓN REGLAMENTO INTERNO			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
ÁREA	Restaurantes		
PROCESO	Revisión de Reglamento interno para Servicio de restaurantes		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Actual
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

Figura 14. Diagrama de flujo para la comunicación de amonestaciones o violaciones a reglamentos

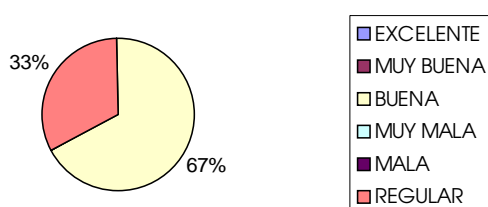
PROBLEMÁTICAS ACTUALES OBSERVADAS POR LOS MIEMBROS DEL COMITÉ DE RESTAURANTEROS

- Principalmente y coincidiendo casi en 100%, los encargados de los diferentes restaurantes manifiestan que *la mayor necesidad en el Centro Turístico son las piscinas que inicialmente se proyectaron construir.*

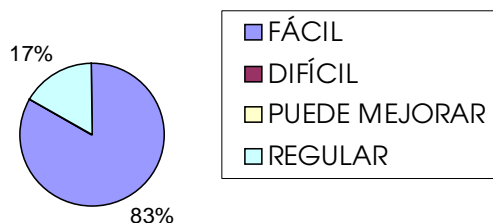
- *Actualmente el pago de los servicios solo se puede realizar en efectivo.* Aún no se cuenta con el uso de POS para hacer uso de tarjetas de crédito. Esto según algunos de los encargados de restaurantes, hace que se pierdan oportunidades de venta.

Según los miembros de ésta comisión es necesario además ampliar el área de juegos para niños, mejorar el ornato del área de Restaurantes y de la zona verde y construir una piscina en el área disponible de terreno. Además, según lo investigado, actualmente existen problemas internos de comunicación y de competencia o confianza, información que fue obtenida mediante un sondeo de satisfacción al cliente interno (**ver formato en el anexo 7**) con la finalidad de obtener su percepción sobre la relación general entre miembros de un mismo restaurante, entre restaurantes, entre comités, sobre comunicación con compañeros de trabajo y sobre el ambiente de trabajo. Para el sondeo se tomó la participación de 6 empleados tomados al azar, con la diferenciación que todos pertenecían a diferentes restaurantes. Los resultados obtenidos a partir del sondeo se muestran a continuación:

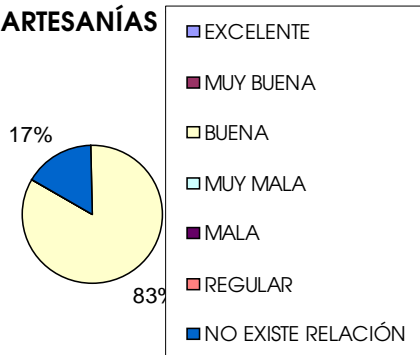
RELACIÓN ENTRE COMITÉ DE RESTAURANTES CON EL DE LANCHEROS



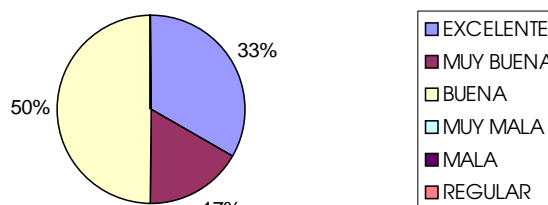
CÓMO CONSIDERA EL CLIENTE INTERNO LA COMUNICACIÓN CON SU JEFE Y COMPAÑEROS DE TRABAJO



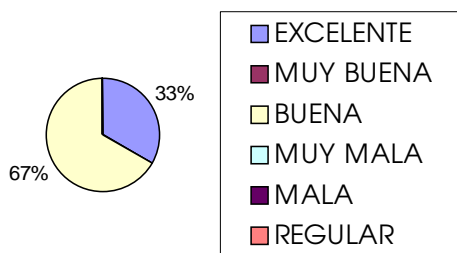
RELACIÓN ENTRE COMITÉ DE RESTAURANTES CON EL DE ARTESANÍAS



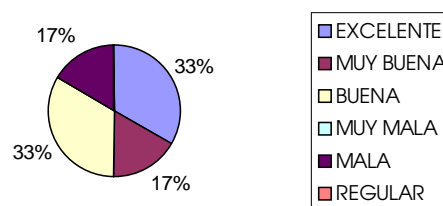
RELACIÓN ENTRE COMPAÑEROS DE RESTAURANTE



CÓMO CONSIDERA EL CLIENTE INTERNO DE RESTAURANTES SU AMBIENTE DE TRABAJO EN GENERAL



RELACIÓN ENTRE MIEMBROS DEL COMITÉ DE RESTAURANTES



Según la percepción de las personas entrevistadas, hace falta que la mayoría de dueños de restaurantes asuman una actitud más dinámica y proactiva en cuanto al desarrollo de su negocio y del área de restaurantes en conjunto.

8.2.1.2 COMITÉ DE ARTESANÍAS Y CAFETINES

Ésta comisión, tal como lo dice su nombre, se encuentra formada por los vendedores de artesanías y los cafetines que se encuentran dentro de TPSJ. Por ser el grupo de artesanos pequeño al igual que el de los cafetines y tomando en cuenta también que ambos se encuentran dentro del mismo espacio físico ambos grupos decidieron unirse para formar este comité. Estos locales se encuentran ubicados a un costado del parqueo y paralela a la entrada a la fuente central y a la zona de restaurantes, en el área de parqueo. Los fines de semana, algunos vendedores de artesanías colocan puestos de venta a la entrada de los restaurantes, en un corredor frente a la fuente de la entrada principal a la zona de restaurantes, con el fin de acercar sus productos al cliente.



REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVA DE LA COMISIÓN DE ARTESANOS

Esta comisión actualmente no posee ningún tipo de normativa o reglamentación interna que rija el comportamiento de sus miembros.

SERVICIOS PRESTADOS POR LA COMISIÓN DE ARTESANÍAS

Los servicios que se prestan, como ya se mencionó es el de venta de productos artesanales de diversos orígenes dentro del país y extranjeros, además de los productos principalmente comestibles que venden las cafeterías (cafetines o tiendas). En el caso de todos los negocios se atiende al cliente de acuerdo a su solicitud.

<i>Local</i>	<i>Tienda de artesanía</i>	<i>Cantidad de empleados</i>	<i>Productos Ofertados</i>	<i>Precio de productos ofertados</i>
1	La Princesita	2	Shorts, trajes de baño, paletas y licuados	Precios oscilan entre \$1 y \$5
4	Oasis Vista al Lago	1	Bebidas y comestibles (boquitas)	Precios oscilan entre \$0.35 y \$1
5	Teresita	2	Comida preparada en el lugar y bebidas	Precios oscilan entre \$0.25 y \$2.50
Total		5	Promedio	2.63

Cuadro 24. Datos básicos de cafetines

<i>Local</i>	<i>Tienda de artesanía</i>	<i>Cantidad de empleados</i>	<i>Productos que ofrece</i>	<i>Precio de productos ofertados</i>
2	Artesanías de mi pueblo	2	Artesanías varias	Precios oscilan entre \$1 y \$15
3	Artesanías Ciudad Vieja	3	Artesanías	Precios oscilan entre \$1 y \$20
6	—	1	Artesanías, pulseras, aritos, ropa	\$1 - \$20
7	—	1	Artesanías, pulseras, aritos,	\$1 - \$15
8	—	1	Artesanías, pulseras, aritos, ropa	\$1 - \$20
9	—	1	Artesanías, pulseras, aritos, tatuajes temporales	\$1 - \$10
Total		9	Promedio	\$9.50

Cuadro 25. Datos básicos de artesanías

Aun cuando no se ha registrado en las tablas anteriores, durante algunos días no fijos se encuentra un stand de venta de artesanías elaboradas especialmente por grupos de mujeres, cooperativas de mujeres a nivel nacional. Entre algunos de sus productos se encuentran productos teñidos en añil, ropa elaborada en manta, carteras de coco, manteles, tarjetas, colchas, champús naturales, entre otros. Todos estos productos han sido elaborados 100% a mano y los precios oscilan desde \$1.50 hasta alrededor de los \$20. El espacio utilizado se encuentra a la entrada, a unos 7m de la pluma a un costado de la oficina de CENDEPESCA.

PROBLEMAS DETECTADOS POR LOS MIEMBROS DE ESTA COMISIÓN

Según los miembros existe un abandono de la parte del Centro Turístico al no tomarlos en cuenta a la hora de hacer remodelaciones en este. Según la mayoría de los miembros entrevistados, existe una deficiencia en cuanto a estructura física para el área de chalets, debido a que no fueron tomados en cuenta en el momento del diseño del TPSJ, ya que en un primer momento esta área fue programada para albergar bodegas.

Otro aspecto que han observado es que cuando se llena el parqueo se obstaculiza la visibilidad de sus fachadas, por lo tanto pasan desapercibidos por los turistas ya que no existe ninguna forma de anunciarse además de sus fachadas. Aunado a este factor, los árboles que están creciendo en el parqueo obstaculizan aún más la visibilidad.

Lo que para todos los miembros de éste comité, le hace falta al Centro Turístico son Piscinas. Además, resienten de manera generalizada la falta de publicidad del lugar. Dentro de este comité no se percibe ningún tipo de relación, es decir, su organización es nula. A diferencia de los otros comités, éstos no cuentan con reglas internas al grupo. Aun cuando los problemas que mencionan les atañen a todos los miembros o al menos a la mayoría, no son muchas o son nulas las iniciativas que tienen respecto a ellos.

8.2.1.3 COMISIÓN DE LANCHEROS

Este comité es el que se encarga de prestar el Servicio de paseo en lancha, el cuál consiste en proporcionarle al turista un viaje guiado por el lago para que pueda apreciar de cerca los diferentes atractivos naturales con los que cuenta la zona. Los costos de este servicio varían de acuerdo al tiempo del viaje, la distancia de las rutas y la cantidad de personas por viaje. Actualmente los precios y duración de los viajes en las rutas más frecuentes solicitadas por los turistas ya se encuentran establecidos.

En el embalse existe una variedad de lugares que los turistas pueden visitar. Las principales rutas y tarifas manejadas actualmente por la comisión de lancheros son las que se muestran a continuación.

- ❖ **Visita a la isla de los pájaros.** El paseo consiste en llegar una isla donde gran cantidad de aves migratorias ponen sus huevos. En esta ruta se aprecian otras islas que se encuentran en el camino, como las siguientes: Tierra Colorada, Enamorados, Leona y la Talpetatosa; el tiempo de duración es de una hora y el costo es de \$25.00.
- ❖ **Visita a la isla del Ermitaño.** Isla en la cuál se encuentra una piedra labrada y los vestigios en los cuales vivía un ermitaño. El tiempo para este paseo es de cuarenta y cinco minutos, ya que permiten al turista que se baje y llegue a ver la estructura de la cueva y el costo de la ruta es de \$20.00.
- ❖ **Visita a la isla del amor.** En la que encontramos variedad de flora y fauna, en la que el turista encuentra deleite. posee este nombre debido a que mucha pareja la visitan por su belleza.
- ❖ **Ruta Corta.** Muchos de los turistas a veces llegan cortos de tiempo y dinero, por lo que se ofrece la ruta corta que dura treinta minutos con un recorrido en el lago a un costo de \$12.00.
- ❖ **Visita al Cerrón Grande.** A los visitantes le gusta conocer la Presa Hidroeléctrica Cerrón Grande con cuya construcción se creó el embalse conocido como lago Suchitlán. Esta ruta posee un tiempo de duración de dos horas y media pasando por una diversidad de lugares, al llegar a la presa el turista posee la opción de bajarse y caminar sobre ella y admirar la infraestructura de la misma, el costo del paseo es de \$45.00.
- ❖ **Visita a Colima.** Este es uno de los viajes mas largo que posee el grupo con un tiempo de duración de cuatro a cinco horas con un costo de \$75.00; Este viaje se realiza en la época del año en la que el embalse se encuentra lleno ya que en otro momento no es posible llegar por la cantidad de árboles secos que están bajo el agua del lago que no permiten que las lanchas lleguen al sitio.
- ❖ **Visita a Copapayo.** Es una comunidad en la que encontramos vestigios culturales impresionantes, el tiempo de duración del paseo es de una hora y veinte minutos a un precio de \$30.00.
- ❖ **Otras.** El comité de lancheros presta además otros servicios según los solicite el turista, entre los que encontramos:
 1. Viajes para ir a pescar cerca de la presa, el que los lancheros proporcionan todos los instrumentos para la pesca si el cliente no lo posee. El precios de este servicio varia según el tiempo, distancia y la cantidad de turistas.

2. Llevar al turista a cierta isla, dejarlos acampando y recogéndolos en posterior fecha u hora indicada por estos.
3. Además cuentan con paquetes para grupos grandes, en los que se rebaja el precio del paseo según la ruta elegida.
4. Cobran \$1.25 por persona a las que deseen realizar un viaje y no posee un grupo ellos los organizan.

El recorrido lo realizan en lancha con una capacidad para 10 personas y en cada uno de los recorridos los lancheros le narran al cliente historias sobre el lugar al cual van a visitar y la historia de cómo se formó el lago Suchitlán. Para la prestación de este servicio se cuenta con 19 lanchas diseñada con asientos para que los pasajeros viajen y admiren de manera cómoda la belleza natural del lugar. Los días de semana son los de menor afluencia de turistas y realizan en promedio de 2 a 5 viajes mientras que los fines de semana realizan alrededor de 25 a 75 viajes (dependiendo de la época).

Las 19 lanchas son propiedad de 13 de los lancheros que conforman. Para el manejo de las otras 6 lanchas se ha contratado a 6 personas de la zona.

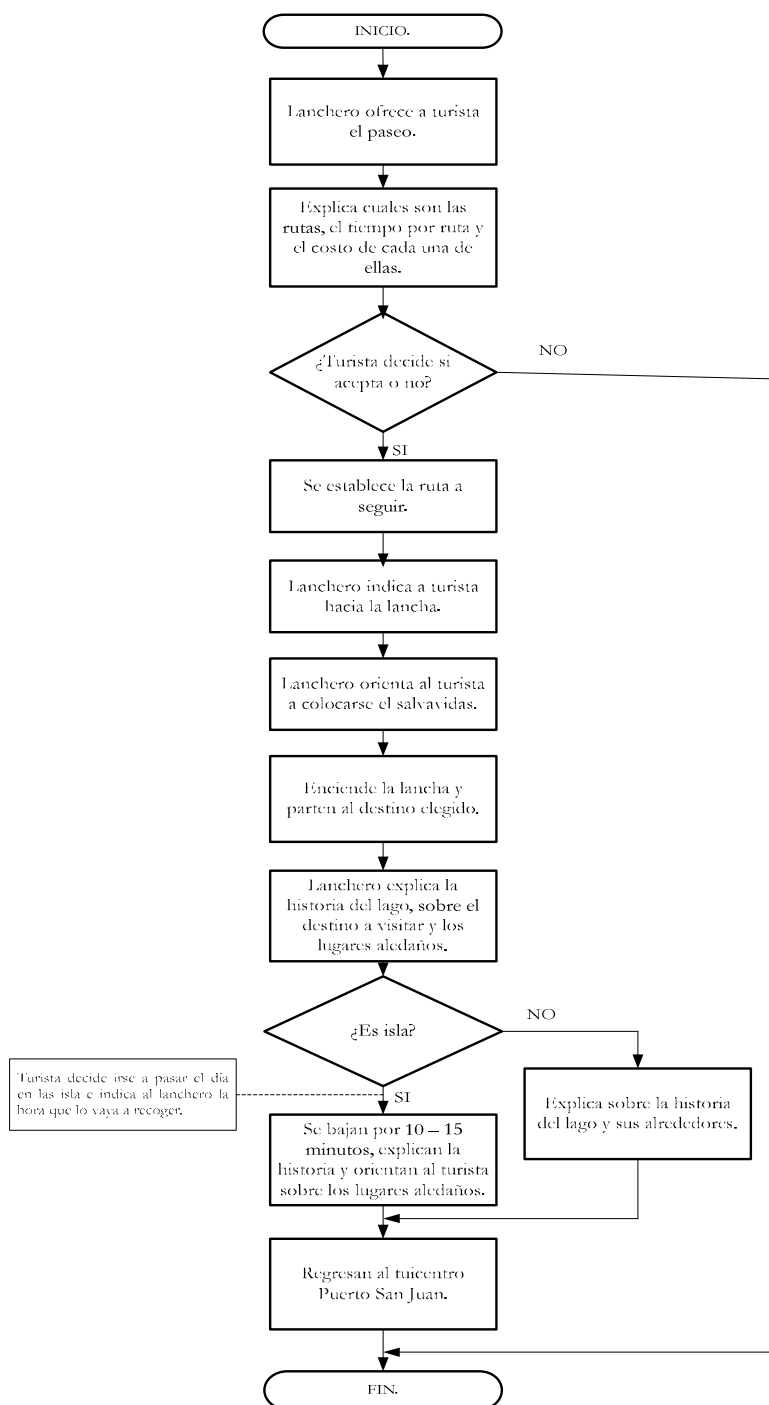
La normativa que rige el accionar de los miembros de esta comisión incluye:

1. Los precios y tiempos según ruta a realizar.
2. El orden de salida para cada uno de los lancheros.
3. La rotación de lancheros por día en la semana, debido a que realizan turno en la semana en los que llegan seis equipos a prestar el servicio por la baja afluencia de clientes.
4. Poseen un comité interno con el que tratan los problemas o posibles alternativas de los servicios a prestar.

Actualmente este comité se encuentra en trámites de lograr una estructura formal, la cual puede tomar la forma de una ADESCO¹¹ o una Cooperativa. Ellos buscan legalizarse con la idea de conseguir fondos para futuras inversiones para la mejora en la prestación de sus servicios e incrementarlos. Su relación con los otros comités (Restaurantes y Artesanías) es buena, solo que no existe una unión para trabajar en conjunto en el fomento del turismo para impulsar al centro turístico, más bien cada una de estas trabaja de manera individual. La forma como se ofrece este servicio se muestra en el diagrama de flujo siguiente

¹¹ Tipo de asociación municipal

Figura 15. Diagrama de flujo prestación de servicio “paseo en lancha”



FLUJOGRAMA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE VIAJES EN LANCHAS			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
ÁREA	Lanchas		
PROCESO	Prestación de Servicios de viajes en Lanchas		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Actual
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

8.2.2 INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO TURÍSTICO.

El Puerto San Juan esta ubicado a 1.2 Km. de la ciudad de Suchitoto a orillas del lago Suchitlán. Las actividades turísticas son desarrolladas con mayor intensidad los días sábados y domingos o en temporadas de vacaciones y sus instalaciones (según el administrador) están en la capacidad de recibir 500 familias diariamente en sus 8712 mt² de terreno con las que cuenta actualmente. Posee una capacidad total de parqueo asignado para 36 vehículos y en las orillas del lago un aproximado de 114.

El Centro Turístico cuenta con cuatro baños, dos para mujeres y dos para hombres, situados en el área de artesanías y en el área de restaurantes, un área de jardín con vista al lago con bancas y juegos mecánicos para niños. El Centro Turístico cuenta además con un área de administración, una oficina de CENDEPESCA y un área de bodega donde los lancheros guardan sus insumos.

Aledaño a él se encuentra dos terrenos, uno de la Fuerza Armada de El Salvador (institución que actualmente se encuentra en negociaciones con la Alcaldía para adquirirlas en comodato para poder utilizarlas para la ampliación del Centro Turístico) y el otro es un terreno de 7 manzanas el cual es de propiedad privada y su dueño se encuentra en negociación con la Alcaldía para la venta de éste; estos dos terrenos son los que la alcaldía considera a adquirir para la futura expansión del centro de recreo (Ver esquema del turicentro y sus áreas en página 325).

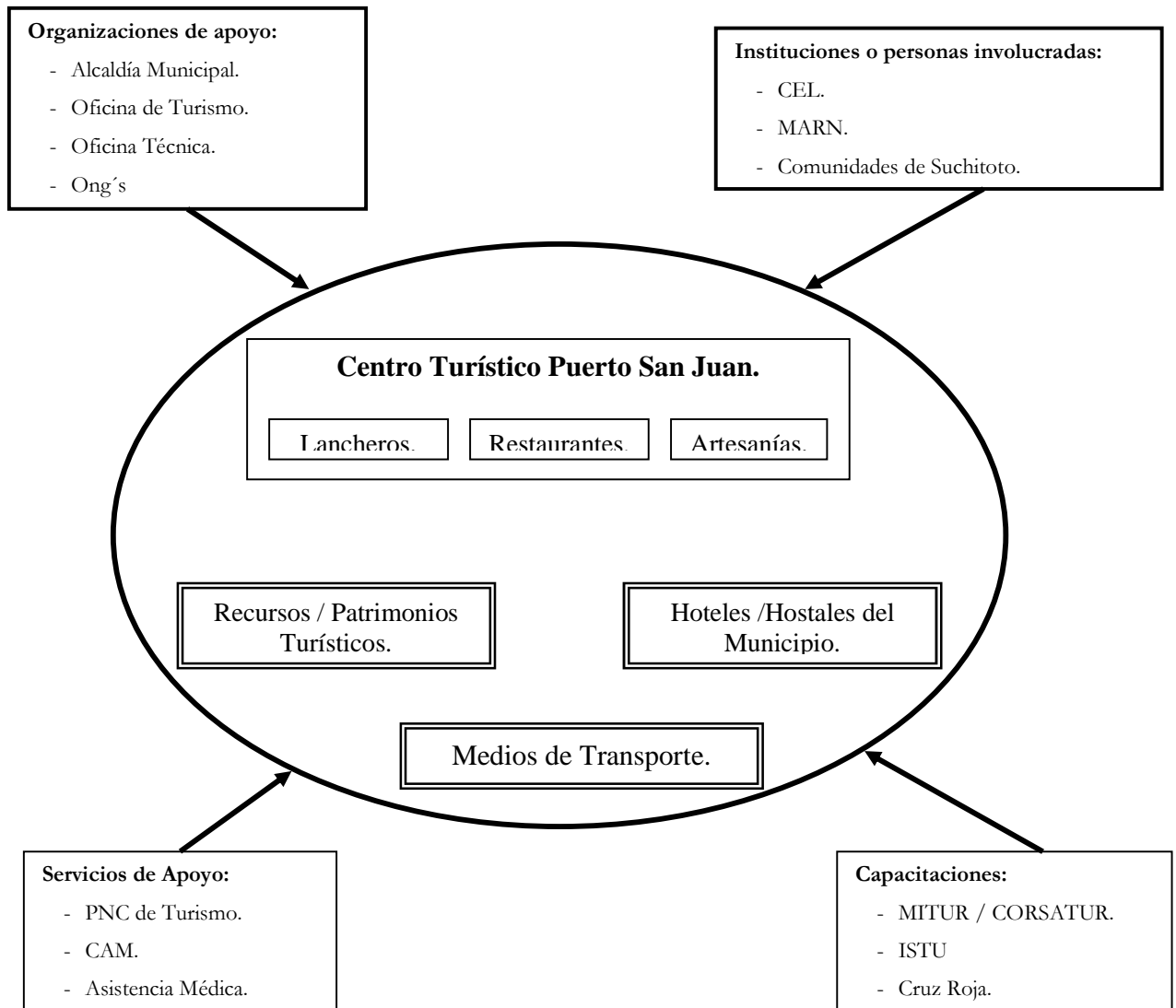
8.2.3 Presupuesto

El presupuesto que maneja el TPSJ proviene enteramente de fondos municipales. La Alcaldía solicita de parte del administrador un presupuesto y listado de necesidades. Sin embargo, el monto es asignado según la disponibilidad de los recursos municipales y no necesariamente por las necesidades del centro turístico. *Los ingresos obtenidos en concepto de pago de entrada por parte de los turistas son utilizados para el mantenimiento del lugar.* El dinero es recibido por la administración y entregado a la alcaldía a través de remesas a tesorería.

8.2.4 Capacidad estratégica

La capacidad estratégica está definida como la cantidad de recursos con los que cuenta una organización y mediante el aprovechamiento de estos es posible aumentar su productividad. En el caso del Centro Turístico Puerto San Juan, su capacidad estratégica está dada por los recursos turísticos que está rodeado y la interrelación de estos como forma de la venta de sus servicios. Los principales actores involucrados en el desarrollo de las actividades del Centro Turístico son los que se muestran en la figura siguiente.

Figura 16. Principales actores involucrados en el desarrollo de las actividades del Centro Turístico



1. Centro Turístico San Juan, como principal eje para el desarrollo turístico del municipio de Suchitoto.
2. Recursos / Patrimonios Turísticos, como principales atractivos turísticos del municipio, algunos de ellos se encuentran fuera del dominio de la municipalidad.
3. Hoteles /Hostales, se a considerar cuales son los lugares donde se han de hospedar los turistas, se encuentra fuera del domino de la municipalidad.
4. Medios de Transporte, sea de considerar los medios de transporte y las vías de acceso para llegar a los atractivos turísticos, además de las lanchas sea de considerar otros medios de transporte.

Actores secundarios:

1. Organizaciones de apoyo, se debe de establecer el apoyo que cada una de estas instituciones le brindará al Centro Turístico para incrementar el turismo en el municipio.
2. Instituciones o personas involucradas, se debe tomar en cuenta a las instituciones y comunidades que se involucraran para que se de el desarrollo de los escenarios que se propongan.
3. Servicios de apoyo. Aquellos que se dediquen al cuidado de los recursos y patrimonios turísticos para que estos se encuentren seguros y que cualquier eventualidad los turistas sean auxiliados.
4. Capacitaciones, se ha de capacitar a las personas que prestarán los servicios como guía turístico o salva vidas según sea el caso del escenario a elaborar.

ANÁLISIS

Es necesario y en primera instancia definir la misión y visión del TPSJ, puesto que para partir de un buen desarrollo de cualquier propuesta se requiere definir los objetivos que guíen las líneas de la organización, encaminando todos los esfuerzos hacia estos objetivos en común de todas las áreas que la componen (es decir las metas organizacionales). Éste será el primer paso a resolver el problema de la desarticulación de las partes o actores del Centro Turístico.

El sistema de comunicación presenta irregularidades y es deficiente, desde la frecuencia, importancia dada y forma de realizarla. Es necesario reestructurarlo de forma que brinde un apoyo formal, que permita el cumplimiento de objetivos disminuyendo al máximo los obstáculos que puedan surgir.

9. DESARROLLO DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO

9.1 ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO.

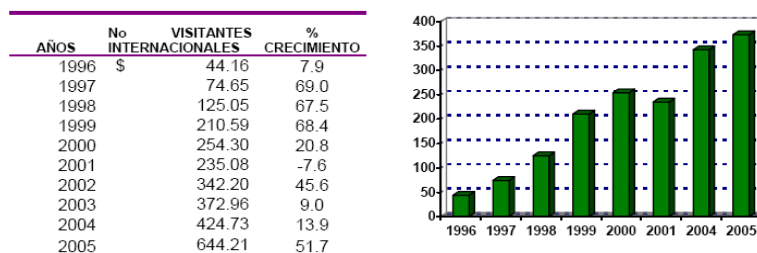
9.1.1 EL TURISMO EN EL SALVADOR.

El sostén de la economía para el país desde hace muchos años ha venido sufriendo diferentes cambios. En sus inicios, ésta estaba basada en la agricultura, específicamente en el cultivo de productos como el añil, café, algodón y la caña de azúcar entre otros; luego se le apostó a la maquila como un generador de empleo y de desarrollo económico cuya incidencia ha ido decayendo con el paso del tiempo. Actualmente el factor que sostiene la economía nacional son las remesas familiares de los diferentes compatriotas que se encuentra en algunos países alrededor del mundo, principalmente en los Estados Unidos. Años atrás luego del conflicto armado El Salvador comenzó a darle un tímido impulso al sector turístico como una fuente de posible desarrollo, pero las paupérrimas condiciones de la infraestructura no eran lo suficientemente buenas como para explotar la belleza de los diferentes lugares que el país posee.

Debido al gran esfuerzo conjunto del gobierno central, el ministerio de turismo y las municipalidades en una búsqueda por aprovechar al máximo las diferentes ofertas turísticas de todas las zonas del país, en los últimos años el turismo ha tenido un repunte extraordinario creciendo de manera constante y progresiva.

En 1994, los 181 mil turistas dejaron al país 28,8 millones de dólares. Tres años después se creó un ente rector especializado, denominado Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ese año ingresaron 387 mil visitantes y 74,7 millones de dólares. Entre los años 1996 y 2006 se contabiliza, según el “informe de 10 años (1996-2006)” de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) y el Ministerio de Turismo (MITUR), 7,328,023 visitantes internacionales, lo que al 2005 representa un aumento acumulado del 30.8%. Las empresas turísticas han iniciado la recuperación del optimismo y la encuesta de coyuntura empresarial de FUSADES así lo demuestra, lo que ha generado que los empresarios perciban un entorno favorable para el clima de inversión. Lo anterior se encuentra reflejado en los cuadros siguientes:

INGRESO ECONÓMICO POR TURISMO INTERNACIONAL (MILLONES DE DÓLARES)



Durante los últimos 10 años, el turismo ha tenido una participación sobresaliente en el PIB, destacándose en el 2005, con una participación record del 3.8% sobre el PIB. **Su intervención ha sido superior de los productos tradicionales como el café, el camarón y el azúcar, manteniéndose únicamente por debajo de las remesas familiares.** La participación del sector turístico en la economía nacional es muy importante, tomando en cuenta que del total anual del PIB le corresponde el 3.8%, debido a la captación del US \$644.21 millones de dólares en ingreso turístico.

Según lo planteado en el plan 2014, el Turismo será el pilar fundamental del desarrollo económico y social del país y contribuirá a fortalecer la identidad nacional de una manera sostenible en lo ambiental, cultural, social y económico, para lo cual se espera que el sector privado diversifique su oferta en términos de sus destinos, sus mercados y sus productos, mientras que el sector público estará consolidado como rector, promotor y facilitador de la industria. Ambos sectores (público y privado) estarán en capacidad de motivar y captar la demanda nacional e internacional.

El desarrollo del Sector Turismo, requiere de una inversión pública suficiente como para que motive la inversión privada, pero más allá de estudios de oferta y demanda turística se necesita invertir en infraestructura directa para el turismo e infraestructura de apoyo (vías de acceso, iluminación, señalización, etc.) así como en **recurso humano**, factor fundamental para proporcionar excelencia en el servicio a los clientes. En el **cuadro 20** que se presenta a continuación se presenta en resumen el ingreso por concepto de turismo, la participación que posee el sector turístico según rubro de la economía del país, el porcentaje de participación en el PIB y el gasto promedio diario por turista; estos datos a partir del año 1997, con el objetivo de demostrar que el sector turístico esta significando una vía de desarrollo económico para el país y que si se invierte en el se dará un crecimiento económico en los municipios que le apuesten a este rubro.

Concepto. Aspectos Económicos del turismo.	Unidades	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Ingreso por concepto de turismo.	Millones \$.	74.6	125	210.6	254.3	235.1	342.2	372.9	424.7	644.2
Posición del turismo en principales rubros económicos.	Lugar.	7o	6o	5o	5o	5o	5o	5o	5o	3o
Relación turismo PIB	Por ciento.	0.7	1.0	1.7	2.0	1.7	2.4	2.5	2.7	3.8
Gasto promedio diario por turista.	US\$	77.0	77.0	80.0	80.0	80.0	90.0	87.0	87.0	91.6

Cuadro 26. Resumen de ingresos en concepto de turismo 2007-2005

El ISTU está promoviendo el desarrollo de esta actividad mediante la promoción de los turicentros que administra. Los resultados son aparentemente positivos pues se carece de un informe oficial que detalle los niveles de ingresos de personas nacionales a los diferentes centros turísticos del país. Se estima que de la movilización hacia los diferentes centros turísticos, de un total de 2 601 607 personas que visitaron los 14 centros turísticos públicos disponibles, un 99% fueron nacionales y el resto turistas extranjeros. Se observa que existe preferencia por los turicentros Ichanmichen, Apulo y Amapulapa en el departamento de San Vicente.

9.1.2 POLITICA NACIONAL.

Actualmente el país ha presentado un interés sobre nuevas formas para generar lograr la diversificación de su economía y se ha comenzado a apostarle fuertemente a aquellos sectores que están mostrando un auge significativo en su participación en la economía nacional. El gobierno se ha dedicado a la creación de instituciones para que la actividad turística dentro del país y para que además regulen e impulsen ésta con el objetivo de fomentar el turismo a nivel tanto nacional como internacional. Ha sido tal el auge de este sector que se creó un ente ministerial para la regulación de éste (Ministerio de Turismo). Dicho ministerio se ha encargado de la creación de políticas para el impulso de dicha actividad. Existen además otras instituciones dedicadas al desarrollo del turismo en el país, regidas todas por el Ministerio de Turismo. A continuación se presentan las instituciones encargadas del desarrollo de la actividad turística en el país:

- **MINISTERIO DE TURISMO.**



“Esta entidad fue creada por el gobierno de El Salvador en el año 2003, con el objetivo de generar un ente que regule y efectúe convenios en la búsqueda de posicionar al país como un destino turístico, por medio de la creación de políticas para el desarrollo de este sector”¹², tal es el caso del **Plan**

Turístico 2014 el cual es la guía o camino a seguir para el año 2014 donde se contempla al país no solo como un sitio turístico vacacional (Ocio), sino también para la realización de convenciones internacionales.

La función principal del MITUR es *“ser el ente rector del Sector, para que organice y dinamice las actividades económicas derivadas del turismo, mediante la coordinación de todos los actores que participan en el sector, en busca de lograr que el Turismo se convierta en el eje y motor del desarrollo económico y social de El Salvador, mediante la articulación de acciones entre el conjunto de actores que participan, públicos y privados, con criterios de sostenibilidad, descentralización y desarrollo local”*.

¹² Según Lic. Julio Calderón, Jefe de Comunicaciones MITUR – CORSATUR.

CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

El Salvador



**CORPORACION SALVADOREÑA
DE TURISMO**

El CORSATUR “es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible siendo un ente administrativo para el turismo.”

CORSATUR *apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos.* Esta entidad se encuentra desarrollando todas las campañas informativas que se encuentran en la actualidad en fomento del turismo, por lo que el 80% del presupuesto designado para el es utilizado para la promoción. Una de esta es la **Marca País**, *“la cual se utiliza para la promoción del turismo del país en los diferentes países del mundo, para estos reconozcan a El Salvador como un destino turístico no solo vacacional sino para convenciones; esta marca puede ser portada por todos los salvadoreños.”*

Esta entidad está encargada de la elaboración de un inventario turístico a nivel nacional (esto con el fin de identificar las empresas con potencial turístico que reúnan requisitos básicos, definir rutas y circuitos turísticos e identificar posibles recursos turísticos en las diferentes zonas del país) y un registro nacional de empresas turísticas (lo que incluye un inventario de empresas turísticas en un directorio y el fomento de la coordinación entre tour operadores y empresas del sector turístico).

FUNCIONES DEL CORSATUR¹³.

- Busca colocar al turismo como una de las principales fuentes generadoras de empleo en el país, con el propósito de mejorar las condiciones de vida en forma sostenible.
- Coordina con el sector privado y otras instituciones gubernamentales, el rescate y conservación de los patrimonios naturales y culturales del país, en función de proyectarlos como atractivos para el turismo.
- Desarrolla programas de capacitación que mejoren la cultura y calidad de los servicios turísticos.
- Facilita la gestión con el sector privado en el desarrollo de proyectos turísticos.
- Apoya el desarrollo de productos turísticos atractivos y competitivos a nivel nacional e internacional.

¹³ Documento formación de comités turísticos CORSATUR.

ASISTENCIA TÉCNICA PRESTADA POR EL CORSATUR.

Entra la asistencia técnica prestada por esta entidad se encuentra el asesoramiento a empresas privadas para el desarrollo de nuevos productos turísticos, la evaluación de sitios con potencial turístico, el asesoramiento de la formación de planes estratégicos turísticos a nivel municipal Comités de Desarrollo, el fomento e impulso y la creación de nuevos comités de desarrollo turístico a nivel local, a través de la integración de recursos y la coordinación de las comunidades, gobierno y empresarios para la generación de condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo local.

- **INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)**

Antes de la creación de CORSATUR, la dirección de la actividad turística era responsabilidad del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). El ISTU, hasta el pasado año 2007 se encargó únicamente de la administración y desarrollo de catorce turicentros del país. Actualmente el ISTU fomenta al turismo mediante buses alegres que parten a diferentes áreas turísticas del país.

- **LA CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO.**

CASATUR, es una entidad apolítica, sin fines de lucro, que busca reunir en asociación a la totalidad de las empresas relacionadas con el sector turístico salvadoreño. Su objetivo es representar a los socios ante las autoridades, para facilitar soluciones políticas a los problemas comunes que aquejen al sector.

Con la participación de todas estas instituciones se elaboró el “Plan Turístico El Salvador 2014”, el cual busca fomentar el turismo estableciendo diferentes líneas de acción que sean impulsoras para que el sector turístico se convierta en la principal fuente de económico del país, valiéndose de los recursos naturales y bellos parajes con los que se cuenta; siendo esta un medio de desarrollo pero de forma de conservar la naturaleza.

- **PLAN TURÍSTICO 2014.**

“Es la guía que se ha de seguir para fomentar el crecimiento del turismo para el año 2014, impulsándolo en diferentes programas (Inventario turístico e identificación de recursos turístico, Señalización, Sistemas de carreteras, etc.) en busca de que este sector se convierta en el motor económico del país y representa las líneas de acción de las diferentes instituciones tanto privadas como públicas relacionadas al turismo.”

Visión del plan turístico 2014.

“En el año 2014, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un instrumento indispensable para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo en el país.

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

Los objetivos en este Plan Nacional conforman el conjunto de aspiraciones y metas claramente identificables, objetivas y medibles, en su caso, que han de guiar y orientar al sector en la ejecución de las acciones.

• **INSTITUCIONES RELACIONADAS AL TURISMO.**

Las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se encuentran relacionadas con el sector turístico y el ámbito de acción en el que les corresponde actuar según lo establecido en el Plan Turístico 2014 se presenta en el cuadro siguiente; estas instituciones son el principal apoyo para que el sector turístico del país experimente un crecimiento ya que se debe de actuar de manera conjunta para proporcionarle al turista un ambiente agradable.

INSTITUCIÓN	AMBITO DE ACCIÓN
Municipalidades	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión urbana y desarrollo local. - Infraestructuras y accesibilidad.
Comités de Desarrollo Local	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión y promoción turismo local, ámbito público-privado
Consejo Nacional de Gremiales Turísticas	<ul style="list-style-type: none"> - Actuación coordinada del sector privado
Ministerio de Relaciones Exteriores	<ul style="list-style-type: none"> - Salvadoreños en el exterior - Cooperación Internacional
Ministerio de Hacienda	<ul style="list-style-type: none"> - Contribución Fondo de Promoción Turística - Inversiones nacionales y extranjeras - Incentivos fiscales
Ministerio de Economía - ONI - CNR - CONAMYPE - DIGESTYC	<ul style="list-style-type: none"> - Inversiones nacionales y extranjeras - trámites - Sistema de Información Geográfica - Apoyo micro y pequeña empresa - Cuenta Satélite de Turismo
Ministerio de Educación - CONCULTURA	<ul style="list-style-type: none"> - Concientización y Sensibilización turística - Puesta en valor de patrimonio histórico-cultural
Ministerio de Trabajo y Previsión Social - INSAFORP	<ul style="list-style-type: none"> - Regulación laboral - Formación Profesional
Ministerio de Agricultura y Ganadería - ISTA - CENDEPESCA	<ul style="list-style-type: none"> - Ordenamiento territorial - Licencias pesca deportiva

INSTITUCIÓN.	ÁMBITO DE ACCIÓN.
Ministerio de Obras Públicas, Viceministerio de Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano - Autoridad Marítima Portuaria - Autoridad Aviación Civil - Regulación aérea	<ul style="list-style-type: none"> - Ordenamiento Territorial - Inversiones nacionales y extranjeras – Trámites - Red vial - Señalización - Regulación marítima
Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales	<ul style="list-style-type: none"> - Puesta en valor de los recursos naturales
CEPA	<ul style="list-style-type: none"> - Administración sistema portuario, aeroportuario y ferroviario
PROESA	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción de inversiones extranjeras
ITCA	<ul style="list-style-type: none"> - Formación Profesional Técnica
BMI	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo inversiones y desarrollo del sector

Cuadro No. 27 Instituciones relacionadas al turismo en El Salvador y su ámbito de acción

Al desarrollar este plan turístico se pretende que el sector incremente sus ingresos dentro del PIB nacional, estimando que para el año 2014 se tenga un flujo de turismo que sobrepase los dos millones por año; esto significaría un incremento en el PIB al 6%, como lo muestra los objetivos cuantitativos y visionarios que se posee al realizar este plan.

9.1.3 SECTOR TURISMO EN SUCHITOTO

Suchitoto es uno de los municipios de El Salvador conocidos como destinos turísticos por los turistas de las diferentes zonas del país, así como también por personas de diferentes países del mundo que vienen con la expectativa de observar vestigios históricos / culturales en pleno siglo veintiuno. Actualmente la Alcaldía está desarrollando una serie de programas que se enmarcan dentro del Plan Maestro que está elaborando la Oficina Técnica del conjunto Histórico de Suchitoto para brindarle un impulso a dicha actividad económica.

9.1.3.1 GOBIERNO MUNICIPAL DE SUCHITOTO Y EL TURISMO.

Entre las unidades que componen la alcaldía de Suchitoto y que se encuentran relacionadas (ya sea directamente o indirectamente) con el Turismo como actividad productiva del municipio, se encuentran:

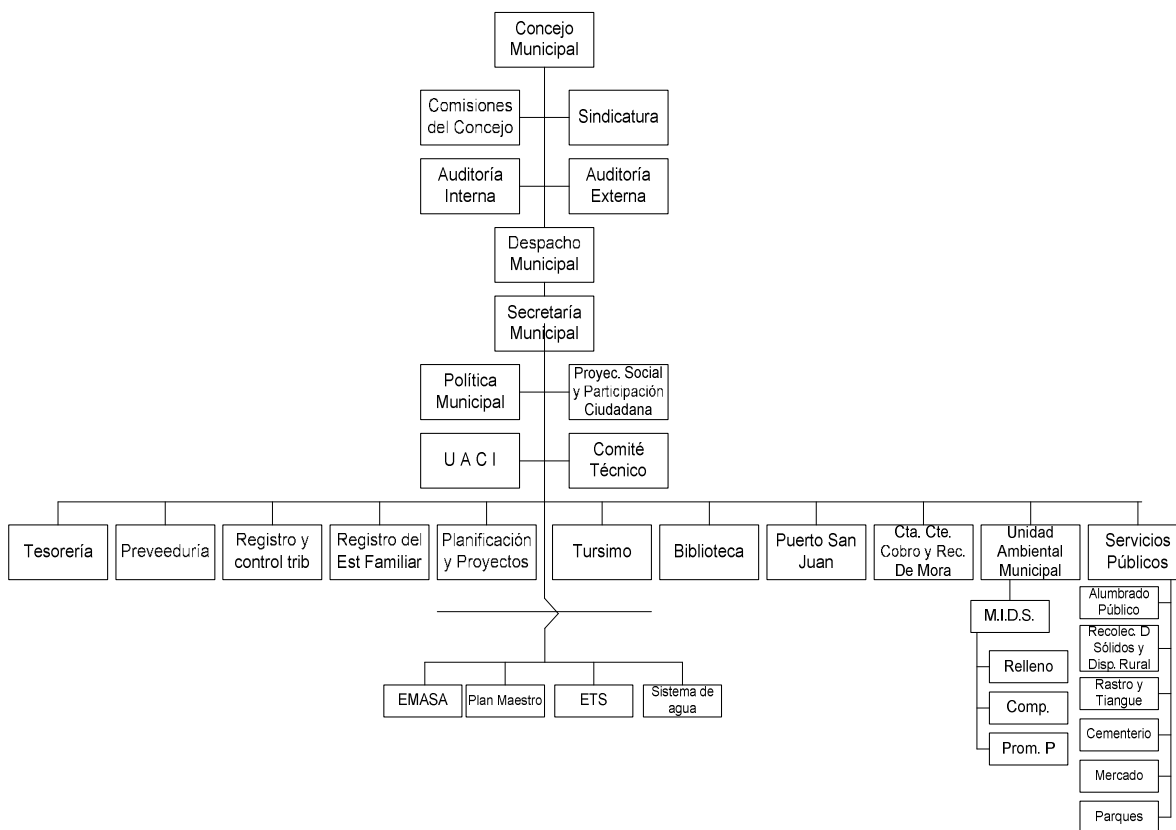
INDIRECTOS.

- **Unidad de Registro y Control Tributario**, la cuál se encarga de realizar el catastro de la ciudad y del municipio.
- **Unidad de Planificación y Proyectos**, la que se encarga de diseñar y supervisar proyectos de mejoramiento de infraestructura del municipio. Vinculada a la Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto en cuanto a Control Urbano.
- **Unidad de Servicios Públicos**, encargada del alumbrado público, recolección de desechos sólidos, rastro, cementerio, mercado y parques.
- **EMASA (Empresa Municipal Administradora Suchitotense de Acueductos y Alcantarillados)** Empresa mixta compuesta por la municipalidad, comunidad y la dependencia central encargada de la gestión del agua (ANDA) encargada de administrar el recurso agua y su servicio a la población del municipio.
- **Escuela Taller de Suchitoto**. Proyecto de cooperación interinstitucional entre la Alcaldía Municipal, CONCULTURA y la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) que busca la enseñanza técnica de oficios tradicionales a jóvenes suchitotenses sin acceso a la educación formal. Trabaja sobre la ejecución de proyectos de rehabilitación urbana y arquitectónica del Conjunto Histórico dentro del Plan de Revitalización del Conjunto Histórico.
- **Unidad de Participación Ciudadana**, la que promueve la organización social y los espacios de participación ciudadana en el municipio, más enfocado a la zona rural.
- **Unidad Ambiental Municipal**. Implementa y promociona proyectos de separación de desechos sólidos urbanos, control de la planta de tratamiento de aguas negras de la zona urbana y proyectos de sensibilización y educación ambiental.
- **Unidad de Equidad de Género**, la cuál vela por la implementación de la Política Municipal de Equidad de Género y coordinación con las organizaciones de mujeres en el municipio.

DIRECTOS.

- **Oficina Municipal de turismo**. Promociona las actividades turísticas y culturales, además de coordinar con los diferentes actores relacionados con el turismo local y nacional.
- **Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto (OTCHS)**. Encargada de la formulación del Plan Maestro de revitalización del Conjunto Histórico y de la gestión del Patrimonio Cultural.

Se presenta a continuación el Organigrama de la Alcaldía Municipal de Suchitoto y la relación de las unidades antes descritas.



Fuente: Alcaldía Municipal de Suchitoto

Figura 17. Organigrama de la Alcaldía Municipal de Suchitoto.

9.1.3.2 EL PLAN MAESTRO DE LA CIUDAD DE SUCHITOTO.

El Plan Maestro es un instrumento técnico y legal de la municipalidad y de los diferentes actores sociales para promover el desarrollo urbano equilibrado, protegiendo el patrimonio cultural y el medio ambiente. El objetivo general del plan maestro es *“Revitalizar y mejorar las condiciones urbanas del conjunto histórico y zona de amortiguamiento de Suchitoto, con el fin de elevar la calidad de vida de la población y contribuir a la realización de la visión de ciudad”*.

Los alcances de dicho Plan son lo siguientes:

- **ALCANCE TERRITORIAL**

El área de aplicación es la definida como “área urbana”, la cual comprende:

- Área consolidada de la ciudad (6 barrios históricos)

- Área semiurbana de tendencia habitacional
- Área de conservación y protección ambiental
- ALCANCE TEMPORAL: 10 años

Entre los principales objetivos perseguidos por el Plan se pueden mencionar:

- Ordenar y planificar el territorio urbano, respetando el medio ambiente natural y garantizando la preservación del patrimonio cultural edificado.
- Mejorar las condiciones de habitabilidad de la población urbana.
- Revitalizar el Patrimonio cultural y contribuir al fortalecimiento de la identidad local en beneficio de la población.
- Mejorar y ampliar el equipamiento social y crear un sistema de espacios públicos en la ciudad.
- Contribuido a la reducción de la pobreza urbana

9.1.3.2.1 DESARROLLO DEL TURISMO DENTRO DE LOS LINEAMIENTOS GENERALES DEL PLAN MAESTRO.¹⁴

El Modelo Territorial Futuro busca equilibrar el desarrollo urbanístico del territorio y mejorar las condiciones de habitabilidad aprovechando y preservando sus recursos naturales y culturales, los cuales representan las principales potencialidades físicas territoriales de la ciudad. A continuación se presentan los lineamientos generales en los cuáles se basa la elaboración del Plan Maestro.

- | | | |
|-----------|---------------------------|--|
| 1. | Ordenamiento territorial: | <i>Gestionar y ordenar el suelo urbano.</i> |
| 2. | Medio ambiente urbano: | <i>Proteger y aprovechar sosteniblemente los recursos naturales urbanos.</i> |
| 3. | Habitabilidad: | <i>Mejorar las condiciones de habitabilidad de la Población.</i> |
| 4. | Patrimonio cultural: | <i>Puesta en valor del Patrimonio Cultural.</i> |
| 5. | Desarrollo económico: | <i>Promover el desarrollo económico de la ciudad.</i> |
| 6. | Institucional: | <i>Fortalecimiento institucional de la Alcaldía Municipal para la gestión de la ciudad.</i> |

¹⁴ Según documentos sobre generalidades del Plan Maestro brindados por la OTCHS

Lineamiento	Estrategias
<p>1. Gestionar y ordenar el suelo urbano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar sosteniblemente el suelo de la ciudad • Fortalecer el centro urbano (CU) como el centro de servicios para el municipio • Potenciar el desarrollo del Cantón San Juan • Impulsar el desarrollo del pericentro El Caulote • Crear condiciones para el crecimiento urbano en las zonas previstas dentro de la Zona de Amortiguamiento • Ordenar las diferentes alternativas de movilidad y desplazamiento en la ciudad • Saneamiento e infraestructura básica • Proyectos estratégicos en el territorio municipal incidentes en la zona urbana
<p>2. Proteger y aprovechar sosteniblemente los recursos naturales urbanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crea incentivos locales ambientales • Creación del sistema Integral de Áreas Abiertas • Fortalecimiento del manejo integral de los desechos sólidos • Manejo de zonas de riesgo ambiental urbanas
<p>3. Mejorar las condiciones de habitabilidad de la población</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar el uso habitacional en el Centro Urbano • Saneamiento, infraestructura y servicios básicos domiciliarios • Asignación de áreas para el equipamiento social y recreativo deportivo • Rehabilitación de la vivienda patrimonial y tradicional • Gestionar nuevos proyectos de vivienda social digna y acorde a las condiciones climáticas en la zona • Desarrollar acciones educativas en la población par una convivencia más saludable y armoniosa
<p>4. Puesta en valor del patrimonio cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Restauración y rehabilitación de edificios emblemáticos patrimoniales • Mejoramiento del equipamiento cultural existente • Creación de nuevo equipamiento cultural • Recuperación de los centros barriales tradicionales y cantonales • Valorización del espacio urbano • Creación de un circuito histórico cultural intermunicipal • Gestión de iniciativas culturales en la ciudad • Rescate del patrimonio cultural intangible
<p>5. Promover el desarrollo económico de la ciudad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el desarrollo del turismo sostenible: • Apoyo a las iniciativas económicas locales • Prestación eficiente de servicios municipales para la atracción de la inversión privada • Formación e inserción laboral de jóvenes (fortalecer ETS) • Fortalecer la competitividad del Mercado Municipal • Promover la creación de un centro comercial de pequeños negocios • Contribuir a la “formalización” del comercio informal • Creación de un mercado artesanal fijo • Estudiar la factibilidad de la creación de agro mercado en la ciudad • Potencia la actividad pesquera y pecuaria
<p>6. Fortalecer la gestión de la ciudad por parte de la alcaldía municipal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear políticas tributarias, con equidad y justicia, vinculadas a elevar las condiciones de competitividad del municipio e incentivar la inversión para la revitalización del conjunto histórico y el desarrollo de la ciudad misma. • Contar con un marco legal para la gestión del suelo urbano • Contar con una instancia municipal gestora del plan maestro

Cuadro 28. Lineamientos del Plan Maestro del Municipio de Suchitoto y sus estrategias

Como se puede apreciar, todas las líneas estratégicas en las que se basa el Plan Maestro de la municipalidad inciden directa o indirectamente en el desarrollo del turismo en el municipio.

9.1.3.3 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA MUNICIPALIDAD.

La formulación de éste es realizada por la OTCHS (Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto) y dicho Plan se enmarca dentro de la política municipal que se fomenta para impulsar el turismo en el municipio, para lo cuál se proponen cinco programas:

- a. Uso de Suelo Turístico
- b. Infraestructura y Equipamiento Turístico
- c. Sistema Vial y de Transporte Turístico
- d. Conservación y Equipamiento Turístico
- e. Conservación y Protección del Patrimonio Histórico, Cultural y Natural
- f. Comunicación y Promoción

Como resultado del programa de Promoción y comunicación, en el año de 1999 se creó la Oficina Municipal de Turismo, la cuál tiene entre sus funciones principales el manejo de todo lo relacionado a promoción del municipio, la Promoción de ferias, actividades culturales, servicio de información al turismo, la creación de una página web sobre el municipio, entre otros.

Muy relacionado con otro de los programas derivados de este plan, se concretiza la construcción del Centro Turístico Puerto San Juan Además muy relacionado a él, la reparación de la calle que une al casco urbano con dicho lugar.

9.1.4 CONCLUSIONES GENERALES SOBRE EL SECTOR TURISMO A NIVEL NACIONAL

Se puede apreciar que el atractivo turístico de El Salvador es innato por el volumen de turistas que recibe, aunque el sistema turístico existente en el país debe potenciarse para maximizar los beneficios de dicha situación. La mejora del mencionado sistema turístico conlleva la realización de esfuerzos conjuntos desde la Administración Pública así como del sector privado. En este sentido, es apreciable la buena voluntad que ambas esferas de la actividad turística manifiestan.

En el ámbito gubernamental, cabe destacar la aprobación de *la Nueva Ley de Turismo elaborada a fin de regular y normalizar el sector turístico*. Dicha Ley del Turismo contiene la incorporación de elementos fundamentales para el crecimiento del mismo. No obstante, también otorga una mayor responsabilidad a la Administración, por lo que se observa la necesidad de fortalecer el recién creado Ministerio de Turismo y sus instituciones adscritas. La legislación creada afectará de sobremanera el desarrollo turístico de El

Salvador y su mantenimiento en el largo plazo. La Ley de Turismo establece, por tanto, un marco general de desarrollo que dirigirá y orientará el crecimiento del sector.

Cabe resaltar el papel que el Ministerio de Turismo (MITUR) debe tener en el planeamiento y ordenamiento del sector, siendo de vital importancia las diversas herramientas y competencias que utilizará para lograr las metas establecidas al respecto. En este sentido, se cita el Registro de Turismo que se establece en el marco de la nueva normativa, el cuál se debe prestar énfasis en la correcta y adecuada definición y clasificación de las diversas tipologías de empresas turísticas, a fin de potenciar la disminución de establecimientos informales en el país y crear, asimismo, una oferta turística orientada a la satisfacción del turista.

Hay que señalar también la importante labor de la administración turística de los recursos del país. Dicha actividad deberá llevarse a cabo en total coordinación con aquellas entidades que influyen tanto directa como indirectamente en esta. Esta labor de coordinación debe establecer mecanismos formales que permitan el consenso y la participación de todos los agentes involucrados.

En cuanto al ámbito gubernamental, tanto a nivel nacional como local, se estima oportuno la revalorización de la actividad turística. El MITUR resulta clave para que ésta alcance una posición preponderante en el conjunto de políticas estatales y municipales, para reflejar la trascendencia del turismo en la estabilidad económica, política y social del país. El caso particular de Suchitoto es un ejemplo de cómo las municipalidades deben de crear las estructuras necesarias para el aprovechamiento de los beneficios que provee la actividad turística.

Actualmente la mayoría de recursos con los que cuenta el país denotan ciertas debilidades en cuanto a que no ofrecen un producto turístico con suficiente atractivo que aporte valor al turista. La explotación de dichos recursos debe realizarse de manera que se logre crear ventajas competitivas en El Salvador que respondan a motivaciones turísticas variadas.

9.2 ANÁLISIS DEL SECTOR SOCIAL Y ECONÓMICO DE SUCHITOTO

9.2.1 FACTORES DEMOGRÁFICOS, CULTURALES Y AMBIENTALES

Partiendo de los factores demográficos, se tratarán las características de las familias, cantidad de viviendas, personas, división de cantones, nivel de escolaridad y algunos factores ambientales relacionados al cantón San Juan con el fin de analizar la influencia del Centro Turístico sobre su entorno.

CARACTERÍSTICAS DE LAS FAMILIAS.

El presente apartado se refiere a “Cómo están conformadas las familias de Suchitoto, nivel escolar de su población, ingresos promedios y situación ocupacional del municipio. En su mayoría Suchitoto está formado por un 53.1% de mujeres y un 46.9% de hombres.

VARIABLE	SUMA	MÍNIMO	MÁXIMO
Familias en las viviendas	1298	0	7
Personas en las viviendas	5098	0	31
Personas sexo masculino	2389	0	13
Personas sexo femenino	2709	0	18
Promedio habitantes x familia	3.9		

Tabla 6. Características Generales de las Familias de Suchitoto

Suchitoto posee en total 5,096 habitante repartidos dentro de las 1,203 viviendas que han sido identificadas. Teniendo finalmente como promedio de 4.2 habitantes por vivienda

No. De Familias	No. Viviendas	Total familias	Porcentajes%
1	1131	1131	87.13
2	52	104	8.01
3	16	48	3.70
4	2	8	0.62
7*	1	7	0.54
Total	1202	1,298	100
ND**	628		

Tabla 7. Cantidad de Familias por vivienda

*Es el edificio de la ex penitenciaría, propiedad del Ministerio de Gobernación

**No Datos, ya sea por que no respondió, está deshabitado o tiene otros usos.

Tanto para los padres como para las madres de familia, su edad mayoritariamente se encuentra entre los 31 y 60 años, como puede apreciarse en el siguiente cuadro, lo que los coloca dentro de la actual fuerza productiva y económica del Municipio.

Rango (años)	Padre de familia		Madre de familia	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
18-30	116	15	118	16.7
31-60	457	61	450	63.6
61 a más	176	23	139	19.7
Total	749	100	707	100

Tabla 8. Rangos de edad del padre y madre

El nivel de escolaridad, en general es mayor para la mujer que para el hombre, las cuales en casi un 83% tienen algún nivel de escolaridad, mientras que los hombres tienen algún nivel de educación en un 79%. Esto se debe principalmente a que la actividad productiva por excelencia en Suchitoto ha sido el agro, actividad en la cuál han sido por tradición las personas del sexo masculino las que se han dedicado a ésta. Sin embargo es a partir del nivel de bachillerato que el porcentaje de hombres con esa escolaridad empieza a superar al de las mujeres dada la cultura arraigada en los pueblos salvadoreños en la que las mujeres se vuelven madres cuando rondan los 16 años. Sin embargo en formación técnica vuelven las madres de familia a aventajar a los padres en cantidad.

<i>Escolaridad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Ninguna</i>	151	21
<i>Primaria</i>	319	44
<i>Secundaria</i>	91	12
<i>Bachillerato</i>	108	15
<i>Universitaria</i>	48	7
<i>Técnica</i>	16	2
Total	733	100

Tabla 9. Escolaridad del Padre de Familia

<i>Escolaridad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Ninguna</i>	117	17.1
<i>Primaria</i>	328	47.8
<i>Secundaria</i>	93	13.6
<i>Bachillerato</i>	95	13.8
<i>Universitaria</i>	32	4.7
<i>Técnica</i>	21	3.1
Total	686	100

Tabla 10. Escolaridad de la madre de Familia

9.2.2 ECONOMÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO.

SOBRE LA INVERSIÓN PÚBLICA MUNICIPAL.

La municipalidad ha invertido en varios proyectos con fondos provenientes de gestiones y de recursos propios, especialmente dirigidos a la instalación de servicios básicos, infraestructura vial, turística y

proyectos de protección al medio ambiente y mantenimiento. Entre el año de 1994 y el 2005 dentro de los más grandes proyectos elaborados se encuentran:

1. Introducción de servicio de agua potable domiciliar y saneamiento en el área rural y mejoramiento de la red en el área urbana.
2. Formación y reinmersión laboral de la Escuela Taller de Suchitoto
3. Electrificación del área rural y mejoramiento y ampliación del alumbrado público del área urbana
4. Mantenimiento y reparación de calles rurales y urbanas
- 5. Construcción del Centro Turístico Puerto San Juan** y reparación de Canchas de fútbol.
6. Construcción de la Planta de tratamiento de aguas negras/disposición de la basura y construcción de relleno sanitario
7. Construcción de infraestructura educativa
8. Adquisición de maquinaria para el mantenimiento de calles y compra de vehículos
9. Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto

Del total de la inversión corresponde un 31.63% a fondos propios y el resto son el resultado de fondos gestionados (68.37%). Siendo en su mayoría proyectos par ala zona rural. Para el proyecto de nuestro interés, el Centro Turístico Puerto San Juan se invirtieron \$900,000, sin embargo hay q considerar que también incluye la reparación de las canchas de football.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE SUCHITOTO.

Las principales actividades económicas reconocidas en el municipio son:

- Agricultura: granos básicos, caña de azúcar, fruta
- Ganadería
- Turismo
- Pesca artesanal
- Remesas familiares

En general, la parte rural de Suchitoto se dedica a la actividad agropecuaria (cultivos son la caña de azúcar, diversos tipos de frutas y granos básicos) siendo las remesas familiares una segunda fuente de ingresos para una parte de las personas que se dedican a dicha actividad. En las comunidades cercana al lago se desarrolla la actividad de pesca artesanal y en algunas zonas el cultivo de peces. En gran parte del casco urbano y en algunas partes rurales se dedican al turismo a través de diferentes tipos de empresas, tales como Restaurantes, comedores y pupuserías, Cafés y Cibercafés, Hoteles, Hostales, Museos y galerías, tiendas de artesanías y algunos turicentros o centros de entretenimiento.

INGRESOS.

Según el censo del municipio el ingreso familiar de los hogares puede ser analizado a partir de dos puntos de referencia:

El valor de la línea de pobreza

En el país éste se establece en *a partir del costo de una canasta básica de alimentos* (CBA), para el caso de la línea de pobreza extrema o absoluta, y de una *canasta básica ampliada* (CA), para el caso de la línea de pobreza relativa.

Para el censo municipal se ha fijado que el CBA mensual es de \$127, monto que se deriva del valor establecido por el Ministerio de Economía para la canasta básica de alimentos diaria por persona para el área urbana al año 2002 (\$1.06). Para que la información del censo pueda ser comparada con datos oficiales como los del Ministerio de Economía u otros de organismos internacionales (PNUD y el informe Desarrollo Humano para El Salvador-IDHES por ejemplo) se utiliza un valor promedio de 30 días/mes y una media nacional de tamaño de hogares urbanos de 4. Con ello obtienen que CA = 2 veces el CBA. ***El valor del salario mínimo*** (\$144) el cual establece el Gobierno de El Salvador.

La forma de distribución de los ingresos mensuales en el municipio de suchitoto se muestra a continuación:

<i>Ingreso mensual en dólares.</i>	<i>Hogares</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Menos que 127</i>	332	23.94 %
<i>Entre 127 y 254</i>	325	23.43 %
<i>Más de 254</i>	389	28.05 %
<i>Ni/Ns/Nr</i>	341	24.59 %
<i>Total</i>	1387	100

Tabla 11. Ingreso familiar según Línea de pobreza

Al interpretar la tabla se observa que el 47.3% de los hogares de Suchitotenses urbanos están en condiciones de pobreza, sobre la media nacional establecida en 43%. Dentro del total reportado dentro de la línea de pobreza el 23.9% está en pobreza absoluta, y 23.4% en pobreza relativa. La pobreza absoluta o extrema para todo el municipio, según el Mapa de Pobreza de El Salvador, es de 28.70%, lo que ubica a Suchitoto en un municipio con pobreza extrema moderada. La pobreza absoluta en el área urbana de Suchitoto resulta ligeramente abajo, 4.8%, del promedio municipal, pero sigue siendo más alta que los datos nacionales, mencionados en el Informe de Desarrollo Humano 2003 PNUD, que se afirma es de 19%¹⁵.

¹⁵ Información obtenida a partir del Censo de Suchitoto del 2006

Un poco más de la quinta parte de los suchitotenses urbanos (26.4%) subsiste con menos de un salario mínimo. Un poco menos de otro quinto (22.8%) lo hace con el equivalente a uno o dos salarios mínimos y un 18.7% entre dos y tres salarios mínimos.

REMESAS.

Como antes se mencionó, las remesas juegan un papel importante en la economía del municipio, lo que queda reflejado en los siguientes cuadros:

Ingreso Familiar Según salario mínimo	No. Hogares con remesa	Porcentaje
<i>Menos de 144</i>	50	16.2
<i>de 144 a 288</i>	82	26.7
<i>de 288 a 432</i>	102	33.2
<i>de 432 a 576</i>	26	8.4
<i>de 576 a 720</i>	4	1.3
<i>de 720 a 864</i>	1	0.3
<i>de 864 a 1008</i>	1	0.3
<i>de 1008 a 1152</i>	1	0.3
<i>Más de 1152</i>	2	0.6
<i>Ni/Ns/Nr</i>	38	12.4
Total	307	100

Tabla 12. Hogares que reciben Remesas según ingresos

La mayor cantidad de hogares que recibe remesas (que constituyen el 33%) se coloca en el rango de ingresos de entre dos y tres salarios mínimos, 26.7 entre uno y dos y finalmente el 16.7% que recibe menos de un salario mínimo. En resumen el 76.4% de los hogares obtiene ingresos menores a \$432 mensuales¹⁶ en concepto de remesas familiares.

Ingreso Familiar Según Línea de pobreza	Fuente de ingreso: remesa	Porcentaje
<i>Menos de 127</i>	53	17.26
<i>de 127 a 254</i>	77	25.08
<i>Más de 254</i>	139	45.28
<i>Ni/Ns/Nr</i>	38	12.38
Total	307	100

Tabla 13. Hogares que reciben Remesas según Nivel de Pobreza

¹⁶ Según Censo Municipal de Suchitoto del 2006

El 45.2% de los hogares que reciben remesas están fuera de la línea de pobreza. Lo anterior se puede interpretarse en el sentido que la mayoría de las familias que han superado la condición de pobreza lo han logrado gracias a las remesas familiares recibidas, situación que no es sostenible en el mediano-largo plazo.

Periodo	Hogares	Porcentaje
<i>cada mes</i>	185	60.26
<i>cada 2 meses</i>	28	9.12
<i>cada 3 meses</i>	36	11.73
<i>cada 6 meses</i>	29	9.45
<i>Otro</i>	27	8.79
<i>Ns/Nr</i>	2	0.65
Total	307	100

Tabla 14. Periodicidad de recibo de remesas

La mayor parte de la población suchitotense recibe remesas mensualmente, lo que indica que una parte importante de los ingresos familiares mensuales del municipio están basados en las remesas. Los hogares con ingreso a partir de las remesas según una clasificación a partir de la cantidad de salarios por mes, se muestra a continuación:

Ingreso Familiar Según salario mínimo	No. Hogares con remesa	Porcentaje %
<i>Menos de 144 (1sm)</i>	367	26.42
<i>de 144 a 288 (2sm)</i>	318	22.89
<i>de 288 a 432 (3sm)</i>	260	18.72
<i>de 432 a 576 (4sm)</i>	60	4.32
<i>de 576 a 720 (5sm)</i>	24	1.73
<i>de 720 a 864 (6sm)</i>	2	0.14
<i>de 864 a 1008 (7sm)</i>	6	0.43
<i>de 1008 a 1152 (8sm)</i>	1	0.07
<i>Más de 1152 (9sm)</i>	7	0.50
<i>Ni/Ns/Nr</i>	344	24.77
Total	1389	100

Tabla 15. Cantidad de hogares en Suchitoto que reciben remesas

De esto se desprende que el 68% de los hogares dispone de entre uno a tres salarios mínimos, inferior a \$432 al mes en concepto de remesas. En cuanto a las fuentes de ingresos de los hogares Suchitotenses, se tiene que en un tercer lugar se encuentran las remesas, representando un poco más del 20% de los hogares.

Fuente de ingreso Familiar	Hogares	Porcentaje
<i>Trabajo Asalariado</i>	575	40.61
<i>Negocio Propio</i>	379	26.77
<i>Remesa</i>	307	21.68
<i>Otro</i>	155	10.95
Total	1416	100

Tabla 16. Fuentes de Ingreso Familiar

LA FUERZA ECONÓMICA.

En la siguiente tabla se puede observar la importancia que representa la actividad Agropecuaria y el servicio como actividad dentro del municipio, constituyendo ambos en generadores del 59% del total de la fuerza económica del Municipio; dichas actividades son desempeñadas por el padre de familia en los hogares. Los siguientes puestos en importancia los ocupan el comercio y la pesca y solamente un pequeño porcentaje de la población se dedica a actividades culturales o de otra índole.

Actividad Productiva	Cantidad	Porcentaje
<i>Agropecuario</i>	219	33
<i>Comercio</i>	57	9
<i>Servicio</i>	171	26
<i>Pesca</i>	61	9
<i>Industria</i>	50	7
<i>Manufactura</i>	14	2
<i>Administración pública</i>	31	5
<i>Administración privada</i>	29	4
<i>Cultura</i>	4	0.6
<i>Otras</i>	33	4.9
Total	669	100

Tabla 17. Actividad Productiva a la que se dedica el padre de familia del hogar Suchitotense

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA

Aún cuando no se considera como fuente importante de empleo para sus habitantes, sí lo es su crecimiento y dinamización en algunas comunidades rurales. En cuanto a la generación de empleos se han registrado¹⁷ un total de 163 empleos fijos y 76 eventuales. Estos empleos se distribuyen entre hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías, comedores y cafés, como se muestra a continuación. Sin embargo no todos los trabajadores viven en el Municipio de Suchitoto.

LUGAR	EMPLEOS			
	FIJOS	%	VARIABLES	%
HOTELES	65	40%	31	41%
RESTAURANTES	35	21%	45	59%
TIENDAS DE ARTESANÍAS	37	23%	0	0%
COMEDORES Y CAFÉS	26	16%	0	0%
TOTAL	163	100%	76	100%

Tabla 18. Cantidad de empleos fijos y variables generados por la actividad turística.

La apuesta actual por parte de la alcaldía es promover el turismo como una actividad sostenible que desplace la actual dependencia de la remesas por parte de las familias del municipio.

9.3 LOCALIZACIÓN Y VÍAS DE ACCESO.

Departamento de Cuscatlán.

Cuscatlán se encuentra situado en la zona central de la República de El Salvador, que se encuentra situado en la región central del país y limita al N y NE con el departamento de Chalatenango, al E con Cabañas, al SE con San Vicente, al S con el Lago de Ilopango y el departamento de La Paz y, por último, al O con el departamento de San Salvador. En El departamento comprende una superficie de 756 Km²; correspondiendo al área rural 749.71 Km² y al área urbana 6.48 Km². Cuenta con una población de 202,951 habitantes (hombres: 99,932 - mujeres: 103,019).



¹⁷ Según Estudio de Oferta y Demanda turística, SACDEL, 2006

Municipio de Suchitoto.

Se encuentra localizado en la región central de El Salvador, al norte del país, pertenece al departamento de Cuscatlán; se encuentra a 43 kilómetros al Nor-orienté de la Ciudad Capital y a 26 kilómetros al norte de la ciudad de Cojutepeque, cabecera del departamento. Éste municipio posee un atractivo cultural y natural lo que ha generado afluencia de visitantes durante los fines de semana y días festivos, creando una actividad económica derivada del turismo; actualmente es reconocido como un municipio histórico y cultural, lo que está incidiendo directamente en aspectos de transporte y vías de acceso.

El conjunto histórico es un sector urbano dentro de la ciudad, que hasta la fecha ha concentrado servicios, equipamiento, comercio y vivienda, por lo que se ha considerado como punto de referencia para los pobladores y las comunidades rurales aledañas, estas últimas visitándolo en su mayoría para la realización de actividades económicas durante los días jueves, viernes y sábado.

Localización del Cantón San Juan.

El cantón se encuentra ubicado a pocos kilómetros al norte de la ciudad a las orillas del lago Suchitlán, el cual se proyecta ser un núcleo de desarrollo urbanístico para Suchitoto; Para llegar a éste se debe tomar la calle hacia el lago (que está construida con una mezcla de piedra y adoquines) la cual se encuentra en buen estado. El trayecto parte desde el barrio “el centro” hasta llegar al lago (proveniente en vía terrestre viajando a través de la buseta por la vía lacustre a través del lago) y utilizando como medio de transporte la lancha o el ferry proviniendo de Chalatenango.

Puerto San Juan.

Este se encuentra en las orillas de las playas del lago Suchitlán (Embalse Cerrón Grande), en la parte baja del cantón, zona que es considerada importante por su valor paisajístico, comunicación al comercio turístico y como punto potencial al desarrollo del espacio público y de mayor dimensión en cuanto a zonas de la ciudad. Su eje de acceso es reducido y no contempla espacios públicos como aceras, arriates, miradores públicos, etc., lo que encontramos dentro de él son los servicios que prestan las tres comisiones que lo conforman.

Sistema vial en el municipio de Suchitoto y el conjunto histórico.

La ciudad de Suchitoto posee cuatro vías de acceso las cuales corresponden a la jerarquización establecidas por la Dirección General de Caminos del Ministerio de Obras Públicas; las cuales son:

1. Carretera a San Martín - Suchitoto.

Clasificada como “vía Secundaria”, con una distancia de 29 Km. a partir de la salida del municipio de San Martín, la cual se encuentra asfaltada y en buen estado.

En dicha carretera la señalización para llegar al municipio es considerada como insuficiente, debido a que solo existen señales a partir de la entrada de municipio de San Martín con una cantidad de 6 rótulos que sirven para dirigirse a dicho municipio; estos solo se encuentran dentro de San Martín hasta la salida de este y en las carreteras libres no se observó ningún tipo de señalización que indicara la forma como llegar a Suchitoto.

2. Suchitoto – Aguilares.

Ubicada en la zona sur poniente de la ciudad de Suchitoto, clasificada como “Vía terciaria” con una distancia de 21.5 km., hasta el municipio de Aguilares; con el cual se encuentra una conexión comercial. Esta vía se encuentra asfaltada y en buen estado y su mantenimiento lo realiza el MOP/FOVIAL.

3. Suchitoto – Cinquera.

Ubicada al costado sur oriente de la ciudad de Suchitoto, clasificada como vía terciaria; esta conecta al cantón Caulote y desde ahí al municipio de Cinquera con una distancia de 20 Km., Tejutepeque e Ilobasco, el recubrimiento es de tierra, considerada en un estado regular.

4. Embalse de Suchitlán – Suchitoto.

Al norte de la ciudad de Suchitoto en el cantón San Juan, se inicia la vía que conduce al lago, la cual antiguamente era una vía terrestre que conectaba con el departamento de Chalatenango. Actualmente dicha vía es lacustre¹⁸ con el ferry existente hacia los municipios del departamento de Chalatenango, tal es el caso de San Luís del Carmen y San Francisco Lempa.

La ciudad se divide en dos formas: el ***Conjunto Histórico***, el cual acabamos de describir las forma de acceso y la ***Zona de Amortiguamiento***, los cuales son todos los cantones que conforman el municipio.

Circulación Vehicular.

Actualmente la circulación vehicular se concentra en las vías que además de presentar acceso a la ciudad, lo distribuyen internamente dentro de esta, por lo que cuenta con mayores anchos de rodaje en relación al resto que puede oscilar entre 6 a 9 metros, tal es el caso de la Calle San Martín, Calle Francisco Morazán, la 4ta. Calle, la 3ra Av. Norte, la Av. 5 de noviembre, la 4ta. y 2da Av. Sur. Las diferencias de ancho de rodaje pueden significar mucho en los fines de semana o días festivos, ya que son los períodos donde se presenta mayor flujo vehicular liviano, observándose esto en las vías de acceso principales que conectan a los diferentes lugares de comercio turístico.

¹⁸ A través del agua, por medio de lanchas, ferry, cayucos y otros medios de transporte acuáticos.

Sistema de Transporte Público.

Actualmente se cuenta con tres líneas de buses de transporte interdepartamental y dos microbuses que recorren dentro del municipio. Las líneas de transporte colectivo interdepartamental son:

❖ Ruta 129.

Es una ruta interdepartamental con un trayecto desde San Salvador – San Martín - Suchitoto, la administración corresponde a la asociación cooperativa de empresarios de transporte San Lucia de RL (SOCETSL-R.L.) a la cual pertenecen ocho empresarios y disponen de 32 unidades, con un horario de atención de lunes a domingo de 5:00 a.m. a 6:00 p.m., llegando a Suchitoto con una frecuencia de media hora. Esta unidad de transporte parte de San Salvador a Suchitoto desde la Terminal de buses de oriente y de Suchitoto a San Salvador de la esquina opuesta al mercado municipal.

❖ Ruta 163.

Esta ruta es interdepartamental, consta de 9 unidades y realiza el recorrido de Suchitoto – Aguilares y su horario de atención es de lunes a domingo de 5:00 a.m. a 6:00 p.m., con una frecuencia de media hora.

❖ Ruta 482.

Esta ruta es departamental, está conformada por un solo empresario y una sola unidad, recorriendo un trayecto desde Suchitoto – Cantón Copapayo – Ilobasco y su horario de atención es de lunes a domingo con tres servicios diarios, saliendo a las 4:30 a.m., el segundo a las 11:00 a.m. y el último a las 12:05 m., desde la Terminal que se encuentra en Cinquera.

❖ Buseta 129.

Esta es un transporte interno de la ciudad, esta administrada por SOCETSL-R. L., y cuenta dos busetas con una capacidad para 20 pasajeros aproximadamente. Su ruta es desde la colonia Nuevo Suchitoto al barrio el centro y luego al embarcadero del Puerto San Juan; su horario de atención es de 6:00 a.m. hasta las 5:00 p.m. todos los días de la semana, con un servicio a cada 30 minutos para un recorrido de 2.5 Km. aproximadamente.

Las paradas de buses son de dos tipos: las oficiales establecidas por el Viceministerio de transporte y las informales dentro de la ciudad como en el trayecto de la ruta que recorre debido a la improvisación de la misma, debido a que los itinerarios de los transportes colectivos no son respetados.

Señalización para llegar al centro turístico Puerto San Juan.

La señalización para llegar al municipio se encuentra en buen estado y se puede encontrar a lo largo de todo el camino a través de la carretera panamericana. A continuación se presentan las señales que indican como llegar al municipio.

Existen algunos problemas en la señalización dentro del municipio, como algunas señales mal direccionadas, otras poco visibles (son muy pequeños o están cubiertas con otros rótulos) y otras en mal estado. Actualmente la Alcaldía esta implementando un proyecto de señalización urbana; Sin embargo, es necesario también contar con una buena señalización turística tanto en el casco urbano como en el área rural, para que sirva como información a los turistas de cómo poder llegar a los diferentes lugares con los que cuenta el municipio y que podrían ser explotados de una mejor manera e incentivar el turismo en diferentes zonas que son poco conocidas y de gran belleza natural.

Red Vial.

Un buen sistema vial es clave para promover el desarrollo turístico del municipio. Se han identificado tres calles que se consideran prioritarias en su mantenimiento para favorecer un buen desarrollo turístico, esto según la alcaldía municipal:

- Carretera de Suchitoto – San Martín
- Carretera Suchitoto – Cinquera
- Carretera Suchitoto – Agujares

Las calles consideradas como secundarias son las siguientes:

- Calle de acceso al Lago Suchitlán.
- Calle de Acceso a Comunidad Las Américas.
- Calle de acceso a la comunidad las moritas.
- Calle de acceso a Guazapa.

Actualmente la red vial que dirige a muchos de los lugares turísticos se encuentra en buenas condiciones, siendo estas en algunos casos de asfalto, piedra, piedra y adoquín y de tierra, lo cual permite al turista llegar con comodidad a los diferentes lugares turísticos con los que cuenta el municipio de Suchitoto.

La **calle de acceso al lago** y por ende al centro turístico San Juan, se encuentra en buen estado son 1,276 metros de adoquín y piedra, se nos menciona que esta fue construida recientemente por lo que presenta buenas condiciones, en la cual puede transitar desde un vehículo sedan hasta un transporte pesado (bus).

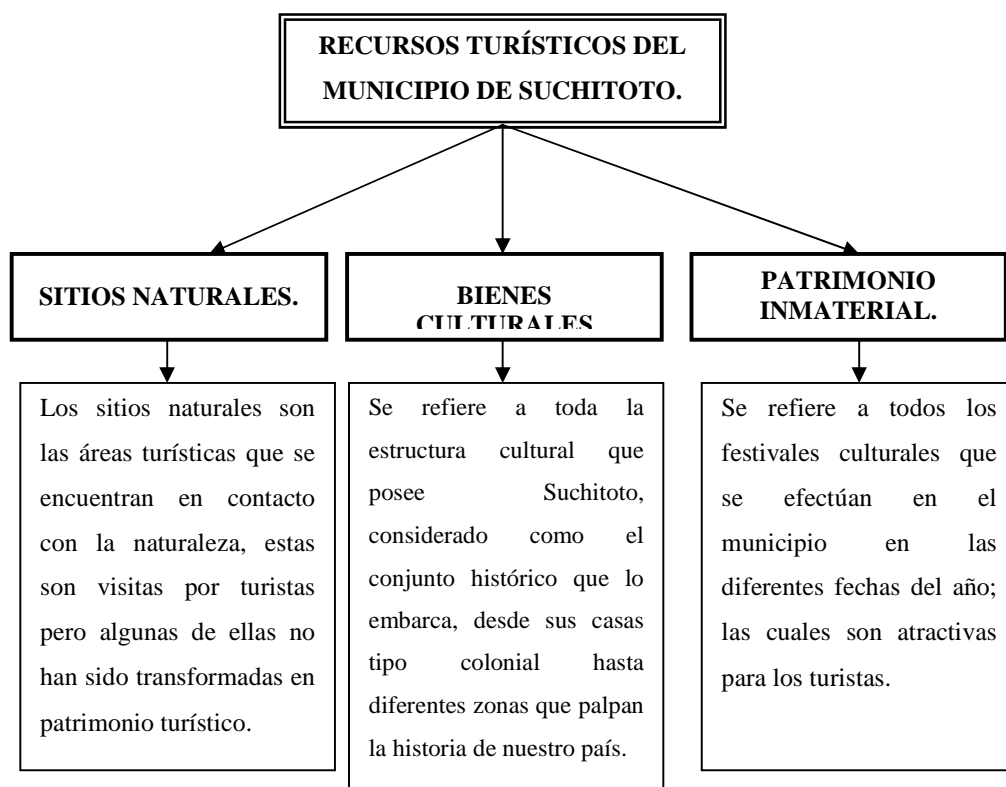
9.4 ATRACTIVOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

Se elaboró un inventario de los sitios turísticos del municipio, con el objetivo de interrelacionarlos con el Puerto San Juan; Al identificar cuales son las áreas turísticas existentes se buscara la manera de interrelacionarlas para la formación de escenarios (paquetes) turísticos que se puedan ofrecer a los turista en busca de una diversificación y complemento de los atractivos al Centro Turístico.

Es por eso que se efectúa un inventario de los recursos y patrimonios turísticos del municipio, para lo cuál se ha utilizado la ficha de recolección de datos presentada en el **Anexo 8**.

Los recursos turísticos con los que cuenta el Municipio se pueden dividir en recursos naturales y patrimonios culturales, sin embargo dentro del Plan Maestro en desarrollo por la OTCHS, hacen la clasificación de *Sitios Naturales* y *Bienes Culturales*. Dentro de los recursos turísticos potenciales tenemos los siguientes:

Figura 18. Clasificación de los recursos naturales de Suchitoto según la Oficina Técnica del conjunto Histórico



Sitios Naturales: en su mayoría se sitúan fuera de los límites del Conjunto Histórico (Casco Urbano) y Zonas de Amortiguamiento (proyecciones de expansión del casco Urbano).

- Isla del ermitaño Las Ventanas
- Salto Oscuro
- Salto El Cubo
- Salto el Hojuste
- Las Tres Pozas
- Los Tercios

- Las Aguas Termales
- Río Quezalapa
- Salto de Agua de Bermuda
- Reserva Forestal de Pepeishtenango
- Isla San Juan.
- Isla del Burro Isla el Jiote.
- Cueva Hedionda
- Salto los Limones
- y Cinquera
- Volcán Guazapa

Bienes culturales, los cuales se encuentran en su mayoría a diferencia de los sitios naturales, dentro de los límites del Conjunto Histórico y Zona de Amortiguamiento.

Patrimonio Inmaterial, a este lo consideraremos como otras Actividades y manifestaciones culturales, entre las que se pueden mencionar el cultivo de la caña de azúcar, de añil, historia de suchitoto (en especial la guerra), artesanías como los puros y repostería de Aguacayo, Gastronomía local, música y bailes populares y fiestas locales. Las actividades actuales consideradas como patrimonio inmaterial, son las que normalmente se concentran en los parques San Martín, Centenario o antigua Plaza Central, Teatro las Ruinas y algunos lugares privados, entre las cuales encontramos la feria del dulce, fiestas patronales, el festival permanente de arte y cultura.

9.5 ANALISIS DE LOS CLIENTES

9.5.1 ANTECEDENTES DEL MERCADO DE CLIENTES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Para el año 2003 se contabilizaron alrededor de 800,000 turistas extranjeros que visitaron el país, lo que representa que para el 2005 hubo un crecimiento porcentual del 20% en el total de visitas. Lo anterior nos permite afirmar que existe una tendencia al aumento en la cantidad de turistas extranjeros que visitan los diferentes recursos turísticos con los que cuenta nuestro país por lo que se vuelve sumamente necesaria una mayor inversión gubernamental, municipal y privada enfocada a la mejora de los recursos turísticos ya existentes y a la construcción de nuevas empresas que permitan al visitante extranjero disfrutar de manera cómoda y segura de los distintos atractivos con los que el país cuenta.

En el caso del turista salvadoreño, la falta de datos oficiales acerca de los movimientos del turismo nacional en el interior del país dificulta la determinación del perfil de éste y sus motivaciones. Según diversos autores las principales motivaciones de este tipo de turista apuntan a demandar servicios recreativos y de ocio (Según antecedentes y justificación del Plan 2014, Pág. 91)

Con el fin de esbozar una tendencia del crecimiento que el ecoturismo ha tenido en el país, en el siguiente cuadro se presenta la afluencia de turistas nacionales a los diferentes turicentros de tipo ecoturístico que son administrados por el Instituto Salvadoreño de Turismo.

Cuadro 29. Afluencia anual a turicentros de tipo ecoturístico en el período 2000-2005

AFLUENCIA ANUAL DE VISITANTES A LOS TURICENTROS EN EL PERIODO 2000 - 2005						
TURICENTROS	2000	2001	2002	2003	2004	2005 E-AG
Agua Fria	114.855	128.631	127.356	130.046	100.400	51.328
Altos de la Cueva	174.819	171.100	158.608	162.195	166.456	92.886
Amapulapa	297.935	177.017	272.194	233.976	250.540	150.018
Apastepeque	27.221	15.748	23.437	20.916	26.548	15.873
Apulo	226.966	175.935	167.226	169.304	158.767	102.912
Atecozol	207.060	198.863	176.138	203.124	229.431	141.149
Cerro Verde	64.623	2.719	2.428	38.601	42.160	28.526
Costa del Sol	147.011	99.223	139.853	155.331	185.892	105.795
Ichanmichen	218.517	202.872	215.501	215.496	226.278	123.732
Chorros	259.671	9.482	-	-	-	-
Parque Balboa	395.600	295.591	393.800	384.196	350.872	256.773
Parque W.T. Deininger	851	1.457	1.927	1.497	3.280	2.467
Sihuatihuacan	181.051	184.311	182.967	154.594	128.733	85.245
Toma de Quezaltepeque	154.533	219.112	179.663	152.321	179.186	119.235
TOTAL	2.470.713	1.882.061	2.041.098	2.021.597	2.048.543	1.275.939

Fuente: Unidad Turicentros y Parques Nacionales. Instituto Salvadoreño de Turismo. (ISTU) 2005.

El Centro Turístico Puerto San Juan es un fiel reflejo de la tendencia de crecimiento en la actividad turística en el país. En los últimos años ha habido un aumento acelerado en la afluencia de turistas al Centro Turístico, lo que queda reflejado en el siguiente cuadro:

Cuadro 30. Cuadro comparativo sobre ingresos de turistas al Centro Turístico Puerto San Juan, período Febrero-Abril.

AÑO Tipo de visit. Mes	2006		2007	
	Niños	Adultos	Niños	Adultos
Febrero	74	2494	1000	2625
Marzo	136	10408	4	4574
Abril	1274	3992	96	13498
Total de niños y adultos	1484	16894	1100	20697
TOTAL DE VISITANTES	18378		21797	

Nota: Se utilizó dicho período de tiempo para el análisis ya que son los datos más recientes con los que se cuenta y los demás datos del año 2007 está siendo aún tabulados por el administrador del Centro Turístico. Los datos fueron obtenidos del documento "Reporte anual de ingreso de turistas al Centro Turístico Puerto San Juan".

En el cuadro anterior observamos que en el mismo período de tiempo (Febrero-Abril), del año 2006 al 2007 se dio un crecimiento en la cantidad total de visitantes de equivalente a un 17%, lo que evidencia el crecimiento de la actividad turística en el Centro Turístico.

Si bien no existe hasta ahora ningún tipo de publicidad formal que impulse al Centro Turístico como un atractivo turístico del municipio, las hipótesis que se manejan de las principales causas del crecimiento en el número de visitantes son las siguientes:

- 1- El Puerto San Juan es sede de la carrera anual del "patito de hule", evento multitudinario que atrae una gran cantidad de turistas y le da al lugar un gran impulso en materia de publicidad.

- 2- El Centro Turístico es utilizado para atender a personalidades importantes en sus visitas a Suchitoto (Presidente de la República, gabinete de gobierno) y es en este lugar donde brindan sus conferencias de prensa, lo que genera curiosidad en el turista para querer conocerlo.
- 3- Muchas personas no conocen el Centro Turístico, pero se dan cuenta de su existencia al ir a visitar el lago Suchitlán.

9.5.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

El propósito de esta sección es dividir el mercado en grupos que presenten características homogéneas en los cuáles se enfocarán luego los esfuerzos de mercadotecnia realizados por el Centro Turístico.

9.5.2.1 Macrosegmentación

Los servicios prestados por el Centro Turístico Puerto San Juan hacen que se le pueda clasificar como un Centro Turístico de tipo ecoturístico, es decir, ofrece servicios recreativos y a la vez permite disfrutar responsablemente de los atractivos naturales que posee el lago de Suchitlán. Se han de tomar en cuenta todas aquellas familias o personas que disfrutan el contacto con la naturaleza aunado con experiencias nuevas (Paseos en lanchas, Caminatas, Deportes Acuáticos, etc.) y al mismo tiempo gozan de admirar los vestigios culturales e históricos de los pueblos en pleno siglo veintiuno.

9.5.2.2 Microsegmentación

Con el fin de definir el segmento de personas al cuál están dirigidos los servicios que presta el Centro Turístico Puerto San Juan, hay que tomar en cuenta ciertos factores como los siguientes:

- ∞ No todos los hogares de los departamentos seleccionados como universo poseen la capacidad para comprar los servicios ofrecidos en el Centro Turístico.
- ∞ No todas las personas que viven en los departamentos seleccionados están interesados en el ecoturismo.

El principal factor utilizado para definir el segmento de mercado al cuál irá destinados los servicios prestados es el *Factor demográfico* por la facilidad que este ofrece para cuantificar a los posibles clientes de dichos servicios, ya que no existen datos sobre la cantidad de personas que están interesadas en el ecoturismo como forma de esparcimiento.

Segmentación demográfica

Se ha decidido orientar la venta de los servicios turísticos del Centro Turístico Puerto San Juan a los hogares “no pobres¹⁹” de los departamentos de San Salvador, San Miguel, Santa Ana, Cuscatlán y La Libertad.

¹⁹ Según clasificación del Ministerio de economía

Se consideran estos departamentos ya que con el fin de poder inferir los resultados obtenidos a través del análisis han sido considerados los departamentos con las siguientes características:

- Se han tomado los 2 departamentos de mayor tamaño y con mayor población de la zona oriental y occidental (San Miguel y Santa Ana).
- Han sido considerados dos departamentos pertenecientes a la zona central del país por la cercanía al Centro Turístico y porque es donde se encuentra la mayor cantidad de familias no pobres del país (San Salvador y La Libertad).
- Dentro del estudio se ha considerado el departamento de Cuscatlán porque es en éste donde se encuentra el Centro Turístico.
- Los departamentos seleccionados además presentan la característica de poseer los mayores ingresos familiares de la zona en que están situados (ver anexo 9)

9.5.3 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.

La característica más importante tomada en cuenta en la definición del universo es el *nivel de ingresos* ya que el Centro Turístico nació con la idea de contribuir al desarrollo de la economía del municipio mediante la utilización de los recursos ecoturísticos con los que el municipio cuenta, por lo que el énfasis está enfocado en atraer a aquellos clientes que puedan pagar por los servicios ofrecidos en éste y que además estén en la capacidad de adquirir algún producto ya sea en éste lugar o en el casco urbano del municipio.

Como se mencionó anteriormente (en el apartado segmentación demográfica) se escogieron los departamentos anteriores debido a que si tomamos como universo a estos se espera cubrir todas las zonas del país y el estudio será mas representativo, aunado a esto que en los departamentos seleccionados encontramos una mayor cantidad de ingresos familiares, la cantidad de personas que habita en ellos y que en la mayoría de estos encontramos centros turísticos con características ecoturísticas debido a que los departamentos seleccionados poseen lagos o lagunas; por lo que la elección del universo cubre las expectativas de las diferentes zonas que comprende el país.

A manera de resumen, las principales características tomadas en cuentas en la determinación del universo fueron las siguientes:

Cálculo de la muestra

El total calculado como muestra fue de:

$$n = 163 \text{ encuestas} \approx 165 \text{ encuestas}$$

Su cálculo detallado se presenta en el en el apartado “Metodología de la investigación”, numeral 9: “Determinación de la muestra”.

9.5.5. METODO DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Para recopilar la información concerniente al mercado de clientes se utilizó la técnica del cuestionario personal. Los principales objetivos perseguidos con la encuesta fueron:

- 1- Determinar la cantidad de personas que han visitado turicentros dentro del país para conocer la medida en que la visita a dichos lugares está arraigada dentro de los hábitos turísticos de la población salvadoreña.
- 2- Deteminar la cantidad de personas dentro del país que consideran los lagos como destinos turísticos.
- 3- Determinar cuáles son los principales turicentros de tipo ecoturístico más populares entre la población para lograr conocer con esto cuáles representan la mayor competencia para el Centro Turístico Puerto San Juan.
- 4- Analizar cuáles son los principales factores que motivan a la población a visitar turicentros
- 5- Conocer la cantidad de población que considera a Suchitoto como un destino turístico.
- 6- Conocer la percepción que el público tiene del municipio de Suchitoto para determinar las posibles oportunidades o amenazas que la gente percibe.
- 7- Determinar las fortalezas y debilidades del Centro Turístico Puerto San Juan a través de la percepción del turista.
- 8- Generar estrategias dirigidas al aumento de la cantidad de visitas que visitan el Centro Turístico Puerto San Juan basadas en los datos obtenidos.

9.5.6 MECANISMO DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

Para aplicar el instrumento a la muestra proveniente del universo identificado anteriormente, se utilizó el criterio de estratificación por municipio. Para repartir las encuestas en los diferentes departamentos que componen el universo el procedimiento seguido fue el siguiente:

- 1- Se calculó el porcentaje de hogares no pobres que representa cada uno de los departamentos sobre el total del universo.
- 2- El porcentaje obtenida se multiplicó por el total de encuestas que se calculó como muestra (165 encuestas).

Tabla 19. Distribución de encuestas por departamento

Departamento.	Hogares No Pobres.	% sobre el universo total (%)	Número de encuestas por departamento = (%) x total de encuestas*
Santa Ana.	83532,34	11%	19
La Libertad.	138166,03	19%	31
San Salvador.	412186,95	56%	92
Cuscatlán.	25694,11	3%	6
San Miguel.	78800,98	11%	18
TOTAL	738380,42	100%	165

* El total de encuestas fue de 165, para ver su cálculo referirse al apartado “cálculo de la muestra”

La tabulación y el análisis de los resultados de la encuesta realizada para el análisis del mercado consumidor se presentan en el **Anexo 10**.

9.5.7 CLIENTES DEL CENTRO TURÍSTICO

El cliente, en el caso de la prestación de un servicio turístico, es aquella persona que busca satisfacer su deseo de disfrutar sensaciones y experiencias que se convierten en el producto turístico por el cual están dispuestos a pagar. El cliente del Centro Turístico Puerto San Juan, entonces, será todo aquel turista interesado en “comprar” aquellas experiencias que éste ofrece como producto turístico. Sin embargo, esta caracterización es a simple vista demasiado amplia, ya que se incluyen una gran cantidad de individuos que en algún momento no tienen la capacidad de compra de los servicios ofrecidos o no poseen la edad suficiente como para decidir de forma conciente el tipo de experiencia que buscan. Por lo tanto, es necesario definir el perfil del cliente considerado como objetivo central desde el punto de vista del marketing para el Centro Turístico Puerto San Juan.

Una vez analizadas las respuestas obtenidas en el instrumento se puede extraer un perfil que describe fielmente a la mayoría de turistas-clientes que visitan el Centro Turístico y que se espera que visiten el Centro Turístico Puerto San Juan. El objetivo de obtener un perfil del visitante del Centro Turístico (cliente) es conocer de manera fehaciente a través de los datos obtenidos, cuáles son las características cualitativas (motivaciones, gustos, preferencias) y cuantitativas (nivel de ingresos, tamaño del grupo visitante) del turista que es cliente del Centro Turístico, lo que nos permite formular estrategias sean acordes al tipo de cliente de éste y a sus deseos.

Puesto que el turista cliente del Centro Turístico Puerto San Juan es además visitante del municipio de Suchitoto, se presenta además el perfil del turista que viaja a Suchitoto.

9.5.7.1 PERFIL DEL TURISTA DE SUCHITOTO

El presente perfil está basado en el “Estudio de Oferta y Demanda Turística de Suchitoto 2006” para el Plan Maestro que aun se encuentra en desarrollo por parte de la Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto (OTCHS). Además, se ha inferido la principal información obtenida de los análisis de la sección 7 (tabulación y análisis de la encuesta).

9.5.7.1.1 Perfil del turista nacional que visita Suchitoto

Regularmente viene de San Salvador, viaja en su propio automóvil, con su familia y solo por el día, es decir que no pernocta en la ciudad.

Visita Suchitoto buscando un lugar donde divertirse, descansar y pasar un día tranquilo, atraído tanto por los atractivos naturales como por los históricos y culturales. Es un turista fiel ya que la mayoría ha visitado el municipio más de una vez y los que lo visitan por primera vez están interesados en regresar para seguir descubriendo sus atractivos turísticos y recomendárselo a sus amigos.

Pertenece a la clase media, con ingresos familiares arriba de los \$350 mensuales. Sus principales quejas son la falta de señalización y el estado de las vías de acceso en el municipio, además de la falta de información turística. Los lugares que más visita son el lago Suchitlán (siendo éste el atractivo turístico preferido por la mayoría) y el casco urbano en general (incluyendo la iglesia de Santa Lucía y La Plaza Central).

9.5.7.1.2 Perfil del turista extranjero que visita Suchitoto

El turista extranjero lo dividen en el estudio en tres grupos:

- El residente en El Salvador
- El que esta de paso viajando por Centro América y
- El salvadoreño con ciudadanía estadounidense

Turista extranjero residente en El Salvador

Se hospedan en Hoteles y se quedan dos días en Suchitoto, pues aprovechan sus días de vacación o tiempo libre. Vienen por cuenta propia, en automóvil, con amigos o con parientes que se encuentran de visita. Gastan entre \$41.00 y \$60.00 al día por el pago de hotel alimentación y talvez paseos en lancha. Es el Turista potencial para el turismo rural y cultural que va a implementarse.

Turista de paso por Centro América

Turista extranjero que está de paso viajando por Centro América, llamados “mochileros”, generalmente gente joven, en su mayoría parejas, seguido de mujeres y después hombres solos. Se han enterado de Suchitoto por las guías internacionales (Lonely Planet, The Rouge Guide, las más tradicionales). Gastan un promedio de \$15.00 a \$30.00 diarios y llegan a conocer el mercado y las tradiciones culturales del

Suchitotense mejor que muchos otros turistas y visitantes y es el que mas consume a los pequeños comerciantes.

El salvadoreño con ciudadanía estadounidense

Éste viaja con sus parientes y amigos y es quien esta pagando el paseo. Viene solo por el día por lo que no se queda a dormir. Tiene ingresos de mas de \$1000.00 al mes y visita El Salvador por lo menos una vez al año.

9.5.7.2 PERFIL DEL CLIENTE DEL CENTRO TURÍSTICO

Se han considerado dos tipos de turistas que pueden ser potenciales cliente del centro turístico Puerto San Juan:

- turistas o visitantes nacionales
- turistas o visitantes internacionales.

9.5.7.2.1 Perfil del Cliente Nacional del Centro Turístico

Los turistas nacionales que visitan el Centro Turístico Puerto San Juan son en su mayoría grupos familiares conformados por 4 o más personas. En su mayoría llegan al Centro Turístico en vehiculo propio, pero una buena parte llega en transporte colectivo y por medio de excursiones. Sus ingresos mensuales son de más de \$350 y vienen solo por el día en busca de una experiencia complementaria después de recorrer y admirar la parte cultural que posee el municipio y otros lugares fuera del casco urbano. Además, Consideran los lagos como destinos turísticos en los que pueden realizar sus actividades de esparcimiento.

Las principales motivaciones del turista visitante del Puerto San Juan son los atractivos naturales de los que está rodeado y el hecho de que las instalaciones del lugar permitan apreciar dichos atractivos al mismo tiempo que se hace uso de su servicio de restaurantes. El 75% de los turistas que han visitado el Centro Turístico califican las instalaciones del Centro Turístico como buenas o muy buenas y la mayor parte de turistas que lo visita (86%) aseguran que lo volverían a visitar gracias a la grata experiencia vivida.

En su mayoría señalan como principales defectos la falta de señalización para llegar al Centro Turístico, la falta de publicidad del mismo y consideran además que el tamaño de las instalaciones es muy pequeño. Entre los principales servicios que quisieran que se instalaran señalan piscinas, un ferry que lleve a las personas a pasear al lago y a las distintas islas, un muelle que se adentre en el lago y un mural con fotos e historia del municipio de Suchitoto.

9.5.8 DEMANDA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PRESTADOS POR EL PUERTO SAN JUAN

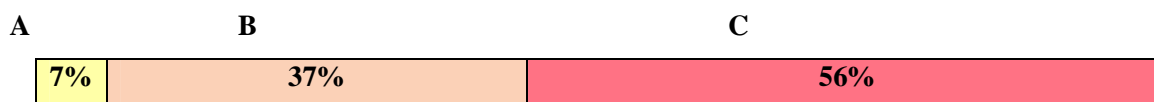
La demanda potencial insatisfecha de un servicio se define como la cantidad de servicios que es probable que el mercado consuma a futuro y que se ha determinado que ningún prestador de servicio la podrá satisfacer por si solo si prevalecen las condiciones en las cuáles se hizo el cálculo.

Luego del análisis de los datos recogidos en las encuestas se ha llegado a determinar cuál es la demanda de los servicios ofrecidos por el Centro Turístico Puerto San Juan basándonos utilizando como insumos los siguientes datos:

- El universo total utilizado es de 738,380.42 familias de los departamentos de La Libertad, San Salvador, Santa Ana, San Miguel y Cuscatlán.
- El 64% de las personas que respondieron haber visitado algún Centro Turístico aseguraron además haber visitado Suchitoto, dato que inferido en el universo representa a 439483 familias. Se sabe además que el 100% de estas personas están dispuestas a volver a visitar Suchitoto.

9.5.8.1 CÁLCULO DE LA DEMANDA

A partir de los datos obtenidos en la encuesta, se ha separado el total de respuestas en las tres categorías siguientes:



Donde:

A = porcentaje de personas dentro del universo que no han visitado ningún Centro Turístico

B = Porcentaje de personas dentro del universo que ha visitado turicentros pero que no han visitado Suchitoto

C = Porcentaje de personas que han visitado Suchitoto y además han visitado algún turicentro.

Para el cálculo de la cantidad de demandantes de los servicios que presta el Centro Turístico interesa contemplar a todas aquellas familias que se encuentran dentro de la clasificación de “no pobres” del Ministerio de Economía, excluyendo únicamente a aquellas que respondieron que no estarían interesadas en visitar algún turicentro. Se considera entonces como demandantes:

- A las personas que han visitado Suchitoto y además han visitado el Puerto San Juan.
- A las personas que no han visitado Suchitoto pero sí han visitado algún otro turicentro (y por lo tanto, se considerará que estarían interesados en visitar el Puerto San Juan) y
- A las personas que no han visitado ningún turicentro pero que están interesados en visitar alguno.

Matemáticamente, el cálculo de la demanda se plantea de la siguiente forma:

$\text{Demanda total} = (A * \text{Universo}) + (B * \text{Universo}) + (C * \text{Universo}) - (\% \text{ de A que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en hacerlo}) * \text{Universo}$

$\text{Demanda total} = \text{Universo} [(A + B + C) - (\% \text{ de A que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en visitar alguno})]$

Demanda total = Universo [1 - (porcentaje de personas que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en visitar alguno)].

Donde el porcentaje de personas que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en visitar alguno se calculó de la siguiente forma:

De la pregunta 3 de la encuesta se tomó únicamente el porcentaje de las personas que respondieron no estar interesados en visitar un turicentro (4 de 165, que representa que únicamente el 2.4% del universo). Con este dato se calcula entonces la demanda total:

$\text{Demanda total} = 738,380 (1 - 0.024) = 720,658 \text{ familias}$

Demanda total insatisfecha= 720,658 Familias

Algunos de los datos más relevantes sobre la demanda son los siguientes:

- El total de turistas que viajan a Suchitoto y que visitan el Puerto San Juan. Según los datos de la encuesta representa un 22% del universo, lo que equivale a 162443 familias que son posibles visitantes del Puerto San Juan.
- El total de personas que no ha visitado el Centro Turístico pero estarían dispuesto a visitarlo. Se considerará en este grupo a todas aquellas personas que han visitado Suchitoto pero que no han visitado el Puerto San Juan, que según las encuestas es el 65% los turistas, partiendo del supuesto que el visitante de Suchitoto está dispuesto a visitar todos los atractivos turísticos que el municipio ofrece. El total de personas que estarían dispuesto a visitarlo viene entonces dado por el total de familias que han visitado suchitoto multiplicado por 0.65, que equivale a 285663 familias.

9.5.7.2 PORCENTAJE DEL MERCADO A CUBRIR POR EL CENTRO TURÍSTICO

De acuerdo a la tendencia actual de llegada de turistas, la cual puede apreciarse en el cuadro siguiente, se establece que en promedio el Centro Turístico es visitado por 10,167 personas mensualmente.

Meses	Niños	Adultos	Totales
Enero	5761	2942	8703
Febrero	1000	2625	3625
Marzo	4	4574	4578
Abril	96	13498	13594
Total personas	6861	23639	30500
Promedio mensual personas			10167
Promedio mensual familias			2259

Tabla 20. Asistencia al Centro Turístico durante el primer trimestre del año

De acuerdo a lo anterior el porcentaje de la demanda insatisfecha total que se espera satisfacer se establece en un **6%**, lo cual equivale a un promedio de 16,512 personas mensuales, cuyo cálculo se muestra a continuación.

<i>actualmente DTI familias</i>	<i>6%</i>	<i>familias</i>	<i>personas*</i>
720658	43239.48	3603.29	16214.805
Promedio mensual		3,604	16215

Tabla 21. Cálculo de demanda a cubrir

*Considerando un promedio de 4.5 personas/familia

9.5.8.3 PROYECCIONES DE LA DEMANDA

Al no contar con suficientes registros estadísticos de la variable a pronosticar que permitan trazar una tendencia fehaciente del comportamiento de la demanda, se descarta la utilización de métodos de pronosticación cuantitativos (series de tiempo y métodos causales). Por otro lado, los métodos cualitativos de pronósticos se basan en las experiencias pasadas y presentes para proyectar al futuro y el Centro Turístico no posee el suficiente tiempo de funcionamiento como para que a partir del criterio de sus administradores se pueda pronosticar de manera segura la cantidad de demanda que este tendrá en los próximos años.

A partir de estas limitantes, el cálculo de la demanda fue desarrollado en base a los siguientes supuestos:

A partir de la tendencia de crecimiento que presenta el sector turismo en el país, se puede afirmar que mientras más crezca la población, mayor será el número de familias interesadas en hacer uso de los servicios prestados por turicentros, entre los que se incluye el Puerto San Juan. Tomando como base la ley de “representatividad estadística” para respaldar el siguiente supuesto, se asumirá que la razón de crecimiento de la población será la misma que la tasa de crecimiento de la cantidad de demandantes de servicios turísticos; es decir, se asume que si la cantidad de población total considerada como universo crece a una tasa del 2% anual (como lo señala los pronósticos del Ministerio de Economía), la cantidad de demandantes de los servicios del Centro Turístico Puerto San Juan crecerá también en igual proporción.

Para el cálculo se aplicará la fórmula que es utilizada en la DIGESTYC para el cálculo del crecimiento de la población:

$$Pf = Po (1+r)n$$

En donde:

Po: población inicial (588,399 familias no pobres que demandan los servicios del TPSJ)

Pf: población final (Demanda total para los siguientes 3 años)

r: tasa de crecimiento demográfico (2%)

n: años

Tabla 22. Proyección de la demanda para los próximos 3 años.

PO = # familias no pobres que estarían dispuestos a visitar el Puerto San Juan	Año	N	Pf = Po (1+r)n = # de familias no pobres que estarían dispuestos a visitar el Puerto San Juan para los siguientes 3 años
720,658	2008	1	735,071
	2009	2	749,772
	2010	3	764,767

9.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

9.6.1 ANTECEDENTES.

La actividad turística en el país arrancó en una época considerada como próspera. Es en el año 1948 cuando se comienza la construcción de una red de Turicentros a lo largo y ancho del país, con el fin de brindar lugares de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas.

Varios factores explican la importancia cobrada por el turismo en El Salvador a partir de los años 60; por un lado, la modernización del transporte (ampliación de la infraestructura de caminos, aumento de los vuelos con la creación del Aeropuerto Internacional de Ilopango); por otro lado, el nacimiento del turismo masivo, cuya onda expansiva alcanzó también a Centroamérica. En 1961 se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora del sector turístico; sus principales atribuciones eran la elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo del sector, la regulación de empresas turísticas, el manejo del patrimonio y la presentación de informes regulares sobre la evolución del sector. El monitoreo del sector se facilitó desde 1968, cuando el ISTU comenzó a publicar boletines estadísticos detallados sobre el flujo de turistas hacia El Salvador, fomentando con esto la oferta turística del país, dándose a conocer como un referente turístico para el mundo. Los años 70 fueron considerados los “años de oro” del turismo en El Salvador ya que su vida económica y política estaban caracterizadas por una relativa estabilidad.

Las posibilidades de desarrollo del turismo fueron truncadas en el momento en que comenzó el conflicto armado y la construcción de infraestructura turística quedó estancada.

Luego de los acuerdos de paz, cuando ya el sector agrícola había decaído, los empresarios en vista de esa situación y con más visión para los negocios, comenzaron a crear lo que se llamó Parques Acuáticos, que son parques situados en grandes extensiones de terreno los cuales se caracterizan por estar rodeados de vegetación y por contar con piscinas, toboganes y una gran variedad de juegos y restaurantes para que la familia pudiera disfrutar de sano esparcimiento, practicando lo que hoy se conoce como ecoturismo y turismo de aventura.

El primer parque acuático que funcionó en el país fue **Aquapark**, Aunque ya existían turicentros acuáticos como Amapulapa, Atecozol, Apuzumga, Ichanmichen, Apulo, etc., la oferta de estos constaba básicamente de atractivos naturales y piscinas, lo que convertía al parque acuático en una novedad ya que contaba con toboganes como principal atracción. A partir de este punto el crecimiento del ecoturismo ha evolucionado, siendo actualmente uno de los principales seductores de la población salvadoreña. Surgieron en nuestro país nuevos y mejores parques acuáticos, algunos de ellos son: Splash en Nueva Concepción, Termos del Río sobre la carretera a Santa Ana, Entre Ríos en Caluco, Galicia en Chalchuapa, etc. Actualmente muchos de los centros turísticos nacionales administrados por el ISTU y algunos de estos se encuentran en remodelación debido al crecimiento de la oferta turística que se ha presentado, lo que genera un déficit de las instalaciones para poder atender a la cantidad de turistas que quieren hacer uso de sus servicios.

9.6.2 COMPETENCIA DIRECTA.

Definiremos a la competencia directa como aquellos centros turísticos que posean las siguientes características:

- Que presten los mismos servicios que se prestan en el Puerto San Juan (paseos en lancha, servicio de restaurante y ventas de artesanías).
- Que se encuentren situados a orillas de una masa de agua (lago / laguna)

Para llevar a cabo la identificación de los turicentros considerados como competencia directa se ha efectuado un inventario de los lagos y lagunas que el país posee, considerando las más relevantes. Dicho inventario se presenta en el Anexo 11.

Los centros turísticos con características similares a las del Puerto San Juan se presentan a continuación:

Cuadro 32. Centros Turísticos del país considerados como competencia directa.

Nombre del Centro Turístico.	Ubicación.	Servicios / Atractivos Turísticos.	Consideración.
El Mangal de Suchitlán.	Localizado en el lago Suchitlán, en el departamento de Cuscatlán.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de restaurante. 2. Parqueo. 3. Venta de artesanías. 4. Piscinas. 	Se considera la competencia más directa del Centro Turístico San Juan ya que se encuentra situado aun costado de este, con administración privada.
En etapa de construcción..	En el lago Suchitlán, en el departamento de Cuscatlán	<ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de Restaurante. 2. Parqueo. 3. Piscinas. 	Actualmente se encuentra en proceso de construcción, convirtiéndose este en un centro turístico privado.
Apulo	Situado en el lago de Ilopango en el cantón Dolores de Apulo, en el departamento de San Salvador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paseo en lanchas a islas del lago. 2. Servicio de restaurantes (Merenderos). 3. Venta de artículos. 4. Parqueo de vehículos. 5. Piscinas. 6. Alquiler de cabañas y depósitos con llaves. 	Este es un centro turístico nacional administrado por el ISTU.
Centro Obrero.	Situado en el lago de Coatepeque, en el departamento de Santa Ana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cabañas. 2. Parqueo. 3. Muelle. 4. Auditorium. 5. Piscinas. 	Este centro turístico es público; el cual es administrado por el Ministerio del Trabajo, la entrada es por medio de un permiso de esta institución.
Apastepeque.	Situado en la Laguna de Apastepeque, en el departamento de San Vicente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de restaurante. 2. Paseos en lancha en la laguna. 3. Parqueo. 	Turicentro nacional administrado a través del ISTU.

El análisis de dichos turicentros abarca cada una de las **cuatro p's** del marketing (Servicios, Precio, Distribución, Publicidad y Promoción) con el fin de conocer más a fondo la forma en que la competencia se realiza sus actividades actualmente. La recolección de la información para realizar dicho análisis se realizó mediante la utilización del formato presentado en el Anexo 12. Los principales datos obtenidos sobre los competidores del Centro Turístico Puerto San Juan se presentan en el Anexo 13.

Los 6 turicentros que de acuerdo a sus características son considerados como competidores directos del centro turístico Puerto San Juan son: Turicentro “El Mangal de Suchitlán” (Suchitoto), Turicentro Apulo (Ilopango), Centro Obrero (Coatepeque), La Laguna de Apastepeque (San Vicente),

A partir de los datos obtenidos, las principales ventajas competitivas que presenta el Centro Turístico Puerto San Juan sobre los demás centros turísticos son las siguientes:

- 1- **Menor precio de entrada.** Los precios de entrada en dichos turicentros oscilan entre los \$0.80 y \$1, mientras que en el Puerto San Juan es de \$0.50.
- 2- **Lugar donde está situado.** El Centro Turístico Puerto San Juan se encuentra en Suchitoto, un municipio que cuenta con una larga tradición turística, lo que genera que gran cantidad de los turistas se vean atraídos a complementar sus visitas al municipio dirigiéndose al lago de Suchitlán.

9.6.3 COMPETENCIA INDIRECTA.

Definiremos como competencia indirecta a todos aquellos centros turísticos que presten servicios diferentes al que presta el Puerto San Juan. El principal factor a considerar para definir la competencia indirecta es que los centros turísticos posean atractivos con características del tipo ecoturístico y que no posea en su interior algún tipo de lago o laguna. En la recolección de información secundaria en el ISTU y la DIGESTYC fue obtenido el listado de centros turísticos que poseen característica ecoturísticas (la cual es que se esté en contacto con la naturaleza de manera responsable) y presentamos a continuación el nombre de ellos. Se considera que dichos turicentros constituyen el universo de estudio debido a que no existe registro sobre la cantidad de centro turísticos con los que cuenta en país, por lo que presentamos a continuación una tabla en la cual se presenta la información obtenida:

Tabla 23. Nombre de centros turísticos nacionales.

FUENTE	NOMBRE DEL CENTRO TURISTICO
ISTU	Agua Fría.
	Altos de la Cueva
	Amapulapa
	Atecozol
	Ichanmichen
	Los Chorros.
	Sihuahuacan
	Toma de Quezaltepeque
	Parque Ecológico San Lorenzo.

9.6.3.1 INVENTARIO DE COMPETIDORES INDIRECTOS

Se presenta a continuación un resumen de los centros turísticos que fueron visitados para realizar la observación directa de los servicios prestados en estos. En el Anexo 14 se presenta a la información de los turicentros administrados por el ISTU, considerados como competidores indirectos del Embarcadero San Juan.

Los principales datos obtenidos de los competidores indirectos se presentan en el Anexo 15.

9.6.4 ANÁLISIS Y SINTESIS DE LA COMPETENCIA.

Una vez recopilada la información se procede a efectuar el análisis de la competencia, con lo que se pretende estimar el nivel competitivo que posee el Puerto San Juan comparado con los otros turicentros operan en el país. Se ha efectuado una comparación entre los competidores directos e indirectos para establecer cuáles son las fortalezas y las debilidades con las que cuenta el Centro Turístico para generar a partir de éstas aquellas estrategias que proporcionen una base para el crecimiento de la empresa. Los criterios analizados son los siguientes:

1. Servicios.

Competencia Directa.

Se considera que en el país existen 4 turicentros considerados como competencia directa y que prestan los servicios idénticos al Puerto San Juan. De estos 4, se presenta la información de los 3 principales y se debe hacer mención que además existen 2 centros turísticos que se encuentran en etapa de construcción.

Cuadro 33. Resumen de los servicios prestados en los turicentros considerados como competencia directa

Centro Turístico Puerto San Juan	Centro Turístico Apulo.	Centro Turístico Apastepeque.	Centro Turístico El Mangal de Suchitlán.	Análisis.
1. Servicio de Restaurantes.	1. Servicio de restaurantes y merenderos.	1. Servicio de restaurantes y merenderos.	1. Servicio de restaurantes.	Como se observa existen 4 servicios similares entre los diferentes turicentros, pero existe una diferencia en que la competencia posee mayor cantidad de atractivos, como lo son las piscinas siendo este uno de las principales que busca las personas, el alquiler de cabañas es otra servicio que se busca y en ultimo caso es la venta de pescado pero por medio de un criadero y no del lago. Estos atractivos se pueden desarrollar en el embarcadero en busca de proporcionarle al turista una mayor oferta de atractivos y servicio generando con ello mayor cantidad de turista.
2. Paseo en lancha para las diferentes islas.	2. Paseo en lancha para las diferentes islas.	2. Paseo en lancha para las diferentes islas.	2. Paseo en lancha para las diferentes islas.	
3. Ventas de artesanías.	3. Ventas de artesanías y souvenir.	3. Ventas de artesanías y souvenir.	3. Ventas de artesanías y souvenir.	
4. Parqueo.	4. Amplio parqueo. 5. Dos piscinas. Alquiler de cabañas. y Lokers	4. Parqueo. 5. Piscinas 6. Alquiler de cabañas. 7. Venta de Pescado.	4. Amplio Parqueo. 5. Piscina.	

Para prestar algunos de los servicios que forman parte de la oferta de otros turicentros, debe de hacerse una inversión para la remodelación de la empresa, en la cual se considere la ampliación de sus instalaciones.

Competencia Indirecta.

Al comparar al centro turístico San Juan con los otros turicentros que se visitaron en el país se puede concluir que la mayoría de estos las mayores atracciones son generadas por las piscinas y los toboganes acuáticos, siendo esto lo que busca mas las personas para divertirse y distraerse, ya que en la mayoría de centros turísticos existen estos atractivos y se prestan los servicios que en el embarcadero existen. En el Centro Turístico puerto San Juan se puede desarrollar una gran cantidad de deportes acuáticos que se pueden convertir en el referente de este y aprovechar de mejor manera los recursos que posee y que podría crear una diferenciación amplia entre los otros turicentros del país y con ello hacer que se incremente el flujo de los turistas a este.

Sustitutos y complementarios.

Con lo que respecta a éstos se utilizarán para generar una mayor oferta turística, por lo que se buscará la forma de interrelacionarlos. Todo esto se presenta en apartado de “identificación de los recursos y patrimonios turísticos”. En Suchitoto existe un gran potencial de sitios turísticos a los cuales se puede explotar con eficiencia y sacarle el mayor lucro posible debido a que es conocido como un referente de la cultura, encontrando patrimonios turísticos que actualmente son aprovechados parcialmente, los cuales se pueden encontrar desde el Centro Histórico hasta llegar a las áreas rurales del municipio, pero el verdadero reto es lograr la interrelación de estos en nuevas rutas turísticas.

2. Publicidad y promoción.

Aunque Suchitoto es conocido como un municipio turístico y el lago es uno de sus principales referentes, el Centro Turístico no posee una buena publicidad, lo que queda reflejado en las encuestas realizadas en el presente estudio donde un 45 % de las personas mencionaron conocer el lago, pero únicamente un 22% dijo conocer el Centro Turístico. Aunado a esto, no existe ningún tipo de promociones que incentiven al turista para llegar al lugar.

En materia de publicidad y promoción, comparado con la competencia el Puerto San Juan se encuentra en un nivel competitivo bajo, ya que, en el caso de los centros turísticos nacionales el ISTU es el encargado de administrarlos y potencializarlos, y en el caso de los turicentros privados, existe niveles de inversión considerables en el sistema de promoción de estos, especialmente reflejado en la cantidad de carteles y anuncios publicitarios en las diferentes carreteras del país, y al mismo tiempo, estos ofrecen una gran cantidad de promociones que motivan a las familias a llegar a dichos centros de recreo. Inclusive se encuentra información de estos por Internet, ya que esta sea convertido en una de las principales fuentes

de información mas en este momento de globalización y que se esta incentivando el turismo a nivel internacional.

La oferta turística.

Es muy difícil determinar la capacidad de prestación de servicios turísticos que actualmente ofrecen los centros recreativos del país a partir de datos secundarios, debido a que no se cuenta con registros que proporcionen información fehaciente acerca de cuantas familias son capaces de albergar cada uno de los centros turísticos.

9.7 MERCADO PROVEEDOR

Los proveedores varían según el comité o área de la que se trate. Mencionaremos a continuación información básica en cuanto a proveedores de las distintas áreas del TPSJ.

En el centro turístico operan 19 lanchas las cuáles requieren de una serie de insumos para la prestación adecuada de las diferentes rutas que transitan con los turistas. Al momento de realizar las compras de los diferentes insumos y darle mantenimiento a éstas los propietarios (que son 13) lo efectúan de manera independiente y no como comité, por lo que es posible que los costos se incrementen porque no actúan como grupo con el fin de buscar una reducción en los costos en que incurren.

El principal insumo que utilizan es la gasolina, la cual es adquirida en la gasolinera Texaco situada en entrada del pueblo. Actualmente no existe ningún acuerdo de reducción de precios por la compra de cantidades grandes de combustible entre la empresa y el comité de lancheros, ya que, como se mencionó anteriormente, este comité no adquiere sus insumos como grupo. Se presenta a continuación una lista de los principales insumos que utiliza este comité, el lugar donde compra y los precios a los que adquiere estos insumos.

INSUMO	CENTRO DE COMPRA	PRECIOS. (\$)	OBSERVACIONES
Combustible: Gasolina.	Texaco Suchitoto.	3.55	El precio de la gasolina es variable, debido a los cambios del mercado, se considera el precio actualmente. También se considera una variación entre 0.10 y 0.50 según varíe el mercado de este insumo.
Aceite para motor.	Marinas.	3.00	El aceite fuera de borda este es adquirido en cuartos, según el tipo de motor que utilicé la lancha para nuestro caso es un motor de 15 caballos de fuerza.
	Texaco	4.00	
Bujías para motor acuático.	Marinsa.	20.00	Las adquieren por cajas y cada caja contiene 5 bujías.
Fibra de vidrio.	Marinsa	1.50	El proveedor la vende por libras pero a unado a esto se utilizan catalizadores el cual posee un precio de 2.50 el tubo.
Chalecos	Marinsa	36.00	El tipo de este es CHALECO ORANGE/AMARILLO (48-65)

INSUMO	CENTRO DE COMPRA	PRECIOS. (\$)	OBSERVACIONES
Soga de Nylon	Marinsa	4.12	Es de ½ pulgada de diámetro y es adquirida por libras.
Propela	Marinsa	110.00	
Rollo Soga Poliet 3/4x600 Pies	Marinsa	192.66	
Galón de Poliuretano	Marinsa	15.00	
Galón de Separador.	Marinsa	15.00	
Talco Simple	Marinsa	0.35	Este es adquirido por libra.
Toldos	Lonas Maritza.		

Tabla 24. Insumos utilizados por comisión de lancheros.

La mayoría de insumos son adquiridos en Marinsa, empresa ubicada en Sonsonate y dedicada a la distribución de todo tipo de repuestos para lancha. Aunque la mayor cantidad de insumos son adquiridos en el mismo lugar las compras las realizan por separado, por lo que cada propietario adquiere el insumo según su necesidad. En el caso de los restaurantes, a continuación se presenta el listado de los principales proveedores de éstos:

Local	Restaurante	Proveedores	Frecuencia de compra (sem)
1	EL ATLEPAN	Carne importada	1
2	RÍO LEMPA	Mercado La Tiendona	7*
3	BRISAS DEL LAGO	Mercado La Tiendona	1
4	TUTULEN	Carne importada	1
5	RUI	Mercado La Tiendota y Mercado de Suchitoto	7
6	BONY'S	Mercado La Tiendota y Mercado de Suchitoto	7
7	LACHIKI	Mercado La Tiendota y Mercado de Suchitoto	2*
8	JEREMÍAS	Mercado La Tiendota y Mercado de Suchitoto	7
Promedio			4

Tabla 25. Principales proveedores, frecuencia de compra de insumos y precio de productos

*Es la frecuencia de la mayoría de insumos, sin embargo para ambos casos los mariscos los compran cada 8 días en San Salvador

Cabe señalar que el Mercado de Suchitoto compra en el Mercado “La Tiendona” de San Salvador, vendiendo el mismo producto a mayor precio. Sin embargo por la cercanía y los costos que suponen el transporte de producto, aunado al hecho que muchos se abastecen diariamente, se proveen de productos básicos en el Mercado de Suchitoto.

Tabla 26. Comparación de precios de proveedores

PRODUCTO	LA TIENDONA (S.S.)	MERCADO DE SUCHITOTO (Cuscatlán)	DIFERENCIA
25 tomates	\$3.85	\$4	\$0.15
4lb de papas	\$1	\$1	-
3 cebollas blancas grandes	\$1.80	\$2	\$0.20

Fuente: puestos en el Mercado de Suchitoto y Mercado La Tiendona

Todos los dueños de los restaurantes coinciden en el alto costo por transporte de insumo. Normalmente se transportan a través de la buseta del Municipio, cuya tarifa es de \$0.30; sin embargo cuando son muchos materiales o insumos los que transportan tienen que pagar \$3 por cada viaje. El transporte que es utilizado en ésta última situación es por medio de picks up, los cuales permanecen en los alrededores del mercado de Suchitoto y presta servicios de transporte en general.

Para el comité de artesanías y cafetines los proveedores varían según la tienda, algunos de los cuales se muestran a continuación:

Tabla 27. frecuencia de compra de insumos y precio de productos para tiendas de artesanías

Insumos	Proveedores	Frecuencia de compra (sem)
Raíces= se buscan en ríos Tecomates= cosechados en cinquera Elementos para bisutería= mercado central Artesanías de otros pueblos= llobasco Manta Madera Barniz, pintura Artículos chinos y de barro	- Elementos de bisutería en mercado central - manta de llobasco - Tecomates= finca en cinquera Barniz, pintura, madera= ferretería en Suchitoto - Artículos chinos = bazar oriental (S.S)	Tecomates cada 15 días (3 docenas, llegan a vendérselos en la zona) Madera = cada mes y medio de acuerdo a necesidad Artículos chinos Barniz y pinturas hasta que se van acabando

Fuente: Artesanías de mi pueblo, local #2

Tabla 28. principales proveedores, frecuencia de compra de insumos y precio de productos para cafetines

Local	Tienda de Artesanía	Insumos	Proveedores	Frecuencia de compra (sem)
1	La Princesita	Los únicos insumos utilizados son la leche y las frutas para los licuados Productos: Paletas, Gaseosas, shorts y trajes de baño	-Tienda Mejía (Proveedor de leche en suchitoto) - Trajes de baño en mercados de San Salvador	Leche cada semana, fruta cada 15 días Paletas=martes Gaseosas= compradas por la dueña del local en San Salvador
4	Oasis Vista al Lago	-Gaseosas - Boquitas - Jaleas para minuta - Dulces - Pam dulce	-Coca cola -Productos Diana -Tienda mayorista en Suchitoto - materias primas para jaleas en mercado central - Pan dulce = llegan los proveedores los martes y viernes - Dulces = lunes llega el repartidor	- Gaseosas se compran una vez por semana (los sábados llega el camión repartidor) - Boquitas= en suchitoto una vez por semana - Ingredientes para jalea= cada mes - Dulces y pan dulce una vez por semana
5	Teresita	Pollos Carnes Cervezas y gaseosa Pan dulce Agua Boquitas	- Pollos y carnes en el mercado municipal de Suchitoto - Cervezas, camión repartidor de la constancia. -Gaseosas, camión repartidor de coca cola -Agua, camión repartidor - Boquitas, tienda mayorista en Suchitoto	Pollo, carnes y mariscos cada 8 días. (jueves =carnes, sábado= pescado, viernes= pollo) Cervezas y gaseosas cada semana (camiones llegan lunes el de cervezas y martes y sábado el de gaseosas). Pan dulce = martes y viernes
Promedio				4

A pesar de que los negocios que conforman las comisión de artesanías y cafetines y la de restaurantes venden artículos similares dentro de su actividad, cada quien realiza las compras de insumos por separado. Los miembros de los restaurantes no compran juntos por miedo a que los demás restaurantes conozcan los lugares, precio y calidad a la cual compran sus productos. Es por ello que hacen las compras por separado. Todo esto genera una pérdida de oportunidad de disminuir desde costos de transporte hasta desaprovechamiento de oportunidades o descuentos por volumen de compra.

9.7.1 ANÁLISIS DE PRECIOS.

La comparación de los precios entre los diferentes centros turísticos del país es un factor determinante para el establecimiento del nivel de competitividad del Centro Turístico frente a sus competidores.

Para ello se han tomado en cuenta los turicentros establecidos como competencia directa en los que se evaluarán los precios de los servicios que son similares (Restaurantes, paseo en Lanchas y ventas de artesanías), los precios de entrada y parqueo de vehículos. Para realizar la comparación de precios se ha hecho uso de un promedio de estos. En el análisis se incluirá los precios de entrada y de restaurante de algunos centros turísticos privados, esto con el objetivo de conocer cuál es la capacidad de pago que poseen las personas que visitan dichos lugares. En la tabla siguiente se detallan los precios que en estos lugares y también los precios promedios que se manejan en el Centro Turístico Puerto San Juan.

Tabla 29. Comparación de precios

Nombre del centro turístico.	Precios de entrada.	Parqueo.	Servicios		
			Restaurantes. (Precios promedios)	Venta de Artesanías / souvenir	Paseo en Lancha. (1 hora)
Puerto San Juan	\$0.50	\$1.00	\$7.00	\$1.00	\$20.00
Apulo	\$0.80	\$0.69	\$7.50	\$1.00	\$20.00
Apastepeque	\$0.80	\$0.69	\$7.50	\$1.00	\$20.00
El Mangal de Suchitlán.	\$1.00		\$7.00	\$1.00	\$20.00
Parque Ecológico San Lorenzo.	\$3.00	\$1.00	\$7.00	--	--
Termos del río	\$5.00	\$2.00	\$8.00	--	--
Apuzanga	\$3.00	\$0.0	\$7.50	--	--
Manantiales de Jiboa	\$3.00	\$0.00	\$7.00	--	--

A partir de los datos contenidos en la tabla anterior se presenta el siguiente análisis:

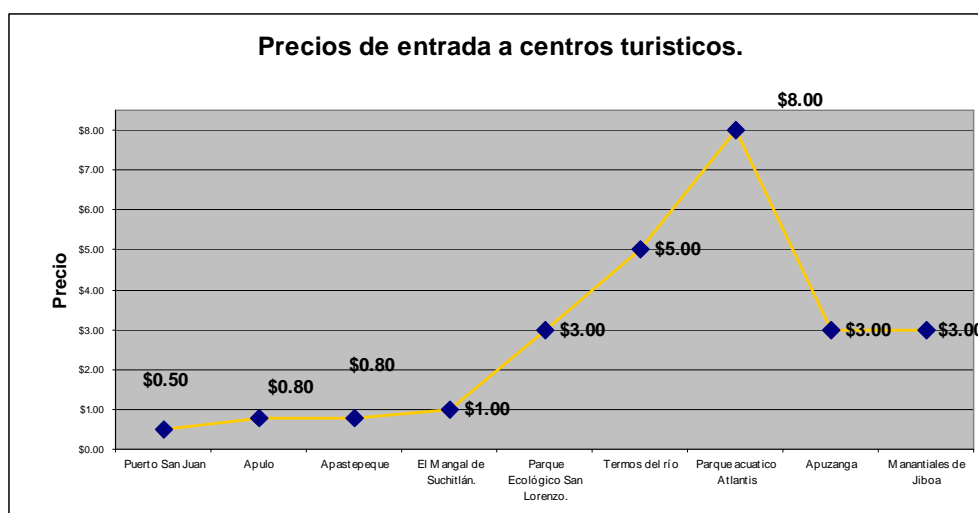


Figura 19. Gráfica comparativa de precios de entrada a diferentes turicentros

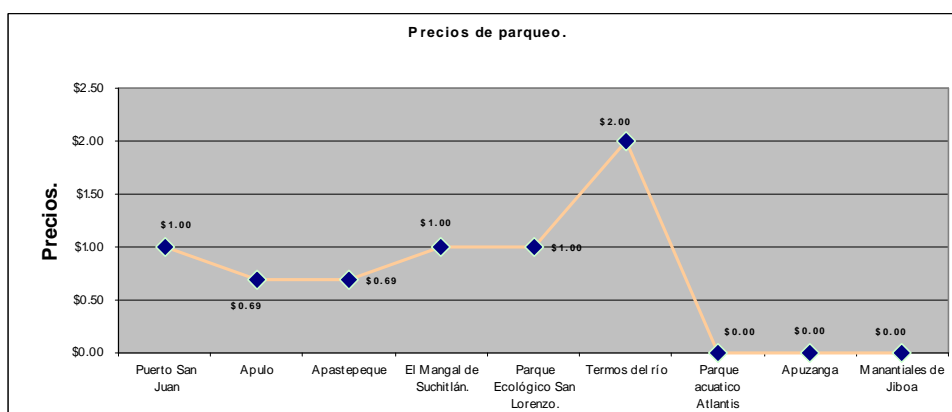
Como se observa en la gráfica el precio menor de entrada por persona es el registrado en el Puerto San Juan; con un costo menor en \$0.30 de los turicentros considerados como competidores directos. Como se observa en los centros turísticos con administración privada reportan precios mucho mas altos que los

nacionales, siendo los turicentros más reportados son los del Parque Acuático Atlantis y Termos del Río con un precio de entrada de \$8.00 y \$5.00 respectivamente, siendo estos dos centros turísticos que actualmente ofrecen mayor diversidad de atractivos y servicios.

Precio de Parqueo.

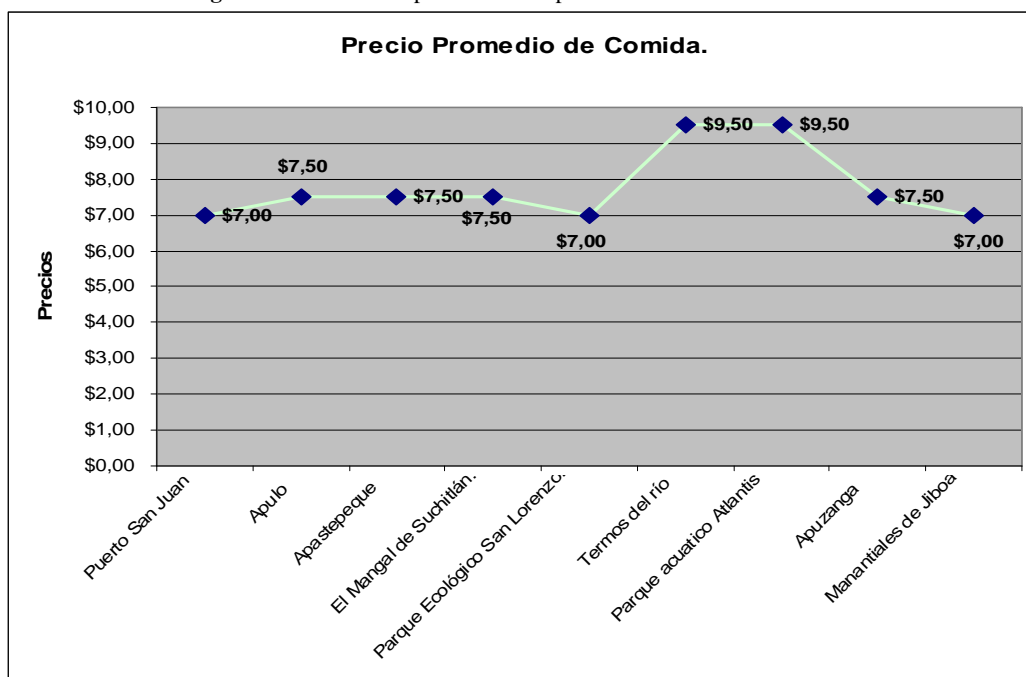
El servicio de parqueo algunos turicentros lo cobran y otros lo ofrecen como una oferta por visitar el sitio. En tres de los turicentros analizados como competidores directos se apreció que dicho servicio es gratis, pero en la mayoría, el valor oscila entre los \$0.69 y los \$2.00 dólares. Los niveles más altos de precios por parqueo se encuentran en los turicentros privados. Los siguientes son gráficos comparativos de precios de los servicios ofrecidos en los diferentes turicentros considerados como competencia directa.

Figura 20. Gráfica comparativa de precios de parqueo



Precios de los alimentos

Figura 21. Gráfica comparativa de los precios de los alimentos



Comparando los precios promedio de los alimentos ofrecidos en los diferentes turicentros, los más altos se encuentran en los de administración privada Termos del Río y Atlantis con un promedio de 9.50 por plato en un restaurante a la carta. De acuerdo a esto los precios de los alimentos ofrecidos en los diferentes restaurantes del Centro Turístico San Juan se consideran con un buen nivel de precios. En lo que respecta a los precios de las Artesanías, estos se encuentran dentro del promedio de los ofrecidos en los diferentes turicentros.

En la prestación de servicio de *paseo en lancha* se encuentra en el mismo nivel de precios de los tres turicentros establecidos como competencia directa, esta comparación se efectuó con un viaje con un periodo de duración de una hora ya que en los tres realizan una ruta en ese periodo de tiempo a un precio de \$20.00. El Centro Turístico Puerto San Juan actualmente posee una ventaja competitiva sobre los demás turicentros gracias al nivel de precios de los servicios prestados, ya que, en comparación con los demás, ofrece uno de los precios más bajos dentro del mercado turístico.

Este factor, aunado a la belleza natural que se aprecia en la zona, son las principales oportunidades que posee el Centro Turístico desde el punto de vista de los clientes.

10. ANÁLISIS

10.1 MAPEO DE ACTORES DEL PUERTO SAN JUAN

El Mapeo de Actores es una metodología que no solo identifica quienes son los “stakeholders” o actores interesados de un sistema, sino también identifica y analiza sus intereses, y su importancia e influencia sobre los resultados de una intervención. Así mismo da los fundamentos y estrategias para fomentar la participación de los actores en el diseño e implementación de los proyectos, programas y/o políticas de desarrollo social.

Los actores interesados, son personas, grupos, comunidades o instituciones con derechos o intereses en un sistema, que se ven afectados o se podrían ver afectados por las operaciones de una empresa (tanto de manera negativa como positiva), o son también aquellos que pueden afectar en los resultados de una intervención. Están también los “Actores Claves” o “Key Stakeholders” quienes significativamente pueden influenciar en el éxito o fracaso de una intervención. Generalmente son aquellos que tienen mayor influencia e importancia.

Entre los principales se incluyen los accionistas, los empleados, los consumidores, los proveedores y las comunidades locales donde opera la empresa y entre los secundarios se mencionan los medios de comunicación, las administraciones públicas y los órganos reguladores, las organizaciones

gubernamentales, los sindicatos, los competidores, etc. De estas divisiones o clasificaciones, lo realmente importante es que la empresa realice un mapa de todos los stakeholders implicados con la organización.

10.1.1 IDENTIFICACIÓN DE ACTORES CLAVES EN EL PUERTO SAN JUAN

A continuación se presenta un listado de actores que son afectados directa o indirectamente por el desarrollo de las actividades del Puerto San Juan, y a la vez se define la importancia de la intervención de cada uno de estos. Además del listado, se han seleccionado además a los actores claves del sistema a partir de un proceso de auto selección, de la identificación que hacen las personas que trabajan dentro del Centro Turístico, así como también de la identificación que hacen otros actores, además de utilizar también la observación directa del grado de intervención de cada uno de los actores mencionados.

Tabla 30. Matriz de identificación de actores clave²⁰

Actor	Actor clave	¿Por que sí o no?
ALCALDÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO	Si	Es la entidad de la cuál nace el Puerto San Juan y que se dedica a su administración. Dentro de sus planes para impulsar el turismo como eje del desarrollo económico del municipio, el Centro Turístico Puerto San Juan es la principal apuesta para el aprovechamiento de los recursos naturales con que cuenta el municipio y el fomento del ecoturismo. Además, es el ente encargado de gestionar financiamiento y provee el marco político actuación del Puerto San Juan
OFICINA DE TURISMO	Sí	Es la oficina encargada de recolectar, analizar y brindar tanto al visitante como a la alcaldía de suchitoto la información de todos los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio. Se considera un actor clave para lograr la reactivación del Centro Turístico ya que una de las áreas más importante para lograrlo es mediante la publicidad del mismo (cosa de la cuál carece casi totalmente en la actualidad). Hasta el momento ha jugado un rol muy pasivo en la búsqueda para lograr un desarrollo del Centro Turístico.
GREPUSAN (GRUPO EMPRESARIAL PUERTO SAN JUAN)	Sí	El GREPUSAN está constituido por los oferentes de servicios turísticos del Puerto San Juan (lancheros, restauranteros y comisión de artesanías). Son estos los más interesados en la reactivación del Centro Turístico y además, son quines tendrán una influencia directa sobre los resultados que se obtengan.
POBLADORES DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO	No	La población del municipio de Suchitoto se verá beneficiada indirectamente gracias al incremento de las divisas generadas por el turismo como consecuencia directa de la transformación del puerto San Juan en uno de los mejores destinos ecoturísticos del país que atraerá a una gran cantidad

²⁰ Fuente: Groot, Anne Marie. *Stakeholder Matrices – Guidelines*. ICRA Learning Materials (www.icra-edu.org), página 4.

Actor	Actor clave	¿Por que sí o no?
		de amantes de la naturaleza.
CEL	No	Es el actual dueño de las islas que rodean al Puerto San Juan, por lo que para llevar a cabo posibles estrategias que tengan como destinos turísticos las islas o proyectos de desarrollo de algún recurso turístico dentro de estas (cualquier tipo de infraestructura), se necesita el permiso directo de dicha entidad gubernamental.
CLIENTES DEL PUERTO SAN JUAN	No	Son las personas que hacen uso de los servicios turísticos que presta el Puerto San Juan.
FUERZA ARMADA	No	Esta institución es dueña de uno de los terrenos aledaños al Centro Turístico, por lo que toda posible ampliación del Centro Turístico sobre ese terreno tiene que ser negociada directamente con ellos.
DUEÑO DEL TERRENO ALEDAÑO	No	Es dueño de uno de los terrenos aledaños al Centro Turístico, por lo que toda posible ampliación del Centro Turístico en dicho terreno tiene que ser negociada con el.
PROVEEDORES	No	Son las diferentes empresas o personas que se dedican a proveer de insumos y productos a las diferentes comisiones que prestan sus servicios en el Centro Turístico. No son clave en la reactivación del mismo puesto que no poseen ninguna influencia en la toma de decisiones, a pesar de que si son actores interesados en la reactivación del mismo.
COMPETIDORES	No	A pesar de verse afectados por la reactivación del Centro Turístico, se espera que la influencia de estos sobre la intervención no sea de peso.

- *Nota: Se han considerado como actores clave únicamente aquellos que poseen gran importancia e influencia sobre los resultados en la reactivación del Puerto San Juan intervención.*

10.1.2 EVALUACIÓN DE LOS INTERESES DE LOS ACTORES

A continuación se definen las expectativas de cada uno de los actores antes mencionados, los beneficios que esperan del proyecto y los recursos que esperan movilizar para la reactivación del Centro Turístico. En el caso de aquellos actores que ejercen una fuerza en contra del desarrollo de las actividades del Centro Turístico, se detalla el conflicto de interés que poseen y la razón de su oposición.

Tabla 31. Definición de los intereses de los stakeholders

ACTOR	EXPECTATIVA	BENEFICIOS ESPERADOS	RECURSOS A UTILIZAR PARA LA REACTIVACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO	CONFLICTO DE INTERESES
ALCALDÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO	Desarrollo socioeconómico de la comunidad a través del ecoturismo, siendo el Puerto San Juan el principal eje de esta visión.	Aumento del ecoturismo en el Puerto San Juan, y como consecuencia, aumento del turismo en el casco urbano, lo que generará una mejora en la calidad de vida de los habitantes gracias al crecimiento de las divisas generadas en materia de turismo.	Gracias al convenio firmado entre la municipalidad y la Universidad de El Salvador, la alcaldía brindará apoyo a estudiantes de la carrera de Ingeniería Industrial para la realización de su trabajo de graduación con el fin de reactivar el Centro Turístico. Será además el ente que realizará la gestión de fondos para el Centro Turístico y el que se encarga de su administración.	-
OFICINA DE TURISMO	Diversificación y de la oferta turística del municipio de Suchitoto.	Mejora del Centro Turístico y aumento del turismo en Suchitoto.	Inclusión del Centro Turístico en los distintos medios informativos que dicha oficina utiliza para la promoción los diferentes recursos turísticos con los que cuenta el municipio.	-
GREPUSAN (GRUPO EMPRESARIAL PUERTO SAN JUAN)	Reactivación del Centro Turístico	-Aumento de sus ganancias gracias al incremento del ecoturismo en la zona - Estrategias para la mejora de los servicios que prestan. - Mejorar la articulación de las actividades realizadas por las diferentes comisiones.	Como prestadores de servicios del Centro Turístico el mayor recurso que utilizarán para el logro de los objetivos del presente trabajo es su disposición para la formulación de estrategias para la mejora del Centro Turístico, así como llevarlas a cabo	
POBLADORES DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO	Aumento del turismo en el municipio	Mejora de la calidad de vida de los pobladores como consecuencia del incremento en los ingresos generados por el turismo.	-	Algunos pobladores que poseen negocios se oponen al Centro Turístico porque lo consideran una competencia más, por lo que dudan mucho que los beneficios generados puedan ser percibidos más allá del Centro Turístico.

CEL	-	Al ser dueños de las islas, el mayor beneficio será que si estas son otorgadas a la alcaldía (ya sea rentadas, vendidas o en comodato), será la alcaldía la que se encargue de brindarles un cuidado para utilizarlas como recursos turísticos.	Las islas como patrimonio turístico.	
CLIENTES DEL PUERTO SAN JUAN	Contar con uno de los mejores lugares para realizar ecoturismo en el país.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora en los servicios ofrecidos en el Centro Turístico. - Mejora en sus instalaciones. - Acercamiento a la naturaleza en un lugar familiar. - Diversificación de las atracciones ofrecidas en el Centro Turístico. 	Es mediante los clientes que cualquier negocio sobrevive y es rentable, por lo que estos son la mayor fuente de recurso monetario para la reactivación del Centro Turístico.	-
FUERZA ARMADA	-	-	En caso de lograr un diálogo con esta institución, se utilizará su terreno para realizar ampliaciones al Centro Turístico.	-
DUEÑO DEL TERRENO ALEDAÑO	Aumento en la cantidad de turistas que hacen uso de las instalaciones del Centro Turístico	Vender una buena parte de su terreno para ampliar el parqueo del Centro Turístico.	En caso de conseguir una buena oferta, se utilizará su terreno para ampliar el parqueo y para posibles ampliaciones del Centro Turístico.	Luego de observar el crecimiento del número de visitantes del lugar, quiere venderle el terreno a la alcaldía en un precio excesivamente alto, lo que ha generado conflictos con los miembros de la alcaldía de Suchitoto.
PROVEEDORES	Crecimiento en la cantidad de clientes del Centro Turístico	Aumentar los niveles de ventas de sus productos gracias al aumento de la cantidad de clientes que hacen uso de las instalaciones del Centro Turístico.	-	-
COMPETIDORES	Es una expectativa de tipo defensivo, ya que perciben al Centro Turístico como una amenaza para ellos.	-	-	La reactivación y mejora del Centro Turístico se traducirá en una posible reducción de las ventas de éstos negocios.

10.1.3 MATRIZ PODER / INTERÉS

Se utilizará la siguiente matriz (A. Mendelow, 1991) para clasificar a los grupos interesados (stakeholders) en relación al poder que tienen y al posible interés que muestran para la reactivación del Centro Turístico Puerto San Juan. Además, la matriz indica la relación que es necesario establecer entre el Puerto San Juan y cada grupo.

Tabla 32. Definición de las características de los stakeholders del Puerto San Juan para la matriz poder/interés

Cuadrante en la matriz Poder / Interés	Caracterización del cuadrante	Actores
A	Grupos de interesados que poseen menor poder y poco interés sobre la organización. Se recomienda realizar un mínimo esfuerzo en cuanto a éstos.	Pobladores de Suchitoto Proveedores Competidores
B	Son aliados de importancia crucial para influir en las actitudes de los grupos de interés más poderosos. Mantenerlos siempre informados.	Oficina de Turismo
C	Son los stakeholders más “difíciles”, son relativamente pasivos pero pueden influir en las estrategias. Se recomienda mantenerlos siempre satisfechos.	CEL Fuerza Armada Dueño del terreno aldeaño
D	Los considerados jugadores claves. Debe haber una consideración crítica de estos grupos en la formulación y evaluación de las estrategias.	Alcaldía de Suchitoto GREPUSAN Clientes

Figura No. 22. Mapa de los stakeholders del Puerto San Juan, Matriz Poder / Interés

		Interés.	
		Alta	Baja.
Poder.	Baja.	A Mínimo Esfuerzo. Pobladores de Suchitoto Proveedores Clientes	B Tener Informado. Oficina de Turismo
	Alta	D Jugadores Claves Alcaldía de Suchitoto GREPUSAN	C Tener Satisfecho. CEL Fuerza Armada Dueño del terreno aldeaño

Los actores mayormente interesados en la reactivación del Puerto San Juan son la Alcaldía municipal de Suchitoto y el Grupo empresarial puerto san Juan. En el caso de la oficina de Turismo, ésta deberá cumplir un rol más activo para lograr la reactivación y su participación conjunta con la alcaldía del municipio

influirá grandemente en esto, ya que deberá ser la institución encargada de brindar el apoyo necesario para la inclusión del Centro Turístico dentro de sus esfuerzos de publicidad.

10.1.4 MATRIZ PODER / DINAMISMO.

Se muestra a continuación la matriz poder/dinamismo (A. Mendelow, 1991) que se utilizará esta para definir la influencia que tiene la participación de cada uno de los stakeholders en la reactivación del Puerto San Juan y para valorar hacia donde deberían de encauzarse los esfuerzos durante el desarrollo de nuevas estrategias.

Tabla 33. Definición de las características de los stakeholders del Puerto San Juan para la matriz poder/dinamismo

Cuadrante en la matriz Poder / Dinamismo	Caracterización del cuadrante	Actores
A	Grupo poco poderoso pero que puede tener influencias sobre los demás. Son grupos que generan pocos problemas para la empresa.	Pobladores de Suchitoto Oficina de Turismo
B	Grupo poco poderoso pero que puede tener influencias sobre los demás. Son impredecibles pero manejables hasta cierto punto.	Proveedores CEL Fuerza Armada
C	Grupos interesados que son poderosos pero son predecibles.	Alcaldía de Suchitoto GREPUSAN
D	Grupos difíciles con los que hay que enfrentarse o que representan las mayores oportunidades y peligros para la empresa.	Clientes Competidores Dueño del terreno aledaño

De acuerdo a la siguiente matriz, la alcaldía y el GREPUSAN habrá que tener especial cuidado en los esfuerzos de negociación con el dueño del terreno aledaño, ya que la adquisición de dicho terreno es parte fundamental para que en un futuro se logre ampliar la oferta turística del Centro Turístico.

Predecibilidad.

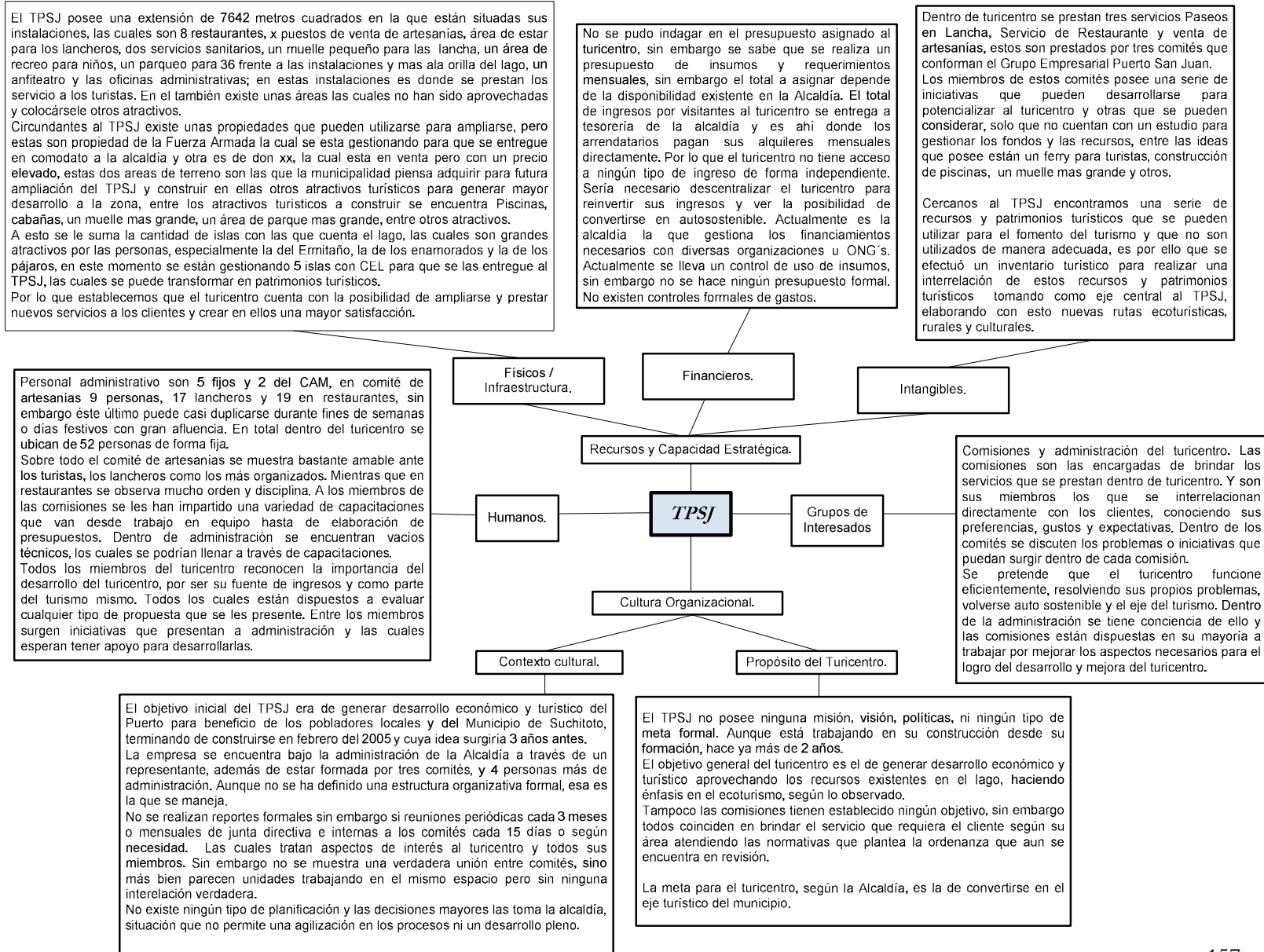
		Alta	Baja.
Poder.	Baja.	A Pocos Problemas. Pobladores de Suchitoto Oficina de Turismo	B Impredecibles pero manejables. Proveedores CEL Fuerza Armada
	Alta	C Poderosos pero predecibles. Alcaldía de Suchitoto GREPUSAN	D Los mayores peligros u oportunidades. Clientes Competidores Dueño del terreno alledaño

Fig. No. 23. Mapa de los stakeholders del Puerto San Juan, Matriz Poder / dinamismo

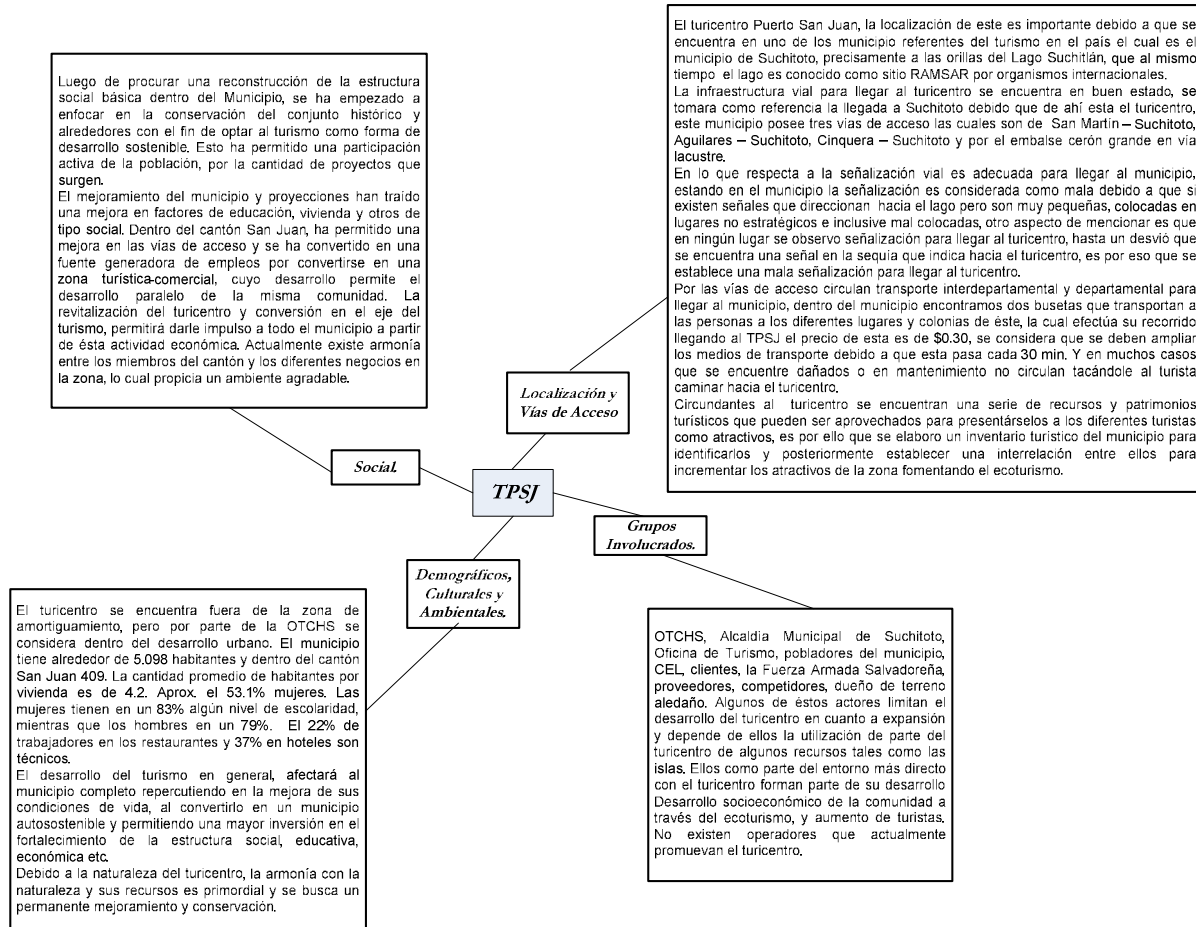
10.2 ANALISIS PEST.

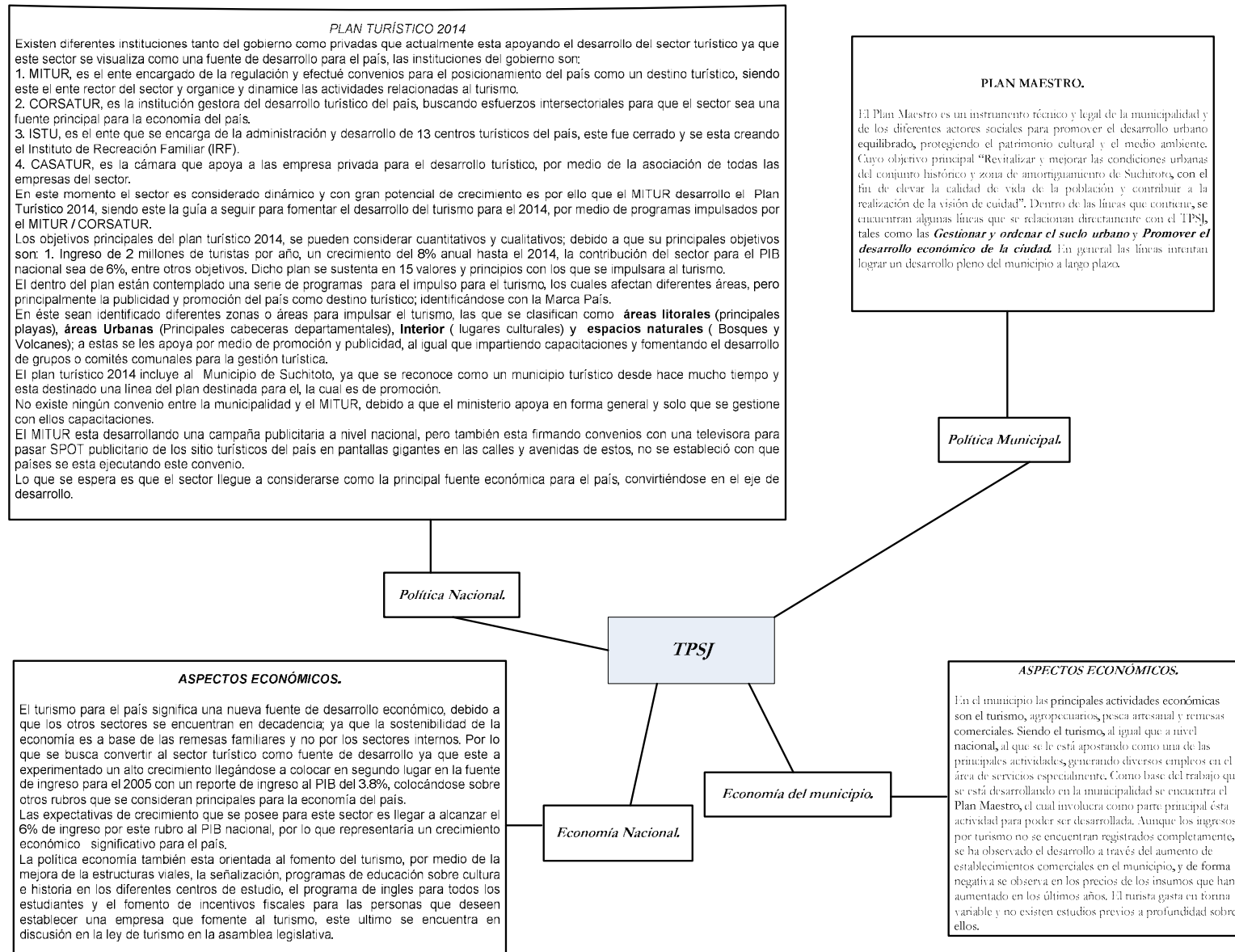
Por medio de este análisis se identificaron los principales factores que afectan al Centro Turístico Puerto San Juan los cuales se consideraron dentro del estudio, se clasificaron como aspectos externos y internos, se presenta a continuación un resumen del análisis de cada uno de fueron investigados.

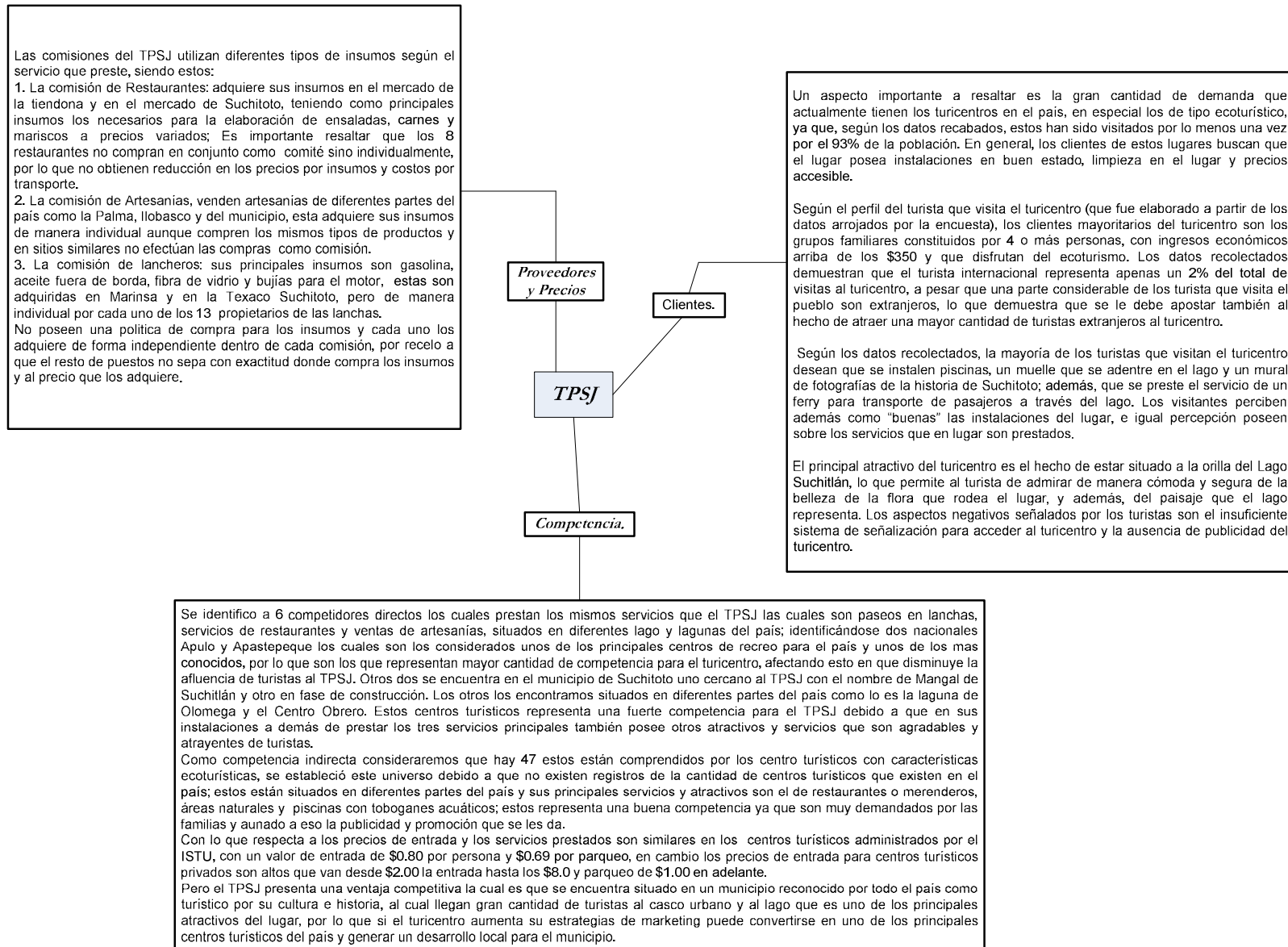
10.2.1 ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS DEL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN



10.2.2 ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS AL CENTRO TURISTICO PUERTO SAN JUAN.







10.3 ANALISIS FODA

Como parte del desarrollo del modelo estratégico, una vez realizado el análisis estratégico (factores internos y externos) se procede a la identificación y elección de estrategias.

Partiremos de una identificación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que afectan al Centro Turístico Puerto San Juan. Éstas se presentan en la siguiente tabla, la cual no muestra relación alguna entre los diferentes elementos por filas, sino simplemente representa un ordenamiento.

No.	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
1	Iniciativas por parte de algunos miembros de los comités que conforman el GREPUSAN.	El TPSJ esta en la posibilidad de ofrecer nuevos atractivos y servicios (Piscinas, Criadero de peces.	No existe una planificación formal de las actividades a realizar	Poca disposición del dueño del terreno aldeaño a vender parte de este a un precio razonable.
2	Existencia de capacitaciones de los miembros de las diferentes comisiones.	Diversidad de recursos y patrimonios turísticos aprovechables cercanos al Centro Turístico.	No existe una estructura organizativa bien definida.	Niveles altos de contaminación del lago
3	El intento de establecimiento de normas internas a los comités de lancheros y restauranteros	Posibilidad de adquisición de terreno aldeaños para futuras ampliaciones.	No se encuentran bien definidas las metas organizacionales (misión, visión, objetivos).	Creación de nuevos centros turísticos en el lago de Suchitlán que presten mayor cantidad de servicios.
4	La estandarización de rutas, tiempos y precios de lancheros	El Lago de Suchitlán es considerado un Humedal RAMSAR	No cuenta con políticas que dirigen al GREPUSAN	No existen rutas turísticas que consideren al Centro Turístico Puerto San Juan.
5	Campañas de limpiezas para el lago.	Los lagos son considerados por gran parte de la población como un destino turístico que les gusta visitar (87% de los encuestados).	No existe una verdadera integración de las comisiones que conforman el GREPUSAN para realizar las actividades	Falta de mapas turísticos completos a nivel de país y de municipios
6	Existencia de un asesor para aspectos de planificación.	Posibilidad de practicar diversos deportes acuáticos en el lago	Falta de involucramiento de los miembros de las comisiones en el mantenimiento y mejora de sus áreas de trabajo.	Medios de transporte público insuficientes y deficientes
7	Precio de entrada por persona accesibles comparado con otros turicentros (0.50 TPSJ y 0.80 turicentros nacionales y 2 a mas turicentros privados)	La existencia de concursos que motiven las iniciativas turísticas municipales.	Poca experiencia del personal encargado del área de administración.	Principal acceso al Centro Turístico no tiene un ancho de rodamiento que soporte un aumento en el flujo vehicular
8	Limpieza e higiene que presenta el Centro Turístico.	Mejora de la imagen del país a nivel nacional e internacional.	Inexistencia de un sistema de información formal.	Falta de bardas protectoras en la calle de acceso al Centro Turístico
9	Centro Turístico localizado en un municipio considerado como destino turístico por un alto porcentaje de la población no pobre del país. (según las encuestas, un 93%)	Mayores niveles de publicidad de el país como un sitio turístico	Poca cohesión por parte de los miembros de la comisión de artesanías y restaurantes.	Falta de interés de las instituciones relacionadas al turismo en el municipio.

No.	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
10	Localización en uno de los mayores lugares que visita las personas en Suchitoto, el lago Suchitlán.	La importancia económica que está teniendo el turismo en el municipio	Falta de planificación de eventos turísticos.	El dinamismo del sector
11	Instalaciones del Centro Turístico percibidas como buenas o muy buenas por un alto porcentaje de la población que lo ha visitado (50% y 25% respectivamente).	Publicidad indirecta a través del patrocinio de actividades benéficas (carrera del patito de hule)	Poca capacidad de liderazgo dentro de las comisiones.	Los precios con los que adquieren los insumos son muy altos.
12	Vista panorámica hacia el lago y zona montañosa	Recomendaciones de personas usuarias del Centro Turístico para visitar	No existencia de coordinación de las compras de insumos utilizados para la prestación de los servicios.	La lejanía del proveedor para el comité de lancheros
13	Existencia de rampas para silla de ruedas	Utilización de diferentes medios publicitarios masivos.	Planificación del presupuesto designado inadecuada e insuficiente.	
14	Centro Turístico ofrece atractivos de tipo ecoturístico (uno de los tipo de turismo preferidos por el turista que visita suchitoto según encuesta 23%)	Aprovechamiento de cafés, cibernets u otros comercio para publicitarse dentro del casco histórico	Falta de plan de trabajo entre los comités.	
15	El Centro Turístico posee 2 de los 3 atractivos más buscados por los turistas que visitan turicentros (Atractivos naturales en un 22.25% y servicio de restaurante y 19.33%)	El interés de algunos sectores del municipio en darle importancia al turismo en el municipio	Reporte que presenta a la alcaldía solo es hablado y por escrito es realizado solamente cuando existe cambio de consejo.	
16	Condiciones higiénicas al prestar el servicio de restaurante.	La existencia de instituciones o entes municipales de apoyo al turismo	Falta de motivación por parte del administrador hacia las comités.	
17	El precio de el plato de comida a la carta accesibles comparados a los de otros centros turísticos.	La calidez humana que perciben los turistas de los habitantes del Municipio	Falta de estrategias de marketing	
18	Los niveles de precios se encuentra accesibles para una familia de clase no pobre.	Los habitantes tienen una cultura receptiva a los visitantes y turistas	No toman opinión de todos los comités al momento de efectuar cambios en el Centro Turístico.	
19	Promoción del desarrollo artesanal al vender productos nacionales	Fomento de la comunicación entre entes relacionados con turismo en el municipio	No hay un marco legal municipal aprobado que dicte las normas de actuación de funcionamiento del Centro Turístico	
20	Aun sin poseer publicidad, en días feriados posee una demanda considerable	El apoyo de parte de la municipalidad para el desarrollo de iniciativas para el Centro Turístico	No tienen bien definidas las ventajas competitivas del Centro Turístico con respecto a otros.	
21		Existencia de un comité de desarrollo turístico.	Ausencia total de esfuerzos de publicidad del Centro Turístico.	
22		Apoyo del MITUR al municipio de Suchitoto en el desarrollo del Plan 2014.	Falta de identificación y publicidad del Centro Turístico.	
23		Existencia de líneas estrategias relacionadas al desarrollo del Centro Turístico dentro del plan maestro.	Falta de formación de combos turísticos para los clientes	

No.	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
24		Existencia de capacitaciones para la formación de guías turísticos.	Falta de creación y ofertas de paquetes turísticos	
25		Existencia de la policía de turismo (muy amables y sonríen a las cámaras)	Falta de medios promocionales que faciliten la identificación del Centro Turístico y la forma de llegar el.	
26		El MITUR se encuentra efectuando un inventario turístico.	No cuentan con un parqueo adecuado que satisfaga la demanda de los turistas en los días más concurridos.	
27		Entrega de comodato 5 islas propiedad de CEL	Deficiente sistema de señalización para guiar al turista al centro de recreo.	
28		El desarrollo del Plan Maestro para Suchitoto	Deficiencia en la infraestructura para el ingreso y salidas vehicular.	
29		Fomento por parte del gobierno en la creación de comités para el desarrollo turístico local a través de la integración de recursos (asistencia técnica proporcionada por el CORSATUR plan 2014)	Inexistencia de atractivos y servicios mas esperados por las personas (Piscinas 9.7%, muelle 7.2%, ferry turístico y mural de fotos e historia, ranchos con hamacas 6.0%, etc.)	
30		Gestión turística del CORSATUR mediante un inventario turístico y generación de rutas en la cuales incluye al municipio de Suchitoto.	Corto tiempo de estadía del turista al puerto san Juan por la falta de infraestructura adecuada.	
31		Desarrollo de un registro nacional de empresas turísticas para fomentarla interacción entre tour operadores y empresas del sector turístico.	Falta de espacio para ampliaciones del TPSJ.	
32		CASATUR actualmente esta trabajando en la sistema de integración Centroamericana para aumentar el turismo (SICA)	Desaprovechamiento de recursos provenientes del lago.	
33		Se contempla una inversión y promoción turística para el país a nivel nacional como internacional.	Falta de carteles de prohibiciones.	
34		Creación de la ley de turismo para fomentar el crecimiento de este sector.	Falta de letrero que identifique al Centro Turístico a su entrada principal	
35		Promoción de incentivos fiscales por parte del MH para persona o empresas que fomenten el turismo.	Los locales de los restaurantes muy pequeños	
36		Programas desarrollados por diferentes ministerios relacionados al turismo para fomento del mismo.	Poca cantidad y mala ubicación de los juegos mecánicos para niños	
37		Programa de señalización turística a nivel de país contemplando en el plan 2014	Falta de excursiones que tengan como destino el Centro Turístico.	

No.	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
38		Una quinta parte de la población prefiere el ecoturismo.	Los precios de los productos alimenticios son muy altos para la calidad esperada.	
39		Limpieza del municipio, señalado como el factor positivo más votado	Los lancheros dispone de solamente un proveedor de los principales insumos	
40		Tratamiento de los desechos sólidos del municipio.	No existe diversidad de formas de pago.	
41		Auge en la práctica del ecoturismo como un turismo alternativo.	Falta de iniciativa, organización y realización de eventos diversos	
42		Diversidad de tipos de turismo que se pueden practicar en el municipio.	No existe un sistema de evaluación de los servicios prestados	
43			Falta de un documento para la gestión o búsqueda de inversionista para el desarrollo del Centro Turístico.	
44			Falta de socorristas o guarda vidas.	
45			Falta de equipo y herramientas de apoyo para efectuar trabajo de la administración	
46			No se observa un vínculo entre la oficina de turismo y TPSJ	
47			Inexistencia de rótulo informativo de precios en entrada al Centro Turístico	

Tabla 34. Cuadro resumen de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Tanto para la identificación de los elementos anteriores como de las estrategias se partió de una lluvia de ideas. A partir de ella se realizó una agrupación de estrategias por tema que la relacionaba (planificación, dirección, organización, control, servicios, infraestructura, publicidad y promoción), luego se realizó una selección de estrategia representativa o se re elaboraron las estrategias que consideraron necesarias a fin de sintetizar las ideas que surgieron de la lluvia de ideas análisis. El resultado de la lluvia de ideas puede ser vista en su totalidad en los anexos.

A continuación se presenta el cuadro que contiene las estrategias que resultan del análisis FODA.

actores Internos Factores Externos	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	17. Elaborar los planes de capacitaciones necesarios y requeridos según el área del Centro Turístico, a cerca de dirección, planificación y otros temas relacionados con el turismo y su administración. 18. Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles aprovechando las características turísticas, de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos ecoturísticos del embarcadero en lugares estratégicos dentro del casco urbano. 19. Creación de nuevas rutas turistas que relacione el ecoturismo, turismo rural e histórico en el municipio, tomando como eje el TPSJ. 20. Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para Promocionar a Suchitoto no solo como un lugar cultural sino también para la práctica de ecoturismo, haciendo énfasis en el TPSJ como alternativa de ella dentro del municipio.	3. Revisión y propuestas de cambios a objetivos corporativos y políticas para el Centro Turístico 4. Establecer un plan de mantenimiento y de mejora de los atractivos para el centro turístico involucrando a las comisiones y la administración. 5. Diseño del sistema de información interno y reportes necesarios para el Centro Turístico, más adecuado según su naturaleza y finalidad de la información. Evaluación de equipo o recurso tecnológico. 6. Colocar rótulos o vallas publicitarias con el nombre y servicios que presta el Centro Turístico y señales de ubicación del Centro Turístico en lugares estratégicos. Gestionar con el MITUR la colocación de dicha señalización de ser necesario. Además de un rotulo informativo del Centro Turístico que indique los atractivos y precios, según clasificación afuera del mismo. 7. Elaboración de paquetes turísticos que involucre a todos los comités. Y gestionar la relación con tour operadores 8. Ampliar el parqueo y rediseño de la entrada y salida. 9. Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo en futuras ampliaciones. 10. Elaborar un plan de interrelaciones entre los recursos que poseen el lago y el TPSJ para generar mayores atractivos ecoturísticos y creación de nuevas rutas ecoturísticas con otros recursos del municipio. 11. Establecer un sistema de evaluación de calidad en la prestación de los servicios. 12. Buscar nuevos proveedores y elaborar un plan de compras de insumos por comité. 13. Evaluar las diferentes formas de pago posibles a implantar.
Amenazas	1. Plantear escenarios de desarrollo de los atractivos más convenientes de poder obtener los terrenos que desea gestionar la Alcaldía. 2. Diversificar los servicios y atractivos turísticos que preste el Centro Turístico según la preferencia de los clientes y las iniciativas o ideas de los miembros de los comités.	14. Plantear escenarios para el incremento de atractivos y servicios nuevos o mejoramiento de infraestructura sin considerar ampliaciones de terreno. 15. Rediseño de la estructura organizativa del TPSJ y sus diferentes áreas. 16. Identificación de medios de transporte alternativos de llegada al Centro Turístico que sean atractivos al turista y adecuados según los medios disponibles

Tabla 35. Matriz FODA

10.3.1 SELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Para la selección de las estrategias a desarrollar, y a partir de las cuales se generaran los planes y programas que formarán parte de la solución, se hace uso del diagrama de Pareto.

CRITERIOS DE SELECCIÓN

Cada criterio de selección tiene asignado un peso en porcentaje adicional a la calificación, el cual está asignado según la relevancia del mismo.

- ***Nivel de importancia:***

Representa el grado de importancia de la estrategia a desarrollarse para los directamente interesados, tanto para la Alcaldía como para el Grupo Empresarial Puerto San Juan.

Peso: 20%

- ***Grado de Influencia:***

Forma en que las estrategias, al implementarse, será capaces de afectar a la mayor cantidad de áreas posibles dentro del Centro Turístico.

Peso: 15%

- ***Factibilidad de realización:***

Capacidad del Centro Turístico para poner en práctica la estrategia, partiendo de los recursos a los que tiene acceso.

Peso: 15%

- ***Nivel de inversión considerado:***

En base a un supuesto de inversión al implantarse la estrategia.

Peso: 25%

- ***Generador de turistas:***

Se refiere a aquella estrategia que tiene la capacidad de atraer a la mayor cantidad de turistas a través del mejoramiento de áreas claves del Centro Turístico.

Peso: 25 %

CALIFICACIONES

<i>Calificación</i>	<i>Ponderación</i>
ALTA	3
MEDIA	2
BAJA	1

Estas calificaciones aplican a todos los criterios, excepto al de “Nivel de inversión considerado”, en la cual se invierte la ponderación, implicando una inversión alta una nota de 1 y por el contrario para una inversión baja una ponderación de 3.

CUADRO DE CALIFICACIONES

EST	ANALISTA 1										ANALISTA 2										ANALISTA 3												
	C1	%	C2	%	C3	%	C4	%	C5	%	TOT AL	C1	%	C2	%	C3	%	C4	%	C5	%	TOT AL	C1	%	C2	%	C3	%	C4	%	C5	%	TOT AL
E1	3	60	3	45	2	30	1	25	3	75	235	3	60	3	45	2	30	1	25	3	75	235	3	60	3	45	1	15	1	25	3	75	220
E2	3	60	2	30	3	45	3	75	3	75	285	3	60	2	30	2	30	2	50	3	75	245	3	60	3	45	3	45	3	75	3	75	300
E3	3	60	2	30	3	45	2	50	1	25	210	3	60	3	45	3	45	3	75	1	25	250	3	60	2	30	3	45	3	75	1	25	235
E4	3	60	2	30	3	45	2	50	2	50	235	2	40	2	30	2	30	2	50	3	75	225	3	60	1	15	2	30	3	75	2	50	230
E5	3	60	2	30	1	15	2	50	1	25	180	3	60	2	30	1	15	2	50	1	25	180	3	60	3	45	1	15	2	50	1	25	195
E6	3	60	3	45	2	30	1	25	3	75	235	3	60	3	45	2	30	2	50	3	75	260	3	60	3	45	3	45	2	50	3	75	275
E7	3	60	2	30	1	15	2	50	2	50	205	3	60	3	45	2	30	3	75	3	75	285	3	60	3	45	1	15	1	25	3	75	220
E8	3	60	2	30	2	30	1	25	2	50	195	3	60	2	30	1	15	1	25	2	50	180	3	60	3	45	1	15	1	25	3	75	220
E9	3	60	2	30	3	45	3	75	2	50	260	2	40	2	30	2	30	2	50	1	25	175	3	60	3	45	2	30	2	50	3	75	260
E10	3	60	3	45	3	45	3	75	3	75	300	3	60	3	45	2	30	2	50	3	75	260	2	40	3	45	2	30	3	75	3	75	265
E11	2	40	2	30	2	30	2	50	1	25	175	3	60	2	30	2	30	2	50	1	25	195	2	40	3	45	2	30	2	50	2	50	215
E12	3	60	3	45	2	30	3	75	1	25	235	2	40	2	30	1	15	3	75	2	50	210	2	40	2	30	1	15	2	50	2	50	185
E13	2	40	2	30	3	45	2	50	1	25	190	2	40	3	45	2	30	2	50	2	50	215	1	20	3	45	2	30	2	50	2	50	195
E14	3	60	2	30	3	45	2	50	3	75	260	3	60	3	45	3	45	2	50	1	25	225	3	60	3	45	2	30	1	25	2	50	210
E15	3	60	3	45	3	45	2	50	1	25	225	2	40	3	45	2	30	2	50	2	50	215	3	60	2	30	3	45	3	75	1	25	235
E16	3	60	3	45	2	30	1	25	3	75	235	3	60	3	45	2	30	2	50	1	25	210	2	40	3	45	2	30	2	50	3	75	240
E17	3	60	3	45	2	30	1	25	2	50	210	3	60	3	45	2	30	2	50	3	75	260	3	60	2	30	2	30	1	25	2	50	195
E18	3	60	3	45	3	45	1	25	3	75	250	3	60	2	30	3	45	2	50	3	75	260	3	60	3	45	2	30	1	25	3	75	235
E19	3	60	3	45	3	45	3	75	3	75	300	3	60	3	45	2	30	2	50	3	75	260	2	40	2	30	3	45	3	75	2	50	240
E20	3	60	3	45	3	45	2	50	3	75	275	3	60	3	45	3	45	2	50	1	25	225	2	40	2	30	2	30	1	25	2	50	175

Tabla 36. Calificaciones de criterios

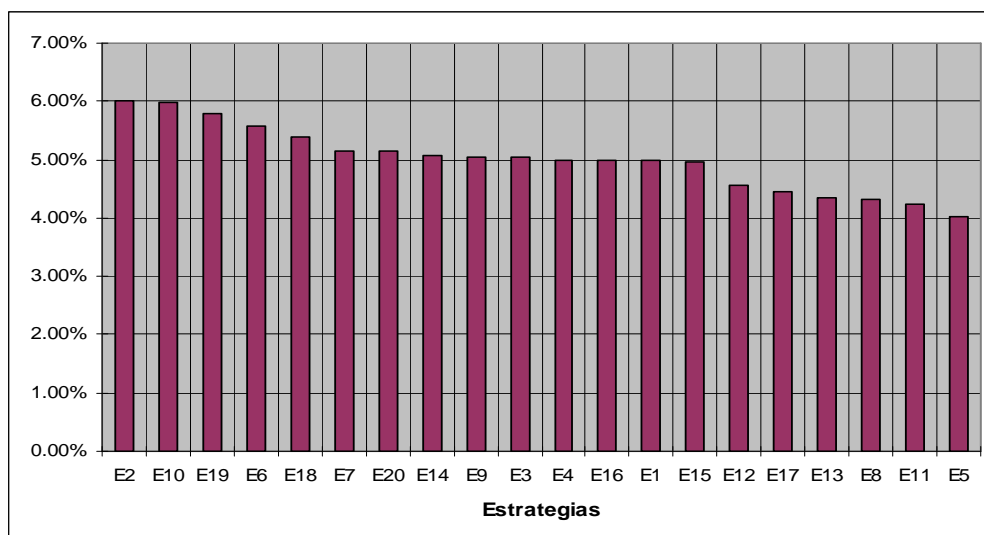
RESULTADO DE CALIFICACIONES

Se presenta a continuación la tabla de totales de las calificaciones, en orden descendente de los porcentajes finales y ordenando las estrategias que obtuvieron los porcentajes más altos.

ESTRATEGIAS	ANALISTA 1	ANALISTA 2	ANALISTA 3	TOTAL	PORCENTAJE	ACUMULADO
E2	285	245	300	830	6.01%	6.01%
E10	300	260	265	825	5.97%	11.98%
E19	300	260	240	800	5.79%	17.77%
E6	235	260	275	770	5.57%	23.34%
E18	250	260	235	745	5.39%	28.74%
E7	205	285	220	710	5.14%	33.88%
E20	275	260	175	710	5.14%	39.02%
E14	260	230	210	700	5.07%	44.08%
E9	260	175	260	695	5.03%	49.11%
E3	210	250	235	695	5.03%	54.14%
E4	235	225	230	690	4.99%	59.14%
E16	235	215	240	690	4.99%	64.13%
E1	235	235	220	690	4.99%	69.13%
E15	225	225	235	685	4.96%	74.09%
E12	235	210	185	630	4.56%	78.65%
E17	210	210	195	615	4.45%	83.10%
E13	190	215	195	600	4.34%	87.44%
E8	195	180	220	595	4.31%	91.75%
E11	175	195	215	585	4.23%	95.98%
E5	180	180	195	555	4.02%	100.00%
TOTAL.				13815	100.00%	

Tabla 37. Resultados finales de calificaciones

Los resultados se encuentran en el diagrama siguiente:



20	Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para Promocionar a Suchitoto no solo como un lugar cultural sino también para la práctica de ecoturismo, haciendo énfasis en el TPSJ como alternativa de ella dentro del municipio
14	Plantear escenarios para el incremento de atractivos y servicios nuevos o mejoramiento de infraestructura sin considerar ampliaciones de terreno
9	Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo en futuras ampliaciones.
3	Revisión y propuestas de cambios a objetivos corporativos y políticas para el Centro Turístico
4	Establecer un plan de mantenimiento y de mejora de los atractivos para el centro turístico involucrando a las comisiones y la administración
16	Identificación de medios de transporte alternativos de llegada al Centro Turístico que sean atractivos al turista y adecuados según los medios disponibles
1	Plantear escenarios de desarrollo de los atractivos más convenientes de poder obtener los terrenos que desea gestionar la Alcaldía.
15	Rediseño de la estructura organizativa del TPSJ y sus diferentes áreas

Tabla 38. Estrategias seleccionadas

11. CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO.

En la conceptualización del diseño de la solución para el problema que se encontró en el Centro Turístico Puerto San Juan, se utilizará la metodología de *planeación estratégica* ya que es la forma por medio de la cual una empresa canaliza los esfuerzos para diferenciarse positivamente de sus competidores, utilizando sus ventajas relativas para satisfacer mejor a sus clientes. Por lo que la planeación tiene por objetivo fijar el curso de acción que debe tomar el Centro Turístico, estableciendo los principios que lo oriente, la secuencia de operaciones y los recursos para realizarlo.

La estructura de planeación estratégica incluye las siguientes escalas de planes según el tipo de plan a desarrollar y el tiempo de ejecución del mismo:

- a) Planes Estratégica. Son planes o programas desarrollados para largo plazo y establecidos por los directivos de las organización, con estos planes se busca darle la orientación.
- b) Planes Tácticos. Son Planes o programas desarrollados a mediano plazo, ejecutados por los mandos medios de las organizaciones.

- c) Planes Operativos. Estos planes son desarrollados a corto plazo y ejecutados por el personal operativo de la organización y consta de una secuencia de pasos a desarrollarse en busca de alcanzar los objetivos de la organización.

En base a la información recolectada y a los diferentes análisis realizados (PEST y de los Involucrados) se detectaron las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a las que se enfrenta el Puerto San Juan. Al realizar el análisis FODA surgieron diversas estrategias que orientarán al Centro Turístico en busca de un incremento de turistas y al desarrollo del mismo.

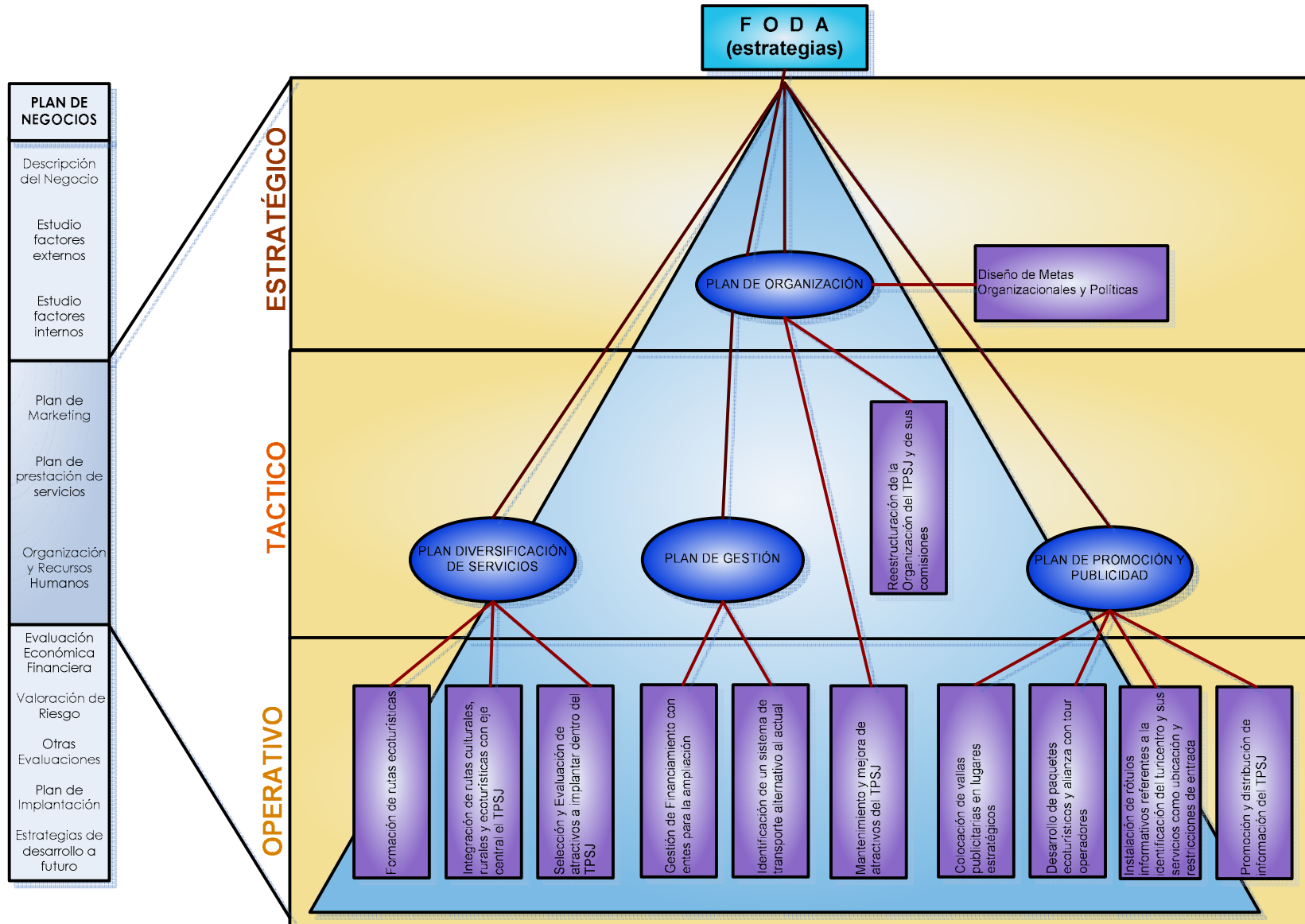
Las estrategias elegidas en el análisis FODA que se muestran en la tabla 43, se agruparon según áreas similares para la formación de planes, en los cuales se desarrollarán programas que sirvan al Centro Turístico como la orientación que ha de seguir para incrementar las posibilidades de éxito. Dichos programas son los que a continuación se mencionan y los que se desarrollarán en la siguiente etapa (Etapa de Diseño):

ESTRATEGIAS ASOCIADAS	PLAN	PROGRAMA
1, 2, 10, 14, 19	DESARROLLO DE SERVICIOS	Formación de rutas ecoturísticas
		Integración de rutas culturales, rurales y ecoturísticas con eje central TPSJ
		Evaluación y Selección de atractivos a implantar dentro de TPSJ
6, 7, 18, 20	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	Colocación de vallas publicitarias en lugares estratégicos
		Desarrollo de paquetes ecoturísticos y alianzas con operadores turísticos
		Instalación de rótulos informativos referente a identificación del Centro Turístico y sus servicios, ubicación y restricciones de entrada
		Promoción y distribución de información del TPSJ
3, 4, 15	ORGANIZACIÓN	Diseño de objetivos corporativos y políticas.
		Mantenimiento y mejora de los atractivos del TPSJ
		Reestructuración de la organización del TPSJ y sus comités
9, 16	GESTIÓN	Gestión de financiamiento con entes para la ampliación del TPSJ
		Identificación de un sistema de transporte alternativo.

Tabla 39. Estrategias y Planes asociados

Al establecer los planes se construyen la conceptualización del diseño para el establecimiento de la solución, se ha de reconocer también que el diseño de la solución se encuentra enmarcado dentro del plan de negocios al que se llegara al final del estudio. Por lo que a continuación se presenta de manera grafica.

CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO.



CAPITULO III. DISEÑO

PLAN A

ORGANIZACIONAL

1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN.

Desde diferentes puntos de vista la organización en cualquier empresa, independientemente del sector en el cuál esta se mueva o desarrolle sus actividades. Sin una buena base organizativa difícilmente podrá desarrollarse plenamente o permanecer por mucho tiempo en funcionamiento sobre todo en un sector tan dinámico como lo es el turismo. Debido a la falta de una definición formal de la organización del Centro Turístico Puerto San Juan como empresa se han perdido una serie de oportunidades de crecimiento, por lo que se hace necesario el desarrollo de aspectos organizativos tales como la definición de objetivos empresariales, políticas, estructura organizativa, entre otros aspectos.

El plan Organizativo como tal se considera como estratégico y su implantación será llevada a cabo por la administración y el personal dentro del Centro Turístico, y es vital para dar inicio a los diferentes planes que se desarrollaran dentro de la presente propuesta. A través del presente plan se pretende solventar los vacíos internos referentes a la organización identificados en el Centro Turístico, dentro de los cuales se encuentran la definición formal de la razón de ser del Centro Turístico, su proyección a largo plazo, así como todas las políticas y normas que dirigirán al centro turístico y la definición de los aspectos organizacionales que lo componen.

2. OBJETIVOS.

2.1 Objetivo General

- ∞ *Desarrollar un plan de Organización que incluya la creación, evaluación y establecimiento de los objetivos empresariales en el cual se incluyan además aspectos administrativos necesarios para el desempeño adecuado del Centro Turístico Puerto San Juan, así como también los aspectos logísticos del manejo de los insumos que se utilizan.*

2.2 Objetivos Específicos

- ∞ *Definir los objetivos empresariales.*
- ∞ *Diseñar una estructura organizativa adecuada que permita el logro de los objetivos organizacionales.*
- ∞ *Diseñar un sistema de información que facilite el almacenamiento y análisis de la información generada por el desarrollo de las actividades del centro turístico y la toma de decisiones.*
- ∞ *Estandarizar los procesos y procedimientos en manuales administrativos.*
- ∞ *Elaboración de un programa de logística que permita el involucramiento e integración de todos los miembros que conforman el Centro Turístico Puerto San Juan para efectuar las compras de los insumos.*

3. JUSTIFICACIÓN.

Al poseer el Centro Turístico Puerto San Juan una base organizativa definida y bien establecida se vuelve mucho más fácil optar a diferentes opciones de mejora y diversificación con lo que se desarrollaría de manera sostenible y experimentaría un crecimiento económico sustancial debido a que la definición de la organización es el principal fundamento para la implementación de los diferentes planes que se presentan en la siguiente propuesta.

Es por esta razón que la definición de los objetivos organizacionales y una adecuada estructura organizativa son de vital importancia, ya que es mediante estos que la organización trazará el camino a seguir para lograr su crecimiento y además definirá los recursos necesarios y la forma de utilización de estos.

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR.

Se pretende cubrir todas las áreas que componen el Centro Turístico Puerto San Juan, ya que el tipo de Plan así lo requiere. En especial se verá afectada el área administrativa en todos los niveles.

5. PROGRAMAS.

Dentro de este plan se desarrolla una serie de programas y subprogramas que se llevarán a cabo, los cuáles buscan proponer unos adecuados objetivos empresariales, estructura organizativa y logística; por lo que se presentan a continuación una breve descripción de estos. La numeración que se presenta en el **tabla No. 39** corresponde al orden de desarrollo de los diferentes planes contenidos en el presente plan.

PLAN	NOMBRE	PROGRAMA	SUBPROGRAMA	DESCRIPCIÓN
A	PLAN ORGANIZACIONAL	<i>1. Diseño de metas organizacionales y políticas</i>	--	Dentro de este programa se desarrolla una evaluación y una propuesta de la Misión, Visión, los objetivos empresariales, las políticas y normas, estrategias y los planes que han de desarrollarse en el Centro Turístico Puerto San Juan.
		<i>2.Reestructuración de la organización</i>	--	En éste programa se identifican las relaciones entre los recursos humanos, su relación de autoridad, jerarquía y funciones. Viéndose todo reflejado en un Manual de Organización.
		<i>3. Logística</i>	--	En el programa de logística se busca integrar a las distintas comisiones para que efectúen las compras y el manejo de los insumos que son utilizados dentro del Centro Turístico, en busca de reducir los costos en los que se incurren en este rubro. Se realiza una propuesta del proceso de compra y de la forma como se han de manejar y distribuir los insumos dentro del Centro Turístico.

Tabla No. 40: Contenido del plan organizacional.

6. REQUISITOS / RECURSOS.

Cuadro No. 34: Recursos comunes entre programas.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Consultores	Que evalúen la estructura y realicen una propuesta de estructura más adecuada a las necesidades actuales y que expongan la misma a los interesados.
	Auxiliar	Como apoyo para desarrollar el plan.
	Administrador del Centro Turístico	Es él quien conoce el trabajo que el Centro Turístico ha de realizar y que ha de establecer cual es la guía que se debe de seguir para que el Centro Turístico Puerto San Juan se convierta en un ente de desarrollo económico.
	Jefes de las comisiones del GREPUSANJ	Son los principales implicados en los cambios que el Centro Turístico ha de sufrir y trabajar en la mejora continua del mismo.
	Integrantes del consejo municipal.	Es el ente que dirige el curso de acción del Centro Turístico; ya que es el consejo municipal el que decide que cambios se han de afectar dentro de estos.
TECNOLOGICO	Computadora	Es necesario un equipo, con los siguientes requisitos mínimos procesador Intel, memoria de 512 MB de RAM, 256 MHz, con disco duro de 80 GB, para la redacción de informes, guardar datos importantes y otras funciones.
	Proyector.	Para realizar una presentación de los pasos a desarrollar para la evaluación y formulación de los objetivos administrativos.
	Pizarra.	Se utilizará una pizarra acrílica con medida 0.90 x 1.20 metros, en la cual se colocaran las diferente ideas para el establecimiento de los objetivos empresariales.
	Impresor	Para la impresión de los documentos
	Mobiliario	Es necesaria la adquisición de un escritorio y silla secretarial, para adecuar el equipo, así mismo un archivo robot para guardar la documentación sobre la adquisición y manejo de los insumos.
	Papelería / insumo.	Dentro de este encontraremos una serie de insumos tal es el caso de papel blanco tamaño carta, fotocopias, lapiceros, tablas, plumones, lápices, entre otros.

Cuadros No. 35. Identificación de recursos a utilizar por programas.

PROGRAMA DE DISEÑO DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Moderador.	Este será el encargado de conducir la discusión profesionalmente para formular la filosofía del Centro Turístico.
TECNOLOGICO	Rotafolio.	Será utilizado para poder escribir las diferentes propuestas de los objetivos administrativos o para el desarrollo de la técnica lluvia de ideas.

PROGRAMA DE DISEÑO DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Asesor legal.	Es el encargado de legalizar y efectuar todos los trámites necesarios para el establecimiento de la estructura organizativa del Centro Turístico.

PROGRAMA DE LOGÍSTICA.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Comité de adquisiciones.	Este es el ente encargado de llevar acabo este programa, con apoyo del asesor y del administrador.
TECNOLOGIC O	Local.	Un local en el cual se almacenarán ciertos insumos y se efectuará el proceso de entrega de estos y se procesará la información para realizar los pedidos.
	Carretilla	La cual se utilizara para el manejo de los insumos, desde el medio de transporte hasta el lugar donde se almacenen.
	Selladora de bolsas plásticas.	Que servirá para sellar las bolsas en las cuales ser entregara los pedidos.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

El tiempo de implantación se encuentra fuera del tiempo de evaluación de las propuestas para su aprobación final. Sin embargo el tiempo estimado depende de cada programa, estimando que la totalidad del plan se desarrollará en 5 meses, por los diferentes tramites a realizarse.

PROGRAMA A.1

1. NOMBRE DEL PROGRAMA:

Diseño de Metas Organizacionales y Políticas.

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

En el siguiente programa se desarrollarán las actividades que deben ser llevadas a cabo para construir la misión, visión, objetivos, valores, metas y políticas para el Centro Turístico puerto San Juan, las cuáles servirán de guía para el desarrollo de estrategias para que el centro de recreo trabaje de manera eficiente.

La Filosofía Administrativa es la base para el desarrollo de los diferentes planes que se deberían desarrollar para el crecimiento; esta se encuentra contenida dentro de la planeación estratégica y es el eje para dirigir los esfuerzos que el centro turístico ha de realizar.

3. OBJETIVOS.

3.1 Objetivo General.

☞ *Evaluar y formular las metas organizacionales y políticas con las que el Centro Turístico Puerto San Juan desarrolla su trabajo e identifica el futuro.*

3.2 Objetivos Específicos.

- ∞ Evaluar y redefinir la Misión y Visión.
- ∞ Desarrollar los objetivos y las metas corporativos para el Centro Turístico.
- ∞ Determinar cuales son los valores con los que cuenta el centro turístico Puerto San Juan.
- ∞ Proponer una serie de políticas y normas que rijan el funcionamiento del Centro Turístico.
- ∞ Establecimiento de las estrategias a seguir por parte del centro turístico para alcanzar el desarrollo sostenible del mismo.

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

El programa busca cubrir todas las áreas del Centro Turístico, principalmente el área administrativa de éste.

5. ACTIVIDADES.

Para efectuar este programa es necesario establecer la secuencia lógica de los elementos básicos con los que cuenta la filosofía administrativa que se muestran en la **figura No. 2**.

Figura No. 25. Contenido básico de la filosofía administrativa.



Misión.

Describe la naturaleza y el negocio al cual se dedica la empresa para lograr alcanzar la visión y los otros elementos que aparecen en el triángulo anterior; la misión ha de responder las siguientes interrogantes que se presentan en el **Tabla No. 40**, para que este completa:

Clientes:	¿Quiénes son?
Productos o servicios:	¿Cuáles son los más importantes?
Mercados:	¿Competimos geográficamente?
Tecnología:	¿Tecnología básica para la Organización?
Desempeño:	¿Cuales son las metas económicas?
Filosofía:	¿Valores, creencias y aspiraciones?
Concepto de sí misma:	¿Fortalezas y ventajas competitivas claves?
Imagen pública:	¿Que imagen tiene actualmente y a cual aspira?
Efectividad:	¿Recurso humano Vs. Objetivos?
Calidad Inspiradora:	¿Motiva y estimula su lectura?

Tabla No. 41. Elementos básicos que ha de contener la misión.

Visión.

Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia del Centro Turístico quiere alcanzar y espera ser en el futuro, estableciendo el rumbo que este ha de seguir para lograr el desarrollo esperado.

ELEMENTO	INTERROGANTE
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?

Tabla No. 42: Elementos básicos que ha de contener la visión.

Objetivos Empresariales.

Se refiere a un resultado que el Centro Turístico Puerto San Juan desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico. Estos deben ser una guía que estimule cumplir con lo planeado, por lo que los objetivos deben ser realistas y reflejar la filosofía de la empresa; además de permitirse ser evaluados y mantener un control los resultados obtenidos; Los objetivos deben estar fijados en función de las necesidades reales de la empresa, deben ser alcanzables pero ambiciosos y deben ser expuestos en forma clara.

VALORES.

Son aquellos ideales o principios colectivos que guían las decisiones y actuaciones de los individuos dentro del centro turístico y que Reflejan el camino a través del cual la VISION y MISION corporativa se pone en marcha.

POLÍTICAS.

Las políticas son una serie de pautas generales para la toma de decisiones y establecer los límites de estas decisiones, especificando aquellas que pueden tomarse y excluyendo las que no se permiten. Con el desarrollo de las políticas se espera:

- ☒ Mejorar la eficacia en el Centro Turístico.
- ☒ Reflejar los valores personales de los empleados del Centro Turístico. (trato al cliente, uso de uniformes)
- ☒ Resolver algún conflicto o confusión, que se ha presentado en un nivel bajo.

ESTRATEGIAS – PLANES.

Las estrategias son un conjunto de actividades definidas por los ejecutivos de la organización con el fin de facilitar al máximo el logro de los objetivos corporativos, por lo tanto las estrategias corporativas se derivan de los objetivos globales corporativos y deben ser concordantes con la misión, visión y demás objetivos administrativos. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

Las estrategias son un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y cómo debe realizarse, quién lo llevará a cabo, y qué se hará con los resultados.

5.1 Descripción del las actividades.

Basados en la descripción anterior se procede a definir las actividades que se han de realizar para la elaboración de la filosofía del Centro Turístico Puerto San Juan, para lo que se debe de tomar como punto de partida la redacción o evaluación de la Misión y Visión, luego de diseñar los Objetivos empresariales, las Metas, Valores, Políticas y las estrategias que se han de ejecutar.

- a) Formar un **Grupo de trabajo** para desarrollar la filosofía administrativa del centro turístico.

El grupo para desarrollar la filosofía dentro de la empresa debe de estar conformado por el administrador del centro turístico, los Jefes de cada una de las comisiones, un representante de la oficina técnica, el asesor administrativo y un moderador; con el objeto de que todos los mandos estén conforme a lo que se esta desarrollando.

- b) Evaluación de la Misión y Visión.

La premisa de la Misión y la Visión identifican el diseño, meta o empuje implícitos que el Centro Turístico Puerto San Juan posee o tendrá en el futuro. El Centro Turístico actualmente posee una misión y una visión desarrolladas por el administrador de éste y que han sido cambiadas en diferentes ocasiones en un período de 2 años. Al evaluar la misión y la visión se deberá cuidar que estas cumplan con las partes señaladas anteriormente en las tablas 3 y 4. En el caso de no cumplir con dichos requisitos se procederá a reescribirlas.

- c) Diseño de los objetivos administrativo.

Para el diseño de los objetivos administrativos se ha de tomar como base la nueva Misión y Visión.

d) Determinar los valores que se posee dentro de la empresa.

Para el establecimiento de los valores se han de tomar de punto de partida la búsqueda de la Misión y Visión; destacando cada uno de los valores que poseen e Integren a los miembros del Grupo Empresarial Puertos San Juan.

e) Establecer las Políticas.

Para realizar esta actividad se ha de tomar en cuenta cuales son las principales decisiones que se toman dentro del Grupo Empresarial Puerto San Juan y las políticas representarán los límites o pautas para la toma de dichas decisiones.

6. FRECUENCIA DE EVALUACIÓN.

Se recomienda que la evaluación de las metas organizacionales y política se realice cada 3 años.

7. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Se obtiene una idea general del rubro al que se dedica el centro turístico, con el establecimiento de la misión.
- ⇒ Una guía para establecer cual ha de ser el futuro que se persigue por medio del establecimiento de la visión.
- ⇒ Se establece lo que persigue alcanzar el Centro Turístico, planteándose los objetivos empresariales.
- ⇒ Resalta los valores con los que trabajan los diferentes miembros del GREPUSANJ, con lo que se busca servirle de una mejor manera a los clientes.
- ⇒ Instaura una serie de decisiones o la solución de conflictos que se dan de manera tradicional, por medio del establecimiento de las políticas.
- ⇒ Se formulan las estrategias y planes que se debe de seguir para transformar al Centro Turístico para llegar a ser el eje central del turismo en Suchitoto.

8. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para el desarrollo de este programa se considera que se efectúe en un periodo de 5 – 7 sesiones de 2 horas cada una de ellas. El desarrollo de este programa se estima en 4 semanas, con un tiempo de 14 horas como máximo para la evaluación y la formulación de las nuevas metas y políticas organizacionales.

PROPUESTA

Tomando como base los pasos anteriormente descritos y como el Centro Turístico Puerto San Juan ya posee una Misión y Visión se procede a la primera fase que es la evaluación de éstas. La evaluación de la misión y la visión de la institución es el punto de partida para el desarrollo de la Gestión Integral

Ecoturística, ya que representa los lineamientos generales sobre los cuáles se basarán los objetivos y el desarrollo de los planes según las estrategias diseñadas y basadas en la situación actual del Centro Turístico.

Lo que se busca con la Misión y la Visión es proporcionar una amplitud del marco de referencia en el cuál el Centro Turístico se va a desarrollar y se puede enfocar desde dos sentidos:

- ✚ **Uno:** ¿Dónde se quiere llegar? y ¿Cómo estamos?
- ✚ **Dos:** ¿Cómo estamos? y ¿Dónde se quiere llegar?

En nuestro caso se ha utilizado el enfoque dos, partiendo de cómo estamos y a lo que queremos llegar. El objetivo de su evaluación para la formulación de las nuevas se cita a continuación:

MISIÓN

“Ofertar y comercializar productos alimenticios de primera calidad, servicios de navegación así como, información interpretativa del entorno, con principios de calidad, desarrollo sostenible e innovación tecnológica para competir en el mercado local y nacional en forma eficiente y rentable que satisfaga las expectativas de los arrendatarios y la municipalidad.”

VISIÓN

“Ser el centro de desarrollo turístico más rentable y eficiente de la región de El Salvador.”

Evaluación de la Misión.

Cada una de estas partes ha de ser evaluadas mediante una interrogante que deberían ser capaz de responder, y son con las cuáles se realizará la evaluación de la Misión del Centro Turístico Puerto San Juan. El procedimiento seguido para la evaluación de la misión fue el siguiente:

1. Se formó el grupo para el análisis de ésta.
2. Se analizó la Misión en base a la tabla No. 3, que se presenta en la descripción de las actividades.

Tabla No. 43. Evaluación de la Misión.

<i>ELEMENTO</i>	<i>INTERROGANTE</i>	<i>OBSERVACIÓN</i>
Cientes	¿Quiénes son los clientes de la empresa?	En la misión manejada actualmente en el Centro Turístico no se especifica quienes son considerados como clientes de la empresa.
Mercados	¿Compite la firma geográficamente?	Se menciona el mercado al cual va dirigido pero de manera general: nacional y local.
Productos o Servicios	¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución?	Si se mencionan algunos productos y servicios prestados: <i>“productos alimenticios de primera calidad, servicios de navegación así como, información interpretativa del entorno”</i>
Filosofía	¿Cuáles son los valores, creencias y aspiraciones fundamentales de la firma y sus prioridades filosóficas?	Se ve reflejado al decir: <i>principios de calidad, desarrollo sostenible</i>
Preocupación por imagen pública	¿Cuál es la imagen pública que aspira la institución?	No se especifica cuál es la imagen que el Centro Turístico quiere dejar
Tecnología		Se menciona la innovación tecnológica como herramienta de competencia en el mercado nacional.

Análisis.

Como se observa en la tabla anterior, la misión que es manejada actualmente no cumple con los elementos esenciales que debe de contener, ya que no se menciona quienes son los clientes de la empresa, se menciona el mercado pero no menciona de manera específica cual es la imagen que el Centro Turístico quiere dejar para con la sociedad y aunque se menciona la innovación tecnológica, se considera que debido a la orientación actual del Centro Turístico no amerita la especificación precisa de éste elemento. Aunque se muestra la filosofía de calidad y el desarrollo sostenible y menciona los servicios que en este centro turístico se prestan se considera que la misión no está completa ya que no cumple con todos los elementos mínimos que debería de contener por lo que se hace necesario una redefinición de ésta.

3. Redefinición de la Misión.

Para redefinir la Misión del Centro Turístico puerto san Juan, se procede a contestar las siguientes interrogantes que se muestran en la tabla siguiente:

Tabla 44. Redefinición de la misión

<i>ELEMENTO</i>	<i>INTERROGANTE</i>	<i>ESPECÍFICAMENTE</i>
Clientes	¿Quiénes son los clientes de la empresa?	Personas con preferencias hacia el ecoturismo, especialmente grupos familiares
Mercados	¿Compite la firma geográficamente?	Mercado turístico a nivel nacional.
Productos o Servicios	¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución?	Servicio de restaurante, paseos en lancha, venta de artesanías.
Filosofía	¿Cuáles son los valores, creencias y aspiraciones fundamentales de la firma y sus prioridades filosóficas?	Amabilidad, Calidad, Enfoque al cliente,
Preocupación por imagen pública	¿Cuál es la imagen pública que aspira la institución?	Centro de recreo familiar en armonía con la naturaleza
Tecnología		No es un factor de peso actualmente.

4. Propuesta de Misión por parte del equipo de trabajo.

MISIÓN.

“Somos un centro turístico dedicado a brindar recreación en un ambiente familiar, permitiéndole al visitante estar en armonía con la naturaleza, ofreciendo una diversidad de productos y servicios con calidad y amabilidad enfocados a satisfacer las expectativas de nuestros clientes”

Evaluación de la Visión.

Los pasos seguidos se presentan a continuación:

1. Se formó el grupo para el análisis de la Visión.
2. La Visión fue analizada en base a las interrogantes de la **tabla No. 4**, que se presenta en la descripción de las actividades del programa.

Tabla 45. Evaluación de la Misión del Centro Turístico Puerto San Juan.

<i>ELEMENTO</i>	<i>INTERROGANTE</i>	<i>OBSERVACIÓN</i>
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?	“Ser el centro de desarrollo turístico más rentable y eficiente”
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?	Todo El Salvador
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?	No se especifican
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?	No se especifica ningún compromiso
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?	No se hace mención de los valores ni principios de la empresa
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?	No se menciona el alcance en la visión actual

Análisis.

Como se observa en la tabla, la actual Visión con la que trabaja el Centro Turístico se enfoca únicamente en la posición de éste, dejando a un lado los demás elementos que debería de poseer. Además, ésta se considera demasiado amplia ya que menciona *llegar a ser el centro de desarrollo turístico más rentable y eficiente en la región de El Salvador*, lo cuál, para ser alcanzado necesita de un nivel de inversión alto que permita modernizar los servicios prestados. Se hace necesario efectuar una redefinición de la misma, con proyecciones de crecimiento que sean reales, alcanzables en el mediano-largo plazo y con un grado de inversión acorde con el presupuesto asignado para este.

3. Redefinición de la Visión.

Para redefinir la Visión se contestan las interrogantes que se muestran en la tabla siguiente, ya que estos aspectos son básicos para cualquier Visión. A partir de dichas respuestas se procede a la elaboración de un borrador el cuál es mejorado posteriormente en consenso del grupo encargado.

Tabla 46. Evaluación de la visión actual del Centro Turístico Puerto San Juan

ELEMENTO	INTERROGANTE	OBSERVACION
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?	Convertirse en el eje central del turismo en el municipio
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?	Todo el país
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?	Por medio de la diversificación de servicios ecoturísticos
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?	Ser el ente de desarrollo económico para el municipio
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?	Basados en el trabajo en equipo que satisfagan las necesidades de los clientes.
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?	Desarrollar una integración de los diferentes tipos de turismo en el municipio.

Visión propuesta:

Visión.

“Convertirse en el eje central del turismo de suchitoto por medio de la diversificación de los servicios ecoturísticos, basados en el trabajo en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes y así convertirse en un ente de desarrollo económico e integrador de los diferentes tipos de turismo que ofrece este municipio.”

OBJETIVOS EMPRESARIALES.

OBJETIVO GENERAL.

Convertir el Centro Turístico Puerto San Juan en el eje central del turismo en Suchitoto por medio de la integración de los diversos tipos de turismo que se prestan en el municipio, fomentando principalmente el ecoturismo y explotando de manera sostenible los recursos naturales con los que se cuenta como fuente de desarrollo económico.

OBJETIVO ESPECIFICOS.

1. Fomentar el trabajo en conjunto por medio de eventos en el cual se involucre e integre a las diferentes comisiones que conforman el GREPUSAN.
2. Diversificar y generar nuevas alternativas de servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los visitantes al Centro Turístico Puerto San Juan y crear en ellos una experiencia que los motive a regresar.

3. Incrementar la afluencia de turistas en un 15% en el primer año después de haber puesto en marcha la Propuesta de Gestión Integral.
4. Fundar una oficina de turismo dentro del Centro Turístico que sea la encargada de desarrollar los eventos, mejorar los servicios y que fomente las diversas prácticas de turismo que hay dentro del municipio.
5. Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.
6. Capacitar a personas para que sirvan como guías turísticos en la prestación de los servicios.
7. Promover las capacitaciones y calificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de las familias del municipio en el modelo de desarrollo a través de en el marco de una cultura turística.
8. Realizar campañas publicitarias e informativas sobre los servicios turísticos que se ofrecen dentro del Centro Turístico, a nivel municipal como nacional.
9. Identificar nuevas rutas turísticas que sean atractivas para los turistas y que interactúen los diversos tipos de turismo que se practiquen dentro del municipio.

VALORES.

1. **Trabajo en equipo.** Siendo este nuestro principal valor para satisfacer las necesidades de los clientes en la prestación de los nuestros servicios.
2. **Participación.** Orientado a promover prácticas de vinculación entre la población del municipio de Suchitoto y la prestación de servicios turísticos en el turicentro.
3. **Servicio con Calidad.** Lo importante es que los clientes nos identifiquen como un turicentro en donde los servicios que prestamos sean de calidad.
4. **Amabilidad.** Siendo esta una virtud más que un valor, haciendo sentir al visitante en un ambiente acogedor.
5. **Equidad.** Que todos los miembros son considerados y tratados de la misma manera.
6. **Innovación.** Vinculado al desarrollo de nuevos servicios turísticos para la satisfacción de los clientes y con ello acompañar el dinamismo que el sector turístico demanda.

POLÍTICAS Y NORMAS.**Políticas.**

Para definir las políticas las consideraremos en diferentes ámbitos o niveles de aplicación, como lo son políticas de los tipos estratégicas y operacionales. Como *políticas estratégicas* entenderemos que son las que proporcionarán la diferencia con los otros centros turísticos del país y como *políticas operacionales* comprenderemos que son las que guiarán el desarrollo diario del Centro Turístico.

Políticas Estratégicas.

1. **Capacitaciones constantes**, se adiestrará constantemente al personal del Centro Turístico Puerto San Juan con el objetivo de prestarle un mejor servicio a los turistas. Las capacitaciones se estarán orientadas a mejorar la calidad en la prestación de los servicios y a buscar la satisfacción del cliente.
2. **Valorar el cliente interno**, se establece que el personal del Centro Turístico se trate como cliente entre ellos en lo que respecta a la relación de trabajo, buscando que se efectuó de manera armoniosa. Con lo que se Creara un clima organizacional optimo para garantizar la excelencia empresarial del Centro Turístico.
3. **Actualización constante de los recursos turísticos**, con la finalidad de mantener al Centro Turístico a la vanguardia del turismo en el país.
4. **Programación de eventos**, se programará el desarrollo de eventos turísticos de forma mensual para promover las actividades turísticas en el lugar de manera que se vean involucrados todos los comités.
5. **Evaluaciones constantes**, principalmente realizar evaluaciones a la estructura organizativa y planes estratégicos periódicamente para reestablecer la dirección de la organización.

Políticas Operativas.

1. Control de faltas, se llevara un registro de faltas internas cometidas por los miembros de los comités con el objetivo de proporcionarle un reconocimiento al comité que menos faltas comete.
2. Las faltas consideradas como muy graves deben ser reportadas al administrador del Centro Turístico.
3. Limpieza, sea de mantener limpio todas las zonas y áreas verdes que rodean al Centro Turístico, según el ámbito de actuación de cada uno de los comités.
4. No se admite personal dentro del Centro Turístico después de las 8 p.m., sin previa autorización.

Normas.

1. A los miembros del Grupo Empresarial San Juan no se les permite ingerir bebidas alcohólicas en el momento de laborar.
2. Se prohíbe portar armas de fuego, armas blancas y corto punzante dentro de las instalaciones del Centro Turístico a los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan.
3. No se permite pleitos entre los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan.
4. El uso de uniforme de trabajo para las comisiones de restaurantes y lancheros.
5. El tiempo, ruta y precio por la ruta sean homogéneos para todos los miembros del comité de lancheros.
6. Las lanchas para prestarle servicio a los clientes han de estar equipadas con sus respectivos chalecos salva vidas.
7. La limpieza dentro de cada una de las áreas de trabajo es responsabilidad de todos los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan.
8. Se tiene un orden de salida para prestar el servicio de paseo en lancha.
9. La rotación de lancheros por día en la semana, debido a que realizan turno en la semana en los que llegan seis equipos a prestar el servicio por la baja afluencia de clientes.
10. Mesas y sillas no se deben sacar del área de servicios
11. No puede usarse el celular una vez entrado el empleado al trabajo
12. No usar herramientas inadecuadas
13. No permitir que los empleados pongan sillas junto a las ventanas de los restaurantes
14. En el momento de entrar al lugar del trabajo se “recomienda buscar qué hacer”
15. Diariamente botar y limpiar los basureros
16. Uso de muebles apropiadamente
17. No introducir objetos inapropiados en tragantes y lava manos, los empleados serán los mismos responsables
18. Es adecuado y normal que se tengan mesas estacionarias y de apoyo, sin embargo es prohibido se usen en emergencias de sobre demanda
19. Prohibido los noviazgos dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.

ESTRATEGIA.

En base al análisis FODA desarrollado en el diagnóstico se establecen las siguientes estrategias necesarias para que el Centro Turístico Puerto San Juan llegue a convertirse en el eje central del turismo en Suchitoto.

1. Diversificar los servicios y atractivos turísticos que preste el Centro Turístico según la preferencia de los clientes y las iniciativas o ideas de los miembros de los comités.
2. Elaborar un plan de interrelaciones entre los recursos que poseen el lago y el Centro Turístico Puerto San Juan para generar mayores atractivos ecoturísticos y la creación de nuevas rutas ecoturísticas con otros recursos del municipio.
3. Creación de nuevas rutas turísticas que relacione el ecoturismo, turismo rural e histórico en el municipio, tomando como eje el Centro Turístico Puerto San Juan.
4. Colocar rótulos o vallas publicitarias con el nombre y servicios que presta el Centro Turístico y señales de ubicación del Centro Turístico en lugares estratégicos. Gestionar con el MITUR la colocación de dicha señalización de ser necesario. Además de un rotulo informativo del Centro Turístico que indique los atractivos y precios, según clasificación afuera del mismo.
5. Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles aprovechando las características turísticas, de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos ecoturísticos del embarcadero en lugares estratégicos dentro del casco urbano.
6. Elaboración de paquetes turísticos que involucre a todos los comités y gestionar la relación con tour operadores.
7. Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para Promocionar a Suchitoto no solo como un lugar cultural sino también para la práctica de ecoturismo, haciendo énfasis en el TPSJ como alternativa de ella dentro del municipio.
8. Plantear escenarios para el incremento de atractivos y servicios nuevos o mejoramiento de infraestructura sin considerar ampliaciones de terreno.
9. Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo en futuras ampliaciones.
10. Establecer un plan de mantenimiento y de mejora de los atractivos para el centro turístico involucrando a las comisiones y la administración
11. Identificación de medios de transporte alternativos de llegada al Centro Turístico que sean atractivos al turista y adecuados según los medios disponibles.
12. Plantear escenarios de desarrollo de los atractivos más convenientes de poder obtener los terrenos que desea gestionar la Alcaldía.

1. NOMBRE DEL PROGRAMA.**Reestructuración de la Organización.****2. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA.**

La estructura organizacional es una forma de ordenar las relaciones entre los centros funcionales y operativos en donde se realizan las actividades, procesos y tareas de la empresa. Frente a la necesidad de una definición formal del Centro Turístico Puerto San Juan, sus transformaciones y proyecciones, es básico comprender qué compone su organización y tener claro la relación entre éstos componentes. La informalidad puede ser la causa de muchos problemas y la organización es esencialmente la función administrativa que establece el rol formal que jugará la gente en la organización y que determina las reglas bajo las cuales ellos interactuarán lo cual supone la elaboración de una estructura. Este programa se desarrolla a partir de elementos establecidos por Mitzberg²¹, entre los cuales se encuentran factores, parámetros y configuraciones propuestas por él mismo para facilitar el diseño de una organización.

La coordinación, control y revisión se facilita al conocer la estructura que conforma la organización, la cual se identifica bajo la forma de un Organigrama. Y como apoyo a éste último se auxilia de manuales administrativos para el conocimiento de las funciones, perfiles y procedimientos básicos en torno a los cuales se desarrolla la empresa.

Además de la evaluación y cambios dentro de la estructura se identifican aspectos complementarios y necesarios para que se cumpla el fin último de éste programa el cual es mejorar el funcionamiento y desempeño del Centro Turístico, como parte del Plan Organizativo y al margen de la estructura organizativa.

3. OBJETIVOS.***Objetivo General***

∞ *Presentar una propuesta de estructura organizativa que facilite la mejora en el actual funcionamiento y desempeño del Centro Turístico, siendo acorde a las necesidades actuales y proyectadas del mismo para cumplir con los objetivos empresariales.*

Objetivos Específicos.

∞ *Identificación de la estructura con la cual el Centro Turístico actualmente labora, poniendo énfasis en sus ventajas y desventajas para futura evaluación.*

²¹ Parte del modelo de Mitzberg para el diseño de una organización, conocido como “los 6 de Mitzberg”, ver anexo 6.

- ∞ Comparación de las características principales del Centro Turístico, su forma de trabajo con las estructuras que se adaptan mejor.
- ∞ Selección, definición y adecuación de la estructura idónea
- ∞ Establecer la relación entre los recursos del Centro Turístico.
- ∞ Desarrollo de los aspectos básicos necesarios para la implantación y puesta en marcha de la estructura organizativa propuesta

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

Se verán involucradas todas las áreas que conforman el Centro Turístico Puesto San Juan en cuanto a la estructura con la cual trabajan actualmente. Teniendo repercusiones a nivel estratégico dentro de la organización como parte del cumplimiento del Plan Organizativo, el cual está diseñado a nivel estratégico y cuya implantación será de mediano a corto plazo.

5. ACTIVIDADES.

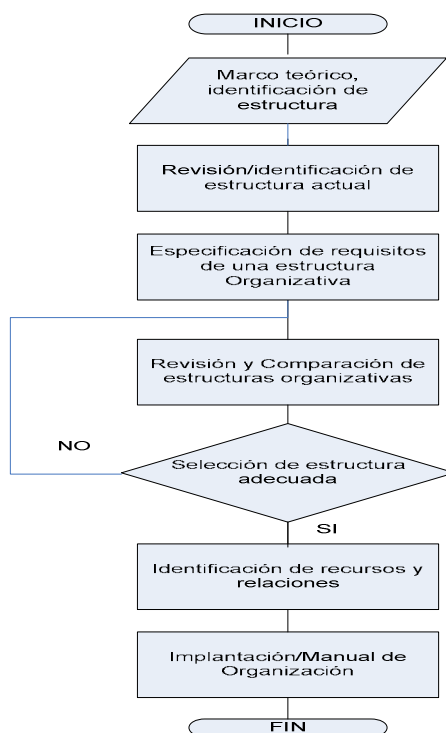
Descripción del las actividades.

En siguiente tabla se presenta las diferentes actividades a desarrollarse para realizar este programa.

literal	Actividad	Descripción
a	Definición de marco teórico relacionado	En ella se establece los aspectos teóricos básicos necesarios para el desarrolla del programa.
b	Identificación de estructura actual	En éste apartado se describe las posición del Centro Turístico dentro de la Alcaldía Municipal y se especifica la forma en que se ha tratado la estructura de del mismo
c	Especificación de requisitos básicos para formación o cumplimiento de una estructura organizativa	Se establecen los elementos básicos que debe disponer toda estructura organizativa
d	Determinación de aspectos básicos requeridos para la utilización de la estructura	se especifican criterios, principio y elementos que debe contener la estructura seleccionada y más específicamente un organigrama
e	Comparación entre estructuras básicas	Se especifican las formas y tipos de estructuras o configuraciones de estructuras organizativas más comunes o existente
f	Selección de estructura más adecuada	a partir de las estructuras identificadas y sus características, se selecciona la que mejor se adapte al Centro Turístico
g	Identificación de recursos necesarios y determinación de la relación entre éstos	Especificación de la relación entre recursos
h	Especificación de los pasos necesarios para la implantación de la estructura propuesta y recomendaciones de mantenimiento	En ella se establece un Manual de Organización

Tabla No. 47. Actividades a ser desarrolladas en el presente programa

Diagrama de relación de las actividades.



FLUJOGRAMA DE DESARROLLO PROGRAMA A.2			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Organizacional		
PROGRAMA	Estructura Organizativa		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

6. FRECUENCIA DE EVALUACIÓN (USO DE PROGRAMA):

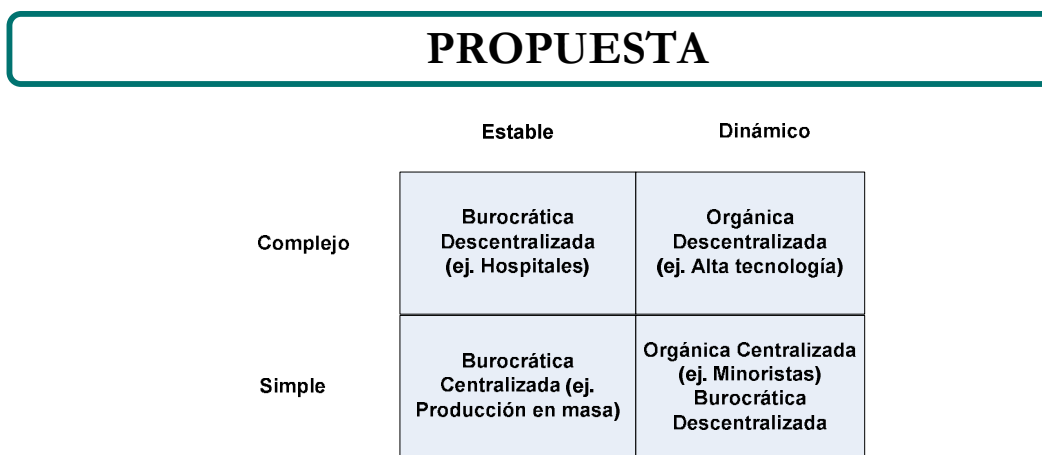
Se recomienda la evaluación de la Estructura Organizativa del Centro Turístico cada 3 años, al término del logro de los objetivos estratégicos para el cumplimiento de 5 años y en caso de efectuarse cambios internos en las unidades.

7. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Obtención de una estructura clara y poco compleja acorde a las necesidades actuales del Centro Turístico y en base a los objetivos corporativos del Centro Turístico.
- ⇒ Claridad en la posición y relación de los objetivos empresariales con cada una de las unidades componentes del Centro Turístico.
- ⇒ Mejora en las relaciones internas al Centro Turístico, especialmente en la comunicación e información.
- ⇒ Mejor definición de cargos, puestos y funciones de cada miembro.
- ⇒ Disminución de tiempo en la toma de decisiones y solución de problemas.
- ⇒ Utilización de estructura que facilite el desarrollo integral del Centro Turístico facilitando la mejora de la calidad en el servicio.

8. TIEMPO DE DURACIÓN.

La implementación del programa tiene un tiempo estimado de 3 meses, al que hay que agregar el tiempo de la legalización de la empresa. No se consideran el tiempo de evaluación y decisión de implantación del mismo.

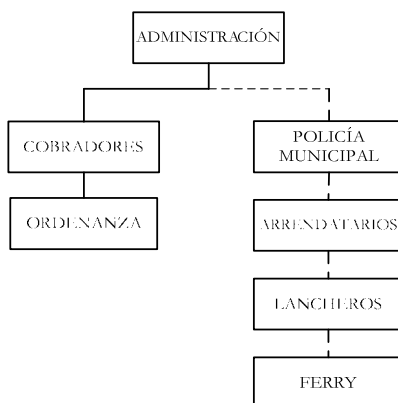


El Centro Turístico Puerto San Juan se puede clasificar como una empresa dentro de un entorno Dinámico (el turismo) pero simple (sus características), por ello concluimos en la necesidad de una **estructura Orgánica Centralizada**. Según las consideraciones de estos factores.

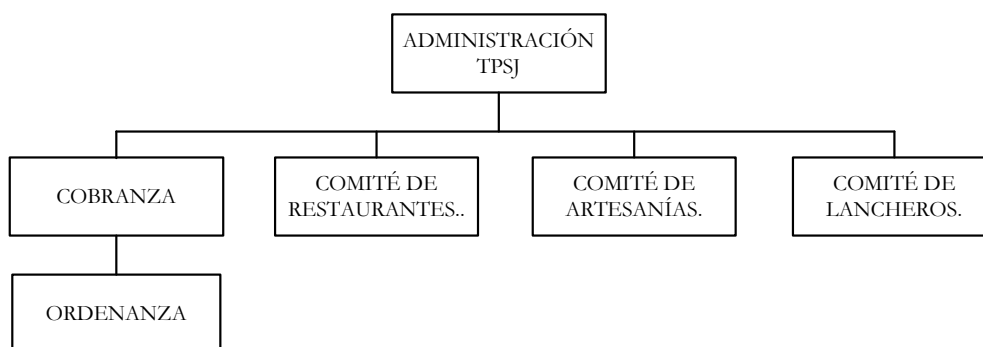
Para conocer sobre los diferentes tipos de estructuras organizativas y manuales existentes referirse al Anexo 16.

a. Identificación de la estructura actual

Actualmente la estructura organizativa del Centro Turístico Puerto San Juan solamente hace una diferenciación entre los miembros que la componen y no existe una estructura definida formalmente. A continuación se presenta el organigrama con el que trabaja actualmente el Centro Turístico, el cual es manejado solamente a nivel verbal entre los miembros.



A pesar de contar con dicho organigrama, el Centro Turístico se maneja bajo la siguiente estructura:



Estructura Organizativa del Centro Turístico Puerto San Juan

Sin embargo dentro de ella existe una junta directiva, asesores en diferentes ramas y el apoyo de la Policía Municipal de forma permanente, los cuales no se ven reflejados en dicha estructura.

La Junta directiva formada por representantes de cada uno de los comités y por el administrador realizan asambleas periódicas, siendo las ordinarias cada 3 meses, cada 22 días la directiva y cada 15 o según lo consideren internamente cada comité.

La Junta Directiva se encuentra formada por:

- **El Presidente:** el administrador en representación de la Alcaldía Municipal
- **Un Tesorero:** ocupado por un representante de restaurantes
- **Un Secretario:** puesto ocupado por un representante de artesanías y cafetines
- **Un Síndico:** compuesto por un representante del comité de lancheros
- **Vocales:** formado por tres representantes entre los comités de restaurantes y artesanos.

Esta directiva inicialmente ha sido formada para ejercer por 3 años (en función de un acuerdo municipal). Disponen de asesores en diferentes áreas, sin embargo estos varían en tiempo y área de asesoramiento.

En cuanto a las relaciones entre miembros de la organización, es importante retomar los siguientes aspectos:

- Las relaciones entre miembros del Centro Turístico, se conoce verbalmente y por experiencia.
- Las relaciones se dan internas a cada comité y entre comités con el administrador general del Centro Turístico.
- En general y representando las necesidades del centro se encuentra la Junta Directiva, compuesta por todos los representantes de cada uno de los comités y el administrador.
- La relación interna dentro de cada comité se da de forma natural, en la que los empleados de cada negocio responden a sus empleadores (miembros de los comités). Entre los dueños de los

diferentes negocios afines (comités) han designado a sus representantes ante junta Directiva, es decir conforman una Junta Directiva interna a cada comité la cual está formada por dos personas. Están establecidas en base a las situaciones en que se han ido presentando.

- Se han planteado normas de comportamiento dentro de los comités de Lancheros y el de Restauranteros a partir de problemas y experiencias vividas.

Según aspectos de tecnología y procesos operativos, el Centro Turístico puerto San Juan tiende a una estructura poco compleja desde éste punto de vista. Según los parámetros internos para la definición de la estructura podemos clasificar al Centro Turístico dentro de un entorno Dinámico (el turismo) pero simple (sus características), por ello concluimos en la necesidad de una **estructura Orgánica Centralizada**.

b. Especificación de requisitos básicos para formación o cumplimiento de una estructura organizativa

En el caso del Centro Turístico, existe una pequeña dificultad en la diferenciación entre el Ápice estratégico y la Línea media, ya que siendo una estructura achatada éstas se entre mezclan, debido a que aun cuando el Administrador general es quien representa a la Alcaldía Municipal (quien finalmente toma las decisiones), no es el único que incide acerca de los aspectos estratégicos del centro turístico. Es fundamental que los representantes de los comités y dueños de los negocios se involucren de lleno en ello, debido a la misma exigencia del sector el cual es muy cambiante.

Los elementos más distinguibles en la estructura bajo la cual funciona el Centro Turístico son la línea media, núcleo de operaciones y el Staff. Se puede concluir esto último puesto que planeamiento estratégico básicamente no existe, por lo que no hay una clara representación para el ápice estratégico, cuyo puesto ha sido dejado en manos de la alcaldía por el administrador del centro turístico. Por lo que en la tabla No. 47 se concluye:

<i>ELEMENTO DE LA ESTRUCTURA</i>	<i>ACTUAL</i>
<i>Ápice estratégico</i>	Alcaldía y Junta Directiva
<i>Línea media</i>	Arrendatarios o dueños de negocios
<i>Núcleo de operaciones</i>	Empleados
<i>La tecnoestructura</i>	Organizaciones estatales y ONG´s
<i>Staff</i>	Administrador General y Asesores

Tabla No. 48. Análisis de factores básicos del Centro Turístico.

c. Determinación de aspectos básicos requeridos para la utilización de cualquier estructura

Al identificar o definir una estructura organizativa, se debe tener el cuidado que dicha estructura cumpla internamente con los principios básicos de la organización. La principal información necesaria para la construcción de la estructura organizativa del Centro Turístico Puerto San Juan se presenta en la siguiente tabla:

Tabla No. 49: Información necesaria para la construcción de la estructura organizativa.

TIPO DE INFORMACIÓN	ELEMENTO	ESPECIFICACIÓN		
Unidades	<i>Número de personas dentro de la organización</i>			
	<i>Número de niveles</i>	3		
	<i>Puestos y las plazas de cada puesto</i>	Administrador	1	
		Mantenimiento	2	
		Control de ingresos	total 2 encargados de cobranza	
		Comités	total 6: representantes de comités permanentes	
		Operarios	vendedores (0), meseros (10) y lancheros (17, de los cuales 15 son dueños)	
Asesores	1 para área administrativa			
Relaciones	<i>Órganos y tipo de relación tienen cada uno</i>	Junta directiva	Con toda la estructura	
		Comités de servicios principales	3 comités permanentes: - Comité de restaurantes y cafetines - Comité de lancheros - Comité de artesanías	
		Comités operativos temporales	Se refiere a los comités temporales que se establecen para el desarrollo de los planes o programas y subprogramas o según necesidades de desarrollo de estrategias. Su relación directa está con las áreas que involucran el plan bajo el cual se establezcan dichos comités	
		Asesores y Subcontrataciones	Se relacionan directamente con el administrador principalmente y el área a la cual brindan el servicio.	
Funciones o labores	<i>funciones por unidades</i>	Remitirse a Manual de organización		

ASPECTOS LEGALES DE LA ORGANIZACIÓN

Para obtener una personería jurídica, se reconoce que las asociaciones son más útiles y agilizan trámites legales. En el país, esto se rige bajo las leyes de asociatividad.

b. Comparación entre estructuras básicas

TIPO DE ESTRUCTURA	FACTORES DE SITUACIÓN		PARÁMETROS DE DISEÑO	
	Entorno	Interno	Parte clave de la organización	Mecanismo clave de coordinación
ESTRUCTURA SIMPLE	Simple/Dinámico Hostil	Pequeña joven, tareas simples, control por parte del máximo directivo	Ápice estratégico	Supervisión directa
BUROCRACIA MAQUINAL	Simple/estático	Antigua. Grande, tareas normativas, control tecnocrático	Tecnoestructura	Estandarización del trabajo
BUROCRACIA PROFESIONAL	Complejo/estático	Sistema simple control profesional	Núcleo operativo	Estandarización de habilidades
ESTRUCTURA DIVISIONAL	Simple/estático Diversidad	Antiguas, Muy grandes, Tareas divisibles, Control línea media	Línea media	Estandarización de producciones
ADHOCRACIA	Complejo/dinámico	A menudo joven Tareas complejas control experto	Núcleo operativo Personal de apoyo	Reajustes mutuos
ESTRUCTURA MISIONARIA	Simple/estático	Mediana edad A menudo "enclaves" Sistemas simples Control ideológico	ideología	Estandarización de normas
ORGANIZACIÓN RETICULAR	Dinámico	A menudo joven Control Profesional	Ápice estratégico o personal de apoyo	Trabajo reticular y contratos relacionales

Cuadro No. 36. Configuraciones Organizativas de Mitzberg

Actualmente, debido a las características del entorno, se observa que el tipo de configuración que más se adecua a las características del Centro Turístico es la de **tipo simple**. Sin embargo puede llegar a ser en un futuro una de tipo **Organización Reticular** o una **Adhocrática**.

Desde otro punto de vista, existe una clasificación de estructuras más enfocada a la división del trabajo y tamaño de las operaciones, la cual se muestra en la **tabla No. 50**²²:

TIPO DE ESTRUCTURA	DESCRIPCIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
E. Simple	No tiene estructura formal. Común a negocios pequeños.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Una sola persona puede asumir todas las responsabilidades de dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Puede funcionar eficientemente hasta cierta dimensión según naturaliza de la empresa
E. Funcional	Basada en tareas primarias. Requieren mayor cooperación entre las diferentes funciones, no pueden confiar en cadenas verticales de toma de decisiones demasiado largas.	<ul style="list-style-type: none"> ○ El ejecutivo principal en contacto con todas las operaciones ○ Reduce/ simplifica los mecanismo de control ○ Clara definición de responsabilidades ○ Especialistas en el nivel directivo medio y alto 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Los altos directivos sobrecargados con materias rutinarias ○ La alta dirección descuida las cuestiones estratégicas ○ Dificultad para afrontar la diversidad ○ Coordinación difícil entre funciones ○ Fallos de adaptación
E. Multidivisiona I	Se encuentra subdividida en unidades. Se pueden formar en base a productos, servicios, áreas geográficas o procesos de la empresa. Surge la división como un intento de solventar problemas que la funcional tiene frente a la diversidad.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Concentración en áreas de negocio ○ Facilidad de incorporación y abandono de unidades ○ Facilita la atención a la estrategia de los altos directivos ○ Estimula el desarrollo de la dirección general 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Posible confusión sobre asignación de responsabilidad ○ Conflicto entre divisiones ○ Bases de inter-comercio ○ Costoso ○ Las divisiones crecen demasiado ○ Complejidad de coordinación si existen demasiadas divisiones
E. Holding	Consiste en participaciones en diversos negocios de funcionamiento independiente, sobre los que se ejerce poco o ningún control. Por sí sola gestiona una cartera de unidades de negocio virtualmente autónomas. Forman parte de una compañía matriz, pero con las unidades de negocio funcionen independientemente y manteniendo incluso los nombres originales de sus compañías. El personal y los servicios de la sede central del grupo puede que sean muy limitados. La característica esencial diferenciadora es el grado de autonomía de las unidades del negocio, concretamente a las decisiones estratégicas.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bajos gastos generales centrales ○ Compensación de pérdidas entre las unidades individuales ○ Disponibilidad de financiación más barata para las unidades individuales ○ Diversificación del riesgo de la compañía "holding" ○ Facilidad de abandono de la compañía "holding" ○ Facilita la delegación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Riesgo de abandono de las unidades de negocio por parte de la compañía "holding" ○ No disponibilidad de habilidades a nivel de grupo para apoyar negocios individuales ○ Falta de sinergia ○ Dificultades de control centralizado

²² Según Jonson, Ferry y Scholes Kevan en su libro "Dirección estratégica, análisis de la estrategia de las organizaciones".

<p>E. Matricial</p>	<p>Es una combinación. Normalmente asume la forma de divisiones por productos y geográficas, o de estructuras funcionales y divisionales. Se adoptan normalmente porque existe más de un factor en torno al cual se puede construir una estructura, con lo que la pura estructura divisional sería inadecuada. En algunas organizaciones la estructura matricial refleja más de dos dimensiones. Se encuentra en organizaciones tanto grandes y complejas como pequeñas y muy frecuentemente en organizaciones de servicios profesionales. Estas estructuras suponen mejorar la calidad de la toma de decisiones en situaciones donde existe el riesgo de que un interés vital de la empresa domina la estrategia a costa de otros intereses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ La calidad en la toma de decisiones cuando hay conflicto de intereses ○ El contacto directo reemplaza a la burocracia ○ La motivación de la dirección crece ○ Desarrollo de directivos a través de una mayor involucramiento en las decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mayor cantidad de tiempo para la toma de decisiones ○ Responsabilidades de puestos y tareas poco claras ○ Responsabilidades de costes y beneficios poco claros ○ Alto grado de conflicto ○ Dilución de prioridades ○ “Burocracia progresiva”
----------------------------	---	---	---

Tabla No. 50. Configuraciones de estructuras Organizacionales.

c. Selección de estructura más adecuada

Según las partes anteriores, actualmente **se adapta la estructura Simple**. Sin embargo las exigencias del sector turístico, tan cambiante, orientado a los clientes y sus demandas, necesitado de rápida adaptación a los cambios y a crear una diferenciación que vuelva competitivo a la empresa a través de la innovación permanente, obliga a pensar a un futuro de mediano plazo, considerando una combinación de las estructuras **Adhocrática** (caracterizada por la división del trabajo sin estandarización de puestos y un nivel de autoridad descentralizada para una mayor rapidez en la toma de decisiones) **o** la **Reticular** (Trabaja en forma de red, en la cual sus características principales son la flexibilidad, adaptabilidad y creatividad.). Sin embargo una combinación se apega mejor a las necesidades del Centro Turístico. Esto debido a las características de ambas.

FORMA LEGAL:

A continuación en el **cuadro No. 39** se muestran las características principales de las diferentes formas legales existentes en el país.

CARACTERÍSTICAS	ASOCIACIONES	SOCIEDADES	COOPERATIVAS
Inscripciones formales	Ministerio de Gobernación y Seguridad	Registro de Comercio	INSAFOCOP
Instancias en las que se requiere su registro	Alcaldía Municipal	Alcaldía Municipal, Dirección de Estadísticas y Censo, Seguro Social	Alcaldía Municipal
Documento de constitución	Escritura pública, necesita notario	Escritura pública, necesita notario	Acta de constitución, no necesita notario
Leyes que regulan su funcionamiento	Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro	Código de Comercio	Ley de Asociaciones Cooperativas
Capital Social	Relacionada al número de miembros y de la decisión de aportar (mínimo \$114.28)	Mínimo \$11,428.57 (25% como capital pagado) excepto las colectivas y las comanditas simple en donde no existe el mínimo	No existe el mínimo
Número mínimo de miembros	15	2	15
Número máximo de miembros	indefinido	La junta de accionistas lo determina	indefinido
Formas de cuotas	Membresía	Acciones	Aportaciones
Distribución de utilidades	No hay	Sobre la base de capital accionario	Sobre la base de aportaciones y/o trabajo, uso de prestaciones
Obligaciones contables	Libros contables, Informe anal, Auditoria externa	Contabilidad formal, informe semestral y Auditoria externa	Contabilidad formal, Informe anual, Auditoria externa

Cuadro No. 37. Comparación de las diferentes formas legales existentes en el país.

d. Identificación de recursos necesarios y determinación de la relación entre éstos

Una herramienta que permite presentar la relación entre los recursos de la organización formalmente es el **Manual Organizativo** o de organización. Es a partir de ellos que se muestra las relaciones de autoridad, recurso humano involucrado en los diferentes procesos y sus funciones dentro de la organización, la base legal sobre la cual se fundamenta las relaciones y los objetivos de las unidades existentes. Finalmente toda esta información se presenta formalmente por escrito.

e. Especificación de los pasos necesarios para la implantación de la estructura propuesta y recomendaciones de mantenimiento

En la propuesta de Estructura organizativa, dentro del apartado C se desarrolla un manual administrativo general, el cual considerando la naturaleza y características de la organización resulta de mayor conveniencia el desarrollo de un Manual de Organización. Para ello se debe establecer primero el organigrama, definir aspectos legales necesarios, la información relacionada a las relaciones entre miembros

del Centro Turístico y aspectos generales de la organización. A continuación se realizan algunas especificaciones sobre las funciones y las bases legales específicas del Centro Turístico.

Es necesario tener claro:

- Cantidad de personal
- Funciones
- Actividades
- Relaciones
- Forma de comunicación interna
- Procedimientos

PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

A. ESTRUCTURA GENERAL

ESTRUCTURA ACTUAL: *estructura Orgánica Centralizada de tipo simple*

ESTRUCTURA PROPUESTA: *Reticular y Adhocrática*

ESTRUCTURA GENERAL: *Holding*

<i>ELEMENTO DE LA ESTRUCTURA</i>	<i>SUGERIDO</i>
<i>Ápice estratégico</i>	Junta Directiva, Administrador General
<i>Línea media</i>	Arrendatarios o dueños de negocios
<i>Núcleo de operaciones</i>	Empleados
<i>La tecnoestructura</i>	Organizaciones estatales, Alcaldía y ONG´s
<i>Staff</i>	Asesores

Forma Legal de la organización: Asociación de Cooperativas (de servicios turísticos: transporte, servicios de alimentación y ventas diversas)

En el Anexo 17 se presenta el manual de organización, en el cual se presenta la principal información del Centro Turístico.

1. NOMBRE DEL PROGRAMA:

Logística.

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

Al desarrollar este programa se busca optimizar los recursos del Centro Turístico Puerto San Juan, especialmente en el aspecto de adquisiciones y en el manejo de los insumos, ya que al realizar las compras de manera conjunta todos los miembros o puestos que integran el Grupo Empresarial Puerto San Juan se reduciría los costos en compras y en transporte de insumo.

Es por ello que dentro de este programa se desarrolla una propuesta que permita que la adquisición y el Manejo de los insumos se realicen de manera adecuada; dentro del primero se busca integrar a los diferentes miembros para que realicen las compras de manera integrada, buscando la reducción de los precios por compra de grandes cantidades de insumos y en el otro caso se encuentra dirigido para el buen manejo y distribución de los insumos; reduciendo los costos debidos al transporte.

3. OBJETIVOS.***Objetivo General.***

☞ *Establecer un proceso para la adquisición y manejo de los insumos de manera eficiente, en busca de reducir los costos en los que incurre los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan.*

Objetivos Específicos.

☞ *Integrar el proceso de compras para reducir los costos de adquisición de insumos.*

☞ *Diseñar un proceso para efectuar las compras de insumos para las diferentes comisiones que conforman al Puerto San Juan.*

☞ *Efectuar un manejo y distribución de los insumos de manera efectiva, que satisfaga las expectativas de los miembros de las comisiones del embarcadero y a la vez reduzca los costos de transporte.*

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

Con este programa se busca cubrir las todas las áreas que forman al Grupo Empresarial Puerto San Juan, ya que se integrarán los actuales procesos de compras y manejo de los insumos que son utilizados con el fin de reducir los costos en los cuales se incurre.

5. ACTIVIDADES.

5.1 Descripción de las actividades.

Para el desarrollo de este programa se ha subdividido en dos fases, la cual estará comprendida por la parte de las adquisiciones y el manejo de los insumos; a continuación se describen cada una de estas partes para una mejor comprensión de la propuesta.

A. Adquisición de insumos.

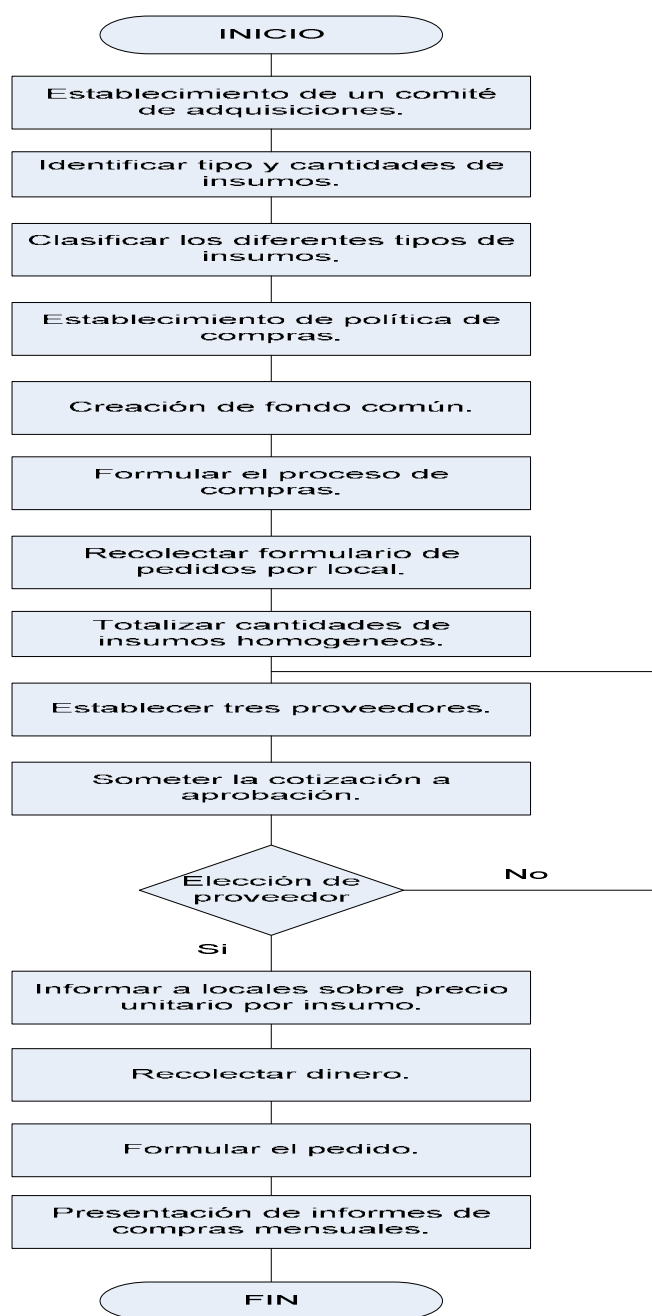
Se contempla dentro de éste, la manera de cómo las comisiones han de efectuar las compras para reducir los costos por la adquisición de grandes cantidades de insumos.

B. Manejo y distribución de los insumos.

Luego de efectuar las compras de forma integrada es necesario que los insumos se distribuyan de manera correcta a los diferentes puestos, para que el proceso de compras sea transparente y reducir los costos por transporte. Por lo que dentro de esta parte se describirá una secuencia de pasos para el manejo de los insumos y la forma como estos se transportaran desde los proveedores hasta el Centro Turístico; así como se efectuara la distribución de estos a los distintos puestos.

5.2 Diagrama de relación de las actividades.

En el flujograma que a continuación se presenta muestra las diferentes actividades de cada una de las partes que conforman el programa, proporcionando una perspectiva de cómo se ha de desarrollar la secuencia de pasos para lograr integrar las compras y el manejo de los insumos.



FLUJOGRAMA DE DESARROLLO PROGRAMA A.3			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Organizacional		
PROGRAMA	Logística		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Un comité de adquisiciones que se encargue de efectuar las compras para las diferentes comisiones que conforman el Centro Turístico.
- ⇒ Una integración de las compras de insumos el cual reduzca los costos por adquisición de cantidades grandes de insumos.
- ⇒ Políticas que regulen las compras y que faciliten el proceso de adquisición.
- ⇒ Mayor rentabilidad para cada uno de los puestos (locales y lancheros) por la reducción de los costos por adquisición e insumos de mejor calidad.
- ⇒ Incentivar las compras de insumos a nivel del municipio de Suchitoto, para promover el desarrollo local.
- ⇒ Que el manejo de los insumos sea adecuado evitando deterioros y pérdidas por el mal manejo y la falta de un buen embalaje.
- ⇒ Reducción en los costos de transporte de los insumos desde el proveedor hasta el Centro Turístico, mediante una efectiva selección del transportista.
- ⇒ La distribución de los insumos ordenada e imparcial, para evitar conflictos entre miembros de los comités.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para que se ejecute de manera efectiva la propuesta se ha de considerar que debe pasar un periodo de tiempo de seis meses a un año. Se recomienda un periodo de prueba de los procesos de compra y distribución (prueba piloto de 3 meses) con determinado grupo de locales y luego se expanda a todos los demás.

PROPUESTA

En busca de la reducción de los costos de adquisición de los insumos comunes para cada una de las comisiones se establece propone:

- ☒ Efectuar una clasificación de los insumos que se utilizan cada una de las comisiones para la prestación de los servicios.
- ☒ Instituir un proceso de adquisición de los principales insumos que consumen cada una de las comisiones; los cuales se puedan adquirir en forma integrada, en busca de reducir los costos por adquisición.
- ☒ Establecer las políticas para la adquisición de insumos.

Para llevar a cabo cada una de estas partes se hace necesario realizar las siguientes actividades; las cuales se desarrollan posteriormente:

1. Establecimiento de un comité de adquisiciones.
2. Identificar los tipos y cantidades de insumos requeridos.
3. Clasificar los diferentes tipos de insumos requeridos.
4. Establecer una política de adquisiciones.
5. Creación de un fondo común.
6. Formular un proceso de compras.
7. Presentación de informe.

Parte I: Adquisición de insumos de manera integrada.

1. *Establecer un comité de compras que este integrado por miembros de cada una de las comisiones, el cual se encargue de la adquisición de los insumos.*

Se ha de formar un comité de compras el cual ha de estar conformado por personas de las diversas comisiones del Grupo Empresarial Puerto San Juan, con el objetivo de canalizar las compras de los diferentes tipos de insumos comunes que sean necesarios por cada uno de estas comisiones. Dicha comisión ha de tomar las decisiones de donde comprar, a que precio y la calidad de los insumos. Se establece la siguiente propuesta de cantidad de miembros para este comité:

- a) Comisión de Lancharos: Se propone que el comité de compras de esta comisión esté conformado por 3 personas pertenecientes a esta comisión. Estos tienen la obligación de rendir cuentas a la comisión de compras, estableciendo un balance mensual de los ingresos y gastos que se ha presentado, las futuras adquisiciones y la cantidad de dinero que ingresa, por lo que se ha de elaborar presupuestos de gastos mensuales. También estos son los encargados de la búsqueda y mejora de precios de los insumos con los diferentes proveedores; antes de efectuar cada compra estos individuos han de seguir el proceso general de compras el cual se detalla mas adelante.
- b) Comisión de Restaurantes y chalet: se considera que la cantidad de personas que debe integrar el comité de compras para esta comisión ha de ser 5 miembros; los cuales deben de pertenecer a los restaurantes y a los chalet, se considera esta cantidad debido a que es uno de las comisiones que requiere mayor cantidad de insumos de diferentes tipos. Estos miembros se encargarán del proceso de compras de insumo de uso común y se establece esto debido a que entre ellos se presenta una gran diversidad de insumo requerido, los cuales varían de local a local. Este ha de rendir cuentas a los miembros de la comisión de compras en forma mensual, presentando un informe general, facturas de adquisición y registro de los ingresos.

- c) Comisión de artesanías: para conformar la comisión de compras se han de tomar a 3 personas de esta comisión las cuales serán las encargadas de efectuar las compras; dentro de este se contemplara a los diferentes chalet que se dediquen a la comercialización de artesanías y ropa de tipo artesanal; este será el encargado de efectuar las compras de artículos comunes por cada local, con el objetivo de buscar nuevos proveedores tanto dentro del municipio como en las diferentes partes del país. Estas personas han de rendir cuentas al comité de compras y debe de presentar informes de manera mensual a través de un informe general, facturas de adquisición y registro de ingresos.

Todas estas personas conformaran el comité de compras generales del centro turístico Puerto San Juan, además de ellos se tomara en cuenta al administrador y una persona del área administrativa la cual estará encargara de efectuar compras de insumos para la manutención del centro turístico, esto con el objetivo de efectuar las adquisiciones de los insumos necesarios para el mantenimiento que se les dará a las instalaciones. Este comité estará integrado por 13 personas, que tomaran las decisiones de compra para las diferentes comisiones que conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan; los cuáles ha de rendir cuentas de manera mensual a cada una de las comisiones esto con el objetivo de que todos se encuentren enterados de los gastos que se efectúan por la manutención del lugar y de los gastos por adquisición de los diversos insumos; presentando un balance general, las facturas de adquisición y los comprobantes de ingresos; así como también el programa general de mantenimiento de las instalaciones y las futuras compras de insumo para cada comisión.

La decisión final de compra será tomada por el comité general de compras el cual se reunirá una vez por semana para evaluar que insumos que se van a comprar y seguir con el proceso general de compras el cual se detalla mas adelante. Esta reunión se estima que tenga un periodo de tiempo de una hora para el establecimiento de los diferentes lugares donde han de efectuar las compras y estará presidida por el presidente del comité general de compras, el cual ha de estar conformado por un presidente, secretario, tesorero y gestores de compras. Se detallarán que insumos son los requeridos por cada comisión, la cantidad de estos, los precios unitarios y totales, los proveedores y la calidad de cada uno de los insumos; luego de haber efectuado esta reunión cada uno de los representantes de las comisiones trasmitirá a los diferentes miembros (interesados) las decisiones de compra.

2. *Identificar los tipos y cantidades de insumos que se utilizan en la prestación de los servicios dentro del Centro Turístico.*

Para realizar la identificación de los insumos que se requieren dentro de cada una de las comisiones se ha de efectuar una lista de insumos, la cual se pasara en cada una de los locales, los cuales han de señalar el insumo que utilizan de manera común, así también las cantidades que utilizan cada uno de ellos para la prestación de los servicios; en la lista se ha de colocar un aproximado de las cantidades que se consumen

en un determinado tiempo, de modo que esto sirva como base para establecer los niveles de compra. Para ello se ha diseñado el siguiente formulario el cual se muestra en la figura No. 3 para cada uno de las comisiones debido a que cada cual utiliza insumos de diferentes clases, en el cual se recoge información acerca de los principales artículos que se consumen:

FORMULARIO DE REQUISICIÓN.

Comisión: _____

Fecha: _____

Nombre de puesto : _____

Recolector: _____

No.	INSUMO	CANTIDAD	PROVEDOR	OBSERVACIONES

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO

RESPONSABLE DEL PEDIDO

Figura No. 26. Formulario de requisiciones.

3. *Clasificar los diferentes insumos que son utilizados por cada una de las comisiones que desarrollan sus labores dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.*

La clasificación de los insumos utilizados es la siguientes: productos perecederos (que sirven solo por períodos cortos de tiempo) y no perecederos (que no se arruinan o se deterioran muy lentamente con el paso del tiempo).

4. *Establecer una política de adquisiciones y de calidad de los insumos.*

Para efectuar de manera sistemática y ordenada las adquisiciones de los insumos dentro del centro turístico sean de establecer políticas que lo rijan y se efectuó este proceso con transparencia; por lo que a continuación se establece los literales que se presentan a continuación.

- a) Se dará prioridad a los proveedores que proporcionen menores precios de los insumos y que estos sean de calidad (la cuál será evaluada por los miembros de la comisión de compras).
- b) Considerar a los proveedores que proporcionen créditos y permitan los periodos largos para cancelación de facturas.
- c) Para la realización de las compras se ha de considerar de tres a cinco cotizaciones de proveedores; según el tipo de insumo a adquirir, para someterlas al proceso de compra.
- d) Para efectuar las compras tendrán mayor relevancia los proveedores que proporcionen mayor periodo en garantía y mantenimiento cuando los insumos lo requieran.
- e) Proveedores que posean entrega a domicilio.
- f) Se buscarán proveedores que en su mayoría sean del municipio, para proporcionar un desarrollo local.
- g) Los locales proporcionarán información acerca de los incrementos o disminuciones en lo que respecta al consumo de los insumos; por el establecimiento de fluctuaciones en las compras.
- h) Las facturas de insumo que sean de crédito se han de cancelar en el periodo establecido por el proveedor.
- i) Cada una de las compras realizadas han de poseer un comprobante (factura) que sirva de registro de las compras, el cual será presentado el día en que se rinda informe a las comisiones.
- j) Se presentara mensualmente un informe sobre las compras realizadas en ese periodo, con sus respectivos comprobantes.

5. *Creación de un fondo común.*

Para efectuar las compras es necesario que se tenga recursos monetarios, por lo que se hace indispensable crear un fondo común de compras, el cual estará basado en la cantidad total de productos a comprar, el precio de estos insumos y los requerimientos de cada local. Este fondo común se recolectara a los dos días como máximo, después de haber recogido los formularios de pedidos, la recolección del dinero se ha de realizar bajo una cotización en la cual especifica la cantidad de insumo, el tipo de insumo, el precio unitario y el precio total; por lo que se ha de calcular el monto que ha de cancelar cada local según la cantidad requerida de cada tipo de insumo solicitado. En caso de que el proveedor acceda a brindar crédito, el monto a cancelar se ha de recolectar una semana antes del periodo de vencimiento de este, con el objeto de que las facturas sean cancelada a tiempo y poseer un record crediticio bueno con los proveedores y con esto buscar reducciones de precio por pronto pago.

6. Establecer el proceso de compra de los insumos.

Para realizar las compras de los insumos de las diversas comisiones se ha de seguir el proceso que a continuación se detalla:

- a) Recolectar los formularios de pedidos por local. Cada uno de los miembros de las comisiones (Lanchero, Restaurantes / Chalet, Artesanías) poseerá el formulario que se muestra en la **figura No. 27**, en el que se detalla el tipo de insumo que se requiere, la cantidad, el nombre del puesto o lancha, el nombre del propietario, la fecha, una propuesta de proveedor y firma del responsable de efectuar el pedido.

HOJA DE REQUERIMIENTO DE INSUMOS.

Comisión: _____ Fecha: _____

Nombre de puesto : _____ Recolector: _____

No.	INSUMO	CANTIDAD	PERIODO DE CONSUMO	PROVEDOR	PRECIO DE ADQUISICION

OBSERVACIONES: _____

FIRMA DEL PROPIETARIO

Figura No. 27. Formulario de requerimiento de insumos.

Este formulario llenará uno o dos días a la semana, según se haya establecido por el comité general de compras, basados en el volumen y el tipo de insumo a comprar por cada una de las comisiones.

- b) Totalizar las cantidades de insumo según tipo. Con los formularios se procede a sumar todos los insumos para establecer el total a comprar por insumo.

- c) Buscar por lo menos tres proveedores y cotizar los insumos. Tomando como base el total de cada uno de los tipos de insumos se procede a buscar por lo menos a tres proveedores y a obtener cotizaciones, en las cuales se ha de detallar el precio unitario, el nombre del proveedor, dirección y datos generales de estos. Para realizar la elección del proveedor se ha de considerar que estos se encuentren cercanos unos de otros para reducir los costos de transporte de los insumos.
- d) Someter la cotización para aprobación. Para poder efectuar las compras se debe de someter ha consenso y aprobación por el comité de adquisiciones, tomando como criterio la calidad de los insumos y el precio unitario de cada uno de ellos.
- e) Informar a todos los locales o entes sobre el precio unitario de los insumos. Con la aprobación y el establecimiento donde se efectuara la compra; se procede a informar a todos los locales sobre el precio unitario de los insumos, acompañado con la cantidad de insumos que han solicitado; estableciendo el monto total de la compra para cada local.
- f) Recolectar dinero. Para este efecto se utilizara el recibo que se muestra en la **figura No. 28**.

Nombre del Local :

Fecha :

Nombre de colector :

Tipo de insumo	Cantidad de insumos	Precio	Total
Total			

Sello y firma de Comité de adquisiciones

Figura No. 28: Recibo de pago por adquisición de insumos.

- g) Redactar el pedido y efectuarlo. Se procede a la redacción del pedido en el formulario que se presenta en la figura No. 7, en el cual se especifica el monto total del pedido, montos parciales

según puestos²³, la fecha en que se realiza el pedido, lugar donde se efectuar la compra de los insumos, la cantidad de insumos a adquirir y el encargado de efectuar la compra.

FORMULARIO DE PEDIDOS.

Comisión: _____ Fecha: _____
 Nombre de puesto : _____ Recolector: _____

No.	INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PROVEDOR

OBSERVACIONES: _____

 Sello y firma de comité de adquisiciones

Figura No. 29. Formulario de pedidos.

- h) Registro de compras. Se llevará un registro en una base de datos sobre la cantidad, precios unitarios, proveedor y fecha en que se adquirió cada insumo esto como un registro y al mismo tiempo para efectuar posteriormente aplicar algún tipo de estadístico para efectuar las compras de una manera más rápida y efectiva.
- i) Realización de la compra. Con la orden de compra autorizada por el comité de adquisiciones y con el dinero se procede a efectuar las compras con los proveedores seleccionados; sea de tomar en cuenta al momento de la selección de éstos que se encuentren cercanos unos de los otros para que se reduzca los costos de los fletes.
- j) Informe a presentar mensualmente. Al final de cada mes el comité de adquisiciones es el responsable de presentar un estado de resultados de las compras realizadas en dicho mes y proporcionar una copia a cada una de los puestos, esto con el objetivo de tener una mayor

²³ Se entenderá como puestos también a los propietarios de las lanchas.

transparencia en el manejo de los fondos monetarios del Centro Turístico; al igual que trimestralmente se presentará un balance general a la Junta Directiva del Centro Turístico sobre todas las compras efectuadas en ese periodo.

Parte II: Transporte, manejo y distribución de insumos.

Dentro de esta parte se encontrara la manera como se transportará, manejarán y distribuirán los insumos dentro del Centro Turístico Puerto San Juan luego de haber efectuado las compras de forma integrada; por lo que es importante crear un proceso de transporte, manejo y distribución de insumos adecuado. Se han formulado una secuencia de pasos de cómo se hará llegar los diferentes insumos hasta cada uno de los locales, con esto se busca una reducción en los costo y tiempo en lo que respecta al transporte y abastecimiento de los insumos. Para esto se establece:

- Elaborar una propuesta que reduzca los costos por trasportar los insumos desde los proveedores hasta el Centro Turístico.
- Establecer una secuencia de pasos para el eficiente manejo de los insumos.
- Facilitar la distribución de los insumos entre los diferentes locales que efectúen las compras de manera integrada.

Para llevar acabo cada una de estas partes se hace necesario realizar las siguientes actividades; las cuales se desarrollan a continuación:

1. Designar un local para guardar los insumos y para efectuar la distribución. A los miembros del comité de adquisiciones se les ha de asignar un local donde se guarden los insumos y se realice la distribución a los diferentes puestos o locales; este ha de encontrarse provisto de nevera, refrigeradora y una serie de compartimientos en los cuales se colocaran los insumos.
2. Contratación del transporte. Para contratar el transporte que llevara los insumos desde el proveedor hasta el Centro Turístico se han de considerar lo siguiente:
 - a) Selección del medio de transporte a utilizar según sea el insumo así a de ser el medio de transporte a utilizar, aunque generalmente se utilicen Pick Up; pero se han de considerar otros medios de transporte que pueden ser considerados mas económicos.
 - b) Cotizar por lo menos tres transportistas para que efectúe el viaje.
 - c) Seleccionar y contratar al transportista que posea un costo mas bajo por flete y en medio de transporte en buen estado.

3. El manejo de los insumos. Para realizar el manejo de los insumos se hace necesario tomar muy en cuenta el tipo de insumo que se transportara y la distancia en la que se transportara; por lo que se establece a continuación una serie de propuestas basadas en el tipo de insumo a manejar:
 - a) Vegetales y verduras; este tipo de insumo se pueden manejar en jabsas o redes dependiendo como el proveedor los posea y las cantidades a adquirir, llevándolos ya sea en una carretilla o pagando cargadores; el medio de transporte que se puede utilizar es un Pick Up.
 - b) Carnes, pollo, embutidos, pescados, etc.; insumos que se pueden arruinar al realizar su transporte su manejo se puede realizar en hieleras o barriles seccionados a la mitad con hielo, los cuales han de estar bien cubiertos.
 - c) Artesanías y otros insumos delicados, estos requieren un manejo especial debido a que muchos de ellos tienden a deteriorarse con facilidad, por lo que se debe efectuar una clasificación entre frágiles y no frágiles (los que resisten golpes leves), entre los frágiles se consideran los que no resisten golpes leves, los cuales se tienden a quebrarse; estos se envolverán en páginas de papel y luego se colocaran en cajas de cartón las cuales se sellaran con cinta adhesiva, colocándole un rotulo de frágil; los no frágiles se colocaran en cajas de cartón y luego se han de sellar con cinta adhesiva; otros productos dentro de esta clasificación se pueden manejar en bolsa.
 - d) Combustible para lancha, este se ha de transportar en barriles los cuales se han de encontrar sellados; se transportaran en pick up y se debe de considerar que cuando se transporte éste se debe poseer un extintor.
 - e) Repuestos y otros materiales, para el manejo de estos se debe considerar el tamaño, el tipo y el envoltorio que posea de fabrica, para establecer la mejor forma de manejarlos y transportarlos.

En estas categorías se trato de cubrir la mayor cantidad de insumos de uso común entre los locales y puestos que conforman el Centro Turístico, aunque pueda que se hayan dejado ciertos insumos fuera de ésta pero pueden manejarse de alguna de estas formas.

4. Distribución de los insumos. La distribución de los insumos a los diferentes locales es la parte más importante y que presenta un mayor grado de dificultad; porque puede generar un conflicto entre los distintos dueños de los locales debido a la variación de la calidad de los insumos, es por ello que la calidad y tamaño de estos ha de ser similares para evitar cualquier tipo de conflicto (esto especialmente en el caso de los restaurantes y chalet; lo cuales utilizan vegetales, frutas, u otros que presentan variabilidad en ellos). Es por eso que se establece el siguiente procedimiento:

- a) Cada local debe demandar un representante para recoger los insumos que ha adquirido.
 - b) Para reclamar los insumos es necesario que presente el recibo de cancelación, en este se ve reflejado la cantidad de insumos requeridos por el local, este será sellado de entregado y firmado por la persona que entrega los insumos.
 - c) La persona que recoge los insumos debe de firmar un libro de control de entrega, en el cual acepta los insumos recibidos y con esto no se permite efectuar reclamos debido a que acepto los insumos; además se sella y firma el recibo haciendo constar que ya se le han entregado sus respectivos insumos.
 - d) La entrega se efectuar de manera ordenada según el numero que posee el recibo, esto con el objeto de evitar cualquier desorden que pueda ocasionar dificultades en la entrega.
 - e) Las personas encargadas de la distribución previa entrega han de formar los paquetes, según los pedidos efectuados por los locales de cada comisión. Estos paquetes deben contener la cantidad solicitada y los insumos de igual calidad (distribuidos uniformemente) para todos los locales sin ningún tipo de preferencias.
 - f) Los pedidos serán entregados por el presidente del comité de adquisiciones y el secretario, previa a la entrega cada una de las personas que reciba el paquete debe de revisarlo y contar la cantidad solicitada.
 - g) La entrega ha de realizarse lo más rápido y eficiente posible.
5. Presentar informe, luego de haber efectuado la entrega se debe redactar un informe acerca de cómo se efectuó la entrega, el tiempo que se tardó en realizar esta, los problemas presentados, registro de quien realizó el flete, el precio de este, el nombre y teléfono del transportista

PLAN B

MANTENIMIENTO

1. DESCRIPCIÓN:

El **Plan de Mantenimiento** del Centro Turístico Puerto San Juan es un instrumento técnico – administrativo que permite orientar las labores y acciones que, en forma periódica o extraordinaria, deberán efectuarse con la finalidad de mantener en perfecto estado de funcionamiento cualquier tipo de instalación susceptible a sufrir desperfectos por el paso del tiempo, para lograr una eficiente operación y con esto satisfacer de la mejor forma las diversas necesidades de los turistas que lo visitan.

El mantenimiento no sólo implica realizar acciones de prevención sino también se presentan casos en que existirá la necesidad de reparar y de reemplazar obras o equipos. De acuerdo a lo anterior, los tipos de mantenimiento que serán utilizados dentro del Centro Turístico son el **Mantenimiento preventivo**, el cual se realizará rutinariamente para evitar daños y mantener la infraestructura y los activos del Puerto San Juan en óptimas condiciones; y el **Mantenimiento Correctivo**, el cual se llevará a cabo para que las obras afectadas recuperen su capacidad original en respuesta a una falla de éstas. Estos tipos de mantenimiento permiten en conjunto alcanzar el objetivo de mantener en condiciones de operatividad las estructuras civiles y los principales activos de la empresa contemplando el momento más oportuno de su ejecución así como el costo que demanda.

La construcción de nuevas obras dentro del sistema debe entenderse como acciones de mejoramiento y no como mantenimiento.

2. OBJETIVO

Objetivo General.

∞ *El presente Plan de Mantenimiento es instrumento técnico que ayudará a los miembros del Centro Turístico Puerto San Juan a planificar las actividades de mantenimiento de sus instalaciones físicas definiendo necesidades, responsabilidades, oportunidades, costos y prioridades y así elaborar el Plan Anual de Mantenimiento.*

Objetivos Específicos.

- ∞ *Diseñar los formatos necesarios para la programación y realización de las diferentes actividades de mantenimiento preventivo de las instalaciones, infraestructura y equipo del Centro Turístico Puerto San Juan.*
- ∞ *Detallar mediante un inventario la cantidad de elementos dentro del Centro Turístico a los cuáles se les brindará mantenimiento.*
- ∞ *Definir cuáles son las actividades básicas de mantenimiento a ser llevadas a cabo y la periodicidad con la que se realizará cada una de ésta.*
- ∞ *Definir cuáles son los recursos y las cantidades necesarias para que las actividades de mantenimiento sean desarrolladas.*

3. JUSTIFICACIÓN

Para un buen funcionamiento de una instalación turística y una correcta utilización de ésta por parte de los visitantes y clientes se requiere que la misma se encuentre en condiciones convenientes para su uso. Para asegurar la prestación de un servicio de calidad, el equipo utilizado debe encontrarse en condiciones que permitan cumplir con las expectativas del cliente.

En el caso particular de la comisión de lancheros, a continuación se presenta en el cuadro No. 5 la cuantificación de los paros actuales por servicios correctivos de mantenimiento y los costos en los que se incurren por ello, solamente expresados en ingresos por costo de oportunidad, y que deben ser disminuidos a partir de éste plan (ver porcentaje de reducción en resultados esperados).

ESPECIFICACIONES	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
PROMEDIO PAROS ANUALES	Cantidad promedio de fallos de equipo que han requerido mantenimiento correctivo	24 (2 al mes)
TIEMPO PROMEDIO DE PAROS	Tiempo promedio en que el equipo no brindó servicio por encontrarse en reparaciones no programadas	1 día
PROMEDIO DE SERVICIOS NO BRINDADO	Promedio de viajes no realizados.	5
INGRESO PROMEDIO POR SERVICIOS (VIAJES EN LANCHAS)	Ingreso promedio recibido a por cada viaje realizado en lancha, con fines de calcular el costo de oportunidad.	30
TOTAL DE COSTOS	PROMEDIO DE SERVICIOS NO BRINDADO x INGRESO PROMEDIO POR SERVICIOS	\$3600

Cuadro No. 38. Paros por servicios de mantenimiento comisión de lancheros.

Tratándose de actividades de mantenimiento, y en especial, de una empresa dedicada a la prestación de servicios, como lo dice Salih O. Duffuaa²⁴ “**el producto del mantenimiento es difícil de medir y cuantificar**”. Aún con ésta limitante, los principales resultados esperados son:

- Reducción en los costos de transporte de insumos y repuestos. Al tener un stock de los principales insumos y repuestos se espera reducir el número de viajes para realizar la compra de éstos.
- Mejora de la calidad de los servicios prestados, gracias al adecuado funcionamiento de los equipos.
- Equipo funcionando de mejor forma a lo largo de su vida útil. A pesar de no poder aumentar la vida útil de un equipo, el mantenimiento preventivo logrará que la forma en que éste funciona sea óptima a lo largo de ésta, aumentando la confiabilidad de las lanchas.
- Aumentar la satisfacción de los clientes. Esto gracias a la reducción de posibles tiempos muertos, evitando el mal estado de las instalaciones, mejorando la calidad del servicio e incrementando la productividad gracias al buen funcionamiento de los equipos.

²⁴ “Sistemas de mantenimiento, planeación y control, 2006.”

Se pretende que con el presente plan de mantenimiento se logre reducir los paros de lanchas por desperfectos en un 80% anual, lo que, visto desde el punto de vista de costos de oportunidad, la cantidad de pérdidas por paros pasa de ser de \$3600 a \$750. Como se muestra en el cuadro No. 41.

ESPECIFICACIONES	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
PROMEDIO PAROS ANUALES	Cantidad promedio de fallos de equipo que han requerido mantenimiento correctivo	5
TIEMPO PROMEDIO DE PAROS	Tiempo promedio en que el equipo no brindó servicio por encontrarse en reparaciones no programadas	1 día
PROMEDIO DE SERVICIOS NO BRINDADO	Promedio de viajes no realizados por paro	5
INGRESO PROMEDIO POR SERVICIOS (VIAJES EN LANCHAS)	Ingreso promedio recibido por cada viaje realizado en lancha, con fines de calcular el costo de oportunidad.	30
TOTAL DE COSTOS	PROMEDIO DE SERVICIOS NO BRINDADO x INGRESO PROMEDIO POR SERVICIOS	\$750

Cuadro No.39. Reducción de costos de oportunidad por servicio de mantenimiento.

Comparado con los actuales \$3600 que en promedio la comisión de lancheros deja de ganar a causa de los paros de las lanchas por falta de un plan de mantenimiento preventivo, el aumento en los ingresos por viajes realizados es \$2,850 anuales.

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR.

El Plan de Mantenimiento contemplará cubrir toda la infraestructura física del Centro Turístico y sus principales activos.

5. PROGRAMAS.

Los programas que se desarrollarán dentro de éste plan se presentan en la tabla siguiente:

PLAN	NOMBRE	PROGRAMA	SUBPROGRAMA	BREVE DESCRIPCIÓN
B	PLAN DE MANTENIMIENTO	1. Programa de mantenimiento de infraestructura e instalaciones		En éste se planificará las actividades de mantenimiento de la estructura física y obras estructurales del Centro Turístico. Se incluye la planificación de las actividades de mantenimiento a realizar en las zonas verdes y juegos mecánicos.
		2. Programa de mantenimiento de equipo	1. Mantenimiento de Equipo para comisión de Lancheros 2. mantenimiento de Equipo, comisión de restauranteros y cafetines.	El cuál incluye el mantenimiento de los principales activos utilizados para que el Centro Turístico brinde sus servicios.

Tabla No. 51. Programas a desarrollarse dentro del plan.

6. RECURSOS.

Cuadro No. 40. Recursos comunes entre programas.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Equipo encargado de mantenimiento	Estará constituido por miembros de cada una de las comisiones. El administrador junto con éstos tendrá a su cargo la planificación anual de las actividades de mantenimiento. Las actividades de mantenimiento (tanto preventivo como correctivo) serán realizadas por los mismos miembros de las comisiones. Para la realización de las principales actividades de mantenimiento se presenta una descripción de cómo realizar éstas en los diferentes programas de mantenimiento. Los miembros del equipo de mantenimiento deberán ser rotados cada cierto tiempo.
TECNOLOGICO	Debido al tipo de programas que se desarrolla se detallan la necesidad de los recursos en los cuadros siguientes:	Por el tipo de servicio prestado, la comisión de Lancheros es la que requiere brindar un mayor mantenimiento a sus equipos, es por eso que se vuelve necesario la creación de un inventario de insumos y repuestos para dicha finalidad. Además, se deberá contar con equipo básico para la realización de las actividades de mantenimiento. Se detallan a continuación los recursos materiales necesarios para llevar a cabo las operaciones de mantenimiento en las diferentes áreas del Centro Turístico.

Cuadros No. 41. Identificación de recursos a utilizar por programas, equipo para realizar las inspecciones y las operaciones de mantenimiento.

ÁREA DE MANTENIMIENTO	EQUIPO NECESARIO
FONTANERÍA	<ul style="list-style-type: none"> - Juego de llaves cangrejas (Juego de 5 llaves) - Juego de empaques (25 empaques) - Juego de llaves Allen 1/16"-3/8" (juego de 10 piezas) - Rollo de cinta de teflón (20 yds.) - Juego de llaves mixtas de diferentes medidas. (10 piezas) - Cepillo de alambre de 4 x 15 - Caja para herramientas plástica de 19"
EQUIPO ELÉCTRICO	<ul style="list-style-type: none"> - Navaja para electricista - Tenaza para electricista de 7" y 8" - Tenaza de punta reca de 5" - Cinta aislante - Taladro 3/8" - Juego de brocas (10 piezas) 1/16"-1/4" - Juego de destornilladores recubiertos.
LIMPIEZA GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> - Wipe industrial - Toallas multiusos - Franela - Escobas - Recogedores - Destapa caños
EQUIPO DE MANTENIMIENTO EN GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> - Brochas estándar de 4" - Juego de destornilladores philips - Juego de destornilladores planos. - Aceite 3 en 1. - Tenaza para mecánico de 5" - Martillo de bola de 2 libras. - Dreno - Pintura de agua - Pintura de aceite
INSUMOS DE LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> - Detergentes - Jabones - Limpiadores líquidos - Lejía

En lo referente a la planificación y control de las actividades de mantenimiento se utilizarán los siguientes recursos:

- a) **Hojas de Excel:** Los formatos electrónicos se utilizarán para la programación de las diferentes actividades así como para llevar el control de la realización de éstas.
- b) **Formatos físicos impresos en papel:** Para registrar y describir las actividades realizadas se utilizarán impresiones de los diferentes formatos, los cuáles serán utilizados por los encargados de mantenimiento para anotar los avances en el cumplimiento de los diferentes programas de mantenimiento.
- c) **Tiempo:** La planificación de las actividades de mantenimiento se realizará al principio de cada año y se detallarán las fechas en las cuáles se realizarán éstas. En el caso de las actividades de mantenimiento que se realizan diariamente o de forma inmediata, estas serán detalladas como procedimientos a seguir por los miembros de las comisiones.

7. DURACIÓN.

Los programas incluidos dentro del presente plan de mantenimiento tendrán un alcance temporal de un año.

PROGRAMA B.1

1. **NOMBRE DEL PROGRAMA:**

Programa de Mantenimiento de Infraestructura

2. **DESCRIPCION DEL PROGRAMA.**

Un programa de mantenimiento es una lista donde se asignan las tareas de mantenimiento de los activos de una empresa a períodos de tiempo específicos. A continuación se presenta el programa de Mantenimiento preventivo para los distintos tipos de instalaciones del Centro Turístico Puerto San Juan. En general, contiene la definición del ámbito de aplicación y las operaciones de mantenimiento mínimas que se han de realizar para cada tipo de instalación.

Actualmente, el mantenimiento que se realiza en la infraestructura del Centro Turístico es de tipo correctivo en respuesta a desperfectos que ocurren a través del paso del tiempo. Con este programa se pretende que las actividades de mantenimiento se controlen mediante calendarios de operaciones

En el presente programa no se incluyen actividades de limpieza que deben ser llevadas a cabo por los miembros de cada una de las comisiones (por ejemplo, cada restaurante estará encargado de realizar labores de limpieza como barrer su área de trabajo, por lo que dichas tareas no serán propias del equipo encargado de mantenimiento).

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

∞ *Establecer las actividades para la programación, ejecución y control del mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones físicas del Centro Turístico Puerto San Juan, para preservar y mejorar la infraestructura e instalaciones del Centro Turístico Puerto San Juan, a fin de asegurar prestar un servicio de calidad a los turistas que lo visitan.*

Objetivos Específicos.

- ∞ *Mitigar y combatir el desgaste y la destrucción las instalaciones del Centro Turístico previniendo su envejecimiento prematuro.*
- ∞ *Garantizar una operación y funcionamiento continuo, confiable y seguro sin interrumpir los servicios que se prestan dentro del Centro Turístico.*

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

Las áreas que cubrirá el presente programa de mantenimiento son las siguientes:

- **Instalación (red) de agua:** se incluirá la inspección y el mantenimiento de:
 - Tuberías visibles
 - Contador
 - Puntos de salida (Grifos)
- **Red de saneamiento:** Este incluye el mantenimiento de los diferentes elementos utilizados para el desagüe. Se incluyen:
 - Servicios Sanitarios
 - Colectores y Sumideros
 - Canales de aguas lluvias
- **Instalación eléctrica:** Se incluye el mantenimiento de:
 - Línea de distribución
 - Protección eléctrica de intensidad-tensión
 - Red de tierra
 - Contadores

- Descripción Cuadros eléctricos (caja de fusibles)
- Luminarias y focos.
- **Instalación de alumbrado:** Los elementos incluidos son:
 - Fuentes de alumbrado interior y exterior
- **Instalación de gas:** Se planificará el mantenimiento del Conjunto de la instalación de gas que surte al Centro Turístico.
- **Zonas verdes y juegos mecánicos.**
- **Obras estructurales:** En la cuál se incluyen las operaciones de mantenimiento de techos paredes de edificaciones.

5. ACTIVIDADES.

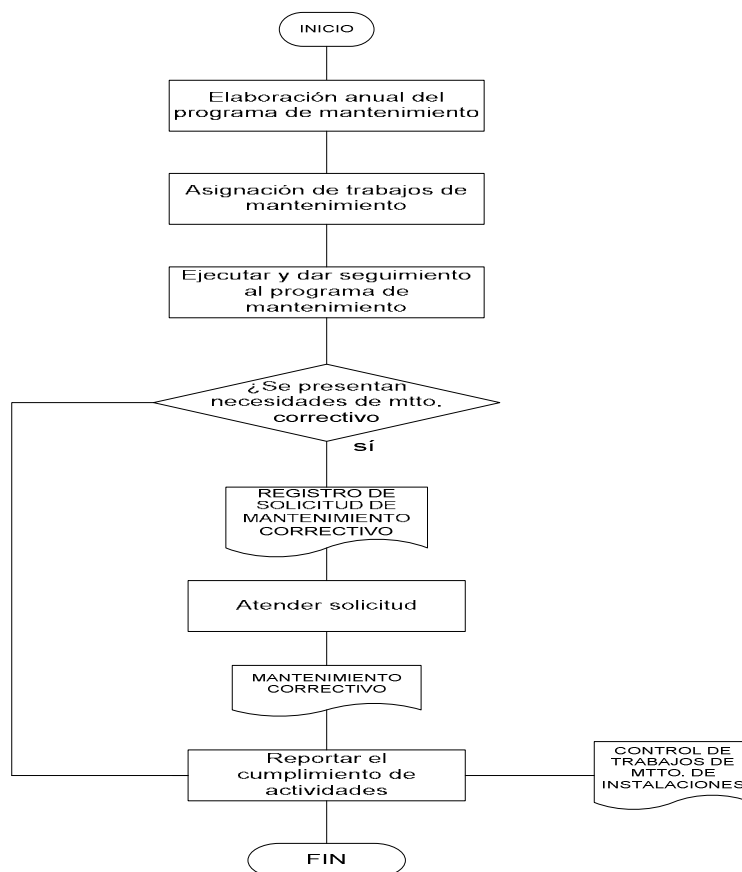
Descripción del las actividades.

No.	Actividad	Cargo de la persona responsable	Descripción detallada de la actividad
01.	Elaboración anual del programa de mantenimiento	- Administrador - Equipo encargado de mantenimiento	Se realiza una inspección física y a la vez se revisa el inventario de activos para determinar a cuáles de ellos debe hacerse mantenimiento y su periodicidad. La periodicidad de las actividades de mantenimiento dependerá del tipo de activo, pero los períodos recomendados se detallan en el apartado “especificación de los trabajos y programa de mantenimiento”
02	Asignación de trabajos de mantenimiento	- Administrador	Se asignan los trabajos programados a sus responsables. Dicha asignación será hecha de manera verbal por el administrador del Centro Turístico al equipo encargado del mantenimiento de acuerdo a la programación realizada.
03	Ejecutar y dar seguimiento al programa de mantenimiento	- Administrador - Equipo encargado de mantenimiento	Asignar los recursos necesarios para llevar a cabo cada actividad programada, dotar al personal con el equipo y darle instrucciones para llevar a cabo los trabajos de manera segura.
04	¿Se presentan necesidades de mantenimiento de mantenimiento correctivo?	- Equipo encargado de mantenimiento - Administrador	Al realizar las labores de mantenimiento, los miembros del equipo de mantenimiento evaluarán si las actividades necesarias no pueden ser llevadas a cabo por ellos. Si el empleado asignado encuentra que es necesario efectuar una reparación o mantenimiento de tipo correctivo, deberá reportarlo al Administrador por medio del formato “ solicitud de mantenimiento correctivo ”. Igualmente, si durante el período un empleado de cualquier comité encuentra daños en equipos o instalaciones físicas que requieran reparación, deberán informarlo al administrador, quien incluirá dicho trabajo en la programación de mantenimiento. Dicho trabajo será incluido y se continuará desarrollando el programa, dependiendo de la prioridad que requiera el trabajo. Si este es muy necesario, será realizado lo más pronto posible.
05	Reportar el cumplimiento de las actividades	- Administrador	Los resultados se enviarán periódicamente a la Alcaldía Municipal de Suchitoto. La forma de cuantificar dichos resultados será mediante el indicador “ Nivel de cumplimiento del programa de mantenimiento ”.

Tabla No. 52. Actividades a realizarse dentro del Plan.

Diagrama de las actividades.

Esquemáticamente, el desarrollo general del programa de mantenimiento de infraestructura del Centro Turístico Puerto San Juan se plantea de la siguiente manera:



FLUJOGRAMA DE DESARROLLO DE PROGRAMA B.1			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Mantenimiento		
PROGRAMA	Mantenimiento de Infraestructura		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Mejora en la apariencia física de las instalaciones.
- ⇒ Aumento en la satisfacción de los clientes gracias al buen funcionamiento de las instalaciones conservando la seguridad de los servicios prestados en el Centro Turístico

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

Cada programa de mantenimiento tendrá una duración de 1 año, luego del cuál, tendrá que plantearse una nueva programación para llevar a cabo cada una de las operaciones.

PROPUESTA

A continuación se desarrolla la propuesta de *Programa de Mantenimiento de Infraestructura* para el Centro Turístico Puerto San Juan:

1. ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA

La persona encargada de la planificación y control de los programas de mantenimiento será el Administrador del Centro Turístico Puerto San Juan. Al principio de cada año realizará la programación de las actividades de mantenimiento que se desarrollarán mes a mes en las instalaciones del turicentro, y, además, cada uno de los meses revisará los reportes que de mantenimiento que le sean entregados para brindarle cuentas a la alcaldía Municipal de Suchitoto sobre la cantidad de obras realizadas y los recursos utilizados.

Para la realización de las actividades de mantenimiento de cada una de las áreas anteriormente mencionadas se elegirán miembros pertenecientes a cada una de las comisiones para formar parte del grupo de **“encargados de mantenimiento instalaciones”**, los cuáles se irán rotando cada 2 meses. Dentro de dicho lapso de tiempo, los “encargados de mantenimiento” asignados deberán cumplir con las diferentes actividades descritas en la programación del mantenimiento entregada por la administración.

El motivo de seleccionar encargados de mantenimiento de cada una de las comisiones es porque las instalaciones a las que se le brindará mantenimiento se encuentran en áreas que son comunes para todos los miembros del Centro Turístico, por lo que todos deben velar por su correcto funcionamiento. Dentro del grupo de encargados de mantenimiento deberá elegirse a un representante, el cuál tendrá a su cargo la labor de entregar a la administración los diferentes reportes de las actividades de mantenimiento realizadas o requeridas.

La mayoría de las actividades de mantenimiento preventivo son sencillas y no se requieren gran conocimiento técnico para ser realizadas. En el caso de tener que realizar algún tipo de operación de mantenimiento correctivo que requiera un conocimiento técnico específico (fontanería, trabajo en la red eléctrica, limpieza de cañerías, etc.), los encargados del mantenimiento realizarán la inspección necesaria y notificarán a la administración sobre el tipo de servicio que es necesario contratar para realizar dichas actividades, especificando el tipo de anomalía encontrado en la instalación.

2. INVENTARIO Y AGRUPAMIENTO DE LAS INSTALACIONES

El inventario de instalaciones no es más que una lista elaborada con el fin de identificar todas las instalaciones susceptibles a recibir mantenimiento, las cuales se muestran en las tablas siguientes, para ser éstas incluidas dentro del programa. Las instalaciones se agruparán dentro de las siguientes clasificaciones: Instalación (red) de agua, red de saneamiento, instalación eléctrica, instalación de alumbrado, zonas verdes y juegos mecánicos, instalación de gas y obras estructurales.

Tablas No. 53. Inventario de instalaciones red de agua.

INSTALACIÓN (RED DE AGUA)		
ELEMENTO INCLUIDOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
GRIFOS	<p>Todos los grifos que no sean propios de un local específico, sino que se encuentren localizados en áreas comunes y que sean para el uso de todos los miembros del Centro Turístico y clientes que lo visitan. Se incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grifos de sanitarios: tanto los ubicados en el área de artesanías como los que se encuentran en el área de restaurantes. Grifos de riego de zonas verdes. 	<p>Grifos en sanitarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 9 (5 en parqueo y 4 en restaurantes) <p>Grifos en zonas verdes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 (3 en zonas verdes y uno en zona de fuente) <p>TOTAL DE GRIFOS: 13</p>
INODOROS	<p>Se incluyen las actividades de mantenimiento de todos los inodoros que se estén instalados en el Centro Turístico Puerto San Juan, los cuales son los ubicados en las siguientes zonas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Servicios sanitarios ubicados en el parqueo. Servicios sanitarios ubicados en el área de restaurantes. 	<p>Servicios sanitarios en zona de parqueo: 6</p> <p>Servicios sanitarios en área de restaurantes: 5</p> <p>TOTAL DE INODOROS: 11</p>
CONTADOR	<p>Se programarán las actividades de limpieza y mantenimiento de los contadores instalados en el Centro Turístico y la revisión del correcto conteo de las cantidades consumidas.</p>	<p>Contadores área de chalets: 8</p> <p>Contadores área restaurantes: 1</p> <p>TOTAL CONTADORES: 9</p>

Tablas No. 54. Inventario de instalaciones red de saneamiento.

RED DE SANEAMIENTO		
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
SERVICIOS SANITARIOS	<p>Instalaciones de desagüe en las instalaciones de servicios sanitarios</p>	<p>1 ducha, 2 mingitorios.</p> <p>Total = 3</p>
COLECTORES Y SUMIDEROS	<p>Se incluye el mantenimiento de rejillas y tuberías encargadas de drenar las aguas lluvias para evitar inundaciones. Estas están ubicadas en:</p> <p>Área de parqueo</p> <p>Zonas verdes</p> <p>Parte frontal del área de restaurantes</p> <p>Parte trasera del área de restaurantes.</p>	<p>Total de sumideros área de parqueo= 5</p> <p>Sumideros en entrada= 1</p> <p>Sumideros área de restaurantes= 1</p> <p>Colectores= ninguno de los sumideros posee red colectora.</p> <p>-TOTAL DE SUMIDEROS= 7</p> <p>-TOTAL DE REDES COLECTORAS DE DESECHOS= 0</p>

CANALES DE AGUAS LLUVIAS	<p>Se incluye el mantenimiento de los canales, canaletas y tuberías de desagüe de aguas lluvias ubicadas en los techos y paredes de las siguientes instalaciones físicas del Centro Turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administración - Área de artesanías y cafetines. - Área de restaurantes - Bodega - Oficina de CENDEPESCA 	<p>Canales de aguas lluvia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administración y oficinas= 2 - Área de chalets= 5 - Restaurantes= 6 <p>TOTAL DE SISTEMA CANALES DE AGUAS LLUVIAS: 13</p>
---------------------------------	---	---

Tablas No. 55. Inventario de instalaciones eléctricas.

INSTALACIÓN ELÉCTRICA		
ELEMENTO INCLUIDOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
RED DE TIERRA		1 caja de dados de 70 amp.
CONTADORES		<ul style="list-style-type: none"> -Contadores eléctricos chalet= 8 -Contadores eléctricos restaurantes= 7 - Contadores eléctricos área administrativa= 1 <p>TOTAL CONTADORES ELÉCTRICOS= 16</p>
CAJA DE FUSIBLES		2 (una en baños del área de parqueo y una en área de restaurantes)

Tablas No. 56. Inventario de instalaciones de alumbrado.

INSTALACIÓN DE ALUMBRADO		
ELEMENTO INCLUIDOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
FUENTES DE ALUMBRADO INTERIOR Y EXTERIOR	<p>Este apartado incluye las operaciones de mantenimiento de las fuentes de alumbrado internas y externas a cada una de las áreas del Centro Turístico. El mantenimiento se realizará a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Focos - Tubos fluorescentes - Pantalla de luminarias - Alumbrado exterior 	<p>Área de chalet y bodega:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Iluminación exterior= 16 focos y 8 lámparas en parqueo. - Iluminación interior= 14 focos <p>Área de Restaurantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exterior= 10 Focos -Interior= 66 Focos <p>TOTAL DE FOCOS= 106 TOTAL DE LÁMPARAS= 8</p>

Tablas No. 57. Inventario de instalaciones zonas verdes y juegos mecánicos.

ZONAS VERDES Y JUEGOS MECÁNICOS		
ELEMENTO INCLUIDOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
ÁREAS VERDES Y JUEGOS INFANTILES	Se incluye la programación del mantenimiento de las zonas verdes que se encuentran en el Centro Turístico y de los diferentes juegos infantiles que se encuentran en éstas.	Juegos infantiles: - 1 deslizador - 3 columpios - 1 sube y baja Zonas verdes: Entrada al Centro Turístico: 41.1 mt ² Área administrativa: 750 mt ² Área de lancheros: 121.44 mt ² Área de chalets: 53.46 mt ² Área de restaurantes: 1872 mt ² Total zonas verdes= 2838 mt ² 12 asientos de metal en zonas verdes

Tablas No. 58. Inventario de instalaciones obras estructurales.

OBRAS ESTRUCTURALES		
ELEMENTO INCLUIDOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
EDIFICACIONES VARIAS	En la cuál se incluyen la programación de las operaciones de mantenimiento de techos, paredes, pisos y ventanas de las diferentes edificaciones que conforman el Centro Turístico. Se incluye: - Área de administración - Área de restaurantes - Área de cafetines y artesanías - Parqueo.	-Pared de entrada del turicentro= 6 x 4 mts. -Pared de parqueo = 46 x 2 mts. -Área de cafetines: Paredes frontales= 54 x 2.8 mts. Paredes laterales: 16 paredes laterales de 2.5 x 2.8 mts. -32 ventiladores en área de restaurantes. - 1 bomba de fuente. - Aprox. 1200 mt ² de techos (duralita).

4. ESPECIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS Y PROGRAMACIÓN DE MANTENIMIENTO

En el presente apartado se describen los trabajos de mantenimiento preventivo a realizar, los procedimientos básicos para llevarlos a cabo, y además, el tiempo que recomendado entre dos operaciones

de mantenimiento de los diferentes tipos de infraestructura (ciclo de mantenimiento). Los trabajos de mantenimiento preventivo incluyen la limpieza de las instalaciones, ajustes y revisión.

4.1 INSTALACIÓN DE AGUA - RED

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las condiciones técnicas de mantenimiento a las cuales se hace referencia en este apartado, son de aplicación en la red de agua en el interior de edificios, desde la entrada a las instalaciones del Centro Turístico hasta los puntos de consumo.

El principal objetivo de esto es evitar todo tipo de desperdicio de agua que se puede estar dando en los puntos que son accesibles para su revisión y reparación por parte del equipo encargado de mantenimiento.

OPERACIONES DE MANTENIMIENTO.

Para el desarrollo el programa de mantenimiento se han de considera las diferentes operaciones que el programa lleva inmerso según el tipo de instalaciones a proporcionarle el mantenimiento por lo que a continuación se presentan cada una de estas en las tablas siguientes.

Tabla No. 59. Operaciones de mantenimiento: Red de Agua

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Evaluación del estado de la conexión de agua del Centro Turístico. Inspección general del conjunto de la instalación, comprobando y verificando el estado y funcionamiento de ésta y determinando las correcciones y/o variaciones a realizar para mejorarla o corregirla si se da el caso. Inspección del circuito de agua, principalmente en conexiones y juntas. Inspección del estado de conservación observando las posibles corrosiones, fugas, el estado del acabado pintado o del aislamiento (en función del caso) y las fijaciones, reparando los defectos puntuales localizados.	Inspección inicial Cada 6 meses

Tabla No. 60. Operaciones de mantenimiento: Contador

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Control de funcionamiento y de medición correcta del contador e inspección del estado de corrosión.	1 año
Control de consumo: lectura de contador	Cada mes

Tabla No. 61. Operaciones de mantenimiento: Válvulas

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Verificación del funcionamiento correcto, del buen estado de conservación de las juntas, de las válvulas de paso, seguridad, retención, regulación y reductoras de presión.	Cada 6 meses

Tabla No. 62. Operaciones de mantenimiento: Puntos de salida

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
<i>Grifos</i> Verificación del funcionamiento correcto, del buen estado de conservación externa, de empaques y ausencia de goteos	Cada 2 meses

4.2 INSTALACIÓN DE SANEAMIENTO

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación es la totalidad de los elementos que integran la instalación comunitaria de la red de saneamiento y desagüe desde la conexión de cada zona hasta la conexión con el alcantarillado público. Se incluyen canales, canaletas y tubos de desagüe conectados al tejado de cada una de las instalaciones del Centro Turístico.

OPERACIONES DE MANTENIMIENTO:

Tabla No. 63. Operaciones de mantenimiento: Red de saneamiento: conjunto de la instalación

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Inspección general del conjunto de la instalación, comprobando y verificando el estado y el funcionamiento y determinando las correcciones y/o variaciones que deben realizarse para mejorarla o corregirla.	Inspección inicial

Tabla No. 64. Operaciones de mantenimiento: Servicios Sanitarios

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Limpieza utilizando productos desinfectantes y bacteriológicos. Inspección del estado y verificación del funcionamiento.	Cada 2 días
<i>Grifos</i> Verificación del funcionamiento correcto, del buen estado de conservación externa, de empaques y ausencia de goteos	Cada 2 meses
<i>Inodoros</i> Inspección de correcto funcionamiento de las partes componentes y ausencia de goteos.	Cada 3 meses

Tabla No. 65. Operaciones de mantenimiento: Colectores y Sumideros

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Colectores: Inspección del estado de conservación y comprobación del funcionamiento correcto, de la ausencia de fugas y obstrucciones Reparación de deficiencias localizadas en la red vista. Limpieza de éstos	Inspección inicial y cada mes
Sumideros: Limpieza de sumideros retirando cualquier tipo de desecho, residuos y todos aquellos elementos que puedan impedir la evacuación del agua.	1 Semana
Sumideros: Revisión del estado de conservación y colocación de la reja protectora del sumidero, y comprobación del desagüe correcto. Si procede, sustitución de la reja o bien colocarla si no la hay.	6 meses

Tabla No. 66. Operaciones de mantenimiento: Canales de Aguas Lluvias

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Inspección general del conjunto de canales. Comprobación de la ausencia de roturas, abombamientos y estanquidad del agua. Inspección de la ausencia de goteras en la lámina. Inspección del estado de limpieza de los puntos de desagüe observando la ausencia de elementos extraños.	Inspección inicial cada 6 meses
Limpieza general de los canales retirando los residuos y todos aquellos elementos que puedan impedir el correcto desagüe. Verificación del correcto desagüe vertiendo agua.	Cada 3 meses

Observaciones:

Periódicamente, y de acuerdo con el plan de mantenimiento, se realizará la limpieza de los puntos de desagüe de los techos y canales de conducción de agua hasta los puntos de desagüe. Además, Se retirarán de los sumideros todos los elementos que puedan impedir el desagüe correcto.

4.3 INSTALACIÓN ELÉCTRICA

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación son los elementos básicos que integran la instalación eléctrica del Centro Turístico Puerto San Juan.

Tabla No. 67. Operaciones de mantenimiento: Línea de distribución

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Conjunto instalación Inspección técnica general del conjunto de la instalación, comprobando y verificando el estado y el funcionamiento y determinando las correcciones y/o variaciones que deben realizarse para mejorarla o corregirla.	Inspección inicial
Verificación del recorrido y estado de los cables, del estado de canalizaciones, bandejas, de la sujeción de cables y botellas terminales.	1 año
Medición de la resistencia del aislamiento de la línea, y verificación y medida de las fugas.	1 año

Tabla No. 68. Operaciones de mantenimiento: Protección eléctrica de intensidad-tensión

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Comprobación de los contactos fijos en los relés enchufables y observación de las conexiones interiores de los relés y de sus cajas o bases. Comprobación de los elementos fundamentales como: bobinas principales de intensidad o tensión, imanes de trabajo y freno, estado de las tomas, limpieza de los elementos móviles, contactos principales, contactos auxiliares y relés auxiliares. Comprobación de fusibles. Limpieza general de las protecciones.	1 año

Tabla No. 69. Operaciones de mantenimiento: Red de tierra

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Comprobación del estado de las tomas de la red de tierra, la continuidad del circuito a tierra y apretar las conexiones y derivaciones	6 meses

Tabla No. 70. Operaciones de mantenimiento: Contadores

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Comprobar que los accesos estén libres que el cerrojo de la puerta esté en buen estado. Inspección del estado de las tapas de los módulos y del estado de limpieza. Es preciso verificar que la lectura de los equipos de medida se pueda hacer fácilmente. Verificar los precintos de los contadores y comprobar que no hay humedades, que la ventilación es correcta y que el desagüe del local funciona correctamente.	1 año
Inspección de los fusibles calibrados y verificación de conexiones y terminales.	1 año
Control de consumo: lectura de contadores e inspección de conteo dentro de un rango lógico de acuerdo al gasto histórico de energía del Centro Turístico.	1 mes

Tabla No. 71. Operaciones de mantenimiento: Cuadros eléctricos (caja de fusibles)

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Revisión de la limpieza general, del estado general y de la pintura del cuadro, y verificación del estado de los elementos que lo componen.	1 año
Verificación del funcionamiento de los contactores, del funcionamiento y maniobra de los interruptores y disyuntores, del funcionamiento de los automatismos de protección y verificación.	1 año
Verificación de la tensión de alimentación, del estado correcto de la conexión de tierra y del aislamiento eléctrico.	1 año
Limpieza de la caja y verificación del funcionamiento correcto del cerrojo de la puerta	1 año

4.4 INSTALACIÓN DE ALUMBRADO

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las condiciones técnicas de mantenimiento a que se hace referencia en este pliego, son de aplicación en la instalación de alumbrado exterior, así como el alumbrado interior del Centro Turístico (área de restaurantes, cafeterías y ventas de artesanías).

Tabla No. 72. Operaciones de mantenimiento.

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Alumbrado Inspección técnica general del conjunto de la instalación, comprobando y verificando el estado y funcionamiento y determinando aquellas correcciones y/o variaciones que deben realizarse para mejorarla o corregirla.	Inspección Inicial
Alumbrado exterior Comprobación de elementos de iluminación y reposición de bombillas. Comprobación y programación horaria del alumbrado exterior	c.s.n*
Limpieza de pantallas de luminarias	1 mes

Alumbrado interior	
Alumbrado del área de restaurantes, cafetines y ventas de artesanías. Comprobación del correcto funcionamiento de la instalación y reposición de bombillas	Cada 6 meses
Limpieza de pantalla de luminarias (área de restaurantes)	1 mes

*c.s.n = Cuando sea necesario

Observaciones:

Sobre la forma de realizar las operaciones de mantenimiento de las instalaciones eléctricas y de alumbrado en general se deberán cumplir las siguientes instrucciones básicas:

La manipulación de elementos bajo tensión siempre deberá realizarse con las garantías adecuadas de seguridad, que básicamente son las que hacen referencia a la seguridad de las personas (calzado y ropa apropiados, herramientas con mango aislado, suficiente iluminación del lugar donde se trabaja y elementos a manipular debidamente conectados y soportados) y a la seguridad de las cosas y de los edificios mismos (evitar manipular y almacenar productos combustibles o inflamables cerca de lugares donde se pueda producir una chispa, garantizar suficiente ventilación y la eliminación del calor de cuadros, motores y del resto de elementos similares, etc.).

Cuando sea preciso intervenir directamente sobre la parte eléctrica de un elemento determinado, éste tendrá que estar desconectado de la tensión a través de su elemento de protección del cuadro eléctrico correspondiente, y en él habrá un rótulo que avise de esta incidencia para evitar que otra persona pueda conectarla de forma accidental mientras se manipula el elemento.

4.5 INSTALACIÓN DE GAS

AMBITO DE APLICACIÓN

Las condiciones técnicas de mantenimiento a que se hace referencia en este apartado, son de aplicación en la instalación de suministro de gas del Centro Turístico.

Tabla No.73. Operaciones de mantenimiento.

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
<i>Conjunto instalación</i> Inspección técnica general del conjunto de la instalación, comprobando y verificando el estado, funcionamiento y determinando las correcciones y/o variaciones que deben realizarse para mejorarla o corregirla. Comprobación del estado de conservación de tuberías, llaves, válvulas y otros elementos de la instalación. Comprobarse el estado de fijaciones, soportes si es necesario, repintar éstas.	Inspección Inicial
Comprobación de las indicaciones de los elementos de medición como manómetros, termómetros, ventómetros y otros que pueda haber. Limpieza de reguladores de presión y filtros.	Cada 6 meses
Comprobación del disparo de las válvulas de seguridad. Comprobación del buen estado de la red de tuberías de gas, de los elementos y accesorios, reparando las fugas que aparezcan.	1 mes

4.6 INSTALACIÓN DE PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS - EXTINCIÓN

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación es la totalidad de los elementos de extinción de incendios instalados en el edificio.

Tabla No. 74. Operaciones de mantenimiento.

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Comprobación de: estado de conservación, accesibilidad, señalización, precintos, estado de carga (peso y presión) del extintor y estado de las partes mecánicas.	3 meses
Verificación del extintor controlando la presión, los precintos, la accesibilidad y recargarlo, si es necesario.*	1 año
Retimbrado del extintor y recarga según la normativa. (Cada extintor puede retimbrarse hasta un máximo de tres veces. Después debe sustituirse.)*	3 años

*A realizar por una empresa acreditada a través de un contrato de mantenimiento.

4.7 ZONAS VERDES Y JUEGOS MECÁNICOS.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El siguiente apartado aplica para el mantenimiento de la totalidad de zonas verdes que con las que cuenta el Centro Turístico y toda la diversidad de juegos mecánicos que se encuentran en éstas.

Tabla No. 75. Operaciones de mantenimiento.

	DESCRIPCIÓN	PERÍODO
ZONAS VERDES	Corte del césped que cubre los terrenos del Centro Turístico y eliminación de la vegetación indeseada que crece en forma apreciable en las zonas verdes, cauces de los canales y drenajes obstruyendo el normal flujo de agua. Mantenimiento estético de árboles y arbustos.	1 mes y medio
	Afinamiento o arreglo de taludes.- El deterioro de los taludes se produce sobre todo por efecto de las lluvias. El afinamiento se ejecuta manualmente eliminando zonas que puedan ser propensas a pequeños derrumbes.	c.s.n.*
	Inspección de áreas verdes en busca de necesidades de repoblarlas con césped. De darse el caso, siembra de nuevo césped en áreas requeridas.	1 año
	Abonado de zonas verdes	1 año
	Riego, limpieza de hojas y desechos de las zonas verdes.	Cada 3 días
JUEGOS MECÁNICOS	Inspección de estado de los diferentes juegos mecánicos. Engrasado de partes móviles.	6 meses
	Aplicación de pintura a los juegos Cambio de componentes viejos (si es el caso).	1 año

*c.s.n. Cuando sea necesario

4.8 OBRAS ESTRUCTURALES

AMBITO DE APLICACIÓN

El siguiente apartado aplica para el mantenimiento de techos y paredes del Centro Turístico.

Tabla No. 76. Operaciones de mantenimiento: Techos

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Limpieza e inspección.	3 meses
Retirado de desechos para evitar la descomposición de dichos materiales y la corrosión de tejas.	
Inspección y sellado de posibles goteras	9 meses

Tabla No. 77. Operaciones de mantenimiento: Paredes

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Inspección y búsqueda de posibles descascaramientos, parches y secciones pálidas en las diferentes paredes.	Inspección inicial
Limpieza de paredes del Centro Turístico.	Cada 2 meses
Limpieza y aplicación de pintura en paredes de las distintas edificaciones del Centro Turístico.	1 año

5. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO.

Una vez habiendo definido las actividades mínimas de mantenimiento preventivo, se hace necesario la programación de éstas en el tiempo, es decir, distribuir a lo largo de un período de tiempo (en este caso, un año) las fechas específicas en las que se realizarán dichas actividades. Para realizar esto, se presenta el diseño de una hoja electrónica en la programación será realizada por el administrador del Centro Turístico Puerto San Juan, con la colaboración de los miembros que en ese momento conformen el equipo encargado de mantenimiento.

Para realizar dicha programación de forma ordenada, clara y a fin de evitar la saturación de información en un mismo calendario de trabajo, se han agrupado las actividades de mantenimiento de acuerdo al “ciclo de mantenimiento” (tiempo que transcurre entre cada actividad programada). A cada grupo de actividades le ha sido asignado un color como se muestra en la tabla siguiente, el cuál será colocado en el calendario, entendiéndose que las actividades pertenecientes a dicho grupo serán realizadas en las fechas correspondientes.

Tabla No.78. La clasificación por colores de las actividades de mantenimiento.

ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA SEMANA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA MES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA 2 MESES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA 3 MESES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA 6 MESES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA AÑO
Riego, limpieza de hojas y desechos de las zonas verdes.	Control de consumo en contadores	Inspección de grifos (servicios sanitarios y externos)	Inspección de correcto funcionamiento de inodoros	Evaluación e inspección de la red de agua	Control de funcionamiento y de medición correcta del contador e inspección del estado de corrosión.
Limpieza de sumideros retirando cualquier tipo de desecho que pueda impedir la evacuación del agua.	Limpieza de pantalla de luminarias (exteriores)	Limpieza de paredes del Centro Turístico	Limpieza general de canales de aguas lluvias	Verificación de válvulas y tuberías	Inspección de estado de la pintura de las paredes
Limpieza de servicios sanitarios, inspección del estado y verificación del funcionamiento.	Limpieza de pantalla de luminarias (interiores)		Comprobación de buen estado de extintores	Revisión de sumideros y comprobación de desagüe	Abonado de zonas verdes
	Comprobación de estado de tuberías de gas		Limpieza e inspección de techos	Comprobación de los tomas de la red de tierra	Inspección de zonas verdes para resembrado
	Inspección de colectores en sumideros			Comprobación del correcto funcionamiento del alumbrado, limpieza y reposición de bombillas	Aplicación de pintura a juegos mecánicos
	Corte de césped, maleza y árboles			comprobación de correcto funcionamiento de instalación de gas	Mantenimiento de la caja de fusibles
				Inspección del estado de los diferentes juegos mecánicos y engresado de partes móviles	Inspección de contactos y enchufes
				Inspección de techos y sellado de posibles goteras	Verificación del estado de cables
					Inspección del correcto funcionamiento del contador y de su estado de funcionamiento

Nota: en la presente clasificación pueden ser incluidas más actividades que sean consideradas convenientes a la hora de desarrollar el programa por parte de los miembros del Centro Turístico.

Para la distribución de las actividades, el administrador deberá de tener especial cuidado en la frecuencia de las actividades. Para calendarizar las actividades se plantean en el siguiente formato:

ENERO											
Fecha	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Actividades de mantenimiento											

Tabla No. 79. Calendarización de las fases de mantenimiento.

La tabla anterior muestra, a modo de ejemplo, la forma de realizar la programación mes a mes de las actividades de mantenimiento. De acuerdo al ciclo de mantenimiento de cada una de las actividades, se podrá presentar el caso que en algunos meses no se presentarán actividades de algunos de los colores utilizados. Para ir realizando dicha programación, el administrador tendrá que tener especial cuidado con la frecuencia de las actividades de mantenimiento, esto con el fin de evitar programar juntas actividades que pueden ser programadas con una amplia holgura entre una y otra de acuerdo a su ciclo de mantenimiento.

6. CONTROL DEL PROGRAMA DEL MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES

Se llevará un control tanto de las operaciones de mantenimiento preventivo como de las operaciones de mantenimiento correctivo realizadas. La forma de llevar el control de dichas actividades se muestra a continuación.

6.1 CONTROL DE OPERACIONES DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO

Dentro del grupo encargado del mantenimiento se elegirá un representante, el cuál tendrá bajo su cargo la actividad de llevar un registro de cada uno de los trabajos de mantenimiento planificado que se lleve a cabo. En caso de que dicho representante no esté presente en algún trabajo de mantenimiento, uno de los encargados deberá llenar la hoja de “control de trabajos de mantenimiento de instalaciones”, la cuál le entregará luego al representante quien llevará un control de los trabajos realizados. El formato a utilizar para llevar dicho control se muestra en la figura siguiente:

Tabla No.80. Formulario de control del programa de mantenimiento.

Centro Turístico Puerto San Juan		PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES CONTROL DE TRABAJOS DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES		
FECHA	#	DESCRIPCIÓN DEL MANTENIMIENTO	LUGAR: BAÑOS, RESTAURANTES, ETC.	OBSERVACIONES
	1			
	2			
	3			

Al final del mes se comparará la cantidad de trabajos de mantenimiento planificados con la cantidad de trabajos que fueron llevados a cabo. Con el fin de cuantificar el grado de cumplimiento de las actividades de mantenimiento planificadas, al final de cada mes se calculará el “INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO”, el cuál no deberá de estar nunca por debajo del 80%, lo que indicaría que se estarían dejando un porcentaje considerado como demasiado alto de trabajos de mantenimiento sin realizar. Dicho indicador se calcula de la forma presentada en el cuadro siguiente:

INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO

NOMBRE	FÓRMULA	FRECUENCIA	RESPONSABLE
Nivel de cumplimiento del Programa de mantenimiento de Instalaciones	# de actividades cumplidas/# de actividades programadas * 100	Mensual	Encargado de mantenimiento

Este cálculo será llevado a cabo por el administrador del Centro Turístico y servirá para poder entregar a la alcaldía un reporte a la alcaldía del grado de cumplimiento de las actividades de mantenimiento planificadas.

6.2 CONTROL DE ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO

En aquellos casos en que se lleven a cabo las operaciones de mantenimiento preventivo, o, que algún miembro del Centro Turístico descubra alguna avería que sea de urgencia arreglar, se deberá llevar a cabo un mantenimiento de tipo correctivo. En casos que se traten de operaciones que puedan ser llevadas a cabo por los miembros encargados de mantenimiento se llevará el registro de dichas operaciones en el siguiente formato:

Centro Turístico Puerto San Juan	PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES SOLICITUD DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO			
FECHA Y HORA DE SOLICITUD	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO / SOLICITADO	PERSONA SOLICITANTE	ÁREA A LA QUE SE LE DARÁ MANTENIMIENTO	FECHA Y HORA DE RECIBIDA

Tabla No.81. Formulario de control preventivo de mantenimiento.

En el caso de que las actividades necesarias puedan ser realizadas por los miembros encargados del mantenimiento, se marcará en el apartado “DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO / SOLICITADO” la palabra REALIZADO, indicando que el trabajo fue realizado por ellos. Para llevar a cabo las operaciones de mantenimiento descritas, en caso de que se requiera un cambio de piezas o partes

en el activo, se solicitará a la administración dichas partes, o, en su defecto, el dinero para adquirirlas. En caso de que el las operaciones de mantenimiento no puedan ser realizadas por los miembros encargados y se necesite de personas ajenas al Centro Turístico especializadas en dichas operaciones, además de llenarse la “SOLICITUD DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO” y de marcar en el apartado “DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO / SOLICITADO” la palabra SOLICITADO , en la descripción del trabajo solicitado se colocará el tipo de trabajo requerido y el tipo de personal requerido para realizarlo (fontaneros, electricistas, etc.). La administración será la encargada de la contratación de dicho servicio, y luego de que éste se lleve a cabo, para tener un control de todos los trabajos de mantenimiento correctivo realizados, se llenará el siguiente formato, con el nombre de la empresa o persona que realizó el mantenimiento y la descripción de dicho trabajo, en la cuál además se detallará el costo total del trabajo, con el fin de presentarlo en la alcaldía.

Centro Turístico Puerto San Juan	PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES MANTENIMIENTO CORRECTIVO
Fecha inicio y finalización del trabajo	TRABAJO DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO REALIZADO POR
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO	

Tabla No. 82. Formulario de solicitud de mantenimiento correctivo.

PROGRAMA B.2

1. NOMBRE DEL PROGRAMA:

Mantenimiento de Equipo

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

Para la prestación de los diferentes servicios turísticos ofrecidos, el Centro Turístico Puerto San Juan cuenta con una serie de equipos, desde cocinas hasta lanchas, para los cuáles no existe en la actualidad un programa que asegure su correcto funcionamiento mediante actividades rutinarias de mantenimiento. En el presente programa se detallan las operaciones de mantenimiento a realizar en dichos equipos para el logro de ese fin.

Los servicios que requieren la utilización de equipos susceptibles a recibir mantenimiento y que se incluyen en el presente programa son los siguientes:

- Servicio de restaurante y cafetines: Se hace necesario el mantenimiento del equipo utilizado para prestar éste servicio.
- Servicio de paseos en lancha: En el programa se incluye la creación de un pequeño inventario de insumos y repuestos para facilitar la realización de las actividades de mantenimiento del equipo utilizado por la comisión de Lancheros.

El presente programa se divide en los 2 siguientes subprogramas:

- Subprograma de mantenimiento de equipo para la comisión de lancheros.
- Subprograma de mantenimiento de equipo para la comisión de restauraneros y cafetines.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General.

- ∞ Establecer las actividades para la programación, ejecución y control del mantenimiento preventivo y correctivo de los principales equipos físicos utilizados para la prestación de los servicios del Centro Turístico Puerto San Juan, a fin de asegurar a los turistas la calidad de éstos.

3.2 Objetivos Específicos.

- ∞ Diseñar un programa de mantenimiento preventivo que permita asegurar la disponibilidad y confiabilidad del equipo utilizado en el Centro Turístico San Juan para el préstamo de sus principales servicios.
- ∞ Prevenir fallas en los equipos utilizados para la prestación de servicios y reducir su frecuencia.
- ∞ Presentar un diseño de programa que permita reducir costos, evitando el reemplazo total de los equipos gracias al buen funcionamiento producto de la prevención de fallas.
- ∞ Aumentar al máximo la disponibilidad y confiabilidad del equipo utilizado por los miembros de las comisiones de restauraneros y cafetines en caso que la presente propuesta sea implantada.

4 JUSTIFICACIÓN.

Los servicios de restaurante, cafetines y paseos en lancha requieren un buen funcionamiento del equipo, ya que de esto depende gran parte de la satisfacción del cliente, quien espera (y demanda) ser atendido en un tiempo prudencial y con calidad en el servicio prestado.

Las principales 3 razones por las cuáles es conveniente llevar a cabo un programa de mantenimiento preventivo de los equipos del Centro Turístico Puerto San Juan son las siguientes:

- La frecuencia de fallas prematuras puede reducirse mediante acciones simples como una lubricación adecuada, limpieza e inspecciones.
- En caso de no poder prevenir una falla, la inspección periódica ayudará a reducir la severidad de la falla, mitigando las consecuencias negativas que puedan ser percibidas por los clientes y por los miembros de las diferentes comisiones.
- Se logra evitar la pérdida de clientes y las consiguientes entradas de dinero por la interrupción no planeada de la prestación de servicios por fallos en el equipo.

5 AREAS A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

El presente programa incluye las operaciones de mantenimiento de los equipos de todas las comisiones del Centro Turístico. En el caso de los lancheros, para poder llevar a cabo las éstas de manera eficiente se plantea el diseño de un inventario de insumos y repuestos. En el caso de restauranteros y cafetines, se presenta el programa de mantenimiento de sus principales equipos.

6 SUBPROGRAMAS.

Dentro de este programa esta comprendido por dos subprogramas, los cuales son:

- 6.1 Mantenimiento de equipo de comisión de lancheros.
- 6.2 Mantenimiento de equipo de comisión de restaurantes y chalet.

Descripción de las actividades.

Para una mejor comprensión de estos se detallan a continuación las actividades que los conforman., se presenta en las tablas siguientes.

Tabla No. 83. Actividades a desarrollar para efectuar el mantenimiento de equipo de comisión de lancheros.

No.	Actividad	Cargo de la persona responsable	Descripción detallada de la actividad
01.	Creación de fondo de compra de insumos y repuestos	-Comisión de lancheros -Administración	Con el fin de reducir costos de transporte y mejorar el sistema de compras actual (que no es un sistema formal), se plantea la creación de un “inventario de insumos y repuestos”, para lo cuál se hace necesaria la creación de un fondo destinado para realizar dichas compras y evitar que cada uno de los miembros las realice por su cuenta, lo que genera un mal uso de los recursos con lo que éstos cuentan.
02	Creación de “inventario de insumos y repuestos”		Este inventario contendrá los principales insumos y repuestos que son utilizados por los miembros de la comisión para brindar mantenimiento a sus lanchas, por lo cuál, contendrá únicamente un pequeño stock de éstos para evitar que cada miembro realice las compras en el momento en que ocurre una falla. Para el control de dicho inventario se han creado procedimientos que deberán ser seguidos para

03	Ejecutar y dar seguimiento al programa de mantenimiento	- Miembros de la comisión de lancheros	Cada uno de los miembros deberá comprometerse a brindar mantenimiento preventivo a sus equipos, con el fin de que todos aseguren la prestación de un servicio de calidad gracias al uso de equipo en buenas condiciones.
04	Elaboración anual del programa de mantenimiento de equipo	- Comisión de lancheros	La programación se realizará en una reunión del comité, pero las operaciones serán realizadas por los mismos miembros a sus propios equipos. La razón de programar dichas actividades es para uniformizar las labores de mantenimiento y para asegurar que cada una de las lanchas estén en buenas condiciones a la hora de brindar el servicio de viaje a los turistas, de manera que se asegure una experiencia agradable, independientemente de la lancha en la cuál se realice el viaje.
05	¿Se presentan necesidades de mantenimiento correctivo?		En el caso que al realizar el mantenimiento correctivo del equipo un miembro se encuentre con la necesidad de realizar un mantenimiento correctivo, se evaluará si este puede ser realizado por los mismos miembros del comité de lancheros.
06	¿Puede ser realizado por los miembros?		Si el mantenimiento correctivo puede ser realizado por los miembros del comité, se llevará a cabo, detallando el tipo de mantenimiento realizado para llevar un control histórico de los mantenimientos de tipo correctivos realizados, las fechas y el tipo de trabajo efectuado, que sirva como referencia para que las próximas programaciones del mantenimiento preventivo busquen minimizar la ocurrencia de dicho tipo de fallos.
07	Realizar actividades de mantenimiento correctivo	- Miembro interesado	El miembro interesado en el trabajo de mantenimiento correctivo correrá con los gastos propios de éste. En el caso más simple el cambio de la pieza podrá ser realizado por los miembros de la comisión.
08	Contratar encargado de llevar a cabo mantenimiento correctivo	- Miembro interesado	En el caso de que algún miembro necesite servicios especializados para realizar el mantenimiento, deberá dejar constancia del trabajo realizado y la empresa/persona encargado de éste.
09	Reportar el cumplimiento de actividades	- Miembros de la comisión - Representante de la comisión de lancheros. - Administrador.	Se reportará bimensualmente el cumplimiento de las actividades al representante de la comisión, con el fin de verificar que cada miembro está realizando las actividades planificadas y mostrando compromiso por prestar un servicio de calidad. Además, para dar muestras del trabajo organizado que se realiza, el representante de la comisión de lancheros presentará un pequeño informe cada seis meses con un pequeño resumen de las actividades realizadas.

Tabla No. 84. Actividades a desarrollar para efectuar el mantenimiento de equipo de comisión de restaurantes y chalet.

No.	Actividad	Cargo de la persona responsable	Descripción detallada de la actividad
01.	Elaboración anual del programa de mantenimiento de equipo	- Representante de comité de restauranteros. - Administrador del Centro Turístico.	Se elaborará un programa genérico de las actividades de mantenimiento preventivo de los principales equipos utilizados en el área de restaurante, el cuál cada uno de los miembros deberá implementar con el fin de evitar el desgaste de los equipos utilizados y su funcionamiento óptimo a través del tiempo.
02	Ejecutar y dar seguimiento al programa de mantenimiento	- Miembros de cada uno de los restaurantes. - Representante del comité de restauranteros.	Cada uno de los miembros serán los encargados de que se ejecute el programa en su restaurante. El representante del comité deberá incentivar a los demás miembros para darle cumplimiento al programa que se les entrega.

03	¿Se presentan necesidades de mantenimiento correctivo?		En el caso de necesitar realizar mantenimiento correctivo, se verificará si dichas obras pueden ser realizadas por el personal del restaurante.
04	¿Puede ser realizado por los miembros?		En el caso de poder ser realizadas las actividades por lo miembros del restaurante, se realizarán y se detallará el tipo de trabajo realizado para llevar un control de las piezas a las que es necesario programar las actividades de mantenimiento con el fin de evitar que dichas fallas se repitan o reducir la frecuencia de los fallos. En el caso de no poder ser realizado por los miembros, se deberá contratar una persona/empresa que se encargue de realizar el trabajo.
05	Realizar actividades de mantenimiento correctivo	- Miembros de cada del restaurante interesado	Solo se realizarán reparaciones menores que no requieran conocimientos técnicos avanzados para ser llevados a cabo.
06	Contratar encargado de llevar a cabo mantenimiento correctivo	- Dueño de cada del restaurante interesado.	En éste caso, el propietario del negocio deberá correr con los gastos propios de dichas actividades. Deberá llevarse un control de la fecha en que se realiza el mantenimiento y la descripción del trabajo realizado.
07	Reportar el cumplimiento de actividades	- Miembros de los restaurantes. - Representante de la comisión de restauranteros.	Para el control del grado de cumplimiento de las actividades, cada uno de los miembros entregará mes a mes un resumen de éstas al representante del comité. El representante de dicha comisión reportará al administrador del Centro Turístico el grado de cumplimiento del programa. La periodicidad de entrega de dicho reporte será definida mediante un consenso entre las partes (administrador y representante) de acuerdo a lo que estimen conveniente.

7. RESULTADOS ESPERADOS

- ⇒ Evitar tiempos muertos en la prestación de servicios debido a la falla de los equipos por falta de un adecuado mantenimiento
- ⇒ Evitar altos costos por cambio de equipos deteriorados por falta de mantenimiento periódico.

8. DURACIÓN

La planificación del programa tendrá un alcance temporal de un año, luego del cuál se realizará una nueva programación de las actividades.

SUBPROGRAMA B.2.1

NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Mantenimiento de equipo Comisión de Lancheros

1. ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO, COMISIÓN DE LANCHEROS

La persona encargada de la planificación de las actividades de mantenimiento para la comisión de lancheros será el representante de la comisión junto con los miembros de éstas, es decir, la planificación se realizará de manera conjunta por todos lo miembros de la comisión, definiendo los siguientes puntos.

- Las actividades de mantenimiento preventivo que más frecuentemente necesitan ser realizadas.
- Los insumos y repuestos que son utilizados con mayor frecuencia para darle mantenimiento a sus equipos.
- La frecuencia con la cuál se desarrollarán las actividades de mantenimiento.
- El procedimiento de compras de insumos y repuestos y el manejo de éstos.

Se realizará una planificación anual de las actividades de mantenimiento, la cuál deberá ser respetada por cada uno de los miembros de la comisión, de manera que quede en evidencia el compromiso de éstos por asegurar al cliente el mejor servicio posible.

2. EQUIPO AL QUE SE LE BRINDARÁ MANTENIMIENTO

Las actividades de mantenimiento del presente programa están dirigidas a las lanchas que conforman la comisión, incluyendo las partes de éstas y los equipos que los miembros crean convenientes y que son vitales a la hora de la prestación del servicio de paseos en el lago para los visitantes. Las actividades de mantenimiento serán realizadas por cada uno de los miembros de la comisión a sus equipos.

3. IDENTIFICACIÓN DEL EQUIPO A UTILIZAR

En una reunión planificada por parte del representante de la comisión y del administrador del Centro Turístico se definirán aquellos equipos que serán necesarios utilizar para llevar a cabo las actividades de mantenimiento. Dentro de dicho equipo se incluyen los insumos y los repuestos necesarios para realizar dichas actividades. Para mantener almacenados los diferentes herramientas, insumos y repuestos necesarios se hace necesaria la creación de un pequeño INVENTARIO DE INSUMOS Y REPUESTOS que facilite las labores de mantenimiento preventivo y mediante el cuál se elimine la necesidad de realizar cada una de las compras de los miembros según surge su necesidad, lo que actualmente genera altos costos de transporte.

INVENTARIO DE INSUMOS/REPUESTOS

En el presente apartado se presenta el diseño del sistema de inventario de insumos y repuestos para la comisión de lancheros del Centro Turístico Puerto San Juan. El tipo de inventario a utilizar es un Inventario PEPS (Primeras Entradas, Primeras Salidas), donde los primeros insumos y repuestos que entran a éste son los primeros en salir para ser utilizados en las actividades de mantenimiento.

El inventario contendrá un pequeño stock de los principales insumos y repuestos utilizados por los lancheros para brindar el mantenimiento a sus lanchas. Dichos insumos son de uso general y son comunes para los miembros de la comisión de lancheros, ya que todos los utilizan. El primer paso para crear dicho

inventario será establecer cuáles son los principales insumos utilizados y la frecuencia con la que se utilizan, lo cuál se realizará en una reunión de la comisión.

Los datos que sean recabados se colocarán en un formato como el siguiente y mediante el análisis de dichos datos se identificarán cuáles son los insumos que son necesarios tener en stock para realizar las actividades de mantenimiento.

Tabla No.85. Formulario de recolección de insumos comunes y frecuencia de consumo.

NOMBRE DEL INSUMO / REPUESTO *	FRECUENCIA DE COMPRA	CANTIDADES COMUNMENTE COMPRADAS	COSTO UNITARIO

* En este cuadro se han incluido únicamente los repuestos que son comunes a todos los lancheros, y que, por consiguiente, todos utilizan.

En la creación de un inventario se incurre en la creación de los procedimientos propios para hacer uso de éste. En el presente apartado se detalla la forma de uso de dicho inventario.

Los principales procedimientos a seguir para llevar el control del inventario son los siguientes:

- a) Inicialización del inventario
- b) Entradas de insumos a inventario
- c) Salidas de insumos/repuestos de inventarios
- d) Cierre de inventario

a) Inicialización de Inventario:

La primera vez que se haga uso del inventario de insumos / repuestos, este se encontrará a cero ya que no tendrá ningún tipo de activo en él. Para llevar el inventario del primer período que éste funcione, el **COSTO TOTAL DE INVENTARIO EN BODEGA** en el apartado de INVENTARIO INICIAL será por consiguiente igual a cero (0).

En el apartado de **Fecha** se colocará la fecha en la que se comienza a contar el período desde que se realizará la primera compra de insumos y repuestos.

En el caso del segundo período y los demás períodos subsiguientes, el inventario comenzará a llevarse el día que se realice la nueva compra de insumos y repuestos y se colocará dicha fecha en su respectivo apartado, con la salvedad que el inventario inicial no necesariamente será cero, sino será igual al **MONTO TOTAL DE INVENTARIO FINAL EN BODEGA** del período anterior.

b) Entradas de Insumos a Inventario:

Las entradas se realizarán al momento mismo de la compra, pero las entradas de productos en fechas distintas a la de la compra se deberán reflejar en el mismo formato. Para hacer efectiva una entrada de un producto al inventario, se introducirán los principales datos de éste en el apartado **ENTRADAS DE INSUMOS Y REPUESTOS A BODEGA**, detallando el nombre del repuesto y su respectiva unidad de medida (galones, litros, unidades, etc.), la cantidad (número de artículos) que entran, el precio de éstos y la fecha en que se realizó la entrada. El detalle de cómo utilizar el formato se detalla en la sección “FORMATOS”.

c) Salidas de Insumos/Repuestos de Inventario

Cada una de las salidas de artículos del inventario deberá ser detallada en el apartado **SALIDAS DE INSUMOS Y REPUESTOS DE BODEGA**, detallando el nombre del repuesto o insumo que saldrá de la bodega, la cantidad de artículos que salen, el precio unitario y total que de éstos, el nombre de la persona a la que le son entregados, la fecha de la salida, y, en el caso del formato físico, se incluirá la firma de la persona que recibe dichos artículos.

Para conocer en detalle la forma de funcionamiento de dicho formato, referirse a la sección “FORMATOS DE CONTROL DE INVENTARIO DE INSUMOS Y REPUESTOS”.

d) Cierre de Inventario

El cierre del inventario se realizará el día en que se haga una nueva compra de insumos y repuestos (esto solo si dicha compra se realiza después de expirado el período estipulado para realizar las compras programadas de insumos y repuestos) y coincidirá con el día en que se inicialice el nuevo inventario para dicho período. Las cantidades iniciales del nuevo período que recién inicia deberán coincidir con las cantidades finales en bodega del período anterior.

En el caso que la compra que se realice sea por una emergencia y no coincida con la fecha de una compra programada, las cantidades compradas únicamente se contabilizarán como entradas en el formato **ENTRADAS DE INSUMOS Y REPUESTOS A BODEGA**, y no se cerrará el inventario de dicho período ni se abrirá el control del inventario para uno nuevo.

El inventario final de un período estará constituido por las cantidades totales de cada uno de los artículos que queden dentro de la bodega luego de un período y para realizar el cierre de éste se realizará la suma aritmética del INVENTARIO INICIAL de cada artículo de un período más todas las ENTRADAS de dichos artículos que se hagan a lo largo del período menos el total de SALIDAS de cada uno de los artículos a lo largo del período. Para observar en detalle la forma de funcionamiento de controlar cada una de las salidas de artículos del inventario, referirse a la sección “FORMATOS”.

La fórmula matemática utilizada para el cálculo del inventario final de cada uno de los artículos es la siguiente:

$$IF = II + ENT - SAL$$

En donde:

IF= Inventario final de un artículo en bodega

II= Inventario inicial de un artículo en bodega

ENT = Total de entradas de un artículo a bodega a lo largo de todo el período.

SAL= Total de salidas de un artículo de bodega a lo largo de un período

FORMATOS DE CONTROL DE INVENTARIO DE INSUMOS Y REPUESTOS

A continuación se muestran los formatos utilizados para llevar el control de todos los procedimientos relacionados con el manejo de inventario de insumos y repuestos y para llevar el control de la recepción y manejo del fondo de compras. Además, se describe la forma en que estos deberán de ser utilizados para llevar dichos controles.

Formato “Inventario De Insumos Y Repuestos”

Este formato está compuesto por 4 áreas, cada una diseñada para llevar el control de las siguientes operaciones: Inventario Inicial, Entradas De Insumos Y Repuestos A Bodega, Salidas De Insumos Y Repuestos De Bodega e Inventario Final.

Tabla No. 86. Formulario para recolección de inventario inicial.

INVENTARIO INICIAL				
Fecha				
	Nombre del insumo / repuesto (colocar unidad de medida)	Cantidad en bodega	Costo unitario	Total
1		2		\$0.00
2				\$0.00
TOTAL INVENTARIO INICIAL EN BODEGA				\$0.00

Este formato es llenado el día en que se realiza la compra de insumos y repuestos. En el caso de la primera compra que se realice, el inventario inicial de cada uno de los artículos será igual a cero, puesto que

las bodegas no tendrán ningún tipo de activo comprado con dinero proveniente del FONDO DE COMPRAS DE INSUMOS Y REPUESTOS.

El INVENTARIO INICIAL a lo largo de un período de compras programadas será igual al INVENTARIO FINAL del período anterior.

En caso de ser la primera vez que se utiliza:

- a) La cantidad en bodega de cada uno de los artículos se inicializará en cero.
- b) El total de inventario inicial en bodega se inicializará en cero.
- c) Únicamente se llenará el apartado FECHA, colocando la fecha en que se comience a llevar el control de las compras programadas de insumos y repuestos, y el apartado NOMBRE DEL INSUMO / REPUESTO, donde se colocará el nombre de cada uno de estos junto a su respectivo número. Por ejemplo, si el nombre “aceite” corresponde al número 1, en todos los demás formatos el número 1 corresponderá al nombre “aceite”.
- d) En el caso del formato presentado en la hoja electrónica, el nombre colocado a cada número en el área INVENTARIO INICIAL se actualizará automáticamente en cada una de las demás áreas. En el caso de los formatos llevados manualmente, el encargado del inventario deberá tener sumo cuidado en que los números y sus respectivos nombres coincidan en cada una de las áreas que conforman el formato, con el fin de facilitar el conteo de cada uno de los insumos que se encuentran en bodega.

ENTRADAS DE INSUMOS Y REPUESTOS A BODEGA.

El formato para llevar el control de entradas de insumos a bodega se muestra a continuación:

ENTRADAS DE INSUMOS Y REPUESTOS A BODEGA					
	Nombre del insumo / repuesto (colocar unidad de medida)	Cantidad de unidades que entran	Precio unitario de producto que entra	Costo total de producto entrante en bodega	Fecha de la entrada
1	aceite	1		\$0.00	
		1		\$0.00	
2	bujías			\$0.00	
				\$0.00	
3	0			\$0.00	
				\$0.00	
Monto total de insumos y repuestos en bodega				\$0.00	

Tabla No. 87. Formulario de entradas de insumos y repuestos a bodega.

Este formato será llenado cada vez que se realizan compras de insumos y cada vez que se introduzcan repuestos a bodega, con el fin de llevar un control de todo lo que entra a ésta y de las fechas en que se dichas entradas se llevan a cabo. Las cantidades de un insumo o repuesto que entran a bodega serán contabilizadas en la columna “CANTIDAD DE INSUMOS QUE ENTRAN”. Cada artículo tiene 5 espacios en dicha columna, lo cuál sirve para llevar entradas de un mismo insumo que se realicen en distintas fechas. Ejemplo: El día 24 de octubre de 2007 entraron 5 bujías y 4 galones de aceite. Se buscará el nombre “bujía” y se colocará en el primer cuadro de la columna “cantidad de insumos que entran” la cantidad de 5 bujías, y se colocará la fecha en que estas entraron. El mismo procedimiento se seguirá con los galones de aceite.

EL COSTO TOTAL DE PRODUCTO ENTRANTE EN BODEGA SERÁ IGUAL A LA MULTIPLICACIÓN DEL PRECIO UNITARIO DEL PRODUCTO QUE ENTRA POR LA CANTIDAD DE PRODUCTO QUE ENTRA.

SALIDAS DE INSUMOS Y REPUESTOS DE BODEGA

Para llevar el control de todos los insumos que abandonan la bodega, se presenta el siguiente formato. En éste se tiene que hacer constar la fecha de la salida, el nombre de la persona a la cuál le es entregado el/los artículo(s), el monto de la salida (unitario y total), así como la firma de la persona que recibe dichos artículos.

EL COSTO TOTAL DE PRODUCTO QUE SALE SERÁ IGUAL A LA MULTIPLICACIÓN DEL PRECIO UNITARIO DEL ARTÍCULO QUE SALE POR LA CANTIDADES QUE SALEN.

El procedimiento a seguir por el encargado de bodega para realizar una salida es el siguiente:

- El encargado de bodega recibirá la “SOLICITUD DE INSUMOS / REPUESTOS” del miembro interesado y revisará el detalle de dicha solicitud. Dicha solicitud quedará en manos del encargado de bodega.
- Revisará además que éste miembro haya cancelado la cuota de dicho período para el “FONDO DE COMPRA DE INSUMOS Y REPUESTOS”. Una vez constatada la existencia de dicho insumo en bodega y si el miembro ha cancelado su cuota, le será entregado éste sin ningún cargo extra.
- En caso que el miembro no haya cancelado la cuota, tendrá que cancelar el costo del artículo solicitado. Una vez cancelado ésta, dicha entrada de dinero será actualizada en el “FONDO DE COMPRA DE INSUMOS Y REPUESTOS”.
- Una vez recibido el/los artículo(s), el solicitante deberá firmar en el formato “SALIDAS DE INSUMOS Y REPUESTOS” y se deberá hacer constar la fecha del trámite y el nombre del miembro solicitante.

Figura No. 88. Formulario de Salidas de insumos y repuestos de bodega

SALIDAS DE INSUMOS Y REPUESTOS DE BODEGA							
	Nombre del insumo / repuesto (colocar unidad de medida)	Cantidades que salen	Costo unitario que producto que sale	Costo total de producto que sale	Entregado a	Firma recibido	Fecha de la salida
1	aceite	1		\$0.00			
				\$0.00			
		1		\$0.00			
				\$0.00			
				\$0.00			
2	bujías			\$0.00			
				\$0.00			
				\$0.00			
				\$0.00			
				\$0.00			
3	0			\$0.00			
				\$2.00	\$0.00		
				\$1.00	\$0.00		
				\$0.00	\$0.00		
				\$0.00	\$0.00		
4	0			\$0.00			
				\$0.00			
		4		\$5.00	\$20.00		
				\$0.00	\$0.00		
		1		\$4.00	\$4.00		
5	0			\$0.00			
				\$0.00	\$0.00		
				\$0.00	\$0.00		
				\$0.00	\$0.00		
				\$0.00	\$0.00		
Monto total de salidas de inventario				\$24.00			

INVENTARIO FINAL

El inventario final de producto representa las cantidades de cada uno de los artículos que quedan en bodega al final de un período. En el caso de llevar éste en la hoja electrónica, representa además el inventario en cualquier fecha específica que se revise éste, ya que las principales actualizaciones se realizan de manera instantánea. En el caso de la hoja electrónica, para conocer la cantidad total de cada uno de los artículos en bodega en una fecha específica, bastará con observar el área de INVENTARIO FINAL para dicha fecha.

Si se quiere calcular dichas cantidades en papel, la cantidad de cada uno de los artículos en inventario en dicha fecha viene dado por la fórmula:

INVENTARIO EN UNA FECHA ESPECÍFICA = INV. INICIAL + TODAS LAS ENTRADAS REALIZADAS HASTA LA FECHA – TODAS LAS SALIDAS REALIZADAS HASTA LA FECHA.

(Formula No. 1)

Además, El INVENTARIO INICIAL al comenzar un período de compra programada será igual al INVENTARIO FINAL del período anterior, es decir, se comenzará un nuevo período con la misma cantidad de artículos en bodega con la que se cerró el anterior.

Tabla No. 89. Formulario de inventario final

INVENTARIO FINAL				
Fecha <input type="text"/>				
	Nombre del insumo / repuesto (colocar unidad de medida)	Cantidad final en bodega	Costo unitario	Total
1	aceite	5		\$0.00
2	bujías	0		\$0.00
3	0	9		\$0.00
MONTO INVENTARIO TOTAL EN BODEGA				\$0.00

Manualmente, el formato de inventario final será llenado por el encargado del inventario según el siguiente procedimiento:

- a) Al finalizar un período programado de compras, se calculará la cantidad de cada tipo de artículos que quedan en bodega. Para esto se utilizará la Formula No. 1, anteriormente presentada. Se deberá constatar también la existencia física de dicha cantidad de artículos en bodega.

- b) Se calculará además el monto total al que equivale la cantidad de artículos en bodega. Esto será igual a la multiplicación de la cantidad total de cada artículo y su respectivo costo unitario. La sumatoria del total de productos será el **monto total de inventario en bodega**.
- c) Una vez realizados dichos cálculos, proseguirá a igualar el INVENTARIO INICIAL del nuevo período con el INVENTARIO FINAL del período anterior que se acaba de cerrar.

El formato total de CONTROL DE INVENTARIO incluye cada uno de los diferentes formatos mostrados anteriormente. El formato completo para el control de inventario se presenta a continuación:

INVENTARIO DE REPUESTOS E INSUMOS					COMISIÓN DE LANCHEROS, PUERTO SAN JUAN								
INVENTARIO INICIAL					INVENTARIO FINAL								
Fecha: _____					Fecha: _____								
Nombre del insumo / repuesto [valorar unidad de medida]	Cantidad en bodega	Costo unitario	Total		Nombre del insumo / repuesto [valorar unidad de medida]	Cantidad final en bodega	Costo unitario	Total					
1	carrito	2	\$8.00		1	carrito	2	\$8.00					
2	hojas		\$8.00		2	hojas	8	\$8.00					
3		5	\$8.00		3	l	3	\$8.00					
4		3	\$8.00		4	l	4	\$8.00					
5			\$8.00		5	l	8	\$8.00					
TOTAL INVENTARIO INICIAL EN BODEGA			\$8.00		MONTO INVENTARIO TOTAL EN BODEGA			\$8.00					
ENTRADAS DE INSUMOS Y REPUESTOS A BODEGA					SALIDAS DE INSUMOS Y REPUESTOS DE BODEGA								
Nombre del insumo / repuesto [valorar unidad de medida]	Cantidad de unidades que salen	Precio unitario de productos que salen	Costo total de productos retirados en bodega	Fecha de la entrada		Nombre del insumo / repuesto [valorar unidad de medida]	Cantidad que salen	Costo unitario del producto que sale	Costo total de productos que salen	Entregado a	Firma recibida	Fecha de la salida	
1	carrito	1	\$8.00			1	carrito	1	\$8.00				
		1	\$8.00					1	\$8.00				
		1	\$8.00					1	\$8.00				
		1	\$8.00					1	\$8.00				
		1	\$8.00					1	\$8.00				
2	hojas		\$8.00			2	hojas		\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
3	l		\$8.00			3	l		\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
4	l		\$8.00			4	l		\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
5	l		\$8.00			5	l		\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
			\$8.00						\$8.00				
Monto total de insumos y repuestos en bodega			\$8.00		Monto total de salidas de inventario			\$24.00					

Cada una de las áreas dentro del formato y el uso de éstas fueron descritos anteriormente.

FONDO PARA COMPRA DE INSUMOS Y REPUESTOS

Para realizar las compras de los insumos y repuestos para todos los miembros es necesaria la creación de un fondo de compra. Para dicho fondo, el encargado del control del inventario deberá cobrar una cuota preestablecida de acuerdo a la cotización de los precios de los insumos que serán comprados. El formato diseñado para llevar el control del dinero que entra y sale de dicho fondo es el FONDO PARA COMPRA DE INSUMOS Y REPUESTOS. Dicho formato está constituido por 3 áreas para el control de diferentes procedimientos:

- a) Entradas de Dinero al Fondo de Compras
- b) Salidas de Dinero del Fondo de Compras
- c) Cancelación de Cuota

a) ENTRADAS DE DINERO AL FONDO DE COMPRAS

El formato diseñado para dicho fin es el siguiente:

ENTRADAS DE DINERO AL FONDO DE COMPRAS			
Concepto	Cantidad	Fecha	Nombre
pago de deuda	\$12.00		Carlos Juárez
TOTAL	\$12.00		

Tabla No. 90. Formulario de registro de entradas a fondo de compras.

La forma de uso del formato es la siguiente:

- En dicho formato se colocará el concepto de la entrada de dinero. Dicho concepto deberá describir en forma clara y concisa la razón del pago realizado.
- Una vez detallado el concepto del pago, se anotará la cantidad que se ingresa al fondo, el nombre del miembro que realiza el trámite y la fecha en que éste se realiza.
- El dinero entregado al encargado de inventario será depositado en la “caja del fondo de compras”.

B) SALIDAS DE DINERO DEL FONDO DE COMPRAS

SALIDAS DE DINERO DEL FONDO DE COMPRAS				
CONCEPTO DE LA SALIDA	CANTIDAD	FECHA	NOMBRE	FIRMA
Compra de bujías	\$22.00			
compra mensual	\$95.00			
TOTAL	\$117.00			

Tabla No. 91. Formulario de registro de salidas a fondo de compras.

Las salidas de dinero de dicho fondo se realizarán para la compra de Insumos y repuestos de la comisión. Este formato se utiliza de la siguiente forma:

- a) A la hora de realizar una compra, se anotará el concepto de la salida del dinero y la cantidad que se extraerá del fondo.
- b) Se detallará además la fecha de la salida del dinero, el nombre de la persona responsable de la salida y su firma.
- c) Para el cálculo de la cantidad de dinero en el fondo de compras, éste será igual al total de las cuotas canceladas por los miembros más la suma de todas las entradas de dinero hasta el momento del cálculo menos el total de las salidas en dicho momento. (En el caso de la hoja de cálculo, éste cálculo se realiza automáticamente al ir actualizando los campos de cualquier formato).

c) CANCELACIÓN DE CUOTA

La cancelación de la cuota para el FONDO DE COMPRAS DE INSUMOS Y REPUESTOS se realizará una vez cumplido el plazo previamente fijado por los miembros de la comisión.

Para tener un control claro y seguro de las cantidades que entran al fondo de compras en concepto de pago de la cuota fijada, se ha diseñado el siguiente formato:

SALDO INICIAL A LA FECHA		FECHA
CUOTA DEL MES		\$0.00
CANCELACIÓN DE CUOTA		
Miembro	Cantidad cancelada	Fecha
julio jimenez	\$45.00	
	\$132.00	
TOTAL	\$177.00	

Figura No. 92. Formulario de registro de dinero al fondo de compras.

- El encargado del inventario deberá colocar la fecha en que se realiza el cobro de la cuota.
- El saldo inicial será igual al SALDO FINAL DEL PERÍODO ANTERIOR. En el caso del primer período, el saldo inicial será igual a cero (0).
- Se colocará el nombre del miembro que cancela la cuota, así como la cantidad que cancela y la fecha en que se realiza. En el caso que el miembro no cancela la totalidad de la cuota fijada, podrá pagar el faltante en una fecha posterior que será fijada junto con el encargado del inventario; dicha cantidad será hecha constar en el formato ENTRADAS DE DINERO AL FONDO DE COMPRAS en concepto de “Pago de cuota”.

4. ESPECIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS Y PROGRAMACIÓN DE MANTENIMIENTO

En el presente apartado se describen los trabajos de mantenimiento preventivo a realizar en los principales equipos de la comisión de lancheros, los procedimientos básicos para llevarlos a cabo, y además, el tiempo recomendado entre dos operaciones de mantenimiento (ciclo de mantenimiento). Dichos trabajos incluyen limpieza, ajustes y revisión de equipos.

TABLA NO. 93. MANTENIMIENTO DEL MOTOR DE LANCHAS

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Revisión de filtros y cambio si es el caso. Revisar los fuelles de goma. En caso de rotura, cambiar inmediatamente.	6 meses
Lavado del motor Lavar partes externas del motor con detergente no abrasivo. Vaciar el carburador: desconectar la manguera de la gasolina que está pegada al carburador para evitar que éste se quede con gasolina y evitar que se tape.	2 meses
Engrasar las masas y baleros	6 meses
Cambio de aceite: Una vez vertido el nuevo aceite, comprobar con la varilla el nivel alcanzado y una vez sea correcto, encender el motor para repartirlo uniformemente. Para el motor y comprobar el nivel y verter más aceite solo si es necesario	8 meses
Cambio de aceite de la transmisión: Si el aceite viejo sale grisáceo indica la presencia de agua en el sistema, lo que indica que es necesario una limpieza.	1 año
Revisión y limpieza de hélices	Cada 3 meses

Tabla No. 94. MANTENIMIENTO DEL SISTEMA ELÉCTRICO DE LANCHAS

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Revisión de todas las piezas que hayan funcionado mal con anterioridad por cualquier cuestión.	Inspección inicial
Revisión del complejo eléctrico (revisar conexiones, empalmes y terminales) especialmente si no están impermeabilizados.	1 año
Revisión de batería principal (Sacarla del barco y revisar su carga)	6 meses
Buscar síntomas de corrosión en todas las conexiones (aplicar vaselina en caso de encontrar puntos con polvillos blancos o verduscos).	6 meses
Proteger los conectores (como caperuzas de bujías) con grasa	6 meses
Sustituir bujías	1 año
Revisión de nivel de agua destilada de la batería (llenarlas si es el caso).	3 meses
Comprobar estado de correas del alternador y del circuito de agua	3 meses

Tabla No. 95. MANTENIMIENTO DE CASCO Y CUBIERTA DE LANCHAS

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Revisión del fondo del barco Limpieza de cualquier rasgo de algo o limo fijado en el casco. Utilizar agua a presión y esponja	6 meses
Revisar madera Buscar filtraciones, puntos de decoloración que pueden indicar podredumbre en ésta.	2 meses
Aplicar capa de pintura a las lanchas	1 año y medio

5. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO.

Una vez habiendo definido las actividades mínimas de mantenimiento preventivo, se hace necesario la programación de éstas en el tiempo, es decir, distribuir a lo largo de un período de tiempo (en este caso, un año) las fechas específicas en las que se realizarán dichas actividades. Para realizar esto, se presenta el diseño de una hoja electrónica en la cuál la programación será realizada por el representante del comité de lancheros en consenso con los demás miembros de la comisión.

Para realizar dicha programación de forma ordenada y clara y a fin de evitar la saturación de información en un mismo calendario de trabajo, se han agrupado las actividades de mantenimiento de acuerdo al “ciclo de mantenimiento” (tiempo que transcurre entre cada actividad programada). A cada grupo de actividades le ha sido asignado un color, el cuál será colocado en el calendario, entendiéndose que las actividades pertenecientes a dicho grupo serán realizadas en las fechas correspondientes.

Una vez definidas todas las actividades de mantenimiento preventivo a programar a lo largo de un año, el representante de la comisión distribuirá éstas en un calendario de trabajo, llenando las casillas con las fechas de realización de actividades con el color de las actividades que se realizarán en dichas fechas. (Ver Tabla 42)

ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA 2 MESES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA 3 MESES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA 6 MESES	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO CADA AÑO
Lavado del motor.	Revisión y limpieza de hélices	Revisión de filtros y cambio si es el caso. Revisar los fuelles de goma. En caso de rotura, cambiar inmediatamente.	Cambio de aceite de la transmisión
Vaciar el carburador:	Revisión de nivel de agua destilada de la batería (llenarlas si es el caso).	Engrasar las masas y baleros	Revisión del complejo eléctrico (revisar conexiones, empalmes y terminales) especialmente si no están impermeabilizados.
Revisar madera y fibra. Buscar filtraciones, puntos de decoloración que pueden indicar podredumbre en ésta.	Comprobar estado de correas del alternador y del circuito de agua	Revisión de batería principal (Sacarla del barco y revisar su carga)	Sustituir bujías
		Buscar síntomas de corrosión en todas las conexiones (aplicar vaselina en caso de encontrar puntos con polvillos blancos o verduscos).	Aplicar capa de pintura a las lanchas
		Proteger los conectores (como caperuzas de bujías) con grasa	
		Revisión y limpieza del fondo del barco	

ENERO						
Fecha	1	2	3	4	5	6
Actividades de mantenimiento						

6. CONTROL DEL PROGRAMA DEL MANTENIMIENTO DE EQUIPO, COMISIÓN DE LANCHEROS

Se llevará un control tanto de las operaciones de mantenimiento preventivo como de las operaciones de mantenimiento correctivo realizadas. La forma de llevar el control de dichas actividades se muestra a continuación.

6.1 CONTROL DE OPERACIONES DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO

Las actividades de mantenimiento preventivo serán realizadas por los mismos miembros de la comisión a sus equipos correspondientes. Luego de realizadas las actividades, se llenará el registro de cada uno de los trabajos de mantenimiento planificado en el formato “control de trabajos de mantenimiento de

instalaciones”, el cuál le será entregado al representante de la comisión quien llevará un control de los trabajos realizados.

Tabla No. 96. El formato para control de operaciones de mantenimiento preventivo

Centro Turístico Puerto San Juan	PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO CONTROL DE TRABAJOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO			
	FECHA	DESCRIPCIÓN DEL MANTENIMIENTO	LUGAR: BAÑOS, RESTAURANTES, ETC.	OBSERVACIONES

Cada 6 meses se comparará la cantidad de trabajos de mantenimiento planificados con la cantidad de trabajos que fueron llevados a cabo.

Con el fin de cuantificar el grado de cumplimiento de las actividades de mantenimiento planificadas, al cabo de 6 meses se calculará el “INDICADOR DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO”, cuya forma de cálculo se presenta en el apartado “PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA”.

6.2 CONTROL DE ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO

En aquellos casos en que se lleven a cabo las operaciones de mantenimiento preventivo, se deberá llevar a cabo un mantenimiento de tipo correctivo; si dichas actividades pueden ser realizadas por los miembros de la comisión, el control de dichas operaciones será detallado en el siguiente formato:

Centro Turístico Puerto San Juan	PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO SOLICITUD DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO				
	FECHA Y HORA DE SOLICITUD	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO / SOLICITADO	PERSONA SOLICITANTE	ÁREA A LA QUE SE LE DARÁ MANTENIMIENTO	FECHA Y HORA DE RECIBIDA

Tabla No.97. Formulario de control de actividades de mantenimiento correctivo.

En el caso de que las actividades necesarias puedan ser realizadas por los miembros encargados del mantenimiento, se marcará en el apartado “DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO / SOLICITADO” la palabra REALIZADO, indicando que el trabajo fue realizado por ellos. Para llevar a cabo las operaciones de mantenimiento descritas, en caso de que se requiera un cambio de piezas o partes

no disponibles en inventario, éstas deberán ser adquiridas por el miembro interesado. En caso de que el las operaciones de mantenimiento no puedan ser realizadas por los miembros encargados y se necesite de personas ajenas al Centro Turístico especializadas en dichas operaciones, además de llenarse la “SOLICITUD DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO” y de marcar en el apartado “DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO / SOLICITADO” la palabra SOLICITADO , en la descripción del trabajo solicitado se colocará el tipo de trabajo requerido y el tipo de personal requerido para realizarlo (fontaneros, electricistas, etc.). La contratación será hecha por el miembro solicitante y luego de que éste se lleve a cabo, para tener un control de todos los trabajos de mantenimiento correctivo realizados, se llenará el siguiente formato, con el nombre de la empresa o persona que realizó el mantenimiento y la descripción de dicho trabajo.

Centro Turístico Puerto San Juan	PROGRAMA DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO MANTENIMIENTO CORRECTIVO
Fecha inicio y finalización del trabajo	TRABAJO DE MANTENIMIENTO CORRECTIVO REALIZADO POR
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO	

Tabla No. 98 Formulario de mantenimiento correctivo.

SUBPROGRAMA B.2.2

NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Mantenimiento de equipo para la Comisión de Restaurantes y Cafetines.

1. ADMINISTRACIÓN DEL SUBPROGRAMA

Este subprograma será administrado por el representante del comité de restauranteros, quien será el encargado de calendarizar las principales actividades de mantenimiento que es requerido que se realicen en el equipo de cocina. Dicha calendarización será entregada a los miembros de cada uno de los restaurantes y cafetines, quienes serán los únicos responsables de llevarla a cabo en sus propios negocios. Cada restaurante y cafetín deberá entregar cada seis meses un pequeño resumen de las actividades de mantenimiento realizadas, así como una descripción de las actividades de mantenimiento correctivo realizadas en dicho período (si se diera el caso) con el fin de que, en el próximo programa anual, las actividades de mantenimiento preventivo vayan encaminadas a prevenir éste tipo de desperfectos.

2. INVENTARIO DE EQUIPO

El principal equipo a brindarle mantenimiento en cada uno de los establecimientos son los aparatos eléctricos utilizados para la preparación de alimentos, que representa el servicio prestado por dichos establecimientos. Se incluyen: cocinas, refrigeradoras, microondas y licuadoras y las actividades descritas en el presente subprograma están dirigidas a prestar mantenimiento a éste tipo de equipo.

Puesto que las actividades de mantenimiento programadas serán realizadas por cada uno de los miembros en sus respectivos negocios y el administrador del presente programa solo se encargará de recibir las hojas de control del CUMPLIMIENTO de las actividades por parte de cada uno de los negocios, no se vuelve necesario realizar un inventario de equipo.

3. IDENTIFICACIÓN DEL EQUIPO A UTILIZAR

El equipo a utilizar para realizar las actividades de mantenimiento que se describen más adelante será equipo propio de cada uno de los restaurantes y cafetines, y, en caso de no contar con el equipo apropiado, se sugiere la adquisición de éste.

El equipo de mantenimiento básico para brindar mantenimiento al equipo de restaurante se detalla a continuación:

- Equipo de limpieza: Limpiadores líquidos, toallas, trapos.
- Aceites y grasas.

4. ESPECIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS Y PROGRAMACIÓN DE MANTENIMIENTO

Tabla No. 99 Mantenimiento de cocinas y hornos:

DESCRIPCIÓN	PERÍODO
Limpieza del interior del horno Limpiar el interior del horno para eliminar restos de grasa o alimentos, los cuales desprenden humos y olores o provocan la aparición de manchas. Utilizar un trapo húmedo cepillos de nylon o esponjas con agua jabonosa y templada. Si la chispa eléctrica del encendido desaparece limpie los electrodos con un cepillo y jabón neutro.	Cada 2 días
Limpieza del grill abatible Esperar a que el horno esté frío, luego bajar la resistencia de Grill lo más posible. Limpiar la parte superior del horno con un trapo húmedo o esponja y volver a colocar la resistencia de Grill en su posición	Cada semana
Limpieza del exterior del horno Limpiar el exterior del horno y los accesorios con agua jabonosa y templada o con algún detergente suave. (No usar estropajos metálicos, cepillos de alambre ni polvos comerciales o abrasivos que puedan rayar el esmalte).	diario
Limpieza de la puerta de cristal Abra la puerta del horno y tire hacia fuera del cristal por la parte inferior, retirar el cristal y limpiar éste y la puerta del horno. Luego, introducir los soportes del cristal interior en las ranuras superiores de la puerta. Para finalizar, verificar que el vidrio quede bien fijado a la puerta.	1 mes

Tabla No. 100. PROCEDIMIENTOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COCINA
(Según manual de “THE HARTFORD STEAM BOILER INSPECTION AND INSURANCE CO”).

NOMBRE DEL EQUIPO	QUÉ BUSCAR	FRECUENCIA	QUÉ HACER	OBSERVACIONES
COCINAS	Acumulaciones de comida derramada que causan corrosión, funcionamiento desigual y consumo excesivo de energía	DIARIA SEMANTAL	Se debe remover toda la comida cocinada que se haya depositado bajo las llamas, tapas, anillos o planchas. Remojar las rejillas superiores una vez esté frío, Remojándolas en agua con un disolvente de grasas y raspando la materia encostrada. En el caso de las planchas, éstas deben ser frotadas vigorosamente preferiblemente con mascones de metal. Las rejas deben ser hervidas en una solución de soda salina u otro disolvente de grasa. Se deberán limpiar los orificios de los quemadores de la cocina con un alambre rígido o una pica hielo.	Es importante mantener engrasadas las manijas de las válvulas de los quemadores con grasas especiales para válvulas de altas temperaturas..
HORNOS	Depósitos de comida quemada. Fondos y revestimientos encostrados que destruyen las partes de láminas metálicas. Las puertas deben cerrar bien para que no se escape el calor. (Los termostatos operarán con mayor precisión). El asentamiento de pisos puede desnivelar el electrodoméstico; causar calentamiento no uniforme y tensiones desiguales sobre las partes metálicas.	INMEDIATA DIARIA DOS VECES AL AÑO	Remover los derrames y hervores rápidamente antes de que el material tenga tiempo suficiente para carbonizarse. Limpiar el fondo uno vez que éste esté frío. Limpiar el fondo y los lados con un paño húmedo (no mojado). Seguir las instrucciones de mantenimiento del fabricante del horno. Bajo ninguna circunstancia vertir agua sobre las superficies del horno para enfriarlas. Revisar las bisagras de las puertas limpiando muy cuidadosamente todas las migas y material encostrado de la zona de apertura. Engrasar bisagras de la puerta del horno. Revise el nivelado del horno. Revise que no hayan abolladuras en los lados o la parte de abajo del horno.	En hornos grandes, siempre planear el horneado de manera tal que no tenga que llevar el horno a los niveles máximos de calor más de una o dos veces al día.

<p>PARRILLAS</p>	<p>Humeo excesivo.</p> <p>Operación defectuosa de los quemadores. Lo mejor es una llama clara con un cono interno definido.</p> <p>Las llamas nunca deben flotar o incidir directamente sobre los elementos de refracción.</p> <p>Recubrimiento carbonizado acumulado en la superficie.</p>	<p>DIARIA</p>	<p>Vaciar y lavar el receptáculo de grasas con una solución disolvente suave. Lavar los protectores de goteo y las rejillas. Si es necesario, raspe la rejilla con un raspador metálico de tres esquinas. Lave toda la cámara del asador y el frente del equipo.</p> <p>Limpiar frecuentemente con un paño absorbente de grasas pesadas.</p> <p>Con una espátula o raspador de metales limpiar para mantener la superficie libre de partículas de comida durante su uso con el cuidado de no rayarla</p>	<p>Notas sobre Asadores de Llama Baja: ¡Mantenga las parrillas limpias! ¡Evite llamas excesivas! ¡Reorganice el material cerámico de vez en cuando! La limpieza y el constante cuidado de su operación son esenciales.</p>
<p>CAFETERAS</p>	<p>Las cafeteras deben estar limpias en todo momento para hacer un buen café.</p> <p>Aceites residuales y depósitos al interior de una cafetera pueden arruinar hasta el café de mejor calidad.</p>	<p>DIARIO</p>	<p>Limpiar los revestimientos.</p> <p>Remojar con agua caliente y derrame el agua. Vierta dos galones de agua hirviendo en cada cafetera. Agregue un material limpiador o solución jabonosa confiable de acuerdo con las instrucciones. Friegue el interior de la cafetera con un cepillo para cafeteras, drene y enjuague. Luego drene nuevamente.</p> <p>Limpiar los medidores de vidrio con un cepillo apropiado y enjuague.</p> <p>Limpiar las tapas de la cafetera y las tazas. Limpie el exterior. Limpie los revestimientos poniendo a hervir agua con una solución limpiadora. .</p> <p>Limpiar las boquillas de los grifos desarmando el grifo y refregando su interior con la solución de limpieza de la cafetera. Enjuague y vuélvalo a colocar en su lugar. Una vez limpio, permitir que circule agua limpia por el grifo.</p>	<p>Mantener las bolsas de las cafeteras inmersas en agua fría cuando no se estén usando. Cambiar los filtros de papel.</p> <p>Cuando no se estén usando, mantener suficiente agua fresca en las cafeteras para que sea registrada por el medidor.</p> <p>El uso de un termostato prevendrá el sobre calentamiento del café durante periodos de espera y preservará la calidad del café.</p>
<p>SARTENES Y CACEROLAS</p>	<p>Comida acumulada.</p>	<p>DIARIO</p>	<p>Inmediatamente después de desocupar la unidad, apagar los quemadores de la cocina, agregar agua a las cacerolas y, si es necesario, un detergente suave. Permita que las partículas de comida se disuelvan en la olla caliente. Repase con un cepillo. Nunca use instrumentos afilados por cuanto estos afectarán el terminado.</p>	

5. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO.

La programación de las actividades de mantenimiento de equipo de restaurantes y cafetines no es más que un listado de las actividades de mantenimiento a realizar y la periodicidad de realización de éstas. Dicha programación será hecha por el representante de la Comisión de Restaurantes en conjunto con el representante de la Comisión de Cafetines y será entregada a los miembros de cada uno de los restaurantes y cafetines del Centro Turístico y en ésta no aparecerán aquellas actividades que tienen que ser desarrolladas diariamente por cuestiones de orden y para no saturar visualmente el calendario de trabajo. En lugar de esto, cada uno de los miembros colocará en la pared de su negocio el listado de las actividades de limpieza que es necesario que se realicen diariamente, para que éstas sean desarrolladas por los miembros que trabajan en el lugar. A pesar de tratarse de operaciones de mantenimiento consideradas como pequeñas, son de vital importancia para la preservación de los equipos a lo largo del tiempo.

Una vez que cada miembro tenga el listado de actividades y la periodicidad sugerida de ésta, éstos colocarán un cuadro de control como el presentado a continuación, en el cuál colocarán las fechas en que se realizarán dichas actividades:

MES: ENERO				
Fecha	1	2	3	4
Act				
Limpieza del interior del horno	x		x	
Limpieza del exterior del horno				
Limpieza de cocinas	x			x
Limpieza de parrilla de horno	x			
Deshielar refrigeradoras y freezers		x		
Limpieza de refrigeradores				

Cuadro No. 42: Control de actividades de mantenimiento de comisión de restaurantes.

El anterior formato será cambiado por los miembros de los restaurantes y cafetines cada mes con el detalle de las fechas en que se llevarán a cabo las diferentes actividades.

6. CONTROL DEL PROGRAMA DEL MANTENIMIENTO DE EQUIPO

Se llevará un control tanto de las operaciones de mantenimiento preventivo como de las operaciones de mantenimiento correctivo realizadas. El control de las actividades lo llevarán los mismos miembros de cada uno de los restaurantes y cafetines y consistirá en la revisión de que cada una de las obras planificadas se haya llevado a cabo. Al final del mes cada restaurante y cafetín le entregará un reporte al representante de la comisión de Restaurantes en el cuál exprese el cumplimiento de las diferentes actividades de mantenimiento.

PLAN C

OBTENCION DE RECURSOS

1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN.

Además del recurso humano, el recurso financiero es otro factor que afecta el desarrollo de las actividades de cualquier empresa, como es el caso del Puerto San Juan. Actualmente no existe una planeación adecuada para cubrir con los gastos de éste y su presupuesto no lo efectúan de manera metódica y el dinero es solicitado a la Alcaldía de acuerdo a las necesidades que surgen. Es necesario capacitar al personal para poder realizar un presupuesto de los gastos de manera anual y calcular la inversión necesaria para la mejora e implantación de nuevos atractivos y servicios.

2. OBJETIVOS.

Objetivo General.

☞ *Diseñar programas de obtención recursos financieros, capacitaciones y elaboración de presupuesto para llevar cabo la propuesta de Gestión Integral Ecoturística para la mejora del centro turístico Puerto San Juan.*

Objetivos Específicos.

- ☞ *Establecer la metodología a seguir para la elaboración de capacitaciones*
- ☞ *Elaborar una propuesta de contenido que han de poseer las capacitaciones para la formación de guías turísticos, para administración de empresas, servicio al cliente.*
- ☞ *Desarrollar un programa para la realización de un presupuesto anual para el buena utilización de los recursos monetarios destinados para efectuar el trabajo dentro del Centro Turístico.*
- ☞ *Desarrollar un programa de obtención de recursos financieros a través de financiamiento de bancos u otras instituciones financieras y de la municipalidad a través del FODES.*

3. JUSTIFICACIÓN.

No existe una debida planificación del uso de los recursos (especialmente de los financieros) en el Centro Turístico, lo que queda reflejado en la inexistencia de un presupuesto anual realizado de manera metodológica. En lo que respecta a los recursos humanos, existe una carencia de guías turísticos que. El presente plan pretende mejorar los atractivos turísticos mediante su diversificación y aunado a un buen presupuesto y una buena administración de los recursos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS A CUBRIR.

El presente plan cubrirá todas las áreas del Centro Turístico.

5. PROGRAMAS.

El plan de obtención esta conformado por los siguientes programas:

PLAN	NOMBRE	PROGRAMA	SUBPROGRAMA	BREVE DESCRIPCIÓN	
C	PLAN OBTENCION DE LOS RECURSOS.	1. Obtención de recursos financieros	1.1. Obtención de recursos a través del FODES.	Al desarrollar este programa se busca establecer cómo el Grupo Empresarial Puerto San Juan a través de la Alcaldía municipal conseguirá los fondos para la diversificación y mejora del centro turístico; esto se puede efectuar de dos maneras: gestionando los fondos en instituciones bancarias o por medio de proyecto en el Fondo de Desarrollo Social (FODES).	
			1.2. Obtención de recursos a través de instituciones bancarias		
		2. Elaboración de presupuesto	--		Con la elaboración de este programa se busca que el Centro Turístico planifique los gastos que realizará en la prestación de sus servicios y para ejecutar sus labores cotidianas, así como un mejor control de sus ingresos.
		3. Capacitaciones	3.1. Etapas de una capacitación		Con el desarrollo de estos programas se busca que los diferentes miembros de las comisiones y el personal administrativo se capaciten en diferentes aspectos de la prestación de servicios turísticos. Debido a la apuesta de la alcaldía por convertir al Centro Turístico en un eje central del turismo, éste debe ser dirigido por personas con la capacidad de administrarlo y de brindar un servicio al cliente de calidad.
			3.2. Formación de guías turísticos		
			3.3. Formación Administrativa		
			3.4. Servicio al cliente		
3.5. Mantenimiento					

Tabla No. 101. Definición de programas y subprogramas contenidos en el plan

6. REQUISITOS / RECURSOS.

Cuadro No. 43. Recursos comunes entre programas.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Consultores	Que evalúen la estructura y realicen una propuesta de estructura más adecuada a las necesidades actuales y que expongan la misma a los interesados.
	Auxiliar.	Como apoyo para desarrollar el plan.
	Administrador del Centro Turístico.	Es el que conoce el trabajo que el Centro Turístico ha de realizar y establecer cual es la guía que se debe de seguir para que el Centro Turístico Puerto San Juan se convierta en un ente de desarrollo económico.
	Jefes de las comisiones del GREPUSANJ	Son los principales implicados en los cambios que el Centro Turístico a de sufrir y trabajar en la mejora continua del mismo.
	Integrantes del consejo municipal.	Que es el ente que dirige el curso de acción del Centro Turístico; ya que es el consejo municipal el que decide que cambios se ha de afectar dentro de estos.
TECNOLOGICO	Computadora	Es necesario un equipo, con los siguientes requisitos mínimos procesador Intel, memoria de 512 MB de RAM, 256 MHz, con disco duro de 80 GB, para la redacción de informes, guardar datos importantes y otras funciones.
	Impresor	Para la impresión de los documentos.
	Mobiliario	Es necesaria la adquisición de un escritorio y silla secretarial, para adecuar el equipo, así mismo un archivo robot para guardar la documentación sobre la adquisición y manejo de los insumos.
	Papelería / insumo.	Dentro de este encontraremos una serie de insumos tal es el caso de papel blanco tamaño carta, fotocopias, lapiceros, tablas, plumones, lápices, entre otros.

Cuadros No. 44: Identificación de recursos a utilizar por programas.

PROGRAMA DE OBTENCION DE RECURSOS FINANCIEROS.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Técnico	Formular proyecto y carpeta técnica para el establecimiento del monto a solicitar y presentar documento como requisito para realización de la inversión.
TECNOLOGICO	Formulario	Los formularios necesarios para efectuar los diferentes tramites, para la obtención de recursos monetarios

PROGRAMA DE ELABORACION DE PRESUPUESTO.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Técnico	Como auxiliar al administrador para la definición de las diferentes cuentas a desarrollarse y para la formulación del presupuesto.

PROGRAMA DE OBTENCION DE CAPACITACIONES.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Capacitador	El personal especializado para impartir las capacitaciones, por lo que se requiere el capacitador según el tipo de capacitación a impartir.
TECNOLOGICO	Local	El local para recibir las capacitaciones ha de cumplir con las condiciones necesarias como lo es una pizarra, suficientes asientos, red de alimentación eléctrica, entre otros aspectos.
	Rotafolio	Para colocar cualquier tipo de información necesaria dentro de la capacitación.
	Papelería	Lo necesario para el desarrollo de las capacitaciones y cada uno de los talleres a desarrollarse.
	Proyector	Para proyectar las diversa presentaciones.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para poder llevar acabo este plan es tomara un periodo de tiempo de 52 semanas equivalente a un 1años. Se proyecta este periodo de tiempo debido a que el desarrollo de muchos programas no depende directamente del centro turístico sino también de otras entidades que pueden ocasionar que el periodo en el que se desarrolle el plan varié, ya sea acortándose o incrementándose.

PROGRAMA C.1

1. NOMBRE DEL PROGRAMA:

Obtención de recursos financieros.

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

Dentro de este programa se establece las diferentes maneras como el Centro Turístico puede obtener recursos monetarios, con el objetivo de mejorar las instalaciones y la diversificación de los servicios que ahí se prestan. Para el desarrollo de la propuesta, se ha dividido el presente programa en 2 subprogramas, los cuáles son la obtención de fondos directamente con la Alcaldía Municipal a través del Fondo de Desarrollo Social (FODES) y el otro es por medio de préstamos en diferentes instituciones bancarias, en las cuales actúa la Municipalidad pero de manera indirecta.

3. OBJETIVOS.

3.1 Objetivo General.

- ☞ *Identificar las diferentes formas de obtención de los recursos monetarios para la mejora y diversificación del Centro Turístico Puerto San Juan.*

3.2 Objetivos Específicos.

- ☞ *Desarrollar una secuencia de pasos para la obtención de recursos financieros a través del Fondo de Desarrollo Social para la mejora y diversificación del Centro Turístico Puerto San Juan.*
- ☞ *Establecer la secuencia lógica para obtener recursos monetarios por medio de instituciones bancarias para financiar los proyectos de ampliación, mejora y diversificación del Centro Turístico Puerto San Juan.*

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

El principal involucrado es la Alcaldía Municipal como el inversionista con el fondo FODES o gestores de financiamientos con las diferentes instituciones bancarias del país.

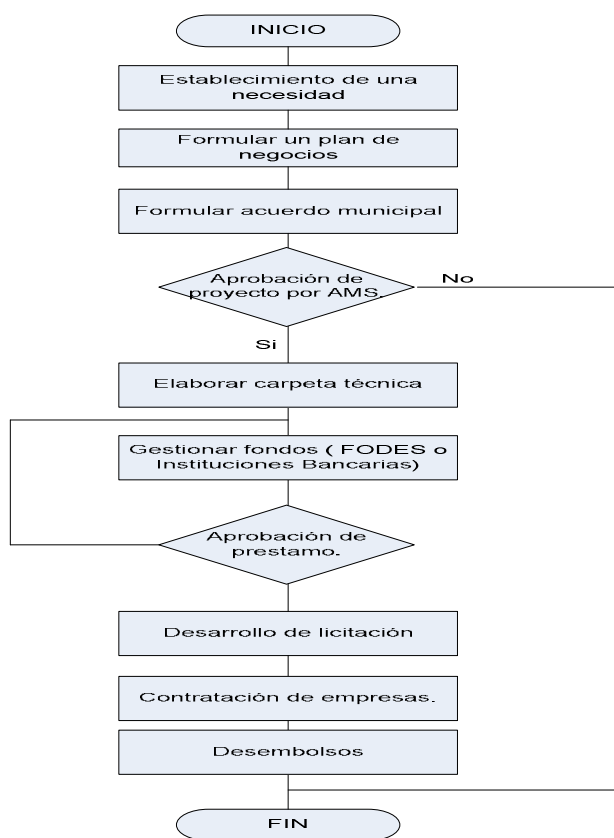
5. SUBPROGRAMAS.

A. Obtención de financiamiento a través del Fondo de Desarrollo Económico Social (FODES).

En este subprograma se describe los pasos que han de seguir los interesados para obtener los recursos monetarios a través del fondo FODES, el cual es utilizado por las Municipalidades para invertir en proyectos de desarrollo local. Este fondo es proporcionado por el Gobierno Central por medio del ISDEM.

B. Obtención de recursos a través de préstamos a instituciones financieras.

Dentro del subprograma se describe la secuencia lógica de pasos, trámites y restricciones que han de llevarse a cabo para la realización de un préstamo a instituciones financieras. Las municipalidades pueden optar a créditos para la realización de proyectos con inversiones grandes, al realizar el préstamo con instituciones financieras se coloca el FODES como prenda del préstamo; dicho préstamo ha de ser avalado por el Ministerio de Hacienda el cual categoriza a la municipalidad para que la institución financiera le efectúe un determinado porcentaje o totalidad del monto solicitado según se encuentre categorizada la Alcaldía de Suchitoto según su nivel de deuda.



FLUJOGRAMA			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Obtención de Recurso		
PROGRAMA	Obtención de Recurso Financieros		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

6. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para la realización del programa se llevara un periodo de tiempo de aproximadamente de 4 a 6 meses, para la obtención de fondos monetarios al desarrollar el subprograma de financiamiento a través del FODES aunque este monto es para la realización de proyectos de baja inversión. Al desarrollar el subprograma de *obtención de recursos a través de préstamo a institución financiera* se estima un periodo de duración de 8 a 12 meses debido a que la cantidad de trámites es mayor dado que intervienen otras instituciones para la aprobación del mismo.

SUBPROGRAMA C.1.1

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Obtención de financiamiento a través del FODES.

2. DESCRIPCIÓN DEL SUBPROGRAMA.

Dentro de este subprograma se contempla las diferentes maneras como se puede obtener fondos o recursos monetarios a través del Fondo de Desarrollo Social (FODES).

3. OBJETIVOS.**Objetivo General.**

☞ *Establecer una guía que facilite la obtención de fondos monetarios a través del FODES, para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan.*

4. ACTIVIDADES.**Descripción de las actividades.**

El Fondo de Desarrollo Social (FODES) es un fondo destinado a la realización de proyectos de beneficio social, por lo que para gestionarlo es necesario sustentar la finalidad de dichos recursos solicitados.

1. Definir la existencia de una necesidad u oportunidad para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan.
2. Formular un plan de negocios basado en la necesidad u oportunidad identificada. Una vez identificada la necesidad u oportunidad se procede a establecer la factibilidad desde diferentes estados como lo es el mercado, la parte técnica y en lo financiero. Para la realización de este proyecto el administrador del Centro Turístico se puede auxiliarse de la Oficina Técnica que es una dependencia de la Alcaldía Municipal, para la realización de esto es necesario que se presente una carta por escrito solicitando la petición para la realización del proyecto, mencionando la oportunidad o necesidad que se tenga. La profundidad del estudio dependerá del monto de la inversión y de la diversificación que sea necesario realizar. Luego el proyecto es presentado ante el Consejo Municipal para la gestión de los fondos.
3. Formular acuerdo para aceptación de los fondos. Dentro el Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, lo que significaría que el proyecto de mejora para el Centro Turístico se pondrá en marcha y que los recursos monetarios ya están designados para ello.

4. Elaboración de carpeta técnica. La carpeta técnica muestra de manera sintetizada los recursos materiales y monetarios (presupuesto de inversión) necesarios para llevar a cabo el proyecto. Ésta es hecha por el departamento técnico de la municipalidad y es necesaria para la realización de una licitación pública.
5. Desarrollo de una licitación. Basándose en la carpeta técnica se procede a la realización de la licitación pública, para ello se admiten un máximo de 5 y un mínimo de 3 participantes para la realización del proyecto de mejora o diversificación.
6. Desembolsos de los recursos monetarios. Los desembolsos para la realización del proyecto son parciales, generalmente se efectúa en tres fases al inicio del proyecto en un 25% del monto, 35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo; se establece de esta manera como un respaldo para el cumplimiento de este.

5. TIEMPO DE DURACIÓN.

El periodo estimado para la realización de este subprograma es de 4 a 6 meses, en lo que se recolectan todos los documentos necesarios para tramitar el crédito con la institución financiera y el periodo de aprobación por dicha institución.

SUBPROGRAMA C.1.2

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Obtención de recursos a través de préstamos a instituciones financieras.

2. DESCRIPCIÓN DEL SUBPROGRAMA.

Dentro del subprograma se describe la secuencia lógica de pasos y restricciones que han de llevarse a cabo para la realización de un préstamo a instituciones financieras para la obtención de recursos monetarios. Al estar el Centro Turístico bajo la administración de la Alcaldía Municipal de Suchitoto, será ésta la encargada de los trámites respectivos.

Este tipo de préstamo se realiza para efectuar inversiones grandes, colocan al FODES como garantía prendaria y depende en gran manera del estado de deuda que la Alcaldía Municipal de Suchitoto posea con el sistema financiero para que sea otorgado, para efectuar la mejora y diversificación de los servicios del Centro Turístico.

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

∞ Indicar la secuencia lógica de pasos y establecer los requisitos para conseguir recursos monetarios a través de préstamo a instituciones financieras para la mejora y diversificación de servicios para el Centro Turístico Puerto San Juan.

4. ACTIVIDADES.

Descripción del las actividades.

1. Definir la existencia de una oportunidad para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan.

Basándose en esto se formular un proyecto o plan de negocios, que sustente de manera técnica la oportunidad que se posee en este momento.

2. Formular un proyecto basado en la necesidad u oportunidad identificada.

Ya identificada la oportunidad se procede a establecer la factibilidad desde diferentes estados como lo es el mercado, la parte técnica y en lo financiero.

3. Formular acuerdo para aceptación de los fondos.

Dentro el Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, se establecen diferentes opciones de instituciones financieras se les hará el préstamo, se estudia las tasas de interés, el periodo de pago y la forma como se encuentran en la categoría del sistema financiero.

4. Se llena la solicitud de préstamo de la institución financiera en la que ha requerido el préstamo.

Dentro de la institución financiera seleccionada por el Consejo Municipal en donde se requerirá el préstamo se pide la solicitud y los requisitos que debe de cumplir.

5. Se solicita la certificación de clasificación de deuda al Ministerio de Hacienda.

Se pide al Ministerio de Hacienda la certificación de deuda de para la Alcaldía Municipal de Suchitoto, según este clasificada así es el monto que la institución financiera le puede prestar. La clasificación es establecida a continuación: A indica que la municipalidad posee liquidez y puede acceder al monto que esta solicita; B indica que posee mediana liquidez y que puede acceder a cierta cantidad del préstamo solicitado (entre 75% al 80%) y C indica que la municipalidad se encuentra en deuda por lo que existe poca probabilidad que le aprueben el préstamo o efectúan el préstamo pero con condiciones y un monto menor; ya que la realización de este se compromete el FODES como prenda bancaria.

6. Presentación de documentos a la institución financiera.

Se presenta la certificación de clasificación de deuda, la solicitud de préstamo a la institución financiera y el proyecto de diversificación que se desarrollara., además de otros documentos que solicita la unidad financiera; luego esperar la aprobación del préstamo.

7. Elaboración de carpeta técnica.

Ya teniendo la aprobación del financiamiento se procede a la elaboración de la carpeta técnica; la que muestra de manera sintetizada los recursos materiales y monetarios (presupuesto de inversión) necesarios para llevar a cabo el proyecto, esta es efectuada por el departamento técnico de la municipalidad, esta es necesario para la realización de una licitación pública.

8. Desarrollo de una licitación.

Basándose en la carpeta técnica se procede a la realización de la licitación pública, para ello se admiten un máximo de 10 y un mínimo de 5 participantes para la realización del proyecto de mejora o diversificación.

9. Desembolsos de los recursos monetarios.

Los desembolsos para la realización del proyecto son parciales, generalmente se efectúa en tres fases al inicio del proyecto en un 25% del monto, 35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo; se establece de esta manera como un respaldo para el cumplimiento de este.

5. TIEMPO DE DURACIÓN.

El periodo estimado para la realización de este subprograma es de 8 a 12 meses, en lo que se recolectan todos los documentos necesarios para tramitar el crédito con la institución financiera y el periodo de aprobación por dicha institución.

PROGRAMA C.2

1. NOMBRE DEL PROGRAMA:

Elaboración de presupuesto anual.

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

En el desarrollo del programa encontramos como se elabora un presupuesto anual para el desarrollo de las actividades diarias del Centro Turístico, en el cual se encuentra contenido los elementos básicos para realizar un presupuesto de ingresos y gastos para el centro turístico Puerto San Juan, dentro del que se contemplan las cuentas ha tomar en consideración para la realización de este.

Se proporcionan aspectos teóricos elementales para la realización de presupuesto a con el objetivo de poseer una base teórica que sustente el trabajo a realizar por los diferentes miembros del embarcadero, para que el personal maneje de una manera adecuada esta terminología básica y con eso se busca que los ingresos y gastos dentro del centro turístico sean utilizados de manera adecuada.

3. OBJETIVOS.

3.1 Objetivo General

- ↪ *Establecer una guía que facilite elaborar el presupuesto anual del Centro Turístico Puerto San Juan y el manejo eficiente de los ingresos y gastos que este percibe.*

3.2. Objetivos Específicos.

- ↪ *Definir los aspectos teóricos elementales para la elaboración de un presupuesto.*
- ↪ *Efectuar una elección del tipo de presupuesto a utilizar en el Centro Turístico Puerto San Juan.*
- ↪ *Establecer una secuencia de pasos a seguir para la elaboración del presupuesto anual.*
- ↪ *Definir las cuentas necesarias para la realización de un presupuesto anual.*
- ↪ *Definir las funciones que tiene los presupuestos y la información necesaria para su elaboración.*
- ↪ *Identificar las partes principales que ha de contener un presupuesto.*
- ↪ *Considerar cuales son las principales cuentas para la elaboración del presupuesto anual para el Centro Turístico Puerto San Juan.*
- ↪ *Diseñar una hoja de control de ingresos y egresos monetarios.*

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

En este programa se ven involucrados los diferentes áreas que conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan, pero principalmente la parte administrativa debido a que es esta la encargada de la elaboración del presupuesto para que sea aprobado por el Concejo Municipal y de la buena aplicación del mismo en el desarrollo del trabajo diario dentro del embarcadero.

5. ACTIVIDADES.

5.1 Descripción del las actividades.

Dentro de este se describen la aspectos básicos sobre presupuesto; como lo es la definición, los tipos de presupuestos, la importancia de elaborar un presupuesto, también se describen los pasos a seguir para la elaboración del presupuesto anual de ingresos y gastos para el Centro Turístico; determinando las cuentas tomando como base a la organización que se propone dentro del presente plan de negocios.

1. Aspectos básicos sobre presupuesto.

Para lograr entender como realizar un presupuesto es necesario conocer algunos fundamentos teóricos básicos sobre lo que es presupuesto, por lo que a continuación presentamos algunos aspectos básicos acerca de presupuesto:

a) Presupuesto.

Definir que es un presupuesto, se presentan definiciones sencillas y fáciles de comprender acerca de lo que es un presupuesto, esto con el objetivo que puedan ser recordadas y sean captadas por los empleados del Centro Turístico, por lo que definimos presupuesto como:

- ▣ Una herramienta que se utiliza para medir los gastos contra los ingresos.
- ▣ Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

a) Funciones de los presupuestos.

El presupuesto de gastos e ingresos es la imagen económica que el Centro Turístico mostrara, es la forma como éste se proyecta para el desarrollo de su ejercicio año con año, analizando y planeando sus ingresos y gastos de cada uno de los periodos, por lo que el presupuesto posee las siguientes funciones:

- ▣ Prever los gastos e ingresos de un período o ejercicio.
- ▣ Calcular el déficit o superávit previsto para cada una de las actividades de la entidad o empresa, así como para el ejercicio en su conjunto.
- ▣ Conocer los gastos e ingresos que tendrán una repercusión en el ejercicio de la empresa.
- ▣ Obtención de fondos para realización de proyectos de mejoramiento.

b) Tipos de presupuestos y técnicas para realizar presupuestos.

Para desarrollar este programa se vuelve necesario conocer los tipos de presupuesto y las diferentes técnicas presupuestarias que pueden ser utilizadas para el desarrollo del mismo, por lo que a continuación se presenta los tipos y las técnicas que pueden utilizarse para formular el presupuesto anual del Centro Turístico.

Tipos de presupuestos se puede incluir:

1. Un **presupuesto de supervivencia**: el mínimo necesario para que la organización o proyecto sobreviva y tenga un funcionamiento útil.
2. Un **presupuesto garantizado**: se basa en los ingresos garantizados en el momento en el que se planifica el presupuesto. Con frecuencia las «garantías» se encuentran a modo de promesas por parte de los donantes. Sin embargo, las situaciones inesperadas, como las donaciones que llegan demasiado tarde, pueden obligar a que retomes tu presupuesto de supervivencia.

3. Un **presupuesto óptimo**: cubre lo que le gustaría hacer a la organización en caso de que recaudaras dinero extra. Una vez que este dinero extra se recibe o promete, pasa a formar parte de tu presupuesto de trabajo.

Técnicas Presupuestarias.

Existen diferentes tipos de técnicas presupuestarias pero las dos principales son la **elaboración de presupuesto incremental** y la **elaboración de presupuesto de base cero**; las cuales se presenta a continuación una breve descripción de cada una de ellas:

- ☒ En los **presupuestos incrementales**, las cifras se basan en aquellos gastos reales del año anterior, con un porcentaje añadido por el aumento de la inflación del próximo año. Éste es un método sencillo que ahorra tiempo, pero que supone un modo «perezoso» y con frecuencia poco preciso. Esta técnica sólo es apropiada para organizaciones en las que los años varían poco en cuanto a actividades se refiere. Muy pocas organizaciones o proyectos dinámicos son tan estables para que esta técnica llegue a funcionarles de manera satisfactoria.

En los **presupuestos de base cero**, las cifras pasadas no se utilizan como punto de partida. El proceso presupuestario en este caso empieza a partir de cero con las actividades propuestas para el año. El resultado es un presupuesto más detallado y preciso, pero su preparación requiere más tiempo y energía. Esta técnica es esencial para nuevas organizaciones y proyectos, pero quizá sea también la mejor vía de trabajo para una organización dinámica que es muy activa en la aceptación de nuevos retos.

2. Información básica para la elaboración de un presupuesto.

Para la elaboración de un presupuesto es necesario tener en cuenta el detalle de la siguiente información; la cual se tomara como un punto de partida para su elaboración del modelo de presupuesto que el Centro Turístico ha de utilizar para su funcionamiento, esto con el objetivo de que este se apegue de forma precisa a lo planeado para el ejercicio de la actividad económica del Centro Turístico, por lo que tomaremos como punto de partida los siguientes aspectos:

- ☒ Datos del control económico de años anteriores (Presupuestos, Información de Contabilidad y Balances).
- ☒ Ingresos o gastos efectuados por el Centro Turístico.
- ☒ Presupuestos o facturas de gastos efectuados en años anteriores..

Con lo que respecta a esta información es complicado, ya que solo se cuenta con pocos registros de los ingresos y gastos que posee el Centro Turístico, por lo que se vuelve difícil establecer en detalle la información necesaria para su elaboración y definir cada una de las cuentas a utilizar; por lo que en la

propuesta que se diseñara solo se mencionaran las cuentas que se manejaran, partiendo de una base de datos casi nula; por lo que se establecerá una propuesta de las cuentas a utilizar. Se mencionan estos aspectos para que en años posteriores se utilicen como referencia, para la confección del presupuesto para que se apege a la realidad y con una mayor precisión.

3. Definición de tipos de gastos e ingresos que intervienen en los presupuestos.

Para la confección del presupuesto dentro del Centro Turístico es necesario definir y poseer claro los distintos tipos de gastos e ingresos que se presentan dentro de este, estos se pueden clasificar de la siguiente manera:

GASTOS.

- ❖ **Gastos fijos:** Son los gastos que se deben de pagar en una fecha determinada o de manera regular. Estos gastos se mantienen constantes o cambian según un plan de pago establecido de antemano, por ejemplo la cuota de un préstamo.
- ❖ **Gastos flexibles:** Son los gastos opcionales, por ejemplo lo que gastas en el desarrollo de un imprevisto o alguna actividad eventual u ocasional, por ejemplo el desarrollo de evento en el cual se busque atraer mayor cantidad de turistas.
- ❖ **Gastos variables:** Son los gastos que se tienen regularmente; los cuales son constantes y predecibles pero cuya cantidad varía por algún tipo de factor que influya sobre estos, por ejemplo los gastos por la luz, el teléfono, etc.

INGRESOS.

- ❖ **Ingreso bruto:** Es la cantidad total de dinero que se genera por la prestación de algún tipo de servicio, antes de restarle los impuestos y otras deducciones, por el ingreso de turistas a las instalaciones del embarcadero.
- ❖ **Ingreso neto:** es el ingreso bruto menos los impuestos y otras deducciones.
- ❖ **Ingreso diario:** es la retribución de dinero diario por la prestación de los servicios, en este caso son los ingresos generados por la entrada a las instalaciones del centro turístico.
- ❖ **Ingreso Mensual:** es el dinero que se recibe de manera mensual para el desarrollo de las operaciones del centro turístico, el cual es proporcionado por la alcaldía municipal.

4. Detalle de cuentas a considerar dentro del presupuesto.

La elaboración de un presupuesto es una tarea difícil y responsable para la persona encargada de su elaboración, la capacidad de planificar y organizar los diferentes rubros, para que el Centro Turístico pueda sobrevivir económicamente, depende del proceso presupuestario que ha de desarrollarse, por lo que el administrador del Centro Turístico quien es el encargado de la elaboración del presupuesto debe comprender los aspectos presentados a continuación.

1. Los valores, estrategia, planes y proyecto que el Centro Turístico posee para su desarrollo;
2. El significado de rentabilidad que se desea obtener;
3. Las implicaciones de generar y recaudar fondos.

Para la construcción del presupuesto anual para el Centro Turístico es necesario establecer diferentes cuentas a utilizar, por lo que se hace imprescindible establecer y definir las diferentes áreas en las cuales distribuye el trabajo que se realiza dentro del Centro Turístico y con ello registrar los gastos en los que estos incurren, así mismo se han de representar las área que generan ingresos, por lo que a continuación se procede a definir las áreas que comprende el Centro Turístico:

- a) Área de Administración.
- b) Área de apoyo
- c) Área de servicios generales.
- d) Diversificación y promoción.
- e) Área de servicios turísticos.

A continuación se presentan una serie de cuentas a considerar para la elaboración del presupuesto, estas identificadas dentro de cada una de las áreas mencionadas anteriormente; solo se mencionan las principales, esto servirá de guía para la confección del presupuesto del centro turístico.

- a. **Salarios**, en esta cuenta se detallaran los sueldos o la planilla correspondiente a los empleados que desempeñan labores dentro de las diferentes áreas en las cuales se encuentra organizado el Puerto San Juan, tal es el caso de las áreas administrativa, seguridad, mantenimiento, entre otras; en esta cuenta se detallan los gastos por pago al personal que labora dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.
- b. **Servicios Profesionales**. En ella se contempla el pago por servicios de consultaría o la cancelación de cualquier otro tipo de servicio que sea prestado por personas ajenas al centro turístico.
- c. **Servicios**, dentro de esta cuenta se detallara los gastos por pago de los servicios básicos que son utilizados en Centro Turístico Puerto San Juan, considerando como servicios básicos pago de agua, luz y teléfono.
- d. **Caja Chica**, esta cuenta destinada para la asignación de dinero para la compra de diversos insumos que requieren un nivel bajo de inversión tal es el caso de agua purificada, compra de algún insumo que sea urgente y de bajo costo, entre otros.
- e. **Papelería**, esta cuenta comprende los gastos por la compra de insumos que se utilizaran para el desarrollo del trabajo de cada área, tal es el caso de papel blanco, lapiceros, tintas, plumones, entre otros; así como la impresión de talonarios para la recolección de pago por ingreso y otros

formularios que requieran ser impresos, en si todo tipo de papelería que estén referidos a la prestación de servicios y al control dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.

- f. **Impresiones.** En esta cuenta se ha de detallara los gastos debidos a la impresión de volantes, afiches, brochuers, entre otros aspectos promocionales, que se han de elaborar para que el Centro Turístico Puerto San Juan se de ha conocer y muestre cuales son los servicios que se prestan dentro de este.
- g. **Publicidad.** Se detalla dentro de esta los recursos monetarios destinados para publicitar al Centro Turístico Puerto San Juan a través de los diferentes medios de publicidad del país, ya sea por spot de radio o televisión, el periódico u otras publicaciones.
- h. **Proyectos Publicitarios.** En esta cuenta se detalla los gastos que se efectúen por la fabricación e instalación de rótulos y vallas publicitarias en diferentes áreas o zonas del país, con el objetivo de dar a conocer el Centro Turístico Puerto San Juan. Dentro de esta también encontraremos los gastos debidos a cualquier otro proyecto publicitario que sea necesario emprender.
- i. **Insumos de limpieza.** En esta cuenta se ha de detallar los gastos que se incurren por la compra de diversos insumos utilizados para la limpieza del Centro Turístico Puerto San Juan, tal es el caso de detergentes, lejías, desinfectantes, papel higiénico, bolsas para basura, entre otra cantidad de insumos utilizados para la limpieza del centro turístico.
- j. **Equipo de limpieza.** Dentro de esta cuenta se detalla la compra de escobas, trapeadores, tijeras de podar, basureros, rastrillos, escobas de grama, cumas, guantes, entre otros accesorios utilizados para mantener limpia las instalaciones del Centro Turístico Puerto San Juan.
- k. **Repuestos y accesorios.** Esta cuenta esta destinada para asignar los gastos referidos a la compra de repuestos y accesorios para el mantenimiento del Centro Turístico Puerto San Juan, tal es el caso de grifos, focos, lámparas, repuestos para lámparas, cajas eléctricas, lavamanos, etc., todos los referido a los repuestos utilizados para el mantenimiento de las instalaciones.
- l. **Herramientas y equipo.** Aquí se asignaran los gastos referidos a la compra de herramientas utilizadas para el mantenimiento de las instalaciones, como por ejemplo palas, llaves, mangueras, guantes de cuero, lazos, en fin una serie de herramientas y equipo necesario.

5. Definir el tipo de presupuesto a utilizar.

Existen diferentes tipos de presupuestos los cuales fueron mencionados en el numeral uno literal “c”, siendo el tipo a utilizar el presupuesto **bajo cero**, ya que en este se especifican las diferentes áreas en las cuales se utilizarán los recursos asignados y además, porque no se cuenta con un punto de partida para la elaboración del presupuesto ya que el Centro Turístico no cuenta con un historial presupuestario preciso

que se pueda utilizar como base para elaborar el del año siguiente; otro aspecto importante es que el presupuesto base cero es utilizado en las entidades gubernamentales, el cual se apega al presupuesto gubernamental que funciona en las alcaldías y es revisado por el Ministerio de Hacienda para el uso de los fondos asignados para el desarrollo local o municipal.

6. Proceso para la elaboración del presupuesto base cero.

El proceso para la elaboración del presupuesto en base cero, consta de los siguientes pasos:

- a. Identificación de las actividades u objetivos del Centro Turístico, se han de preparar y revisar los diferentes paquetes presupuestarios o cuentas que son utilizadas para el desarrollo rutinario dentro del Centro Turístico, para solicitar los recursos a manejar para el desempeño de sus labores.
- b. Preparación de los paquetes de decisión para cada áreas dentro del Centro Turístico; estos paquetes contienen:
 1. Las metas u objetivos de la actividad.
 2. Las consecuencias de no llevar a cabo tal actividad.
 3. Los niveles de gasto para llevar a cabo una actividad, tales niveles pueden ser: **Nivel mínimo o nivel de financiación**, por debajo del cual no es factible continuar una actividad, debido a que no puede realizarse ninguna contribución positiva para alcanzar los objetivos que el Centro Turístico posee; y **Nivel corriente**, este nivel reflejará el presupuesto del año (n+1) si las actividades del año (n) se siguieran realizando a los niveles de este último año sin cambios importantes en la política de crecimiento ha seguir.
- c. Ordenación y clasificación de los "Paquetes de Decisión" o de las cuentas de ingresos y gastos en las que incurre el Centro Turístico para la realización del trabajo cotidiano, por lo que se prepararán por el personal encargado de cada área (por orden decreciente de importancia) la cantidad de recurso monetario para cubrir sus requerimientos y efectuar su trabajo de la mejor manera.
- d. Consolidación y revisión: Los paquetes de decisión o cuentas pueden ser, en cualquier caso, revisados, suprimidos o incrementados y las ordenaciones propuestas por los encargados subordinados pueden ser revisados, esta revisión ha de efectuarse con el administrador del centro turístico y cada uno de los encargados de cada área, los cuales justificaran el porque del monto solicitado.

Para poner en práctica este proceso presupuestario cada área ha de preparar tres documentos que son esenciales y que son presentados en la siguiente página.

1. Un informe del área, que recogerá la información precisa para la evaluación y toma de decisiones sin necesidad de repetirla en cada cuenta y que, como mínimo, debe contener:
 - a. Información del área.
 - b. Los objetivos principales (las necesidades que intenta satisfacer, debidamente evaluadas).
 - c. Las alternativas viables para alcanzar esos objetivos, identificando lo que se propone y explicando por qué se hace.
 - d. Los progresos realizados en la consecución de los objetivos.

2. Un paquete de decisión, que contenga al menos:
 - a. La descripción de la actividad o los servicios a realizar con los recursos disponibles, discutiendo y evaluando las realizaciones planeadas y sus resultados (mediante análisis coste-beneficio o mediante cualquier otro análisis que justifique el presupuesto).
 - b. Los recursos necesarios para el año en curso, el anterior y el siguiente, especificando los incrementos.
 - c. Los objetivos que se esperan alcanzar y los beneficios que resultarán de los incrementos especificados y los recursos acumulados, identificando los recursos esperados y expresándolos cuantitativamente.
 - d. El impacto sobre los objetivos principales y las metas a largo plazo de los incrementos previstos y de los recursos acumulados.
 - e. Cualquier otra información que ayude a la evaluación del paquete de decisión.

3. Una lista de ordenación por prioridades, que se somete a revisión por parte de la municipalidad para que estos apruebe o efectúen ajustes al presupuesto que es presentado por el administrador.

Siendo este el proceso básico para la elaboración del presupuesto y los informes que se han de presentar para su aprobación; esta secuencia de pasos que se presento su aplicación son sencillos y fáciles de adoptar, para el diseño del presupuesto para el Centro Turístico.

4. Diseño reporte de ingreso.

Para el registro de los ingresos que el Centro Turístico presenta se ha diseñado una hoja en el programa Excel, en la cual se guardaran los registros de ingresos de todos los meses del año, con el objetivo de poseer información que sirva para estimar los ingresos para la elaboración de un presupuesto efectivo, para los siguientes años; por lo que a continuación se presenta el formato a utilizar para la recolección de datos.

Este formato se utilizara mensualmente como registro detallado de la cantidad de personas que ingresan al Centro Turístico, los cuales son clasificados como adultos, niños, vehículos, motocicletas y buses, según a el tipo de transporte y la edad de las personas que deseen ingresar a este, Este se muestra en la figura No. 30.

ENERO						
Día	Adultos	Niños	Carros	Motos	Buses	\$Total
1						\$0.00
2						\$0.00
3						\$0.00
4						\$0.00
5						\$0.00
6						\$0.00
7						\$0.00
8						\$0.00
9						\$0.00
10						\$0.00
11						\$0.00
12						\$0.00
13						\$0.00
14						\$0.00
15						\$0.00
16						\$0.00
17						\$0.00
18						\$0.00
19						\$0.00
20						\$0.00
21						\$0.00
22						\$0.00
23						\$0.00
24						\$0.00
25						\$0.00
26						\$0.00
27						\$0.00
28						\$0.00
29						\$0.00
30						\$0.00
31						\$0.00
TOTALES	0	0	0	0	0	0

Figura No. 30. Hoja de registro de ingresos para el Centro Turístico por asistencia de turistas.

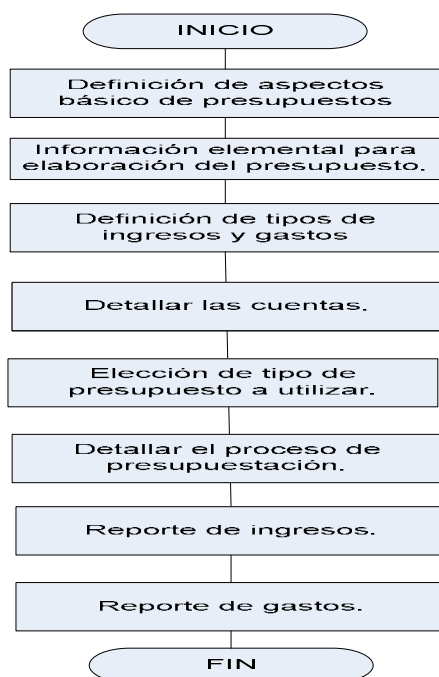
5. Diseño reporte de gasto.

Para establecer un registro preciso de los gastos en los que incurre el Centro Turístico se hace necesario que la información sea recolectada y designada a diferentes cuentas; por lo que se detalla algunas de las principales cuentas, esta pueden ser llevadas en hojas de el programa Excel; para que se estimen los gastos que se realizan de manera mensual, esto con el objetivo de tener información para la elaboración del presupuesto.

Figura No. 31. Hoja de registro de ingresos para el Centro Turístico por asistencia de turistas.

DÍA	PAPELERIA	ACCESORIOS DE LIMPEZA	CAJA CHICA	CCOMPRA DE INSUMOS	COMPRA DE HERRAMIENTA Y EQUIPO	PAGO DE SERVICIO	PAGO DE SERVICIOS PROFESIONALES	PAGO DE SALARIOS	\$Total
1									\$0,00
2									\$0,00
3									\$0,00
4									\$0,00
5									\$0,00
6									\$0,00
7									\$0,00
8									\$0,00
9									\$0,00
10									\$0,00
11									\$0,00
12									\$0,00
13									\$0,00
14									\$0,00
15									\$0,00
16									\$0,00
17									\$0,00
18									\$0,00
19									\$0,00
20									\$0,00
21									\$0,00
22									\$0,00
23									\$0,00
24									\$0,00
25									\$0,00
26									\$0,00
27									\$0,00
28									\$0,00
29									\$0,00
30									\$0,00
31									\$0,00
TOTALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0

5.2 Diagrama de actividades.



FLUJOGRAMA DE DESARROLLO DE PROGRAMA C.2			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Obtención de Recurso		
PROGRAMA	Elaboración de Presupuesto Anual		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Conocer los principios aspectos básicos para la realización de un presupuesto.
- ⇒ Tener el conocimiento de cómo elaborar un presupuesto anual.
- ⇒ Tener claras cuales son las cuentas de ingresos y gastos que se utilizaran para el desarrollo del presupuesto anual para el Centro Turístico y la manera de cómo estas afectan el desarrollo del centro turístico.
- ⇒ Poseer un mejor control de los gastos e ingresos que el Centro Turístico registra y poseerlos de forma ordenada.
- ⇒ Que se de una planeación adecuada de los ingresos y gastos que el Centro Turístico realiza, para la mejora de este.
- ⇒ Mantener un registro de los ingresos y gastos que en el Centro Turístico se ocasionan.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para el desarrollo de este programa se estima una duración de 10 semanas, 8 para el período utilizado para el levantamiento de la información y 2 semanas más para revisión y confección del informe final. Por lo que el tiempo de duración total se estima en dos meses y medio.

PROGRAMA C.3

1. NOMBRE DEL PROGRAMA:

Obtención de capacitaciones.

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

Este programa es una propuesta de lo que debe contener una capacitación; el programa servirá para definir el contenido de las capacitaciones que son necesarias para instruir y formar al personal que labora en las diferentes áreas del Centro Turístico, por lo tanto, estas capacitaciones deberán estar orientados a la prestación de los diferentes servicios y deberán de adaptarse a las realidad del lugar y a las necesidades de los participantes. Éste está dedicado al desarrollo de una propuesta de contenido y aspectos básicos que ha de contener una capacitación, las cuáles se espera que estén enfocadas, entre otras cosas, en la formación de guías turísticos, la formación administrativa para los encargados de administrar el centro turístico y al resto del personal en lo que respecta al servicio al cliente.

Las sesiones han de ser diseñadas de modo que permitan la experimentación, la reflexión, la generalización y la aplicación de los contenidos tratados. Para ello, la guía ha previsto ejercicios que favorecen la experimentación y situaciones en las que los participantes analizan la información, creando sus propias ideas en función de su experiencia y sus necesidades. La generalización permite llegar a conclusiones mientras que la aplicación permite a los participantes determinar el uso que le darán a la información y a los conocimientos adquiridos.

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

∞ Definir cuales son las principales capacitaciones que los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan han de recibir para fomentar el desarrollo y crecimiento para el Centro Turístico.

Objetivos Específicos.

∞ Establecer un modelo básico de lo que ha de contener una capacitación y definir cuales son las principales técnicas que se utilizan para el desarrollo de las mismas.

- ☞ *Desarrollar una propuesta de contenido de los módulos que deben de contener cada una de las capacitaciones que han de impartirse a los miembros del Grupo Empresarial San Juan requiere.*
- ☞ *Establecer los objetivos que se persiguen al desarrollar cada uno de los módulos que serán comprendidos en la capacitación.*
- ☞ *Identificar cuales son las empresas dentro de nuestro país que imparten capacitaciones sobre la temática necesaria para el desarrollo del Centro Turístico e indagar el camino para la obtención de las mismas.*

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA.

Con la realización de este programa se busca cubrir las diferentes áreas que intervienen en el desarrollo laboral del Centro Turístico, pero principalmente se enfoca a ciertas partes que son de gran importancia, como lo es la parte administrativa, la formación de guías turísticos y el servicio al cliente, estos son factores importantes de tratar para que el Centro Turístico trabaje de una forma que genere mayor beneficio a los integrantes del Grupo Empresarial Puerto San Juan.

El programa de obtención de capacitaciones se encuentra orientado a todo el grupo de trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan, aunque se desprenden de este programa cinco subprogramas que son una propuesta de los contenidos que han de tener las capacitaciones que han de ser impartidas para que el centro turístico mejore su efectividad y eficiencia en la prestación de los servicios, por lo que algunas de estas capacitaciones se orientaran a cierto grupo; siendo los subprograma los siguientes:

1. ***Capacitación para la elaboración de capacitaciones***, esta tiene como objetivo que los jefes de cada una de las comisiones y la administración del Puerto San Juan puedan en un futuro realizar capacitaciones para los nuevos empleados y al mismo tiempo sepan que cual es el contenido básico de una capacitación.
2. ***Capacitación de Guías Turísticos***, esta se encuentra orientada principalmente para el personal de lancheros y otras personas que se encuentren interesadas a convertirse en guías turísticos.
3. ***Capacitación en administración de Empresas***, orientada principalmente al administrador del centro turístico y a cada uno de los presidentes de las comisiones que conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan.
4. ***Capacitación en servicio al cliente***, para todas las empleados del Grupo Empresarial Puerto San Juan que tiene contacto directo con los visitantes del Puerto San Juan.

5. **Capacitación de mantenimiento de las instalaciones**, dentro de esta se encuentra la teoría básica para que el personal del Centro Turístico ejecute el plan de mantenimiento de las instalaciones del centro turístico.

5. SUBPROGRAMAS.

El programa de obtención de capacitaciones se encuentra orientado a todo el grupo de trabajadores del Centro Turístico Puerto San Juan, aunque se desprenden de este programa cinco subprogramas que son una propuesta de los contenidos que han de tener las capacitaciones que han de ser impartidas para que el centro turístico mejore su efectividad y eficiencia en la prestación de los servicios, por lo que algunas de estas capacitaciones se orientaran a cierto grupo; siendo los siguientes:

1. **Capacitación para la elaboración de capacitaciones**, esta tiene como objetivo que los jefes de cada una de las comisiones y la administración del Puerto San Juan puedan en un futuro realizar capacitaciones para los nuevos empleados y al mismo tiempo sepan que cual es el contenido básico de una capacitación.
2. **Capacitación de Guías Turísticos**, esta se encuentra orientada principalmente para el personal de lancheros y otras personas que se encuentren interesadas a convertirse en guías turísticos. Ya que presenta la temática sobre la formación de guías turísticos.
3. **Capacitación en administración de Empresas**, orientada principalmente a la parte administrativa del centro turístico y a cada uno de los presidentes de las comisiones que conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan. Dentro de esta se encuentra definida algunos aspectos principales de la administración.
4. **Capacitación en servicio al cliente**, para todas las empleados del Grupo Empresarial Puerto San Juan que tiene contacto directo con los visitantes del Puerto San Juan.
5. **Capacitación de mantenimiento de las instalaciones**, dentro de esta se encuentra la teoría básica para que el cierto personal del Centro Turístico distinga o ejecute el plan de mantenimiento de las instalaciones del centro turístico.

Para llevar acabo cada uno de estos subprogramas se hace necesario realizar las siguientes actividades que se presentan a continuación, porque los subprogramas se manejan a nivel de propuestas.

Descripción del las actividades.

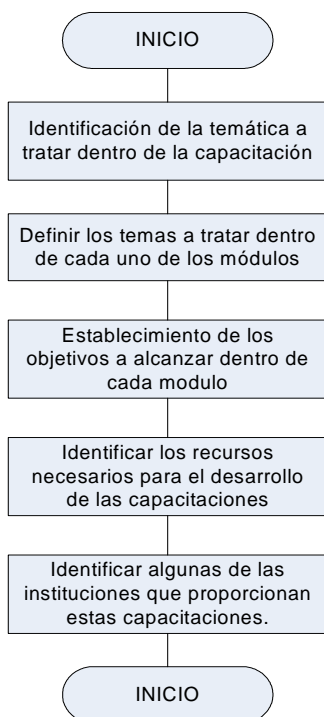
1. Establecer el contenido básico para la elaboración de una capacitación; con el objetivo de que los dirigentes de cada una de las comisiones o el administrador puedan elaborar y dirigir algún tipo de capacitación en las áreas que lo requieran. Se fijará un modelo básico, sencillo para la elaboración

de capacitaciones y se mencionara las principales técnicas que se pueden utilizar para llevar acabo éstas.

2. Identificación de la temática a tratar dentro de cada una de las capacitaciones; es importante definir el tema(s) a tratar dentro de cada uno de los módulos y el objetivo que tiene cada uno de estos.
3. Elaborar los objetivos que se persiguen con el desarrollo de cada una de las capacitaciones.
4. Identificar las instituciones que proporcionan capacitaciones relacionadas a la temática seleccionada en cada uno de los subprogramas. Esto para optar por las que mejor se adaptan a las necesidades que poseen los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan.

Para interpretar de una mejor manera las últimas cuatro actividades se realizaran subprogramas que contengan la información sobre la temática que han de contener cada una de las capacitaciones a impartir.

5.2 Diagrama de relación de las actividades.



FLUJOGRAMA DE DESARROLLO DEL PROGRAMA C.3			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Obtención de Recurso		
PROGRAMA	Obtención de Capacitaciones		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

6. TIEMPO DE DURACIÓN.

Se espera que este programa se desarrolle en un año, ya que es necesario que el personal este capacitado lo más pronto posible para que preste el servicio de manera eficiente, se estima este período de tiempo.

SUBPROGRAMA C.3.1

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Contenido básico de una capacitación.

2. DESCRIPCIÓN DEL SUBPROGRAMA.

Se presenta a continuación una guía que muestra el contenido básico para desarrollar una capacitación, adaptado y acorde a las necesidades que los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan posean, esto para que ellos puedan en un momento dado diseñar sus propias capacitaciones.

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

- ↻ Establecer una guía que facilite elaborar capacitaciones que se adapten a las necesidades de los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan.

Objetivos Específicos.

- ↻ Identificar las partes principales que ha de contener una capacitación.
- ↻ Establecer cuáles son los aspectos básicos que se busca al desarrollar una capacitación.
- ↻ Determinar las funciones del capacitador.
- ↻ Identificar las principales técnicas que se utilizan en el desarrollo de las capacitaciones.

4. ÁREAS A CUBRIR CON EL SUBPROGRAMA

Este subprograma está dirigido al administrador del centro turístico y a los directos de cada una de las comisiones que integran el Grupo Empresarial Puerto San Juan, para que estos desarrollen capacitaciones para todo el personal que labora dentro del embarcadero.

5. ACTIVIDADES.

Módulos.

En el desarrollo de las capacitaciones lo principal es dividirlos en módulos, enfatizando en los siguientes aspectos:

- ✚ **Instrumentales**, se ha de tener conocimiento de los diferentes aspectos que están involucrados en la capacitación y en la prestación del servicio que se estará proporcionando a los clientes.
- ✚ **Sociales**, que tienen que ver con la responsabilidad por el grupo (integración; ambiente de trabajo, etc.)
- ✚ **Interacción**, que tienen que ver con el papel que se tiene como intermediario entre las personas que se verán involucradas en el ámbito de trabajo.
- ✚ **Comunicación**, que tienen que ver con la selección de la información.

Con relación a los participantes es importante formar un grupo mixto en el que participen personas que conozcan del tema de la capacitación con el objetivo de enriquecer el debate. Antes de comenzar las actividades es importante conocer el perfil de los participantes, establecer la temática a tratar dentro de cada uno de los módulos y el establecimiento de los objetivos que se persigue al desarrollarse estos. Un factor de gran importancia en el aprendizaje para adultos es la posibilidad de aprender de las experiencias de las personas que imparten la capacitación.

Funciones del Facilitador:

- ✚ Organizar el taller, la inauguración, explicar los objetivos y la metodología a utilizar;
- ✚ Planificar las estrategias e instrumentos de comunicación más adecuados a las actividades de capacitación;
- ✚ Estimular y orientar la reflexión y las actividades, juntar, integrar y sintetizar los aportes;
- ✚ Detectar los conflictos latentes, ofreciendo respuestas adecuadas y evitando introducir sus propias opiniones como medio de poner fin a los conflictos;
- ✚ Proporcionar indicaciones e instrucciones claras y precisas sobre el uso de los materiales;
- ✚ Disponer de los recursos necesarios para el desarrollo de la capacitación;
- ✚ Elaborar un informe del taller que incluya la evaluación de los participantes con observaciones y recomendaciones;
- ✚ Elaborar los certificados de participación que se entregarán al final de la actividad.

El contenido de los módulos.

Respecto a los contenidos a tratar dentro de cada una de las capacitaciones se ha de tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✚ Es importante la motivación para aprender, el taller debe funcionar como un espacio de creación e intercambio de experiencia entre los presentes;
- ✚ Son importantes los conocimientos previos y la experiencia de cada persona;
- ✚ Las propuestas de trabajo, los estudios de caso, los ejemplos de análisis tendrán relación directa con el entorno profesional y social de los participantes;
- ✚ Se favorecerán todas las técnicas de observación, análisis, expresión y comunicación
- ✚ Al final de cada módulo se realizará una síntesis y se elaborarán conclusiones.

Elementos básicos de la capacitación.

Cada capacitación ha de contar con los siguientes elementos básicos:

1. Tema; indica la temática sobre la cual se ha de tratar la capacitación, este debe ser previamente investigado y estudiado.
2. Objetivos, los cuales indican la finalidad que posee la capacitación
3. Establecimiento de los módulos y sus objetivos. El tema a de ser dividido en partes (módulos) que se impartirán en las diferentes sesiones con el fin de lograr una mejor asimilación. De igual forma se definirá la finalidad perseguida por cada uno de estos.
4. Duración, sea de establecer el tiempo que durara cada uno de los módulos que se impartirán.
5. Pasos a seguir para el desarrollo de la sesión:
 - a) Presentación de los participantes. Esto para que se conozcan entre sí y para que existe una integración entre el grupo con el fin de desarrollar la capacitación de una manera eficaz.
 - b) Expectativas de los participantes. Se tomará nota de las expectativas de los participantes.
 - c) Objetivos del taller.
 - d) Reglas de juego de la capacitación. Estas serán las normas que deben ser observadas durante la capacitación.
6. Materiales necesarios. Se deberán contar con los recursos básicos necesarios para brindar la capacitación.

Técnicas a emplearse en las capacitaciones.

A continuación se ha incluido una lista explicativa de la finalidad y el desarrollo de cada una de las técnicas mayormente utilizadas dentro de las capacitaciones con el objetivo de motivar a trabajar a los participantes y de mostrar las potencialidades cada uno de estos posee.

- a) **Trabajo en grupos**, Permite abordar brevemente los temas propuestos de manera individual contribuyendo al mismo tiempo a elaborar una opinión de grupo. De esta forma se propicia la cooperación y la evaluación de las ideas de los otros participantes.
- b) **Lluvia de ideas**, Es una forma creativa y participativa de abordar asuntos. Un modo de hacerlo es con tarjetas en las que cada participante expresa una idea por escrito y todas juntas se revisan en plenaria.
- c) **Estudios de caso**, Permiten estimular la reflexión individual y la discusión de grupo en la búsqueda de soluciones alternativas
- d) **Juegos de rol/dramatización**, El objetivo es conseguir mediante la dramatización que los participantes asuman situaciones, problemas, necesidades y oportunidades de individuos tipo. La parte de los participantes que asume el papel de público tendrá la responsabilidad de la crítica y las conclusiones.

6. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para desarrollar esta capacitación se estima un periodo de tiempo de 3 semanas en las cuales se impartan dos sesiones por semana, cada una con una duración de una hora.

SUBPROGRAMAC.3.2

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Obtención de capacitación para formación de guías turísticos.

2. DESCRIPCION DEL SUBPROGRAMA.

El desarrollo de este subprograma consiste en establecer los pasos que se deben seguir para desarrollar una capacitación para la formación de guías turísticos, esto es básico para la mejora turística del Municipio de Suchitoto y principalmente del Centro Turístico Puerto San Juan, ya que al tener guías que estén acreditados proporcionan una garantía y se tendrá mayor calidad en la prestación de los servicios para los visitantes.

Dentro de este se propondrá a quienes ha de ir dirigido las capacitaciones, los principales módulos que pueden ser impartidos, el objetivo que se busca con cada uno de estos módulos, pero principalmente la manera como el administrador del centro turístico ha de tramitar las capacitaciones, dado que este es una guía a seguir para que el personal del Centro Turístico para que obtenga una formación adecuada para satisfacer las necesidades de los turistas y crear en ellos una experiencia, que los haga regresar.

Los guías turísticos son de vital importancia; para estos les indique a los turistas los diferentes tipos de turismo que pueden ser practicados dentro del municipio y cuales son los principales sitios a visitar; con esto también, se busca que los pobladores se integren a la propuesta y sean ellos mismos quienes se conviertan en guías, generando un desarrollo económico en la zona y proporcionando con ello fuentes de trabajo.

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

Establecer la secuencia de pasos para tramitar la formación de guías turísticos, para la formación de los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan y los miembros de la comunidad, para prestación de un mejor servicio a los turistas y de mayor calidad.

Objetivos Específicos.

- 1. Definir la temática de los módulos a impartir dentro de las sesiones de la capacitación para la formación de guías turísticos.*
- 2. Especificar los objetivos de cada uno de los módulos que se impartirán dentro de la capacitación.*
- 3. Construir el perfil de las personas a enviar para la formación de guías turísticos.*

4. ÁREAS A CUBRIR CON EL SUBPROGRAMA.

Con la ejecución de este subprograma se involucrara a la comunidad del municipio de Suchitoto ya que se buscara personas que desee desempeñar esta labor de guía turístico y a los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan que son los principales interesados.

5. ACTIVIDADES.

Descripción del las actividades.

- 1. Identificación de los principales temas y los objetivos a tratar dentro del cada modulo de la capacitación.**

Para poder desarrollar la capacitación es necesario establecer cuales son los temas que posee mayor relevancia y que se encuentren acorde a las necesidades de información que los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan requieran tener; para servirle de una mejor manera a los turistas, es por eso que identificamos a continuación cuales son los temas y objetivos que se pretende desarrollar dentro de cada una de los módulos, para ello se muestra a continuación los principales módulos que han de ejecutarse.

Modulo I: Información sobre las funciones de un guía turístico.

Dentro de este modulo contendrán los siguientes temas:

1. Que es un guía turístico.
2. Las funciones del guía turístico.
3. Las responsabilidades del guía turístico.
4. Como guiar a los turistas.
5. Taller: Efectuar una lluvia de ideas sobre nuevas funciones y responsabilidades que han de tener los guías turísticos en Suchitoto.

Objetivos:

Objetivo General.

En este modulo el participante entenderá lo básico y principal de ser un guía turístico.

Objetivos Específicos:

1. Establecer la definición de guía turístico.
2. Identificar cuales son las principales funciones de un guía turístico.
3. Reconocer las responsabilidades que tiene el guía turístico.
4. Establecer la forma de cómo administrar aun grupo de turistas.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en dos sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora. Para realizar el taller se tomara un tiempo adicional de 45 minutos, por lo que la duración total del modulo es de 2 horas con 45 minutos.

Recursos: Es necesario un facilitador, carteles o diapositivas, un rotafolio y plumones.

Al finalizar este modulo los participantes estarán en la capacidad de saber que es un guía turístico, sus funciones y responsabilidades; así como han de administrar al grupo de personas que se le asigne.

Modulo II: Historia de Suchitoto y sus principales atractivos turísticos.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Historia de Suchitoto.
2. Leyendas e mitos del Lago Suchitlán.
3. Tipos de turismo dentro de Suchitoto.
4. Principales recursos y patrimonios turísticos de Suchitoto.

Objetivos:

Objetivo General.

Conocer de manera estructurada datos importantes e interesantes sobre el Municipio de Suchitoto.

Objetivos Específicos:

1. Reconocer la historia que rodea al municipio de Suchitoto.
2. Conocer leyendas y mitos sobre el municipio, para ser transmitidas a los turistas.
3. Identificar cuales son las principales tipos de turismo que son practicados en el municipio y establecer las preferencias de los turistas.
4. Establecer e identificar los principales recursos y patrimonios turísticos con los que cuenta el municipio.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora.

Recursos: Es necesario un facilitador, carteles o diapositivas con fotografías de los recursos turísticos y su ubicación, un mapa del municipio de Suchitoto, un rotafolio y plumones.

Al finalizar este modulo el participante estará en la capacidad de conocer sobre la historia de Suchitoto, de los tipos de turismo que se pueden practicar dentro de este municipio, conocer que es lo que buscan los turistas y sobre todo de los sitios turísticos con los que se cuenta y pueden ser explotados de una mejor manera.

Modulo III: Formación de rutas turísticas.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Que son las rutas turísticas.
2. Como conformar una ruta turística.
3. Determinación de tiempo y distancia entre los recursos/patrimonios turísticos del municipio y el Centro Turístico.
4. Identificación de principales rutas turísticas para los clientes.
5. Taller: Elaborar rutas turísticas hacia los principales recursos y patrimonios turísticos partiendo del Centro Turístico Puerto San Juan.

Objetivos:

Objetivo General.

Estructurar de manera eficiente los diferentes destinos turísticos a los cuales se puede llevar al turista.

Objetivos Específicos:

1. Entender el concepto de ruta turística.
2. Identificar lo principales aspectos para la elaboración de rutas turísticas.
3. Conocer los tiempos y distancias entre los principales sitios turísticos visitados por los turistas.

4. Elaborar rutas turísticas que relacionen los tipos de turismo practicados en el municipio, los recursos y patrimonios turísticos.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora y 30 minutos. El taller se desarrollara en una sesión especial que tendrá una duración de 3 horas, por lo que el modulo poseerá una duración total de 9 horas.

Recursos: Es necesario un facilitador, carteles o diapositivas con fotografías de los recursos turísticos y su ubicación, un mapa del municipio de Suchitoto, un rotafolio y plumones.

Al finalizar este modulo se habrán elaborado una serie de rutas turísticas y el participante estará en la capacidad de conocerlas. Este es el principal modulo, debido a que el participante sabrá sobre los diferentes destinos; en lo que respecta a tiempo y distancia y como guiar a los turistas a las diferentes áreas donde se podrán distraer y crear un experiencia inolvidable.

Modulo IV: Servicio al Cliente.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Que es el cliente.
2. Como tratar al cliente.
3. Que busca el cliente.
4. Economía del tiempo del cliente.

Objetivos:

Objetivo General.

Servirles de mejor manera a los clientes y generar en estos un hábito para que estos regresen al Centro Turístico puerto san Juan.

Objetivos Específicos:

1. Entender que el cliente es lo básico para toda empresa.
2. Que los guías turísticos estén capacitados en servicio al cliente, para prestarle un servicio de calidad.
3. Que los guías turísticos identifique cuales son las necesidades de los turistas y que es lo que ellos buscan.
4. Estar capacitados en la administración del tiempo de los turistas, para que estos conozcan la mayor cantidad de sitios posibles en su visita.

Duración del módulo: El módulo se desarrollara en dos sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora.

Recursos: Es necesario un facilitador que sea especialista en servicio al cliente, carteles o diapositivas, un mapa del municipio de Suchitoto que indique los atractivos turísticos y su ubicación, un rotafolio, computadora, paginas de papel bond y plumones.

2. Recopilación de la información para la estructuración de los módulos.

Para llevar acabo cada uno de los módulos se hace necesario que se establezca la forma como se recopilara la información y establecer quien será el ente encargado para desarrollarla.

- ☒ **Bibliográfica.** Se ha de buscar en libros relacionados a turismo, reseñas históricas sobre el municipio, documentos que proporcionen información sobre los diferentes recursos y patrimonios turísticos que se encuentran dentro de Suchitoto, libros sobre servicio al cliente y documentos sobre formación de rutas turísticas.
- ☒ **Observación directa.** Se ha de localizar los diferentes destinos turísticos con los que cuenta el Municipio de Suchitoto, el tiempo que se tarda en llegar al recurso o patrimonio turístico, la distancia entre este y el Centro Turístico Puerto San Juan, los medios de transporte a utilizar para ejecutar la ruta y el estado de cada uno de los sitios turísticos.
- ☒ **Entrevista Personal.** Consultar con las diferentes personas sobre datos históricos relevantes del municipio, historias y mitos sobre ciertos lugares turísticos o cualquier información que sea importante de proporcionarlas a los turistas.
- ☒ **Internet.** Consultar documentos para la elaboración de rutas turísticas, sobre servicio al cliente, documento sobre turismo, entre otros.

3. Elaborar el Perfil de la persona para que será formada para convertirse en guía turístico.

Para desempeñarse como guía turístico es necesario identificar algunos aspectos importantes para que los empleados del Centro Turístico o los pobladores del municipio puedan obtener la formación de guías.

Estos aspectos están relacionados a:

Visitante o turista. Al municipio de Suchitoto llegan gran cantidad de turistas tanto nacionales como internacionales, por lo que se hace una distinción entre los turista que hablan diferente idioma al español; se realiza esta diferenciación ya que el guía turístico debe de estar capacitado para hablar otro idioma, principalmente el ingles, para satisfacer las necesidades de los distintos visitantes.

Definición de los recursos y patrimonios a visitar. Sea de definir el sitio turístico que el visitante quiere recorrer, así mismo detallar el tipo de turismo que desea practicar además del ecoturismo, por lo

que el guía turístico debe estar capacitado para cubrir los diferentes tipos de turismo que se practique dentro del municipio.

Tomando como base estos dos aspectos principales definiremos el perfil de la persona que se encuentra en condiciones para prestar este tipo de servicio.

Perfil del personal para guía turístico.

La persona que servirá como guía turístico ha de cumplir con las siguientes condiciones:

1. Dinámico.
2. Conocer los recursos y patrimonios turísticos del municipio de Suchitoto.
3. En algunos casos hablar otro idioma.
4. Ser una persona servicial y emprendedora.
5. Ser ordenado y pro-activo.
6. Ser una persona decente.

Se consideran estas condiciones ya que el guía turístico será la imagen que el Centro Turístico presentara a los diferentes clientes y de este dependerá en cierta medida la satisfacción del cliente; para que regrese al Centro Turístico con otras personas y lo motive a conocer nuevos lugares.

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Tener personal capacitado en guías turísticos.
- ⇒ Que el personal que preste los servicios a los clientes este capacitado en narrar historias o mitos de manera estructurada sobre el municipio de Suchitoto, para que sirvan de entretenimiento y formación para los turistas.
- ⇒ Que los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan puedan definir rutas turísticas, para que los turistas aprovechen de la mejor manera la estadía en el lugar.
- ⇒ Que le presten a los turistas un mejor servicio y de calidad.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para llevar a cabo la capacitación de guías turísticos se plantea la utilización de diecisiete horas con cuarenta y cinco minutos, esto como un periodo estimado; se considera realizar tres sesiones durante la semana con una duración de una hora por cada sesión, por lo que se estima que la capacitación puede efectuarse en seis semanas.

SUBPROGRAMA C.3.3**1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:**

Obtención de capacitación sobre administración de empresas.

2. DESCRIPCION DEL SUBPROGRAMA.

La formación administrativa dentro de toda organización es básica, porque es el administrador el encargado de orientar el rumbo que ha de llevar la empresa, por lo que es importante recibir una capacitación sobre esto.

Dentro de este subprograma se desarrollaran cuatro módulos orientados a la formación administrativa, en los cuales se establecerán los principios teórico general de la administración, el ciclo administrativo, aspectos generales de cómo administrar un centro turístico y como manejar al personal; estos aspectos son relevantes debido a que el administrador del Puerto San Juan y los jefe de cada una de las comisiones posee bajo nivel de conocimiento sobre este tipo de aspectos.

3. OBJETIVOS.**Objetivo General.**

∞ Establecer los contenidos básicos que ha de tener contener una capacitación para la formación administrativa para los diferentes jefes del grupo empresarial Puerto San Juan.

Objetivos Específicos.

∞ Definir la temática de los módulos a impartir dentro de las sesiones de la capacitación para la formación administrativa.

∞ Especificar los objetivos que se busca cubrir con el desarrollo de cada uno de los módulos que se impartirán dentro esta capacitación.

∞ Definir los recursos necesarios para la elaboración de esta capacitación.

∞ Identificar diferentes entidades que impartan este tipo de capacitaciones y como poder contactarse con cada una de ellas.

4. ÁREAS A CUBRIR CON EL SUBPROGRAMA

Con la ejecución de este subprograma se involucrara al administrador del Centro Turístico y los diferentes encargados de cada una de las comisiones en busca de desempeñar una mejor labor dentro del Centro Turístico.

5. ACTIVIDADES.

Identificación de los principales contenidos a tratar dentro de las capacitaciones y definir objetivos dentro de cada uno de los módulos de la capacitación, para poder desarrollar la capacitación es necesario

establecer cuales son los temas que posee mayor relevancia y que se encuentren acorde a las necesidades de información de los jefes del Grupo Empresarial Puerto San Juan; es por eso que se identifican a continuación cuales son los temas y objetivos que se pretende desarrollar dentro de cada una de los módulos, para ello se muestra a continuación los principales módulos a ejecutarse:

Modulo I: ¿Que es la administración de empresas?

Dentro de este modulo contendrán los siguientes temas:

1. ¿Que es una empresa?
2. Definición de la administración de empresas.
3. Historia de la administración de empresas.
4. Los principios de la administración.
5. Ciclo administrativo.
6. Funciones del administrador de empresa.

Objetivos:

Objetivo General.

Promover conocimientos generales sobre la administración de empresas.

Objetivos Específicos:

1. Comprender la definición de empresa.
2. Consolidar conceptos teóricos sobre la administración de empresas.
3. Describir el rol y las principales funciones del administrador de empresas.
4. Definir el ciclo administrativo de manera general.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en dos sesiones, cada una de ellas tendrá un tiempo de duración 1 hora

Recursos: Es necesario un facilitador, carteles o diapositivas, un rotafolio y plumones.

Al finalizar este modulo los participantes estarán en la capacidad de saber que es una empresa, aspectos teóricos sobre administración de empresa, bases del ciclo administrativo y las funciones que debe tener el administrador.

Modulo II: Planeación.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Que es la planeación.
2. Los tipos de Planeación.
3. Que se debe planear.
4. Métodos para realizar una planeación.
5. Taller sobre planeación de trabajo anual, definir los objetivos y los medios para alcanzarlos.

Objetivos:

Objetivo General.

Conocer lo básico que es realizar una planeación de trabajo para definir el rumbo a seguir de la empresa en un periodo de tiempo determinado.

Objetivos Específicos:

1. Comprender lo básico que es la planeación.
2. Identificar los diferentes tipos de planeación.
3. Describir que es lo que se debe de planear y como efectuarlo.
4. Definir los recursos a utilizar para la realización de los planes.
5. Efectuar una practica de cómo realizar una plantación a corto plazo para dirigir a la empresa.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora; el taller se realizara en una sesión.

Al finalizar este modulo el participante estará en la capacidad de poder planear el trabajo y poseer aspectos teóricos sobre la plantación.

Modulo III: Organizar.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Que es organizar.
2. Como organizar o coordinar las actividades a efectuar dentro de una empresa.
3. Que se debe de organizar.
4. Diseñar el trabajo a realizar.

Objetivos:

Objetivo General.

Estructurar de manera eficiente las diferentes tareas que se han de organizar para ejecutar de manera adecuada el trabajo dentro de la empresa.

Objetivos Específicos:

1. Entender la definición de organizar.
2. Identificar las principales tareas que se deben de organizar.
3. Conocer los aspectos básicos de cómo se debe de organizar las actividades dentro de una empresa.
4. Diseñar el trabajo a efectuar y asignar los recursos.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de organizar las diferentes tareas que se deben desarrollar para que la empresa trabaje de manera ordenada y haga eficiente el trabajo.

Modulo IV: Dirigir.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Que es dirigir.
2. Como y a quines dirigir.
3. Dirección de las actividades dentro de la empresa.
4. Asignación de las actividades.
5. Aspectos de comunicación.

Objetivos:

Objetivo General.

Que los jefes del Centro Turístico conozcan la manera como han de distribuir las diferentes funciones a los demás empleados para alcanzar los objetivos empresariales.

Objetivos Específicos:

1. Comprender que es dirigir y como ha de realizarse.
2. Aprender a asignar las actividades a los diferentes empleados del Centro Turístico.
3. Definir la manera de cómo se transmitirá la asignación de las actividades laborales.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de dirigir a los diferentes empleados y la asignación de recursos humano para alcanzar los objetivos empresariales.

Modulo V: Control.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Establecer la definición de control.
2. Definir que aspectos se ha de controlar dentro de una empresa.
3. Establecer las herramientas necesarias para realizar el control de las actividades.
4. Tipos de indicadores ha aplicar dentro de una empresa de servicio.
5. Taller sobre la formulación de herramienta e indicadores de control.

Objetivos:

Objetivo General.

Identificar que aspectos de las actividades son necesarios controlar para el eficiente funcionamiento del Centro Turístico Puerto San Juan.

Objetivos Específicos:

1. Comprender que es control y las actividades a controlar.
2. Establecer que mecanismos de control pueden ser utilizados dentro del Centro Turístico.
3. Identificar que indicadores se utilizaran para realizar el control de las actividades.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, asignando una de ellas para la realización del taller.

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de establecer los diferentes mecanismos de control dentro de la empresa.

Modulo VI: Elaboración de un presupuesto.

En este modulo se ha de desarrollar los siguientes temas:

1. Establecer la definición presupuesto.
2. Tipos de presupuestos, diferencias y ventajas.
3. El responsable del desarrollo del presupuesto.
4. El presupuesto como herramienta de control de las actividades.
5. Diseño y elaboración de un presupuesto anual.
6. Cuentas a considerar dentro del presupuesto.
7. Taller sobre la formulación del presupuesto anual para el Centro Turístico Puerto San Juan..

Objetivos:

Objetivo General.

Definir los aspectos básicos de un presupuesto, la mejor manera de funcionamiento y aprovechamiento de los recursos financieros que se registran en el Centro Turístico Puerto San Juan.

Objetivos Específicos:

1. Comprender la importancia de desarrollar un presupuesto.
2. Establecer quien es el responsable de la elaboración del presupuesto.
3. Identificación de cuentas que son sensibles para el buen funcionamiento del Centro Turístico.
4. Desarrollo de un buen presupuesto anual.
5. Elaboración de un presupuesto de inversión.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, para desarrollar el taller se considera una sesión mas con un tiempo de duración de 1 con 30 minutos, para identificar las cuentas que afectan al Centro Turístico.

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de elaborar identificar y elaborar un presupuesto anual.

7. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Que los encargados del Centro Turístico Puerto San Juan cuenten con los elementos teóricos básicos de la administración de empresas.
- ⇒ Guiar de una mejor manera al Centro Turístico basados en los aspectos elementales de la administración de empresa.
- ⇒ El administrador establezca las herramientas de control a utilizar dentro del Centro Turístico.

8. TIEMPO DE DURACIÓN.

Para llevar a cabo la capacitación sobre teoría básica administración de empresas se considera que se realizara en un periodo de tiempo estimado de diecinueve y media horas equivalente a siete semanas, proporcionando tres sesiones semanales, con el objetivo que el administrador del Centro Turístico y los jefes de los comités posean los conocimientos básicos de aspectos administrativos y la teoría en la cuál estos están basados.

SUBPROGRAMA C.3.4

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Obtención de capacitación para servicio al cliente.

2. DESCRIPCION DEL SUBPROGRAMA.

Dentro de este encontraremos una propuesta de descripción de lo mínimo que han de contener los diferentes módulos para realizar una capacitación sobre servicio al cliente, para que los empleados del Centro Turístico proporcionen a los turistas un servicio con mayor grado de calidad; aunque estos tratan a los turistas de manera calida y con amabilidad; por lo que esta capacitación busca aumentar estas características del personal; es por ello que contiene aspectos básicos que todo empleado del sector servicio y especialmente de servicio turístico ha de conocer y ponerlo en practica en el momento de atender al cliente.

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

Elaborar una propuesta de los contenidos básicos que ha de contener una capacitación para la prestación de servicios a los clientes que visitan el Centro Turístico en sus diferentes áreas, la cual va orientada al personal que integra al Puerto San Juan.

Objetivos Específicos.

1. *Establecer el contenido de cada uno de los módulos que sean de impartir a los empleados del Centro Turístico.*
2. *Definir los objetivos que se buscan al realizar cada uno de los módulos ha impartir.*

3. *Al realizar estos módulos se comprenda que es el cliente y el trato que se ha de servir a ellos.*
4. *Establecer un listado de instituciones o empresas que proporcionen este tipo de capacitación.*

4. ÁREAS A CUBRIR CON EL SUBPROGRAMA

Con la realización de esta capacitación se busca cubrir todas las áreas del Centro Turístico, se incluye a todos los miembros de los tres comités y al personal administrativo.

5. ACTIVIDADES.

Para poder realizar este subprograma se considera:

1. Establecer el contenido básico de cada uno de los módulos que sean de impartir.
2. Definir los objetivos que se persiguen con el desarrollo de cada uno de estos módulos.
3. Considerar los recursos a utilizar para efectuar la capacitación de servicio al cliente.
4. Identificar empresas o instituciones que proporcionen este tipo de capacitaciones.

MODULO I: ¿Qué es el servicio al cliente?

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. Definición de servicio al cliente.
2. ¿Que entenderemos como cliente?
3. ¿Qué entenderemos por turista y visitante?
4. ¿Qué están dispuesto a dar los clientes?

Objetivos:

Objetivo General.

Que los diferentes miembros que laboran dentro del Centro Turístico reconozcan lo importante que es el cliente.

Objetivos Específicos:

1. Comprender la definición de clientes.
2. Identificar la diferencia entre los distintos tipo de clientes
3. Comprender la diferencia entre turista y visitante.
4. Comprender lo que el cliente esta dispuesto a dar por el préstamo del servicio.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora.

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de identificar quienes son los turistas y visitantes, lo que espera el cliente por la prestación de los servicios y una definición clara de quien es el cliente.

MODULO 2: ¿Cómo servir al cliente?

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. Identificación de actitudes positivas y negativas.
2. Actitudes frente al cliente.
3. Como expresarse frente a los clientes.
4. Taller sobre trato al cliente

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, asignando una de ellas para la realización del taller.

Al finalizar este modulo el participante estará en la capacidad de proporcionarle un mejor trato a los diferentes clientes que visitan al Centro Turístico, como expresarse ante ellos y las actitudes que se ha de tener frente a estos.

MODULO 3: ¿Qué quieren los clientes?

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. Prestación de servicio con calidad.
2. Atención rápida y eficiente.
3. Comunicación fluida.
4. Como manejar las objeciones o conflictos con los clientes.
5. Taller sobre lo que esperan los clientes.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, asignando una de ellas para la realización del taller.

Al finalizar el modulo el participante estará en la capacidad de saber que es lo que esperan los clientes ante la prestación de su servicio.

MODULO 4: El cliente interno

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. ¿Quien es el cliente interno?
2. ¿Cómo tratar a los compañeros de trabajo?
3. ¿Aptitudes ante los compañeros de trabajo?
4. El comportamiento con los compañeros de trabajo.
5. Taller el cliente interno (compañerismo).

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, asignando una de ellas para la realización del taller.

7. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Personal capacitado en los diferentes aspectos de servicio al cliente.
- ⇒ Los empleados del centro turístico capacitados para prestarle un mejor servicio a visitantes y turista.
- ⇒ El personal con mejor trato entre ellos, respetando al cliente interno.
- ⇒ Mayor satisfacción para los turistas en lo que respecta a los servicios que se prestan en el embarcadero.

8. TIEMPO DE DURACIÓN.

El subprograma poseerá una duración estimada de 14 horas, las cuales se distribuirán en tres veces por semana por lo que se considera que se desarrollara en tres semanas, se establece un tiempo corto debido a que el personal del Centro Turístico ya ha recibido este tipo de capacitaciones lo que se busca es nada mas reforzar u mejorar el servicio al cliente; otro aspecto importante es que los trabajadores del embarcadero cuentan con muy poco tiempo para realizar las capacitaciones, por esta razón se ha de dividir en grupos para que las reciba la totalidad de los empleados.

SUBPROGRAMA C.3.5

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Obtención de capacitación para servicio de mantenimiento de instalaciones

2. DESCRIPCION DEL SUBPROGRAMA.

Dentro de este encontraremos una propuesta de descripción del contenido mínimo que han de contener los diferentes módulos para realizar una capacitación sobre servicio de mantenimiento de instalaciones del embarcadero, para que los empleados del Centro Turístico supervisen que se les proporcionen a las instalaciones un correcto manteniendo.

3. OBJETIVOS.

Objetivo General.

Elaborar una propuesta de los contenidos básicos que ha de contener una capacitación para la prestación de servicios de mantenimiento de las instalaciones para el Puerto San Juan.

Objetivos Específicos.

1. Establecer el contenido sobre aspectos de mantenimiento el cual se impartirá en los módulos que sean de impartir a los empleados del Centro Turístico.
2. Definir los objetivos que se buscan al realizar cada uno de los módulos ha impartir.
3. Identificar cuales son los principales aspectos de supervisión sobre mantenimiento de las instalaciones del Centro Turístico.

4. ÁREAS A CUBRIR CON EL SUBPROGRAMA

Con la realización de esta capacitación se busca cubrir a la comisión que estará encargada para proporcionar mantenimiento a las instalaciones del centro turístico.

5. ACTIVIDADES.

1. Establecer el contenido básico de cada uno de los módulos que sean de impartir.
2. Definir los objetivos que se persiguen con el desarrollo de cada uno de estos módulos.
3. Considerar los recursos a utilizar para efectuar la capacitación de servicio al cliente.
4. Identificar empresas o instituciones que proporcionen este tipo de capacitaciones.

A continuación se presenta el contenido básico de las capacitaciones sobre mantenimiento:

MODULO 1: ¿Qué es el Mantenimiento?

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. Definición de mantenimiento.
2. Tipos de mantenimiento.
3. Aspectos básicos sobre mantenimiento.
4. Como realizar el mantenimiento de instalaciones.
5. Como realizar el mantenimiento de equipos.

Objetivos:

Objetivo General.

Comprender los aspectos teóricos básicos sobre mantenimiento de instalaciones y equipo para la buena supervisión del mismo dentro del centro turístico Puerto San Juan.

Objetivos Específicos:

1. Comprender que es Mantenimiento.
2. Definir los diferentes tipos de mantenimiento que se pueden prestar.
3. Identificar las maneras de cómo prestar el mantenimiento a las instalaciones y a los equipo.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, las cuales se ha de desarrollar dos veces a la semana. Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de conocer que es el mantenimiento, cuales son los diferentes tipos que existen de estos, como efectuar el mantenimiento en las instalaciones y en los equipos.

MODULO 2: El mantenimiento de las instalaciones turísticas.

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. .Definición de instalaciones turísticas.

2. Identificación de las áreas a prestar mantenimiento.
3. Tipo de mantenimiento a prestar a las áreas identificadas.
4. Establecimiento de periodos de tiempo para prestar el mantenimiento.
5. Identificación del personal para prestar el mantenimiento.
6. Que aspectos supervisar en el mantenimiento de las instalaciones.

Objetivos:

Objetivo General.

Identificar las distintas áreas de las instalaciones del centro turístico a las cuales es necesario aplicarles algún tipo de mantenimiento (Esto se complementa con el inventario de instalaciones presentado en el Plan de Mantenimiento del presente trabajo) y las diferentes actividades de mantenimiento que es necesario llevar a cabo en dichas instalaciones.

Objetivos Específicos:

1. Identificar las áreas a prestar mantenimiento dentro del centro turístico.
2. Establecer el tipo de mantenimiento que sea de prestar a las instalaciones del embarcadero.
3. Definir los periodos de tiempo en que se prestaran los servicios de mantenimiento a las instalaciones.
4. Considerar al personal requerido para prestar el mantenimiento.
5. Identificar los puntos claves a supervisar par la realización de un buen mantenimiento.

Duración del módulo: El módulo se desarrollará en seis sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, las cuales se ha de desarrollar dos veces a la semana.

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de identificar las áreas, establecer los periodos de tiempo para prestar mantenimiento a las instalaciones del centro turístico así como también efectuar una buena supervicios del trabajo realizado por el personal encargado de efectuarlo.

MODULO 3: El mantenimiento de equipo.

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. Definición y clasificación de los equipo.
2. Identificación de los diferentes equipos que se utilizan para la prestación de servicios sujetos a mantenimiento.
3. Tipo de mantenimiento a prestar a los equipos.
4. Establecimiento de periodos de tiempo para prestar el mantenimiento.
5. Identificación del personal responsable a prestar el servicio de mantenimiento.
6. Que aspectos supervisar en el mantenimiento de los equipos.

Objetivos:

Objetivo General.

Establecer cuales son los equipos a los cuales se les ha de prestar servicio de mantenimiento para una mejor prestación de los servicio turísticos.

Objetivos Específicos:

1. Identificar el equipo al que se le prestara el servicio de mantenimiento dentro del centro turístico.
2. Los tipos de mantenimiento que sea de prestar.
3. Definir los periodos de tiempo en que se prestaran los servicios de mantenimiento a los equipos.
4. Considerar al personal requerido para prestar el mantenimiento a los diferentes tipos de equipo.
5. Puntos claves a supervisar par la realización de un buen mantenimiento para el equipo.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en seis sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, las cuales se ha de desarrollar dos veces a la semana.

Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad de identificar y clasificar los distintos tipos de equipo que están sujetos a la prestación de servicios de mantenimiento, establecer los periodos de tiempo en que se efectuará éste, el personal requerido para realizarlo y los puntos de control o supervisión que deberán de efectuarse.

MODULO 4: Elaboración de un plan de mantenimiento de instalaciones y equipo para la prestación de los servicios turísticos.

Dentro de este modulo se impartirán los siguientes temas:

1. Definición plan de mantenimiento
2. Contenido básico del plan de mantenimiento.
3. Como efectuar el plan de mantenimiento para las instalaciones y equipo dentro de centro turístico.
4. Taller: El plan de mantenimiento del Centro Turístico Puerto San Juan.

Objetivos:

Objetivo General.

Elaboración de un plan de mantenimiento para el Centro Turístico Puerto San Juan.

Objetivos Específicos:

1. Establecer el contenido básico que ha de contener el plan de mantenimiento.
2. Elaboración del plan de mantenimiento para las instalaciones y el equipo dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.

Duración del modulo: El modulo se desarrollara en cinco sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, las cuales se ha de desarrollar dos veces a la semana; para desarrollar los primeros

contenidos del modulo se efectuara en las primeras dos sesiones, el restante de tiempo se utilizara para desarrollar el taller. Al finalizar este modulo el participante esta en la capacidad conocer el contenido básico del plan de mantenimiento, así como también la manera de elaborar el plan de mantenimiento de las instalaciones del centro turístico.

7. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Establecimiento del periodo de tiempo en los cuales se efectuara el mantenimiento de las instalaciones y el equipo.
- ⇒ Conocimiento de los miembros del comité de mantenimiento sobre la elaboración de un plan de mantenimiento.
- ⇒ Los miembros del comité de mantenimiento estén en la capacidad de efectuar una eficiente supervisión de los trabajos de mantenimiento que se prestaran en el centro turístico.

TIEMPO DE DURACIÓN.

Para llevar acabo la capacitación sobre servicio de mantenimiento se estima realizarlo en un periodo de tiempo de veintiuno horas equivalente a once semanas, proporcionando dos sesiones semanales; esto con el objetivo que el comité de mantenimiento este capacitado para la supervisión del mantenimiento.

PLAN D

DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS

1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN.

Dentro del presente plan se pretende desarrollar las ideas que surgen a partir de las necesidades y expectativas de los clientes del Centro Turístico Puerto San Juan, en base a las cuáles se generan una serie de programas dirigidos al desarrollo del Centro Turístico, especialmente hacia los servicios que en éste se prestan. Para la prestación de los servicios turísticos se requiere hacer uso de distintos recursos los cuáles es necesario organizar y dirigir para que las diferentes iniciativas y esfuerzos de mejora sean puestos en marcha.

El plan recoge todos los aspectos que a criterio del visitante son importantes para satisfacer sus expectativas. El fin último del plan es entonces volver más competitivo el Centro Turístico a partir de la prestación de nuevos y mejores servicios, apoyados por una organización, dirección y control adecuado de estos. Se incluye la construcción de nuevos atractivos y el seguimiento y control de los actuales servicios prestados. Por lo anterior se trata dentro del plan una propuesta que trata los siguientes aspectos:

- *Mejora de servicios calificados más negativamente por los visitantes.*
- *Monitoreo de la satisfacción del cliente y sus sugerencias, ya que el cliente mismo es el fin del Centro Turístico y quien permite y dirige el desarrollo del centro.*

2. OBJETIVOS.

2.1 Objetivo General.

- ☞ *Diseñar un plan que permita la diversificación de servicios a partir de la mejora de los servicios existentes, desarrollo de nuevos servicios y atractivos orientando al ecoturismo y a la formación de nuevas rutas turísticas.*

2.2 Objetivos Específicos.

- ☞ *Identificar servicios nuevos o cambios a los ya existentes involucrando en su diseño a los miembros del Centro Turístico y tomando en cuenta las expectativas de los clientes.*
- ☞ *Creación de paquetes turísticos, según las expectativas de los clientes, a partir de los servicios que presta y se prevé prestará el Centro Turístico.*
- ☞ *Analizar la actual distribución física del centro turístico, y, si es el caso, proponer una redistribución de los espacios que lo necesiten.*
- ☞ *Desarrollar una gestión que defina el camino para que el Centro Turístico sea auto sostenible, logre los objetivos del turismo alternativo y permita el desarrollo integral de la comunidad.*
- ☞ *Elaboración de programas con énfasis en el ecoturismo orientados a la mejora e incremento de visitantes del Centro Turístico.*

3 JUSTIFICACIÓN.

Según los datos recabados del mercado consumidor, los usuarios del Centro Turístico perciben que los servicios que actualmente existen no satisfacen en su totalidad sus expectativas. Es a partir de las principales necesidades y expectativas de los clientes, junto con las debilidades en los servicios identificadas durante el diagnóstico, que se han desarrollado estrategias que permitan una diversificación y mejora de servicios dentro del Centro Turístico. La formación de propuestas de rutas es también parte de nuevos servicios, en las cuales, bajo el marco de la visión del Centro Turístico y su enfoque ecoturístico, se dirija a realizar relaciones o contactos con destinos en especial de éste tipo. Como parte de las mayores debilidades encontradas en el Centro Turístico se encuentra la falta de parqueo y de un acceso que cumpla con las expectativas de información de los visitantes.

4 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS A CUBRIR.

Las áreas que se pretenden cubrir son las de atención al cliente y la prestación de servicios en general. Sin embargo el plan afectará todas las áreas que componen el Centro Turístico en un lapso de mediano plazo a largo plazo.

5 PROGRAMAS.

PLAN	PROGRAMA	SUBPROGRAMA	BREVE DESCRIPCIÓN
D	1. Mejora de instalaciones y servicios	1. Ampliación de parqueo	Trata la ampliación del parqueo considerando la posibilidad de contar con más terreno, como la de una reubicación de los elementos del Centro Turístico únicamente.
		2. Mejora de Acceso	Identifica los elementos más importantes para mejorar el acceso al Centro Turístico. Al referirse al acceso se trata aspectos de flujo vehicular en la entrada, información e identificación del Centro Turístico mismo.
		3. Muelle	Realiza recomendaciones a partir del análisis de la disposición actual del muelle, e identifica mejoras que faciliten el fin del mismo.
		4. Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente	Identifica los métodos de monitoreo de la calidad más apropiados para el Centro Turístico a través de la recolección de información de la satisfacción los cliente.
	2. Construcción de nuevos atractivos	1. Piscinas	Identificación de los tipos de piscina más convenientes para el Centro Turístico según necesidades y los requisitos que implica su construcción.
		2. Ferry para pasajeros	Explica la importancia y características de un ferry para pasajeros y la forma de adaptarse a la administración del Centro Turístico
		3. Mural informativo y fotográfico-cultural	Identifica los elementos básicos requeridos para su elaboración, su importancia a nivel municipal, sus responsables y entes relacionados.
	3. Fomento de nuevos servicios	1. Formación de nuevas rutas turísticas	Identifica las principales rutas ecoturísticas y combinación de otros tipos de turismo a las cuales tiene acceso el visitante del municipio de Suchitoto tomando como eje el Centro Turístico, además de identificar elementos de interés para sus visitantes. Lo cual servirá de base para la formalización de nuevas rutas ecoturísticas principalmente.
		2. Formación de Comité de Mejoramiento y Desarrollo	Especifica las partes principales para la conformación de un comité encargado de todo lo que implica la diversificación y mejora de servicios. Incluido la publicidad y promoción del Centro Turístico.
		3. Implantación de sistema de pago con tarjetas de crédito	Pasos requeridos para la implantación de POS o sistemas de pago con tarjetas de crédito y débito como diversificación en la forma de pago por parte de los visitantes.

	4. Instalación de oficina de turismo dentro de TPSJ	Descripción básica de una propuesta de fortalecimiento de los esfuerzos de la principal entidad encargada de la promoción del turismo en Suchitoto en el cumplimiento de sus objetivos y bajo el marco de los objetivos de desarrollo en cuanto a dicho sector con respecto al Centro Turístico Puerto San Juan.
--	---	--

Tabla No. 102. Detalle de programas y subprogramas a desarrollarse dentro del Plan.

6 RECURSOS.

Cuadro No. 45. Recursos comunes entre programas.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Representante de la Oficina de turismo Municipal	Aporte, guía, valoración y consulta de ideas relacionadas al desarrollo o con aportes al turismo en general y sus implicaciones.
	Asesor en construcción	Requerido para la construcción de nuevos atractivos en especial para los programa 1 y 2.
TECNOLOGICO/ FÍSICO	Plan de Obtención de Fondos	Se requiere el desarrollo y especificación de dicho plan, para tener una base de la cual partir para el desarrollo del presente plan bajo un marco real.
	Información de usuarios	Información obtenida en base a datos de los usuarios, clientes internos y externos obtenidos durante el diagnóstico de la propuesta de gestión integral ecoturística. Expectativas de los interesados.

CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS ATRACTIVOS

Cuadro No. 47. Recursos por programas.

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	historiadores, guías o personas empapadas en turismo	Para apoyo en la construcción del mural informativo, del desarrollo de la oficina de turismo anexa al Centro Turístico, en la implantación de nuevas rutas
	Ingeniero Civil	Que realice las mediciones y diseño físico para futura construcción en base a las propuestas.
	Personal capacitado en construcción y albañilería	una vez aprobado una propuesta, para el rediseño.
	Guardavidas	Para el funcionamiento de la piscina
TECNOLOGICO/ FÍSICO	Área específicas para construcción	las áreas totalmente definidas en tamaño y ubicación exacta, para la construcción de los nuevos atractivos
	Insumos para construcción	Todos los insumos requeridos para la construcción de los diversos atractivos.
	Equipo de construcción	Equipo necesario par ala construcción de los diversos atractivos.
	Diseños finales de los atractivos	Diseño final de los atractivos para su evaluación y puesta en marcha o construcción.
	Materiales y equipo	Insumos necesarios para su elaboración, su ejecución y/o desarrollo. Tal como Pintura, Brochures, Fotos poster plastificados, clavos, remaches, etc.

MEJORA DE INSTALACIONES Y SERVICIOS

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Representantes de todos los comités	Para implantación del sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente
	Asesor para construcciones	Persona que dirija las construcciones y cambios en las instalaciones.
TECNOLOGICO/ FÍSICO	Buzones de sugerencias	Puntos específicos con sus identificaciones para obtener boletas para sugerencias, la ubicación del buzón mismo.
	Equipo constructor	para ampliación de acceso y de parqueo, y todos los cambios requeridos según alternativas seleccionadas
	Papelería e Impresión	de formatos para recolección de información del monitoreo de calidad y para su puesta en marcha del sistema de monitoreo de la satisfacción al cliente
	Elementos para mejora de estructuras	Ángulos de hierro 3x3, lazos, caucho, barriles, tablas de madera, faroles, cables, argollas para anclar, cemento, hierro, arena, postes de madera

FOMENTO DE NUEVOS SERVICIOS

TIPO DE RECURSO	RECUROS	DESCRIPCION
HUMANO	Representante legal del Centro Turístico	para el proceso de instalación de POS
	guías	Para apoyo en la construcción del mural informativo, del desarrollo de la oficina de turismo anexa al Centro Turístico, en la implantación de nuevas rutas
	Representantes de todos los comités	Para formación del comité de diversificación.
TECNOLOGICO/ FÍSICO	Equipo	para la instalación de la oficina de turismo, tal como escritorio, materiales de promoción y publicidad
	Recursos para la construcción del mural informativo	Fotografías, pintura, cuadros y todo lo necesario según diseño final.
	Recursos para facilitar el trabajo de la oficina del turismo anexa	Cualquier equipo de apoyo requerido.
	Línea telefónica	Para instalación de POS
	Equipo para POS	Alquiler o compra de los equipos necesarios para la realización de pago con tarjetas de créditos

7 TIEMPO DE DURACIÓN.

El tiempo de implantación se encuentra fuera del tiempo de evaluación de las propuestas para su aprobación final. Sin embargo el tiempo estimado depende de cada programa, Cuyo tiempo final se estima en 37 meses equivalente aproximadamente 3 años con un mes, sea de tomar en cuenta que se pueden elaborar algunos subprogramas de forma paralelas.

PROGRAMA D.1

1. NOMBRE DEL PROGRAMA.

Mejora de instalaciones y servicios.

2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.

Éste programa considera aspectos tanto tangibles (fachada, entrada y parqueo) como la parte intangible del Centro Turístico y que son los productos principales que ofrece éste, los servicios y su monitoreo. El programa consiste en una propuesta de rediseño en cuanto a la disposición física de los activos del Centro Turístico y el manejo de sus atractivos, con el fin de mejorar su funcionalidad, dirigida siempre a la mejora en general de los servicios diversos que se prestan actualmente.

El desarrollo del programa se centra en dos áreas del Centro Turístico señaladas como problemáticas o con más deficiencias por los usuarios, y que están deteniendo el potencial desarrollo que éste podría tener. Estas áreas son la entrada y el parqueo mismo cuyos espacios son insuficientes. Esto genera

estancamientos por cuellos de botella y molestias en los visitantes que acuden al Centro Turístico y frustran su entrada al no haber suficiente espacio, aun cuando se tenga capacidad de atenderseles en todos los servicios que existen dentro.

Otra parte importante desarrollada en el presente programa es la construcción de un muelle turístico en el lugar. Además, se ha considerado también el monitoreo de la calidad de los servicios prestados. Éste se considera de importancia ya que permite la continua observación y medición del desarrollo del Centro Turístico a partir de la óptica de la satisfacción de los clientes, identificación de necesidades y oportunidades para el Centro Turístico

Derivado de todo lo anterior, se desprenden cuatro subprogramas a tratar dentro de éste programa, los cuales son desarrollados adelante.

3. OBJETIVOS.

3.1 Objetivo General

☞ *Elaboración de una propuesta de rediseño según alternativas de solución existentes, dirigidas a la mejora de los servicios actuales e instalaciones que presentan mayores problemas y que afectan el desarrollo del resto de actividades dentro del Centro Turístico.*

3.2 Objetivos Específicos.

- ☞ *Elaborar una propuesta de ampliación de parqueo incluyendo la limitante de no contar con una porción mayor de terreno.*
- ☞ *Elaborar una propuesta de ampliación de parqueo contando con una ampliación de terreno.*
- ☞ *Especificación de elementos necesarios para mejorar el acceso al Centro Turístico, desde la imagen de la fachada hasta la capacidad de entrada, facilitando el control de ingreso y salida.*
- ☞ *Especificación de características del muelle actual y su funcionamiento, para una propuesta final de una mejora en su tratamiento y uso.*

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA (Alcance).

Se verán involucradas físicamente el área de entrada, de administración, cafetines y la zona de parqueo actual. Es parte de las estrategias a mediano y largo plazo.

5. SUBPROGRAMAS.

5.1 Descripción del los subprogramas.

Definición de los subprogramas siguientes:

- 5.1.1 Ampliación de parqueo
- 5.1.2 Mejora de Acceso vehicular principal
- 5.1.3 Mejora del Muelle

5.1.4 Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente

5.2 Diagrama de relación de las actividades.

La ampliación del parqueo se encuentra muy relacionada con la mejora del acceso al Centro Turístico. Y ambas propuestas se consideran como complementarias entre sí.

Las actividades sugeridas para llevar a cabo el presente programa son las siguientes:

- Análisis de opciones existentes y viables para la ampliación de parqueo
- Propuesta de medida de ampliación más factible
- Especificación de todos los componentes de la entrada al Centro Turístico
- Evaluación cualitativa de los componentes
- Enumeración de deficiencias y priorización
- Elaboración de propuestas de mejora de deficiencias, según prioridad
- Evaluación de desempeño actual del muelle existente
- Especificación de mejoras a muelle
- Identificación de formas adecuadas para monitorear la calidad en el Centro Turístico
- Establecimiento de métodos y medios de recolección de información para el monitoreo de la calidad.

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Mejoras en el uso del muelle, para realzar su fin y crear una mejor imagen de relación entre el nombre del Centro Turístico y lo que físicamente se encuentra dentro del mismo y que es esperado por los visitantes.
- ⇒ Opciones factibles de mejora del acceso considerando el espacio actual y una ampliación de terreno.
- ⇒ Mejorar la capacidad del Centro Turístico.
- ⇒ Mejor aprovechamiento del espacio que dispone el Centro Turístico para la fachada y parqueo.
- ⇒ Mejorar el flujo vehicular.
- ⇒ Mejorar el control vehicular y uso de la pluma.
- ⇒ Contribución a una mayor captación de clientes y visitantes del Centro Turístico.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

La implementación del programa tiene un tiempo que varía según el subprograma que se implemente y el orden de éstos o si se ponen en marcha paralelamente, sin tomar en cuenta el tiempo de evaluación y decisión de implantación del mismo. Sin embargo puede variar cada subprograma de 13 meses.

SUBPROGRAMA D.1.1

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:**Ampliación de parqueo****2. Objetivo:**

☞ *A través de éste subprograma se pretende identificar las opciones factibles para la optimización del espacio, aumentar la capacidad de parqueo y lograr acoger una mayor cantidad de vehículos y por ende visitantes al Centro Turístico. Sin que incidan grandemente los factores de los que actualmente depende el tamaño del parqueo (si se encuentra en invierno o verano) e incluso abastecer la demanda de parqueo en los días con mayor demanda.*

3. Desarrollo

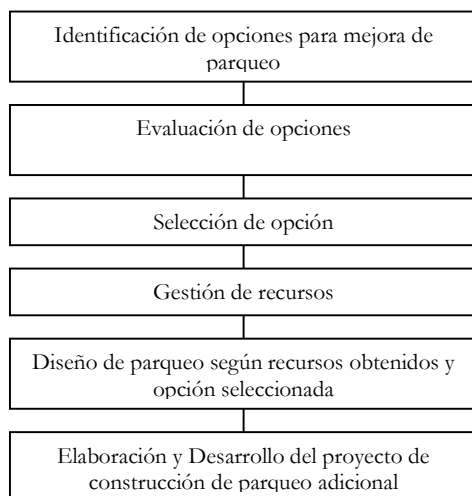
Como respuesta a una de las principales deficiencias detectadas por los clientes tanto internos como externos al Centro Turístico, se desarrolla éste programa el cual contiene propuestas de ampliación de parqueo considerando diversas situaciones, en especial dos posibles escenarios, los cuales son 1) considerando que se obtiene mayor cantidad de terreno para poder construir y 2) considerando contar únicamente con el espacio actual, lo cual responde a la actual incertidumbre de contar con el terreno aledaño en un futuro cercano.

Actualmente la capacidad total de parqueo depende en gran medida de la estación en la cual se encuentre. La capacidad del parqueo es de 36 vehículos, cantidad que aumenta durante el verano puede hasta aproximadamente a 150, según el nivel del agua del lago. Sin embargo durante temporada alta el Centro Turístico tiene un flujo aproximado de 1,397²⁵ vehículos en una semana, lo que significa un promedio de 200 vehículos diarios, los cuales son suplidos solamente durante verano y en condiciones no adecuadas.

La capacidad teórica de atención (para días regulares y haciendo uso de los servicios básicos) de 316 personas aproximadamente (entre lancheros 204 personas, restaurante 276, artesanías y cafetines 36 personas) en un periodo promedio de atención por tipo de servicio (duración promedio máxima de servicio 2 horas, las cuales varían entre 5 minutos como mínimo para artesanías hasta 5 horas la máxima para lancheros) superando la capacidad del parqueo.

Los pasos generales a seguir para lograr el fortalecimiento del Centro Turístico en éste aspecto son los siguientes:

²⁵ Según datos proporcionados por Sr. Pascual Galdamez, administrador del Turicentro tomando como base Semana santa del primer año de funcionamiento, para el diagnóstico del Plan Maestro Municipal



Puesto que éste programa está dirigido a la construcción de una mayor cantidad de parqueos, existen algunas consideraciones generales que haremos sin importar la alternativa de mejora que finalmente se seleccione. Estos elementos se mencionan a continuación.

Consideraciones generales para la ampliación de parqueo:

Localización

Los Espacios de parqueo deben estar sobre la ruta de acceso más corta desde la entrada.

Espacios

Los espacios accesibles de estacionamiento deben tener por lo menos 2.5 metros de ancho. Los pasillos de acceso del estacionamiento deben ser parte de una ruta accesible a la entrada de la instalación. Los espacios de estacionamiento y los pasillos de acceso deben ser llanos de preferencia, con las cuestas superficiales que no excedan de 1:50 o del 2% en todas las direcciones. Normalmente para el flujo vehicular el espacio de los pasillos destinados a ello son entre 3 y 7 metros para los de doble circulación.

Mantenimiento

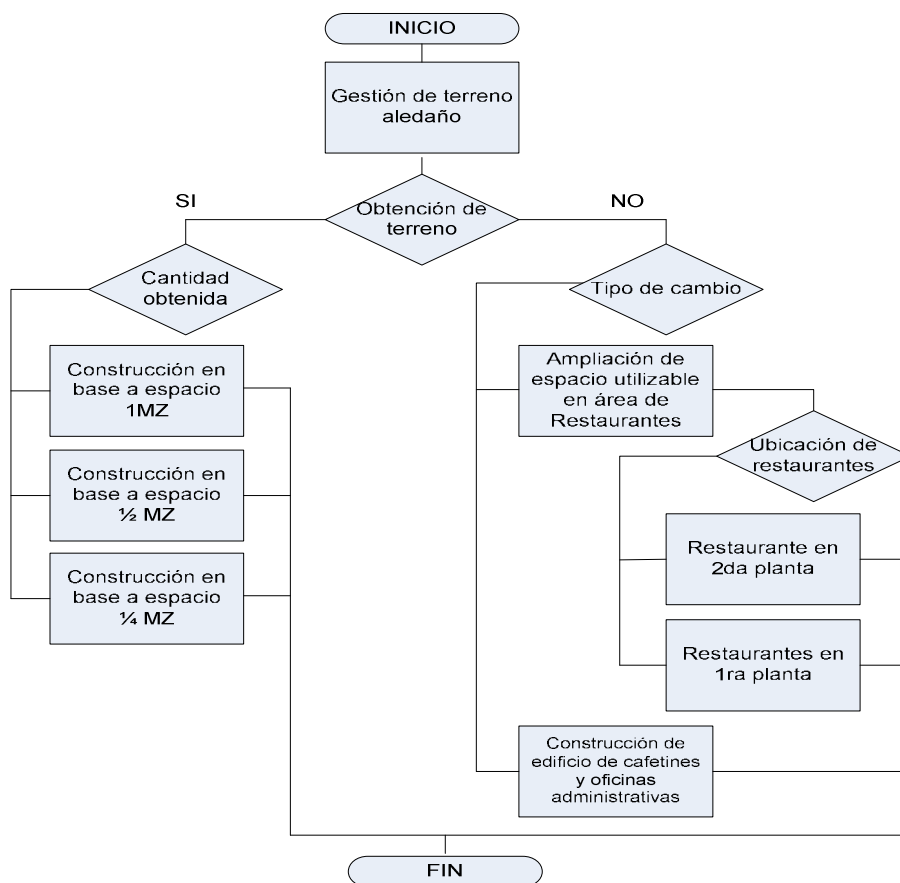
El mantenimiento regular puede prolongar grandemente la vida y la utilidad del área de estacionamiento. Deben ser limpiados regularmente, repintados o rayados cuando sea necesario.

Estética y seguridad

- Los árboles son las adiciones más valiosas. Plantados en las islas contenidas o en perímetros. Éstos proporcionan cortina, reducen visualmente la masa del pavimento abierto, y atenúan el aumento del calor.
- Proporcionar las calzadas convenientes y accesibles a todos los espacios del estacionamiento y a las entradas de la instalación.

- Debe considerarse los accesos a personas discapacitadas, disponiendo parqueos especiales para ellos lo más cercano a las entradas principales.
- Para lograr uniformidad y contribuir a la estética, entre el parqueo a construirse con el existente, los materiales de construcción deben ser los mismos.

En el siguiente diagrama se presenta de forma resumida, las opciones de ampliación de parqueo.

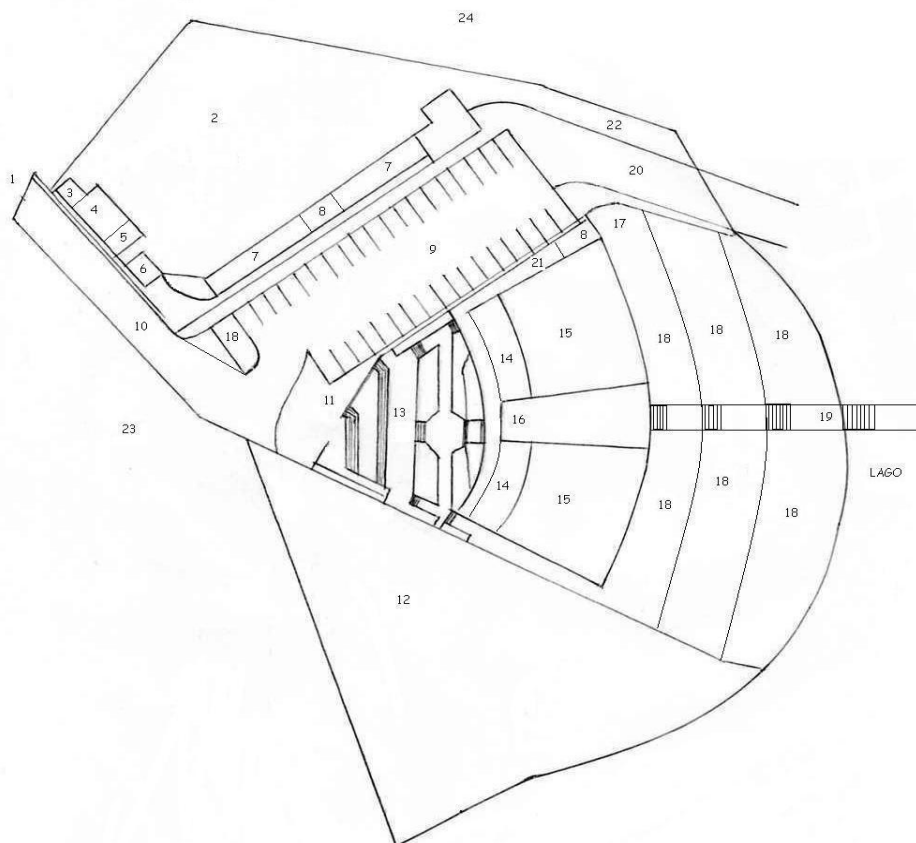


FLUJOGRAMA DE SUBPROGRAMA D.1.1			
EMPRESA	Centro Turístico Puerto San Juan		
PLAN	Diversificación		
PROGRAMA	Mejora de Instalaciones y Servicios		
SUBPROGRAMA	Ampliación de Parqueo		
FECHA	Octubre 2007	MÉTODO	Propuesto
ELABORADO	AA02011, DG98003 , VO01005		

Antes de desarrollar las propuestas que forman parte de éste subprograma (primer paso general para el incremento en la capacidad de parqueo que se observa en el diagrama #1), se requiere identificar las principales áreas del Centro Turístico.

A continuación se presenta el siguiente esquema con sus áreas:

ÁREAS			
1	Acceso principal	13	Área de puestos de artesanías
2	Área verde sin construcción	14	Restaurantes
3	Oficina del CAM	15	Área de mesas
4	Oficinas Administrativas	16	Pasillo principal de área de restaurantes
5	Oficina de CENDEPESCA	17	Área de juegos mecánicos para niños
6	Área para ventas	18	Área verde y ornamental
7	Área de Cafetines y artesanías	19	Salida hacia el lago
8	Baños	20	Calle de salida al lago
9	Parqueo	21	Sala ornamental
10	Entrada a parqueo	22	Área de Lancheros
11	Entrada principal a área de restaurantes y artesanías	23	Terreno perteneciente a la Fuerza Armada
12	Área verde sin construcción anexa a área de restaurantes	24	Terreno privado anexo



Esquema No. 1: Esquema del Centro Turístico para identificación de áreas.

a. Primer escenario: CON OBTENCIÓN DE UNA EXTENSIÓN DEL TERRENO

Para ésta propuesta se parte de la hipótesis que se obtiene una porción del terreno privado de 7 manzanas anexo al Centro Turístico, el cual se encuentra en venta. Éste terreno es alrededor de 5.6 veces el terreno en el que actualmente se encuentra el Centro Turístico. Sin embargo se considera suficiente gestionar entre media y una manzana, cuyo tamaño podría cubrir necesidades de parqueos y futuras ampliaciones. Haciendo la consideración que dentro de un terreno de $49.5m \times 12m$ se obtiene un área de *parqueo para 36* vehículos con espacio para el flujo vehicular dentro del mismo, un terreno adicional de una manzana representaría una capacidad de parqueo aproximado para 423 vehículos, considerando el espacio para maniobra y pasillo para el flujo de carros dentro del estacionamiento.

A continuación se detalla la capacidad de parqueo aproximado en relación con el tamaño del terreno a obtener, en base a lo señalado en el párrafo anterior. Para los cálculos se ha considerado un ancho de *pasillo para el flujo de carros de 6 m* aproximadamente; un tamaño de *estacionamiento individual o área de parqueo por vehículo de de $2.75m \times 3 m$* y un tipo de *parqueo perpendicular* para obtener la mayor cantidad de vehículos por metro cuadrado.

ÁREA ADICIONAL (Manzanas²⁶)	APROXIMADO DE CANTIDAD DE ESTACIONAMIENTOS (Vehículos)	TOTAL MÍNIMO DE ESTACIONAMIENTOS EN TURICENTRO (Vehículos)	TOTAL MÁXIMO DE ESTACIONAMIENTOS EN TURICENTRO (Área de parqueo por vehículo)
1	423	459	573
1/2	211	247	361
1/4	105	141	255

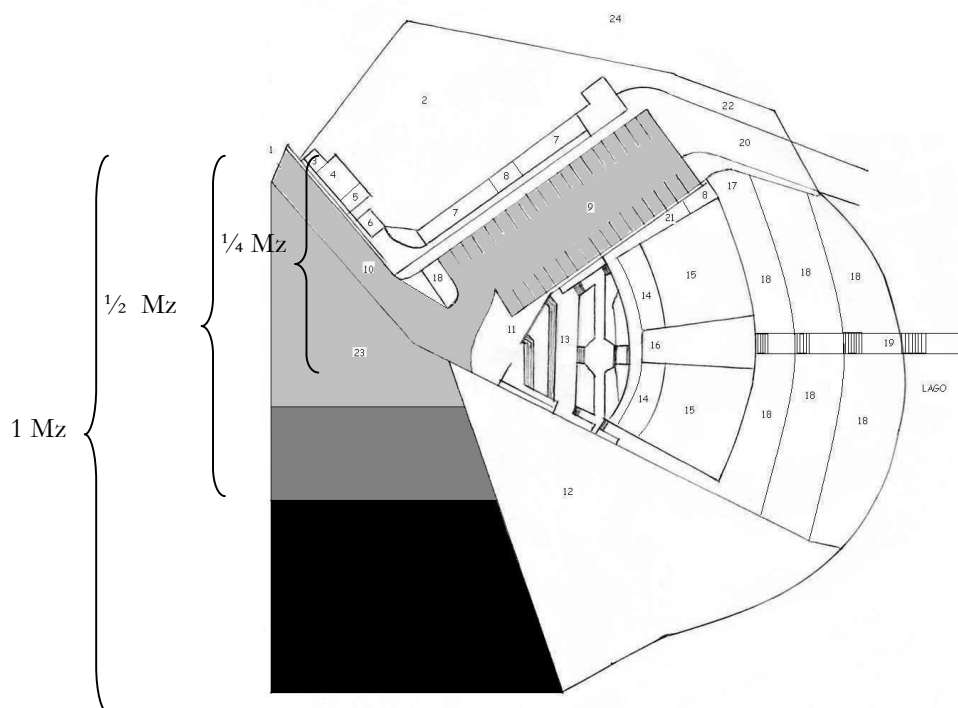
Nota: la cantidad de vehículos depende de la forma final del terreno y porcentaje de uso para éste fin.

Tabla No. 103: Capacidad de parqueo por área estimada.

El **total mínimo de estacionamientos**, representa la cantidad total de vehículos que pueden hacer uso del parqueo sin considerar el área del lago que actualmente se utiliza en verano como estacionamiento adicional. Mientras que el **total máximo de estacionamientos** considera el **total mínimo de estacionamientos** y adicionalmente el espacio que se utiliza del lago en verano.

El área que se muestra sombreada en el siguiente esquema, es el área aproximada provista para funcionar como parqueo según ésta propuesta. En el esquema se observa cambios de tono según el tamaño del terreno que se obtuviese, donde el gris claro representa el tamaño mínimo tomando en cuenta el parqueo actual más 1/4 de manzana, el gris oscuro debe interpretarse como otro 1/4 de manzana adicional al gris claro, y finalmente se considera el área sombreada en negro si se compra una manzana completa.

²⁶ Una manzana equivale a 6,988.96 m²



Esquema No. 2. Áreas para parqueo

Tabla No. 104. Resumen de las áreas.

PROPUESTA	1	2	3
	1/4 Manzana adicional	1/2 Manzana adicional	1 Manzana adicional
CAPACIDAD TOTAL ESTIMADA DE PARQUEO SEGÚN PROPUESTA	141	247	459
AUMENTO ESTIMADO DE CAPACIDAD	294%	588%	1,176%
REQUISITOS DE IMPLANTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aprobación de Junta Directiva, Alcaldía de Suchitoto ○ Obtención de terreno y aspectos legales ○ Limpieza de terreno ○ Trabajo de terracería ○ Diseño final de parqueo ○ Construcción de parqueo 		
TIEMPO DE IMPLANTACIÓN	4 meses	5 meses	6 meses

b. Segundo escenario: MANTENIENDO EL TAMAÑO ACTUAL DEL TERRENO, SIN AMPLIACIONES.

Bajo las condiciones actuales, el Centro Turístico no puede ampliar su parqueo a menos que se encuentre en verano, en el cual queda descubierto una porción de terreno que ocupa el lago, logrando así contar con mayor terreno utilizable para éste fin. Considerando que aún se encuentra en gestión la adquisición del terreno privado anexo al Centro Turístico, se requiere de propuestas alternativas que partan de los recursos disponibles. La disposición de las instalaciones y la poca área sin construcción que existe actualmente, no permite realizar cambios (sin una) una reorganización considerable de los espacios. Sin embargo tratando

de modificar lo menos posible las instalaciones para recurrir en la menor cantidad de gastos, se presenta a continuación una serie de opciones para la ampliación, las cuales no son mutuamente excluyentes, sino que pueden ser desarrolladas paralelamente.

PROPUESTAS:

Ambas propuestas sugieren la utilización del área sin construcción que se encuentra atrás de cafetines y oficinas administrativas (área 2 en esquema #1). Su área es de aproximadamente 929.93m² con el perímetro irregular, y de donde se calcula pueden obtenerse aproximadamente 70 espacios para parqueo de vehículos de 2.75m x 3m.

Se sugiere la utilización de los mismos materiales usados en todas las instalaciones por aspectos estéticos y de continuidad al diseño actual del Centro Turístico.

Propuesta 4:

En ésta propuesta se requieren los siguientes cambios en las instalaciones del Centro Turístico:

- Eliminación de bodegas y oficina del CAM (área 3 en el esquema #1)
- Eliminación de edificación destinada a cafetines y baños externos (antiguas bodegas para pescados identificadas como las áreas 7 y 8 en el esquema #1).
- Relleno o nivelación de terreno sin construcción y a desnivel, ubicado detrás de las actuales edificaciones de administración y cafetines (área 2 en el esquema #1).
- Construcción del acceso a ampliación del parqueo a partir del final de la galera de cafetines, baño y del parqueo actual (final de las áreas 7, 8 y 9 en esquema 1)
- Construcción de una segunda planta en área de restaurantes.
- Redistribución de oficinas y puestos de las oficinas de administración, cafetines y baños (actuales áreas 3,4,5,6,7 y 8 en el esquema #1).

En ésta propuesta el área actual de restaurantes se convertiría en la infraestructura principal. Debe considerarse en ella una reubicación de oficinas y espacios eliminados (cafetines, oficina del CAM, oficinas administrativas, bodegas, oficina de CENDEPESCA). Para el desarrollo de ésta propuesta se presentan a continuación los pasos principales en orden de realización:

Paso 1: *Construcción de segunda planta a estructura de restaurantes*

Se propone construir una estructura capaz de soportar el peso de una segunda planta, con las mismas características de altura del piso al techo, siguiendo el mismo diseño de la estructura actual del área de restaurantes, utilizando el mismo sistema mixto y colores de las instalaciones.

Paso 2: *Redistribución de oficinas y negocios*

Para la redistribución de áreas, la cual debe ocurrir una vez se encuentre concluido el paso anterior, se presentan dos sugerencias:

1. Disponer de los restaurantes en la primera planta (tal como se encuentran actualmente) y las oficinas y cafetines en la segunda planta, disponiendo de espacio para convenciones o para la disposición de los subprogramas D.1.4, D.3.4 que se describen más adelante en la segunda planta.
2. Ubicar los restaurantes en la segunda planta (aprovechando una mejor vista al lago) y disponiendo solamente los cafetines, tiendas de artesanías y oficinas en la primera planta de la nueva instalación.

Paso 3: *Quitar instalaciones en esquema #1 las áreas 3, 5, 6, 7, 8.*

Una vez reubicadas las tiendas de artesanías y cafetines, ubicadas inicialmente frente al parqueo, dentro de la nueva edificación en área de restaurantes, deberán eliminarse las antiguas instalaciones destinadas para las áreas antes mencionadas, para que ese espacio pueda ser utilizado al máximo para la construcción de la ampliación del parqueo.

Paso 4: *Diseño final del parqueo*

Una vez se tenga el espacio disponible, se debe presentar la propuesta de diseño final por un profesional en ésta área. Considerando para ello la utilización de los espacios que forman actualmente las áreas 3,4,5,6,7,8 y 2 del esquema 1.

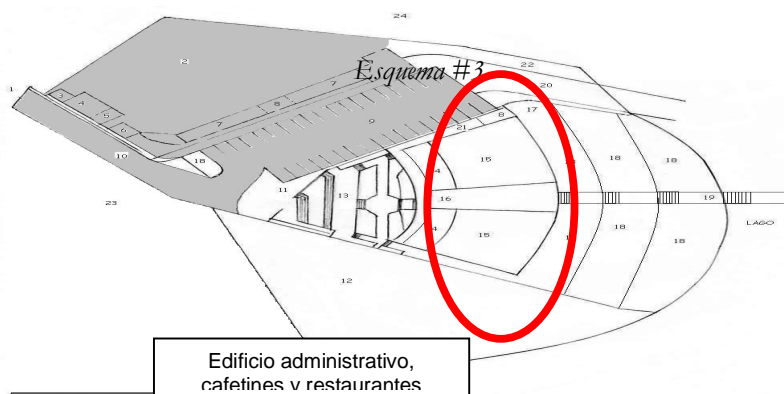
Paso 5: *preparación de terreno*

Se prepara el terreno para la construcción, ya sea mediante obras de terracería, nivelación o según los requerimientos de diseño.

Paso 6: *Construcción de ampliación de parqueo*

Para la construcción del parqueo deben considerarse las necesidades de acceso según el espacio disponible.

En el siguiente esquema se señala la nueva área destinada para parqueo según ésta propuesta, la cual abarca las áreas 3,4,5,6,7,8 y 2 del esquema 1.



Esquema No.3. Área destinada a parqueo.

Desventajas:

- Los restaurantes tendrían que dejar de funcionar durante el tiempo de construcción de la segunda planta de las instalaciones en las que actualmente funcionan (áreas 14, 15 y 16 del esquema #1).
- Incomodidades durante la construcción para todos los usuarios y en todas las áreas.

VARIANTE DE PROPUESTA 4:

También se considera oportuna la evaluación de una variante de esta propuesta. La diferencia radica en el aprovechamiento del desnivel en el área 2 con respecto a la calzada, en donde podría aprovecharse para construir un parqueo de dos niveles y con ello duplicar la capacidad de vehículos prevista para la propuesta 1. La desventaja se encuentra en el mantenimiento de dicha estructura y la cual exige mayor control de uso de la misma, mayor vigilancia y adecuada iluminación. La otra desventaja es que es un cambio considerable al paisaje y la imagen del Centro Turístico.

Propuesta 5:

La siguiente propuesta mantiene la misma distribución, a excepción que reúne en un solo edificio las oficinas administrativas y cafetines, en otra ubicación diferente a la actual para que pueda ser utilizado el espacio que utilizan actualmente en la ampliación del parqueo. Los cambios consisten en los siguientes:

- Eliminación de bodegas y oficina del CAM (área 3 en el esquema #1)
- Eliminación de edificación destinada a cafetines y baños externos (antiguas bodegas para pescados identificadas como las áreas 7 y 8 en el esquema #1).
- Relleno o nivelación de terreno sin construcción y a desnivel, atrás de las actuales edificaciones de administración y cafetines (área 2 en el esquema #1).
- Construcción del acceso a ampliación del parqueo a partir del final de la galera de cafetines, baño y del parqueo actual (final de las áreas 7, 8 y 9 en esquema 1).
- Construcción de edificio destinado a oficinas, cafetines y baños a un costado del área 2.
- Redistribución de oficinas y puestos de las oficinas de administración, cafetines y baños (actuales áreas 3, 4, 5, 6,7 y 8 en el esquema # 1).

Los pasos básicos para la ampliación son:

Paso 1: *Construcción de acceso a nuevo parqueo en el área 2 del esquema #1.*

Se construye un acceso al nuevo parqueo a partir del final del parqueo actual (área 9 en esquema 1)

Paso 2: *Nivelación de área 2 en esquema #1.*

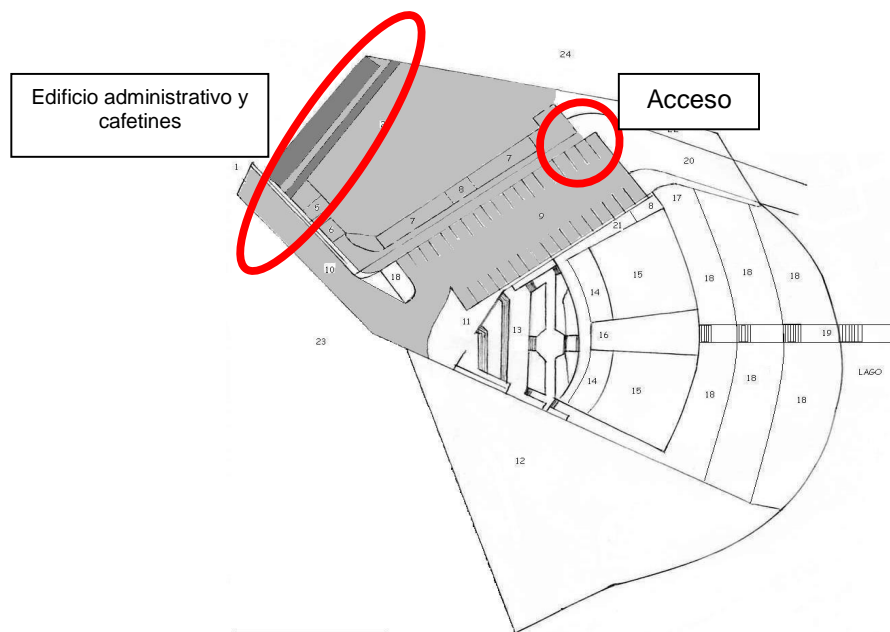
Se prepara el terreno para la construcción. Ya sea terracería, nivelación o según lo que requiera el diseño.

Paso 3: *Construcción de nuevo edificio a un costado del área 2.*

Se analiza el área en que tendría un mejor desempeño el edificio dentro del actual área 2 del esquema 1, el cual constará de dos plantas. La primera planta sería para cafetines, baños y venta de artesanías (puestos ubicados en actuales áreas 7 y 8 en esquema 1). Mientras que en la segunda planta se encontrarían las oficinas administrativas, del CAM y bodegas (actuales áreas 3, 4, 5 y 6 en esquema 1).

Paso 4: *Eliminación de edificios actuales de cafetines, baños exteriores y oficinas administrativas.*

Para continuar con la ampliación del parqueo, se partirá de las áreas utilizadas por éstos edificios y parte del área 2 en el esquema 1. Es a partir de la unión de éstas áreas que se realizará el anexo al parqueo actual. A continuación se muestra el esquema con el área destinada a parqueo sombreada según la presente propuesta:



Esquema No.4. Parqueo según propuesta No.4

Desventajas:

- Incomodidades durante la construcción para todas las áreas y usuarios.

VARIANTE DE PROPUESTA 5:

También se considera oportuna la evaluación de una variante de ésta propuesta, al igual que en la propuesta 1. Se toma como base los mismos cambios sugeridos en la propuesta de forma ordinaria, la diferencia se encuentra en el aprovechamiento del desnivel en el área 2 con respecto a la calzada, en donde podría construirse un parqueo de dos niveles y con ello duplicar la capacidad de vehículos que se tendría prevista para la propuesta 2 ordinaria. El edificio adicional que contendrá las oficinas y tiendas de las áreas actuales 3, 4, 5, 6, 7 y 8, se ubicará en el mismo extremo sugerido en la propuesta anterior, pero en el nivel más cercano a la calzada o calle de acceso (segunda planta del parqueo de ésta variante).

Al igual que en la variante de la propuesta 1, la desventaja radica en el mantenimiento de dicha estructura y la cual exige mayor control de uso de la misma, mayor vigilancia y adecuada iluminación. La otra desventaja es que es un cambio considerable al paisaje y la imagen del Centro Turístico.

Tabla No. 105. Resumen de los escenarios.

PROPUESTA	4	4 Variante	5	5 Variante
CAPACIDAD TOTAL ESTIMADA DE PARQUEO SEGÚN PROPUESTA	70	140	59	118
AUMENTO DE CAPACIDAD ESTIMADO	90%	180%	64%	128%
REQUISITOS DE IMPLANTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> o Aprobación de Junta Directiva, Alcaldía de Suchitoto o Limpieza de terreno o Trabajo de terracería o Diseño final de parqueo o Construcción de parqueo 			
TIEMPO DE IMPLANTACIÓN	8 meses	10 meses	8 meses	10 meses

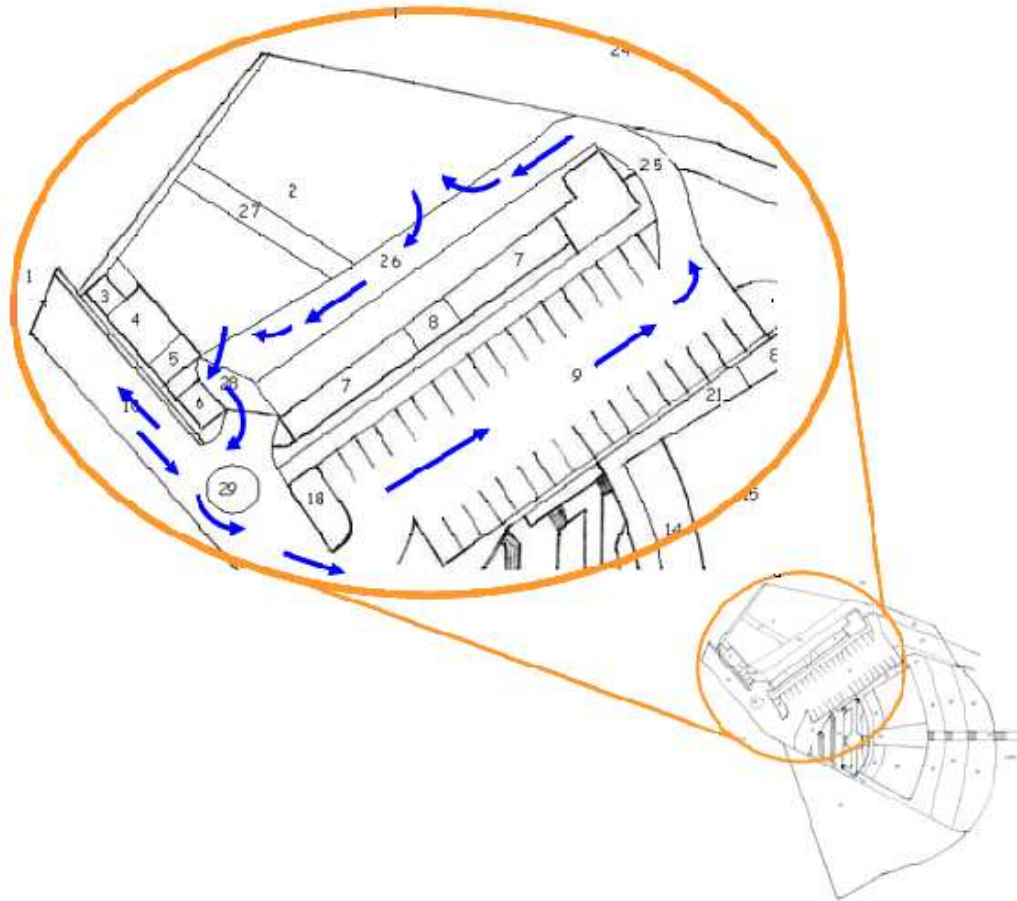
Propuesta 6: Combinación de Ampliación de parqueo y Mejora de Acceso

Como última alternativa se describe una combinación de dos subprogramas de Mejora de instalaciones y servicios, los cuales son Mejora de Acceso y Ampliación de Parqueo.

En ésta propuesta se realiza una combinación de ambos subprogramas aunque parcialmente. Se dice que es parcial porque aun se debe considerar algunos detalles tratados en el subprograma de mejora de acceso, tal como incluir los carteles informativos. Además de ser una variante de una de las alternativas de ampliación de parqueo.

Aun cuando se trata de una combinación de dos subprogramas se considera que es principalmente una ampliación de parqueo según el 2do escenario planteado (sin acceso a terreno adicional), y es por ello que se presenta dentro de éste subprograma en especial.

A continuación se presenta el detalle de la zona a construir el acceso de salida (y retorno) a la ampliación de parqueo:



No.	DESCRIPCIÓN
25	Acceso Vehicular de parqueo actual hacia ampliación en área 2
26	Calle de circulación principal en ampliación de parqueo de un solo sentido
27	Muro de contención entre escalones o niveles de parqueo
28	Rampa de acceso a salida o incorporación a redondel
29	Redondel para regresar a parqueo actual o para salir del centro turístico

Ésta variante consta de las siguientes partes:

- Adaptación de salida desde el área 2 en esquema 1 hacia el acceso del Centro Turístico a partir del espacio disponible entre la isla (área 18 en esquema 1) y oficina de CENDEPESCA (área 6 en esquema 1).

- Construcción del acceso a ampliación del parqueo a partir del final de la galera de cafetines, baño y del parqueo actual (final de las áreas 7, 8 y 9 en esquema 1).
- Nivelación/Terracería en terreno sin construcción y a desnivel, atrás de las actuales edificaciones de administración y cafetines (área 2 en el esquema #1).
- Construcción de parqueo (empedrado, islas, muro de contención, rampas, divisiones de parqueo, iluminación).
- Construcción de redondel cercano al acceso y bordeando árbol que se encuentra en dicha zona.

A continuación se describe los pasos a seguir para el desarrollo de la propuesta:

Paso 1: *Adaptación de salida*

Adaptación de rampa existente en una que optimice espacio y que conecte la calle de circulación principal dentro del parqueo a construir con el redondel de salida y de conexión con parqueo actual (No. 28 en esquema anterior).

Paso 2: *Construcción del acceso a ampliación*

Se construye un acceso desde el parqueo actual con la calle de circulación dentro de la ampliación de parqueo. Para ello se deberá quitar un árbol y se construirá un muro de contención bordeando el acceso y la construcción del acceso mismo.

Paso 3: *Nivelación/Terracería*

Se dividirá el terreo siguiendo la topografía que presente en dos escalones, divididas por un muro de contención (No. 27 en esquema anterior) y respetando la posición de los árboles más antiguos.

Paso 4: *Construcción de parqueo*

El diseño seguirá el mismo del parqueo original elaborado de piedra y con topes de cemento y señalización a base de pintura en la piedra. A un extremo del parqueo se mantendrá un desagua ya existente y una hilera de árboles jóvenes atrás de los edificios de cafetines y baños del parqueo.

Paso 5: *Construcción de redondel*

El redondel se levantará alrededor de un árbol de la isla que se encuentra frente a la rampa existente que conecta con el área 2 del esquema anterior. Para ello deberá eliminarse desniveles y gradas en la zona.

Ventajas de la alternativa No. 6

- ☞ Combinación de dos programas en uno solo
- ☞ Pocas modificaciones a la infraestructura actual
- ☞ Se mantienen intactos la mayoría o principales árboles en el área 2
- ☞ Respeto al diseño original
- ☞ Utilización óptima de los espacios e instalaciones existentes
- ☞ Por la ubicación del parqueo y su apertura permite su vigilancia con facilidad

<i>PROPUESTA</i>	<i>4</i>	<i>4 Variante</i>	<i>5</i>	<i>5 Variante</i>	<i>6</i>
CAPACIDAD TOTAL ESTIMADA DE PARQUEO SEGÚN PROPUESTA	70	140	59	118	118
AUMENTO DE CAPACIDAD ESTIMADO	90%	180%	64%	128%	128%
REQUISITOS DE IMPLANTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aprobación de Junta Directiva, Alcaldía de Suchitoto ○ Limpieza de terreno ○ Trabajo de terracería ○ Diseño final de parqueo ○ Construcción de parqueo 				
TIEMPO DE IMPLANTACIÓN	8 meses	10 meses	8 meses	10 meses	4 meses

SUBPROGRAMA D.1.2

1. *NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:*

Mejora de Acceso

Al hablar de acceso nos referiremos desde la imagen de la fachada, identificación del Centro Turístico e información de entrada, control de ingresos, inclusive el espacio y forma del acceso mismo al Centro Turístico.

La entrada es la primera imagen que el usuario tiene del centro turístico por lo que debe ser atractivo y que facilite información básica para fomentar su visita. Esta debe darle al visitante una facilidad en el movimiento o flujo de los visitantes, generando la menor cantidad de dificultades en el acceso, y teniendo el mínimo de información buscada por el visitante para orientarlo. Éste subprograma se considera complementario al de Ampliación de parqueo (Subprograma D.1.1), y se recomienda que ambos se implementen en la combinación de alternativas más convenientes según los interesados.

a. Área de entrada, delimitación de entrada y salida

Se requiere una ampliación de ésta área debido a que es claro que se generan cuellos de botella con la entrada y salida de vehículos por la misma vía de acceso ya que ésta es demasiado estrecha, y más aun, por la forma del acceso y el espacio de maniobra dentro del parqueo. Aunado a esto, el actual espacio de parqueo es insuficiente para la cantidad de visitantes por lo que se sugiere que paralelamente se lleven a cabo la ampliación del parqueo y la entrada al Centro Turístico. Se sugieren los siguientes cambios en las instalaciones del Centro Turístico para la mejora en la circulación en la entrada:

- Reubicación de oficinas en área 3 del esquema 1

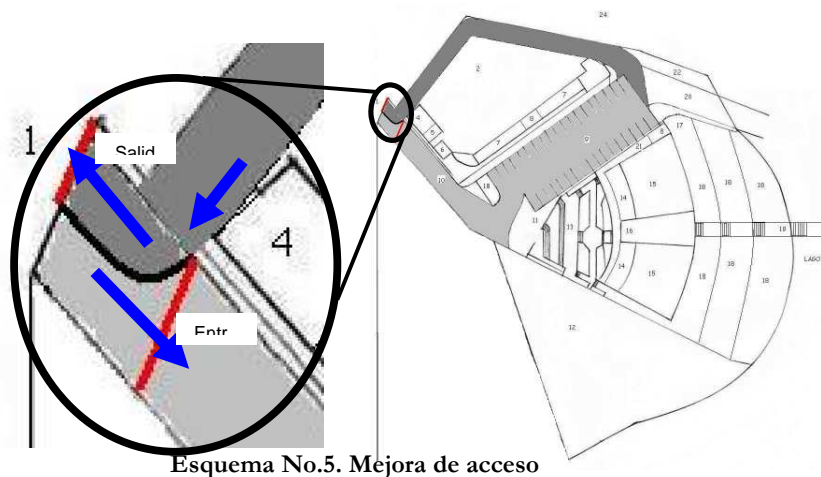
- Eliminación de edificación para oficinas del área 3 del esquema 1
- Apertura de un acceso para salida a partir del área 3 del esquema 1
- Conexión de parqueo (área 9 de esquema 1) con acceso principal al Centro Turístico (en el cual se encuentra la pluma) a partir de la apertura de la salida anterior.

Mejora de control y flujo Vehicular, delimitación de entrada y salida:

Aun cuando la misma vía es utilizada como entra y salida, resulta conveniente por un mejor control una delimitación entre ambos. La delimitación consiste en convertir desde la actual entrada al Centro Turístico un flujo unidireccional hacia el parqueo principal, además de la apertura de una única salida, la cual se conectaría nuevamente en la calle principal de acceso hacia el Centro Turístico.

- Mover fachada hacia dentro hasta la altura del área 4 del esquema 1.
- Redistribución de área administrativa (área 3 y parte de la 4 del esquema 1).
- Abrir espacio para salida sobre área 3 en el esquema 1.
- Construcción de una calle a través del área 2 del esquema 1, la cual conecte el parqueo (área 9, esquema 1) con el acceso al Centro Turístico. Quedando éste más adelante que la entrada.

Lo que se busca con estos cambios es independizar la entrada de la salida y facilitando el flujo tanto dentro del Centro Turístico como en la calle de acceso. Dichos cambios se muestran en el esquema siguiente:



b. Fachada e información de entrada

En todo lugar turístico (en especial centros turísticos), existe información básica que todo visitante busca para obtener un panorama general de lo que ofrece el centro y los precios del mismo. Durante el diagnóstico del Centro Turístico Puerto San Juan se encontró que muchos de los visitantes no identificaron el lugar por su nombre ya que no observaron el anuncio con el nombre del Centro Turístico, esto aún cuando éste se encuentra en la entrada al área de restaurantes. Al tener el nombre del lugar poco impacto sobre el visitante, es poco probable que éste lo recomiende a otras personas, con lo que se pierde

una parte importante de la publicidad (de boca en boca) al tratarse éste de información de primera mano de visitantes reales del lugar. Por todo esto el aspecto de información de entrada es considerado de importancia y un apoyo para parte del Plan de Publicidad y Promoción (Ver Plan E).

El disponer de información escrita en la entrada, además de cumplir con las expectativas de algunos visitantes, facilita la comunicación entre estos y las personas encargadas de colecturía, una mayor rapidez de atención y por lo tanto una mejora en el flujo vehicular (esto por tratarse de la entrada), mayor confianza por parte del visitante, creación de expectativas más reales (al conocer los servicios ofertados de forma previa) y un medio de promoción del mismo centro turístico. Es por todo lo anterior que se recomienda la utilización de vallas o letreros informativos a la entrada al Centro Turístico. El tipo de información básica que se sugiere es la que se especifica a continuación.

INFORMACIÓN BÁSICA DE ENTRADA:

- Identificación del Centro Turístico, nombre
- Servicios a disposición
- Horarios de atención e información general como teléfonos y correo electrónico
- Tarifas de entrada
- Prohibiciones

c. Cambios en el control vehicular

Al ampliar el acceso como se sugiere en el literal “a”, se deberá considerar que se puede hacer un mayor control a partir de la pluma utilizándola de forma independiente solamente para la entrada. Al considerar el apoyo de carteles informativos con datos básicos para el visitante, permite quitarle carga al encargado de ingresos ayudándole a enfocarse en verificar la información presentada en los carteles y en la toma de datos para su posterior análisis. Es decir que más que brindar la información, aclararía las dudas que surjan de forma específica y agilizaría el tráfico y tiempo de espera en cola.

Debe construirse una caseta especial para el controlador de ingresos y los miembros del Cuerpo de agentes Municipales (CAM) que se encuentren vigilantes de la entrada. Esto con el fin de resguardarlos de factores climáticos sin necesidad de desatender la entrada. Se logrará un mejor control vehicular en general a partir de la implementación de los literales anteriores. Una situación ideal sería lograr ampliar la calzada de la calle, y con ello facilitar la entrada y salida de vehículos de diferentes tipos y tamaños.

SUBPROGRAMA D.1.3**1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:****Construcción de Muelle.**

Como parte del diagnóstico se identificó el muelle como uno de los principales atractivos esperados por los visitantes del Centro Turístico, aunque actualmente si existe un muelle dentro. Éste no posee el impacto suficiente entre los visitantes, en parte al tamaño que tiene actualmente. El muelle tiene varias connotaciones, no solo es un apoyo a los lancheros, los cuales lo utilizan para facilitar el abordaje a sus lanchas en especial cuando el lago ha subido de nivel, sino también es una imagen del Centro Turístico, la primera que muchos visitantes tienen al pensar en un “puerto”. A continuación se describe el funcionamiento actual, y las sugerencias que se hacen respecto a éste.

FUNCIONAMIENTO

Actualmente el Muelle se encuentra construido de forma artesanal con insumos reciclados y por el mismo grupo que lo administra, fabrica y reúne insumos para su construcción y mantenimiento: los miembros del Comité de Lancheros. Ellos se preocupan por su mantenimiento y mejora y son ellos mismos los que han elaborado propuestas de ampliación y presentado a diferentes instituciones en busca de obtener financiamiento para ello.

**USO**

El uso del Muelle varía según estación o actividad, entre ellas se encuentran las principales:

- ⇒ Durante todo el año: como elemento decorativo y distintivo del centro turístico, haciendo alusión a su nombre como tal (Centro Turístico Puerto San Juan).
- ⇒ Durante invierno: auxiliar en el abordaje a las lanchas para los paseos por el lago.

TIPOS

Con el fin de evaluar el tipo de muelle que es más conveniente utilizar en el Centro Turístico Puerto San Juan, a continuación se presentan las ventajas y desventajas de los 2 tipos principales de acuerdo a las características propias del lago. De acuerdo a éstas se deberá evaluar cuál de las siguientes alternativas es la más conveniente:

1. Construcción de un muelle fijo
2. Ampliar el existente, ampliación de muelle flotante.

Tabla No. 106. Comparación entre opciones de tipos de estructura.

<i>TIPO</i>	<i>VENTAJAS</i>	<i>DESVENTAJAS</i>
MUELLE FLOTANTE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permite adaptarse a los diferentes niveles de agua que presenta el lago durante todo el año. ▪ Es trasladado según necesidades por la temporada en la que se encuentre. ▪ Su mantenimiento se facilita al ser posible sacarlo del agua para realizar los trabajos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es más inestable ante determinadas condiciones climáticas, por ejemplo a la acción del viento.
MUELLE FIJO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayor estabilidad ante determinadas condiciones climáticas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No es adaptable a los niveles de agua en el lago, por lo que puede haber una subutilización en determinadas estaciones climáticas ▪ Mayores dificultades en la reparación o mantenimiento de algunas de sus partes, sobre todo en los cimientos. ▪ Necesidades de preparación de terreno donde será su construcción ▪ Mayores estudio para determinar el mejor lugar para su construcción y su altura ideal ▪ No puede ser utilizado óptimamente todo el año debido a los cambios en el nivel del agua dependiendo de la estación.

OBSERVACIONES

El ser elaborado artesanalmente y con elementos de reciclaje, le brinda valor agregado considerando la visión del Centro Turístico de ser una empresa orientada al ecoturismo. Toda gestión de ampliación o mejora del muelle ha requerido de la constitución legal del Centro Turístico para la obtención de fondos y éste ha sido el mayor impedimento para los administradores del mismo. Por ello se considera indispensable desarrollar el programa de Organización presentado al inicio de la presente etapa y desarrollar los pasos para la constitución legal de los grupos organizados dentro del Centro Turístico, para que una vez constituida la empresa, se puedan realizar la gestión de fondos necesario para la construcción o ampliación de éste.

CAMBIOS

Para cualquiera de las opciones que se tomen deben seguirse los siguientes pasos:

- **Anteproyecto y diseño.** Debido a que la profundidad puede variar en cada terreno, para la elaboración del anteproyecto se mide la profundidad. En base a los datos obtenidos se presenta el diseño, diagrama de estructura y presupuesto de construcción, ajustando los datos a los requerimientos reales de materiales del proyecto.

Para los muelles fijos: la construcción se realiza instalando cada columna a una profundidad específica con motobombas de alta presión. Dicha seguridad respecto a las medidas permite construir con garantía de durabilidad debido a que cada columna tiene la medida justa. La salinidad del agua afecta los tornillos oxidándolos, aproximadamente en 5 años.

- **Aprobación y gestión de inversión requerido según diseño**
- **Construcción de muelle según diseño:** Un muelle fijo implica la construcción de la playa y la del móvil solamente del muelle mismo.

Construcción de Playas (para muelles fijos): Se construyen con una solera perimetral que avanza sobre el agua, conteniendo la arena. Se instala sobre la superficie destinada a la playa una malla la cual permite el drenaje del agua y evita la mezcla de arena y tierra.

PROPUESTA

Aunque pudiera sugerirse la construcción de un muelle nuevo y fijo, el muelle flotante actualmente utilizado resulta atractivo por sus características y forma artesanal de construcción, la cual presenta ventajas debido a la variación en los niveles del lago. Se propone la ampliación del mismo, realizando algunas variaciones con el fin de mejorarlo. Entre las cuales se sugiere:

Ampliación del ancho

Ancho actual: 2.5 m
Ancho propuesto: 4 m

Aumento de longitud

Largo actual: 6 m
Largo propuesto: 10 m

El fin de los incrementos en las dimensiones es el de aumentar la visibilidad del mismo, y con ello mejorar su imagen, además de albergar una mayor cantidad de personas y la facilitar el acceso de los usuarios a las lanchas.

○ Colocación de elementos de seguridad

- Carteles de advertencia

Que contenga información y restricciones necesarias para el uso adecuado del muelle, tales como cantidad máxima de personas permitidas, prohibiciones (saltar en el muelle, dejar niños menores de cierta edad solos), entre otros.

- Vallas de seguridad

Su fin es la de salvaguardar la integridad física de las personas que hagan uso del muelle. Para la construcción de éste se colocarán postes de madera ubicados a un metro de distancia entre sí, unidos por lazos.

- Argollas para anclar el muelle

El objetivo de su colocación es para lograr una mayor seguridad en el anclaje del muelle a la plataforma de concreto.

- Cable de seguridad

Elemento de unión entre las argollas para anclaje y el muelle. Logrando con ello que el muelle experimente cierto grado de fijación evitando la separación del punto de anclaje y de la estructura.

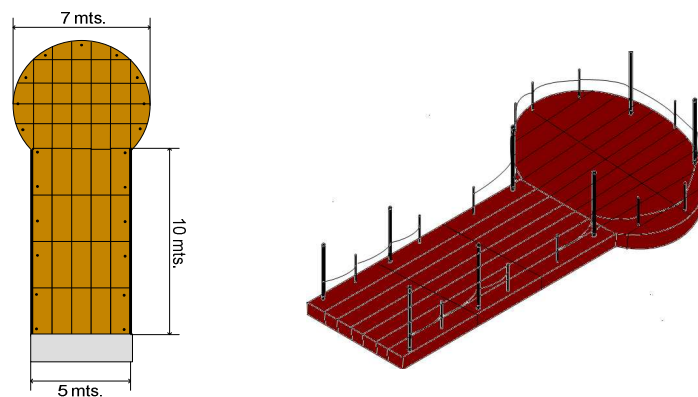
- Bordes de protección

Colocación de trozos de caucho (llantas recicladas) en los laterales del muelle, con el fin de evitar el contacto directo entre la lancha y la estructura del muelle.

○ **Cambios en el diseño original**

- Adición de elementos decorativos

Opcionalmente colocar faroles cada dos postes que conforman la valla de seguridad, para aumentar la iluminación del muelle durante la noche, mejorando su estética y proporcionándole realce.



Cambios de forma a plataforma de madera y cada una de las partes se elabore en secciones para facilitar futuras ampliaciones. Se propone un cambio en el extremo final de la plataforma de madera, cuya forma sea circular.

SUBPROGRAMA D.1.4

1. **NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:****Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente****Introducción**

Con éste subprograma se pretende cubrir parte del mejoramiento del servicio, facilitando en un futuro a mediano plazo la diversificación de servicios a partir del monitoreo de la satisfacción de las expectativas de los clientes. Este programa se desarrolla como una etapa de concienciación en caso que en un futuro se pretenda desarrollar un plan de calidad dentro del Centro Turístico.

- a) Para mejorar la calidad es fundamental reconocer al cliente y sus expectativas. No se debe olvidar que la relación entre la satisfacción y el precio es realizada por el mismo cliente, y finalmente que lo que el cliente compra es una experiencia más que un producto en sí. Entre las pocas formas que concretamente permiten asegurar la calidad de un producto o servicio turístico se encuentra el revisar los niveles de satisfacción de los consumidores y la ejecución de las acciones correctivas necesarias en un ciclo continuo y permanente.

Se utilizarán 2 formas principales de monitoreo, los cuales se ajustan a las necesidades actuales y a los recursos disponibles. Estas son:

1. ***Sondeos de opinión específicos***, éstos para evaluar cada uno de los servicios. Se presentan en forma de *encuestas o sondeos y Buzón de sugerencias*.
2. ***Observación directa y análisis de la prestación de servicios***, lo que permite obtener información de primera mano sobre la satisfacción de las expectativas del cliente gracias a los servicios recibidos.

1. Análisis de las expectativas, necesidades de los clientes y deficiencias del servicio.***Hacia la mejora continua de la calidad de los servicios***

La clave del éxito en una empresa es conocer las expectativas de los clientes y surgen preguntas básicas al iniciar un proceso de implementación de un sistema de gestión de calidad dentro de la empresa. Lo primero es establecer un mecanismo que permita conocer a los clientes y sus expectativas y cualquiera que sea el método su fuente primaria de es el cliente mismo.

Encuestas o sondeos

Entre las formas de levantar una encuesta se encuentran a través de un encuestador o por cuestionarios de auto respuesta. De forma general se aconseja realizar sondeos de auto respuesta para los servicios que se brindan en el Centro Turístico. Solamente para programas o estrategias que requieran profundizar se realizarán encuestas especializadas y que si así lo requieren serán realizadas a través de un encuestador. Esto último dependerá del diseño del programa o los requerimientos para el cumplimiento de los objetivos de determinadas estrategias que puedan surgir en un futuro. En la siguiente tabla se presentan los criterios básicos a medir en las encuestas²⁷:

CRITERIO	ESPECIFICACIÓN	OBSERVACIONES
Elementos tangibles	Son los aspectos físicos visibles del servicio	Son ejemplos: el aseo, calidad del mobiliario, cubiertos y del establecimiento en general, ambientación, aspecto del personal, etc.
La confiabilidad	Capacidad de la empresa de cumplir con el servicio prometido. Es el <i>Factor considerado como más importante al evaluar la calidad de un servicio</i>	La Promesa se encuentra en la publicidad directa de la empresa y en las fuentes de información que difunden la calidad de su servicio (recomendaciones de amigos y la experiencia previa del cliente)
La capacidad de respuesta	Disposición de la empresa para ayudar y resolver los problemas de sus usuarios	Mide la percepción del cliente respecto a cómo la empresa resuelve los errores en la prestación del servicio y la agilidad en facilitar soluciones aceptables
Confianza	Relacionada con la aceptación y confianza del cliente en la calidad del servicio de la empresa. Que el cliente la considere idónea y creíble para prestar dicho servicio.	Una actitud receptiva (cortés) facilita una relación más estrecha con el cliente, lo que permite una mayor confianza del cliente hacia el personal y a la empresa en general.
empatía	Percepción del cliente sobre la facilidad de comunicación con la empresa ante un problema. Está referido a la solución personalizada de las dificultades que surjan en la prestación del servicio	Relacionada con preguntas como: ¿Hasta dónde la empresa está preocupada por resolver los problemas de sus clientes? ¿Hasta donde puedo llegar y con quién me puedo contactar ante un problema?



Tabla No. 107. Criterios básicos a medir en las encuestas

Es recomendable realizar una breve encuesta que apunte a determinar las áreas claves en que está fallando el servicio, para posteriormente interrogar con mayor profundidad sobre temáticas específicas cuando sea necesario. Esta encuesta deberá contener cuatro o cinco preguntas claves que permita arrojar antecedentes sobre los factores fundamentales para la percepción de calidad señalados (elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, confianza y empatía). Los aspectos que interesan evaluar en forma general en el pueden resumirse en el siguiente formato, el cual puede variar según necesidades que surjan.

²⁷ Adaptación de información según documento de “La Calidad como herramienta de competitividad en la empresa turística”, SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION, Gobierno de Chile, Santiago de Chile.

*En el Centro Turístico Puerto San Juan Nos interesa servirle de la mejor manera, siendo nuestro fin su satisfacción, Le solicitamos nos aporte su evaluación y comentarios acerca nuestros servicios con el objetivo de mejorar.
De antemano le agradecemos su valiosísima colaboración.*

Marque la casilla que considere más adecuado según su experiencia.

SERVICIO	BIEN 	MAL 	REGULAR	OBSERVACIONES/COMENTARIOS	
<i>En general cómo le pareció el servicio recibido?</i>					
<i>Como considera la calidad de atención?</i>					
<i>Cómo considera las instalaciones del Centro Turístico</i>					
<i>Se sintió cómodo con la atención?</i>					
<i>Cómo sintió los precios?</i>					
<i>Servicios de los que hizo uso</i>	Lanchas	Restaurante	Cafetín	Venta Artesanías	Otros (especifique):
<i>Otros comentarios:</i>					

Es recomendable inicialmente éste mismo formato para la evaluación de todos los servicios. Para el Centro Turístico es recomendable inicialmente un mismo formato para todos los servicios. Dicho formato se recomienda tenga el tamaño ajustado a la mitad de una página bond tamaño carta (aproximadamente 216 x 139.5 mm).

En una primera etapa es recomendable que cada centro de servicio o local²⁸ se tenga una cantidad de 62 formatos mensuales, considerando la cantidad total de locales y tratando de abarcar el 25% del promedio de usuarios del Centro Turístico al mes²⁹ (siendo aproximadamente 2,542 el correspondiente a éste porcentaje). Haciendo un total de 2,542 formatos al mes disponibles. Sin embargo se considerará alrededor de un 5% adicional, haciendo un total de 2,670.

BUZON DE SUGERENCIAS

Las quejas deben ser consideradas como una oportunidad para mejorar e innovar y no como una molestia y un problema para el Centro Turístico. El buzón de sugerencias es una forma práctica y sencilla de conocer las ideas y expectativas de los usuarios del Centro Turístico y de interactuar indirectamente con ellos, haciéndoles sentir parte importante del mejoramiento y desarrollo de la empresa. Básicamente consta de una caja (buzón) en la cual se puedan depositar a través de una ranura las sugerencias plasmadas en boletas destinadas para ello. Usualmente las sugerencias son anónimas y sirven para recopilar la mayor cantidad de impresiones de los clientes.

²⁸ Total de locales es de 41 , siendo 6 cafetines, 8 de artesanías, 8 restaurantes y 19 lancheros

²⁹ Tendencia mensual de usuarios del Centro Turística según información del diagnóstico: 10,167 personas

Se puede utilizar al buzón de sugerencias como una importante *f fuente de información para superar deficiencias y proponer medidas correctivas eficientes* a los problemas que evidencian los clientes, además de servir *f fuente de ideas para nuevos servicios y mejoras* a los existentes. *Se trabaja sobre los aspectos que realmente les importan a los usuarios.*

Es recomendable establecer un sistema para su uso, como una boleta que se le entregue al cliente al momento de pagar la cuenta, o buzones con las boletas en los accesos a los establecimientos. También se puede invitar al cliente que acaba de recibir un servicio a que escriba sus sugerencias en los puntos en los cuales se encuentran establecidos los buzones. Esto último para darle confianza al cliente y confirmar el grado de importancia que tienen los clientes para el Centro Turístico o incluso a que se den cuenta de la existencia misma del buzón de sugerencias. El buzón debe contar con una puerta para poder retirar las sugerencias y con un sistema de cerrado, del cual tenga acceso solamente la administración. A continuación se presenta una sugerencia de boleta.

Las características de la boleta de sugerencias en cuanto a tipo de papel es que dentro de una página estándar de papel bond tamaño carta quepan 8 formatos del mismo, siendo su tamaño de 54mm x 139.5mm.

El buzón debe contar con una puerta para poder retirar las sugerencias y con un sistema de cerrado, del cual tenga acceso solamente la administración y se debe procurar que no sea tan pequeño que se sature al introducir las boletas y que permita el contener hasta alrededor de 100 boletas o más. Se sugiere que ser de un tamaño no menor a 20cm de ancho, 25cm de alto y 25cm largo.

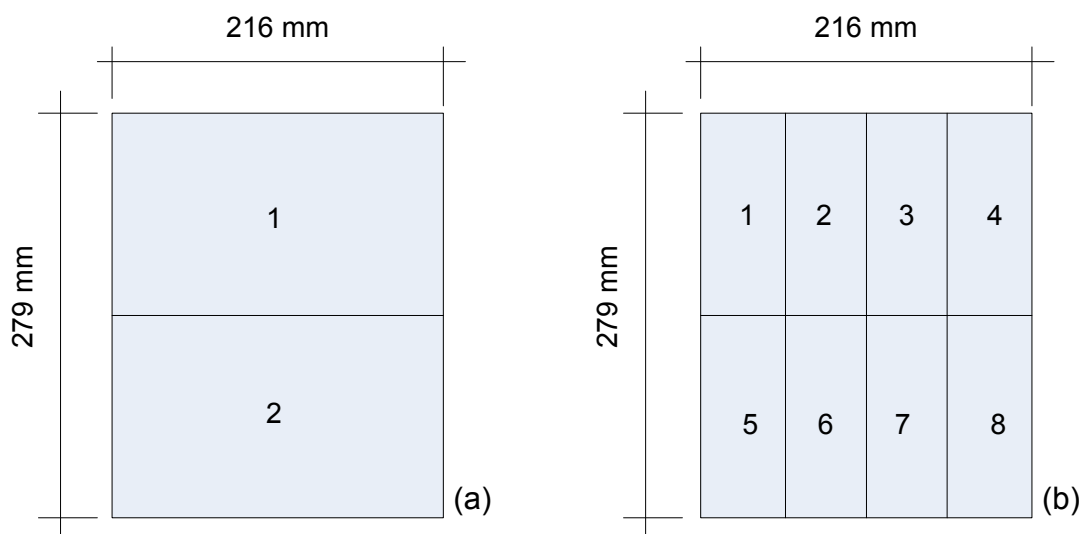
Inicialmente se pretende que los buzones se encuentren en lugares estratégicos de atención o cercanos a los lugares en los cuales reciben el servicio. Para empezar se pueden colocar 2 buzones, uno a la entrada de los restaurante, sobre el pasillo de entrada, el otro se sugiere sea colocado en el lado de cafetines frente al parqueo. Con ello se lograría que las personas que no acceden al área de restaurantes sean cubiertos por el buzón cercano al parqueo. Es muy importante recordar que el buzón debe tener colores llamativos y su nombre ubicado de forma atractiva y legible.

Las características del entorno del buzón de sugerencias puede estar formado por una mesa de apoyo para el buzón principal colocado a la entrada de los restaurantes o a la entrada a la estructura de artesanías y restaurantes (área No. #16 de esquema 3); un lapicero anclado al buzón para cada caja y un dispensador de boletas de sugerencias.

<p>¿Tiene ideas, sugerencias, necesidades o problemas relacionados con nuestros servicios o instalaciones? Háganoslo saber, es para nosotros de gran importancia conocerlos</p>	<p>Fecha:</p>
<p>(espacio para cliente)</p> <p><i>¡¡Muchas gracias!!</i></p>	

Se recomienda la disposición de los buzones en lugares con mucho flujo de visitantes, tales como la entrada principal al área de restaurantes y en el área de cafetines y baños. Debe tener colores llamativos y con una clara indicación de ser “buzón de sugerencias”, además de estar colocado visiblemente y al alcance de todos los visitantes. Su revisión y vaciado debe realizarse semanalmente o quincenalmente en los días con menor flujo de visitantes. La información debe conocerla y discutirla el **Comité de Mejoramiento y Desarrollo**.

Cantidad de formatos por tipo de boleta:



LAS FUENTES INTERNAS DE INFORMACIÓN

Otras fuentes de información son los mismos empleados o clientes internos sobre todo los que están en contacto directo con los usuarios. Éstos pueden brindar valiosa información para conocer las deficiencias de calidad del servicio y las expectativas de los clientes.

Se recomienda realizar reuniones de forma periódica de evaluación de los procedimientos en las que participe activamente el personal, y en ellas discutir problemas o datos que los mismos clientes exponen a los empleados.

2.- Elaboración del perfil de calidad esperado

El perfil de calidad esperado es la determinación de los aspectos que el cliente considera relevantes de los servicios que se prestan y a los cuales les asigna mayor valor. La base de ésta información es obtenida a través de los métodos tratados en el paso anterior. En general un perfil de calidad de servicio debería considerar al menos los siguientes aspectos:

- Ubicación y accesibilidad.
- Información y facilidades administrativas esperadas.
- Calidad esperada de la infraestructura (edificio).
- Calidad y tipo de equipamiento esperado (mobiliario y decoración).
- Cantidad de servicios ofrecidos.
- Tipo de trato esperado.
- Forma de comunicación con la dirección.
- Tiempos de demora máximos esperados.
- Tipo de seguridad esperada.
- Niveles de higiene esperados.

Una vez recolectado la información del paso uno y elaborado el perfil, el cual se encuentra a cargo de la dirección del ***Comité de Mejoramiento y Desarrollo***, éste debe darse a conocer a todos los clientes internos que brindan un servicio. El perfil deberá elaborarse, modificarse o actualizarse según la necesidad y por decisión del ***Comité de Mejoramiento y Desarrollo***.

Recursos básicos para Implantación:

PRIMEROS DOS MESES:

- 2,670 boletas o formatos de encuestas de satisfacción
- 500 Boletas para buzón de sugerencias (250 boleta para cada buzón)
- 1,400 páginas de papel bond tamaño carta, o 3 resmas de papel bond (1335 para formato de encuesta satisfacción cliente + 63 sugerencias)

PERMANENTES/FUNCIONAMIENTO

- 2 Cajas de madera para buzones de sugerencias (20 x 25 x 25 m)
- 1 Mesa para buzón principal
- 2 Lapiceros anclados
- 2 Candados para cajas

PROGRAMA D.2**1. NOMBRE DEL PROGRAMA.****Construcción de nuevos atractivos****2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.**

Los atractivos que se proponen construir son resultado del análisis de las expectativas de los clientes realizado en la etapa de diagnóstico del presente proyecto. De acuerdo a lo recabado, la mayoría de usuarios esperaran encontrar una piscina dentro del Centro Turístico, un ferry turístico especialmente diseñado para pasajeros y un Mural informativo y fotográfico cultural.

3. OBJETIVOS.**a. Objetivo General**

∞ Desarrollo básico de las principales ideas para obtener un valor agregado al Centro Turístico a partir de las expectativas y sugerencias de los mismos usuarios.

b. Objetivos Específicos.

∞ Especificación de aspectos básicos considerados para la construcción de una piscina y breve descripción de opciones existentes.

∞ Exposición de aspectos a considerar para la construcción de Ferry para pasajeros.

∞ Elaboración de subprograma que permita el diseño adecuado de un Mural informativo y fotográfico cultural que sirva de apoyo a las actividades de la Oficina de Turismo del municipio.

4. DESCRIPCION DE LAS AREA A CUBRIR CON EL PROGRAMA (Alcance).

Se verán involucradas todas las áreas que conforman el Centro Turístico Puesto San Juan en cuanto a la estructura con la cual trabajan actualmente. Teniendo repercusiones a nivel estratégico dentro de la organización, ya que involucra la ampliación de oferta de servicio y cambios físicos en las instalaciones.

5. ACTIVIDADES.

Definición de los subprogramas:

5.1.1 Piscinas

5.1.2 Ferry para pasajeros

5.1.3 Mural informativo y fotográfico-cultural

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Ampliación de la oferta y captación de mayor cantidad e visitantes
- ⇒ Disposición de atractivos tanto para diversión como de información o formación
- ⇒ Impulsar idea de conversión de Centro Turístico como eje del turismo en Suchitoto a través de la información brindada.
- ⇒ Diversificación de servicio de viajes a una variante según forma de viaje.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

La implementación del programa tiene un tiempo estimado que depende del subprograma y que varía entre 1 a 3 meses, sin tomar en cuenta el tiempo de evaluación y decisión de implantación del mismo.

SUBPROGRAMA D.2.1

1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:

Construcción de Piscina

Lo más importante es tener una superficie lo suficientemente amplia para poder construir una piscina. El área recomendada es de, como mínimo 8 x 3 metros, ya que, aunque la piscina en sí no ocupe tantos metros, se necesitará espacio para la depuradora, la cual se aloja en un contenedor estanco prefabricado de 1m² aproximadamente. Se debe situar la piscina en el lugar que disponga con la mayor cantidad de horas expuesta al sol posible. El Centro Turístico actualmente cuenta con un terreno que cumple con estas características y que se encuentra ubicado en uno de los costados de la zona verde.

Lo más recomendable es la construcción de una "piscina lúdica" reservada al baño, descanso y relajación y para el aprovechamiento del espacio, se recomienda la construcción de piscinas geométricas con formas rectangulares o cuadradas. La proporción mas adecuada para piscinas rectangulares será que el lado mas largo sea igual al doble del lado pequeño. Para piscinas utilizadas simultáneamente por varias familias el volumen de agua utilizado es de alrededor de 250 m³. Dependiendo de la profundidad deseada, se elegirá un tipo de fondo. Se recomienda utilizar una piscina con el fondo en forma de pendiente.

El principal equipamiento necesario para una piscina se presenta a continuación:

Elementos que se pueden colocar empotrados en el vaso de la piscina

AL INTERIOR DEL VASO	AL EXTERIOR DEL VASO
boquillas, skimmers, sumidero, jets de masaje de aire y de agua, toma de limpiafondos, focos subacuáticos, entre otros	cañones de masaje, cascadas, escalerillas, barandillas, palancas, toboganes entre otros similares.

La casa técnica es la parte más importante de la piscina ya que aloja la maquinaria para la depuración del agua. Se basa en uno o varios filtros, una o varias bombas, válvulas de varios tipos, el armario eléctrico y de control y los dosificadores automáticos de productos químicos. La distancia oscila entre los 3 y los 15 metros de la piscina, usándose el local como almacén de productos y equipos para la limpieza y el mantenimiento de ésta.

En el siguiente cuadro se presenta la relación entre tipos de piscina y los factores que varían entre ellas:

Cuadro No. 47. Tipos de piscinas y sus características

FACTOR	TIPO DE PISCINA		
	DE OBRA	PREFABRICADA	ECOLÓGICAS
<i>COSTOS DE CONSTRUCCIÓN/INSTALACIÓN</i>	Alto	Alto	Alto
<i>COSTO DE MANTENIMIENTO</i>	Alto	Alto	Bajo**
<i>RAPIDÉZ DE INSTALACIÓN</i>	Bajo	Alto	Bajo
<i>ESPACIO REQUERIDO</i>	Medio	Medio	Alto
<i>ADAPTABILIDAD AL CLIMA</i>	Alta	media	alta

**El uso o no de químicos depende del tipo de tratamiento inicial que tenga el agua que se utilice para la piscina.

MANTENIMIENTO

Como parte principal del mantenimiento de la piscina se encuentra la limpieza. Básicamente existen dos tipos de limpieza, una sin vaciado y otra con vaciado, los cuales se describen a continuación.

Limpieza de la piscina sin vaciado

Se debe realizar una **cloración de choque**, que consiste en realizar una cloración para matar las cloraminas y bacterias que pueden proceder de la red de agua. Se debe filtrar un mínimo de ocho horas diarias, pasando el limpiafondos dos o tres veces a la semana aunque no se esté utilizando la piscina. Si un día hay más bañistas de lo normal, se aumentará el tiempo de filtración. Hay que vigilar que las boquillas de impulsión estén orientadas hacia abajo y hacia la toma de fondo para mejorar la circulación del agua.

Limpieza tras el vaciado

La limpieza del vaso debe realizarse mediante un chorro de **agua fría a alta presión**, combinado si se quiere con un **detergente ácido no jabonoso**, en horas de poco sol y manteniendo húmedas las paredes. Se recomienda aplicar en el revestimiento una solución impermeabilizante cada tres o cuatro años aproximadamente. Lo más importante es comprobar que **no existan fisuras** que provoquen pérdidas de agua. Si se descubren escapes, se deberá vaciar la piscina y localizar la grieta, rellenándola con algún

producto especial para ello. Tras las reparaciones, se debe efectuar una limpieza a fondo mediante cepillos diferentes según el material del vaso y se aplicarán ácidos que dependerán del tipo de piscina. Jamás se usarán jabones, ya que producen efectos reactivos con el cloro y otros productos químicos. Posteriormente se puede aplicar un antialgas concentrado, ya sea pulverizado o aplicado con brocha sobre todas las superficies.

Llenado de la piscina

Se debe llenar de agua, hasta la mitad del skimmer. El **nivel de ph** debe estar entre los 7.2 y 7.6; Mantener unos niveles adecuados de ph es importante ya que evitará problemas como el escozor de ojos o picores.

Programa de mantenimiento

DIARIO	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Analizar el Cloro Residual Libre y mantenerlo entre 0,5-2 ppm. ⇒ Limpiar el agua de hojas e insectos.
SEMANTAL	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Cepillar las paredes del vaso y los skimmers. Luego pasar el limpiafondos ⇒ Realizar un contralavado del filtro y limpiar el prefiltro de la bomba ⇒ Si se requiere, reponer los compactos de los skimmers, dosificador y antialgas

Hay que tomar en cuenta que si se cuenta con una piscina, se debe contratar a un salvavidas y asignar a una persona para el mantenimiento exclusivo de la piscina y zonas verdes aledañas. Todo ello provoca un aumento de costos, adicionales a la construcción de la piscina, los cuales son permanentes.

SUBPROGRAMA D.2.2

1. **NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:**

Ferry para pasajeros

En el presente subprograma, más que tratar en la construcción de un ferry, trata la importancia del mismo dentro del Centro Turístico como iniciativa de diversificación de servicio.

Inicialmente describimos el objetivo básico del ferry para pasajeros, el cual consiste en diversificar el servicio de viajes a través del lago, considerando el éxito en el traslado de vehículos y personas que tiene el ferry para vehículos que ya existe. Se pretende prestar el mismo servicio de guía y de viajes por el lago que se hace en lancha, pero desde una alternativa diferente, a través de un ferry exclusivo para pasajeros, en la cual los pasajeros puedan apreciar el paisaje siendo libres de moverse dentro del medio de transporte.

CONCEPTO DE FERRY PARA PASAJEROS

El ferry consiste en una plataforma flotante y dirigible para el transporte de pasajeros y/o vehículos. En el lago de suchitlán ya cuentan con uno, diseñado y puesto en funcionamiento para transportar vehículos de un lado a otro del lago, acortando distancias entre municipios, cantones y departamentos. Ahora se propone un ferry exclusivo para pasajeros, el cual cumpla funciones turísticas así como de transporte.

Éste subprograma se desprende de las ideas de los miembros del comité de lancheros, los cuales ven en un ferry especial para pasajeros una opción viable de implementarse, debido a la gran aceptación del ferry para vehículos, y que cada vez acepta más personas como medio de transporte y cuyo precio es menor que el de las lanchas, además que la cantidad de personas que puede transportar es mucho mayor que el de las lanchas.

El ferry para personas no sustituirá el viaje en lanchas, sino pretende ser un complemento con algunas características diferentes a las de las lanchas.

CARACTERÍSTICAS DEL FERRY PARA PERSONAS

- Menor precio por persona para cada recorrido gracias a su mayor capacidad de transportar una cantidad mayor de personas que las lanchas.
- Facilidad de abordaje para personas en sillas de ruedas u otras dificultades de abordaje.
- Su espacio, forma y capacidad permite realizar dentro del mismo, actividades variadas o apoyar eventos especiales.
- El recorrido es un poco más lento que en la lancha por su tamaño (4 veces mayor que una lancha).

REQUISITOS PREVIOS

Aun cuando existe apoyo para financiamiento por parte de organizaciones no gubernamentales, según iniciativas realizadas por el comité de lancheros, existen algunos obstáculos, por lo que se sugiere cumplir con los siguientes requisitos previos:

- Constitución legal del Centro Turístico para obtención de Fondos
- Fondos
- Especificación de actividades a realizarse y aspectos relacionado a la administración del nuevo atractivo y manejo de viajes tradicionales en lancha.
- Implementación del programa de Fomento de nuevos atractivos para fortalecer y diversificar la oferta para éste nuevo servicio.

ENCARGADOS DEL PROYECTO DEL FERRY PARA PASAJEROS:

Aun cuando el Ferry servirá para usos diversos relacionados al Centro Turístico en general y las actividades que se organicen dentro del mismo, se recomienda que su administración debida que es su iniciativa,

debido a la experiencia y capacitaciones que poseen relacionado a éste medio de transporte, sea el comité de Lancheros.

Dentro del país son pocas las empresas destinadas a la construcción y fabricación de embarcaciones para fines diferentes a los de pesca artesanal. La mayoría son fabricados con fibra de vidrio. Aun cuando fuera del país existe la fabricación con otros materiales tal como el aluminio.

Para la solicitud de embarcaciones con otros fines, tal como lo son los servicios turísticos, se requiere de la especificación de algunos aspectos tales como:

- ⇒ Capacidad de pasajeros
- ⇒ Régimen de operación
 - Velocidad
 - Duración de los viajes
 - Capacidad de aprovisionamiento de combustible y otros como agua de bebida
 - Servicios adicionales a bordo
 - Reglamentación vigente en la zona de operación
- ⇒ Estilo de acomodaciones y equipamiento a instalar.

SUBPROGRAMA D.2.3**1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:****Construcción de Mural Informativo y fotográfico-cultural**

El Objetivo del mural es el de satisfacer la demanda de información general de los visitantes del Centro Turístico y de promover el turismo en general del municipio. Disponiendo información acerca de la historia del municipio y de los sitios turísticos con los que cuenta.

El mural pretende además de *dar una valor agregado al Centro Turístico y ser un nuevo punto de interés para los visitantes, además de servir de medio de apoyo a la oficina de Turismo de la Alcaldía Municipal de Suchitoto y en un primer paso de respaldo a la idea del Plan Maestro Municipal de convertir al Centro Turístico en el eje del turismo.* Se pretende como resultado provocar una relación más estrecha entre la Oficina de Turismo y el Centro Turístico.

DISEÑO

A continuación se exponen las partes básicas que se sugiere tomar en cuenta para el diseño de forma, contenido del mural y su construcción.

a. Contenido

Los contenidos, que debido a su generalidad, importancia para el turismo, Centro Turístico municipio tiene o por demanda del visitante deberán tratarse.

Además de la información que facilite el trabajo del promotor de la oficina de turismo o que permita la promoción del turismo de todo el municipio, tal como:

- Historia de Suchitoto resumida y con gráficos o fotos
- Historia del lago de Suchitlán
- Información de atractivos turísticos y culturales de Suchitoto
 1. Nombre
 2. Forma de llegar
 3. Actividades a realizar en dichos lugares
 4. Servicios disponibles para su visita
- Mapa de Suchitoto y la identificación de la ubicación de los sitios turísticos o culturales
- Material promocional y publicitario de eventos culturales, lugares y patrimonios de suchitoto.
- Procurar que el infográfico sea interactivo y a con la capacidad de ser comprendido tanto por adultos como niños

El mural debe constar de 2 partes, una del mural estrictamente y otra complementaria, la cual será uno de los apoyos para la Oficina de Turismo Municipal.

1. El mural se pretende se sugiere se divida en 3 partes:
2. Una presentando la historia de Suchitoto a través de fotografías ubicadas en orden cronológico, de los acontecimientos más importantes relacionadas con el Municipio. Incluyendo la formación del lago de Suchitlán ya que es parte importante del Centro Turístico y un importante punto de interés para los visitantes.
3. La identificación de los atractivos del Municipio para resaltar y servir de apoyo a los diferentes tipos de turismo que se pueden encontrar no solo en Puerto San Juan, sino en todo el municipio, esto a partir de un mapa a escala grande con las fotos ampliadas de los atractivos principales.
4. Identificación de las ferias y actividades adicionales que tiene el Municipio o como costumbre el Centro Turístico.

a. Recursos

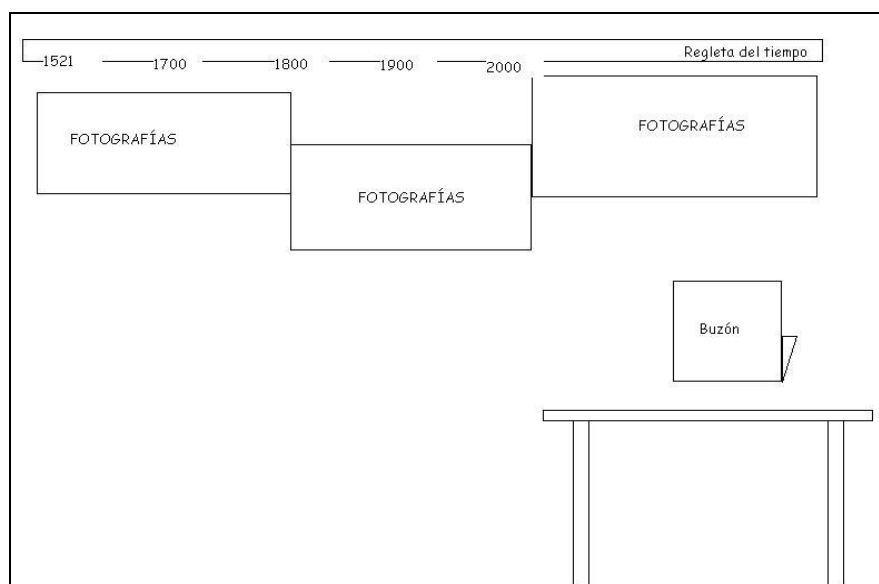
- i. Para el mural estrictamente
5. Ampliación de Fotos: para el mural de historia de Suchitoto, para la identificación de atractivos en el mapa del municipio y para la presentación de actividades periódicas, extraordinarias o ferias.

6. Una Base rectangular de madera: para resaltar y enmarcar las fotos a exponer
7. Muppin: para la presentación de las ferias y actividades varias con estructura metálica
8. Regleta de madera para exponer el tiempo para la historia cronológica del Municipio de la longitud de la pared
9. Pintura de agua para pintar las regletas y bases de madera (pinta por color)
10. Dispensador de volantes o estructura de madera para contener brochures de información general o de destinos turísticos
11. Personal encargado del diseño final y para su construcción
12. Tornillos, clavos, para la colocación de los cuadros

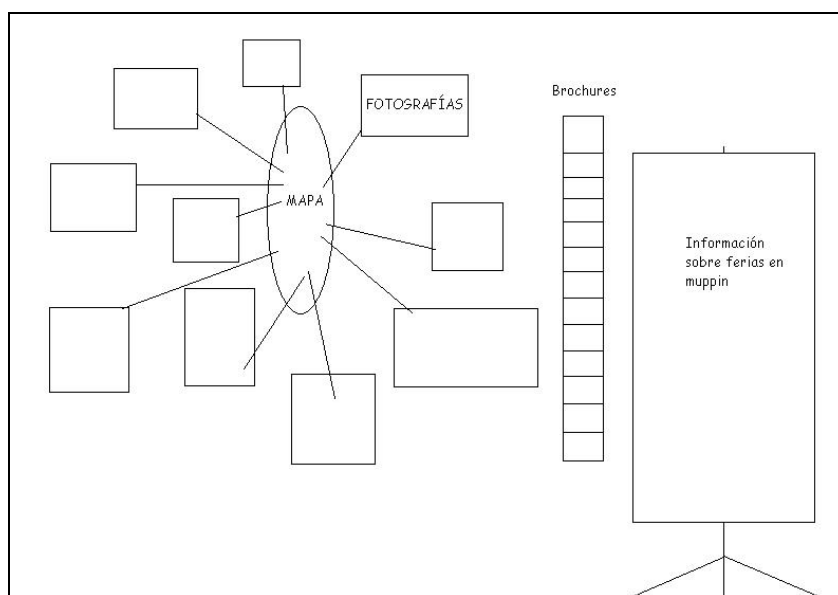
i. Complemento del Mural:

13. Brochures diversos de destinos turísticos dentro de Suchitoto
14. Artículos de promoción en general
15. Información de rutas turísticas que parten del Centro Turístico

A continuación se muestran los esquemas del bosquejo de diseño de mural propuesto, el cual presenta todas las partes antes mencionadas y una distribución dividida en dos paredes.



.Primera pared: fotografías en orden cronológico y mesa de buzón de sugerencias principal.



Segunda pared: Mapa, Muppin con información de tradiciones y ferias

b. Responsables

Del diseño y administración deberá ser la Oficina de Turismo, ya que posee los elementos básicos para su diseño tal como la información para su construcción, además de cumplir con fines de la misma entidad, como lo es brindar servicios de información al turista, Organización de excursiones, apoyo en la promoción y coordinación de diversas actividades turísticas³⁰.

Los responsables del mural posteriormente deberán estar formados tanto por ***personal de la Oficina del Turismo***, como representantes del Centro Turístico a través de los ***comités de Mantenimiento*** y de ***Diversificación y mejora de servicios***.

c. Mantenimiento

El mantenimiento se especificará a partir del tipo de material del cual se elabore el mural y sus elementos auxiliares, lo cual dependerá del diseño final. Sin embargo su mantenimiento se sugiere esté a cargo del comité de mantenimiento y sea supervisado por la Oficina de Turismo.

³⁰ Finalidad de la oficina Municipal de turismo según su encargada, Srita. Magdalena Recinos: “Promocionar actividades turísticas y culturales en coordinación con los diferentes actores relacionados con el turismo”, referencia de diagnóstico para el Plan Maestro Municipal, 2005

d. Lugares alternativos para montaje o exposición

Las propuestas de ubicación se presentan en la página a continuación.

IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS		CAMBIOS REQUERIDOS ³¹	ÁREA TOTAL DISPONIBLE ³² (m ²)	SUPERFICIE PARA MURAL ³³ (largo x alto)
1	En el área de primer nivel a la entrada del Centro Turístico (entre área 11 y 13 del esquema 1)	Techado Debido a la exposición del sol. Buscando la comodidad de los usuarios y la conservación de los recursos del mural	55.7	2 paredes: 9 x 3 7.8 x 3
2	Sobre el pasillo principal de acceso al área de restaurantes (sobre área 16 y coincidiendo con el ancho del área 14 del esquema 1)	Cambio de ornamentos en dicha área	85.5	5.7 x 2.5
3	De considerarse los cambios de ampliación de parqueo sin aumento de terreno, ubicar el mural en la primera planta del área de operaciones (actual área de sala decorativa, área 21 del esquema 1)	Cambio de ornamentos en dicha área	20.4	7.14 x 3
4	Muro exterior de fachada principal, Mural directamente enfrente del área de cafetines y parqueo principal (enfrente a área 7,8 y 9 del esquema 1)	Reubicación de árboles de sombra para el parqueo frente a la pared propuesta, para eliminar obstáculo visual que éstos generarían. Techado de área	28.6	40 x 3

Tabla 108. Propuestas de lugares de montaje de Mural Informativo

Relaciones o contactos necesarios para su realización

Alcaldía Municipal, Oficina de Turismo, recurso humano con conocimiento de diseño gráfico y recursos pedagógicos, dibujantes, entre otras personas o empresas que requiera el diseño final.

³¹ Cambios requeridos para utilización de dicha área para funcionamiento del mural

³² Área disponible para flujo de usuarios del mural

³³ Se refiere a la superficie física de la pared en dicha área

PROGRAMA D.3

1. NOMBRE DEL PROGRAMA.**Fomento de nuevos servicios****2. DESCRIPCION DEL PROGRAMA.**

Como parte de la diversificación se hace necesario no solo mejorar los servicios actuales sino la búsqueda de nuevos atractivos y servicios. Debido a la naturaleza del sector turístico ésta búsqueda es permanente, por lo que hay que establecer mecanismos que lo faciliten. Aunque la calidad por si misma no fomenta nuevos servicios, sus métodos de evaluación a través del monitoreo de la satisfacción al cliente permiten obtener fuentes importantes para el fomento de nuevos servicios o la diversificación de estos, complementando la Mejora de instalaciones. Es por esto que se trata el tema de monitoreo de la calidad en el presente programa.

Se pretende realizar todas las rutas disponibles cuyo recorrido pueda ser realizado a través de lancha, ya sea total o parcialmente. Además, al diversificar la forma de pago se empresa ampliar la captación de clientes. Para que todo lo anterior funcione es necesario un ente que lo dirija y se encargue de velar por sus necesidades y organizar todas las actividades, para lo cual se propone la creación del comité de Mejoramiento y Desarrollo, el cual se dedicará al aseguramiento de la continuidad de la observación en cuanto a la diversificación y mejora de los servicios.

3. OBJETIVOS.**3.1 Objetivo General**

- ∞ *Presentar Los medios básicos para la diversificación y mejora de los servicios dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.*

3.2 Objetivos Específicos.

- ∞ *Establecimiento de los pasos para la conformación de un grupo encargado del mejoramiento y desarrollo del Centro Turístico a través de la diversificación.*
- ∞ *Identificación de las rutas turísticas alrededor del lago para un mejor manejo de su promoción*
- ∞ *Descripción de los pasos necesarios para la implantación de un sistema de pago a través de tarjetas de crédito y débito.*
- ∞ *Búsqueda de estrechar relaciones entre la Oficina de Turismo y el Centro Turístico para concretizar el fin de conversión del Centro Turístico en eje del turismo en Suchitoto.*
- ∞ *Descargar sobrecarga de actividades de la Oficina de Turismo en el casco urbano.*

4. DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS A CUBRIR CON EL PROGRAMA (Alcance).

Se verán involucradas todas las áreas que conforman el Centro Turístico Puerto San Juan

5. ACTIVIDADES.

5.1 Descripción de las actividades.

Como parte del desarrollo del Centro Turístico a mediano y largo plazo, es necesario desarrollar actividades que faciliten la prestación de servicios, enfocados a la innovación o diversificación sin dejar fuera las expectativas de los clientes y finalmente dentro de las iniciativas y proyectos del municipio. Para ello es necesario considerar diversos valores que deben presentarse en el Centro Turístico. Todos los cuales se desarrollan en los siguientes subprogramas.

<i>Prog</i>	<i>subprograma</i>	<i>descripción</i>
D.3.	1 Formación de Comité de Mejoramiento y Desarrollo	Consiste en la descripción de los elementos básicos que comprenden la formación de un comité especial para las actividades relacionadas a invocación, publicidad, mejora y diversificación de los servicios del Centro Turístico.
	2 Instalación de oficina de turismo dentro de TPSJ	Comprende en los aspectos básicos que describen la instalación de una oficina anexa de la Oficina Municipal de Turismo dentro del Centro Turístico, como apoyo a la central y a sus objetivos, además de apoyar la intención de la municipalidad de convertir al Centro Turístico como eje del turismo en Suchitoto.
	3 Formación de nuevas rutas turísticas	Descripción de las rutas conocidas y posibles de desarrollarse teniendo como punto de partida siempre el Centro Turístico Puerto San Juan, y en coordinación con el comité de lancheros, la oficina Municipal de turismo y otros grupos relacionados con el turismo.
	4 Implantación de sistema de pago con tarjetas de crédito	Identificación de los pasos y requisitos básicos para la instalación de un sistema de pagos a partir de POS, o de pago por tarjetas de crédito.

6. RESULTADOS ESPERADOS.

- ⇒ Formación de un grupo encargado del fomento de nuevos servicios y de la evaluación y puesta en marcha de proyectos de mejora de los ya existentes.
- ⇒ Fortalecer los lazos entre Oficina de Turismo y Centro Turístico Puerto San Juan
- ⇒ Promoción del ecoturismo, turismo comunitario, de aventura y rural.
- ⇒ Fortalecer el propósito de la Alcaldía de convertir al Centro Turístico en eje del turismo en un futuro.
- ⇒ Ampliación de la oferta del Centro Turístico para volverlo más competitivo.

7. TIEMPO DE DURACIÓN.

La implementación del programa tiene un tiempo estimado de 8 meses, más el tiempo de evaluación y decisión de implantación del mismo.

SUBPROGRAMA D.3.1**1. *NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:*****Formación de Comité de Mejoramiento y Desarrollo**

A través de éste subprograma se pretende presentar elementos básicos que deberá comprender el comité de Mejoramiento y Desarrollo, el cual se encargará básicamente de la administración de todos los proyectos relacionados con los Servicios que se prestan y prestarán en un futuro dentro del Centro Turístico Puerto San Juan.

FIN DEL COMITÉ

El comité de Mejoramiento y Desarrollo tiene como propósito encargarse de dirigir las actividades relacionadas al mejoramiento de servicios y el desarrollo de los mismos dentro del Centro Turístico. Sus principales ámbitos de interés son la calidad, las expectativas de los clientes y las necesidades del Centro Turístico.

TIPO DE RELACIONES

El comité deberá tener estrecha comunicación con el resto de comités que conforman el Centro Turístico, especialmente con el de mantenimiento y los operativos de servicios (restaurantes, venta de artesanías, viajes en lancha).

FUNCIONES

Se encargará de la programación de reuniones para la recolección de información, del seguimiento de calidad y su monitoreo (es decir q se encargará de los sondeos, encuestas, buzón de sugerencias y de la información de los clientes internos). Será el encargado de poner en funcionamiento las propuestas del Plan de Diversificación y Mejoramiento del Centro Turístico.

Las especificaciones de las funciones y relaciones dentro del Centro Turístico se recopilan dentro del Manual de Organización, expuesto en el Plan de Organización, Programa Reestructuración de la Organización.

CONFORMACIÓN

Una vez se ponga en marcha el Plan de Diversificación y mejora de Servicios, se deberá empezar por la conformación del comité, él cuál deberá contar con un representante de cada comisión, siempre y cuando no pertenezca ya al comité de mantenimiento o de logística.

Este comité deberá estar conformado por un representante de cada comisión, siempre y cuando no pertenezca ya al comité de mantenimiento o de logística. La elección de miembros se hará a través de votaciones en las cuales se propondrán candidatos o por medio de autopropuestas. Cada año deberá realizarse la elección de los miembros o según normativas aprobadas en consenso.

ACTIVIDADES QUE DEBERÁN REALIZAR

La primera actividad que debe realizar es el establecimiento del reglamento interno en el cual se decida cada cuanto se someterán a elecciones para elegir a los miembros del comité, el cual se recomienda sea entre 1 y 3 años (por tratarse dentro del comité proyectos a corto y mediano plazo).

Entre las actividades permanentes que el comité deberá realizar están:

- Encargarse del monitoreo de la calidad y satisfacción del cliente.
- Tomar decisiones concernientes a la calidad y resultados de la obtención de información en relación a la satisfacción del cliente.
- Exponer los proyectos por aprobar cuando así lo requieran y los aprobados relacionados a la diversificación de servicios y la instalación de nuevos servicios.
- Programar y dirigir las actividades relacionadas a la obtención de información relacionada a las expectativas de los clientes y su satisfacción.
- Programar de reuniones con los clientes internos
- Concienciar a los diferentes comités acerca de la importancia de la puesta en marcha de los proyectos a implantar en cuanto a diversificación y mejora de servicios
- Verificar el adecuado mantenimiento de los atractivos del Centro Turístico
- Reportar los avances y problemas surgidos al implementar un nuevo proyecto de diversificación o mejora de servicios.
- Administración del Buzón de Sugerencias y manejo de boletas de satisfacción al cliente.
- Recolección de información para la elaboración del perfil de calidad esperado, a través de reuniones con clientes internos, administración de sugerencias y monitoreo de la satisfacción al cliente.
- Elaboración, actualización o modificación del perfil de calidad esperado y divulgación de éste a los miembros del Centro Turístico.

SUBPROGRAMA D.3.2

1. **NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:****Instalación de Oficina de Turismo dentro de TPSJ**

Considerando la importancia que la Alcaldía Municipal busca darle al ecoturismo a través del Centro Turístico Puerto San Juan, se recomienda la instalación de una pequeña extensión de la actual Oficina municipal de Turismo con el fin de brindar información al turista en las épocas de mayor afluencia.

Además se convierte en un nuevo servicio a disposición de los visitantes por parte de la Alcaldía y del Centro Turístico Puerto San Juan, fortaleciendo y obligando a formar una relación mucho más cercana y estrecha entre ambas entidades.

Objetivo de la instalación de la Oficina:

Fortalecer relaciones entre la Oficina de Turismo y Centro Turístico Puerto San Juan de cara a la conversión de éste último en el eje del turismo en el municipio. Servirá como una extensión y apoyo a algunas de las tareas de promoción de turismo de la Oficina de Turismo Municipal en el casco urbano.

Aspectos generales de la oficina:

Se sugiere poner a disposición un encargado capacitado por la Oficina de Turismo, en las fechas con mayor afluencia al Centro Turístico. El cual maneje toda la información básica sobre el municipio, el Centro Turístico y actividades turísticas, así como lugares turísticos.

Poner a disposición un espacio destinado para la presentación de información y brochures, volantes o cualquier medio de presentación de lugares y actividades turísticas disponibles para los visitantes y que promocióne todo lo que Suchitoto y el Centro Turístico ofrece. Se recomienda que la oficina se encuentre instalada en un lugar accesible y al paso de los turistas. Entre los lugares sugeridos se encuentran:

1. La actual oficina de CENDEPESCA (en desuso)

Esto debido al área no aprovechada, y cuyas oficinas están en desuso, aunque en determinadas fechas son usadas para venta de productos de cooperativas o asociaciones de artesanas/os. Sin embargo en gran parte del año se encuentra vacía.

2. Entrada al área de restaurantes y cercano al mural informativo (ver subprograma D.2.4o3).

Con ello se pretende tener un complemento al mural informativo, volviendo más gráficas las explicaciones de la persona encargada de la extensión de la Oficina de Turismo.

Funciones del encargado:

- Brindar información histórica, cultural, de actividades próximas, sobre tipos de turismo existentes en el municipio, dar a conocer rutas existentes, entre otros de carácter general relacionadas con turismo.
- Promoción de todo tipo de turismo disponible en Suchitoto.
- Orientación a visitantes y turistas con dudas o necesidad de información sobre los lugares a los cuales puede acudir de tener algún tipo de problemas relacionado con el sector Turismo dentro del municipio.
- Promover el ecoturismo, lugares en los cuales éste puede ser practicado y las actividades que se realizan dichos lugares.
- Guía del mural fotográfico-cultural (ver subprograma D.2.3).
- Encargado de realizar conexiones entre guías de rutas o recorridos con los visitantes de ser necesario.
- Servir de medio de comunicación o de nexo directo entre Centro Turístico Puerto San Juan y la Oficina de Turismo en el Casco Urbano.
- Comunicador de las actividades a realizarse dentro del Centro Turístico y que sean de carácter cultural y eventos turísticos especiales.
- Encargado de vigilar el desarrollo de las actividades culturales o turísticas a desarrollarse dentro del Centro Turístico y que sean desarrolladas por la Oficina de Turismo del municipio.

Dirección de la oficina:

El encargado deberá trabajar bajo la dirección de la persona encargada de la Oficina de Turismo, brindando apoyo al Centro Turístico Puerto San Juan. Queda a discusión del administrador del Centro Turístico y de la persona encargada de la Oficina de Turismo en detallar todos los aspectos relacionados a horarios, ubicación dentro del turicentro y actividades del encargado.

Recursos básicos:

- Medio de comunicación directo con la oficina de turismo: Radio, teléfono y/o Internet (si es el caso se requerirá de una computadora y las conexiones necesarias)
- Material gráfico de apoyo como fotografías, presentaciones, dibujos etc.
- Material impreso para brindar información y promocionar el turismo a los visitantes, tales como brochures y volantes.

SUBPROGRAMA D.3.3

1. **NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:****Formación de Nuevas rutas turísticas**

A través de éste programa se pretende fortalecer los servicios dentro del Centro Turístico aprovechando las ofertas turísticas existentes cercanas al mismo y mediante la formación de nuevas rutas que involucren variados destinos, dándole énfasis a otros servicios menos conocidos dentro de éste. Se procurará diseñar rutas o recorridos en los cuales el punto de partido sea el Centro Turístico, volviéndolo un centro o eje del turismo, buscando involucrar diferentes tipos de turismos, destinos, actividades y personas alrededor de Suchitoto y dentro de él.

Con éste programa se busca aprovechar además el atractivo del lago para promocionar viajes, recorridos y servicios de guías a destinos alrededor de todo el lago, no solo dentro del departamento de Cuscatlán sino también involucrando a los demás departamentos que están comunicados a través del lago de Suchitlán.

Para el desarrollo de éste programa se deberá involucrar a la oficina de turismo anexa al Centro Turístico (ver subprograma D.3.2), al comité de diversificación o de mejoramiento y desarrollo (ver subprograma D.3.1) y muy estrechamente al comité de lancheros.

Forma de pago y división de pagos

El pago será proporcional al servicio que se preste. Se deberán realizar reuniones para el establecimiento de la forma de recolección y división de los pagos entre las empresas o grupos involucrados en la ruta solicitada por el visitante.

Medios de promoción

En cada uno de los destinos que se encuentren involucrados se deberá realizar un acuerdo de promoción de las rutas turísticas. La Oficina de Turismo será el medio e institución principal encargado de la promoción de las rutas. Dentro del Centro Turístico se tendrán boletines informativos y un listado de servicios en el cual se presentarán las diferentes rutas disponibles para los visitantes, de preferencia a la entrada del Centro Turístico o en el área en que se encuentre la oficina Municipal de Turismo anexa. El tipo de información que deberá contener los boletines informativos y la información disponible para los visitantes del Centro Turístico es el que a continuación se puntualiza:

- **Tipos de turismo:** Deberá especificar el o los tipos de turismo que se puede experimentar durante el recorrido.
- **Destinos:** Especifica los destinos y/o puntos de interés dentro del recorrido.

- **Punto de partida** Punto de reunión para dar inicio al recorrido.
- **Atractivos y actividades** Se mencionarán todas las actividades o las principales a ser realizadas durante el recorrido.
- **Distancias y tiempo de duración:** Se especificará las distancias a ser recorridas y el tiempo promedio del recorrido.
- **Máximo de visitantes por recorrido:** según la capacidad del medio de transporte o del control del guía se especificará la cantidad máxima de personas que pueden inscribirse o solicitar el recorrido de una ruta en especial.
- **Guías:** se especifica las personas o instituciones que estén involucradas en una ruta específica.

RUTAS

En base a los tipos de recursos que posee el Municipio, sitios naturales, históricos y culturales, se establecen tres tipos de rutas que se desarrollan a continuación y que se clasifican según el tipo de recorrido que se realice.

Tabla No. 109. Formación de rutas turísticas.

<i>RUTAS</i>	<i>DESTINOS</i>	<i>DESTINOS ESPECÍFICOS O ALTERNATIVOS</i>	<i>TIPO DE TURISMO</i>	<i>INVOLUCRADOS</i>
Rutas a través del lago. Con salidas en lancha, hacia destinos conectados por el humedal	Hacia Islas	El Chaparral, del amor o de los Enamorados, del Ermitaño, San Juan, Del Burro y Del Jiote	Ecoturismo	Comité de lancheros
	Hacia Municipio y cantones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuscatlán (Cantón Platanares, Cueva Hedionda) ▪ Cabañas ▪ Chalatenango (San Luis del Carmen, Francisco Lempa) 	Ecoturismo, Aventura, Comunitario	Comité de lancheros
	Otros	Hacia la presa hidroeléctrica	Ecoturismo	Comité de lancheros
Rutas terrestres, con caminatas	Hacia el casco urbano	Plaza central, Parque San Martín, Iglesia, Teatro en ruinas, Cerro Campana, Hacienda Milingo	Ecoturismo, Cultural	Oficina de Turismo
	Recorridos dentro de asentamientos y/o cantones	Cantón San Juan, El río San Nicolás y las tres pozas.	Ecoturismo, Comunitario y agrícola	Oficina de Turismo
Rutas en asociación con otros destinos y organizaciones turísticas	TPSJ – Ruta a Guazapa	Lago Suchitlán, río Quezalapa, comunidad la mora	Ecoturismo, Comunitario, agrícola, aventura, Histórico	Comité de lancheros, Oficina de Turismo, Comité de Diversificación y Comunidad la Mora
	TPSJ – Área Natural de Cinquera	Lago Suchitlán, río Quezalapa, Municipio De Cinquera, Municipio de Jutiapa y Tejutepeque, Bosque Cinquera	Ecoturismo	Comité de lancheros, Oficina de Turismo, Comité de Diversificación y Empresa Montaña de Cinquera, Alcaldía Municipio de Cinquera y Comunidades
	TPSJ – Río Quezalapa	Lago Suchitlán y Saltos de agua	Ecoturismo	Comité de lancheros, Oficina de Turismo, Comité de Diversificación

⇒ **RUTAS A TRAVÉS DEL LAGO, CON SALIDAS EN LANCHAS**

Son las rutas hacia destinos conectados por el humedal (Lago de Suchitlán) y en los cuales solamente se pueden realizar a través de lanchas o ferry. A Continuación se mencionan los principales destinos:

○ ***Hacia Islas***

- *El Chaparral o de los Pájaros*
- *Isla del amor o de los Enamorados*
- *Isla del Ermitaño*
- *Isla San Juan*
- *Isla del Burro*
- *Isla del Jiote*

Cada isla tiene su historias y en algunos casos mitos particulares. Para todas, las actividades varían desde observación de aves y fauna diversa, hasta la realización de caminatas y campamentos.

○ ***Hacia Otros Municipio y cantones***

El Lago interconecta cuatro departamentos, los cuales son San Salvador en una pequeña porción al igual de Cabañas, y en mayor cantidad Chalatenango y Cuscatlán. La mayoría de viajes a estos departamentos se realizan a cantones por parte de personas que son oriundas de dichos lugares, los cuales hacen uso especialmente del Ferry, el cual acorta distancias en relación al transporte por carretera. Algunos de los destinos más visitados por departamento se encuentran:

▪ ***Cuscatlán***

- *Caserío El Sitio, Cantón Platanares*, en donde se encuentra la *Cueva Hedionda*. ACTIVIDADES: Alpinismo, caminatas

- *Colima*

Este es un cerro del municipio de Suchitoto, situado a 18 kilómetros de dicha ciudad y comprende los ríos Colima, El Coyolito, el Tomadero Chanucho, Chacalingo y la hacienda Colima. Es un área de extensión variable en donde existe vida silvestre y cuenta con grandes atractivos predominantemente naturales. ACTIVIDADES: Caminatas, recreación al aire libre.

- *Copapayo*

ACTIVIDADES: Caminatas, recreación.

▪ **Cabañas**

• *Bosque Cinquera*

Uno de los accesos al Bosque de Cinquera, conocido también como Reserva Natural o Montaña de Cinquera (Ver ruta TPSJ – Área Natural de Cinquera). Posee múltiples manantiales, Senderos de Montaña y es un refugio de vida silvestre.

ACTIVIDADES: Caminatas, recreación al aire libre, observación de fauna y flora.

▪ **Chalatenango**

• *Francisco Lempa*

Atractivos que posee son paisajes y sitios turísticos como los balnearios. Posee calles adoquinadas y empedradas, las casas del pueblo aledañas a la plaza conservan sus formas coloniales de construcción en adobe bahareque y sistema mixto.

ACTIVIDADES: Caminatas, recreación en balnearios y actividades culturales.

• *Rincón de Santa Bárbara*

Se encuentra la Cooperativa de Santa Bárbara, donde los habitantes de la zona se dedican a la pesca artesanal y han construido más de 20 embarcaciones de vela. Los habitantes se especializan en preparar exquisitos platos de pescado fresco y manjares típicos con sabor a leña ya que son preparados en cocinas rurales.

ACTIVIDADES: Caminatas, viajes en velero.

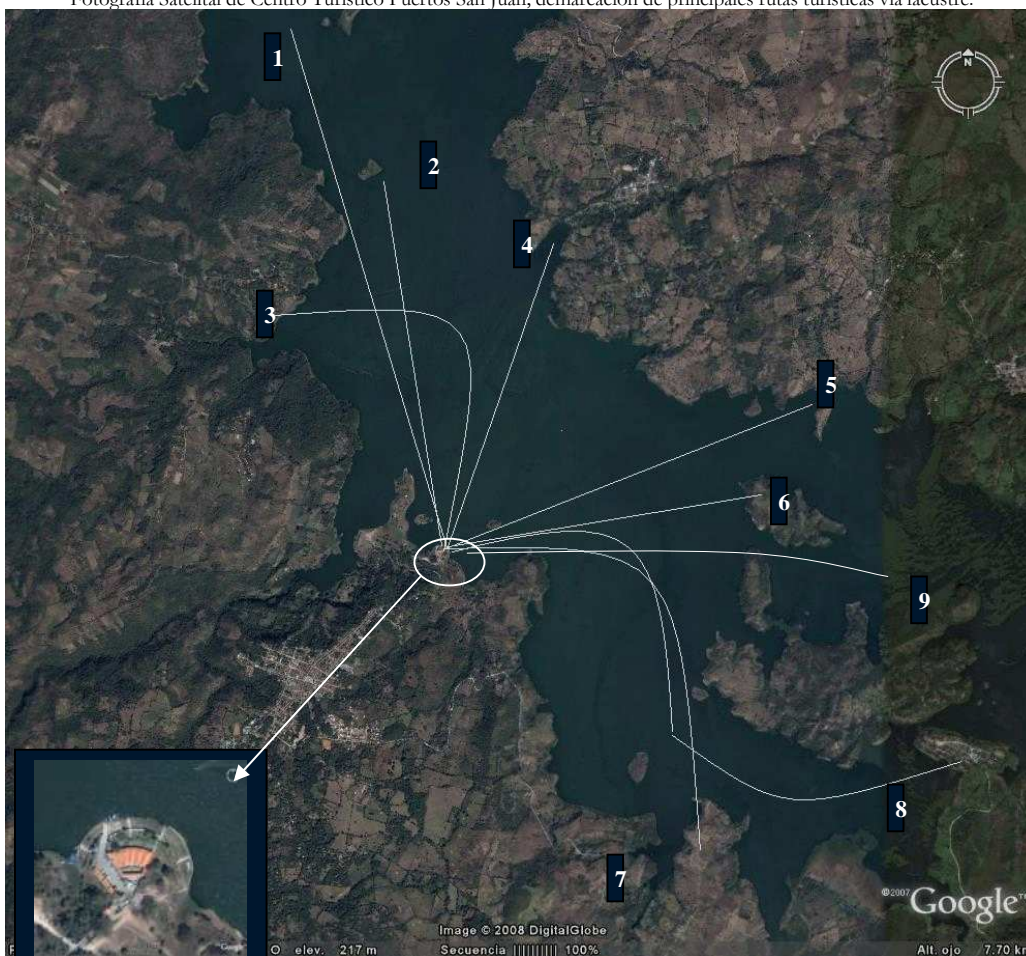
• *San Luís del Carmen*

Atractivos que posee son paisajes y sitios turísticos como los balnearios. ACTIVIDADES: Caminatas, recreación en balnearios y actividades culturales.

• ***Hacia la presa hidroeléctrica***

Aun cuando ésta ruta se encuentra dentro del Departamento de Chalatenango, se considera separada por la importancia turística que tiene éste destino en particular.

Fotografía Satelital de Centro Turístico Puertos San Juan; demarcación de principales rutas turísticas vía lacustre.



Designación de rutas turísticas vía lacustre.

Tabla No. 110. Destinos turísticos y distancias estimadas desde el Centro Turístico.

No. RUTA	DESTINO EN LANCHA POR LAGO	DISTANCIA* ENTRE TPSJ Y SITIO TURÍSTICO (KM)
1	Puerto San Juan – Isla de los Pájaros.	4.50
2	Puerto San Juan – Isla del Amor.	3.50
3	Puerto San Juan – Cueva hedionda.	3.00
4	Puerto San Juan – San Francisco Lempa. Puerto San Juan – San Luís del Carmen.	2.30 2.30
5	Puerto San Juan – Cueva del ermitaño.	3.20
6	Puerto San Juan – Isla del burro.	2.50
7	Puerto San Juan – Cinquera. (Época Invernal)	3.50
8	Puerto San Juan – Cabañas.	5.30
9	Puerto San Juan – Presa Hidroeléctrica.	22

*las distancias son estimadas siguiendo ciertas rutas a través de satélite.

⇒ ***RUTAS TERRESTRES***

○ ***Hacia el casco urbano***

Se trata de rutas que parten con guías especializados en los *Bienes Culturales* que forman parte del Municipio de Suchitoto. Entre los cuales se encuentran: Conjunto Histórico, Ciudad vieja, Hacienda la Bermuda, Hacienda e Ingenio Colima, Iglesias, Casa Museo de Alejandro Coto. Además de introducción previa a la visita de ferias artesanales y festividades propias del municipio, las cuales forman parte del *Patrimonio Inmaterial* del Municipio.

ACTIVIDADES: Caminatas, participación de diversos actos culturales, educativos y festividades municipales.

○ ***Recorridos dentro de asentamientos y/o cantones***

Recorridos a diversas comunidades y cantones como el Cantón San Juan, en el cual los visitantes puedan apreciar paisajes, y experimentar el turismo comunitario al interactuar con los habitantes de las comunidades.

⇒ ***RUTAS EN ASOCIACIÓN CON OTROS DESTINOS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS***

○ ***TPSJ – Ruta a Guazapa (histórico cultural)***

Esta es la elevación montañosa más importante del departamento de Cuscatlán, constituida por un grupo de cerros menores de origen volcánico. Su vista desde Suchitoto es imponente, pero mucho más imponente es la vista que se alcanza desde la parte alta del cerro, ya que se pueden apreciar por el lado norte, la ciudad de Suchitoto y el Lago de Suchitlán, y desde el lado sur, el gran San Salvador. La cima se sitúa a 1,420 metros sobre el nivel del mar, en la cual cuenta con un bello bosque de vegetación primaria y de cultivo de café.

Atractivos del volcán incluyen vistas panorámicas, hermosos nacimientos de agua, saltos y cascadas, cuevas escondidas, vestigios de obrajes de añil, recuerdos de la guerra, como tatús, buzones, tumbas, ect., y naturaleza en su forma pura. Los cantones y comunidades de esta zona incluyen La Mora, El Zapote, Palo Grande, Mirandilla, Montepeque, y San Lucas.

ACTIVIDADES: Cabalgatas, caminatas, campamentos, Actividades al aire libre, turismo comunitario y agrícola.

○ ***TPSJ – Área Natural de Cinquera***

Bosque, reservorio natural de la zona. ACTIVIDADES: Se realizan recorridos guiados a través de la reserva, la cual posee mucha flora y fauna, senderos señalizados, cascadas y pozas, historias, lugar para acampar.

○ ***TPSJ – Hacienda Colima***

Sobre la carretera Troncal del Norte, a unos cinco minutos después de la entrada al sitio arqueológico de Cihuatán, a pocos kilómetros delante de la ciudad de Aguilares, está el desagüe del río Acelhuate en el río Lempa, ahí inicia el reservorio de aguas para la presa Cerrón Grande, formando la masa de agua más grande que posee el país, el Lago Suchitlán. En ese sector está la entrada a la Hacienda Colima, departamento de Cuscatlán, fundada hace más de 200 años, fue una de las más importantes de la zona.

Por decreto presidencial, pertenece a una cooperativa de trabajadores agrícolas, y continúan siendo trabajadas sus tierras en la siembra de caña de azúcar y granos básicos. Cuenta con dos áreas naturales protegidas.

ACTIVIDADES: observación de aves, caminatas guiadas por los guarda parques.

○ ***TPSJ – Río Quezalapa***

Significa Río de Quetzales, es uno de los pocos ríos con aguas cristalinas, posee un área de pesca y vegetación a sus alrededores, pertenece a la cuenca del Río Sucio. Constituye en ciertos tramos sus límites con los municipios de Cinquera y Tenancingo. Sus aguas son tranquilas y se encuentra rodeado de pozas de agua caliente con muros de piedra.

ACTIVIDADES: Caminatas, observación de fauna, acampamentos.

Finalmente, se encuentran otros tipos de recorridos que dependerán de futuras asociaciones, estrategias a impulsar o acuerdos entre los diferentes entes del turismo con interés en desarrollarlas. Tal es el caso de los proyectos que se encuentran en desarrollo dentro del Bosque de Cinquera y en el Volcán de Guazapa, en los que convendría realizarle seguimiento y buscar asociaciones con los entes relacionados a ellos. Es por esto que se deja abierto a la creación de nuevas rutas con enfoque diferente a los mencionados anteriormente.

Fotografía Satelital de Centro Turístico Puertos San Juan; demarcación de principales rutas turísticas vía terrestre.



Designación de rutas turísticas vía terrestre.

Tabla No.111. Destinos turísticos y distancias estimadas desde el Centro Turístico.

No. RUTA	DESTINO TERRESTRES.	DISTANCIA* ENTRE TPSJ Y SITIO TURÍSTICO. (KM)
1	Puerto San Juan – Casco Urbano.	1.80
2	Puerto San Juan – Saltos de agua. (Los tercios)	1.30
3	Puerto San Juan – Cinquera.	3.50
4	Puerto San Juan – Guazapa. (Comunidad la mora)	14.50

*LAS DISTANCIAS SON ESTIMADAS SIGUIENDO CIERTAS RUTAS ATRAVES DE SATELITE.

Es muy importante recalcar que todas las rutas tienen un enfoque particular, el cual es la visión ecoturística, recordando que el fin del Centro Turístico es el fomento de éste y lograr con su desarrollo un turismo integral que cumpla con las expectativas del visitante del Municipio.

FICHAS DE INFORMACIÓN:

Las fichas de información recopilarán los datos básicos solicitados por el visitante y usuario de las rutas turísticas que se establecen en el presente programa. Para ello se utilizará el siguiente formato, el cual facilitará la recolección y manejo de la información para fines de promoción principalmente:

“Nombre del destino turístico ”	
Tipos de turismo	El/los tipos de turismo que se pueden realizar en el destino o en la trayectoria hacia el destino turístico
Destinos	Incluye los diferentes destinos que se encuentran en la ruta hacia el destino principal
Punto de partida	Centro Turístico Puerto San Juan
Atractivos y actividades	Especifica todos los atractivos y actividades que se realizan en el destino principal e intermedios
Distancias y tiempo de recorridos	Incluir las distancias en kilómetros y tiempo en horas de duración para completar el recorrido
Tamaño del grupo	Cantidad mínimo y máximo de personas por grupo de excursión
Responsables	Mencionar las instituciones, entes o personas responsables del recorrido, incluido guías

Formato de ficha informativa.

ENCARGADOS DE LA FORMACIÓN Y MANTENIMIENTO DE RUTAS TURÍSTICAS QUE PARTEN DEL CENTRO TURÍSTICO:

Dentro del Centro Turístico los encargados de la formación de nuevas rutas según necesidades y de llevar un seguimiento de las mismas es el **Comité de Diversificación**.

Fuera del Centro Turístico y en coordinación con el Comité de Diversificación se encontrará a cargo del seguimiento y promoción de dichas rutas, **La Oficina Municipal de Turismo**, directamente a través de la Oficina anexa al Centro Turístico.

SEGUIMIENTO DE RUTAS

Para el seguimiento y actualización de rutas turísticas y su desempeño, se debe llevar registro de la cantidad y tipos de rutas solicitadas y un registro de las sugerencias que realizan los usuarios de las mismas. Es por ello que los encargados de dirigir las rutas, los guías, deberán instar a los visitantes a acercarse a los buzones a realizar recomendaciones si así lo desean, con el fin de obtener sus opiniones, quejas y recomendaciones. Además de realizar en las reuniones de comité la exposición de cualquier observación realizada por los mismos usuarios o clientes internos al Centro Turístico.

SUBPROGRAMA D.3.4**1. NOMBRE DEL SUBPROGRAMA:****Implantación de Sistema de pago con tarjetas de crédito**

Muchas personas en el país realizan sus compras a crédito o débito, esto debido entre otras razones a la facilidad de manejo de las tarjetas en comparación al efectivo en cuanto a seguridad. Es por la gran demanda de éste tipo de pago que actualmente la mayoría de establecimientos formales poseen el sistema de pago POS (Point of Sale) o Máquina electrónica para procesamiento de ventas con tarjetas de crédito.

Según los clientes internos del Centro Turístico, en especial en el área de Restaurantes, muchos de los clientes que los visitan prefieren no quedarse en el centro turístico debido a que ellos no llevan suficiente efectivo como para hacer uso de sus servicios. Muchos clientes llegan al Centro Turístico esperando cuenten con éste servicio de pago por POS.

La instalación de los POS tiene su propio procedimiento según la institución bancaria. Algunas instituciones en su página Web presentan los pasos y formularios para su solicitud, mientras que en otros presentan información individual con invitación a visitar las agencias que le resulten más convenientes a las empresas que lo solicitan, o a solicitar en todo caso la visita de un agente de ventas o ejecutivo de negocio para explicar el procedimiento de la contratación del servicio e instalación de las máquinas.

Sin embargo muchos de los pasos son comunes para las diferentes instituciones bancarias. Entre ellas, se tiene que abrir una cuenta de la sociedad, conformación o responsable dentro del Centro Turístico (empresa solicitante) que se encargue del manejo de dicha cuenta. En la cual se recaudaran los fondos y a partir de la cual se hará el pago posterior.³⁴

FIN DEL MEDIO DE PAGO ELECTRÓNICO POS

Realizar ventas a través de Tarjetas de Crédito o Débito VISA, emitidas local o internacionalmente; con el fin de recaudar ágil y fácilmente los fondos aplicados electrónicamente a las cuentas corrientes.

BENEFICIOS

- o Aplicación oportuna de depósitos producto de las ventas.
- o Mejora en la eficiencia de las operaciones respecto a procesos de cobro y cuadraturas.

³⁴ Según instituciones financieras consultadas, HSBC y Banco de América Central

- o Incremento en ventas por acceso a nuevos clientes, locales e internacionales.
- o Las ventas con Tarjetas disminuyen riesgos de robos o errores por manejo de efectivo.
- o Consulta de las liquidaciones en línea a través de los canales electrónicos del Banco.

REQUISITOS PARA INSTALACIÓN Y USO DE POS

Requisitos generales

- o Firma Contrato de Aceptación de Tarjetas
- o Firma Contrato con ATH para procesamiento de pagos electrónicos
- o Copia de NIT, Registro de IVA y Escritura de Constitución del establecimiento comercial
- o Copia documento de identificación del propietario o Representante Legal.
- o Apertura cuenta corriente con el Banco para la aplicación de sus liquidaciones.

Requisitos de Instalación

- o Línea telefónica fija
- o Cumplir con estándares de seguridad exigidos por la institución financiera con la cual se haga el contrato

MEDIOS DE SOLICITUD DEL SERVICIO

Para la solicitud de Recolección electrónica de pagos con Tarjetas en tiendas y sucursales (POS) por Internet se hace necesario ingresar una forma de contacto. Presentan dos formas de contactarse para solicitar el servicio:

1. Directamente e las oficinas
2. Nombre y correo electrónico, esto para envío de solicitud de forma electrónica

Si lo que se requiere es asesoría y es solicitada a través de la página web, se hace necesario introducir el nombre y teléfono, para posterior visita del ejecutivo de negocios encargado.

PLAN E

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

1. SITUACIÓN ACTUAL/DESCRIPCIÓN DEL PLAN.

La publicidad turística no es más que un caso de aplicación de la publicidad general. Aumenta el campo del turismo en el sentido en el que se propone influir en el consumidor induciéndole a utilizar las instalaciones que una empresa pone a su disposición. El presente plan tiene por finalidad servir como un documento técnico para la planificación del proceso de publicidad y promoción del Centro Turístico Puerto San Juan, y en el caso de ser implantado, lograr promocionar a través de los diferentes medios de comunicación la diversidad de productos turísticos que el Centro Turístico presta (entendiendo un producto turístico como “una propuesta de viaje fuera del lugar de residencia habitual”³⁵), para que el público, atraído por el producto y su oferta, efectúe el consumo turístico (entenderemos por consumo turístico la realización por parte del público de la actividad propuesta en el producto, como lo es visitar, pasear, comer, comprar³⁶, etc.).

En Suchitoto sólo una parte de la publicidad turística emana de las empresas profesionalmente interesadas, como las hoteleras, las empresas de transporte, etc. El mayor promotor de la publicidad del municipio es la Comuna a través los organismos representativos encargados de la defensa de los intereses turísticos del municipio (Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto y Oficina De Turismo), los cuáles están al servicio no de intereses particulares sino de toda la economía de la región. La idea actual manejada por la Alcaldía del Municipio de Suchitoto es promover la prosperidad general de la población mediante la explotación de la actividad turística.

Es este carácter colectivo enfocado más bien a publicitar al Municipio como un todo lo que ha generado que la publicidad del Centro Turístico Puerto San Juan (que se encuentra bajo la administración de la Alcaldía de Suchitoto), haya quedado hasta el momento relegada a un segundo plano.

La promoción se concretará en un conjunto de actuaciones de comunicación dirigidas a la atracción de turistas potenciales al Centro Turístico.

2. OBJETIVOS.

2.1 Objetivo General.

Generar el diseño una propuesta de un plan de promoción y publicidad que sirva como un documento que permita la planificación del proceso publicitario y de señalización vial para acceder al Centro Turístico Puerto San Juan, y en caso de su implantación, que logre que los servicios ofrecidos por éste sean del conocimiento de un mayor número de turistas y visitantes del Municipio de Suchitoto.

³⁵ Según Dr. Joseph Chias “Plan Integral de Marketing Turístico”, Bolivia 2005.

³⁶ Dr. Joseph Chias

2.2 Objetivos Específicos.

- Definir los mejores medios para publicitar los productos turísticos ofrecidos por el Centro Turístico Puerto San Juan
- Definir el modelo general de señalización más adecuado de acceso al Centro Turístico.
- Diseñar un plan operacional de publicidad y promoción preciso y factible, con los programas que guíen su futura implantación.

3. JUSTIFICACIÓN.

Según el Dr. Joseph Chias en su libro “Plan Integral de Marketing Turístico”, un plan de publicidad “genera más turistas e ingresos a corto plazo, lo que mejoraría los resultados de los productos y servicios actuales y también el escenario y el atractivo de las inversiones necesarias de desarrollo a nivel local”, sirviendo éste como un acelerador del proceso de cambio.

4. DESCRIPCION DE LAS AREAS A CUBRIR.

El plan se desarrollará para publicitar y promocionar al Centro Turístico Puerto San Juan en su totalidad.

5. PROGRAMAS / SUBPROGRAMAS.

Los programas y subprogramas que conforman el Plan de Publicidad y Promoción son los siguientes:

5.1 PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA.

Este programa tiene 2 propósitos:

1º Mejorar el sistema de señalización de tipo vial que guía al turista a Suchitoto. Al tratarse de un lugar turístico, dicha señalización debe presentar un diseño que despierte curiosidad en el turista para visitar el lugar.

2º Mejorar el sistema de señalización específica del Centro Turístico dentro del municipio de Suchitoto. Esto debido a que no existe en la actualidad un sistema de señalización que guíe al turista el Puerto San Juan, más específicamente cuando éste se encuentra de visita en el casco urbano, lo que dificulta que el visitante del municipio se percate de su existencia y mucho más que llegue hasta sus instalaciones.

Para lograr conseguir esto, el presente programa se ha dividido en los siguientes subprogramas:

- 1- Subprograma Señalización de acceso
- 2- Subprograma Señalización Específica

5.2 PROGRAMA DE PROMOCIÓN.

Este programa pretende mejorar el actual déficit de información turística del Centro Turístico Puerto San Juan. Esto se desarrollará mediante las siguientes actividades:

- **Publicaciones y Publicidad.** Éste se enfocará al diseño, fabricación y colocación/distribución de medios visuales y escritos de promoción que ofrezcan al turista una visión general de los servicios prestados en el Centro Turístico y de los atractivos de los que está rodeado. Se pretende realizar dicho subprograma en colaboración con la oficina de turismo, que

En lo que se refiere a Promoción, la actuación será orientada en los siguientes temas:

- Superar el déficit de información y señalización turística del Centro Turístico Puerto San Juan.
- Trabajar en conjunto con la institución responsable de la promoción de los diferentes destinos turísticos de Suchitoto (Oficina de Turismo). Se espera que dicha oficina sea la principal encargada de la distribución de la información escrita al turista visitante de Suchitoto.

En cuanto a publicidad la base principal serán los *medios visuales concentrados* (carteleros de carácter no personalizados expuestos a lectura colectiva) en el casco urbano del municipio de Suchitoto y en las principales carreteras de acceso a éste. El resumen de los programas y subprogramas contenidos dentro del Plan de Publicidad y Promoción se presenta a continuación:

NOMBRE DEL PLAN	PROGRAMAS	ACTIVIDADES COMPONENTES	BREVE DESCRIPCIÓN
PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	Señalización Turística	<i>Señalización de acceso</i>	Definir un modelo general de señalización para su posterior implantación.
		<i>Señalización específica</i>	Generar una propuesta de señalización dentro del casco urbano del municipio de Suchitoto.
	Programa de promoción turística	<i>Publicaciones escritas y publicidad</i>	Definir los diferentes medios para publicitar el Centro Turístico, así como el diseño de los medios físicos por medio de los cuales se realizará la publicidad.

6. REQUISITOS / RECURSOS.

Recurso humano: las personas encargadas de la elaboración y puesta en marcha del presente plan son las siguientes:

- a. **Administrador del Centro Turístico.**
- b. **Miembros de la comisión de artesanos:** Una de las propuestas en el programa de señalización contempla que dichos miembros realicen los diseños y elaboren los rótulos y señales de forma llamativa y en los que se haga alusión al Puerto San Juan como un lugar turístico familiar.
- c. **Alcaldía Municipal de Suchitoto:** Los miembros de la Alcaldía que sean designados para llevar a cabo el presente plan estarán encargados de controlar el cumplimiento de las diferentes actividades detalladas en los diferentes programas que componen de los cuáles está compuesto y será esta entidad la encargada de su administración. Además, estarán encargados de la selección de la empresa de publicidad que ofrezca los servicios que más se apeguen a las especificaciones contenidas en el presente plan.
- d. **Empresa de publicidad:** que será la encargada de fabricar la folletería publicitaria del Centro Turístico, rótulos y demás medios a ser utilizados al momento de la implantación del presente plan. Ésta, además estará encargada de la colocación de los diferentes medios publicitarios en los puntos que se establezcan. En un primer momento será necesario realizar pláticas con distintas empresas para la selección de aquella que mejores servicios ofrezca de acuerdo a lo requerido por el plan.

Tecnológicos:

- e. Papelería en general
- f. Computadora. Esto para realizar el diseño de los brochures a ser utilizados para hacer la programación de las actividades necesarias para llevar a cabo los diferentes programas que componen el plan.

Financieros:

- La Alcaldía Municipal de Suchitoto deberá de destinar una parte de su presupuesto a la promoción y publicidad del Centro Turístico Puerto San Juan. El monto total dependerá de la empresa de la cotización de la empresa contratada para llevar a cabo los programas presentados en el plan.

3- **RESULTADOS ESPERADOS.**

De acuerdo a los datos obtenidas en la encuesta realizada en la anterior etapa del presente trabajo, el 36% de la población respondió no haber visitado Suchitoto, lo que inferido a la población total que se encuentra arriba de la línea de pobreza representa una cantidad de 265, 817 familias³⁷.

Con la colocación de vallas publicitarias, señalización turística y otros medios visuales se prevé atraer a Suchitoto a un 5% de ese total de población, lo que representa un aproximado de 13,291 familias. Se espera que para el primer año de funcionamiento de funcionamiento del programa se atraiga al Centro Turístico un 50% de ese total de personas, lo que representa un total de 6646 familias únicamente en concepto de publicidad del Centro Turístico.

Esto significa que se espera un aumento en el promedio de visitas mensuales de 554 familias. Partiendo del dato de la encuesta que muestra que en promedio cada familia que visita el Centro Turístico está compuesta por 5 personas, en promedio se incrementará la afluencia de turistas en 2270 mensuales. Según datos manejados por su administrador, actualmente el promedio de visitantes al Centro Turístico Puerto San Juan es de aproximadamente 5600 turistas mensuales y el promedio del gasto por persona es de \$5 por cada visita.

De acuerdo a lo anterior y mediante los esfuerzos de publicidad que se utilizarán se espera que el promedio mensual de turista entonces pase de 5600 a 7780 visitantes mensuales., generando un aumento aproximado de \$11,350 mensuales en concepto de uso de los diferentes servicios ofrecidos en el Centro Turístico.

Además de estas mejoras cuantitativas, una de las mayores mejoras que traerá la implantación del presente programa es de tipo cuantitativo al mejorar la percepción que los clientes tienen del Centro Turístico gracias a los esfuerzos formales de publicidad realizados.

4- **TIEMPO DE DURACIÓN.**

Se espera que el presente plan de publicidad y promoción se lleve a cabo en 2 meses y medio

³⁷ El total de hogares no pobres utilizados como universo es de 738,381.

1. NOMBRE DEL PROGRAMA.**Programa de Señalización Turística****2. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA**

Lo que se busca con éste programa es definir el proceso general a seguir mediante el cuál se logre llevar a cabo la señalización vial que guíe al cliente al Centro Turístico Puerto San Juan, para lo cuál se presenta la propuesta del tipo y los medios de señalización que es más conveniente utilizar, las características y especificaciones necesarias para llevar a cabo la fabricación de dichos medios y la forma en que será llevado a cabo el proceso de colocación de éstos tanto dentro como fuera de Suchitoto.

Lo anterior será desarrollado en los siguientes apartados:

- Diseño de medios de señalización:

En éste apartado se presenta la propuesta de las características propias que deben poseer los medios de señalización.

- Fabricación de medios de señalización:

Una vez diseñados los distintos tipos de señalización a utilizar, se definirá la forma de fabricación de éstos.

- Proceso de señalización:

En este apartado se detallan los diferentes involucrados en el proceso señalización, tanto fuera como dentro de Suchitoto.

- Control de las actividades de señalización:

Una vez se esté realizando la colocación de los distintos medios de señalización, es necesario que se lleve un control de las actividades que se llevan a cabo. En éste apartado se detalla la forma de controlar los avances en las actividades de señalización.

3. OBJETIVO

Presentar una propuesta de un programa de señalización vial que detalle las características, actividades y el proceso necesario a seguir para su implantación tanto dentro como fuera del casco urbano del Municipio de Suchitoto.

4. DESCRIPCION DE LAS AREAS A CUBRIR CON EL PROGRAMA (Alcance).

El presente programa abarca la propuesta de señalización dentro del municipio de Suchitoto (mediante el subprograma “señalización específica”) y fuera de éste (subprograma “señalización de acceso”).

No se incluye el diseño de los tipos de señalización ni la implantación de la propuesta, la cuál deberá ser llevada a cabo por la alcaldía municipal de Suchitoto y por los miembros del Centro Turístico Puerto San Juan. En lo que respecta al diseño se presentan únicamente los requisitos básicos que deben poseer las señales para su posterior evaluación y fabricación.

5. SUBPROGRAMAS

5.1 SUBPROGRAMA “SEÑALIZACIÓN DE ACCESO”

Éste subprograma abarca la señalización vial fuera del casco urbano de Suchitoto y lo que se busca es mejorar con esto la información para guiar al turista de manera rápida y segura al Municipio de Suchitoto, para luego, mediante la “Señalización específica”, llevarlo hasta el Centro Turístico Puerto San Juan.

5.2 SUBPROGRAMA “SEÑALIZACIÓN ESPECÍFICA”

Una vez que el turista se encuentra en el casco urbano de Suchitoto, no existe señalización que lo guíe hasta el Centro Turístico Puerto San Juan, por lo que se pretende que mediante el diseño de un tipo de señalización vial atractiva y su colocación en puntos estratégico aumente el flujo de turistas al Puerto San Juan. Para el diseño de ésta, se pretende que los encargados sean los artesanos del Centro Turístico, de manera que ésta sea lo más atractiva posible para los turistas.

6. ACTIVIDADES

La forma en que se llevará a cabo el presente programa se presenta a continuación:

6.2 Descripción del las actividades.

No.	Actividad	Cargo de la persona responsable	Descripción detallada de la actividad
01.	Asignación de responsables de la ejecución del programa de señalización	- Alcaldía Municipal de Suchitoto - Administración del Centro Turístico	Para llevar a cabo las actividades de señalización presentadas en el programa, la alcaldía Municipal de Suchitoto deberá asignar responsables para cada una de las obras. El administrador del Puerto San Juan será el encargado de detallarles a los miembros de la comisión de artesanos las actividades a ser realizadas por éstos y de reunirse con ellos para explicar la importancia para el Centro Turístico del desarrollo de dicha actividad. En el caso de los miembros del comité de artesanos, su representante será informado para que sea él quien tenga la responsabilidad de dar a conocer el grado de avance de la obra en los diseños y elaboración de las diferentes señales a la alcaldía, y, además, de supervisar la elaboración de éstos.

02	Ejecutar y dar seguimiento al programa de señalización	- Alcaldía Municipal de Suchitoto - Administración del Centro Turístico - Miembros de la comisión de artesanos (si es el caso) - Empresa publicitaria	Una vez definidos los encargados de desarrollar las diferentes actividades que componen el programa, la alcaldía dará el aval y los recursos para la realización de éste. Se encargará además de darle seguimiento al grado de avance del programa mediante la verificación “in situ” de las obras y mediante los reportes de avances de los diferentes responsables asignados.
03	¿Señalización dentro del casco urbano?		En el caso de que la señalización sea para el casco urbano, las actividades realizadas serán supervisadas por el encargado designado para el subprograma de “señalización específica”, caso contrario, será el encargado del subprograma de “señalización de acceso”.
04	Control de las actividades	- Personal de alcaldía	Para controlar las actividades de implantación del plan y su grado de avance, se designará un encargado para cada uno de los subprogramas, quien rendirá cuentas a la alcaldía del municipio.

8. TIEMPO DE DURACIÓN.

Se espera que el presente programas se desarrolle en 2 meses.

DESARROLLO DE PROPUESTA

A continuación se desarrolla la propuesta de *Señalización Turística* para el Centro Turístico Puerto San Juan:

1. ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA

El presente programa será administrado por la Alcaldía Municipal de Suchitoto, quien, en conjunto con la administración del Centro Turístico, serán los encargados tanto de la planificación en el tiempo de las actividades contenidas en el programa así como de velar por el cumplimiento en la realización de éstas.

Los recursos para llevar a cabo el programa de Señalización Turística serán proveídos por la Alcaldía de Suchitoto, bajo la cuál se encuentra la administración del Centro Turístico.

2. RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN

Los responsables de llevar a cabo las diferentes actividades detalladas en el presente programa de señalización deberán ser asignados por la Alcaldía Municipal de Suchitoto. Dichos encargados tendrán bajo su cargo el control de las obras realizadas, la entrega de reportes de cumplimiento de actividades y el reporte de observaciones en el proceso de implantación del programa.

Uno de los principales involucrados en la ejecución será el administrador del Centro Turístico, quien deberá explicar a los miembros de las diferentes comisiones la importancia de la realización del programa y los objetivos perseguidos con éste. Además, deberá reunirse con los miembros de la comisión de artesanos para asignarles la actividad de realizar los diseños de los diferentes tipos de señalización que guíen al turista hasta el Puerto San Juan.

Una vez asignada la responsabilidad de realizar los diseños de la señalización, el representante de la comisión de artesanos tendrá la responsabilidad de dar el detalle a la alcaldía de los materiales necesarios para fabricar las señales turísticas de tránsito y de reportar los avances en las actividades de fabricación de éstas.

Una vez terminadas las señales, la Alcaldía de Suchitoto deberá asignar un encargado del equipo que llevará a cabo las actividades de señalización y tendrá bajo su cargo la supervisión de los trabajos de colocación de las señales viales y de las vallas publicitarias detalladas en el siguiente programa. Éste deberá de brindar informes de los avances y la calidad de las obras.

Luego de asignado el responsable de la implantación del programa, el proceso a seguir es el siguiente, detallando en cada paso a seguir las características y restricciones que es necesario tomar en cuenta:

A. DISEÑO DE MEDIOS DE SEÑALIZACIÓN:

Al tratarse de una empresa turística, los diseños que sean utilizados deben de despertar la curiosidad de las personas cuando los vean, además de evocar la belleza natural de la cuál está rodeado el Puerto. Las principales características que deben presentar dichas señales se detallan a continuación:

Señalización dentro del casco urbano de Suchitoto (Señalización específica):

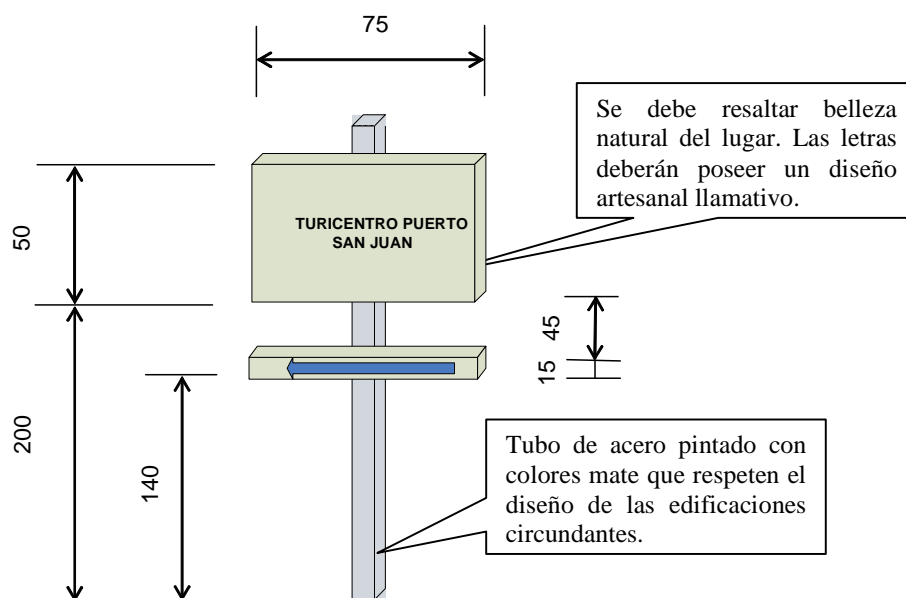
- Los materiales utilizados para la señalización del casco urbano deberán de respetar la atmósfera rústica de las edificaciones del lugar, por lo tanto, éstos tienen que presentar una armonía con los colores y las texturas de las edificaciones que los rodean. Para la base de las señales se recomienda la utilización de madera o tubos de acero pintados con acabado rústico en colores mate.
- Las señales deberán ser colocadas en las principales vías de acceso en el casco urbano y a lo largo de la ruta que conduce al Centro Turístico.
- La altura de las señales deberá de oscilar entre los 1.90 y 2.00 mts. de altura, que es el rango utilizado por publicistas que asegura que éstas sean advertidas por el campo visual de las personas que manejan en auto a una distancia prudencial.

- Las señales deberán ser fabricadas en lámina de acero para mayor durabilidad.

- Las señales deberán de contener 3 elementos principales:

- **Nombre del Centro Turístico.** Éste deberá aparecer como objeto principal de la señal con el fin de crear un impacto visual y una alta recordación del nombre del lugar en la mente del visitante. Lo que se persigue es que el nombre del Centro Turístico Puerto San Juan quede grabado en la mente de los turistas al hacer que éstos sigan las diferentes señales que lo guíen hasta él con el nombre del lugar. Las letras con las que esté elaborado el nombre del Centro Turístico ser realizadas con un diseño artesanal.
- **Diseño de Fondo.** El diseño del fondo de la señal sobre el cuál estará el nombre del Centro Turístico debe resaltar la belleza natural de la cuál está rodeada el lugar por medio de diseños llamativos, ya sea de paisajes o del tipo de fauna (aves y peces) propio de la zona. Los encargados del diseño pueden también crear un logo que identifique al Puerto San Juan con las características propias de la zona.
- **Señalización y guía.** Los anteriores diseños serán realizados sobre señales de tránsito en forma de flecha, que guíen al turista hacia el Centro Turístico. El tamaño de las señales deberá ser de por lo menos 0.75 mts. de ancho por 0.50 de alto.

A continuación se presenta una propuesta de diseño con la forma y las medidas del las señales.



Señalización fuera de suchitoto (señalización de acceso):

Esta es una propuesta de señalización que guíe al turista al municipio de Suchitoto ya que si bien ya existe ésta, es de tipo vial convencional y dado el impulso que se le está dando actualmente al turismo en

Suchitoto, se pretende atraer visitantes con un tipo de señalización más vistosa que despierte curiosidad en las personas por visitar el lugar.

Éste tipo de señalización vial se concentrará en las principales carreteras de acceso al municipio. La función de estas señales es guiar al turista a Suchitoto, por lo que en éstas no aparecerá el nombre del Centro Turístico sino el del Municipio. La idea es guiar al turista al casco urbano para que una vez estando ahí visite el Centro Turístico movido por la publicidad de éste y las señales de tránsito específicas que lo guíen hasta él.

- La señalización vial consistirá en reemplazar las señales actuales por otras con diseños más llamativos que evoquen la imagen de Suchitoto como un paraje turístico y cultural y en colocar nuevas en lugares que se consideren necesarias y que en la actualidad no posean ninguna.
- Este tipo de señal deberá de combinar tanto la parte vial de la señal (indicando el sentido y la dirección a seguir para acceder a Suchitoto) como la parte de diseño (que sea atractivo desde el punto de vista del turista).

B. FABRICACIÓN DE MEDIOS DE SEÑALIZACIÓN:

Una vez diseñados los distintos tipos de señalización a utilizar, se definirá la forma de fabricación de éstos. Para el proceso de fabricación de las señales se presentan 2 propuestas:

- 1- Que sea realizada por los miembros de la comisión de artesanos del Centro Turístico.
- 2- Que sea realizada por una empresa dedicada a la fabricación de señales comerciales.

A continuación se detalla cada una de las propuestas:

1. fabricación de las señales por parte de los miembros de la comisión de artesanos.

Una vez definido el diseño de las señales viales a utilizar, se pasará a la fabricación de éstas. Para este proceso el representante de la comisión de artesanos detallará a la alcaldía la cantidad de materiales que se utilizarán y la razón para la cuál se utilizarán dichos materiales, para lo cuál se utilizará el siguiente formato:

SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA			
SOLICITUD DE MATERIALES			
FECHA	MATERIAL SOLICITADO	CANTIDAD/DESCRIPCIÓN	USO QUE SE LE DARÁ

La compra de los materiales se realizará luego de la cotización de éstos en diferentes establecimientos por parte del representante de la comisión. Una vez comprados, éstos serán llevados al Centro Turístico donde comenzará el proceso de fabricación. El proceso se llevará a cabo en el Centro Turístico, en el área de parqueo, y deberá realizarse los días de semana por los artesanos del lugar, fijando un horario de trabajo en dicha actividad que les deje suficiente tiempo para poder trabajar además en la fabricación de sus artesanías. El proceso comenzará con la fabricación de las señales que serán colocadas en el casco urbano del Suchitoto, ya que en ésta zona se encuentra el mayor déficit de señalización en la actualidad. Una vez terminadas éstas, se comenzará con la fabricación de las señales que se colocarán a lo largo de las vías de acceso al Municipio.

2. fabricación de las señales por parte de una empresa externa a la alcaldía.

Luego de definido el diseño por parte de los miembros de la comisión de artesanos, éstos serán presentados a la alcaldía para que ésta realice una cotización en diferentes empresas dedicadas a la fabricación de señales y vallas publicitarias para luego escoger la que más se apegue a los requisitos presentados.

Las bases de la cotización se realizará tanto para que la empresa se encargue de la fabricación y colocación de la señalización y además, de la fabricación y colocación de los medios publicitarios contenidos en el programa **Promoción Turística**.

Las bases de la cotización para las empresas dedicadas a la fabricación de éste tipo de medios publicitarios se presenta en el Anexo 18. Dichas bases serán enviadas a diferentes empresas para que luego la alcaldía escoja la que presente la oferta que más se apegue a lo solicitado por ésta.

C. PROCESO DE SEÑALIZACIÓN.

Independientemente de quién lleve a cabo la fabricación de las diferentes señales (ya sea los artesanos del Centro Turístico a una empresa externa), el proceso de colocación de éstas en las diferentes vías de acceso que llevan hasta el municipio de Suchitoto deberá ser realizado por una empresa dedicada a la fabricación y colocación de vallas publicitarias y señales de tránsito.

Se deberá incurrir en la contratación de este tipo de empresa por los siguientes motivos:

- 1- Experiencia en la actividad de colocación de señales, lo que asegura rapidez y profesionalismo en éste.
- 2- Las empresas dedicadas a dicha labor se encargan de la consecución de los permisos necesarios para la colocación de vallas y señales, lo que evitaría que la Alcaldía tenga que incurrir en dicho proceso.

Luego de recibir las bases de diferentes empresas, la Alcaldía se encargará de la contratación de aquella que se dedicará a la colocación de las señales y vallas publicitarias. En el caso que sean los artesanos del Centro

Turístico los que fabriquen las señales, éstas le serán entregadas a la empresa contratada para que se encarguen del proceso de colocación de éstas en los puntos que la Alcaldía indique.

El control de las obras realizadas será llevado a cabo por un encargado asignado por la Alcaldía. Éste encargado deberá de informar a la alcaldía acerca de los siguientes puntos:

- *Avances en las obras de colocación de señales y vallas publicitarias.* Deberá corroborar que las actividades realizadas concuerden con las actividades planificadas.
- *Calidad de la obra.* El encargado deberá verificar *in situ* la buena calidad tanto de los materiales utilizados como de las obras realizadas.

D. Control de las actividades del programa de señalización turística:

1. Control de las actividades de fabricación de las señales:

Para el control de las actividades llevadas a cabo en el presente programa se presenta el diseño de una tabla de Excel en la cuál se realizará la programación de las actividades con sus respectivas duraciones. Las actividades serán definidas en consenso por parte de las personas que las llevarán a cabo y el encargado de la supervisión de dicha parte del proceso. Para ejemplo de esto, en el caso de que las señales sean fabricadas por los artesanos del Centro Turístico, antes de comenzar a trabajar se definirán tanto las actividades que serán realizadas (por ejemplo, consecución de materiales, fabricación de marcos de señales, pintura de señales, etc.) como el tiempo estimado de duración de dichas actividades. Dichas actividades serán definidas por los miembros de la comisión de artesanos junto con el administrador del Centro Turístico, siendo este último el encargado de entregar el control del avance de las obras a la Alcaldía. Las actividades definidas serán programadas en el tiempo utilizando el siguiente formato:

MES: ENERO														
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Realización de diseños														
Fabricación de señales														

Éste mismo formato se utilizará para la programación de las actividades de colocación de las señales viales y vallas publicitarias.

Una vez comenzado el proceso de fabricación de las señales por parte de los artesanos de Centro Turístico, el representante de dicha comisión será el encargado del control de avance de las actividades utilizando una hoja igual a la que se utilizó para la programación de las actividades, pero ésta se encontrará vacía llenando él las casillas del tiempo real utilizado en las diferentes actividades y comparándolas luego con la programación inicial. La razón de realizar esta comparación es para poder visualizar las posibles

desviaciones en el tiempo de las actividades planeadas. Para realizar una comparación cuantitativa de dichas desviaciones, se compararán la cantidad de actividades realizadas contra la cantidad de actividades programadas. Éste formato será llenado cada 3 días.

El porcentaje de retraso en las obras realizadas viene dado por la fórmula siguiente:

$$\% \text{ atraso} = \{(\text{Número de actividades planeadas} - \text{Número de actividades realizadas}) / \text{Número de actividades planeadas}\}$$

$$\% \text{ atraso} = (\#AP - \#AR) / \#AP$$

El cuadro siguiente se utilizará para el control de las actividades de señalización, realizando los cálculos de la desviación real entre las actividades programadas y las actividades llevadas a cabo.

Cuadro 49. Control de actividades del proceso de Señalización Turística

PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA CONTROL DE ACTIVIDADES				
FECHA	Número de actividades programadas # AP	Número de actividades realizadas hasta ésta fecha #AR	Porcentaje de avance en la obra % at= 1- {(#AP- #AR)/ #AP x 100}	COMENTARIOS/OBSERVACIONES

Los avances en las actividades de fabricación de las señales serán entregadas por el representante de la comisión al administrador del Centro Turístico. En caso de atrasos en la obra, deberá notificar al administrador del Centro Turístico las razones por las que se dieron dichos atrasos.

El administrador del Centro Turístico además deberá de supervisar que los trabajos se estén llevando a cabo de acuerdo a lo planeado y se encargará de informar a los miembros de la alcaldía de los avances en las actividades de fabricación, entregándoles las bitácoras de control de actividades previamente revisadas por él, corroborando que lo especificado en dichas bitácoras concuerde con el avance físico real de las obras.

2. Control de actividades del proceso de señalización.

Para la realización del proceso de señalización, la empresa encargada deberá presentar una programación de las actividades a realizar, detallando las actividades a llevar a cabo y el tiempo para realizarlas. Ésta programación deberá de ser entregada a la Alcaldía y se deberá de elegir un encargado de verificar la calidad y el avance de las obras realizadas.

Para realizar las actividades de control, el encargado comparará las actividades programadas con las actividades realizadas hasta una fecha específica. Además deberá llenar una ficha de inspección en la que detalle la calidad de las obras. La ficha de inspección se presenta a continuación.

CALENDARIZACIÓN DEL PROCESO DE SEÑALIZACIÓN/PUBLICIDAD														
MES: ENERO														
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Colocación de señales en Sn. Martín														
Colocación de señales en casco urbano														

Para llevar a cabo la inspección *in situ* de las obras, el encargado utilizará el siguiente formato, en el que detallará las principales características de éstas:

CONTROL DEL PROCESO DE COLOCACIÓN DE SEÑALES DE TRÁNSITO Y PUBLICIDAD						
FECHA	TIPO DE SEÑAL	PUBLICITARIA				LOCALIZACIÓN DE LA SEÑAL
		E	B	R	M	
Calidad de la obra						
- Pintura de la obra		()	()	()	()	
- Limpieza del trabajo		()	()	()	()	
- Materiales utilizados		()	()	()	()	
- Sentido correcto de la señal		()	()	()	()	
- Respeto de las obras circundantes		()	()	()	()	
OBSERVACIONES DE LA OBRA: _____						

					_____ Firma del encargado	

PROGRAMA E.2

1. NOMBRE DEL PROGRAMA.

Programa de Promoción Turística

2. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El presente programa está enfocado en cómo llevar a cabo los esfuerzos de publicidad del Centro Turístico Puerto San Juan en diferentes medios. Se definirán cuáles son los medios idóneos para publicitar el lugar, las características de dichos medios, el proceso que se deberá seguir para que éstos sean fabricados y finalmente el proceso de colocación o distribución de “medios visuales concentrados”, con el fin de promocionar de manera no personal los productos y servicios ofrecidos en el Centro Turístico Puerto San Juan. Además, se incluye las diferentes formas de control de dichas actividades.

Lo que se busca es que mediante la implantación del presente programa se comience a realizar un esfuerzo publicitario de manera formal que informe al turista acerca de la existencia del Centro Turístico y sobre los principales atractivos que en éste se ofrecen.

3. OBJETIVO

Diseñar un programa en el que se detalle el proceso a seguir por la Alcaldía Municipal de Suchitoto para llevar a cabo los esfuerzos de promoción y publicidad del Centro Turístico Puerto San Juan.

4- ACTIVIDADES.

Las actividades que componen el presente programa son las siguientes:

4.1 Descripción del las actividades.

No.	Actividad	Cargo de la persona responsable	Descripción detallada de la actividad
01.	Asignar encargado de supervisión del programa	- Alcaldía Municipal de Suchitoto	La Alcaldía de Suchitoto deberá asignar un encargado para llevar a cabo el presente programa. Se propone que el encargado de éste se encargue además del proceso de supervisión del proceso de colocación de las señales viales del programa de señalización vial.
02	Contratar empresa para fabricar de medios publicitarios	- Alcaldía Municipal de Suchitoto	En el caso de que las señales de tránsito del programa de señalización vial sean fabricadas por una empresa externa a la Alcaldía, se sugiere que sea la misma empresa la que además fabrique y se encargue de la colocación de los medios publicitarios. Se contratará además una imprenta para la fabricación de volantes y brochures, para que mediante estos se le brinde al turista una información completa acerca del Centro Turístico, sus atractivos y sus servicios.

03	Fabricación de medios publicitarios	- Empresas externas a la Alcaldía	Luego de realizar un proceso de cotización con diferentes empresas dedicadas a la fabricación de señales y vallas publicitarias, la Alcaldía contratará aquella que ofrezca cumplir con los requisitos solicitados por ésta. El proceso de fabricación de brochures y volantes será realizado por la empresa que actualmente fabrica volantes para la Oficina de Turismo.
04	Medios visuales?		Si son medios visuales como vallas y paletas, una vez fabricadas y luego de la inspección de la obra se procederá con la colocación de éstas en los puntos asignados por la Alcaldía. Si no son medios visuales y se trata de medios escritos como brochures y volantes, se pasará al proceso de distribución de éstos.
05	Distribución de medios escritos	- Oficina de Turismo	Los medios escritos (brochures y volantes) serán entregados a la Oficina de Turismo de Suchitoto, la cual se encargará de su distribución a los turistas. Además, se distribuirán en la administración del Centro Turístico y en la Oficina de Turismo que se encuentra en éste en caso que se instale. Además, se propone que la Oficina de Turismo realice contactos con lugares tales como la casa del escultor, lugares culturales y ventas de productos diversos para que en dichos negocios se distribuyan las publicaciones escritas, ya que dichos estos lugares no proveen ningún tipo de producto o servicio igual a los que ofrece el Centro Turístico, por lo que es más fácil que acepten dedicarse a la distribución de la publicidad al no considerar al Centro Turístico como un competidor dedicado a la misma actividad que ellos.
06	Proceso de colocación de medios visuales	- Empresa publicitaria - Encargado asignado por Alcaldía	El proceso de colocación será llevado a cabo por la empresa publicitaria contratada por la Alcaldía. Los medios y las señales serán instalados en los puntos indicados por el Encargado del programa asignado por la Alcaldía, quien además será el encargado de supervisar dicho proceso y de evaluar la calidad de las obras.
07	Obras de buena calidad?		En el caso de que las obras superan las pruebas de calidad del Encargado, se procederá a la cancelación de la obra por parte de la Alcaldía.
08	Cancelación del monto de la obra	- Alcaldía Municipal de Suchitoto	Una vez entregada la obra total, se cancelará el monto de ésta por la Alcaldía de Suchitoto.

5- REQUISITOS / RECURSOS.

Los principales recursos que serán requeridos para llevar a cabo el presente programa son los siguientes:

Recursos financieros: La Alcaldía Municipal de Suchitoto deberá destinar una parte de su presupuesto anual para llevar a cabo los esfuerzos de publicidad del Centro Turístico Puerto San Juan. Dichos recursos

deberán cubrir lo concerniente a la contratación de empresas dedicadas a la fabricación y colocación de medios publicitarios.

Recursos Humanos: La alcaldía deberá asignar un encargado para llevar a cabo el presente programa. Entre sus funciones, deberá inspeccionar los trabajos realizados, vigilar que estos se lleven a cabo en los tiempos correspondientes e informar a la Alcaldía el avance en las diferentes obras.

Recursos Tecnológicos: El encargado de llevar a cabo el programa deberá de contar con los siguientes formatos impresos:

- a. Planificación de las actividades.
- b. Control de avance de obras.

Además, se le deberá proveer de transporte para que pueda trasladarse a los lugares donde se desarrollen las obras.

6- TIEMPO DE DURACIÓN.

Se espera que el presente programa tenga una duración de 2 meses.

DESARROLLO DE PROPUESTA

1- ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA.

El presente programa será administrado por la Alcaldía Municipal de Suchitoto, quien será la encargada de realizar los esfuerzos necesarios para la promoción Turística del Puerto San Juan. Ésta designará un encargado, quien tendrá bajo su responsabilidad el velar por la correcta realización del programa.

2- MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR.

Son muchos los medios que se pueden utilizar para realizar publicidad exterior y la elección de éstos dependerá de las necesidades y características propias de la empresa. Al tratarse de una empresa dedicada a brindar servicios de tipo turístico, el Centro Turístico Puerto San Juan necesita un tipo de publicidad que llame la atención del público y que despierte en ellos el deseo de conocer el lugar. Los principales medios a utilizar para publicitar el Centro Turístico serán las que se presentan a continuación.

- *Publicaciones escritas (brochures y volantes)*. Estos permiten brindar gran cantidad de información en poco espacio y su costo es relativamente bajo a comparación de otros medios visuales, lo que hace posible fabricar grandes volúmenes de éstos.

- *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 ciudad), mayor frecuencia (al estar diseminados en distintos lugares aumenta el índice de impactos visuales), bajo de costo de producción (debido a que los materiales utilizados son económicos) y realizar rotaciones (en vista de que todas las ubicaciones tienen un tamaño estándar).

Las principales características que deben tener los medios publicitarios a utilizar para promocionar el Centro Turístico 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 cuál la imagen del Centro Turístico 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 el Centro Turístico.

- Tipografía amplia y clara. Los mensajes escritos contenidos en los anuncios deberán ser cortos, prestando principal énfasis en el nombre del Centro Turístico, su ubicación (Suchitoto) y una idea principal que sea reforzada por el diseño o fondo del anuncio. En este caso, se sugiere utilizar el slogan **VISITANOS Y DISFRUTA DE LAS BELLEZAS DE TU TIERRA**. El fondo de los anuncios deberá reflejar la belleza natural de la que está rodeado el Centro Turístico.

Se han descartado medios masivos de comunicación como la radio, la televisión y el periódico ya que los costos para publicitarse en dichos medios es muy alto, por lo que se ha buscado que las propuestas estén acordes a la realidad del presupuesto de la Alcaldía Municipal de Suchitoto.

Éste tipo de publicidad será colocado fuera del municipio de Suchitoto con el fin de preservar la imagen histórica y cultural del lugar y los tipos de medios a utilizar serán paletas y vallas publicitarias.

3- CONTRATACIÓN DE EMPRESAS PUBLICITARIAS.

Para la implantación del presente programa se deberán contratar 2 empresas, una que tendrá a su cargo la fabricación de las señales turísticas y medios visuales de publicidad y la otra para la fabricación de los medios escritos (brochures y volantes).

En el caso de la contratación de la empresa publicitaria, el proceso será llevado a cabo por la Alcaldía mediante una base de cotización (ver anexo 18)

La empresa que sea contratada para la fabricación de los medios visuales de publicidad tendrá bajo su cargo el realizar las siguientes actividades: Diseño, fabricación y colocación de los medios publicitarios, por lo que al momento de su, ésta deberá presentar un cronograma con la planificación de las obras incluyendo las partes siguientes:

- **Diseño de la publicidad.** Para dicho diseño la empresa deberá realizar una visita al Centro Turístico al fin de conocer el lugar y tomar fotografías de las diferentes áreas que la componen, así como generar ideas del concepto a utilizar en la publicidad. Para esto, los representantes de la empresa deberán reunirse con el administrador del Centro Turístico, quien será el encargado de brindar la información requerida tanto del Centro Turístico como del concepto con que la Alcaldía pretende vender los servicios del Centro Turístico al público. Además, se deberá de fijar el número de vallas publicitarias a fabricar y los diferentes puntos de colocación de éstas.

- **Fabricación de la publicidad.** Deberán especificar fechas de inicio y entrega de los trabajos de fabricación de las diferentes vallas.

- **Colocación de vallas.** La empresa deberá presentar una programación de los trabajos de colocación de las vallas publicitarias, anuncios y señales viales.

DISEÑO DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS:

El diseño de la publicidad mediante medios visuales concentrados podrá ser realizado o bien por los artesanos del Centro Turístico Puerto San Juan o por la empresa contratada para la fabricación de éstos. La decisión final será tomada por la Alcaldía Municipal. Deberán respetarse las características anteriormente descritas.

En el diseño de los brochures, cada una de las partes de éste contendrá la información básica de los servicios prestados por cada una de las comisiones que componen Centro Turístico. Las partes que constituirán los medios escritos se detallan a continuación:

- **NOMBRE Y UBICACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO.** Ésta información se encontrará en la cara principal del brochure.

- **INFORMACIÓN DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.** En las otras caras del brochure se dará la información básica de los servicios prestados por cada una de las comisiones que componen el Centro Turístico. La información que se propone contenga el brochure se detalla a continuación:

Las tres caras internas del brochure contendrán la siguiente información de cada una de las comisiones que conforman el Centro Turístico:

-Comisión de lancheros:

- a) Visitas al lago de Suchitlán, el lago artificial más grande del país.
- b) Cantidad de lanchas que están a disposición de los clientes y la capacidad de cada una.
- b) Nombre de las diferentes islas que se pueden visitar y las cosas que el turista puede apreciar al llegar a éstas.
- c) Duración de los viajes y tarifas.
- d) Frase o slogan. *¿Qué esperas? Vive una nueva experiencia*
- e) Fondo: Fotografía del lugar

- Comisión de artesanías y cafetines:

- a) Tipo de artesanías fabricadas en el Centro Turístico.
- b) Cantidad de cafetines con que cuenta el Centro Turístico para que el turista se refresque en su visita.
- c) Tipo de comidas servida en los cafetines y rango de precios de éstas.
- d) Fondo: Fotografía del lugar

- Comisión de restaurantes:

- a) Cantidad de restaurantes dentro del Centro Turístico.
- b) Tipo de comidas que el turista puede encontrar.
- c) Es indispensable destacar la vista al lago que posee el área de restaurante.
- d) El precio del plato de menor valor vendido en los restaurantes.
- e) Fondo: fotografía del lugar.

En las caras restantes del brochures se deberán detallar los otros aspectos propios del Centro Turístico como lo son:

- a. Juegos infantiles.
- b. Amplias áreas verdes.
- b. Vista panorámica al lago.
- c. Observación de especies de aves exóticas como garzas y patos salvajes.
- d. Amplio parqueo.
- e. Seguridad
- f. Ambiente familiar

En la cara trasera del brochure se deberá colocar un collage de fotos del Centro Turístico sus diferentes áreas, así como del lago. En relieve, se colocará el slogan **VEN Y DISFRUTA DE LAS BELLEZAS DE TU TIERRA. TE ESPERAMOS!!!** La empresa encargada de la fabricación deberá entregar el número de brochures requeridos por la Oficina de Turismo una vez al mes.

4- PROCESO PUBLICITARIO.

A continuación se describen las formas de distribución de los medios publicitarios escritos y la colocación de los medios visuales concentrados (vallas y paletas).

a) Distribución de medios escritos

En el caso de los medios escritos de publicidad, estos serán entregados a los turistas que visitan Suchitoto de las siguientes formas:

- 1- *En la oficina de Turismo.* Dicha oficina se encargará de la distribución de brochures en sus instalaciones, dando información a los turistas de cómo llegar al Centro Turístico y aclarando las posibles dudas que éstos puedan tener. Además se encargará de realizar los contactos con otros posibles puntos de distribución los medios escritos de publicidad.
- 2- *Lugares culturales y ventas de productos varios.* La oficina de Turismo deberá realizar pláticas con los representantes y/o dueños de los diferentes lugares culturales en Suchitoto (como la casa del escultor, galerías de arte y ventas de productos varios) para que la fotellería y brochures sean distribuidos en sus negocios. Para esto, dicha oficina deberá colocar pequeñas **“mesas informativas”** con la información del Centro Turístico y de otros lugares turísticos de la zona. Se propone que las mesas sean de las siguientes medidas: 75 cms. de alto, 65 cms. de ancho y 50 cms. de largo, preferiblemente de madera, con un rótulo con la siguiente leyenda **“Conoce los atractivos que Suchitoto te ofrece”**.
- 3- *Hoteles.* La oficina de turismo se deberá de encargar además de distribuir los brochures en los principales hoteles del casco urbano. La forma de distribución será la misma que en los demás lugares.

b) Colocación de publicidad.

El proceso de colocación de las vallas publicitarias deberá ser llevado a cabo por la empresa contratada por la Alcaldía para dicho fin y además se encargará de la colocación de las señales de tránsito, independientemente si éstas hayan sido fabricadas por los artesanos del Centro Turístico o por dicha empresa.

CAPITULO IV. EVALUACIONES

1. INTRODUCCIÓN A LAS EVALUACIONES

Las evaluaciones de un proyecto son la base para la toma de decisión sobre el mismo, su puesta en marcha y desarrollo, y representa el final de la investigación de un proyecto y el inicio a su desarrollo o el aborto del mismo. En general entre las principales evaluaciones que se realizan a un proyecto se encuentra la evaluación económica, la cual se hace mediante un análisis de los flujos de fondos, los cuales representan transacciones monetarias entre el proyecto y la empresa a lo largo del tiempo.

En el caso del Centro Turístico, la inversión para la mejora del Centro Turístico se encuentra desarrollada a través de planes y éstos a su vez en programas. Todos los cuales requieren de la asignación de determinado capital para su desarrollo y con lo cual se espera se produzca un servicio de utilidad y esperado por los clientes del Centro Turístico.

A continuación se presenta las evaluaciones necesarias para identificar y valorar cualitativa y cuantitativamente los elementos que son de especial interés para la Gestión Integral para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan:

TIPO DE EVALUACIÓN	FINALIDAD
ECONÓMICA	La finalidad de la evaluación económica es informar las decisiones acerca del mejor uso de los recursos limitados. La mayoría de los tipos de evaluación se centran principalmente en los beneficios. La evaluación económica tiene en cuenta tanto los costos como los beneficios de las políticas, con miras a identificar la manera más eficaz en función de los costos, de lograr objetivos de política ³⁸
FINANCIERA	Determinar la rentabilidad del proyecto para los inversionistas.
SOCIAL	Determinar si un país o región le conviene ejecutar un proyecto o no, y cual es el impacto de éste en la sociedad.
DE GÉNERO	Es comparar y apreciar en función de criterios con respecto al género, la situación y la tendencia actual con la evolución que habría de esperar como resultado de la introducción o desarrollo de un proyecto propuesto.
IMPACTO AMBIENTAL	Es predecir las posibles alteraciones. El objetivo básico es prevenir y evitar posibles deterioros ambientales, costosos de corregir con posterioridad a la puesta en marcha del proyecto analizado. Es útil conocer el entorno que se verá afectado por el proyecto de todas las acciones que implican su ejecución y funcionamiento.

Cuadro No.50. Finalidad de las evaluaciones

³⁸ T. Sefton. Centro de Análisis de la Exclusión Social. Escuela Economía, Londres. 2000

Debido a la extensión y complejidad de los planes que compone la Gestión Integral para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan, se prevé un desarrollo de las evaluaciones que le atañen igualmente extensas y complejas, saliéndose de los alcances establecidos inicialmente dentro del presente trabajo. Es por esto que se decide limitar la cantidad de planes, programas y subprogramas a desarrollar dentro de esta última etapa, considerando que aunque se desarrollará parcialmente las evaluaciones con respecto a la propuesta de diseño, pueda la contraparte tomar lo que a continuación se desarrolla como modelo o guía para la aplicación de alguna o todas las evaluaciones al resto de planes, programas y subprogramas si así lo requiriesen.

2. SELECCIÓN DE PROGRAMAS A EVALUAR

Considerando que la Gestión Integral consta de 5 planes, 13 programas y 20 subprogramas, como se dijo anteriormente, resulta difícil su total evaluación tomando en cuenta que incluso dentro de cada subprograma se encuentran en algunos casos alternativas de realización para el mismo programa. Es por ello que se seleccionará algunos de los programas más significativos que forman parte del diseño como modelo o guía para la elaboración de las evaluaciones según algunos criterios que se desarrollan más adelante. Opciones de alternativas a evaluar:

1. Objetivos corporativos
2. Reestructuración de la organización
3. Logística
4. Mantenimiento de infraestructura
5. Mantenimiento de equipo
6. Obtención de recursos financieros
7. Elaboración de presupuesto
8. Capacitaciones
9. Mejora de instalaciones y servicios
10. Construcción de nuevos atractivos
11. Fomento de nuevos servicios
12. Señalización Turística
13. Programa de promoción a los turistas

A continuación se desarrolla a través de la metodología de evaluación por puntos, los programas y subprogramas seleccionados para el desarrollo de los diferentes tipos de evaluaciones que éstos requieren.

CRITERIOS DE SELECCIÓN

Cada criterio de selección tiene asignado un peso en porcentaje adicional a la calificación, el cual está asignado según la relevancia del mismo.

∞ **Aumento en los ingresos** (C1) Peso: 40.00%

Se evaluará el hecho de cuánto influirá la implantación de los diferentes programas en el aumento de la influencia al centro turístico, y por consiguiente, de los ingresos generados. Se evaluará en qué medida cada uno de los planes y programas ayudan a atraer a aquellos clientes que según las encuestas utilizadas en el análisis del mercado consumidor no visitan el Centro Turístico porque no encuentran los atractivos buscados por ellos.

∞ **Tiempo de implementación o inversión de tiempo** (C2) Peso: 10.00%

Se pretende es implantar primero aquellos planes y/o programas que no interfieran en gran medida en el desarrollo de las actividades diarias del Centro Turístico.

∞ **Influencia del plan en la diversificación y mejora de los servios** (C3) Peso: 35.00%

Con este criterio se pretende evaluar cuáles de los planes y programas anteriormente presentados que logren traer la diversificación y mejora de los servicios del centro turístico que los visitantes buscan (de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio del mercado consumidor).

∞ **Importancia** (C4) Peso: 15.00%

La relación con la solución del problema planteado y entre los distintos subprogramas y programas resulta de interés ya que hay programas que pueden ser desarrollados a mediano plazo y que en un periodo corto obtendrán resultados favorables para la solución de la problemática del Centro Turístico o permitirá el adecuado desarrollo de los demás programas. Esta importancia es dada por la contraparte, en base a las expectativas de los clientes y sus intereses.

CALIFICACIONES

<i>Calificación</i>	<i>Ponderación</i>
ALTA	3
MEDIA	2
BAJA	1

Estas calificaciones aplican a todos los criterios, excepto al de “**Tiempo de implementación o inversión de tiempo**”, en la cual se invierte la ponderación, implicando una inversión alta de tiempo una nota de 1 y por el contrario para una inversión baja una ponderación de 3.

ALTERNATIVAS A EVALUAR

Se tratará de desarrollar los programas que cumplan con el 20 % de calificación más alta, según las valoraciones de los analistas.

RESULTADO DE CALIFICACIONES

PROG	ANALISTA 1					ANALISTA 2					ANALISTA 3					TOT AL
	C1	C2	C3	C4	total	C1	C2	C3	C4	total	C1	C2	C3	C4	total	
1	0.4	0.3	0.35	0.45	1.5	0.4	0.2	0.35	0.45	1.4	0.4	0.3	0.35	0.45	1.5	4.4
2	0.8	0.3	0.35	0.45	1.9	0.4	0.3	0.35	0.45	1.5	0.8	0.3	0.35	0.45	1.9	5.3
3	0.4	0.1	0.7	0.15	1.35	0.8	0.2	0.7	0.15	1.85	0.4	0.1	0.35	0.3	1.15	4.35
4	0.8	0.1	0.7	0.15	1.75	0.4	0.1	0.7	0.15	1.35	0.8	0.1	0.7	0.15	1.75	4.85
5	0.4	0.1	0.7	0.15	1.35	0.8	0.2	0.7	0.15	1.85	0.4	0.1	0.7	0.15	1.35	4.55
6	1.2	0.2	0.35	0.3	2.05	0.8	0.1	0.35	0.3	1.55	0.4	0.1	0.35	0.3	1.15	4.75
7	0.4	0.2	0.35	0.15	1.1	0.4	0.2	0.35	0.15	1.1	0.4	0.1	0.35	0.15	1	3.2
8	0.8	0.1	0.35	0.3	1.55	0.8	0.2	0.35	0.15	1.5	0.4	0.1	0.35	0.3	1.15	4.2
9	0.8	0.2	1.05	0.45	2.5	1.2	0.2	0.7	0.15	2.25	1.2	0.2	1.05	0.3	2.75	7.5
10	1.2	0.1	1.05	0.45	2.8	0.8	0.1	1.05	0.3	2.25	1.2	0.1	1.05	0.3	2.65	7.7
11	0.8	0.1	0.7	0.45	2.05	0.8	0.2	0.7	0.45	2.15	0.4	0.2	0.7	0.45	1.75	5.95
12	0.8	0.2	1.05	0.45	2.5	0.8	0.2	1.05	0.3	2.35	0.8	0.2	1.05	0.3	2.35	7.2
13	0.8	0.2	1.05	0.45	2.5	0.4	0.1	0.7	0.3	1.5	0.8	0.1	0.7	0.15	1.75	5.75

Tabla No.112 Calificaciones de criterios

RESULTADO DE CALIFICACIONES

Se presenta a continuación la tabla de totales de las calificaciones, en orden descendente de los porcentajes finales y ordenando los programas que obtuvieron los porcentajes más altos.

PROGRAMA	ANALISTA 1	ANALISTA 2	ANALISTA 3	TOTAL	%	% acum
10	2.8	2.25	2.65	7.7	11.0	11.0
9	2.5	2.25	2.75	7.5	10.8	21.8
12	2.5	2.35	2.35	7.2	10.3	32.1
11	2.05	2.15	1.75	5.95	8.5	40.7
13	2.5	1.5	1.75	5.75	8.2	48.9
2	1.9	1.5	1.9	5.3	7.6	56.5
4	1.75	1.35	1.75	4.85	7.0	63.5
6	2.05	1.55	1.15	4.75	6.8	70.3
5	1.35	1.85	1.35	4.55	6.5	76.8
1	1.5	1.4	1.5	4.4	6.3	83.1
3	1.35	1.85	1.15	4.35	6.2	89.4
8	1.55	1.5	1.15	4.2	6.0	95.4
7	1.1	1.1	1	3.2	4.6	100.0

Tabla. No. 113. Resultados finales de calificaciones

A partir de los criterios establecidos y la calificación de los analistas, se concluye que los programas en los cuales se centrará el desarrollo de las evaluaciones pertinentes serán los que a continuación se especifican:

	PLAN	PROGRAMA	SUBPROGRAMA
D	PLAN DE DIVERSIFICACIÓN Y MEJORA DE LOS ATRATIVOS DEL TPSJ	1. Mejora de instalaciones y servicios	1. Ampliación de parqueo
			2. Mejora de Acceso
			3. Muelle
			4. Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente
		2. Construcción de nuevos atractivos	1. Piscinas
			2. Ferry para pasajeros
3. Mural informativo y fotográfico-cultural			

Cuadro No. 50 Programas Seleccionados

Aclaraciones sobre el subprograma D.2.2. Ferry:

A pesar que este subprograma se encuentra dentro de los programas que han sido seleccionados para la elaboración de las presentes evaluaciones, hay factores externos al estudio que dificultan la obtención de un costo final del mismo en el periodo estimado para su finalización. Entre las dificultades encontradas están que la fabricación de vehículos como éste no se efectúa en el país, comúnmente se construyen lanchas artesanales y los fabricantes de éste último no poseen la capacidad necesaria para la construcción de un ferry o vehículos acuáticos de tamaños y especificaciones similares. Entre los países consultados los cuales construyen ferrys se encuentran Chile, México, Estados Unidos y otros países de Europa. Debido al largo proceso de la obtención de una cotización de este medio de transporte, se ha determinado un costo aproximado en base a los costos de diversos tipos de lanchas y medios de esta clase, siendo este un valor poco específico y que volvería inexacto el valor de la inversión inicial de la propuesta, además que se debe considerar los impuestos y fletes asociados. Por todo lo anterior se recomienda seguir en el proceso de cotización ya iniciado y evaluarlo en una segunda fase de implantación.

Algunas especificaciones requeridas por la empresa contactada para la finalización de la cotización y la solicitud de embarcaciones con “otros fines” como los servicios turísticos, se requiere de la especificación de aspectos técnicos mínimos tales como:

- ⇒ Capacidad de pasajeros
- ⇒ Régimen de operación
 - Velocidad
 - Duración de los viajes
 - Capacidad de aprovisionamiento de combustible y otros como agua de bebida
 - Servicios adicionales a bordo
 - Reglamentación vigente en la zona de operación
- ⇒ Estilo de acomodaciones y equipamiento a instalar.

La decisión de los requerimientos requiere la consulta general de los miembros del GREPUSAN o/y posibles administradores del recurso, para la posterior generación de una propuesta de necesidades de equipamiento y determinación de especificaciones técnicas finales o aspectos de diseño esperados. Todo esto basado en los futuros proyectos a implementar relacionados. Dicha propuesta se debe presentar al Concejo Municipal para que una vez aprobada se contacte el administrador o encargado con el encargado de comunicaciones y cotizaciones de la empresa y se comuniquen las especificaciones técnicas finales.

Con el fin de facilitar la comunicación con la empresa contactada, se presenta a continuación detalles de la misma:

Empresa contactada:	ALWOPLAST SA
País de origen:	Chile
Contacto:	Mauricio Vidal Gaona (Ingeniero Naval)
Forma de contacto:	Correo electrónico: mvidal@alwoplast.cl
Página web:	www.alwoplast.cl
Estado:	En espera de especificaciones técnicas finales
Periodo de entrega de medio:	10 a 12 meses
Solicitud referente al producto:	barco para transporte de pasajeros CROWTHER 40 - 12.2 m / 40.1ft

Debido a limitaciones especialmente relacionadas al tiempo, solamente se realizarán las evaluaciones para los programas ya mencionadas y se presentará una guía teórica y práctica para la realización de las evaluaciones económica-financiera del resto de programas. Como guía práctica se presentan las evaluaciones mismas aplicadas a los programas seleccionados.

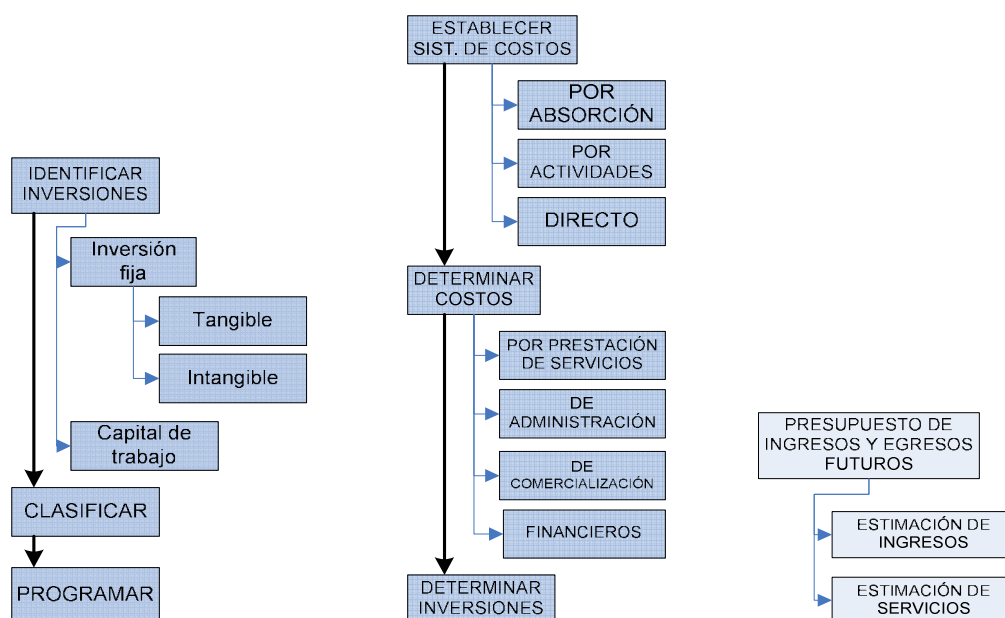
A pesar de desarrollar las respectivas evaluaciones únicamente para los programas seleccionados y presentados en el cuadro anterior, es importante tener una base que permita el desarrollo de las evaluaciones para el resto de programas y subprogramas según necesidades que se presenten.

A continuación se presenta la guía teórica para el desarrollo de las evaluaciones económica-financiera en general y la cual es base de la guía práctica que se presenta posteriormente.

3. GUÍA EVALUACIÓN ECONÓMICA

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es cuantificar y analizar una inversión para demostrar si llevar a cabo un proyecto resultará rentable para una empresa a lo largo del tiempo. Para realizarlo es necesario tomar en cuenta los valores monetarios en los que se incurrirá y una proyección de los ingresos que generará el desarrollo de las inversiones, ordenando y sistematizando la información para su posterior análisis.

Se presenta a continuación una guía teórica para llevar a cabo la evaluación económica financiera de los diferentes planes y programas que componen la presente Propuesta de Gestión Integral para el Centro Turístico Puerto San Juan. Para llevar a cabo las diferentes evaluaciones es necesario seguir una serie de pasos, los cuales se presentan a continuación:



Esquemas de pasos a seguir en evaluación

3.1 IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LAS INVERSIONES

Para llevar a cabo un proyecto es necesario asignar una cantidad de variados recursos, los cuales se pueden agrupar en 2 tipos: los que requiere la instalación del proyecto (capital o inversión fija) y los requeridos para la etapa de funcionamiento (capital de trabajo).

La inversión fija estará constituida por los recursos requeridos para construir y equipar a una inversión. Esta se divide en inversión fija tangible e intangible y se incluyen dentro de cada uno de estos los rubros presentados en el cuadro siguiente.

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE
<ul style="list-style-type: none"> - Terrenos - Construcción y montaje (obra civil) - Equipos y maquinarias - Mobiliario y decoración 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios e investigaciones previas - Gastos de organización legal - Administración del proyecto - Puesta en marcha - Imprevistos

El capital de trabajo está constituido por todos los recursos económicos que se deben tener para garantizar el buen funcionamiento de las propuestas implantadas en el inicio de sus operaciones hasta que se puedan solventar los gastos con los ingresos percibidos. Se incluyen dentro de este rubro: Caja (o efectivo), cuentas por cobrar, cuentas por pagar.

Una vez definidas todas las inversiones requeridas, es necesario conocer cuál es el total en el que se incurrirá, para lo cual se pueden utilizar los siguientes cuadros resúmenes:

INVERSION FIJA	
RUBRO	MONTO (\$)
Obra civil	
Maquinaria y equipo	
Mobiliario y equipo de oficina	
Subtotal	
INVERSIÓN DIFERIDA	
RUBRO	MONTO (\$)
Investigaciones y estudios previos	
Gastos de organización legal	
Puesta en marcha	
SUBTOTAL	
TOTAL DE INVERSION FIJA Y DIFERIDA	
Imprevistos (5%)	
TOTAL	
CAPITAL DE TRABAJO	
RUBRO	TOTAL
Efectivo	
Cuentas por pagar	
Cuentas por cobrar	
TOTAL	

3.2 ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS

El siguiente paso consiste en establecer el sistema de costos a utilizar para poder llevar un control de los costos incluidos y que además permita visualizar todos los componentes y los montos totales de estos. De acuerdo a los elementos o rubros que se incluyen en la estructuras de costos, se tiene que los costos pueden ser DIRECTOS (incluye el costo de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos

de fabricación variables) o ABSORBENTES (en los cuales se incluyen todos los elementos anteriores más los costos indirectos de fabricación fijos). El más utilizado es el costeo por absorción.

Los costos a incluir en el costeo por absorción son los siguientes:

≈ **COSTOS DE PRODUCCIÓN O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS:** Son aquellos desembolsos de dinero en que se incurre para la prestación de servicios o en la elaboración de un producto. Dentro de estos se incluyen:

- **Mano de Obra Directa:** como sueldos del personal que trabaja directamente en el proceso de fabricación de un producto o prestación de un servicio, considerando aguinaldos, prestaciones legales, seguro social, entre otros.
- **Mano de obra indirecta:** Como Supervisores, encargados de control de calidad, encargados de bodegas, entre otros.
- **Materiales indirectos** (materiales que influyen de forma indirecta en la prestación de servicios o elaboración de un producto).
- **Servicios:** Consumo de agua y energía eléctrica.
- **Mantenimiento:** accesorio de aseo y limpieza y de mantenimiento en general.
- **Depreciación de maquinaria y equipo** (pérdida de valor que tienen los bienes e instalaciones a través del tiempo que se calcula dividiendo la inversión inicial entre el número de años de vida útil estimada del activo).

≈ **COSTOS DE ADMINISTRACIÓN:** Son los costos incurridos al realizar la función de administración de la empresa. Se incluyen: Personal de áreas administrativas, Consumo de agua y energía eléctrica (sin incluir el área de producción o de prestación de servicio), Depreciación de obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

≈ **COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN:** Se consideran los costos relacionados con las actividades de marketing. Estos incluyen: Salarios del personal de comercialización, estudios de marketing, pagos de publicidad, etc.

≈ **COSTOS FINANCIEROS:** Se refiere a los costos que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos (intereses y no la parte de abono a capital).

Habiendo agrupado todos los costos en los anteriores rubros es necesario totalizar cada uno de estos y presentar un resumen de costos, para lo cual se puede utilizar la siguiente tabla:

RESUMEN DE COSTOS	
RUBRO	TOTAL (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	
COSTOS FINANCIEROS	
TOTAL (\$)	

3.3 PRESUPUESTACIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS FUTUROS

Una vez que han sido totalizadas todas las inversiones es necesario realizar proyecciones de ingresos y egresos para la cantidad de años que se requiere evaluar. Se sugiere no proyectar más de 3 a 5 años ya que mientras más años se proyecten, menor es la certeza de los datos.

- **Estimación de ingresos por ventas futuras:** Para estos se pretende la proyección del pronóstico de ventas del servicio. Para realizar dichas proyecciones se pueden utilizar datos de los años anteriores de ingresos de la empresa y trazar una tendencia del comportamiento de éstos a través de los siguientes años, o bien, si las personas encargadas poseen una gran experiencia y conocen el comportamiento de las actividades de la empresa a tal grado de poder predecirlas, se pueden plantear escenarios de lo que se espera sean los ingresos tratando en la medida de lo posible de evitar el planteamiento de escenarios demasiado optimistas ya que los datos podrían reflejar resultados demasiado favorables en el papel que muy difícilmente se cumplirán fuera de éste. Los ingresos por ventas se determinarán multiplicando el precio de venta del servicio por el número de unidades que serán vendidas en cada uno de los años de proyección.
- **Estimación de los egresos:** Para la estimación de los costos futuros se proyectan cada uno de los costos, cambiando únicamente las variables de acuerdo a los niveles de prestación de servicios en cada uno de los años.

Una vez habiendo proyectado los ingresos y egresos para cada uno de los años se proyectan los beneficios o utilidades netos por cada uno de los años proyectados, los cuales serán de utilidad para propósitos de evaluación.

3.4 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA (FUTUROS)

Estos son los estados que presentan las utilidades de la operación y los cambios financieros ocurridos en un período de tiempo determinado. Los informes que integran los estados financieros proforma son:

1. Estado de Resultados Proforma.
2. Balances proforma.

1. Estado de resultados proforma. También llamado de Pérdidas y Ganancias, tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, lo cuales se calculan restando de los ingresos los costos en que se incurren y los impuestos que sobre éste deben pagarse. El ingreso por ventas se obtiene de multiplicar el precio de venta del servicio por el número de unidades vendidas en los períodos.

El ESTADO DE RESULTADOS CON FLUJO NETO DE EFECTIVO se presenta de la siguiente manera:

RUBRO	MONTO
Ventas	
MENOS	
Costos de producción	
= UTILIDAD BRUTA	
MENOS	
Costos de Administración	
Costos de Comercialización	
= UTILIDAD DE OPERACIONES	
MENOS	
Costos Financieros	
IGUAL A:	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	
MENOS	
Impuestos	
= UTILIDAD NETA DEL PERÍODO (UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS)	
MAS	
Depreciaciones y amortizaciones	
IGUAL A:	
FLUJO NETO DE EFECTIVO (UTILIZADO EN VAN ECONÓMICO)	

3. **Balance general proforma para el primer año de operaciones.** Es el documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento específico del tiempo. Su estructura la presentada en el cuadro de la siguiente página

BALANCE GENERAL INICIAL	
al 31 de diciembre de 2008	
(DOLARES)	
ACTIVOS	
CAJA	
OBRA CIVIL	
MAQUINARIA Y EQUIPO	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	
ACTIVOS INTANGIBLES	
DEPRECIACION	
IMPREVISTOS (10%)	
	<i>TOTAL</i>
PASIVOS	
CUENTAS POR PAGAR	
CAPITAL	
CAPITAL SOCIAL	
	<i>TOTAL</i>

Es a partir de estos estados financieros que se extraerá la información que será utilizada como insumo para elaborar las evaluaciones económicas y financieras.

3.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Con los flujos o estados financieros anteriores se tiene que calcular la VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno), tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista, tal caso la alcaldía municipal y los miembros del Centro Turístico Puerto San Juan.

3.5.1 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL (TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO, TMAR):

Para poder invertir en un proyecto es necesario dar a conocer las posibilidades de éxito o fracaso de éste, lo cuál se verifica mediante la Tasa Mínima Atractiva del proyecto, la cuál está dada por la suma de un porcentaje de inflación actual, así como a su posible comportamiento futuro más otro porcentaje como premio al riesgo. La TMAR se calcula mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = \text{TASA DE INFLACIÓN} + \text{PREMIO AL RIESGO}$$

$$\text{TMAR} = I + R + (I \times R)$$

La tasa de inflación y el premio al riesgo pueden ser obtenidos en la bolsa de valores y en el Banco Central de Reserva. Esta tasa se tomará en cuenta para las evaluaciones siguientes y representa lo mínimo que se puede ganar para cubrir las expectativas de los inversionistas y demás fuentes de financiamiento.

3.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Éste se define como el valor obtenido en el presente del proyecto y no es más que la comparación de la inversión inicial contra las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del proyecto. Para determinar el VAN se utiliza el ESTADO FINANCIERO PROFORMA de flujo de efectivo, el cuál se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE}_1}{(I+1)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(I+1)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(I+1)^3} + \dots + \frac{\text{FNE}_n}{(I+1)^n}$$

Donde:

- P = Inversión total inicial en el año 0.
- FNE = Flujo neto de efectivo para el año correspondiente, sacado de los estados de resultados.
- I = Tasa de interés igual a la TMAR previamente calculada

Si el VAN es positivo, la utilidad de la inversión está sobre la tasa de rechazo y el proyecto se acepta. Si el VAN es negativo, el proyecto se rechaza.

- **VAN > 0** => Aumentará el capital del centro turístico por lo tanto el plan de negocios es aceptable.

- **VAN < 0** => Disminuirá el capital del centro turístico, por lo tanto es inaceptable.
- **VAN = 0** => No aumentará ni disminuirá el capital del centro turístico, por lo tanto el plan de negocios es indiferente. Si el plan de negocios se lleva a cabo, es por que se ha priorizado otros aspectos.

<i>La ventaja</i>	<i>La desventaja</i>
Considera todos los flujos netos de caja, así como sus vencimientos, al corresponder a distintas épocas se los debe homogeneizar, trayéndolos a un mismo momento de tiempo (el presente).	Es la dificultad para determinar la tasa del costo de capital. El VAN depende del horizonte económico de la inversión; por lo tanto si se deben comparar proyectos de distinta duración se debe relativizar el VAN a fin de obtenerlo para cada año.

3.5.3 TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)

La tasa mínima de retorno es aquella que iguala el VAN a cero, es decir, es la tasa de interés a la cual quedan reinvertidos los fondos generados en el proyecto o el rendimiento de una unidad de capital invertido en una unidad de tiempo. Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$0 = -P + \frac{FNE1}{(I+1)^1} + \frac{FNE2}{(I+1)^2} + \frac{FNE3}{(I+1)^3} + \dots + \frac{FNE_n}{(I+1)^n}$$

En este caso, si el **TIR** es mayor o igual a la **TMAR** ($TIR > TMAR$), el proyecto se acepta, caso contrario, se rechaza.

3.5.4 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (TRI)

Mediante este método de evaluación se determina el plazo necesario (tiempo) para recuperar la inversión que se realizó con una tasa de interés de cero. Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$TRI = \text{Inversión inicial} / \text{Utilidad promedio}$$

3.5.5 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Teniendo en cuenta los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial, el cálculo de la Relación Beneficio-Costo se hace de la siguiente manera:

$$B/C = VAN / INVERSIÓN INICIAL$$

La interpretación es que por cada unidad monetaria invertida (dólar), se recibe el exceso de \$1 (si el resultado es mayor que la unidad) o si se percibe la fracción del dólar si el resultado es menor que uno. $B/C > 1$ ($B/C > 1$), se acepta, caso contrario, se rechaza.

3.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

3.6.1 RAZONES FINANCIERAS

El pilar fundamental del análisis financiero esta contemplado en la información que proporcionan los estados financieros (balance general y Estado de Resultados). Uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades es el uso de las Razones Financieras ya que presentan una perspectiva amplia de la situación financiera de la empresa y a través de éstas se puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

Antes de comenzar el cálculo de las razones financieras es necesario conocer la clasificación de las cuentas de Activo y Pasivo:

ACTIVO:

- ACTIVO CIRCULANTE: Caja, Banco, Clientes, Cuentas por cobrar.
- ACTIVO FIJO: Terrenos, Maquinaria, Vehículos, Equipos y Herramientas.
- OTROS ACTIVOS: Gastos de Organización.

$$ACTIVO\ TOTAL = ACTIVO\ CIRCULANTE + ACTIVO\ FIJO + OTROS\ ACTIVOS.$$

PASIVO:

- PASIVO CIRCULANTE: Cuentas por pagar, Impuestos por pagar, Préstamos Bancarios (1 año máx.), Débito Fiscal (IVA).
- PASIVO A LARGO PLAZO: Préstamos Bancarios, Documentos por Pagar, Hipotecas por Pagar.

$$PASIVO\ TOTAL = PASIVO\ CIRCULANTE + PASIVO\ FIJO$$

CAPITAL Y RESERVAS:

- Capital, Utilidades acumuladas.

Las principales razones financieras aplicadas a los proyectos a desarrollarse en el Centro Turístico Puerto San Juan se presentan a continuación:

	NOMBRE	RAZÓN	DESCRIPCIÓN
i.	RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	Utilidades netas / Ventas Netas	Indica la contribución en que el porcentaje de ventas hace a las utilidades de la empresa. Ambos son flujos de efectivo de un año, suponiendo que se realizan al mismo tiempo. Mide la proporción de las ventas que se convierten en utilidades o pérdidas.
ii.	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	ROI = Utilidad neta / Inversión	Es la eficacia de la empresa para generar utilidades con las inversiones que posee y mide la proporción de la inversión que se convierte en utilidades o pérdidas.
iii.	RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	RE = Pasivo Total / Activo Total	Proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa
iv.	COBERTURA DE INTERÉS	Utilidad de Operación / Gastos por interés	Mide la capacidad de la empresa para cubrir los pagos de intereses por deudas contraídas y cuya aplicación

			es para evaluar la capacidad de cumplir con los compromisos financieros adquiridos.
v.	ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	Ventas anuales / activos totales	Indica las veces que se han obtenido ingresos equivalentes a la inversión en activos, o el número de veces en que la inversión en activos totales a generado ventas. Es una medida de productividad q mide la eficiencia en la administración de los activos de la empresa.
vi.	RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	REI = Utilidades netas después de impuestos / Activos Totales	Razón de Rentabilidad, que indica la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

Tabla No. 114 Razones financieras a utilizar

Los datos utilizados en las fórmulas anteriores deberán de ser tomados del Balance General y del Estado de resultados.

3.6.2 ANÁLISIS VERTICAL

Debido a limitaciones especialmente relacionadas al tiempo, solamente se realizarán las evaluaciones para los programas ya mencionadas y se presentará una guía teórica y práctica para la realización de las evaluaciones económica-financiera del resto de programas. Como guía práctica se presentan las evaluaciones mismas aplicadas a los programas seleccionados.

El Análisis Vertical de los estados financieros permite analizar la participación o peso que cada cuenta de los estados financieros dentro del total (e.g.: cuanto del Activo representa el Efectivo o cuanto representan los Gastos Financieros con respecto a las Ventas). Este análisis se realiza utilizando dato de un mismo año y determina la composición de las cuentas de los estados financieros. Para su implementación se necesita tan sólo de un estado financiero a una fecha de corte dada.

En el caso del **Estado de Resultados** se deberá construir un cuadro. En la primera columna aparecerán los rubros o nombres de las cuentas, en la segunda columna se relacionan los saldos de las cuentas a la fecha de corte y en la tercera columna se toma como base las ventas brutas y cada cuenta se divide entre el total de las ventas brutas para así determinar la participación porcentual de la cuenta en referencia respecto de las ventas brutas.

Su resultado le permite a la administración tener información respecto V.G. cuanto representa los costos de ventas, los gastos administrativos, los gastos de venta, los intereses, los impuestos y la misma utilidad neta respecto de las ventas brutas para así comparar su resultado con las perspectivas trazadas.

En relación con **el Balance General**, en la primera columna se relacionan los nombres de las cuentas, en la segunda columna los saldos de las cuentas garantizando que la ecuación patrimonial esté en equilibrio.- En la tercera columna de compara presupuestalmente cada cuenta respecto al total del grupo al que pertenece (V.G: la caja respecto al total del activo corriente) y en la cuarta columna se relacionan, para el

caso de los activos, cada cuenta respecto el total de los activos y, para el caso de los pasivos y patrimonio, cada cuenta respecto al total del pasivo más el patrimonio.

Con base en lo anterior la administración podrá saber V.G. cuanto representan los activos corrientes, fijo y otros activos respecto el total de los activos; cuanto representa el pasivo corriente, pasivo no corrientes, total pasivo y patrimonio respecto el total de la estructura financiera de la empresa.

Para el análisis vertical de los resultados presentados en los flujos de efectivo se hace uso de los siguiente márgenes:

$$\text{Margen de Utilidad Antes de Impuestos} = \frac{\text{Utilidad Antes de Impuestos}}{\text{Flujo neto de efectivo}} \%$$

Este margen representa los dólares de utilidad antes de impuestos ganados por cada 100 dólares de ingresos obtenidos durante el ejercicio económico.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Flujo neto de efectivo}} \%$$

Indica los dólares de utilidad neta ganados por cada 100 dólares de ingresos obtenidos durante el ejercicio económico.

3.6.3 ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

Conocido también como Flujo de Fondos, Estado de origen y aplicación de fondos, Estado de cambios en la aplicación financiera, Estado de origen y aplicación de recursos, Flujo de caja libre.

Este es un estado financiero auxiliar y dinámico que presenta los movimientos de recursos durante un período contable y que resulta de la comparación del balance general en dos fechas con base en el mismo se deduce de donde obtuvo una empresa recursos financieros y que destino le dio a dichos recursos.

Para la empresa en marcha las fuentes y usos de fondos son:

FUENTES	
RUBRO	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> La utilidad 	Antes o después de impuestos. El sistema más común es cuando se toma antes de impuesto, en el cual se hace necesario incluir dentro de los usos, los pagos de impuestos de renta, incluyendo la provisión cargada contra pérdidas y ganancias. Si se toma la utilidad neta después de impuesto, sólo se tendrá como uso por pago de impuesto de renta, la diferencia que este rubro presente en el pasivo de los dos balances examinados.
<ul style="list-style-type: none"> La depreciación y otros cargos hechos al estado de perdidas y ganancias que no implican salida de efectivo. 	En cualquier punto en que se tome la utilidad antes o después de impuestos, ya le han sido aplicado algunos que no implican salida de efectivo y por lo tanto dichas partidas permanecen dentro de la empresa y deben ser consideradas como fuentes. Tales cargos son,

	<p>entre otros los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Depreciación • La amortización de diferidos • Los cargos por provisiones <p>No es que los rubros anteriores sean en sí fuentes de fondos, sino más bien se trata de recursos "no utilizados", así el estado de pérdidas y ganancias lo presente como utilizaciones de fondos.</p>
• Aumento del capital (y prima en colocación de acciones)	Por naturaleza es una fuente de fondos, porque supone una aportación efectiva de los socios o accionistas.
• Aumento de los pasivos	Constituye por lo general la principal fuente de fondos de una empresa. Esto indica que se puede disponer de crédito adicional suministrado por los acreedores.
• Disminución en los activos	Toda disminución de activos constituye una fuente de fondos. Si se trata de un activo fijo, la disminución quiere decir que el activo se vendió.

USOS	
<i>RUBRO</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
• Aumento de activos	<p>Constituye una utilización de recursos por parte de una empresa, los cuales deben interpretarse de diferente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un aumento en el activo fijo significa que se utilizaron recursos en su adquisición. • Un incremento en las cuentas por cobrar, significa que se han entregado a los clientes recursos (productos) y que la contrapartida en efectivo no se ha recibido todavía. • El aumento en el rubro de efectivo significa que se están usando recursos para acumular en caja y bancos, lo cual generalmente constituye un uso transitorio de fondos.
• Disminución de pasivos	Implican que se están utilizando fondos para amortizar o cancelar cuentas de los acreedores.
• Pérdidas netas	Si una empresa sufre una pérdida, esto significa que los ingresos generados, en el estado de pérdidas y ganancias fueron menores que los egresos (costos y gastos) y que se tuvo que acudir a otra fuente de recursos para cubrir el faltante cuantificado en la pérdida.
• Pago de dividendos o reparto de utilidades	Las utilidades por distribuir, aunque aparecen en el patrimonio, en esencia constituyen una obligación con los socios o accionistas.
• Readquisición de acciones	Algunas empresas (sociedades anónimas) acostumbran readquirir ocasionalmente sus propias acciones, básicamente como estrategia de mercado para elevar artificialmente el precio, cuando este se encuentra deprimido.

Preparación del estado de fuentes y usos

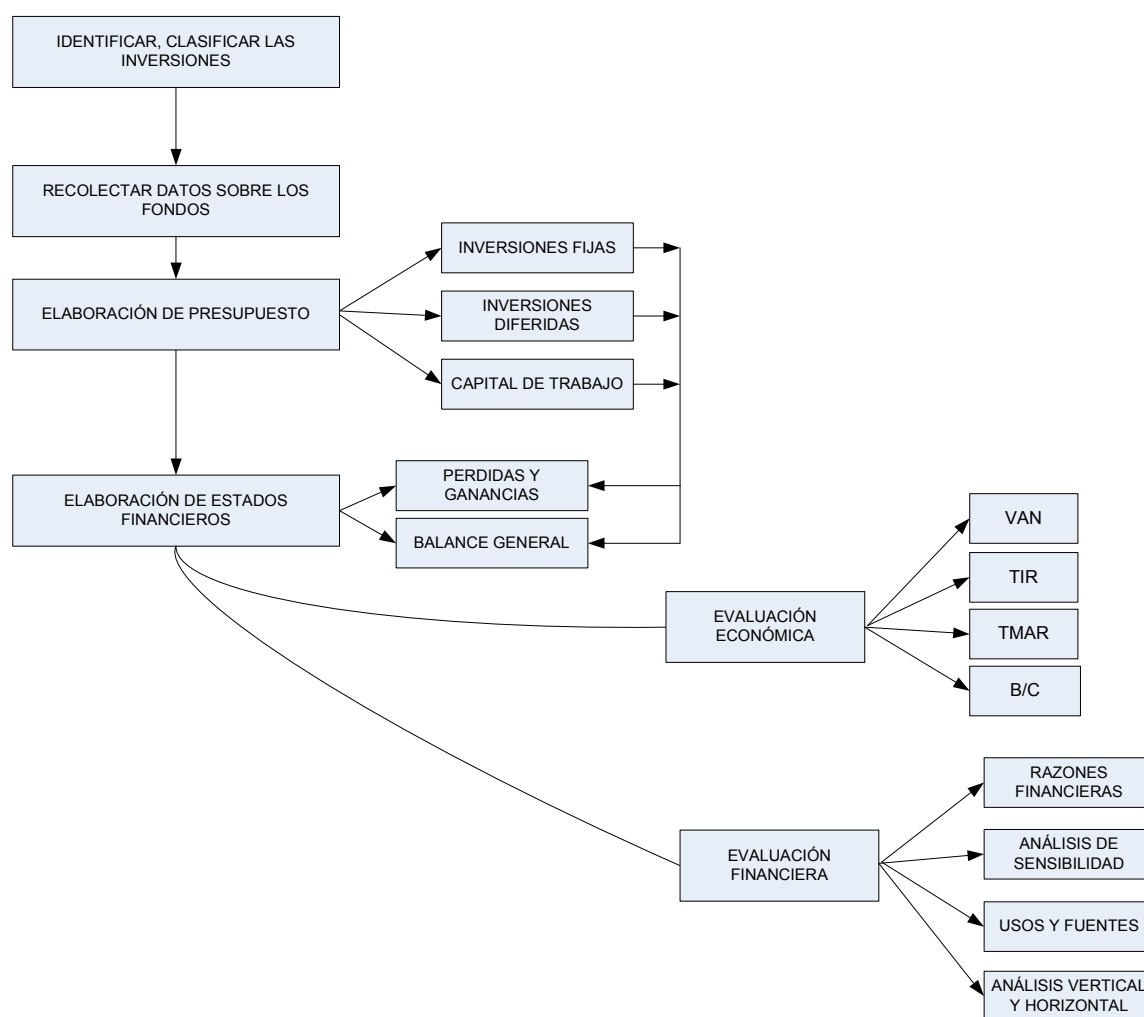
Para su preparación se requiere los siguientes elementos.

- El estado de pérdidas y ganancias correspondiente al período que se quiere analizar.
- El Balance General cortado el último día del mismo período.
- El Balance General cortado el último día del período inmediatamente anterior.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este es el procedimiento mediante el cual se puede determinar cuánto afecta a la utilidad o rentabilidad del proyecto el cambio en determinadas variables, como pueden ser una reducción de las ventas en cierto porcentaje, la reducción del precio de un producto o servicio, o bien cualquier otra posibilidad que efectivamente se pueda presentar en el futuro y afectar los resultados económicos financieros.

Para llevar éste análisis a cabo se realizarán las proyecciones de ingresos y egresos tomando en cuenta estos cambios en las variables y se realizarán las evaluaciones económica y financiera con los nuevos datos, analizando el impacto que se podría dar en caso que se presentaran los escenarios planteados.



Esquema No. 6 Desarrollo de evaluación Económica-Financiera

3.8 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para llevar a cabo la implantación del plan de negocios es necesario establecer los medios de financiamiento, es decir, la forma como se obtendrán los fondos para efectuar la inversión. Por lo que consideraremos tres tipos de inversiones las cuales se detallan a continuación:

- a) Inversión Propia.
- b) Inversión por medio de préstamos a instituciones financieras
- c) Inversión a través de socios.

3.8.1 Inversión Propia

Se considera como inversión propia los fondos que tienen disponible la alcaldía municipal de Suchitoto y los miembros del Grupo Empresarial Puerto San Juan (GREPUSANJ) para la realización de cada uno de los planes que se presentaron en la fase de diseño.

Por parte de la Alcaldía puede proporcionar fondos a través del FODES y del FISDL, los cuales son utilizados para la realización de proyectos de beneficio social, unido a esto consideraremos que los miembros del GREPUSANJ proporcionen un 25% de la inversión para la realización de este; por lo que la Alcaldía proporcionaría un 75% para implantar los diferentes planes que se proponen.

3.8.2 Inversión Préstamos

Otro medio para obtener los fondos se hará a través de créditos a instituciones financieras. Para el caso un Banco, el cual posee una tasa activa del orden de un 6 % anual sobre los saldos. Dicha institución financiera proporciona un préstamo equivalente al 70% de la inversión inicial, ya que un 30% ha de ser proporcionado por medio de inversión propia (Alcaldía Municipal); puesto que la institución financiera no proporciona créditos por debajo de 65 % y arriba del 80% de los requerimientos monetarios para la realización del proyecto.

Se considera un plazo de 5 años para realizar el financiamiento, poniendo como garantía el fondo FODES, lo cual es un requerimiento establecido por la institución financiera para efectuar préstamos a las municipalidades.

3.8.3 Inversión por medio de Socios

Inversión en la cual socios proporcionen recursos monetarios para llevar a cabo cada uno de los programas que se desarrollan dentro del estudio, ya que existen diferentes entidades que están invirtiendo para el desarrollo turístico de nuestro país, debido a que este sector cuenta con un auge actualmente y se ha presentado en general un incremento en inversión.

Los tipos de inversionistas antes mencionados constituyen diversos escenarios a partir de los cuales se pueden desarrollar las evaluaciones económica y financiera.

Las evaluaciones se realizan a partir de una fuente de financiamiento mixta entre contraparte (alcaldía Municipal de Suchitoto) y préstamo bancario (con tasas tomadas del BMI). Esto debido a la naturaleza de la empresa, en la cual para inversiones requiere de la participación de la Alcaldía como parte de su administración y debido a su actual situación en la cual es ésta la que posee carácter legal o de la cual depende actualmente su representación. Siendo dependencia de la Alcaldía, se requiere de su control y administración en general. Parte de los fondos provendrían del fondo FODES destinado a proyectos de mejora, recordando que el desarrollo del Cantón San Juan y del Puerto en particular forma parte del Plan Maestro de Desarrollo para el Municipio de Suchitoto. Éstos cubrirían un 30% de la inversión total para la implantación de la parte de la propuesta a Evaluar, en cuyo caso el monto asciende a un total de: \$19,265.41.

El resto de la inversión la cubriría un préstamo bancario con garantía proveniente del mismo fondo FODES y los ingresos anuales del Puerto. El préstamo estaría dirigido a cubrir el 70% de la inversión para los programas evaluados, ascendiendo a \$64,218.03.

Con el préstamo bancario resulta la evaluación de un escenario pesimista ya que existen otros escenarios en los cuales de eximiría al Puerto el pago de costos financieros como el apoyo de una ONG, sin embargo se parte del escenario planteado para tener una aproximación real que y prepare al Centro turístico a asumir dichos costos de no ser factible el apoyo de otras fuentes diferentes a las bancarias, proyectar el desarrollo del mismo y su capacidad de asumirlos de no obtener respuestas favorables a partir de la futura presentación de su plan de negocios cuya base es lo que en la presente propuesta se establece.

A continuación se presentan las diferentes evaluaciones para los subprogramas propuestos a desarrollar como guía práctica de la Propuesta Integral para la Mejora del Centro Turístico Puerto San Juan.

3.9 ESTABLECIMIENTO DE SISTEMA DE COSTOS

Dado que el método de costeo es el que permite asignar y clasificar los costos totales en que incurre una empresa en el desarrollo de sus funciones, es necesario identificar los métodos existentes, para la posterior evaluación. Entre algunos de los principales sistemas de costos se encuentran el sistema de costeo directo, de absorción y de actividades.

Para la identificación y selección del sistema más adecuado para el desarrollo de las evaluaciones para los programas propuestos y descritos anteriormente, se presenta un cuadro resumen con las características más importantes de los sistemas más conocidos (ver cuadro No.53).

Según los elementos que se incluyen en la estructura de costos y las características de los servicios de los programas a desarrollar se establece el sistema a utilizar, el cuál según las necesidades del presente proyecto y la identificación de los sistemas de costos que más se adecuan (ver cuadro No. 53) se establece el siguiente método de costeo: **por Absorción o tradicional.**

Cuadro 52. Cuadro comparativo de métodos de costeo

Sistema de costeo	Características	Desventajas	Aplicación en propuesta**
<p>Método por Absorción o tradicional</p>	<p>Los elementos directos del costo están identificados con el producto. Los indirectos se distribuyen entre los lotes de producción.</p> <p>Hace una distinción entre costo de producción y de no producción. <i>Costo</i> será la parte del precio de un artículo que todavía no se ha aplicado contra los ingresos (diferido) <i>Gasto</i> será un costo ya aplicado contra un período determinado.</p> <p>Resulta funcional para comercialización y permite controlar los costos totales, y entrega elementos de juicio para medir el desempeño de funciones.</p>	<p>1) La clasificación no toma la masa total de gastos, sino sólo los de producción 2) Sobre esta subdivisión se establece la relación costo-producto, lo cual resulta insuficiente como fundamento del costo. 3) Los costos indirectos comprenden sólo los de producción, sin considerar otras funciones. 4) Identificar los costos de administración resulta complicado, pues se encuentra presente en toda la actividad de la empresa.</p>	<p>Plan D y E</p>
<p>Método Variable o Directo</p>	<p>Se fundamenta en separar los costos totales de la empresa en dos categorías: costos constantes y variables.</p> <p>1) clasifica los gastos en fijos y variables 2) incorpora al costo , sólo los gastos variables 3) considera los gastos fijos como resultado administrativo y no como constituyentes del costo, debiendo mostrarlos en el balance como pérdidas.</p> <p>1.- Desaparece el problema de aplicar los gastos (prorratearlos) mediante cuotas, ya que los considera como resultado. Por ello se simplifican algunos registros. 2.- Permite un mejor y más rápido análisis económico de la empresa. 3.- Los costos unitarios no se ven afectados por situaciones circunstanciales. 4.- El activo realizable muestra el costo variable de las existencias, lo que implica no "suponer" una utilidad antes de la venta.</p>	<p>1. La fijación del precio de venta se dificulta en industrias de producción variada. 2. Cuando la influencia de los gastos fijos es muy considerable, puede distorsionar el precio. 3. Los gastos semivariables originan cálculos muy complejos para determinar el porcentaje que corresponde a costo y el que debe imputarse a resultados.</p>	<p>Plan B y E todos los programas y subprograma</p>

<p>Por actividades o ABC</p>	<p>Mide el costo y desempeño de las actividades basado en el uso de recursos y organizando las relaciones de los responsables de los Centros de Costos de las diferentes actividades y su actuación se extiende desde la concepción y diseño de cada producto hasta su explotación definitiva.</p> <p>Se basa en la agrupación en centros de costos de una secuencia de valor de los productos y servicios de la actividad productiva de la empresa. Las actividades se relacionan en conjuntos que forman el total de los procesos productivos, ordenados secuencial y simultáneamente, para obtener los diferentes estados de costo que se acumulan en la producción y el valor que agregan a cada proceso.</p> <p>Facilita el costeo por línea de producción, particularmente donde son significativos los costos generales no relacionados con el volumen. E indica los costos variables a largo plazo del producto.</p> <p>Produce medidas financieras y no financieras, que sirven para la gestión de costos y para la evaluación del rendimiento operacional.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existe poca evidencia que su implementación mejore la rentabilidad corporativa. 2. La selección de cost-drivers y costos comunes a varias actividades no se encuentran satisfactoriamente resueltos. 3. El ABC no es un sistema de finalidad genérica cuyos outputs son adecuados sin juicios cualitativos. 	<p>Plan A, B y C, todos los programas y subprograma;</p>
-------------------------------------	--	--	--

**Programas de la propuesta a los cuales aplica el sistema correspondiente.

3.10 COSTEO DE LOS PLANES A, B, C Y E

Para establecer un monto real de lo que costara la implantación del plan de negocios se hace necesario costear los diferentes planes que conforman la Propuesta de Gestión Integral para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan, por lo que sea de tomar en cuenta que para cada plan se utilizara un sistema de costeo diferente ya que la estructura de cada plan varia y es posible costearlos de una mejor manera. Para llevar el costeo de estos se va ha considerar a cada plan de forma individual, debido a que estos se pueden implantar de esta forma.

Costeo de Plan de Organizacional (A)

Para efectuar el costeo de este plan se utilizara el sistema de costeo por actividades, debido a que los programas que comprenden este plan pueden ser reunidos en diferentes sistemas o unidades de costos, por lo que se definen a continuación los costos de cada programa para realizar el costeo; el plan esta compuesto por tres programas *Diseño de metas organizacionales y políticas, Reestructuración de la organización y Logística*, como se observa los tres programas son similares entre si, por lo que se clasifican los costos para llevar a cabo cada uno de ellos en:

1. Servicios Profesionales.

Dentro de este rubro se encuentra el recurso humano el cual se encargara de ejecutar las diferentes actividades ha desarrollar dentro de este plan, como lo es:

- a. Diseño de objetivos corporativos y políticas, esta parte es en la que se definen la Misión y la visión, los objetivos empresariales, normas y políticas.
- b. Definición de estructura Organizativa, dentro de esta encontramos la forma de estructura mejor apegada al Centro Turístico, aunque se excluye la parte de legalización la cual es mejor detallada mas adelante en el costeo de aspectos legales, ya que esta se toma en cuenta debido a que es parte importante para la elección de los medios de financiamiento.
- c. Logística, dentro de este encontramos las diferentes actividades necesarias para establecer las compras, manejo y transporte de los insumos necesarios.

Por lo que en la siguiente tabla se presentan los costos ocasionados por desarrollar estas actividades:

SERVICIOS PROFESIONALES

No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	IMPUESTO SOBRE LA RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
2	Consultores	\$900.00	\$90.00	\$810.00	6	\$9,720.00
2	Auxiliares	\$450.00	\$45.00	\$405.00	6	\$4,860.00
TOTAL						\$14,580.00

Fuente: Cámara de comercio e industria de El Salvador.

2. Mobiliario y equipo.

Para llevar acabo cada una de las actividades anteriormente definidas es necesario que se cuente con cierto tipo de mobiliaria y equipo de oficina, el cual es utilizado por los consultores para llevar acabo cada una de las actividades necesarias para realizar este plan.

MOBILIARIO Y EQUIPO

CANTIDAD	RUBRO	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Computadora	\$550.00	\$550.00
1	Impresor	\$75.00	\$75.00
1	Pizarra	\$35.00	\$35.00
2	Mobiliario (escritorio y silla secretarial)	\$125.00	\$250.00
	Papelería / insumo	\$1,000.00	\$1,000.00
1	Rotafolio	\$75.00	\$75.00
1	Carretilla	\$50.00	\$50.00
2	Selladora de bolsas plásticas	\$15.00	\$30.00
TOTAL			\$2,065.00

Fuente: Cotizaciones en diferentes establecimientos.

3. Servicios.

Para llevar acabo este programa se considera que las personas que lo estén desarrollando consuman un porcentaje de los diferentes servicios básicos, por lo que sea prorrateado del consumo mensual en el que incurre el Centro Turístico para llegar a establecer los costos por servicios para llevar acabo el plan organizacional.

SERVICIOS

No.	RUBRO	COSTO MENSUAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Alquiler de local	\$150.00	6	\$900.00
2	Agua	\$10.00	6	\$60.00
3	Energía Eléctrica	\$15.00	6	\$90.00
TOTAL				\$1,050.00

Fuente: Prorrato de costos mensuales por consumo de servicios.

A continuación se presenta un resumen de los costos necesarios para llevar acabo el plan organizacional, por cada uno de los rubros anteriormente definidos.

Plan Organizacional

No.	RUBRO	MONTO
1	Servicios Profesionales	\$14,580.00
2	Mobiliario y equipo	\$2,065.00
3	Servicios	\$1,050.00
TOTAL		\$17,695.00

Tabla No. 115. Resumen de los costos para plan organizacional.

Costeo de Plan de Mantenimiento (B)

Para llevar acabo el costeo de este plan se utilizara el sistema de costeo directo, para cada uno de los programas que están contenidos dentro de este, por lo que se establece que Los principales recursos necesarios para llevar a cabo el plan de mantenimiento se detallan a continuación:

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	\$
FONTANERÍA			
Llaves cangrejas	Juego de llaves cangrejas (Juego de 5 llaves)	1	9.90
Juego de empaques	Juego de 25 empaques plásticos para grifería	2	6
Juego de llaves allen	1/16"-3/8" (juego de 10 piezas)	1	7.50
Cinta de teflón	Rollo de cinta de teflón de 20 yds.	2	2.70
Llaves mixtas	Juego de llaves mixtas de diferentes medidas	1	5.50
Caja para herramientas	Caja plástica de herramientas, 19"	1	19.80
EQUIPO ELÉCTRICO			
Navaja para electricista		1	5
Tenaza para electricista	7" y 8"	2	5.50
Tenaza de punta recta de	5"	1	1.25
Cinta aislante	cintas de 3/4" x 20 yds.	3	2.10
Juego de destornilladores recubiertos.	Planos y phillips, juego de 6 piezas	1	6.80
LIMPIEZA GENERAL			
100 Wipe industrial	75 hojas, resistente al solvente y reutilizable	1	12
Toallas multiusos	Juego de 6 piezas, para trapeadores y limpieza general, 14x17"	1	4.50
Escobas	-	2	4
Recogedores	-	2	2.50
Destapa caños	Dreno, botella 1 lt	1	4.00
EQUIPO DE MANTENIMIENTO GENERAL			
Brochas	estándar de 4"	3	3.75
Rodillo	Para pintura	3	7.50
Juego de destornilladores philips	Juego de 12	1	6.50
Juego de destornilladores planos.	Juego de 12	1	6
Aceite 3 en 1.	Botella 90 cc. o 3 onz	2	6
Martillo de bola	Martillo de 2 libras.	2	6

TOTAL EN SUMINISTROS DE MANTENIMIENTO: **\$134.8**

Fuente: Ver cuadro de cotizaciones en anexo No. 20

Costeo de Plan Obtención de recursos (C)

Dentro de este plan se encuentran tres programas, que tienen como objetivos obtener recursos monetarios, el buen manejo de estos y que el personal dentro del Centro Turístico este capacitada para satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes. Estos programas se tomaran como actividades que han de desarrollarse y el mejor sistema de costeo que se puede aplicar es el costeo por actividades por la naturaleza de los programas que se costearan, en algunos de ellos se detallan los costos de manera general debido a que solo se obtuvieron los precios de ciertas actividades de manera concreta.

Los programas que se encuentran dentro de este plan son los que a continuación se detallan, además dentro de estos encontramos subprogramas que se consideran como las actividades que habrá que desarrollarse para la realización de plan.

- 1. Obtención de recursos financieros
 - 1.1. Obtención de recursos a través del FODES.
 - 1.2. Obtención de recursos a través de instituciones bancarias
- 2. Elaboración de presupuesto
- 3. Capacitaciones
 - 3.1. Etapas de una capacitación
 - 3.2. Formación de guías turísticos
 - 3.3. Formación Administrativa
 - 3.4. Servicio al cliente
 - 3.5. Mantenimiento

Se costearan de forma general los insumos comunes entre los diferentes programas que conforman el plan y luego los insumos necesarios para llevar a cabo cada programa de manera individual. Por lo que los recursos comunes y necesarios para el desarrollo de estos programas son los se clasificaran como mobiliario y equipo, los costos de estos se encuentran detallados en la tabla siguiente:

MOBILIARIO Y EQUIPO			
CANTIDAD	RUBRO	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Computadora	\$550.00	\$550.00
1	Impresor	\$75.00	\$75.00
2	Mobiliario (escritorio y silla secretarial)	\$125.00	\$250.00
	Papejería / insumo	\$1,000.00	\$1,000.00
TOTAL			\$1,875.00

Fuente: BMARTS venta de computadoras y accesorios.

A continuación se detallaran los costos de manera individual para llevar acabo cada uno de los subprogramas que estén contemplados dentro de cada uno de los programas del plan de obtención de recursos, estos se tomaran de manera individual para un mejor detalle de los mismos.

1. Programa de obtención de recursos.

Para llevar acabo este programa se hace necesario de los siguientes recursos:

SERVICIOS PROFESIONALES							
No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Técnico	\$850.00	\$85.00	\$765.00	\$850.00	6	\$5,100.00
1	Auxiliares	\$400.00	\$40.00	\$360.00	\$400.00	6	\$2,400.00
TOTAL							\$7,500.00

A demás de contratar al personal que se encargue de efectuar los diferentes tramites bancarios, es necesario incluir los siguientes costos por efectuar el préstamo a instituciones financieras.

TRAMITES BANCARIOS				
No.	Rubro	Costo Unitario	Duración	Total
1	Comisión (*)	\$3,175.00	6	\$3,175.00
2	Papelería	\$250.00	6	\$250.00
3	Tramite legal	\$500.00	6	\$500.00
Total				\$3,925.00

Fuente: Contador general de alcaldía municipal.

(*) La comisión es el 5% sobre el monto de financiamiento.

Por lo que para llevar acabo dicho programa se presenta los costos totales en la tabla siguiente:

Programa de obtención de fondos		
No.	RUBRO	MONTO
1	Servicios Profesionales	\$7,500.00
2	Tramites bancarios	\$3,925.00
TOTAL		\$11,425.00

2. Programa de elaboración de presupuesto

Dentro de este programa solo se contemplara el rubro elemental, el cual es recurso humano y clasificara como servicios profesionales.

SERVICIOS PROFECIONALES

No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Técnico	\$650.00	\$65.00	\$585.00	\$650.00	3	\$1,950.00
TOTAL							\$1,950.00

3. Programa de capacitaciones.

Para establecer el costo de este programa se tomara en cuenta cada una de las capacitaciones que se han de realizar, así como también la cantidad de módulos que cada una de estas contiene y el tiempo de duración de estos, por lo que a continuación se detallan en el cuadro siguiente cada una de estas.

No	Nombre de capacitación	Costo por persona	Cantidad de módulos	Cantidad de personas	Duración capacitación (Semanas)	Total
1	Elaboración de capacitaciones	\$150.00	4	3	3	\$450.00
2	Guías Turísticos	\$300.00	4	15	6	\$4,500.00
3	Administración de Empresas	\$175.00	6	4	7	\$700.00
4	Servicio al cliente	\$125.00	4	10	3	\$1,250.00
5	Mantenimiento de instalaciones	\$250.00	4	10	11	\$2,500.00
TOTAL						\$9,400.00

Fuentes: Varias, MITUR, Cámara de comercio e industria, ITCA – FEPADE.

Por lo que para llegar a implementar el Plan de obtención de recursos, se presenta a continuación un detalle de los costos que influyen:

Plan de obtención de recursos

No.	RUBRO	MONTO
1	Obtención de recursos monetarios	\$11,425.00
2	Elaboración de presupuesto	\$1,950.00
3	Capacitaciones	\$9,400.00
3	Recursos generales	\$1,875.00
TOTAL		\$24,650.00

Tabla No. 116 Resumen de costos obtención de recursos y capacitaciones

Costeo de Plan de Diversificación (D.3)

En dicho plan se tomaron los programas con mayor relevancia e importancia a ser evaluados dentro de la presente fase, aunque algunos programas que se encuentran dentro de este plan que no se evaluarán solamente se consideran los costos que estos implicaría el implantarlos, tal es el caso de la implantación de sistema de pago por medio de tarjetas de créditos.

Para llevar a cabo este programa es necesario la instalación de una línea fija telefónica y tramitar la solicitud del servicio, por lo que se influye en los siguientes costos:

RUBRO	MONTO
Instalación de línea telefónica y trámites	\$59.90

Fuente: TELECOM

Costeo de Plan de Promoción y Publicidad (E)

El plan de promoción y publicidad se contemplan los programas de señalización turística y el de promoción en los cuales se contempla la *Mejorar el sistema de señalización de tipo vial que guía al turista a Suchitoto* y *Mejorar el sistema de señalización específica del Centro Turístico dentro del municipio de Suchitoto*; esto dentro del programa de publicidad.

En el programa de promoción encontramos *las publicaciones y publicidad* esto enfocado al diseño, fabricación y colocación/distribución de medios visuales y escritos de promoción que ofrezcan al turista una visión general de los servicios en el Centro Turístico y de los atractivos de los que está rodeado.

Para llevar a cabo estos programas es necesario tomar en cuenta los siguientes rubros:

Servicios Profesionales

Como servicios profesionales se considerara a una empresa encargada de fabricar la folletería publicitaria del Centro Turístico, rótulos y demás medios a ser utilizados al momento de la implantación del presente plan.

SERVICIOS PROFESIONALES							
No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Empresa Publimedia	\$1,500.00	\$150.00	\$1,350.00	\$1,500.00	3	\$4,500.00
TOTAL							\$4,500.00

Fuente: Publimedia S.A. de C.V.

Mobiliario y equipo

MOBILIARIO Y EQUIPO			
CANTIDAD	RUBRO	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Computadora	\$550.00	\$550.00
1	Impresor	\$75.00	\$75.00
2	Mobiliario (escritorio y silla secretarial)	\$125.00	\$250.00
	Papelería / insumo	\$1,650.00	\$1,650.00
TOTAL			\$2,525.00

Medios Publicitarios.

MEDIOS PUBLICITARIOS			
CANTIDAD	RUBRO	COSTO UNITARIO	TOTAL
7	Rótulos	\$350.00	\$2,450.00
4	Carteles	\$150.00	\$600.00
3	Pancartas	\$50.00	\$150.00
	Instalación de medios	\$1,000.00	\$1,000.00
TOTAL			\$4,200.00

Fuente: Publimedia y otras empresas

Plan de promoción y publicidad		
No.	RUBRO	MONTO
1	Servicios Profesionales	\$4,500.00
2	Mobiliario y Equipo	\$2,525.00
3	Medios Publicitarios	\$4,200.00
TOTAL		\$11,225.00

Tabla No. 117. Resumen de costos plan de promoción y publicidad

TOTAL DE COSTOS POR PLAN:

PLAN	MONTO (\$)
A. ORGANIZATIVO	\$17,695.00
B. MANTENIMIENTO	\$134.8
C. CAPACITACIONES Y OBTENCIÓN DE RECURSOS	\$24,650.00
D. DIVERSIFICACIÓN, PROGRAMA 3	\$59.90
E. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	\$11,225.00
Sub Total	\$53,764.70
D. DIVERSIFICACIÓN, PROGRAMAS 1 Y 2	\$58,560.34
TOTAL	\$112,325.04

Tabla No. 118 Resumen de costos para la implantación de la Gestión Integral

4. ESTABLECIMIENTO DE COSTOS PARA LOS PROGRAMAS SELECCIONADOS PARA EVALUACIONES (D.1 Y D.2)

4.1 COSTOS DE LOS SERVICIOS

4.1.1 Mano de obra

Está compuesto por el sueldo de los empleados que trabajarían de forma directa en el Centro Turístico y que son requeridas para la ejecución del plan, entre ellos:

- 2 Salvavidas
- 1 Encargado de promociones para mural (guía)
- 2 de mantenimiento
- 2 Vigilantes

Base para el cálculo de los salarios:

- Ley del Seguro Social y Reglamentos del Régimen General de Salud y Riesgos Profesionales (1997), el Art. 29.
- Código de Trabajo (TITULO III)
- Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones, Art. 16.

Operarios	Mensual	Mensual				Salario Por Operario	Total Mensual	Total Anual
	Salario	ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo			
7	\$200.00	\$15.00	\$13.50	\$3.00	\$6.80	\$181.30	\$1,468.60	\$17,623.20
							Total	\$17,623.20

Tabla No. 119 Resumen de Costos de Mano de obra

4.1.2 Materia prima

Referente a la materia prima que se incluye y es básica en el proceso para brindar los nuevos servicios, forma parte de los costos por brindar los servicios.

4.1.2.1 Sistema de monitoreo de la satisfacción al cliente

Rubro	Cantidad anual	Precio Unitario (\$)	Total (\$)
Formatos de encuesta de satisfacción	2,670	0.03	80.1
Boletas de sugerencia	500	0.02	10
Papel Bond (resmas)	3	4.5	13.5
Lapiceros	3	0.25	0.75
SUBTOTAL			104.35

Tabla No. 120 Costos de materia prima Sistema de Monitoreo de la Satisfacción al cliente

4.1.2.2 Mural Informativo

Rubro	Cantidad anual	Precio Unitario (\$)	Total (\$)
Brochures informativos	200	0.8	160
Volantes de promociones o información en general	300	0.02	6
SUBTOTAL			166

Tabla No. 121 Costos de materia prima para Construcción de Mural

TOTAL MATERIA PRIMA

Rubro	Total (\$)
SISTEMA DE MONITOREO DE LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE	104.35
MURAL	166
SUBTOTAL	270.35

Tabla No. 122 Resumen de Costos anuales de materia prima

4.1.3 Consumo de agua, energía eléctrica (Servicios)

Estos costos incluyen todo lo referente a servicios necesarios para la prestación del servicio, tal como agua y energía eléctrica.

4.1.3.1 Consumo de Agua

El consumo de agua en el área de administración se da en:

- *Limpieza en general*
 - *limpieza del equipo*
 - *limpieza de las instalaciones*
- *Consumo para servicios*
 - *llenado de piscina*
 - *Consumo en área de servicios sanitarios*

A continuación se detalla los requerimientos y costos de agua:

	Cantidad mensual m3	cantidad anual m3	Costo por m3	Costo mensual	Costo anual
<i>limpieza del equipo e Instalaciones</i>	6	72	0.49	2.94	35.28
<i>llenado de piscina</i>	100.8	1209.6	0.49	\$49.39	\$592.70
Total					\$627.98

Tabla No. 123 Costos Anuales de Consumo de Agua

C.1.3.2 Consumo de Energía Eléctrica

Dentro de éstos costos se reúnen los que corresponden al consumo o requerimientos de energía eléctrica. Para ello se toma en cuenta la cantidad de luminarias existentes y requeridas además del consumo de la maquinaria o equipo que se tendrá.

El tiempo de uso es como máximo, en condiciones normales, de 8 horas de lunes a domingo, 30 días por mes. Lo que significa un total de: 1680 hr/mes de consumo de energía, sin embargo las luminarias se utilizarán solamente por 840 hr/mes aproximadamente. Teniendo en cuenta lo anterior se tiene:

Luminarias

SERVICIO	Área	Cant luminarias	watts-hora consumido	total consumo watt-hora
	<i>parqueo</i>	8	100	800
	<i>Piscina</i>	4	100	400
	<i>Vestideros</i>	4	40	160
Total por hora				1360
Total al mes				326,400
Kw/mes				326.4

Maquinaria y equipo

Equipo	Kw/hora	tiempo de uso al mes	Total de Kw utilizados al mes
<i>Bomba de agua</i>	2	360	720
<i>computadora</i>	0.15	120	18
<i>impresora</i>	0.1	120	12
Total			750

Cargo	Costo por Kwh	Kw estimado/mes	Total anual
<i>Cargo por energía</i>	0.102872	1076.4	\$110.73
Sub total			\$110.73

Tabla No. 124 Costos Consumo de electricidad: Luminaria

** costos base de la compañía de la zona: CAESS

Total de costo anual por energía:

\$110.73

C.1.4 Materiales indirectos y de mantenimiento

Son los gastos que se incurren en darle un servicio de mantenimiento al equipo, maquinaria e instalaciones del Centro Turístico, en especial del parqueo, muelle, piscina, mural informativo. Prácticamente el único mantenimiento que se requiere es el de limpieza, cuyos costos de forma parcial se encuentran dentro de productos de limpieza en los costos de materiales indirectos, y los cuales se realizan por los encargados de mantenimiento.

Se desglosa a continuación el costo de limpieza asociado al mantenimiento del equipo e instalaciones:

<i>Artículo</i>	<i>Cantidad mensual</i>	<i>cantidad anual</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo Total (anual)</i>
<i>Pastillas de cloro</i>	10	120	\$2.25	\$269.52
<i>Pintura para señalización</i>	-	2 gal	\$29.00	\$58.00
<i>Citronela para encendido de antorchas</i>	0.17 gal	2 gal	\$13.50	\$27.00
Total				\$354.52

Tabla No. 125 Costos de Materiales indirectos y mantenimiento

C.1.5 Depreciación de maquinaria y equipo

La depreciación hace referencia a la recuperación de las inversiones en equipo, maquinaria. Siendo un fondo que respalda problemas como la obsolescencia, uso, desgaste y es considerada dentro de los costos fijos. Utilizando la técnica de la línea recta, se establece la depreciación correspondiente al equipo y maquinaria de la prestación de servicios. Realmente la depreciación tiene exactamente la misma connotación que la amortización. La diferencia está en que la depreciación se aplica al activo fijo (su valor disminuye con el uso); la amortización se aplica a los activos diferidos o intangibles (no disminuye el valor del activo), y representa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Si se la vida útil promedio se establece de 5 años para todos los activos a ser depreciados en nuestro caso, por línea recta se obtiene los siguientes valores de depreciación:

Depreciaciones

<i>Equipo</i>	<i>costo total</i>	<i>Depreciación mensual</i>	<i>Depreciación anual</i>
<i>Parqueo</i>	21,480.35	\$358.01	\$4,296.07
<i>Piscina</i>	25,260.00	\$421.00	\$5,052.00
<i>Muelle</i>	1,169.20	\$19.49	\$233.84
<i>Bomba de agua</i>	225.00	\$3.75	\$45.00
Total			\$9,626.91

Tabla No. 126 Costos de depreciación de maquinaria y equipo

TOTAL DE COSTOS DE SERVICIOS

A continuación se presenta un cuadro resumen en el cual se obtiene el costo total de cada rubro que pertenece al costo por brindar los nuevos servicios propuestos.

<i>COSTOS</i>	<i>TOTAL</i>
Mano de obra directa	\$17,623.20
Materia prima	\$310.35
Consumo servicios	\$738.71
Materiales indirectos	\$354.52
<i>TOTAL</i>	\$18,986.78

Tabla No. 127 Costos mensuales totales de servicios

4.2 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

El costo en el cual se incurrirá el Centro Turístico en concepto de promoción, se considera como criterio un 3.0% del costos por servicios. Se selecciona el 3% de los costos de servicios debido a que en estos programas evaluados no se contempla el plan de Publicidad y promoción, el cual se encargaría especialmente de este rubro y que por efectos prácticos no se evalúa en este apartado. Es por ello que se considera un porcentaje que permita cubrir gastos básicos de promoción (aspecto principal y básico que considera comercialización para este caso particular). Estos costos básicos consisten en impresión de volantes que promocionen los nuevos atractivos, considerando un gasto aproximado de \$120 mensuales y cuyo porcentaje cubre dichos costos, el cual por tratarse de una empresa dedicada al servicio relacionado a turismo se considera necesario su promoción.

Se selecciona los costos de servicios como base, partiendo que los costos están directamente relacionados con el aumento de visitantes y su proyección, esperándose que aun con la acción de variables como la inflación entre otros, no varíe de sobremanera a lo establecido ya que está considerado de forma indirecta al partir de los costos de servicios los cuales ya consideran éstas variables.

Además de ser un porcentaje que se proyecta cubra los costos ya mencionados, coincide con los costos asignados a éste rubro en proyectos existentes en turismo, en los cuales se desarrollan proyectos similares de construcción y mejora de atractivos, en los cuales se establecen porcentajes relacionados a comercialización alrededor del 3% al 8% de los mayores costos relacionados a los costos de servicios o en otros casos a los ingresos por ventas.

Se debió considerar un porcentaje para comercialización solamente para estos programas, debido a que es necesario reflejar éste rubro necesario en un proyecto de servicios, en el cual se debe presentar el servicio como un producto visible para el cliente o visitante de Puerto San Juan, debido a la importancia de éste

aspecto relacionado a ventas a través de la promoción y publicidad. La propuesta consta de un Plan especial para ello. Inicialmente el 3% de comercialización es simbólico con respecto a la Propuesta de gestión Integral como totalidad, ya que de implementarse toda al mismo tiempo este costo desaparece junto con la evaluación parcial y toma parte de los costos del Plan correspondiente (plan E).

4.3 COSTOS FINANCIEROS

Para desarrollar estos programas y los demás planes que conforman la Propuesta de Gestión Integral se optara por un crédito a una institución financiera, el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI) el cual tiene una tasa activa de retorno del orden de 6 % anual sobre saldos. El monto total de la inversión es de \$64,218.03, el cual será financiado solo el 70% el cual equivale a 44,952.62 dólares de las necesidades de la inversión inicial ya que el 30% es proporcionado por la Alcaldía de Suchitoto. Esto se efectúa ya que dicha institución no proporciona créditos por debajo del 63% y arriba del 80% para realizar inversiones. El plazo para realizar dicho financiamiento es de 5 años; proporcionando 1 año de gracia. Para esto se toma como garantía el FODES el cual es proporcionado por el Gobierno Central para la realización de proyectos de inversión social en pro de las mejoras de la municipalidad.

Por lo que a continuación se presenta la tabla de pagos de la deuda:

i: 6% Anualidad: $p(i(1+i)^n / (1+i)^n - 1)$

n: 5

p: 44,952.62

Año	Interés	Anualidad	Pago Capital	Deuda
0				\$44,952.62
1	\$2,697.16	\$10,671.59	\$7,974.43	\$36,978.19
2	\$2,218.69	\$10,671.59	\$8,452.90	\$28,525.29
3	\$1,711.52	\$10,671.59	\$8,960.07	\$19,565.22
4	\$1,173.91	\$10,671.59	\$9,497.68	\$10,067.54
5	\$604.05	\$10,671.59	\$10,067.54	\$0.00

Tabla No. 128 Desglose Costos financieros

5. INVERSIONES PARA EL PROYECTO

Para el desarrollo del presente estudio se incurrirá en una serie de inversiones necesarias (fijas de capital y capital de trabajo) para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan y por otra parte se establecerá mas adelante las fuentes de financiamiento a utilizar para llevar acabo dicho proyecto.

En esta etapa se realiza una cuantificación monetaria de todos los requerimientos para llevar a cabo el servicio o programa, incluyendo la parte de la administración para el proyecto. Identificando todos los recursos necesarios para la implementación o instalación del proyecto y su funcionamiento (inversión para la ejecución del proyecto).

Inicialmente se identificaran las inversiones clasificadas de dos formas principalmente: INVERSIONES FIJAS y CAPITAL DE TRABAJO. En donde Los recursos requeridos para la instalación se conocen como *inversión fija o inmovilizada* del proyecto, mientras que para la puesta en marcha de la empresa y el proceso continuo de ésta mientras no se perciban ingresos suficientes para solventar los gastos iniciales se conoce como *Capital de trabajo*. Primero se tratarán las inversiones que normalmente son mayores al resto (las inversiones fijas) para terminar con las básicas que permitan el funcionamiento del proyecto. A continuación se especifican dichas inversiones:

5.1 INVERSIONES FIJAS

Las *inversiones fijas o inmovilizadas* del proyecto son aquellas compuestas por los recursos requeridos para la instalación del proyecto, cuya finalidad es la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan a través de una Gestión Integral. Estos recursos no son motivo de transacción por parte de la empresa y se espera sean adquiridos durante la etapa de implementación y se utilicen a lo largo de su vida útil y comprende la adquisición de todos los recursos (tangibles o intangibles) necesarios para que la empresa inicie operaciones. En el siguiente cuadro se resume la forma en que se dividen las inversiones fijas propias de un proyecto:

INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS	RUBROS
TANGIBLES	Obra civil Maquinaria y equipo Mobiliario y equipo de oficina
INTANGIBLES	Investigación y estudios previos Gastos de organización Legal Administración de proyecto Puesta en marcha Imprevistos

Cuadro No. 53. Clasificación de las Inversiones

A continuación se detallan las diferentes inversiones fijas tanto tangibles como intangibles del proyecto.

D.1.1 TANGIBLES

Éstas inversiones (*fijas tangibles*) son las que son sujetas a depreciación, amortización y obsolescencia. Para el proyecto de desarrollo de los programas seleccionados son las siguientes:

D.1.1.1 OBRA CIVIL

Para establecer el costo de la obra civil que requieren algunos de los programas seleccionados, se obtuvo una cotización de un encargado de una empresa constructora. Esto con el fin de conocer el costo de cada uno de los pasos requeridos para la construcción tanto de la ampliación del parqueo como de la piscina.

D.1.1.1.1 AMPLIACIÓN DE PARQUEO Y MEJORA DE ACCESO³⁹

El precio total de la obra ha sido evaluado de una forma global por el grado de complejidad que se necesita para este presupuesto; ya que no se ha realizado un estudio topográfico de la zona, además de no existir un diseño formal del estacionamiento en estudio. Así que no es recomendable tomar en cuenta el costo total a la hora de ejecutar la obra, debido a la aproximación en cuanto a áreas. Aunque si ha sido evaluado con precios reales de mano de obra sacados del laudo Arbitral con vigencia del periodo 08 de Julio de 2004 al 08 de Julio de 2005, sumando entrevistas con persona que trabajan en la ejecución de obra civil para precios globales de volumen de obra, además de cotizar precios en el mercado de materiales a utilizar sumando flete y ejecución de la misma obra⁴⁰.

No	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Descapote	P.C.*			\$ 187.75
2	Destroncamiento	P.C.*			\$ 200.00
3	Excavación para terrazas	m ³	16	\$ 5.28	\$ 84.48
4	Relleno y Compactado	m ³	250	\$ 6.47	\$ 1,617.90
5	Empedrado con piedra de laja/fraguado	m ²	1120.8	\$ 10.12	\$ 11,342.90
6	Excavación para cordón-cuneta	m ³	161	\$ 5.6	\$ 901.50
6.1	Conformación de base suelo cemento p/cordón	ml**	161	\$ 5.06	\$ 814.66
6.2	Hechura de cordón de piedra	ml	161	\$ 4.36	\$ 701.96
7	Muros de retención	m ³	30	\$ 80.00	\$ 2,400.00
8	Taludes	P.C.*			\$ 500.00
9	Tapial de Colindancia	ml	45	\$ 29.00	\$ 1,305.00
10	Engramado	m ²	90	\$ 12.50	\$ 1,125.00
11	Limpieza y Desalojo	P.C.*			\$ 300.00
TOTAL					\$21,481.15

Tabla No. 129 Costos ampliación de parqueo y mejora de acceso

³⁹ Ver base de cotizaciones en anexo No. 20 para fuente de información de costos.

⁴⁰ Los costos fueron obtenidos a partir de la evaluación del terreno disponible para construir el parqueo por parte del encargado de un asociado de arquitectos. Ver detalles el cuadro base para cotizaciones en ANEXOS.

* Precio Convencional

** Metro Lineal

D.1.1.1.2 CONSTRUCCION DE PISCINA

La piscina seleccionada entre las cotizadas (ver cotizaciones de piscinas en ANEXOS 19) está compuesta por dos áreas, una destinada para adultos y otra para niños. El tamaño seleccionado de ésta es en base al espacio o área disponible para ella y cuyos costos están basados en sus especificaciones, las cuales se detallan a continuación:

Especificación	Largo	Ancho	Área	Profundidad	Capacidad
Adultos	12.00 m	6 m	72.00 m ²	de 1.20m a 1.60m	26,600 gal. de agua
Niños	4 m	4 m	16.00 m ²	0.60 m	

A continuación se detalla el equipo de recirculación y accesorios de limpieza para la piscina:

CONCEPTO	Piscina de 72.00 m ²
Bomba	1.5 HP
Filtro	W88
Skimmer	2
Retornos	5
Drenaje de fondo	1
Lámparas	2 (400 w)
Escalera	1
Manguera	1 (12 m)
Cepillo de nylon	1
Canasta rijojas	1
Maneral	1 (8-16")
Aspiradora	1

Tabla No. 130 Especificaciones de equipo para piscina

La inversión para realización de las actividades requeridas de construcción para la piscina de 72.00 m² es de: **\$ 20,000.00**

Actividades adicionales no incluidas en la inversión anterior:

1. Acometida eléctrica hasta donde se colocara el equipo, en la cual se incluye:
 - a) 25 metros de cable de alta tensión No. 4.
 - b) 3 Postes de cemento.
 - c) Aisladores eléctricos de cerámica.

Con una inversión de la acometida eléctrica total de 1,000.00 dólares.
2. Acera adicional a los 30.00cm del bordillo construida con hierro de ¼ en cuadrículas de 20.00cm forjadas de concreto y revestidas con granza de mármol y cemento blanco o ladrillo de galleta a razón de 61.84 m².
3. Caseta para equipos, construida con ladrillo de obra y techo de fibra cemento, con una área de 5.00 m² a un precio de 750.00 dólares
4. Compactación y suministro de tierra blanca, precio de 300.00.

5. Construcción de muros de retención, 700.00.
6. Construcción de vestideros para damas y caballeros, precio de \$1,760.00.

A continuación se presenta un cuadro resumen de la inversión para la construcción de la piscina según cotizaciones:

Rubro	Precio (\$)
Construcción y equipo	20,000.00
Acometida eléctrica	1,000.00
Acera adicional	750
Caseta para equipo	750
Compactación	300
Muro de retención	700
Vestideros	1760
TOTAL	25,260.00

Tabla No. 131 Costos Construcción de piscina

D.1.1.1.3 AMPLIACIÓN DEL MUELLE FLOTANTE

ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$) ⁴¹	COSTO TOTAL (\$)
Tablas de madera de (1" x 12")	88	3.1	272.80
Pernos de ¼ de pulgada de acero inoxidable	176	0.4	70.40
Ángulo de hierro de 2" x 2".	70 m	4.87	340.90
Barriles	48	3	144.00
Banda de caucho con ancho máximo de 25 cm	35 m	3.33	116.55
Postes de madera	33	0.2	6.60
Cordel Marlin 5/16"	60 m	0.79	47.40
Argollas metálicas pequeñas	70	0.05	3.50
Argollas metálicas grandes	2	0.65	1.30
Cadenas de acero galvanizadas mediana de grado 30	5 m	8.25	41.25
Plataforma de concreto	3	25	75.00
Faroles/Antorchas	10	4.95	49.50
Anticorrosivo para estructura metálica	1 gal	44.54	44.54
TOTAL			1,213.74

Tabla No. 132 Costos Ampliación de muelle

⁴¹ Cotización realizada en ferreterías nacionales, para más detalles ver en ANEXOS el cuadro base para cotizaciones

TOTAL DE COSTOS DE OBRA CIVIL

A continuación se detalla el resumen de los costos de Obra Civil para el proyecto:

OBRA	COSTO TOTAL (\$)
AMPLIACIÓN DE PARQUEO Y MEJORA DE ACCESO	21,481.15
CONSTRUCCION DE PISCINA	25,260.00
AMPLIACIÓN DEL MUELLE FLOTANTE	1,213.74
TOTAL	47,954.89

Tabla No. 133 Resumen de costos de obra civil

D.1.1.2 EQUIPO

A continuación se presenta la especificación del equipo necesario para la puesta en marcha del proyecto:

D.1.1.2.1 EQUIPO PARA MANTENIMIENTO DE PISCINA

ACCESORIOS PARA PISCINAS	
Bomba para piscina 1/2 - 3 HP	\$245
Manguera para piscina de 8 mts	\$22.95
Test kit	\$3.50
canasta recoge hojas	\$4.25
Filtro cartucho para piscina	\$262.00
aspiradora para fondo	\$16.15
Cepillo de plástico de 18 pulg	\$7.25
Cepillo para algas, cerda metálica pequeño	\$8.25
Flotador para pastilla de cloro	\$5.51
Maneral Telescópico 8 x 16	\$17.50
TOTAL	\$592.36

Tabla No. 134 Cuadro de costos para mantenimiento de piscina

D.1.1.2.2 MURAL INFOGRAFICO

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$) ⁴²	TOTAL (\$)
Fotografías	15	0.40	6.00
Ampliación de fotografías	15	0.70	10.50
Base de madera	1	25.00	25.00
Rotafolio/periqueras	1	85.00	85.00
Regleta de madera	1	1.60	1.60
Pintura varios colores (galones)	5	5.00	25.00
Dispensador de volantes	1	30.00	30.00
Tornillos, clavos, cordel y anclas	*	15.00	15.00
Brouhoures**	150	0.75	112.50
Artículos promocionales***	1000	0.20	200.00
		SUBTOTAL	510.60

Tabla No. 135 Cuadro de costos Construcción de infográfico

Notas de cuadro anterior:

- * Costo promedio total para 50 tornillos, 50 clavos, 50 m de cordel y 10 anclas
- ** Éste costo lo debiera asumir la Oficina Municipal de Turismo
- *** Inicialmente calcomonías con el nombre del Centro Turístico

⁴² Precios obtenidos en diferentes lugares de ventas, para mayor detalle ver cuadro de cotizaciones en ANEXOS No. 20.

TOTAL DE COSTOS DE EQUIPO

A continuación se detalla el resumen de los costos de equipo para el proyecto:

EQUIPO	COSTO TOTAL (\$)
EQUIPO PARA MANTENIMIENTO DE PISCINA	<i>592.36</i>
MURAL INFOGRAFICO	<i>510.60</i>
<i>TOTAL</i>	<i>1,102.96</i>

Tabla No. 136 Cuadro de costos totales de equipo

D.1.1.3 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

D.1.1.3.1 SISTEMA DE MONITOREO DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Para llevar acabo la implantación de este sistema interviene una serie de recursos, los cuales calificaremos con mobiliario y equipo para el desarrollo del sistema, estos se presenta a continuación:

Rubro	Cantidad	Precio Unitario⁴³	Total
Mesa de madera 1.50 m x 0.5m	2	\$30.00	\$60.00
Buzones fabricados en maderas de	2	\$15.00	\$30.00
Candados Phillips Mod 17 GL fabricados en latón macizo con cilindro y mecanismo de pernos de latón	2	\$5.00	\$10.00
Escritorio para encargado de mural informativo	1	\$49.00	\$49.00
Computadora de escritorio BIO EASY 1620 con procesador Intel celaron 2.0 GHZ, 1GB RAM DDR, disco duro 250 GB. Monitor 17"	1	\$515.00	\$515.00
Impresora CANON IP1800	1	\$39.90	\$39.90
Papelería y accesorios de oficina	**	**	\$10.00
SUBTOTAL			<i>\$713.90</i>

**Varios artículos como folders, lapiceros.

Tabla No. 137. Costos Sistema de Monitoreo de la Calidad y Satisfacción al cliente

D.1.2 INTANGIBLES

En este tipo de inversión se incluyen todos los rubros no materiales que apoyan al desarrollo del proyecto. Estos no están sujetos a amortización. A continuación se detallan cada uno de estos rubros:

D.1.2.1 INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS PREVIOS⁴⁴

Rubro formado por todos los estudios acumulados que se tuvieron que realizar en la etapa de preinversión (duración 12 meses) del proyecto y los cuales deben ser recuperados. Los costos incluidos dentro de ésta clasificación se presentan el la tabla No. 138.

⁴³ Precios obtenidos en diferentes lugares de ventas, para mayor detalle ver cuadro de cotizaciones en ANEXOS No. 20.

⁴⁴ **En este caso particular estos costos no se toman en cuenta en la inversión a realizar.**

RUBRO	CANTIDAD	COSTO (\$) ⁴⁵	TOTAL (\$)
<i>Salario Investigadores</i>	3 investigadores	800.00	28,800
<i>Uso de computadora e Internet</i>	198 horas	\$0.75/hora	1,782
<i>Transporte</i>	---	\$ 25/mes	300
<i>Impresiones</i>	1,400 unidades	0.07	98
<i>Fotocopias</i>	5,600 unidades	0.02	112
<i>Papelería en General</i>	3 resmas de 500 hojas Anillados y folders	4.50 20	33.50
TOTAL INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS PREVIOS			\$ 31,125.50

Tabla No. 138 Costos de Investigación y Estudios Previos

D.1.2.2 GASTOS DE ORGANIZACIÓN LEGAL

En este rubro se incluyen todos los gastos derivados de los trámites requeridos para la legalización de la empresa ante las instituciones gubernamentales; dichas instituciones son el Ministerio de Trabajo y Asistencia Social, el Registro de Comercio, Alcaldía Municipal del Municipio de Suchitoto y el Centro Nacional de Registro. Se toma en cuenta esta parte ya que es necesario que se el Centro Turístico posea un personería jurídica para poder optar a diferentes formas de prestamos en instituciones financieras del país, ya que actualmente no cuentan con ésta lo que ocasiona diferentes dificultades para efectuar prestamos y con estos proporcionar recursos monetario para invertir en la mejora.

Dentro de los principales costos incurridos en la legalización de la empresa se encuentran:

- ◆ Registro en la alcaldía municipal. En ésta se cancela el pago de tasación del impuesto municipal.
- ◆ Elaboración de la constitución de la escritura de la empresa.
- ◆ Obtención de la matrícula de comercio y establecimiento de la empresa.
- ◆ Inscripción de la empresa en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.
- ◆ Legalización de libros contables de la empresa.
- ◆ Honorarios del Abogado
- ◆ Obtención de patente del producto en el Centro Nacional de Registros \$57.14.
- ◆ Pago de publicación en Diario Oficial \$80.00.

El costo de realización de estos trámites incluye los honorarios del abogado encargado de la legalización de la empresa ante estas instituciones. Estos costos son directamente proporcionales al tamaño de la empresa. En una consulta con una Abogada y Notaria, los costos de legalización de la misma se encuentran alrededor de los **\$1000.00**, por lo que es éste último dato el que se usará como inversión global en gastos de legalización.

⁴⁵ Precios obtenido a partir de costos incurridos en tesis

D.1.3 IMPLANTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Dentro de este se involucran todos los costos relacionados con la implantación y puesta en marcha del plan, por lo que a continuación se detalla el monto para este rubro.

Para llevar a cabo este plan se espera que se realice en un tiempo de duración de 10 meses y se realizara por 4 personas que estarán a cargo de la implantación de los programas, por lo que se devengara los siguientes salarios y costos específicos:

RUBRO	CANTIDAD	MONTO TOTAL (\$)
Encargados de operaciones de seguimiento	1	4,200
Capacitaciones ⁴⁶	2	300
Materiales y equipo ⁴⁷	--	500
TOTAL		5,000

Tabla No. 139 Costos de Implantación y puesta en Marcha

D.1.4 IMPREVISTOS

Se ha establecido tener un rubro para imprevistos equivalente a un porcentaje de la inversión total con el fin de hacerle frente a cualquier eventualidad no planificada que pueda surgir. Se considera prudente establecer un porcentaje igual al **5%** de la inversión total.

5.2 CAPITAL DE TRABAJO

Esta es la inversión requerida para la obtención de los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, considerando que los primeros meses de operación no se tienen los suficientes ingresos, solo el mínimo equivalente a la cantidad para cubrir los costos de operación. Dicho de otra forma, son 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 lo ingresos ya percibidos, es el capital circulante. Ésta inversión de una empresa es en activos a corto plazo, tales como el efectivo, los valores negociables, las cuentas por cobrar e inventarios. Por la naturaleza del proyecto se preverá solamente el efectivo y en especial la política de salarios y se incluirá los suministros, tal es el caso de los insumos y materiales de mantenimiento, que se requieran durante éste periodo.

⁴⁶ corresponde a dos capacitaciones, una para la puesta en marcha del mural informativo y la otra para monitoreo de la satisfacción al cliente.

⁴⁷ Compuesto principalmente por papelería, y equipo vario para encargado de la implantación (calculadora, cinta métrica, entre otros)

HORIZONTE DE TIEMPO

El tiempo que se espera pase para que el proyecto empiece a recibir ingresos o utilidades provenientes de la implantación de éstos programas serán una vez finalizada algunas de las principales obras de construcción, principalmente la piscina y el parqueo, por lo que el capital de trabajo será para un periodo de 4 meses. Aunque no se tenga previsto un aumento en tarifa de entrada al Centro Turístico o una precio diferencial por el uso de la piscina, se espera que se capture una parte adicional de visitantes que por falta de parqueo se van del Centro turístico y con ello aumentar los ingresos actuales, así sucedería con las personas que se retiran por no contar con una piscina, al contar con ella deciden quedarse dentro del Puerto. El capital de trabajo está compuesto por un solo rubro según la naturaleza del proyecto, el cual es el siguiente:

D.2.1 EFECTIVO

Este rubro contiene el dinero necesario que la empresa requiere para operar diariamente, como el necesario para poder realizar algunos negocios de forma cotidiana que requieren de efectivo, por contingencia, entre otros. Dentro de éste rubro se manejará la planilla de la empresa, es decir el salario correspondiente a las personas que laboran en el área administrativa.

ÁREA	Puesto	No. De empleados	Salario mensual	Total Salarios/mes	EFECTIVO PARA CAPITAL DE TRABAJO
SERVICIOS	Guardavidas	2	\$200.00	\$400.00	\$1,600.00
	Guía y apoyo turístico para mural	1	\$200.00	\$200.00	\$800.00
ADMINISTRATIVO	Personal de Mantenimiento	2	\$200.00	\$400.00	\$1,600.00
	Personal de Seguridad	2	\$220.00	\$400.00	\$1,600.00
Total				\$1,400.00	\$5,600.00

Tabla No. 140 Monto de Efectivo

D.2.2 SUMINISTROS

Se refiere a lo necesario para obtener suministros para la piscina mientras se no se perciban ingresos a partir de la inauguración de ésta.

Artículo	Cantidad mensual	cantidad antes de percibir ingresos	Costo unitario	Costo Total
Pastillas de cloro	10	20	\$2.25	\$45.00
Citronela para encendido de antorchas	0.17 gal	0.94 gal	\$13.50	\$12.69
Total				\$57.69

Tabla No. 141 Suministros

TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Monto
Efectivo	\$1,400.00
Requerimiento de capital de trabajo	\$5,657.69

Tabla No. 142 Monto de Efectivo y requerimientos de Capital de Trabajo

PLAN GLOBAL DE INVERSIONES

Presentando los diferentes rubros que anteriormente detallados, se puede revisar a continuación un detalle en el cual se establece el monto necesario para la inversión y el capital de trabajo para la implementación de los programas seleccionados para la realización de la guía practica para la evaluación de la Gestión Integral.

TOTAL DE INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Una vez establecidos todos los rubros propios de la inversión fija tangible e intangible, el valor total de ella es igual a la suma del total de cada uno de los rubros. En la siguiente tabla se presenta este total:

INVERSION FIJA	
RUBRO	MONTO (\$)
<i>Obra civil</i>	47,954.89
<i>Maquinaria y equipo</i>	1102.96
<i>Mobiliario y equipo de oficina</i>	\$713.90
Subtotal	49,771.75
INVERSIÓN DIFERIDA	
RUBRO	MONTO (\$)
<i>Investigaciones y estudios previos⁴⁸</i>	31,125.50**
<i>Gastos de organización legal</i>	1,000
<i>Puesta en marcha</i>	5,000
SUBTOTAL	\$37,125.50
TOTAL DE INVERSION FIJA Y DIFERIDA	86,897.25
Imprevistos (5%)	4,344.86
TOTAL	91,242.11

Tabla No. 143 Resumen de Total de Inversión Fija y Diferida

^{48**}**Nota:** no se ha considerado en la suma, en este caso particular, debido a que se considera como Investigación y estudios previos el desarrollo completo de la Propuesta de Gestión Integral para la Mejora del Centro Turístico Puerto San Juan.

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO

Se presenta a continuación un detalle del capital de trabajo necesario para llevar a cabo el plan seleccionado:

CAPITAL DE TRABAJO	
RUBRO	TOTAL
Efectivo	\$5,657.69
Total de capital de trabajo	\$6,223.46

Tabla No. 144 Resumen de Total de Capital de trabajo

Para llevar a cabo la Propuesta de Gestión Integral en su totalidad se ha de considerar todos los montos de los diferentes planes para el establecimiento de la inversión de manera precisa. Sin embargo para el caso particular no se considera, en el monto total de la inversión, la correspondiente a los estudios previos, con el objetivo de establecer datos apegados a las necesidades del estudio y la naturaleza de la propuesta, quedando el monto correspondiente a éste rubro solamente señalado. Para el desarrollo de las evaluaciones se tiene entonces:

$$\begin{aligned}
 \text{Inversión Inicial} &= \text{Total – Estudio Previos} \\
 \text{Inversión Inicial} &= \$91,242.11 - \$31,125.50 \\
 \text{Inversión Inicial fija} &= \underline{\$ 58,560.34}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Total con necesidad de financiamiento} &= \text{Inversión Inicial + capital de trabajo} \\
 &= \$58,560.34 + \$5,657.69 \\
 &= \underline{\$64,218.03}
 \end{aligned}$$

6. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS FUTUROS

6.1 ESTIMACIÓN DE INGRESOS POR VENTAS FUTURAS Y EGRESOS

Los ingresos directos que servirán para la evaluación de los servicios a mejorar y ampliar dentro de la propuesta para el Centro Turístico Puerto San Juan se encuentra dado por las ventas de entradas o lo que es lo mismo total de ingreso por niños, adultos o/y vehículos, cuyos valores son los siguiente:

NIÑOS	ADULTOS	VEHÍCULOS EN GENERAL
\$0.25	\$0.50	\$1

Valor de la entrada a Puerto San Juan⁴⁹

⁴⁹ Fuente: Administración del Centro Turístico Puerto San Juan

En el total de ingresos percibidos por el Centro turístico no se considera lo aportado por los arrendatarios (alquiler mensual hecho a tesorería de la Alcaldía), puesto que ya tiene un fin específico como ingreso dentro de la alcaldía. Se parte entonces de un ingreso total disponible para el Puerto San Juan compuesto de los ingresos por entrada al mismo.

La proyección de ingresos se realiza a partir del cálculo del porcentaje de aumento en afluencia de visitantes y la observación de la misma administración en cuanto a su comportamiento. Para ello se hace uso de los datos recolectados por la administración del Centro Turístico, los cuales por diversas razones fuera del control de ésta investigación, se poseen solamente los datos de la tabla No. 144 aun cuando se han recopilado los datos relativos a tres años y medio. A partir de estos se realizan los cálculos necesario en forma de estimado.

AÑO	2006		2007	
Mes	Niños	Adultos	Niños	Adultos
FEBRERO	74	2494	1000	2625
MARZO	136	10408	4	4574
ABRIL	1274	3992	96	13498
MAYO	27	4243	162	5595
JUNIO	8	3688	1555	4128
JULIO	18	5062	521	4852
AGOSTO	12	8561	342	8717
SEPTIEMBRE	6	3468	409	3944
OCTUBRE	843	1825	1875	2989
NOVIEMBRE	2636	2876	1168	4410
DICIEMBRE	48	7739	237	8511
TOTAL	5082	54356	7369	63843
Ingresos	\$1,270.5	\$27,178	\$1,842.25	\$31,921.5
Total ingresos	\$28,448.50		\$33,763.75	

Tabla No. 145 Ingreso de visitantes a Puerto San Juan⁵⁰

Adicional a la entrada de visitantes se tiene la tarifa por ingreso de vehículos, la cual fue de 24,404, cuyo costo de entrada es de \$1.00.

Con lo anterior se estableció que el aumento de afluencia de visitantes en general y de ingresos entre ambos años corresponde a un porcentaje de 16%, respaldando esta estimación con la experiencia y observación de las personas de administración del Puerto. Se concluye entonces en hacer la consideración que cada año se tiene un aumento en la afluencia de visitantes y vehículos de aproximadamente y de ingresos en general del 16%.

⁵⁰ Fuente: Colecturía de Administración del Centro Turístico Puerto San Juan

Escenarios o situaciones a considerar para la evaluación:

Para las evaluaciones se realiza la consideración además de un aumento en el ingreso correspondiente a un 5%, adicional al 16% normal, haciendo la suposición que con la implantación de los programas propuestos se recupera el porcentaje de visitantes que dijeron no regresar al Centro Turístico (Ver en ANEXOS gráfico No. 32 de la pregunta 32 de la encuesta realizada) con el porcentaje de personas que mencionaron esperar los atractivos correspondientes a dichos programas. Es decir considerando el ingreso normal previsto más el correspondiente a la recuperación de visitantes que dijeron no volver al Centro Turístico por no cumplir sus expectativas de atractivos esperados. Según el diagnóstico de la propuesta de gestión integral para la mejora de Puerto San Juan, se identificó un 14% (ver anexo No. 10, gráfica correspondiente a la pregunta No. 32) de personas que visitan el Centro Turístico que deciden no volver por no cumplir con alguna de sus expectativas. Entre las principales expectativas de los visitantes se resume en la ampliación de los servicios a través de la construcción de nuevos atractivos y creación e instalación de nuevos servicios. Entre los servicios identificados como los principales se encuentran recopilados en la siguiente tabla.

posición de expectativa	%	atractivo o servicio
1ro	9.7	PISCINA
2do	7.2	MUELLE
2do	7.2	FERRY
2do	7.2	MURAL
3ro	6.8	MAYOR PARQUEO
4to	6.4	MAYOR SEÑALIZACIÓN
5to	5.9	RENTA EQ ACUATIVO
5to	5.9	RANCHOS CON HAMACAS
6to	4.2	JUEGOS PARA NIÑOS
6to	4.2	OTRA ENTRADA Y SALIDA
7mo	3.8	MÁS BAÑOS
7mo	3.8	JARDÍN MÁS GRANDE
7mo	3.8	GUÍAS TURÍSTICOS
8vo	3.4	COMPETENCIAS ACUÁTICAS
8vo	3.4	MESAS
8vo	3.4	MÚSICA EN VIVO
9no	3	ANFITEATRO AL AIRE LIBRE
10mo	2.5	VENTA DE PLANTAS
10mo	2.5	OFICINA DE TURISMO

Tabla No.146. Alternativas seleccionadas.

Fuente: Resultados de encuesta de mercado consumidor realizado durante el diagnóstico de la Propuesta de Gestión Integral, ver anexos 10, gráfico correspondiente a la pregunta No, 30

Partiendo de lo anterior se puede identificar que la suma de porcentajes en preferencia que corresponde a los atractivos que serán tratados dentro de ésta evaluación pertenece a los primeros 3 lugares como mayores expectativas de los visitantes. Considerando otros servicios (como el de una oficina de turismo) que se encuentran incluidos en algunos de los atractivos a evaluar se completa el porcentaje de atractivos esperados de: 33.4%.

Haciendo la suposición que el 14%(correspondiente a las personas que no volverán por falta de cumplimiento de las expectativas) de las personas que dijeron esperar los atractivos a evaluar (33.4%) no regresarán al Puerto por no encontrar dichos atractivos, se tiene que las personas que dicen no volver por la falta de los atractivos esperados es del 5% del total de visitantes. Aunque existen otras variables por las cuales los clientes deciden no visitar de nuevo el Puerto se considera válida ésta suposición al compararla con las respuestas sobre los aspectos del puerto peor evaluados por los mismos visitantes, entre los cuales se encuentran: el acceso y el parqueo (en primer lugar) y tamaño del Centro Turístico (refiriéndose a espacio físico, distribución de espacios y tipo de atractivos) en tercer lugar, respaldando lo anterior. **Se concluye que se tomará un total del 5% ⁵¹ como la cantidad e personas que se pierden por falta de los atractivos que se evalúa implantar.**

Se obtienen los siguientes datos proyectados:

AÑO	SITUACIÓN 1		SITUACIÓN 2	
	INGRESO 1	EGRESO 1	INGRESO 2	EGRESO 2
2007	\$58,167.75	\$42,437.16	\$58,167.75	\$42,437.16
2008	\$67,474.59	\$43,327.00	\$70,382.98	\$43,605.08
2009	\$78,270.52	\$44,359.22	\$85,163.40	\$45,018.26
2010	\$90,793.81	\$45,556.59	\$103,047.72	\$46,728.21
2011	\$105,320.82	\$46,945.55	\$124,687.74	\$48,797.25
2012	\$122,172.15	\$48,556.73	\$150,872.16	\$51,300.79

Tabla No. 147 Proyección de ingresos y egresos

Observaciones:

SITUACIÓN 1: Corresponde al aumento esperado para cada año, en la cual hay pérdidas de clientes por el no cumplimiento de sus expectativas. Total de aumento cada año: 16%.

SITUACIÓN 2: Corresponde al aumento esperado para cada año, recuperando la pérdidas de clientes por el no cumplimiento de sus expectativas. Total de aumento cada año: 21%.

⁵¹ Resultado de multiplicar los porcentajes correspondientes a los visitantes que no regresarán al Centro Turístico y el porcentaje de atractivos que esperan que existan en el Puerto

El valor de los egresos 1 está formado por: los egresos actuales sin el proyecto más los gastos fijos con el nuevo proyecto. Los ingresos netos son los ingresos brutos que se esperaría hubiese cada año a partir de los ingresos actuales y tomando en cuenta la tasa de aumento en la afluencia de visitantes anualmente.

El valor de los egresos 2 está formado por: los egresos actuales sin el proyecto más los gastos fijos con el nuevo proyecto el aumento normal de costos por el aumento total de visitantes (16% y 5%). Los ingresos son los que se esperaría hubiese cada año a partir de los ingresos actuales y tomando en cuenta la tasa de aumento en la afluencia de visitantes anualmente y recuperando los que dicen no regresarán.

Todos los egresos no consideran las depreciaciones, costos de comercialización, pago a capital, costos financieros ni impuestos en este punto, sino que son detallados en los estados financieros con los flujos de efectivo proforma que más adelante se presentan.

7. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Con el objetivo de calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo para el desarrollo del presente plan y con ello presentar la situación en cuanto a sus activos y obligaciones se procede a establecer el estado de resultados (Pérdidas y ganancias) proforma y el balance general los cuales proporcionan información acerca de la realización del plan. Para la realización de este se vuelve necesario el establecimiento de la vida del proyecto, ya que con esta se busca estimar la duración del mismo.

VIDA DEL PROYECTO

Para su estimación se puede considerar distintas variables que influyen en el desarrollo del mismo, entre las principales tenemos:

1. Observar la tendencia que posee el mercado y su influencia sobre la demanda del servicio que se esta proyectando.
2. Considerar la tecnología para la prestación del servicio que se utiliza para desarrollar el plan o propuesta.
3. Relación entre la vida del proyecto y el periodo de participación del organismo interesado para desarrollar el plan.

Tomando como referencia las variables, se considera que la demanda del sector turístico va en crecimiento y se encuentra proyectado un incremento de los próximos 6 años a través del Plan nacional 2014 que impulsa el Ministerio de Turismo. Tomar esta variable es de manera macro y puede tener altas fluctuaciones, aun cuando el Municipio de Suchitoto se está tomado en cuenta como uno de los principales municipios para el desarrollo turístico.

En cuanto a la tecnología se considera no tan relevante para el desarrollo de la presente propuesta ya que en este caso no implica mayor desarrollo turístico. La variable a considerar y que posee mayor peso para el desarrollo de la Gestión Integral es la relación entre la participación del organismo interesado para el desarrollo del plan, ya que la municipalidad es el principal ente interesado en el desarrollo turístico de Suchitoto y del mismo Centro Turístico San Juan el cual lo observan como el eje central del turismo para dicho municipio. Todo esto se refleja en el presente estudio en su fase de diagnóstico, el cual tiene como marco el Plan Municipal para el desarrollo del municipio. Considerando las apreciaciones anteriores se puede definir una vida útil de 10 años, de tal manera que dicho plazo deberá ser reevaluado en un futuro tomando en cuenta condiciones en su momento, por lo que pueden existir actualizaciones o una reformulación.

7.1 ESTADOS DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

El estado de resultados nos muestra si una empresa obtiene utilidad o no, es decir que proporciona el resultado de la operación normal de la misma. Aunque se considera el periodo de vida del proyecto como de 10 años, es muy difícil proyectar estados financieros para dicho periodo ya que el ambiente empresarial influyen diferentes tipos de variables micro y macro económicas sobre todo en un sector tan dinámico como lo es el sector turístico lo cual genera aspectos impredecibles y es sumamente arriesgado proyectar para los diez años, pues puede ser muy impreciso. Por dicha razón se presenta a continuación el estado de resultados proyectados para los próximos 5 años tomando como supuesto que en este periodo no se darán cambios extremos en las variables del negocio.

Antes de ello se presenta, a continuación, el Balance General para 2008 el cual es utilizado para analizar las diferentes razones financieras posteriormente.

BALANCE GENERAL INICIAL	
al 31 de diciembre de 2008	
(DOLARES)	
ACTIVOS	
EFFECTIVO	1,400.00
OBRA CIVIL	47,954.89
MAQUINARIA Y EQUIPO	1,102.96
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	713.90
ACTIVOS INTANGIBLES	6,000.00
DEPRECIACION	(9,626.91)
<i>Sub TOTAL</i>	47,544.84
IMPREVISTOS (5%)	2,377.24
TOTAL	49,922.08
PASIVOS	
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	10,671.59
CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO	36,978.19
TOTAL	47,649.78
CAPITAL	
CAPITAL SOCIAL	2,272.30
TOTAL	49,922.08

Cuadro No. 54 Balance General

Donde:

Los *activos intangibles* están compuestos por los costos de aspectos legales, costos de implantación y estudios previos (los cuales no se consideraron según se indicó en el apartado correspondiente a dicho rubro).

Los *pasivos* correspondientes a las *cuentas por pagar a corto plazo* corresponden a los costos financieros compuestos por el interés cobrado por el banco sobre el préstamo. Mientras que las *cuentas por pagar a largo plazo* corresponde al valor del capital prestado al banco que aun falta por pagar.

CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN
ESTADOS DE RESULTADOS CON FLUJO NETO DE EFECTIVO, PROFORMA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008
(EN DÓLARES)
SITUACIÓN 1

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos por Prestación de servicio	67,474.59	78,270.52	90,793.81	105,320.82	122,172.15
Costos por prestación de servicios	43,327.00	44,359.22	45,556.59	46,945.55	48,556.73
Utilidad bruta	<i>24,147.59</i>	<i>33,911.30</i>	<i>45,237.21</i>	<i>58,375.27</i>	<i>73,615.42</i>
Costo administrativo	10,070.40	10,070.40	10,070.40	10,070.40	10,070.40
Costo de comercialización	1,299.81	1,330.78	1,366.70	1,408.37	1,456.70
Pago a capital deuda bancaria	7,974.43	8,452.90	8,960.07	9,497.68	10,067.54
Intereses deuda bancaria	2,697.16	2,218.69	1,711.52	1,173.91	604.05
Depreciación	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Total de costos	32,021.51	32,052.48	32,088.40	32,130.07	32,178.40
Utilidad Antes de Impuestos	-7,873.92	1,858.83	13,148.82	26,245.20	41,437.01
ISR (25%)	0.00	464.71	3,287.20	6,561.30	10,359.25
Utilidad después de impuestos	-7,873.92	1,394.12	9,861.61	19,683.90	31,077.76
Depreciación	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Flujo Neto de Efectivo	\$2,105.79	\$11,285.63	\$19,753.12	\$29,575.41	\$40,969.27

Cuadro No. 55 Estados de Resultados con Flujo Neto de Efectivo

CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN
ESTADOS DE RESULTADOS CON FLUJO NETO DE EFECTIVO, PROFORMA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008
(EN DÓLARES)
SITUACIÓN 2

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos por Prestación de servicio	70,382.98	85,163.40	103,047.72	124,687.74	150,872.16
Costos por prestación de servicios	43,605.08	45,018.26	46,728.21	48,797.25	51,300.79
Utilidad bruta	<i>26,777.90</i>	<i>40,145.14</i>	<i>56,319.51</i>	<i>75,890.49</i>	<i>99,571.37</i>
Costo administrativo	10,070.40	10,070.40	10,070.40	10,070.40	10,070.40
Costo de comercialización	1,308.15	1,350.55	1,401.85	1,463.92	1,539.02
Pago a capital deuda bancaria	7,974.43	8,452.90	8,960.07	9,497.68	10,067.54
Intereses deuda bancaria	2,697.16	2,218.69	1,711.52	1,173.91	604.05
Depreciación	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Total de costos	32,029.85	32,072.25	32,123.55	32,185.62	32,260.72
Utilidad Antes de Impuestos	-5,251.95	8,072.89	24,195.96	43,704.87	67,310.65
ISR (25%)	0.00	2,018.22	6,048.99	10,926.22	16,827.66
Utilidad después de impuestos	-5,251.95	6,054.67	18,146.97	32,778.65	50,482.99
Depreciación	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Flujo Neto de Efectivo	\$4,727.76	\$15,946.18	\$28,038.48	\$42,670.16	\$60,374.50

Cuadro No. 56 Estados de Resultados con Flujo Neto de Efectivo para escenario optimista

8. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Con el objetivo de determinar la rentabilidad que el desarrollo del presente plan tendrá para la mejora del Centro Turístico se desarrollan a continuación el principal análisis de la ingeniería económica siendo estos la Tasa de Interés de Retorno y el Valor Actual Neto, para la realización de este análisis económico sea tomado como periodo de evaluación 5 años, considerando que ahí el desarrollo del plan tendrá su mayor impacto y es donde se estabilizara pues es en este periodo en el cual se liquida la deuda que financia al proyecto. Por otra parte no se considero otro periodo debido a lo extremadamente cambiante y dinámico que se ha vuelto el sector turístico en el cual intervienen una serie de variables (Precios, Condiciones Político económico, etc.).

Primero se encuentra el desarrollo de la utilización de los indicadores económicos utilizando la suposición que no se incrementan los ingresos más que los esperados año con año (SITUACIÓN 1, real), para que al final del apartado de evaluación económica se presente un cuadro resumen comparativos entre los indicadores que pertenecen al aumento normal con el aumento adicional por recuperación de visitantes a través de la puesta en marcha del proyecto (SITUACIÓN 2, optimista).

8.1 COSTO DE CAPITAL (TMAR)

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), es la tasa mínima que el inversionista esta dispuesto a percibir o aceptar por el desarrollo del plan.

Por lo que se calcula de la siguiente manera:

$$TMAR = \text{Tasa de Inflación} + \text{Premio al riesgo} + (\text{Tasa de Inflación} * \text{Premio al riesgo})$$

Según datos obtenidos de , se considera una tasa de inflación para el presente año (2008) en El Salvador de 6%, y para la asignación del premio al riesgo se toma como criterio el riesgo que las municipalidades invierten para beneficio social por lo que se establece un porcentaje de premio al riesgo, aproximadamente del 6% de lo que se obtiene:

$$TMAR = \text{Tasa de Inflación} + \text{Premio al riesgo} + (TI \times PR)$$

$$TMAR = 0.06 + 0.6 + (0.06 \times 0.6)$$

$$TMAR = 12.36 \%$$

Por lo que la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), es de **12 %**, misma tasa tanto para **SITUACIÓN 1** como **SITUACIÓN 2**.

8.2 TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), proporciona el grado de rentabilidad que el desarrollo del plan ofrece. Su nombre se debe a que supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, es decir que es la tasa de rendimiento real de la inversión.

El criterio de decisión para aceptación o rechazo del proyecto a través del método de la Tasa de Retorno es el siguiente:

$$TIR < TMAR, \text{ Se rechaza.}$$

$$TIR > TMAR, \text{ Se acepta.}$$

Para el cálculo de esta son necesarios los siguientes datos:

- i. Valor de la inversión inicial (P).
- ii. Gastos e ingresos anuales (FNE = Flujo Neto de Efectivo)
- iii. Valor de recuperación (L)

En donde el valor de recuperación se calcula del valor en libros de los diferentes activos fijos de la empresa hasta el último año, tomándose como referencia el valor de compra de los activos menos la depreciación de los mismos para obtener el valor de recuperación por lo que el valor de recuperación es:

$$L = S - D$$

$$L = 48,134.55 - 9,626.91$$

$$L = \$38,507.64$$

Esto se obtiene del estado financiero, en el cual la inversión inicial es:

$$P = \text{Inversión inicial} - \text{Valor de recuperación.}$$

$$P = \$64,218.03 - \$38,507.64$$

$$P = \$25,710.39$$

Los gastos y/o ingresos anuales:

Año	FNE
0	2,105.79
1	11,285.63
2	19,753.12
3	29,575.41
4	40,969.27

$$0 = -25,710.39 + \frac{2,105.79}{(1 + 0.12)} + \frac{11,285.63}{(1 + 0.12)^2} + \frac{19,753.12}{(1 + 0.12)^3} + \frac{29,575.41}{(1 + 0.12)^4} + \frac{40,969.27}{(1 + 0.12)^5}$$

Efectuando la serie de pruebas (Iteraciones) se obtuvo una **TIR de: 46.1 %** ando como base lo anterior se concluye que $TIR > TMAR$, por lo que **el proyecto se acepta**, dado que desde el punto de vista económico la TIR es mayor en un 33.74% de la TMAR previamente establecida.

8.3 VALOR ACTUAL NETO

Este análisis da como criterio de decisión una comparación entre todos los ingresos y gastos a través de la vida útil, los cuales los traslada al presente o año de inicio y los compara con la inversión inicial, tendremos como criterio de decisión los siguientes:

- i. Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es mayor que la inversión inicial, entonces se Acepta.
- ii. Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es menor que la inversión inicial, entonces se Rechaza.

Calculo:

$$VAN = -25,710.39 + \frac{2,105.79}{(1+0.12)} + \frac{11,285.63}{(1+0.12)^2} + \frac{19,753.12}{(1+0.12)^3} + \frac{29,575.41}{(1+0.12)^4} + \frac{40,969.27}{(1+0.12)^5}$$

VAN = \$ 41,269.27

Como se observa el Valor Actual Neto de efectivo es mayor que la inversión inicial, por lo que el desarrollo de los programas seleccionados es factible de desarrollarlos, lo que indica que si se desarrollan los programas para 5 años se obtendrá una ganancia neta en el presente de **41,269.27**, utilizando una tasa de 12% la cual corresponde a la TMAR.

8.4 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Este es un método que se creó para asignarle mayor objetividad a la economía del sector público. Se calcula de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} B/C &= VP \text{ de beneficios} / VP \text{ de costos} = VA \text{ de beneficios} / VA \text{ de costos} \\ &= VF \text{ de beneficios} / VF \text{ de costos} \\ B/C &= VAN / Inversión inicial \\ B / C &= 1.64 \end{aligned}$$

Donde:

- Si $B/C \geq 1.0$ El proyecto es económicamente aceptable para los estimados y la tasa de descuento aplicada
- Si $B/C < 1.0$ El proyecto no es económicamente aceptable

Basándose en los criterios anteriores se concluye que el proyecto es económicamente factible, ya que el análisis beneficio / costo es mayor que la unidad, lo que refleja es que por cada dólar invertido se obtendrá una retribución de 0.64 centavos de dólar.

8.5 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Se hace necesario el establecimiento del periodo en el cual se ha de obtener la inversión que se realizara para la mejora por lo que a través de esta evaluación se encontrara dicho periodo que debe transcurrir desde el inicio de las operaciones de los nuevos servicios hasta llegar a recuperar la inversión inicial utilizada para el desarrollo de dichos programas, asumiendo para ello una tasa igual a cero.

Para calcular el TRI se utiliza la formula siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

En donde la utilidad promedio es la suma del flujo neto de efectivo de los años pronosticados entre el número de años. Para nuestro caso:

Utilidades promedio = 20737.84

$$TRI = \frac{64218.03}{20737.84}$$

$$TRI = 3.0967 \text{ años}$$

Bajo las condiciones actuales se espera que la inversión inicial se recupere en 3 años con 2 meses aproximadamente.

CUADRO COMPARATIVO ENTRE VALORES SITUACIÓN 1 Y SITUACIÓN 2

INDICADOR	SITUACIÓN 1	SITUACIÓN 2	ANÁLISIS
TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)	46.1%	64.89%	Dado que resultó que la TIR > TMAR, <i>el proyecto se acepta</i> bajo las condiciones que se presentan en éste apartado, en ambas situaciones. Aunque tiene mejores resultados la situación 2. Si se lograra recuperar el 5% de los visitantes que se han perdido por falta de los atractivos a implantar.
VALOR ACTUAL NETO	\$41,269.27	\$72,556.02	El Valor Actual Neto de efectivo es mayor que la inversión inicial, por lo que el desarrollo de los programas seleccionados es factible de desarrollarlos para ambas situaciones, lo que indica que si se desarrollan los programas para 5 años bajo éstas condiciones se obtendrá una ganancia neta en el presente entre \$41,269.27y \$72,556.02, utilizando una tasa de 12% que corresponde a la TMAR.
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	1.64	2.88	El proyecto es económicamente aceptable para los estimados y la tasa de descuento aplicada ya que $B/C \geq 1.0$, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá una retribución entre 1.72 y 2.96 de dólar.
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	3.0967 3 años con 2 mes	2.1158 2 años y 2 mes	Bajo las condiciones actuales y evaluadas se espera que la inversión inicial se recupere en un máximo de 3 años y un mínimo de 2 años con 1 mes de recuperarse el 5% de visitantes perdidos.

Cuadro No. 57 Cuadro comparativo de indicadores económicos

9. EVALUACIÓN FINANCIERA

9.1 RAZONES FINANCIERAS

Estas forman parte de las evaluaciones que miden el rendimiento y comportamiento de las inversiones sin tomar en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, siendo sus insumos los *estados financieros proforma*.

Las razones que resultan de mayor utilidad para medir la eficacia y comportamiento del Centro Turístico Puerto San Juan, a partir de las propuestas que se evalúan dentro del proyecto de gestión integral, se encuentran las siguientes:

NOMBRE		RAZÓN	DESCRIPCIÓN
vii.	RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	Utilidades netas / Ventas Netas	Indica la contribución en que el porcentaje de ventas hace a las utilidades de la empresa. Ambos son flujos de efectivo de un año, suponiendo que se realizan al mismo tiempo. Mide la proporción de las ventas que se convierten en utilidades o pérdidas.
viii.	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	ROI = Utilidad neta / Inversión	Es la eficacia de la empresa para generar utilidades con las inversiones que posee y mide la proporción de la inversión que se convierte en utilidades o pérdidas.
ix.	RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	RE = Pasivo Total r/ Activo Total	Proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa
x.	COBERTURA DE INTERÉS	Utilidad de Operación / Gastos por interés	Mide la capacidad de la empresa para cubrir los pagos de intereses por deudas contraídas y cuya aplicación es para evaluar la capacidad de cumplir con los compromisos financieros adquiridos.
xi.	ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	Ventas anuales / activos totales	Indica las veces que se han obtenido ingresos equivalentes a la inversión en activos, o el número de veces en que la inversión en activos totales a generado ventas. Es una medida de productividad q mide la eficiencia en la administración de los activos de la empresa.
xiii.	RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	REI = Utilidades netas después de impuestos / Activos Totales	Razón de Rentabilidad, que indica la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

Cuadro No. 58 Razones financieras seleccionadas

A continuación se presenta una tabla resumen con los resultados del análisis de las razones financieras

Razón	SITUACIÓN 1		SITUACIÓN 2		Análisis
	min* * max	prom *	min** * max	prom*	
RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	- 0.111 0.26	0.09	-0.07 0.34	0.16	Es hasta el segundo año en que los ingresos por entradas al Centro Turístico contribuirían en un 2% adicional a las utilidades de la empresa si se recupera a los visitantes que pretenden no regresar por no cumplir con sus expectativas de los atractivos que se propone implantar. Para el primer año se esperan pérdidas del 11.1%. Cada año aumentaría esta razón, teniendo en promedio para los años evaluados un 9%, y obteniendo hasta 26% en el 5to año de contribución por ventas adicionales, Solo considerando el aumento al flujo de visitantes, sin aumentar el precio de entrada.
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	- 0.117 0.49	0.17	-0.076 0.79	0.32	Para el primer año de funcionamiento e inversión, el Puerto no podrá generar utilidades. Tendrá pérdidas del 11.7% con respecto a las inversiones realizadas. Sin embargo obtendrá luego de los primeros 5 años a un promedio de 17% en utilidades con respecto a la inversión realizada basados en la situación 1 y un incremento sustancial del 15% para la situación 2, lo cual representa un 32% en promedio para el escenario.
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO O	0.68		0.68		El 68% de activos son aportados por el banco para la parte de la Propuesta de gestión integral considerada. El resto es aportado por el Puerto San Juan o la Alcaldía Municipal de Suchitoto.
COBERTURA DE INTERÉS	4.74 102.7 9	35.47	5.71 145.62	49.06	El Puerto tiene la capacidad de cubrir hasta 4 veces el costo actual atribuido a costo financiero o intereses por deudas. A medida pasan los años, la capacidad de cubrir intereses aumenta debido a que se va liquidando el préstamo adquirido y aumentando margen de utilidades. Si se aplica para el 5to año de funcionamiento la empresa podrá cubrir hasta en 102% veces el costo actual por intereses, pudiendo en promedio de los 5 años cubrir 35 veces éste costo financiero. En la situación 2, se establece que el centro turístico puede cubrir hasta el 5% de la deuda del costo financiero y al cabo de 5 años en un 145%, con un promedio anual de 49%.
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	1.35 2.45	1.86	1.41 3.02	2.14	Para el primer año de funcionamiento se tiene el ingreso suficiente o ha generado ventas como para igualar la inversión en activos. El 135% de los activos ha generado un equivalente en ingresos. Para el caso de la situación 2, en la que se considera un mayor ingreso de personas se posee un ingreso por el uso de los activos equivalente al 141%, por lo que la prestación de servicio genera productividad sobre el uso de los activos.
RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	-0.15 0.63	0.22	-0.10 1.00	0.42	Para el primer año no es posible producir utilidades con los activos disponibles, tomando en cuenta la situación 1, ya que el porcentaje es negativo, pero al cabo de los 5 años se obtiene una utilidad del 63%, teniendo un promedio del 22%, de utilidad sobre los activos, de igual manera para la situación 2, para el primer año se presenta que no posee utilidad sobre los activos actuales, pero en cinco años se obtendría un máximo de 100% de utilidades, obteniendo un promedio de 42% de utilidades durante todo ese periodo.

Cuadro No. 59 Resultados de razones financieras

*Se refiere a promedio de de los cinco años estimados en los estados proforma.

** Se refiere al mínimo (el primer año) y el máximo (obtenido en el quinto año).

Como la mayoría de proyectos, el primer año no presenta ganancias, aun cuando tiene un saldo positivo en el flujo neto de efectivo (por depreciaciones). Es realmente hasta el segundo año que empezaría a percibir utilidades.

Los egresos e ingresos actuales permiten al Centro Turístico incurrir en préstamos, con la capacidad de cumplir con pagos por intereses mayores incluso que los que incurriría con la propuesta que se evalúa. Y aunque el margen de utilidades sobre la inversión no es muy grande, si es lo suficiente para seguir invirtiendo en el Puerto para futuras mejoras o ampliaciones a partir de la implantación de las propuestas y evaluadas actualmente o para hacerle frente a cambios considerables en los costos de materiales o insumos, costo de servicios básicos y pago de salarios, siendo éstos los rubros más importantes o significativos existentes. En el siguiente apartado se consideran algunos escenarios que podrían impactar en los resultados económicos y financieros anteriores.

Para efectuar la evaluación financiera del presente estudio se tomaron en cuenta los diferentes tipos de indicadores que proporcionan información relevante para que el proyecto sea factible o no desde el punto de vista financiero, entre los indicadores utilizados encontramos las razones de liquidez que proporcionan información de cómo la realización del proyecto tendrá solvencia económica, las razones de endeudamiento las cuales muestran como cubrirá la deuda obtenida para la ejecución del estudio, las razones de rentabilidad esta tiene por objetivo demostrar la retribución financiera que proporcionara la ejecución de la propuesta a través del tiempo y la razón de cobertura la cual muestra la forma en que el desarrollo de la propuesta cubrirá los diferentes costos de la puesta en marcha de la mismo. estas clases de razones fueron evaluadas para establecer si el estudio es factible o no financieramente.

9.2 ANÁLISIS VERTICAL PARA LOS ESTADOS FINANCIEROS

9.2.1 ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL

Los resultados obtenidos se presentan en el cuadro siguiente:

CUENTA	VALOR	ANÁLISIS VERTICAL
Efectivo	1,400.00	2.80%
Obra Civil	47,954.89	96.06%
Maquinaria y equipo	1,102.96	2.21%
Mobiliario y equipo de oficina	713.90	1.43%
Activos intangibles	6,000.00	12.02%
Depreciación	-9,626.91	-19.28%
Imprevistos	2,377.24	4.76%
TOTAL DE ACTIVOS	49,922.08	100.00%
Cuentas por pagar a corto plazo	10,671.59	22.40%
Cuentas por pagar a largo plazo	36,978.19	77.60%
TOTAL DE PASIVOS	47,649.78	100.00%
TOTAL DE CAPITAL	2,272.30	100.00%

Cuadro No. 60 Resultados análisis vertical Balance General

De los resultados presentados en la anterior tabla se puede concluir lo siguiente:

- Como regla general toda empresa debe procurar no tener más efectivo de lo estrictamente necesario. La cantidad de efectivo que se tiene en caja (2.80%) es un porcentaje que para el Centro Turístico se considera como adecuado, ya que no es sería rentable contar con una gran cantidad de dinero en efectivo ya que este no está generando rentabilidad alguna.
- En cuanto a las inversiones (obra civil, maquinaria y equipo, mobiliario y equipo de oficina) se considera que siempre y cuando éstas sean rentables, no presentan mayores inconvenientes en que representen una proporción importante de los activos. Se considera que estas inversiones serán rentables a lo largo del tiempo ya que éstas representan las inversiones utilizadas para la diversificación y mejora de los servicios, lo que conllevará un aumento de los ingresos de la empresa (reflejado en el estado de resultados proforma).
- En cuanto a las obligaciones que la empresa tiene con terceros (pasivos), el mayor porcentaje está representado por el pasivo a largo plazo, que representa la deuda adquirida para poder financiar la construcción de las obras necesarias para la mejora de los servicios del Centro Turístico.

9.2.2 ANÁLISIS VERTICAL DE LOS FLUJOS DE EFECTIVO

Los datos utilizados para el cálculo provienen del Estado de Resultados con flujo neto de efectivo proforma para la situación 1 (ver página 453) y las fórmulas se presentan en el apartado **GUÍA EVALUACIÓN ECÓNOMICA**, (pag. 415) los resultados se presentan en el cuadro siguiente.

Tipo de margen	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad antes de impuesto	0	$(\$1,858.83 / \$11,285.63) \times 100 = 16.47\%$	$(\$13,148.82 / \$19,753.12) \times 100 = 66.57\%$
Utilidad neta	0	$(\$1,394.12 / \$11,285.63) \times 100 = 12.35\%$	$(\$9,861.61 / \$19,753.12) \times 100 = 49.92\%$

El primer año no existe una utilidad antes de impuesto, sino más bien, hay una pérdida. Esto es común y hasta cierto punto aceptable en todo proyecto ya que la inversión inicial realizada es alta y se requiere cierto tiempo para poder comenzar a percibir ingresos gracias a la dicha inversión. En el año 2 y año 3 se puede percibir que la inversión comienza a generar utilidades. Se puede concluir que el centro turístico comenzará a percibir utilidades a partir del segundo año de haber sido realizada la inversión inicial con una tendencia de crecimiento en éstas gracias al aumento en la cantidad de turistas que serán atraídos gracias a la diversificación y mejora de los servicios.

9.3. ESTADOS DE FUENTES Y USOS

Al tratarse de una propuesta que se encuentran en fase de evaluación previa a su implantación y por lo cual aun no se poseen datos reales, se auxilia de estados financieros proyectados de dos años consecutivos para este tipo de análisis, implicando que es tan solo una aproximación o estimación futura a la realidad.

Para los programas seleccionados y sus estados financieros se obtuvieron los siguientes datos pertinentes a éste estado auxiliar.

fuentes y usos				
<i>BALANCES</i>	<i>Dic. 31 de 2008</i>	<i>Dic. 31 de 2009</i>	<i>Variación</i>	<i>Clasificación</i>
ACTIVOS				
EFFECTIVO	1,400.00	1,400.00	-	
OBRA CIVIL	47,954.89	47,954.89	-	
MAQUINARIA Y EQUIPO	1,102.96	1,102.96	-	
MOBILIARIO Y EQ. DE OFICINA	713.90	713.90	-	
ACTIVOS INTANGIBLES	6,000.00	6,000.00	-	
DEPRECIACIÓN	(9,626.91)	(19,253.82)	(9,626.91)	<i>Fuente</i>
IMPREVISTOS	2,377.24	1,895.90		
TOTAL ACTIVOS	49,922.08	39,813.83	-	
PASIVOS				
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	10,671.59	10,671.59	-	
CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO	36,978.19	28,525.29	(8,452.90)	<i>Uso</i>
TOTAL PASIVOS	47,649.78	39,196.88	-	
CAPITAL SOCIAL	2,272.30	616.95	(1,655.35)	<i>Uso</i>

Fuentes y usos aplicadas al balance general del periodo comprendido entre 2008 y 2009 (año 1 y 2)

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2009		
INGRESOS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS		78,270.52
COSTOS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS		(44,359.22)
<i>UTILIDAD BRUTA</i>		<i>33,911.30</i>
<i>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</i>		<i>21,028.09</i>
<i>COSTO ADMINISTRATIVO</i>	10,070.40	
<i>COSTO DE COMERCIALIZACIÓN</i>	1,330.78	
<i>DEPRECIACIÓN</i>	9,626.91	<i>Fuente</i>
<i>UTILIDAD OPERACIONAL</i>		12,883.22
<i>PAGO A CAPITAL</i>		(8,452.90)
<i>INTERESES DEUDA BANCARIA</i>		(2,218.69)
<i>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</i>		2,211.63
<i>ISR</i>		552.91
<i>UTILIDAD NETA</i>		1,658.72
		<i>Fuente</i>

Fuentes y usos aplicadas al estado de pérdidas y ganancias del periodo comprendido entre 2008 y 2009 (año 1 y 2)

FUENTES		
	VARIACIÓN	%
DEPRECIACIÓN	9,626.91	85.30%
UTILIDAD NETA	1,658.72	14.70%
Σ	29,846.78	100.00%
USO		
	VARIACIÓN	%
CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO	8,452.90	75.31%
INTERESES DEUDA BANCARIA	2,218.69	19.77%
ISR	552.91	4.93%
Σ	11,224.50	100.00%

A partir del análisis anterior se identifica, tal como se plantea en un inicio, los cambios que se presentan a partir de la implantación de los programas seleccionados. Los cuales tienen un cambio considerable en cuanto a pasivos y aumento en los ingresos. Claramente se observa los porcentajes en que los ingresos contribuyen al pago de los costos financieros, aunque la depreciación no consiste en un ingreso pero si una fuente de inversión, siendo para los dos primeros años parte del cual se saldan las deudas.

Aunque estos análisis financieros aportan una idea bastante completa de la empresa con la situación propuesta implementada, ésta es bajo condiciones ideales o estables en el ambiente. El adecuado desarrollo de la misma dependerá de muchos factores, los cuales en su mayoría se encuentran fuera del control de la empresa.

Siendo el entorno para las empresas de servicios en general y aun más para un sector dinámico como el turismo y en general para la economía del país, es necesario reconocer variables que afectarían el desarrollo adecuado de proyectos relacionados a éstos. Aunque se puede hacer una aproximación o estimación, es difícil obtener un resultado 100% acertado precisamente por tratarse de variables externas, es a través de los análisis de sensibilidad que se disminuye un poco la incertidumbre respecto a éstas variables actuando sobre el entorno del proyecto.

Para los programas seleccionados, el análisis de sensibilidad considera una disminución de afluencia de turistas por diversos motivos, entre ellos puede atribuirse una disminución en el poder adquisitivo de los visitantes para costear los servicios que presta el Puerto o en general una falta de recursos para costear transporte u otros. Como ya se mencionó es difícil predecir los cambios a partir de éstas variables se produzcan, pero a través de éste análisis se tendrá un comportamiento aproximado en el desarrollo del Puerto y sus resultados con la aplicación de la propuesta.

9.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es una forma por medio de la cual se determina cuánto se afecta la utilidad o rentabilidad del proyecto ante cambios a determinadas variables. Para lo cual se hace un recálculo se los indicadores económico-financieros. Para el análisis del grado de efecto de las utilidades ante los cambios de determinadas variables, se especificarán a continuación las variables independientes a ser consideradas:

El análisis de sensibilidad está en base al escenario pesimista en el cual se han desarrollado todas las evaluaciones, en el que se realizan las inversiones a partir de financiamiento de bancos. Es por ello que dentro de éste análisis, la Razón de endeudamiento (75%) es el mismo para los escenarios que se presentan por las variables independientes que afectarían el desempeño económico y financiero de la propuesta.

Se hará la consideración que se mantiene la misma TMAR que se detalló en el apartado de análisis económico anterior (TMAR = 12.36%).

VARIABLES INDEPENDIENTES

- **Costo de entrada por persona**

Solamente se considerará un aumento al valor de entrada por persona, ya que es lógico un aumento contra una disminución, debido a que se están aumentando los servicios ya existentes en el Centro Turístico, aumentando con ello el atractivo y actividades por realizar dentro de éste, finalmente generando valor agregado, el cual implica un costo que debe ser recuperado para permitir la reinversión, desarrollo y vida de la empresa.

Para los cálculos se considerará un aumento de \$0.25 por persona, obteniendo una nueva tarifa de \$0.50 para niños, \$0.75 para adultos y manteniendo la tarifa por entrada de vehículo, así como la entrada promedio de vehículos.

NUEVA TARIFA (\$)	
NIÑOS	ADULTOS
0.50	0.75

Al realizar el cambio en los estados de resultados en el cálculo de ingresos, se obtienen los siguientes datos:

CÁLCULO DE LOS INDICADORES

A continuación se presenta los respectivos cálculos respectivos de todos los indicadores según los cambios en la variable independiente:

INDICADOR	SITUACIÓN 1	SITUACIÓN 2	ANÁLISIS
TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)	106.44%	125.38%	Dado que resultó que la TIR > TMAR, <i>el proyecto se acepta</i> bajo las condiciones que se presentan en éste apartado para ambos casos.
VALOR ACTUAL NETO	\$117,212.20	\$158,336.76	Como se observa el Valor Actual Neto de efectivo es mayor que la inversión inicial, por lo que el desarrollo de los programas seleccionados es factible de desarrollarlos, lo que indica que si se desarrollan los programas para 5 años bajo éstas condiciones se obtendrá una ganancia neta en el presente de 117,212.20 considerando la situación 1 y de 158,336.76 para la situación 2, utilizando una tasa de 12% la cual corresponde a la TMAR.
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	4.65	6.28	El proyecto es económicamente aceptable para los estimados y la tasa de descuento aplicada ya que es $B/C \geq 1.0$, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá una retribución de 4.65 de dólar para la primera situación y de 6.28 para la segunda.
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	1.514 1 año y 7 meses	1.165 1 año y 2 meses	Bajo las condiciones actuales se espera que la inversión inicial se recupere en 1 año y 7 meses para el primer caso y en un periodo de 1 año y 2 meses aproximadamente en la segunda situación.

Cuadro No. 61. Indicadores económicos con variación de costo de entrada

Razón	SITUACIÓN 1		SITUACIÓN 2		Análisis
	min** max	prom*	min** max	prom*	
RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	0.112 0.37	0.25	0.136 0.43	0.30	Para el primer año, los ingresos por entradas al Centro Turístico contribuirían en un 11.2% a las utilidades de la empresa. Es decir que el 11.2% del total de las ventas (prestación de los servicios) anuales se convertiría en utilidades. Cada año aumentaría esta razón, teniendo en promedio para los años evaluados un 25% de contribución, para el primer caso, para el segundo se considera que el primer año sea de 13.6% y en promedio de 30%, solo considerando el aumento al flujo de visitantes, sin ningún costo adicional para el uso de las nuevas instalaciones.
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	0.153 0.92	0.51	0.194 1.33	0.71	Para el primer año de funcionamiento e inversión, el Puerto sería capaz de generar una utilidad del 15.3% con respecto a las inversiones realizadas. Obteniendo luego de los primeros 5 años a un promedio de 51% en utilidades con respecto a la inversión realizada y un máximo en el 5to año equivalente al 92% de la inversión, tomando en cuenta la situación 1, para la segunda se tiene un 19.4% para el año 1 y 133% para el 5 año; con un promedio de 71% anual.
COBERTURA DE INTERÉS	12.39 164.6 9	60.28	13.70 222.0 6	78.48	El Puerto tiene la capacidad de cubrir hasta 12 veces el costo actual atribuido a costo financiero o intereses por deudas. A medida pasan los años, la capacidad de cubrir intereses aumenta debido a que se va liquidando el préstamo adquirido y aumentando margen de utilidades. Si se aplica para el 5to año de funcionamiento la empresa podrá cubrir hasta en 164 veces el costo actual por intereses, pudiendo en promedio de los 5 años cubrir 60 veces éste costo financiero. En la situación 2, se establece que el centro turístico puede cubrir hasta el 13% de la deuda del costo financiero y al cabo de 5 años en un 222.06%, con un promedio anual de 78.48%.
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	1.77 3.20	2.43	1.84 3.95	2.79	Para el primer año de funcionamiento se tiene el ingreso suficiente o ha generado ventas como para igualar la inversión en activos. El 177% de los activos en promedio ha generado un equivalente en ingresos. Para el caso de la situación 2, en la que se considera un mayor ingreso de personas se posee un ingreso por el uso de los activos equivalente al 184%, por lo que la prestación de servicio genera productividad sobre el uso de los activos.
RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	0.20 1.19	0.66	0.25 1.71	0.91	Para el primer año es posible producir utilidades con los activos disponibles, tomando en cuenta la situación 1, ya que el porcentaje es positivo, al cabo de los 5 años se obtiene una utilidad del 119%, teniendo un promedio del 66%, de utilidad sobre los activos. Para la situación 2, en el primer año se presenta una utilidad sobre los activos actuales, obteniendo en cinco años un máximo de 171% de utilidades, obteniendo un promedio de 91% de utilidades durante todo ese periodo.

Cuadro No. 62 Resultados de razones financieras con variación de costo de entrada

*Se refiere a promedio de de los cinco años estimados en los estados proforma.

** Se refiere al mínimo (el primer año) y el máximo (obtenido en el quinto año).

▪ **Variación de afluencia (cantidad de visitantes)**

Ésta variable trata el cambio que puede experimentar los ingresos al Centro Turístico según existiera un aumento o disminución en la afluencia de visitantes.

CÁLCULO DE LOS INDICADORES

A continuación se presenta los respectivos cálculos respectivos de todos los indicadores según los cambios en la variable independiente:

Aumento de afluencia

Considerando un aumento de lo previsto en la afluencia, en el caso de recuperar los clientes que se mostraron insatisfechos y decidieron no regresar (SITUACIÓN 2, optimista) el cual corresponde a un 5% ya fue evaluado anteriormente por lo que se concentra ésta evaluación en el *caso pesimista*.

Disminución en la afluencia de visitantes

Se tratará un escenario pesimista, considerando una disminución del 5% en la afluencia esperada además de la no recuperación de los clientes que pretenden no regresar.

INDICADOR	VALOR	ANÁLISIS
TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)	24.15%	Dado que resultó que la TIR > TMAR, el proyecto se acepta bajo las condiciones que se presentan en éste apartado
VALOR ACTUAL NETO	\$12,633.56	Puesto que el Valor Actual Neto de efectivo es mayor que la inversión inicial, el desarrollo de los programas seleccionados es factible de desarrollarlos, indicando que si se desarrollan los programas para el periodo de 5 años bajo éstas condiciones se obtendrá una ganancia neta en el presente de 12,633.56 , utilizando una tasa de 12% la cual corresponde a la TMAR.
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	0.50	El proyecto no es económicamente aceptable para los estimados y la tasa de descuento aplicada, ya que es B/C < 1.0.
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	5.3313 5 años y 4 meses	Bajo las condiciones actuales se espera que la inversión inicial se recupere en 5 años, 4 meses.

Cuadro No. 63 Indicadores económicos con variación de afluencia, escenario negativo

Razón	min max	prom*	Análisis
RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	-0.157 0.15	0.01	Para el primer año, los ingresos por entradas al Centro Turístico tienen una pérdida del 15.7%. Es decir que el 15.7% del total de las ventas anuales no convertiría en utilidades, sin embargo es a partir del 3er año que se obtendrán ganancias. Cada año aumentaría esta razón, teniendo en promedio para los años evaluados un 1% de contribución por ventas. Solo considerando el aumento al flujo de visitantes, sin ningún costo adicional para el uso de las nuevas instalaciones, con un máximo de 15%.
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	-0.158 0.23	0.04	Para el primer año de funcionamiento e inversión, el Puerto no sería capaz de generar una utilidad respecto a las inversiones realizadas. Sin embargo es a partir del 3er año que se obtendrán rendimiento. Obteniendo luego de los primeros 5 años un promedio de 4% y un máximo durante el 5to año del 23% en utilidades con respecto a la inversión realizada.
COBERTURA DE INTERÉS	3.77 66.73	23.73	El Puerto tendría la capacidad de cubrir hasta 3 veces el costo actual atribuido a costo financiero o intereses por deudas. A medida pasan los años, la capacidad de cubrir intereses aumenta debido a que se va liquidando el préstamo adquirido y aumentando margen de utilidades. Si se aplica para el 5to año de funcionamiento la empresa podrá cubrir hasta en 66 veces el costo actual por intereses, pudiendo en promedio de los 5 años cubrir 23 veces éste costo financiero.
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	1.29 1.96	1.61	Para el primer año de funcionamiento se tendría el ingreso suficiente o generado de la prestación de los servicios como para igualar la inversión en activos. El 129% de los activos generaría un equivalente en ingresos. Si los activos se mantuvieran constantes durante los primeros 5 años, entonces se tendría en promedio un equivalente al 161% en ventas sobre el valor de los activos totales.
RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	-0.20 0.30	0.05	Para el primer año no es posible producir utilidades con los activos disponibles. De mantenerse los activos actuales, en cinco años se obtendría un máximo de 30% de utilidades (el correspondiente para el 5to año y obteniendo un promedio de 5% de utilidades durante todo ese periodo.

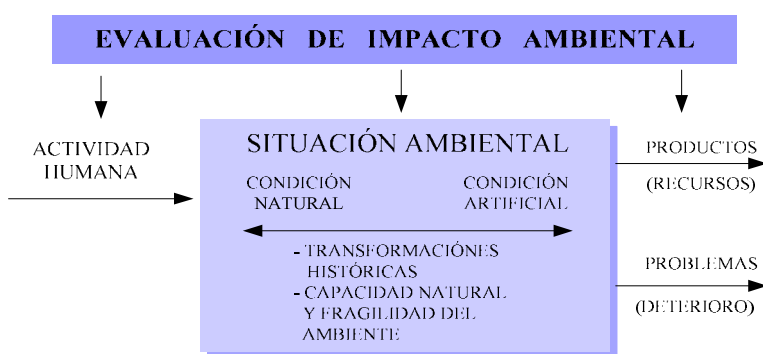
Cuadro No. 64 Resultados de razones financieras con variación de afluencia, escenario negativo

10. EVALUACIÓN AMBIENTAL

Según las mismas leyes nacionales del Medio Ambiente, “el deterioro acelerado del ambiente está ocasionando graves problemas económicos y sociales, amenazando con daños irreversibles para el bienestar de las presentes y futuras generaciones, lo que hace necesario compatibilizar las necesidades de desarrollo económico y social con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y proteger al medio ambiente”⁵². Entre la política nacional se encuentran los principios en los cuales se menciona que todos los habitantes tienen derecho a un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado. El desarrollo económico y social debe ser compatible y equilibrado con el medio ambiente; tomando en consideración el interés social señalado en el Art. 117 de la Constitución.

El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de estas medidas es la realización de los Estudios de Impacto Ambiental (EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible si ya lo es. Se considera que el EIA “es un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de preinversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente”⁵³. Debidamente aplicados los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo, y su conducción depende de las condiciones particulares del programa o proyecto a evaluar y del ambiente natural y cultural en el que se desarrollará.



Esquema No. 7 Proceso de transformación del Medio Ambiente⁵⁴

⁵² Ley del Medio ambiente, Ministerios del Medio Ambiente, El Salvador, 1998.

⁵³ Según la ley del Medio Ambiente de El Salvador, art. 18.

⁵⁴ Tomado del documento “Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Centro de Estudios para el Desarrollo de Chile (CED), 2001.

Entre algunos de las evaluaciones se encuentran: evaluación del impacto biológico, sobre la comunidad local, sobre los recursos naturales y el paisaje, sobre los recursos económicos.

Como parte del proyecto a realizarse con fines turístico, en un lugar en el cual ya existe una infraestructura que fue aprobada previo a su construcción en un sitio ratificado como Humedal y por lo tanto protegido según leyes, es responsabilidad del Centro Turístico velar por el que sus futuros proyectos, cambios y ampliaciones sean acordes a los reglamentos y leyes relacionadas al medio ambiente. Es por esto que se realiza una evaluación ambiental del proyecto parcial que en este estudio se presenta.

10.1 METODOLOGÍA GENERAL

Haciendo uso de la Metodología de las siete etapas, Metodología general para estudios de impacto ambiental, la cual es basada en el cálculo del Valor Índice Ambiental junto con la metodología expuesta para la evaluación Ambiental del documento *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América*⁵⁵ se tiene las siguientes etapas:

10.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS ALTERNATIVAS

En este apartado se identifican las actividades principales a ser desarrolladas en el proyecto propuesto, las cuales podrían tener algún impacto ambiental. El proyecto consta de la puesta en marcha en especial de 7 subprogramas que pertenecen al Plan de Diversificación de la Gestión Integral para la Reactivación del Centro Turística Puerto San Juan propuesta en el presente trabajo. De estos subprogramas, los que se consideran con algún tipo de impacto significativo:

- 1- Construcción de la Piscina, el cual implica los siguientes actividades
 - a. Construcción de piscina
 - b. Construcción de vestideros
- 2- Construcción del Parqueo y mejora de acceso, implica
- 3- Ampliación del muelle

Detalles de su diseño se encuentra contenido dentro del trabajo, así como sus materiales y forma de operar. Y aun cuando en los dos primeros programas mencionados anteriormente en su etapa de diseño consta de varias alternativas se consideran las más convenientes que fueron evaluadas dentro de la evaluación económica-financiera.

10.1.2 DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL

El Centro Turístico ha sido descrito, al igual que su entorno dentro de la etapa de Diagnóstico, en el cual se describe el Cantón San Juan, sus recursos y la localización exacta del Centro Turístico. Además de

⁵⁵ Documento elaborado por PROARCA/CAPAS, USAID – CCAD, San José, Costa Rica, 1998.

algunas características del Lago que se encuentra frente al mismo, el Lago de Suchitlán o humedal del Cerrón Grande.

10.1.3 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Ésta consiste en la identificación del mayor número posible de impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a la actividad de la empresa, dando énfasis a los impactos negativos.

<i>TIPO DE IMPACTO</i>	<i>APLICABLE</i>	<i>RAZÓN</i>
Biológicos	SI	Debido a que la ampliación del muelle puede afectar a la comunidad de peces y de las ninfas del lago.
Sobre la comunidad local	NO	Debido a la naturaleza del proyecto, no se verá afectada la comunidad en cuanto a impacto ambiental se refiere. No se verán afectadas las fuentes de abastecimiento de servicios, Sin necesidad tampoco de llegar a acuerdos con las comunidades para que defiendan el proyecto, las áreas naturales y vida silvestre de la zona.
Sobre los recursos naturales y el paisaje	SI	Particularmente se verá afectado el paisaje con la construcción del muelle y mejora de acceso con ampliación de parqueo y debe verificarse que no pasen a formar el objetivo visual primario o que su presencia no constituya una agresión al paisaje.
Sobre los recursos económicos	NO	Por la naturaleza del proyecto, el impacto ambiental no tendrá grandes repercusiones sobre el recurso económico, como que no influya en la inflación local por aumento de demanda de servicios y abastecimientos. Y una revisión de la infraestructura en cuanto a abastecimiento de agua potable y disposición de desechos.

Cuadro No. 65 Tipos de impactos ambientales relacionados

Dentro de los impactos Biológicos y relacionados al proyecto, se encuentran:

- ☞ Amenaza a Fauna, en la cual por la poda de árboles se estimulación a la migración de aves y especies pequeñas.
- ☞ Amenaza a Recursos Forestales, deforestación parcial debido a la necesidad de obtener un área limpia para la construcción del parqueo y la piscina.

Dentro de los impactos sobre los recursos naturales y paisaje relacionados al proyecto:

- ☞ Cambios Sobre Medio perceptual o paisaje, debido al cambio de áreas verdes por construidas para los 3 subprogramas en evaluación.
- ☞ Amenaza a recurso Hídrico, el lago.
- ☞ Impacto sobre suelos, debido a la necesidad de construcción de parqueo y de piscina.
- ☞ Contaminación de Suelos durante la construcción de las obras civiles.

10.1.4 PREDICCIÓN E INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS

En ésta etapa consiste en predecir el comportamiento de cada impacto con el tiempo, anticiparse a los cambios que experimentaría cada componente ambiental si se lleva a cabo el proyecto. A partir de ésta se determina si el impacto por la puesta en marcha del proyecto será benéfico o adverso.

ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO	CONSECUENCIAS
Construcción de piscina y vestideros	suelos	Desperdicio de suelo por compactación	Se dejará de utilizar una buena parte del área verde (-)
	Agua	Uso mayor	Aumenta cantidad de agua consumida en total por el Centro Turístico (-)
	Recurso Forestal	Deforestación	Aun cuando el diseño contempla la corta de la menor cantidad de árboles posibles, aun así es inevitable eliminar aproximadamente 2 o 3% de los árboles en las zonas involucradas (-)
	Fauna	Migración de aves y otras especies pequeñas	Debido a la corta de árboles existe la posibilidad de migración de árboles, sin embargo a otros árboles de la misma zona (N)
	Paisaje	Cambios bruscos	Aun cuando cambia el paisaje actual del área en que se construirá, su diseño no permite que sea el foco principal de atención, logrando involucrarse con el paisaje (+)
Terracería y compactación de suelos para construcción de parqueo y mejora de acceso	suelos	Desperdicio de suelo por compactación	Se dejará de utilizar una buena parte del área verde (-)
	Recurso Forestal	Deforestación	Aun cuando el diseño contempla la corta de la menor cantidad de árboles posibles, aun así es inevitable eliminar aproximadamente 2 o 3% de los árboles en las zonas involucradas (-)
	Fauna	Migración de aves y otras especies pequeñas	Debido a la corta de árboles existe la posibilidad de migración de árboles, sin embargo a otros árboles de la misma zona (N)
	Paisaje	Cambios bruscos	Aun cuando tiene un cambio perceptible, es consecuente al diseño original del Centro Turístico, lo cual con variará mucho al paisaje actual y éste permitirá un mayor ordenamiento del área de recolección de basura, modificando su ubicación (+)
Ampliación del muelle	Recurso Hídrico	Contaminación	Se considera que el uso de los materiales actuales no tiene una repercusión al mediano ni largo plazo, ya que se reemplazarán cada cierto tiempo. Es más, se fabricará con algunos elementos reciclados (N)
	Fauna	Migración de peces	No se considera se tenga ningún impacto sobre los peces del lago. (N)
	Paisaje	Cambios bruscos	No se considera que afecte al paisaje actual, debido a que es una ampliación y no a la implantación de un nuevo servicio o infraestructura. (N)

Cuadro No. 66. Predicciones para impactos posibles

Simbología:

(N): Impacto Neutral

(-): Impacto Negativo

(+): Impacto Positivo

10.1.5 EVALUACIÓN GLOBAL DEL IMPACTO AMBIENTAL

Se trata de la determinación de la importancia relativa del impacto ambiental. Consiste en evaluar o valorar los impactos ambientales cuantitativa (a través del Valor del índice ambiental o VIA) y cualitativamente.

Entre los criterios de evaluación se encuentran:

- Variación de la calidad ambiental (V)
- Escala del impacto o Magnitud (E)
- Gravedad del impacto (G)
- Duración del impacto (D)
- Dificultad para cambiar el impacto o Reversibilidad (C)
- Momento de manifiesto o tiempo en hacerse notar (M)

A continuación se presenta un cuadro resumen de los criterios, sus valores y descripciones:

CRITERIO	DESCRIPCIÓN DE CRITERIO	ALTERNATIVA	VALOR	DESCRIPCIÓN DE VALOR
CALIDAD AMBIENTAL (V)	Indica la variación o cambios experimentados debido al impacto	<i>Positivo</i>	0	se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente
		<i>Negativo</i>	3	modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente
ESCALA (E)	Se considera las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas	<i>Bajo</i>	0	impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera
		<i>Medio y/o alto</i>	1	impacto está dentro de la zona de la empresa
		<i>Notable o muy alto</i>	2	trasciende de la zona de la empresa y es de interés municipal
		<i>Total</i>	3	trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional
GRAVEDAD (G)	Indica la utilización de recursos, cantidad, calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la empresa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana	<i>Intrascendente</i>	0	no produce cambios sobre el medio ambiente
		<i>moderado</i>	1	produce cambios indirectos o indirectos sobre el medio ambiente, pero no trascendentes
		<i>severo</i>	2	produce cambios directos e indirectos sobre el medio ambiente que urgen solución, pero están bajo límites permisibles
		<i>Crítico</i>	3	magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, requiere atención inmediata
DURACIÓN (D)	Tiempo de duración del impacto si no se aplican medidas correctivas	<i>Fugaz</i>	0	< 1 año
		<i>Temporal</i>	1	1-3 años
		<i>Prolongado</i>	2	4-10 años
		<i>Permanente</i>	3	Alteración indefinida

REVERSIBILIDAD (C)	Dificultad para cambiar el impacto. Es el grado de cambio y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre	<i>Recuperable</i>	0	Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente desaparece
		<i>Mitigable</i>	1	Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un tiempo corto (1 a 6 meses) para que desaparezca
		<i>Reversible</i>	2	Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo(6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca
		<i>Irreversible</i>	3	Nunca desaparece aunque se apliquen medidas correctivas
MANIFIESTO (M)	Momento en que se hace notar o se manifiesta el impacto	<i>Inmediato</i>	0	Los efectos son inmediatos
		<i>Corto Plazo</i>	1	Los efectos se prevén en corto plazo (de 1 a 4 años)
		<i>Mediano Plazo</i>	2	Para que se observen los efectos debe transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años)
		<i>Largo Plazo</i>	3	El tiempo para observar los efectos es de largo plazo (mayor de 10 años)

Cuadro No. 67 Criterios y valores para la evaluación Ambiental

En base a los criterios anteriores se procede a la calificación de los impactos ambientales. Para ello se utiliza la siguiente matriz de calificación para la evaluación específica de la situación futura.

MATRIZ DE CALIFICACIÓN PARA SITUACIÓN PROPUESTA

IMPACTO AMBIENTAL	V	E	G	D	C	M	VIA
Cambios bruscos en el paisaje	0	0	0	1	0	0	0.17
Migración de aves y otras especies pequeñas	0	0	1	0	0	0	0.17
Deforestación	1	0	2	2	2	0	1.17
Desperdicio de suelo por compactación	1	0	2	1	2	2	1.33
Consumo mayor de agua	1	1	1	0	2	1	1.00
Contaminación del lago	0	0	2	3	2	2	1.50
Promedio							0.89

Cuadro No. 68 Matriz de calificación para evaluación ambiental

El cálculo del Valor del Índice Ambiental (VIA) anterior para cada impacto se realiza utilizando la fórmula:

$$VIA = (V + E + G + D + C + M) / 6$$

Para la evaluación de los impactos se compara el VÍA obtenido con las categorías mostradas en el siguiente cuadro:

CATEGORÍA	VALORES LÍMITES VAL. MÍN – VAL. MÁX	CALIFICACIÓN
1	0.00 – 0.60	Impacto Insignificante
2	0.61 – 1.20	Impacto Mínimo
3	1.21 – 1.80	Mediano Impacto
4	1.81 – 2.40	Impacto Considerable
5	2.41 – 3.00	Gran Impacto

Cuadro No. 69 Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales

*El índice de la situación propuesta (0.89) se califica dentro de la categoría 2, considerado como un **impacto mínimo** para el ambiente. Aunque hay que hacer la aclaración que uno de los aspectos que más afecta es la contaminación del lago, la cual no tiene relación directa con el Centro Turístico Puerto San Juan, y se encuentra fuera de su control. Aun cuando la situación propuesta supone un impacto en el medio ambiente, éste es tratable, temporal y recuperable.*

10.1.6 MEDIDAS DE MITIGACIÓN

Plantean medidas específicas para el control y monitoreo de los impactos, las cuales permiten prevenir, corregir, o reducir los impactos negativos y optimizar o potencializar los positivos.

ACTIVIDAD	IMPACTO	MEDIDA DE MITIGACIÓN
<i>Construcción de piscina y vestidores</i>	Cambios bruscos en el paisaje	Agregar elementos decorativos naturales acordes al contexto, como helechos, arbustos, plantas, fuentes. Uso de colores neutros
	Deforestación	Plantación de árboles según características del terreno en igual o mayor cantidad a los eliminados.
	Consumo mayor de agua	Reutilización del agua utilizada para llenar la piscina como agua para riego de zonas verdes cercanas.
<i>Terracería y compactación de suelos para construcción de parqueo y mejora de acceso</i>	Deforestación	Plantación de árboles según características del terreno en igual o mayor cantidad a los eliminados.
	Desperdicio de suelo por compactación	Utilización al máximo por metro cuadrado, controlando que no se elimine la zona verde nunca en una cantidad menor al 10% del total del terreno.
<i>Ampliación del muelle</i>	Cambios bruscos en el paisaje	Utilización de colores y materiales de acuerdo a las características de la zona. Se utilizarán elementos de recicle y con diseño artesanal.

Cuadro No. 70 Medidas de Mitigación de impactos

10.1.7. MONITOREO AMBIENTAL

Se establece un sistema de observación que permita evaluar la ejecución del proyecto, con el objetivo de verificar la aplicación y eficiencia de las medidas previstas para evitar los efectos ambientales, detectar efectos ambientales no previstos y corregirlos.

Al terminar la fase de construcción se verificará:

- *Verificación de la existencia de elementos decorativos ambientales que den aspecto natural a las obras, tal como:*
 - En Parqueo: arbustos, árboles, islas de áreas verde y área para depósito de desechos del Centro Turístico.
 - Piscina y Vestideros: arbustos, árboles, helechos o plantas decorativas diversas. Utilización de colores neutros o claros en las obras y de existir la posibilidad la construcción a futuro de un río artificial o una fuente de agua.

- *Utilización al máximo de recursos:*
 - Muelle: observación que la ampliación sea realizada con los mismos elementos de la estructura original, los cuales son reciclables.
 - Parqueo: Debe utilizarse todas las áreas posibles para parqueo y un mínimo de distancia para tránsito interno, de forma que no se provoquen congestionamientos o espacios inutilizados. Las áreas que no son útiles debido a la forma del terreno deben ser ocupadas por islas de áreas verdes dentro del mismo.
 - Ubicación de la Piscina: debe considerar la constructora un espacio para ampliaciones futuras sin afectar el diseño original del Centro Turístico.

- *Reforestación:*
 - Parqueo y Piscina: por cada árbol talado deberá plantarse 3 árboles en las áreas que sean más adecuadas dentro del Centro Turístico.

Periódicamente:

- Debe darse un mantenimiento de poda, sustitución de plantas, riego a las zonas verdes y limpieza en general.

11. EVALUACIÓN SOCIAL

La evaluación social se puede definir como el enfoque del bien común y se refiere a un análisis socioeconómico en el que el flujo de recursos reales de los bienes y servicios utilizados y producidos por el proyecto puedan determinarse en costos y beneficios sociales. Esta evaluación persigue medir la verdadera contribución del proyecto al crecimiento económico del país.

Los beneficios y costos sociales intangibles, aun cuando no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en una evaluación, en cuanto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el bienestar de la comunidad. Ésta definirá la situación del municipio contra la ejecución del proyecto. De esta forma la determinación de los costos y beneficios deben traducirse en el bien comunitario consumado, en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes o en la solución práctica a una problemática.

Históricamente, el desarrollo turístico no planificado con frecuencia ha llevado a impactos sociales y económicos negativos sobre las comunidades.

Es en esta evaluación que se observan los efectos e impactos del proyecto en el entorno, la cual está elaborada en función de los beneficios sociales (efectos positivos) significativos que conlleva el desarrollo de la Gestión Integral, considerando aspectos como lo son la educación, salud, seguridad, cultura, vivienda, infraestructuras, entre otros. Y en donde los cambios producidos por el proyecto son percibidos por la sociedad o por la economía, no por el proyecto en sí.

Entre los efectos resultados de la implantación de la Gestión y el proyecto que se evalúa están:

- **Creación de fuentes de Empleo Directa e indirecta**

Con la puesta en marcha de los programas propuestos como parte de éste proyecto, se generan tanto fuentes directas como indirectas de empleo. Permitiéndole a la población del Municipio y aun más de las personas residentes en el Cantó San Juan obtengan ingresos estables y un trabajo cercano a su hogar.

Según se amplía la diversificación de servicios dentro del Centro Turístico, se vuelve inevitable la generación de nuevos empleos, puesto que la razón de ser del mismo es principalmente un servicio y por lo tanto su principal componente para su funcionamiento es el humano.

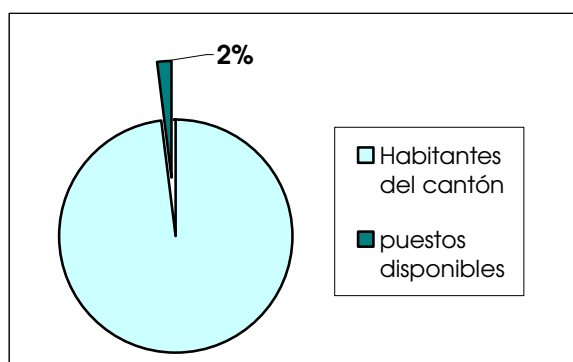
El proyecto busca principalmente fortalecer la principal actividad económica existente en el Municipio (el turismo) trasladado a zonas externas a su principal atractivo turístico (el casco urbano), abriendo camino a un nuevo tipo de turismo, el ecoturismo. Turismo que tiene mucha aceptación a nivel internacional y que tiene una demanda que empieza a crecer favorablemente. Con esto se presenta un antecedente de

ecoturismo no solo en el Municipio, sino se suma a las iniciativas que van surgiendo a nivel nacional, para volver más competitivo al país en ésta materia.

Todo sumado, permite tener una proyección a mediano y largo plazo, en el cual se prevé se continúe invirtiendo y generando nuevos proyectos en éste tipo de rubro, aumentando en general con ello la cantidad de oportunidades de trabajo.

Suchitoto cuenta con un total de habitantes de 5,096 en la zona urbana. Específicamente dentro del Cantón San Juan se cuenta con 409⁵⁶ habitantes, representando el 8% de la población del área urbana. Se espera que por solo las iniciativas de mejoras tratadas en las presentes evaluaciones se abran plazas para 7 personas, lo que representa un 2% de la población del cantón.

A continuación se muestra el porcentaje de trabajos *directos disponibles que se abren a partir de la de implementación de la etapa evaluada* del proyecto, en relación con la cantidad de habitantes del cantón:

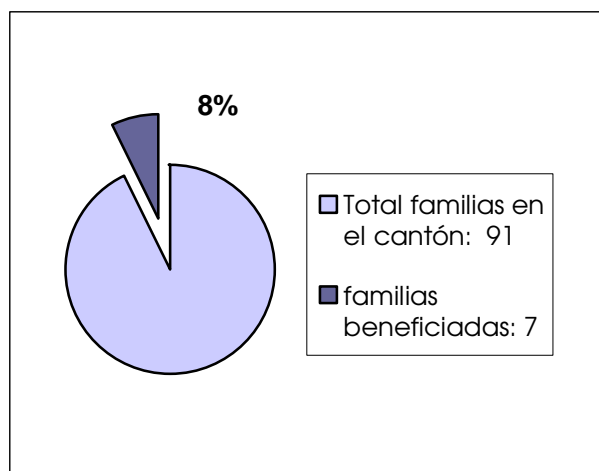


Porcentaje de habitantes del Cantón San Juan a ser empleadas en el Centro Turístico

Lo cual podría equivaler también al beneficio de una familia por cada puesto de trabajo abierto. Lo cual corresponde al beneficio de 7 familias de un total de 91 familias en el Cantón San Juan.

Cantidad de familias beneficiadas con la apertura de trabajos en el puerto en ésta etapa de la propuesta desarrollada en el presente trabajo de evaluación, es la siguiente:

⁵⁶ Según datos de “Características de las familias de Suchitoto” de documentos pertenecientes a la Alcaldía de Suchitoto, OTCHS



Porcentaje de familias del Cantón San Juan con aumento de ingresos por apertura de puestos

▪ **Desarrollo empresarial**

El proyecto es parte de iniciativas de fortalecimiento de un sector que recién empieza a tener auge y apoyo dentro del país, el turismo. El cual fortalece la economía e iniciativas empresariales dentro del Municipio, apoyando la idea inicial para el Centro Turístico, en el que los pobladores del Cantón San Juan posean y administren su propio negocio, en especial aquellos que tenían sus puestos de trabajo en la zona en la cual se encuentra actualmente dicho centro. Logrando obtener fuentes de ingresos administrados por ellos mismos y con capacidad de desarrollo no solo personal, sino también de la zona y de la misma actividad económica.

El desarrollo de los programas que se proponen en el presente trabajo, busca dar soporte a las fortalezas que posee el Centro Turístico Puerto San Juan junto (como el interés de la población en el desarrollo local) con las oportunidades (iniciativas en desarrollo y apoyos de diversas áreas) existentes para disminuir al mínimo, según los escenarios actuales, las debilidades (Incumplimiento a algunas expectativas de visitantes por ejemplo) que posee y las amenazas que se detectan (aparecimiento de Centros recreativos diferentes al ecoturismo y con mejores instalaciones, entre otros), y ya que existen pocas iniciativas como éstas, servir de modelo para futuros proyectos similares.

Es importante recordar que el fin de la idea del Puerto San Juan era desde sus inicios, convertir el trabajo informal de sus habitantes a una forma formal, permitiendo con ello su desarrollo.

Entre los años de 1998 y 2002, se observa un aumento relativo del sector formal, pero mucho más significativo el aumento del sector informal. La diferencia entre ellos es muy grande, en gran medida a las facilidades o conocimientos generales que se tienen con respecto a una conformación de una empresa formalmente.

OCUPADOS POR CUENTA PROPIA, SEGÚN SECTOR DE OCUPACIÓN Y SEXO, AÑOS 1998, 2000 Y 2002

SECTOR DE OCUPACIÓN	1998	2000	2002
Sector Formal	14,093	15,950	15,461
Sector Informal	325,294	373,193	405,382
- Hombres	126,136	133,563	146,382
- Mujeres	199,158	239,630	259,000

Fuente: Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples de 1998, 2000 y 2002.

Aunque no haya estadísticas sobre los locales informales existentes en Suchitoto, si existen el interés por que éstas se fortalezcan y logren un desarrollo pleno. Éste es el caso del Centro Turístico, el cual fue creado con ese fin y cuyas mejoras fortalecen dicha iniciativa. Permitiendo en un futuro aumentar aun más sus servicios, involucrando nuevas y más personas que tuvieran un negocio informal y formalizándolo dentro del Centro Turístico, según las ideas y necesidades que surgiesen.

OCUPADOS DEL SECTOR INFORMAL EN LAS PRINCIPALES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

AÑOS	INDUSTRIA MANUFACTURERA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO, HOTELES, RESTAUR.	TRANSPORTE, ALMACENAJE Y COMUNICACIO.	SERVICIOS COMUNALES, SOC. Y SALUD	INTERMEDIARIOS FINANCIEROS E INMOB.
1998	125,046	29,782	309,304	42,204	41,805	11,829
2000	131,219	38,934	337,575	42,529	52,132	13,820
2002	131,915	42,700	388,112	42,909	52,664	13,051

Fuente: Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples de 1998, 2000 y 2002.

Se puede observar en el cuadro anterior que la cantidad de personas en el sector informal en el área de servicios (transporte, comercio, hoteles, restaurantes) forman la mayor cantidad de personas ocupadas, en relación a los otros tipos de actividades económicas. Podemos concluir, que el desarrollo del Puerto San Juan, viene a ser parte del desarrollo y el cambio de algunos negocios informales a formales, y por lo tanto aumentan las posibilidades de desarrollo de éstos.

▪ **Aumento de Turismo Interno**

El Fortalecimiento del Centro turístico a través de los programas propuestos permite que se fomente el ecoturismo y los diversos turismos con los cuales tiene relación Puerto San Juan, abriendo nuevos mercados tanto nacionales como internacionales y dando una nueva opción de visita dentro del país para los mismos conacionales. Al mejorar los servicios se aumenta el ingreso de visitantes y el cumplimiento de expectativas de los mismos permite la fidelidad de los mismos y sirviendo de promoción del mismo, provocando un escenario que permita un aumento de turismo interno. El Salvador es el tercer país con mayor cantidad de llegadas internacionales a la región Centroamericana⁵⁷. Sin embargo también mucha de

⁵⁷ Según datos estadísticos proporcionados por CORSATUR en su página web.

su población prefiere salir del país, por lo que con éste proyecto se pretende mantener a los visitantes actuales y aumentar la cantidad de visitantes.

Se sabe a través de éste estudio que la preferencia por tipo de turismo es variada, siendo las preferida el ecoturismo (23%), y entre los lugares más visitados en Suchitoto se encuentra el Lago de Suchitlán en un 16.9% de visitas al municipio. Del total de visitantes de Suchitoto han visitado el Puerto San Juan en un 36%, del cual se obtiene que entre las cosas que esperan recibir en servicios los proyectos evaluados en ésta ultima etapa representan el 30.2% (ampliación de muelle, de parqueo, mejora de acceso y elaboración de un mural infográfico). Y entre los visitantes el 14% no volvería al Centro Turístico, puesto que entre los aspectos que menos le gustaron fueron: el parqueo en un 10% igual que el acceso en un 12%. Sabiendo que la mayoría de las personas en el país han visitado o visitarían Centros Turísticos y que una de los aspectos más evaluados es la infraestructura, se espera que con la mejora de la misma propuesta en el presente trabajo sea de satisfacción para las expectativas y necesidades de los visitantes actuales y futuros.

Categoría	Resultados		
Procedencia	El Salvador 76%	Otros países 15%	Estados Unidos 8%
Edad	De 26 a 40 años 41%	De 41 a 50 años y mas 38%	De 18 a 25 años 21%
Su ingreso mensual	\$1000.00 a 5000 37%	\$301.11 a \$600.00 24%	No contesto 21% entre \$601 y 1000 13%, \$0.00 y \$150.00 1%, mas de \$5000.000 1%
Su ocupación principal	Profesionales 27%	Empleados 25%	Comerciantes 21%, estudiantes 15%, Amas de casa 6%, retirados 6%
Tipo de hospedaje que utiliza	Ninguno 52%	Hotel 21%, hostel 7%, Casa de huéspedes 7%	Casa propia 10%, Casa de parientes 3%
Como obtiene información de Suchitoto	Parientes y amigos 77%	Guías internacionales 11%	Internet 6%, TV 3%, Revistas 3%
Porqué visita Suchitoto	Diversión 41%	Descanso 31%	Conocer 10%, visita a parientes 10%, festividades 8%, trabajo 4%, Negocios 3%
El atractivo turístico que lo motiva a visitar Suchitoto	Atractivos naturales 62%	Atractivos históricos y culturales 61%	Manifestaciones populares 11%, trabajo 6%, acontecimientos programados 3%
Lugares que ha visitado en Suchitoto	Puerto San Juan 44%	Lago 38%	Casco urbano 20%, Iglesia Santa Lucía 14%, Los Tercios 13%
Su viaje lo organiza	En familia 70%	Personalmente 24%	Grupo de excursión 7%

Fuente: Estudio de Oferta y Demanda para Plan Maestro de Suchitoto, Mayo de 2006

Se observa en el cuadro anterior que el Puerto tiene un porcentaje alto de visita, se espera que al satisfacer las expectativas de los visitantes en general éste aumente y repitan la visita aquellos que debido a las instalaciones o servicios hayan manifestado no regresarán (ver gráfico 32 en anexos, sobre encuesta realizada).

- **Disminución de la migración**

En zonas rurales es común que los pobladores emigren en busca de empleos. El hecho que la empresa se encuentre en la zona, y con la posibilidad de desarrollo del mismo, permite que los pobladores no tengan la necesidad de emigrar.

El 18% de padres de familia y el 3% de madres de familia trabajan fuera de Suchitoto, lo que hace que las familias se separen o se trasladen a vivir fuera de Suchitoto. Al aumentar el empleo dentro de Suchitoto, en específico en Cantón San Juan, aumentando las posibles fuentes de trabajo, disminuyen las necesidades de migración.

- **Desarrollo de la comunidad**

A través de iniciativas de proyectos turísticos y mejora de los que se encuentran en funcionamiento, permite el desarrollo económico del Cantón San Juan, ya que aumenta la generación de empleo en la zona y se aprovecha también los recursos naturales que pueden ser responsablemente explotados, a partir de la perspectiva del ecoturismo. En general permite una mayor atención sobre la zona y sus habitantes, fauna y flora al valorar los recursos aprovechables que existen, y obliga a que se consideren las necesidades y facilidades que se requieren para que exista una armonía entre la vida existente y los proyectos turísticos.

El desarrollo turístico al que se ve sometido el Municipio, y como parte del mejoramiento del Puerto San Juan, obliga a la comunidad a ampliar conocimientos, mejorar infraestructuras y darse a conocer fuera de la zona. Esto se demuestra en la inclusión del Cantón San Juan dentro de las líneas estratégicas del Plan Maestro para el Municipio de Suchitoto, elaborado por la Oficina Técnica del Conjunto Histórico del mismo municipio., el cual beneficia a 91 familias del cantón San Juan con la generación de empleo; en el caso de la mejora del Centro Turístico se beneficia directamente a 7 familias, ya que con el desarrollo de los programas de mejora desarrollados es necesario emplearlos, estos tendrán un aumento de ingreso de \$200.00 para cada familia. Por otro lado las familias de los alrededores podrán beneficiarse si se toma en cuenta el desarrollo turístico como un todo y se involucran al desarrollo turístico de la zona y del municipio en general.

Tomando en cuenta el fomento de respeto al medio ambiente, el cual se encuentra implícito en la misión de Puerto San Juan y de su proyecto de mejora, permite una mayor conciencia por parte de todos los visitantes y pobladores del Municipio en lo que repercute en el cuidado del éste y de la salud en general de la población, al desarrollar diferentes practicas para la mejora de ambiental.

- **Conservación de patrimonios culturales y naturales**

El enfoque del turismo que se tiene en Suchitoto, considera el respeto por los patrimonios que poseen, tanto culturales como naturales. El mejoramiento del Centro Turístico es parte de ésta línea de trabajo, el cual considera en la presente propuesta como parte importante y primordial el respeto a la naturaleza y los recursos existentes en la zona, promoviendo al mismo tiempo el patrimonio cultural del mismo Municipio. Como apoyo a éste factor en especial se tiene la propuesta de la construcción del mural infográfico, el cual entre sus principales fines está la promoción de los patrimonios naturales y culturales del Municipio. También se hace notar al utilizar y reutilizar los recursos ya existentes y disponibles como es el caso del muelle, y el uso adecuado del suelo para la construcción de la infraestructura propuesta. Es por esto que el Puerto se considera como una parte de la conservación de éstos aspectos importantes del municipio.

12. EVALUACIÓN DE GÉNERO

Las diferencias existentes entre los hombres y las mujeres son de carácter biológico y de carácter social.

Género es un concepto que hace referencia a las diferencias sociales entre mujeres y hombres que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura.

En algunos países se tiene políticas de género, en las cuales se tiene la prioridad de promover la igualdad de oportunidades entre géneros en ingresos, seguridad y promoción dentro del trabajo, resaltando la capacidad y conocimientos, buscando garantizar un ambiente de trabajo armonioso y que posibilite el mejor desempeño, desarrollo personal y profesional.

Un análisis desde una perspectiva de género ayuda a ver si las necesidades de mujeres y hombres se toman en cuenta equitativamente y si así están reflejadas en la propuesta.

Entre los criterios para la evaluación del impacto en función del género para el proyecto de la Propuesta de Gestión Integral Ecoturística se encuentran:

- *Participación*
- *Recursos*
- *Normas y valores*
- *Derechos*

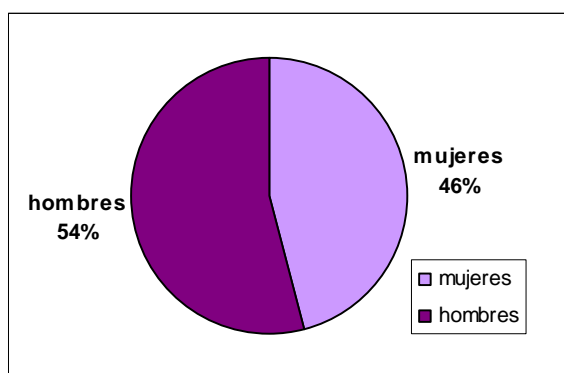
A continuación se siguen los pasos para su evaluación:

12.1 EVALUACIÓN DE PERTINENCIA EN EL GÉNERO

En la propuesta no existe alguna limitante o especificación sobre la ocupación de los empleos directos que se generen sean exclusivos para hombres o para mujeres. En todos los casos pueden ser empleados por cualquiera de ellos, con la única condición que cumpla con los aspectos básicos de educación o técnicos que requiera dicho puesto.

12.2 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS RELACIONES DE GÉNERO EN EL ÁMBITO DE DICHA PROPUESTA.

El Puerto San Juan está compuesto por 74 miembros aproximadamente, de los cuales en el área administrativa se encuentran 5 hombres y 2 mujeres. Y en el área de servicios se encuentran 40 hombres (54%) y 34 mujeres (46%), lo que muestra una cantidad casi igualitaria en cantidad de empleados por género. A continuación se muestra lo anterior de forma gráfica de la siguiente página.



Área	mujeres	hombres	total
Restaurantes	25	9	34
Cafetines	4	1	5
Artesanías	3	6	9
Lanchas	0	19	19
Administración	2	5	7
Total	34	40	74
	46%	54%	100%

Comparación de porcentajes de hombres y mujeres que laboran en el Centro Turístico Puerto San Juan

La propuesta consta de la generación de empleo directo para 7 puestos, los cuales tienen los siguientes requisitos en cuanto a requerimientos por género:

cantidad	puesto	Requisito del puesto	
		Mujer	Hombre
2	Guardavidas	X	X
2	Mantenimiento	X	X
2	Encargados de seguridad*	X	X
1	Encargado de Mural	X	X

*Bajo el marco de las leyes de el país, no deberán ser mujeres si se trata de turnos nocturnos, sin embargo es a favor de su seguridad y otras consideraciones que realizan las leyes en cuanto a menores de edad y personas en riesgo.

12.3 ANÁLISIS DE LA PROPUESTA.

En general la propuesta está destinada al beneficio de la mejora del Puerto San Juan y con ello, favoreciendo el desarrollo de todos sus arrendatarios o miembros y sus empleados, así como los habitantes del Cantón San Juan. No existe una distinción entre géneros, sino se espera un beneficio por igual.

En cuanto a la población de Suchitoto hay que considerar que las mujeres en general tienen un nivel de escolaridad (82.9%)⁵⁸ mayor que los hombres (79%), sin embargo son muy cercanos los porcentajes de escolaridad. Por lo que ambos se encuentran con capacidades similares en el desempeño de labores requeridas por la propuesta.

12.4 EFECTOS DE LA PROPUESTA CON LA SITUACIÓN ACTUAL Y LAS TENDENCIAS PREVISTAS

Según las necesidades que requiere suplir en cuanto a trabajadores en la propuesta se prevee que se mantenga la igualdad de género que se ha mantenido hasta el momento. Por lo que cumple con las expectativas en cuanto a la perspectiva de género. Ambos tienen los mismos derechos, se rigen por las mismas normas y políticas internas sin distinción y tienen acceso de igual forma a todos los recursos que les compete según su puesto.

⁵⁸ Según datos de la OTCHS, Alcaldía de Suchitoto

CAPITULO V. IMPLANTACIÓN

En ésta etapa se determina los recursos a utilizar, la integración de cada elemento que lo compone para la puesta en marcha de la propuesta y su funcionamiento en un tiempo determinado. Se trata de la programación de la implantación de la propuesta.

La etapa de implantación comprende cuatro fases que se presentan a continuación:

<i>Fase</i>	<i>Descripción</i>
<i>Programación</i>	En esta fase se identifican las actividades a ejecutarse durante la implantación, determina el tiempo que requerirá cada una de ellas y se establece la interrelación de las tareas preparatorias.
<i>Preparación</i>	Fase que implica el cumplimiento de las tareas preparatorias necesarias, asignadas generalmente a personas que tienen responsabilidades de línea.
<i>Puesta en práctica</i>	Momento en el cual se inicia efectivamente la implantación
<i>Evaluación de resultados</i>	Retroalimentación de la aplicación de los cambios para confirmar lo diseñado o realizar los ajustes de ser necesarios.

Cuadro No. 71 Fases de una etapa completa de implantación

A continuación se desarrolla la Programación de la Implantación que facilite su puesta en marcha y los datos que permitirán una evaluación adecuada de resultados una vez implementado la propuesta. La cual se especifica solamente para los programas evaluados en la propuesta, sin embargo servirá de guía para la determinación de la fase de la implantación de cualquiera de los planes o fases que más adelante se establecen en el apartado de implantación general.

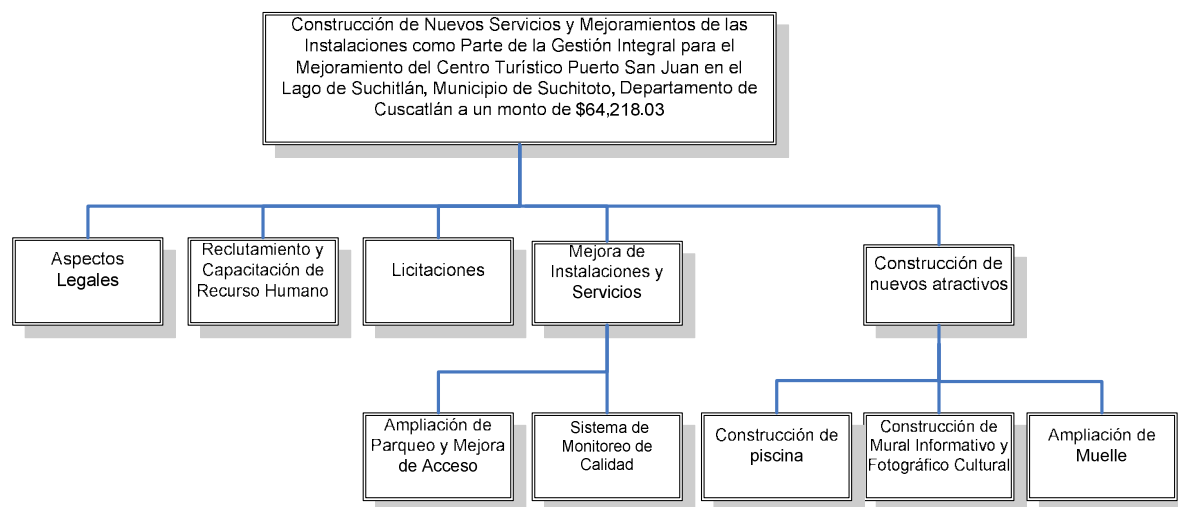
1. Desglose Analítico

Este desglose de objetivos permite guiar las actividades a realizarse por área que forma la implantación, con el fin de tener una visión completa y clara de la propuesta y su dirección. Consta de las siguientes partes:

- A. **Objetivo General:** Objetivo por el que regirá el desarrollo de la propuesta.
- B. **Sub-sistemas o paquetes de trabajo:** Representan la áreas necesarias para la que la implementación sea efectiva.

A continuación se presenta el desglose de implementarse primero los programas seleccionados para las evaluaciones anteriores.

DESGLOSE ANALÍTICO



Esquema No.8 Desglose Analítico Implantación

A. Objetivo General:

Construcción de Nuevos Servicios y Mejoramientos de las Instalaciones como Parte de la Gestión Integral para el Mejoramiento del Centro Turístico Puerto San Juan en el Lago de Suchitlán, Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán a un monto de \$64,218.03.

B. Subsistemas

1. Aspectos Legales

Objetivo: *Elaboración de todos los pasos necesarios para constituir legalmente al Centro Turístico como una empresa.*

Este subsistema es el encargado de tramitar todos los requisitos que la ley exige para legalizar una empresa. Consiste en la realización de todos los aspectos necesarios y requeridos para poner a funcionar una empresa dentro de las normativas y leyes establecidas en el país, vigentes y exigidas para la autorización de préstamos y en la gestión de obtención de fondos con diversas entidades en general.

Entre las principales actividades en las que se desglosa se tiene:

- Realización de la escritura de constitución de la sociedad
- Obtención de la Matrícula individual (persona responsable de la empresa)
- Investigación de la no existencia actual del nombre de la empresa en el Registro de Comercio
- Obtención de NIT de la empresa
- Obtención de solvencia de Estadísticas y censos
- Obtención de solvencia de la alcaldía de Suchitoto
- Certificación y entrega de Balance inicial certificado

- Matrícula de la empresa
- Inscripción de empresa en Ministerio de Trabajo
- Elaboración del estudio de impacto ambiental
- Obtención de permiso del Ministerio de Ambiente

2. Reclutamiento y Capacitación de Recurso Humano

Objetivo: *Obtención del Personal adecuado para los puestos que se requieran durante el desarrollo de la propuesta, así como también la capacitación de los mismos.*

Trata tres áreas específicas para la adquisición y el desarrollo de los recursos humanos. Las actividades específicas que la componen, son las siguientes:

- Determinación y elaboración del perfil
- Elaboración y publicación de solicitud de personal
- Recepción y análisis de curriculums
- Contacto con personal seleccionado
- Elaboración de contratos
- Capacitación de personal

3. Licitación de Empresas Constructoras

Objetivo: *Identificación y contratación de las empresas constructoras adecuada para los subprogramas que requieran dichos servicios.*

Actividades:

- Elaboración de licitación
- Presentación de licitación
- Recepción y evaluación de propuestas
- Selección de empresas constructoras

4. Mejora de Instalaciones y Servicios

Objetivo: *Desarrollar de los subprogramas que componen la parte de la propuesta de gestión integral en cuanto a la mejora de las instalaciones y servicios dentro del plan de diversificación de los servicios.*

Este subsistema está compuesto por dos partes, las cuales son:

4.1 Ampliación de Parqueo y Mejora de Acceso

Actividades:

- Preparación de Terreno
- Construcción de Redondel de acceso
- Construcción de entrada y salida a nuevo parqueo

- Construcción de niveles de parqueo
- Señalización y ornamentación

4.2 Implantación de Sistema de Monitoreo de la Calidad y Satisfacción al Cliente

Actividades:

- Compra de insumos
- Elaboración de formato e impresión
- Ubicación de mesas y buzones
- Capacitación para la recolección y manejo de la información

5. Construcción de Nuevos Atractivos

Objetivo: *Desarrollar los subprogramas que componen la propuesta de gestión integral en cuanto a la mejora de las instalaciones y servicios dentro de la diversificación de los servicios.*

5.1 Construcción de Piscina

Actividades:

- Preparación de terreno
- Construcción de piscina
- Construcción de vestideros
- Equipamiento
- Acabados y Ornamentación

5.2 Construcción de Mural Informativo y fotográfico-Cultural

Actividades:

- Compra de insumos
- Elaboración del Mural Junto con la Oficina Municipal de Turismo
- Colocación del Mural y equipo
- Recolección de brochures informativos y otros materiales
- Capacitación por parte de la Oficina de Turismo al encargado del Mural

5.3 Ampliación de Muelle

Actividades:

- Compra de insumos
- Construcción de estructura metálica
- Unión de estructura de metálica con plancha de madera
- Adición de equipo y acabados

2. Estrategias de Implantación

Éstas buscan se cumpla los objetivos trazados por áreas de trabajo y con ellos el objetivo General. A continuación se exponen algunas estrategias que se consideran importantes de considerar:

- Exponer la gestión integral completa al Concejo Municipal, enfatizando en la implantación de éstos subprogramas en una primera fase de inversión e implantación.
- Obtener como segundo paso, luego de la aprobación del Concejo Municipal, la constitución legal de la empresa para la gestión de fondos.
- Desarrollar una cartera de proveedores de servicios de mantenimiento y venta de insumos para los nuevos servicios.
- Fortalecer la relación con al Oficina Municipal de Turismo, debido a su involucramiento convenientemente desde el diseño especialmente del Mural informativo.
- Comenzar con las obras civiles que requieren más tiempo y recursos durante las épocas de menor afluencia, para evitar inconvenientes para los usuarios del Puerto, preferentemente entre mayo y julio o entre septiembre y noviembre.
- Terminar las obras de construcción civil antes de las fechas de mayor afluencia como Semana Santa (Marzo-abril) para realizar su inauguración durante dichas fechas.
- Involucrar a los miembros de los comités en charlas para el cuidado de los nuevos equipos.
- Verificar quincenalmente los avances que se tienen en las actividades para el inicio de las operaciones.
- Realizar todas las actividades que puedan realizarse de forma paralelamente para disminuir los tiempos de construcción o implementación de ésta primera etapa.

3. Actividades para la implantación

El total de las macroactividades y su tiempo de ejecución se presenta a continuación:

No	ACTIVIDAD	TIEMPO (semanas)
1	Presentación de propuesta al Concejo Municipal y aprobación	3
2	Selección del encargado del desarrollo de actividades de implantación	1
3	Elaboración de los aspectos legales necesarios para la constitución de la empresa	12
4	Obtención de fondos	8
5	Licitación y Contratación de empresas constructoras	8
6	Construcción de parqueo y mejora de acceso	16
7	Construcción de piscina	8
8	Compra de insumos y Construcción de muelle	2
9	Compra de insumos y Elaboración del Mural	1
10	Contratación de personal	2
11	Capacitaciones	4
12	Desarrollo de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente	4
13	Inauguración de obras	1
Total		70

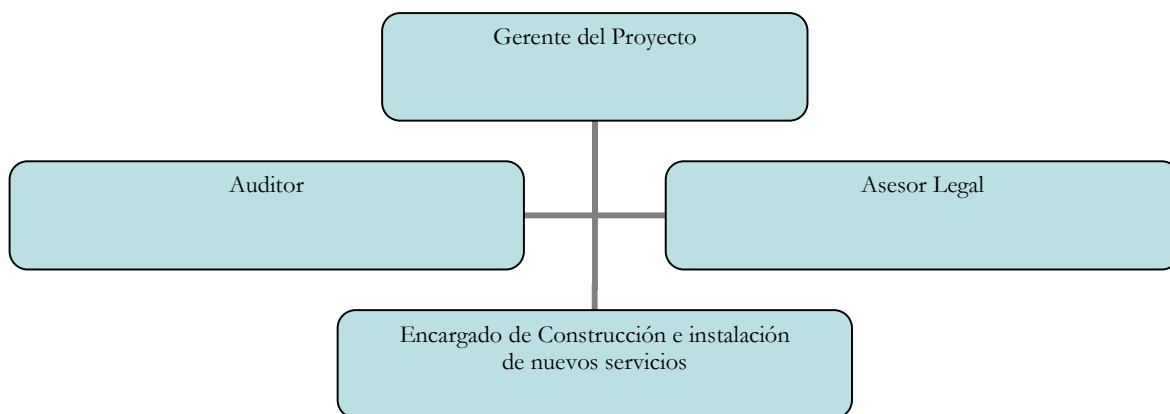
Cuadro No. 72 Actividades de implantación de programas evaluados

La programación temporal de las actividades anteriores se presenta en el diagrama de Gantt de la siguiente página.

4. Estructura Organizativa

Determinación de la estructura organizativa encargada o responsable de velar que se cumplan los objetivos trazados al inicio del proyecto. La cual es transitoria mientras se ejecute el proyecto.

ORGANIGRAMA GENERAL



ORGANIGRAMA GENERAL DE RESPONSABLES DE IMPLANTACIÓN

5. Encargados de la Implantación

A. Gerente del proyecto

SUBORDINACIÓN:	Encargados de Construcción de nuevos atractivo y de Mejora de instalaciones y servicios
DEPENDENCIA JERÁRQUICA:	Administrador del proyecto.
REQUISITOS MÍNIMOS:	Ingeniero Industrial o Administrador de empresas, con conocimientos avanzados de programas de computación y administración de proyectos.
EXPERIENCIA:	5 años.
PERFIL GENERAL:	Conocimiento de los programas a implantar y del funcionamiento del Centro Turístico.
APTITUDES Y CUALIDADES:	Organizado, responsable, comprometido, con habilidades de liderazgo, manejo de personal y control en el cumplimiento de actividades.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Controlar las actividades relacionadas a la implantación del proyecto. - Encargado de la comunicación con las empresas constructoras y la alcaldía municipal. - Responsable de la comparación y actualización de índices de cumplimiento o control de metas del proyecto. - Verificación del cumplimiento de lo planeado, programado y realizado y corrección de desviaciones. - Elaboración de informes de avance y finales. - Control de los insumos y recursos necesarios para la implantación. 	

- Supervisar a encargados de la Mejora y construcción de nuevos atractivos.
- Dirigir las actividades relacionadas con el Reclutamiento, Capacitación de Recurso Humanos para el desarrollo de la propuesta.
- Elaboración de Licitaciones para la obtención de las empresas constructoras idóneas.
- Coordinar esfuerzos con las diversas partes relacionadas a la implantación.

B. Auditor

SUBORDINACIÓN:	Ninguna
DEPENDENCIA JERÁRQUICA:	Personal Staff
REQUISITOS MÍNIMOS:	Licenciado en administración de empresas, con conocimientos de computación, mayor de 35 años
EXPERIENCIA:	3 años en auditorías a proyectos para instituciones públicas.
PERFIL GENERAL:	Ingeniero Industrial, Administrador de empresa, o rama afín relacionado a la administración de proyectos legalmente acreditado como auditor
APTITUDES Y CUALIDADES:	Proactivo, responsable, comprometido y organizado.

FUNCIONES

- Encargado de la evaluación del cumplimiento de lo establecido para el desarrollo del proyecto.
- Responsable de la comparación y actualización de índices de cumplimiento.
- Encargado de evaluar la actuación de las diferentes áreas que componen la organización del proyecto y su desempeño durante la implantación.
- Encargado de la verificación del cumplimiento de lo planeado, programado y realizado
- Elaborar recomendaciones durante el desarrollo de la implantación del proyecto.
- Elaboración de reportes sobre utilización de recursos para la Alcaldía Municipal de Suchitoto.

C. Asesor Legal

SUBORDINACIÓN:	Ninguna
DEPENDENCIA JERÁRQUICA:	Personal Staff de Apoyo al Gerente de Proyecto
REQUISITOS MÍNIMOS:	Licenciado en ciencias jurídicas, con conocimiento en formación y legalización de empresas y tramites relacionados.
EXPERIENCIA:	3 años como mínimo en el ejercicio.
PERFIL GENERAL:	Abogada/o y Notario
APTITUDES Y CUALIDADES:	Responsable, organizado, comprometido. Conocimiento amplio en Leyes ambientales y constitución de empresa

FUNCIONES

- Tramitar de la legalización de los diferentes comités que conforman al Centro Turístico.
- Encargado de la elaboración de todos los contratos y documentos legales, durante el desarrollo de la implantación del proyecto.
- Velar por la solvencia legal del proyecto.
- Encargado de la verificación de la no violación de normativas y reglamentos durante la puesta en marcha del proyecto.
- Asesorar al gerente de proyectos en aspectos legales referentes al proyecto en ejecución.

D. Encargado de Mejora de Instalaciones y Servicios

SUBORDINACIÓN:	Ninguna
DEPENDENCIA JERÁRQUICA:	Gerente del Proyecto
REQUISITOS MÍNIMOS:	Conocimiento en servicios turísticos, control de insumos y conocimientos de computación.
EXPERIENCIA:	En puestos similares de supervisión
PERFIL GENERAL:	Egresado de Ingeniería industrial, civil, arquitectura o carrera afín.
APTITUDES Y CUALIDADES:	Habilidad de comunicación, coordinación y control de cumplimiento de actividades, Dinámico y acostumbrado a trabajar bajo presión.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de contacto con los proveedores de materiales, equipos, maquinaria, y suministros requeridos para la construcción de nuevos atractivos si es necesaria. - Solicitud de cotizaciones adicionales. - Elaboración de contratos junto con asesor legal. - Encargado de instalación del equipo requerido. - Levantamiento de indicadores de control semanales. - Comunicación entre gerente de proyecto, empresa constructora u otras personas encargadas de la construcción de los atractivos. - Persona encargada de verificar el desarrollo de las actividades propias de la Instalación del Sistema de Monitoreo de la Satisfacción al cliente, ampliación de parqueo y mejora de acceso. - Redacción de informes sobre avances de la obra. 	

E. Encargado de Construcción de Nuevos Servicios

SUBORDINACIÓN:	Ninguna
DEPENDENCIA JERÁRQUICA:	Gerente del Proyecto
REQUISITOS MÍNIMOS:	Conocimientos avanzados de programas de computación, mayor de 25 años
EXPERIENCIA:	En puestos similares de supervisión
PERFIL GENERAL:	Egresado de Ingeniería industrial, civil, o carrera afín.
APTITUDES Y CUALIDADES:	Habilidad de comunicación, coordinación y control de cumplimiento de actividades, Dinámico y acostumbrado a trabajar bajo presión.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de contacto con los proveedores de materias primas, equipos, maquinaria, y suministros requeridos para la construcción de nuevos atractivos. - Solicitud de cotizaciones necesarias. - Encargado de realizar convenios sobre mantenimiento y servicios post venta sobre todo del equipo para piscina. - Elaboración de contratos junto con asesor legal. - Encargado de instalación de la maquinaria o equipo requerido. - Levantamiento de indicadores de control semanales. - Comunicación entre gerente de proyecto, empresa constructora u otras personas encargadas de la construcción de los atractivos. - Encargada/o de verificar el desarrollo de las actividades propias para la Construcción de Piscina, Muelle y Mural Infográfico. 	

Instituciones involucradas:

a. Alcaldía Municipal de Suchitoto

Su relación se encuentra dada a partir de varios puntos. Desde el punto de vista de desarrollo de la propuesta es a través de sus unidades de la Oficina Municipal de Turismo y de la OTECHS, y como parte del control financiero de la implantación.

a.1 Oficina Municipal de Turismo

Quienes deben dar la capacitación a la persona encargada del Mural Infográfico y los cuales se involucrarán además en la disposición o ubicación en el espacio convenido para el mural, de los recursos que ellos aportan al mismo.

a.2 Oficina Técnica Ejecutiva del Conjunto Histórico de Suchitoto (OTECHS)

Apoyo técnico al desarrollo de las propuestas, en cuanto a la verificación que se desarrolle dentro del marco de las líneas estratégicas del Plan Maestro de dicho municipio.

b. Comités del Centro Turístico Puerto San Juan

Para que el desarrollo de la implantación y el posterior éxito de la propuesta se logren adecuadamente se requiere de la participación o involucramiento activa de los miembros de las diferentes comisiones que componen el Centro Turístico, ya que de ellos dependerá finalmente el buen uso de dichos atractivos y servicios. Ya que finalmente al beneficiar a todo el Puerto repercute en beneficios para ellos mismos.

c. Universidad de El Salvador

A partir del convenio de apoyo técnico realizado en diciembre de 2006 entre la Alcaldía de dicho municipio con la UES, se desarrolla la propuesta de implantación con alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial de dicha institución.

d. Ministerio de Turismo

Quienes pueden apoyar a la Oficina de Turismo Municipal en la capacitación de la persona encargada del Mural Infográfico y para los programas que así lo requieran. Dándole el apoyo que se basa en las estrategias del Plan Nacional dirigido al Turismo.

6. Matriz Responsabilidad

En la siguiente matriz, se muestra gráficamente la forma en que se asignan a los puestos encargados de la implantación las actividades más relevantes a ser monitoreadas a lo largo de la inversión del proyecto.

RESPONSABILIDADES	Alcaldía	Oficina Municipal de Turismo	Gerente	Asesor legal	Auditor	Encargado de Construcción y Mejora de instalaciones y servicios
Selección de los miembros del equipo para la implantación	P		DOCE			
Elaboración de los aspectos legales necesarios para la constitución de la empresa				E		
Obtención de fondos	C		DO			
Licitación y Contratación de empresas constructoras			DO		C	C
Construcción de parqueo y mejora de acceso						C
Construcción de piscina						C
Compra de insumos y Construcción de muelle			D			PCE
Compra de insumos y Elaboración del Mural			D			PCE
Contratación de personal			DOE			
Capacitaciones		DE	O			P
Desarrollo de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente			DO			CE
Verificación de obras civiles	C		D			CE
Inauguración de obras	O					

Tabla No. 148 Matriz de responsabilidad

Donde:

- P : Planeación
- O : Organización
- E : Ejecución
- D : Dirección
- C : Control

7. Control de la Implantación

El sistema de control permite conocer en un determinado momento cómo se encuentra la ejecución comparando el desempeño de las actividades reales contra las programadas. Este seguimiento se hace más efectivo para aquellas actividades que son más difíciles de llevar a cabo por la limitación de recursos, muchas veces estas limitaciones son especialmente de tiempo.

El control se realizará a través de la verificación del cumplimiento de actividades según lo programado principalmente, en donde hay factores que deben dárseles seguimiento tales como los costos, calidad, plazos y metas.

Como parte del proceso de control se encuentran las siguientes actividades:

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REPORTE
Supervisión	Encargado de Mejora y construcción de Instalaciones	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan
Control de cambios: Se deberá evaluar y documentar ajustes y sus impactos sobre la programación previa.	Encargado de Mejora y construcción de Instalaciones	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan
Control del cronograma	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan	Alcaldía Municipal de Suchitoto
Control de costos	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan Auditor	Alcaldía Municipal de Suchitoto
Control de calidad según lo acordado: verificar cumplimiento de acuerdos con empresas constructoras en cuanto a diseño	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan	Alcaldía Municipal de Suchitoto
Seguimiento de desempeño del equipo	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan	Alcaldía Municipal de Suchitoto
Informe de avances	Encargado de Mejora y construcción de Instalaciones	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan
Informes de resultados	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan	Alcaldía Municipal de Suchitoto
Comunicación con interesados	Gerente del Proyecto o Administrador del Puerto San Juan	Alcaldía Municipal de Suchitoto, instituciones involucradas, Auditor, miembros del GREPUSAN.

Cuadro No. 73 Actividades de control para la implantación

a. Indicadores

Para ser aplicados en cada área de trabajo o en puntos que se consideren críticos en su realización o cuyo desarrollo sea de mayor dificultad.

Como parte del control en la ejecución de cualquier proyecto, se requiere definir, conocer y manejar los indicadores que serán base para proporcionar la información para el seguimiento de todas las actividades.

Los indicadores que a continuación se presentan, han sido seleccionados principalmente por su carácter de críticos.

CUADRO RESÚMEN DE ÍNDICES A UTILIZAR

ÁREA DE CONTROL	NOMBRE	CÓD	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA
CONTROL DE AVANCE FINANCIERO	Ejecución presupuestaria	EP	Proporciona el nivel de utilización del dinero	ER/EPR
CONTROL DE EJECUCIÓN DE OBRAS	Actividades programadas ya construidas	APyC	Proporciona la proporción de las actividades que ya han sido construidas del total	SDAYC/SDTAP
CONTROL DE EJECUCIÓN DE PROYECTO EN GENERAL	Ejecución del período de tiempo	ET	Medir la ejecución del período de tiempo(Duración)	TR/TP
DERIVADO DE EJECUCIÓN GENERAL	Índice de Resultado	IR	Monitorea metas	(MFA/MFP)*(CP/CR)
ACUMULADO DE EJECUCIÓN GENERAL	Índice de resultados acumulado	IRA	Monitorea el cumplimiento y grado de avance de la metas	ΣIR

Cuadro No. 74 Cuadro resumen de índices de control para implantación*Simbología*

ER	=	Ejecución Real
EPR	=	Ejecución presupuestaria
SDAYC	=	Suma de las duraciones de las actividades ya construidas
SDTAP	=	Suma de las duraciones de todas las actividades del proyecto
TR	=	Tiempo real
TP	=	Tiempo programado
MFA	=	Metas físicas actuales
MFP	=	Metas físicas programada
CP	=	Costo programado
CR	=	costo real
ΣIR	=	acumulado de

CIERRE DEL PROYECTO

Éste consta de tres partes:

1. Cierre administrativo
2. Cierre del contrato
3. Inauguración de obras

Producto, servicio o resultado final: Propuestas para la Mejora de instalaciones y servicios además de la Construcción de nuevos servicios para el Puerto San Juan en el Municipio de Suchitoto, Cuscatlán.

8. GUÍA GENERAL DE IMPLANTACIÓN PARA TODOS LOS PROGRAMAS

Objetivo:

Presentar la estructura para la implantación de la propuesta de gestión integral de forma completa y general, para visualizar el orden de implantación y ayudar a que los responsables de la empresa puedan generar oportunamente los recursos necesarios para su puesta en marcha.

Debido a la complejidad y extensión de los programas que componen la propuesta se realiza una serie de recomendaciones para la fase de implementación del resto de programas que la componen y que no han sido evaluados, pero si que han llegado a su etapa general de diseño. A continuación se presentan la división de los planes y programas principales en fases, las cuales han sido seleccionadas en secuencia por prioridad para la implantación apegada a la de la Propuesta de forma completa y que permita una adecuada Gestión Integral de mejora diseñada para el Puerto San Juan.

FASES GENERALES DE IMPLANTACIÓN

Se recomienda implantar los planes en orden de importancia para la solución del problema propuesto de no poder realizarse todos en el mismo periodo de tiempo, en cuyo caso se presenta el orden en que se han desarrollado los planes en el diseño de la presente propuesta de gestión integral y la cual se especifica a continuación:

1. PRIMERA FASE: *Implantación Plan A, B y C*

PLANES, PROGRAMAS Y SUBPROGRAMAS A IMPLANTAR

	NOMBRE	PROGRAMA	SUBPROGRAMA
A	PLAN ORGANIZACIONAL	1. Objetivos corporativos	
		2. Reestructuración de la organización	
		3. Logística	
B	MANTENIMIENTO	1. Mantenimiento de infraestructura	
		2. Mantenimiento de equipo	1. Equipo para Comité de Lancheros 2. Equipo para comité de Restaurantes
C	PLAN DE OBTENCIÓN DE FONDOS Y CAPACITACIONES	1. Obtención de recursos financieros	1. Obtención de fondos a través de préstamo a instituciones financieras 2. Obtención de fondos a través del FODES
		2. Elaboración de presupuesto	
		3. Capacitaciones	1. Capacitación para elaboración de cap.
			2. Capacitación de guías turísticos
			3. Capacitación sobre administración
4. Capacitación en servicio al cliente			
5. Capacitación en mantenimiento			

Cuadro No.75 Programas propuestos para la primera fase de implantación

2. SEGUNDA FASE: *Implantación Plan D*

PLANES, PROGRAMAS Y SUBPROGRAMAS A IMPLANTAR:

SEGUNDA FASE, PARTE I:

	NOMBRE	PROGRAMA	SUBPROGRAMA
D	PLAN DE DIVERSIFICACIÓN Y MEJORA DE LOS ATRACTIVOS DEL TPSJ	1. Mejora de instalaciones y servicios	1. Ampliación de parqueo
			2. Mejora de Acceso
			3. Muelle
			4. Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente
		2. Construcción de nuevos atractivos	1. Piscinas
			2. Ferry para pasajeros
3. Mural informativo y fotográfico-cultural			

SEGUNDA FASE, PARTE II:

	NOMBRE	PROGRAMA	SUBPROGRAMA
D	PLAN DE DIVERSIFICACIÓN Y MEJORA DE LOS ATRACTIVOS DEL TPSJ	3. Fomento de nuevos servicios	1. Formación de Comité de Mejoramiento y Desarrollo
			2. Instalación de oficina de turismo dentro del TPSJ
			3. Formación de nuevas rutas turísticas
			4. Implantación de sistema de pago con tarjetas de crédito

Cuadro No.76 Programas propuestos para la segunda fase de implantación

3. TERCERA FASE: *Implantación Plan E*

PLANES, PROGRAMAS Y SUBPROGRAMAS A IMPLANTAR

	NOMBRE	PROGRAMA
E	PLAN DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	1. Señalización Turística
		2. Programa de promoción a los turistas

Cuadro No.77 Programas propuestos para la tercera fase de implantación

Se recomienda implantarse en una última fase, a partir de terminada la implantación del Plan de Diversificación, con el fin de tener más insumos para el proceso creativo de diseño de los medios publicitarios y su contenido, incluyendo para entonces las mejoras y ampliaciones al Centro Turístico y sus servicios (como la formación de nuevas rutas).

PARA LA ESPECIFICACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN POR FASE

Se recomienda seguir la estructura y pasos propuestos en la implantación para los programas seleccionados evaluados de la propuesta, siguiendo además las siguientes actividades generales de implantación:

ACTIVIDADES GENERALES DE IMPLANTACIÓN

NO.	ACTIVIDAD	CARGO DE LA PERSONA RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA ACTIVIDAD
01.	Asignar encargado para la implantación de los diferentes planes	- Alcaldía Municipal de Suchitoto	Una vez que la Alcaldía haya dado el aval para comenzar la implantación de los diferentes planes que conforman la presente propuesta, deberá asignar encargados para dicho proceso. El número de encargados asignados para llevar a cabo el proceso de implantación variará de plan a plan, dependiendo del grado de complejidad de cada uno.
02	Asignación de recursos para la implantación de los diferentes planes	- Alcaldía Municipal de Suchitoto	Los recursos a ser utilizados para la implantación provendrán de la Alcaldía de Suchitoto, ya sean éstos propios o conseguidos en calidad de préstamos o por financiamiento de fuentes externas. En la siguiente etapa del presente trabajo se presentará la totalidad de recursos financieros necesarios para la implantación de cada uno de los planes contenidos en la propuesta.
03	Programación de las actividades de implantación	- Alcaldía Municipal de Suchitoto - Consultores externos	Se presenta una propuesta de programación de las actividades de implantación para cada uno de los planes y la secuencia en la cuál se deberán implantar los planes.
04	Control de la actividades	- Alcaldía Municipal de Suchitoto - Encargados de la implantación de cada uno de los planes.	El control de las actividades será llevado por los encargados de la implantación de cada uno de los planes quienes deberán rendir cuenta a la Alcaldía del grado de avance (cumplimiento de la programación) y de calidad de las obras.

Cuadro No.78 Actividades generales de implantación

CONTROL DE LAS ACTIVIDADES DE IMPLANTACIÓN

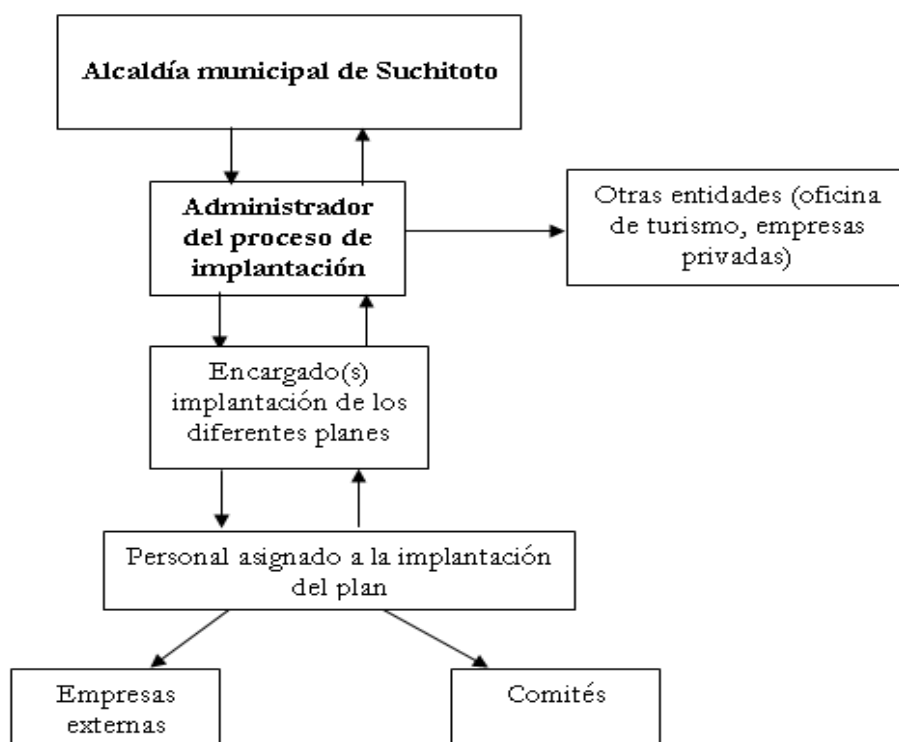
Para el control de las actividades de implantación se recomienda la utilización de los indicadores especificados en el apartado de la implantación de los programas propuestos evaluados.

Para la puesta en marcha, se deben seguir los formatos, actividades y flujo de información requeridos para cada uno de los planes que se presentan en el diseño de los mismos

CONTROL GENERAL POR FASE:

- *Llevar un control de las actividades realizadas.* Esto mediante la comparación de la programación de las actividades de implantación con las actividades llevadas a cabo.
- *Llevar un control de los recursos utilizados.* Los encargados deberán de velar porque se le esté dando un buen uso a los diferentes recursos asignados para la implantación de los diferentes planes.
- *Informar a la Alcaldía* sobre el cumplimiento o posibles desviaciones en el desarrollo de las actividades.
- *Supervisar las obras.*

- Inspeccionar las obras o elementos que están siendo implantados. Dependiendo del plan pueden ser obras físicas (vallas publicitarias, construcciones varias) o elementos intangibles (nueva estructura organizativa, nuevas rutas turísticas, etc.).
- En el caso que sea necesaria la creación de alguna comisión específica para el funcionamiento del plan, deberá reunirse con las partes involucradas y llevar a cabo el proceso de creación de dicha comisión.



Esquema No. 9: proceso a seguir para el proceso de implantación.

PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE IMPLANTACIÓN

En la programación de las actividades de implantación se ha fijado de modo aproximado los instantes de inicio y terminación de cada una de las actividades que es necesario llevar a cabo, cuidando que exista coherencia entre los objetivos perseguidos y un respeto de las restricciones existentes (recursos, cargas de trabajo, costes, etc.). En la tabla siguiente se presentan las diferentes actividades necesarias para la implantación de cada uno de los planes que componen la presente propuesta.

PROGRAMACIÓN DE IMPLANTACIÓN EN PARALELO			
PLAN	ACTIVIDADES	COD	DURACIÓN (semanas)
PLAN A: ORGANIZACIÓN	IMPLANTACIÓN DE PLAN A		20
	Aprobación y difusión de objetivos organizativos		4
	REESTRUCTURACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN		12
	Creación de comités temporales y permanentes		2
	Conformación de estructura legal		8
	Aprobación de manual administrativo		2
	LOGÍSTICA		8
	Búsqueda de proveedores		2
Definición, aprobación y prueba de sistema de compras		6	
PLAN DE MANTENIMIENTO			
PLAN B: MANTENIMIENTO			52
	Creación del comité encargado de mantenimiento	B1	1
	Programación anual de actividades de mantenimiento	B2	1
	Familiarización con uso de formatos y flujo de información de las actividades de mtto.	B3	1
	Conseguir proveedores de insumos y repuestos	B4	1
	Compra inicial e inventariado de insumos y repuestos	B5	1.5
	Prueba piloto	B6	2
Llevar a cabo actividades de mantenimiento planeadas	B7	48.5	
CAPACITACIONES			
PLAN C: OBTENCIÓN DE FONDOS Y CAPACITACIONES			26-52
	Capacitaciones en administración	C1	7
	Capacitación en servicio al cliente	C2	3
	Capacitación en logística	C3	26-52
	Capacitación en mantenimiento	C4	11
	Capacitación de guías turísticos	C5	6
	OBTENCIÓN DE FONDOS		35-52
	Elaborar presupuesto	C6	10
Instituciones financieras	C7	35-52	
Fondos FODES	C8	17-26	
PLAN D: DIVERSIFICACIÓN Y MEJORA DE SERVICIOS			
PLAN D: DIVERSIFICACIÓN Y MEJORA DE SERVICIOS	Mejora de instalaciones y servicios	D1	17
	Construcción de nuevos atractivos	D2	8
	Fomento de nuevos servicios	D3	8
PLAN DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN			
PLAN E: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN			8
	Asignación de responsables de implantación del plan		1
	Contratación de empresa publicitaria		2
	Diseño y fabricación de señales viales, medios visuales y escritos de publicidad		3
	Colocación de señales y medios visuales y distribución de materiales escritos		2
	Control de obras		2

Tabla No. 149. Actividades de implantación en paralelo

La programación de las actividades de implantación se presenta en el siguiente diagrama de Gantt.

Id.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	Cronograma																																															
					16	16	16	22	29	6/7	13/7	20/7	27/7	3/8	10/8	17/8	24/8	31/8	7/9	14/9	21/9	28/9	5/10	12/10	19/10	26/10	31/10	7/11	14/11	21/11	28/11	4/12	11/12	18/12	25/12	1/1	8/1	15/1	22/1	29/1	5/2	12/2	19/2	26/2	5/3	12/3	19/3	26/3	2/4	9/4	16/4	23/4
1	PLAN A: ORGANIZACIÓN	02/06/2008	17/10/2008	20s	[Barra azul]																																															
2	Aprobación y difusión de objetivos organizativos	02/06/2008	27/06/2008	4s	[Barra azul]																																															
3	REESTRUCTURACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	02/06/2008	22/08/2008	12s	[Barra azul]																																															
4	Conformación de estructura legal	02/06/2008	25/07/2008	8s	[Barra azul]																																															
5	Creación de comités temporales y permanentes	25/07/2008	07/08/2008	2s	[Barra azul]																																															
6	Aprobación de manual administrativo	02/06/2008	13/06/2008	2s	[Barra azul]																																															
7	LOGÍSTICA	22/08/2008	16/10/2008	8s	[Barra azul]																																															
8	Búsqueda de proveedores	22/08/2008	04/09/2008	2s	[Barra azul]																																															
9	Definición, aprobación y prueba de sistema de compras	05/09/2008	16/10/2008	6s	[Barra azul]																																															
10	PLAN B: MANTENIMIENTO	25/07/2008	23/07/2009	52s	[Barra azul]																																															
11	Creación del comité encargado de mantenimiento	25/07/2008	31/07/2008	1s	[Barra azul]																																															
12	Programación anual de actividades de mantenimiento	31/07/2008	06/08/2008	1s	[Barra azul]																																															
13	Planificación de compras de insumos y reparación de artículos de auto	31/07/2008	06/08/2008	1s	[Barra azul]																																															
14	Conseguir proveedores de insumos y repuestos	31/07/2008	06/08/2008	1s	[Barra azul]																																															
15	Compra inicial e inventariado de insumos y repuestos	07/08/2008	18/08/2008	15s	[Barra azul]																																															
16	Prueba piloto	19/08/2008	01/09/2008	2s	[Barra azul]																																															
17	Llevar a cabo actividades de mantenimiento	19/08/2008	17/08/2009	52s	[Barra azul]																																															
18	PLAN C: OBTENCIÓN DE FONDOS Y CAPACITACIONES	02/06/2008	28/11/2008	26s	[Barra azul]																																															
19	Capacitaciones en administración	02/06/2008	18/07/2008	7s	[Barra azul]																																															
20	Capacitación en servicio al cliente	02/06/2008	20/06/2008	3s	[Barra azul]																																															
21	Capacitación en logística	09/08/2008	05/02/2009	26s	[Barra azul]																																															
22	Capacitación en mantenimiento	01/08/2008	16/10/2008	11s	[Barra azul]																																															
23	Capacitación de guías turísticos	09/08/2008	18/09/2008	6s	[Barra azul]																																															
24	OBTENCIÓN DE FONDOS	02/06/2008	30/01/2009	35s	[Barra azul]																																															
25	Elaboración de presupuesto	02/06/2008	08/08/2008	10s	[Barra azul]																																															
26	Solicitar y obtener fondos (instituciones financieras)	11/08/2008	06/02/2009	26s	[Barra azul]																																															
27	Solicitar y obtener fondos FODES	11/08/2008	28/11/2008	16s	[Barra azul]																																															
28	PLAN D: DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS	01/12/2008	27/03/2009	17s	[Barra azul]																																															
29	Mejora de instalaciones y servicios	01/12/2008	27/03/2009	17s	[Barra azul]																																															
30	Construcción de nuevos atractivos	01/12/2008	23/01/2009	8s	[Barra azul]																																															
31	Fomento de nuevos servicios	01/12/2008	23/01/2009	8s	[Barra azul]																																															
32	PLAN E: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	04/08/2008	26/09/2008	8s	[Barra azul]																																															
33	Asignar responsables de implantación del plan	04/08/2008	08/08/2008	1s	[Barra azul]																																															
34	Contratación de empresa publicitaria	11/08/2008	22/08/2008	2s	[Barra azul]																																															
35	Diseño y fabricación de publicidad y señales de tránsito	25/08/2008	12/09/2008	3s	[Barra azul]																																															
36	Colocación de señales y vallas y distribución de materiales escritos	15/09/2008	26/09/2008	2s	[Barra azul]																																															
37	Control de obras	15/09/2008	26/09/2008	2s	[Barra azul]																																															

PROGRAMACIÓN GENERAL DE IMPLANTACIÓN DE LOS PLANES QUE CONFORMAN LA PROPUESTA DE GESTIÓN INTEGRAL

CAPITULO VI. PLAN DE NEGOCIOS

1. INTRODUCCIÓN/PRESENTACIÓN

El Plan de Negocios es un documento básico que resulta imprescindible como soporte para la puesta en marcha de cualquier iniciativa empresarial. Además, constituye la referencia que se utiliza para presentar el proyecto a potenciales inversores y representa la primera muestra que justifica y demuestra la viabilidad de desarrollo de las iniciativas de una empresa. Consideraremos el plan de empresa como la herramienta principal de gestión, que sirve para guiar todas las acciones que se deben llevar a cabo durante un periodo.

Para el centro turístico Puerto San Juan el Plan de Negocios representará por tanto una herramienta de trabajo que se consolidará de una manera permanente con el paso del tiempo y que servirá como referencia para la gestión habitual de la compañía. Por eso, su utilidad se manifestará a lo largo del tiempo y será la guía básica de referencia en el quehacer cotidiano.

El presente Plan de Negocios del Centro Turístico Puerto San Juan es un documento formal debidamente estructurado en el cuál se presenta:

- Una visión clara y resumida del Centro Turístico.
- Los objetivos perseguidos la empresa.
- Las estrategias y recursos necesarios para el logro de dichos objetivos.
- El diseño de una estructura organizativa adecuada.
- El comportamiento y actuación de la empresa en un ejercicio, reflejado en las diferentes evaluaciones.

El desarrollo del presente Plan de Negocio está basado en el análisis tanto de los diferentes factores que intervienen en el desarrollo de las actividades del Centro Turístico (mercado consumidor, competidor y proveedor) como de los involucrados en la puesta en marcha de nuevos servicios dentro del turicentro.

2. RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios representa la guía de navegación del Centro Turístico Puerto San Juan en el desempeño de sus labores. Se incluyen dentro de éste aspectos estratégicos tales como su estructura organizativa, su misión y su visión, hasta aspectos tácticos tales como normas y políticas propias de cada una de las comisiones que lo conforman.

Se presenta además el análisis de los diferentes mercados (consumidor y competidor) y las ventajas competitivas del turicentro con respecto a estos. Aunado a todo lo anterior, se incluyen las evaluación social, ambiental y de género de las propuestas así como las evaluaciones económicas y financieras que confirman que las inversiones necesarias para llevar a cabo las propuestas generarán beneficios económicos para la Alcaldía Municipal de Suchitoto, ente encargado de la administración del Centro Turístico, y por consiguiente, para los empresarios y trabajadores encargados de prestar los servicios dentro del turicentro.

Más allá de lo contenido en el presente documento es importante tener una visión del efecto dominó que generarán los beneficios de la implantación de las presentes propuestas, los cuáles incidirán principalmente en la mejora de la calidad de vida de los habitantes del cantón San Juan (ya que la mayoría de dueños y trabajadores de los negocios que prestan sus servicios dentro del Turicentro habitan en dicho cantón) extendiéndose luego dichos beneficios al resto del Municipio gracias a un incremento en la cantidad de turistas y, por consiguiente, en las divisas generadas en materia de turismo.

3. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

3.1 MISIÓN

La formulación de la misión es uno de los procesos más importantes y formales en una organización ya que describe la naturaleza del negocio al cual se dedica la empresa y representa la base para la formulación de sus objetivos y estrategias. Una formulación de misión muestra una visión a largo plazo de una organización en términos de qué se quiere ser y a quién se desea servir. *Describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una empresa.*

La misión de una empresa ha de responder las siguientes interrogantes:

Clientes:	¿Quiénes son?
Productos o servicios:	¿Cuáles son los más importantes?
Mercados:	¿Competimos geográficamente?
Tecnología:	¿Tecnología básica para la Organización?
Desempeño:	¿Cuales son las metas económicas?
Filosofía:	¿Valores, creencias y aspiraciones?
Concepto de sí misma:	¿Fortalezas y ventajas competitivas claves?
Imagen pública:	¿Que imagen tiene actualmente y a cual aspira?
Efectividad:	¿Recurso humano Vs. Objetivos?
Calidad Inspiradora:	¿Motiva y estimula su lectura?

3.1.1 MISIÓN ACTUAL

La misión manejada actualmente en el Centro Turístico es la siguiente:

“Ofertar y comercializar productos alimenticios de primera calidad, servicios de navegación así como, información interpretativa del entorno, con principios de calidad, desarrollo sostenible e innovación tecnológica para competir en el mercado local y nacional en forma eficiente y rentable que satisfaga las expectativas de los arrendatarios y la municipalidad.”

3.1.2 EVALUACIÓN DE LA MISIÓN ACTUAL

ELEMENTO	INTERROGANTE	OBSERVACIÓN
Clientes	¿Quiénes son los clientes de la empresa?	En la misión manejada actualmente en el turicentro no se especifica quienes son considerados como clientes de la empresa.
Mercados	¿Compite la firma geográficamente?	Se menciona el mercado al cual va dirigido pero de manera general: nacional y local.
Productos o Servicios	¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución?	Si se mencionan algunos productos y servicios prestados: <i>“productos alimenticios de primera calidad, servicios de navegación así como, información interpretativa del entorno”</i>
ELEMENTO	INTERROGANTE	OBSERVACIÓN
Filosofía	¿Cuáles son los valores, creencias y aspiraciones fundamentales de la firma y sus	Se ve reflejado al decir: <i>principios de calidad, desarrollo sostenible</i>

	prioridades filosóficas?	
Preocupación por imagen pública	¿Cuál es la imagen pública que aspira la institución?	No se especifica cuál es la imagen que el turicentro quiere dejar
Tecnología		Se menciona la innovación tecnológica como herramienta de competencia en el mercado nacional.

Análisis.

Como se observa en la tabla anterior, la misión que es manejada actualmente no cumple con los elementos esenciales que debe de contener, ya que no se menciona quienes son los clientes de la empresa, se menciona el mercado pero no menciona de manera específica cual es la imagen que el turicentro quiere dejar para con la sociedad y aunque se menciona la innovación tecnológica, se considera que debido a la orientación actual del turicentro no amerita la especificación precisa de éste elemento. Aunque se muestra la filosofía de calidad y el desarrollo sostenible y menciona los servicios que en este centro turístico se prestan se considera que la misión no está completa ya que no cumple con todos los elementos mínimos que debería de contener por lo que se hace necesario una redefinición de ésta.

3.1.2 REDEFINICIÓN DE LA MISIÓN.

Para redefinir la Misión del turicentro puerto san Juan, se procede a contestar las siguientes interrogantes que se muestran en la tabla siguiente:

ELEMENTO	INTERROGANTE	ESPECÍFICAMENTE
Clientes	¿Quiénes son los clientes de la empresa?	Personas con preferencias hacia el ecoturismo, especialmente grupos familiares
Mercados	¿Compite la firma geográficamente?	Mercado turístico a nivel nacional.
Productos o Servicios	¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución?	Servicio de restaurante, paseos en lancha, venta de artesanías.
Filosofía	¿Cuáles son los valores, creencias y aspiraciones fundamentales de la firma y sus prioridades filosóficas?	Amabilidad, Calidad, Enfoque al cliente,
Preocupación por imagen pública	¿Cuál es la imagen pública que aspira la institución?	Centro de recreo familiar en armonía con la naturaleza
Tecnología		No es un factor de peso actualmente.

3.1.3 PROPUESTA DE MISIÓN PARA EL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN

MISIÓN.

“Somos un centro turístico dedicado a brindar recreación en un ambiente familiar, permitiéndole al visitante estar en armonía con la naturaleza, ofreciendo una diversidad de productos y servicios con calidad y amabilidad enfocados a satisfacer las expectativas de nuestros clientes”

3.2 VISIÓN

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

La visión debe tener por escrito el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser la empresa en el futuro. Una vez que se tiene definida la visión de la empresa, todas las acciones se fijan en este punto y las decisiones y dudas se aclaran con mayor facilidad. Todo miembro que conozca bien la visión de la empresa, puede tomar decisiones acorde con ésta.

La visión presenta el conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia del turicentro quiere alcanzar y espera ser en el futuro, estableciendo el rumbo que este ha de seguir para lograr el desarrollo esperado.

Los elementos a ser analizados para la definición de una visión son los siguientes:

ELEMENTO	INTERROGANTE
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?

3.2.1 EVALUACIÓN DE LA VISIÓN ACTUAL DEL CENTRO TURÍSTICO

ELEMENTO	INTERROGANTE	OBSERVACIÓN
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?	“Ser el centro de desarrollo turístico más rentable y eficiente?”
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?	Todo El Salvador
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?	No se especifican
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?	No se especifica ningún compromiso
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?	No se hace mención de los valores ni principios de la empresa
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?	No se menciona el alcance en la visión actual

Análisis.

Como se observa en la tabla, la actual Visión con la que trabaja el turicentro se enfoca únicamente en la posición de éste, dejando a un lado los demás elementos que debería de poseer. Además, ésta se considera demasiado amplia ya que menciona *llegar a ser el centro de desarrollo turístico más rentable y eficiente en la región de El Salvador*, lo cuál, para ser alcanzado necesita de un nivel de inversión alto que permita modernizar los servicios prestados. Se hace necesario efectuar una redefinición de la misma, con proyecciones de crecimiento que sean reales, alcanzables en el mediano-largo plazo y con un grado de inversión acorde con el presupuesto asignado para este.

3.2.2 REDEFINICIÓN DE LA VISIÓN.

Para redefinir la Visión se contestan las interrogantes que se muestran en la tabla siguiente, ya que estos aspectos son básicos para cualquier Visión. A partir de dichas respuestas se procede a la elaboración de un borrador el cuál es mejorado posteriormente en consenso del grupo encargado.

ELEMENTO	INTERROGANTE	OBSERVACION
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?	Convertirse en el eje central del turismo en el municipio
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?	Todo el país
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?	Por medio de la diversificación de servicios ecoturísticos
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?	Ser el ente de desarrollo económico para el municipio
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?	Basados en el trabajo en equipo que satisfagan las necesidades de los clientes.
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?	Desarrollar una integración de los diferentes tipos de turismo en el municipio.

3.2.3 PROPUESTA DE VISIÓN PARA EL CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN

VISIÓN

“Convertirse en el eje central del turismo de suchitoto por medio de la diversificación de los servicios ecoturísticos, basados en el trabajo en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes y así convertirse en un ente de desarrollo económico e integrador de los diferentes tipos de turismos que ofrece este municipio.”

3.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES.

3.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Convertir el Turicentro Puerto San Juan en el eje central del turismo en Suchitoto por medio de la integración de los diversos tipos de turismo que se prestan en el municipio, fomentando principalmente el ecoturismo y explotando de manera sostenible los recursos naturales con los que se cuenta como fuente de desarrollo económico.

3.3.2 OBJETIVO ESPECIFICOS.

10. Fomentar el trabajo en conjunto por medio de eventos en el cual se involucre e integre a las diferentes comisiones que conforman el GREPUSAN.
11. Diversificar y generar nuevas alternativas de servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los visitantes al turicentro Puerto San Juan y crear en ellos una experiencia que los motive a regresar.
12. Incrementar la afluencia de turistas en un 15% en el primer año después de haber puesto en marcha la Propuesta de Gestión Integral.
13. Fundar una oficina de turismo dentro del turicentro que sea la encargada de desarrollar los eventos, mejorar los servicios y que fomente las diversas prácticas de turismo que hay dentro del municipio.
14. Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.
15. Capacitar a personas para que sirvan como guías turísticos en la prestación de los servicios.
16. Promover las capacitaciones y calificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de las familias del municipio en el modelo de desarrollo a través de en el marco de una cultura turística.

17. Realizar campañas publicitarias e informativas sobre los servicios turísticos que se ofrecen dentro del turicentro, a nivel municipal como nacional.
18. Identificar nuevas rutas turísticas que sean atractivas para los turistas y que interactúen los diversos tipos de turismos que se practiquen dentro del municipio.

3.4 ANALISIS FODA

Partiremos de una identificación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que afectan al turicentro Puerto San Juan. Éstas se presentan en la siguiente tabla.

No.	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
1	Iniciativas por parte de algunos miembros de los comités que conforman el GREPUSAN.	El TPSJ esta en la posibilidad de ofrecer nuevos atractivos y servicios (Piscinas, Criadero de peces.	No existe una planificación formal de las actividades a realizar	Poca disposición del dueño del terreno aledaño a vender parte de este a un precio razonable.
2	Existencia de capacitaciones de los miembros de las diferentes comisiones.	Diversidad de recursos y patrimonios turísticos aprovechables cercanos al turicentro.	No existe una estructura organizativa bien definida.	Niveles altos de contaminación del lago
3	El intento de establecimiento de normas internas a los comités de lancheros y restauranteros	Posibilidad de adquisición de terreno aledaños para futuras ampliaciones.	No se encuentran bien definidas las metas organizacionales (misión, visión, objetivos).	Creación de nuevos centros turísticos en el lago de Suchitlán que presten mayor cantidad de servicios.
4	La estandarización de rutas, tiempos y precios de lancheros	El Lago de Suchitlán es considerado un Humedal RAMSAR	No cuenta con políticas que dirigen al GREPUSAN	No existen rutas turísticas que consideren al turicentro Puerto San Juan.
5	Campañas de limpiezas para el lago.	Los lagos son considerados por gran parte de la población como un destino turístico que les gusta visitar (87% de los encuestados).	No existe una verdadera integración de las comisiones que conforman el GREPUSAN para realizar las actividades	Falta de mapas turísticos completos a nivel de país y de municipios
6	Existencia de un asesor para aspectos de planificación.	Posibilidad de practicar diversos deportes acuáticos en el lago	Falta de involucramiento de los miembros de las comisiones en el mantenimiento y mejora de sus áreas de trabajo.	Medios de transporte público insuficientes y deficientes
7	Precio de entrada por persona accesibles comparado con otros turicentros (0.50 TPSJ y 0.80 turicentros nacionales y 2 a mas turicentros privados)	La existencia de concursos que motiven las iniciativas turísticas municipales.	Poca experiencia del personal encargado del área de administración.	Principal acceso al turicentro no tiene un ancho de rodamiento que soporte un aumento en el flujo vehicular
8	Limpieza e higiene que presenta el turicentro.	Mejora de la imagen del país a nivel nacional e internacional.	Inexistencia de un sistema de información formal.	Falta de bardas protectoras en la calle de acceso al turicentro
9	Turicentro localizado en un municipio	Mayores niveles de publicidad de el país	Poca cohesión por parte de los miembros de la	Falta de interés de las instituciones

	considerado como destino turístico por un alto porcentaje de la población no pobre del país. (según las encuestas, un 93%)	como un sitio turístico	comisión de artesanías y restaurantes.	relacionadas al turismo en el municipio.
10	Localización en uno de los mayores lugares que visita las personas en Suchitoto, el lago Suchitlán.	La importancia económica que está teniendo el turismo en el municipio	Falta de planificación de eventos turísticos.	El dinamismo del sector
11	Instalaciones del turicentro percibidas como buenas o muy buenas por un alto porcentaje de la población que lo ha visitado (50% y 25% respectivamente).	Publicidad indirecta a través del patrocinio de actividades benéficas (carrera del patito de hule)	Poca capacidad de liderazgo dentro de las comisiones.	Los precios con los que adquieren los insumos son muy altos.
12	Vista panorámica hacia el lago y zona montañosa	Recomendaciones de personas usuarias del turicentro para visitar	No existencia de coordinación de las compras de insumos utilizados para la prestación de los servicios.	La lejanía del proveedor para el comité de lancheros
13	Existencia de rampas para silla de ruedas	Utilización de diferentes medios publicitarios masivos.	Planificación del presupuesto designado inadecuada e insuficiente.	
14	Turicentro ofrece atractivos de tipo ecoturístico (uno de los tipos de turismo preferidos por el turista que visita suchitoto según encuesta 23%)	Aprovechamiento de cafés, cibernets u otros comercios para publicitarse dentro del casco histórico	Falta de plan de trabajo entre los comités.	
15	El turicentro posee 2 de los 3 atractivos más buscados por los turistas que visitan turicentros (Atractivos naturales en un 22.25% y servicio de restaurante y 19.33%)	El interés de algunos sectores del municipio en darle importancia al turismo en el municipio	Reporte que presenta a la alcaldía solo es hablado y por escrito es realizado solamente cuando existe cambio de consejo.	
16	Condiciones higiénicas al prestar el servicio de restaurante.	La existencia de instituciones o entes municipales de apoyo al turismo	Falta de motivación por parte del administrador hacia las comisiones.	
17	El precio de el plato de comida a la carta accesibles comparados a los de otros centros turísticos.	La calidez humana que perciben los turistas de los habitantes del Municipio	Falta de estrategias de marketing	
18	Los niveles de precios se encuentran accesibles para una familia de clase no pobre.	Los habitantes tienen una cultura receptiva a los visitantes y turistas	No toman opinión de todos los comités al momento de efectuar cambios en el turicentro.	
19	Promoción del desarrollo artesanal al vender productos nacionales	Fomento de la comunicación entre entes relacionados con turismo en el municipio	No hay un marco legal municipal aprobado que dicte las normas de actuación de funcionamiento del turicentro	
20	Aun sin poseer publicidad, en días feriados posee una demanda considerable	El apoyo de parte de la municipalidad para el desarrollo de iniciativas para el turicentro	No tienen bien definidas las ventajas competitivas del turicentro con respecto a otros.	

21		Existencia de un comité de desarrollo turístico.	Ausencia total de esfuerzos de publicidad del turicentro.	
22		Apoyo del MITUR al municipio de Suchitoto en el desarrollo del Plan 2014.	Falta de identificación y publicidad del turicentro.	
23		Existencia de líneas estrategias relacionadas al desarrollo del turicentro PSJ dentro del plan maestro.	Falta de formación de combos turísticos para los clientes	
24		Existencia de capacitaciones para la formación de guías turísticos.	Falta de creación y ofertas de paquetes turísticos	
25		Existencia de la policía de turismo (muy amables y sonríen a las cámaras)	Falta de medios promocionales que faciliten la identificación del turicentro y la forma de llegar el.	
26		El MITUR se encuentra efectuando un inventario turístico.	No cuentan con un parqueo adecuado que satisfaga la demanda de los turistas en los días más concurridos.	
27		Entrega de comodato 5 islas propiedad de CEL	Deficiente sistema de señalización para guiar al turista al centro de recreo.	
28		El desarrollo del Plan Maestro para Suchitoto	Deficiencia en la infraestructura para el ingreso y salidas vehicular.	
29		Fomento por parte del gobierno en la creación de comités para el desarrollo turístico local a través de la integración de recursos (asistencia técnica proporcionada por el CORSATUR plan 2014)	Inexistencia de atractivos y servicios mas esperados por las personas (Piscinas 9.7%, muelle 7.2%, ferry turístico y mural de fotos e historia, ranchos con hamacas 6.0%, etc.)	
30		Gestión turística del CORSATUR mediante un inventario turístico y generación de rutas en la cuales incluye al municipio de Suchitoto.	Corto tiempo de estadía del turista al puerto san Juan por la falta de infraestructura adecuada.	
31		Desarrollo de un registro nacional de empresas turísticas para fomentarla interacción entre tour operadores y empresas del sector turístico.	Falta de espacio para ampliaciones del TPSJ.	
32		CASATUR actualmente esta trabajando en la sistema de integración Centroamericana para aumentar el turismo (SICA)	Desaprovechamiento de recursos provenientes del lago.	
33		Se contempla una inversión y promoción turística para el país a nivel nacional como internacional.	Falta de carteles de prohibiciones.	
34		Creación de la ley de turismo para fomentar el crecimiento de este	Falta de letrero que identifique al turicentro a su entrada principal	

		sector.		
35		Promoción de incentivos fiscales por parte del MH para persona o empresas que fomenten el turismo.	Los locales de los restaurantes muy pequeños	
36		Programas desarrollados por diferentes ministerios relacionados al turismo para fomento del mismo.	Poca cantidad y mala ubicación de los juegos mecánicos para niños	
37		Programa de señalización turística a nivel de país contemplando en el plan 2014	Falta de excursiones que tengan como destino el turicentro.	
38		Una quinta parte de la población prefiere el ecoturismo.	Los precios de los productos alimenticios son muy altos para la calidad esperada.	
39		Limpieza del municipio, señalado como el factor positivo más votado	Los lancheros dispone de solamente un proveedor de los principales insumos	
40		Tratamiento de los desechos sólidos del municipio.	No existe diversidad de formas de pago.	
41		Auge en la práctica del ecoturismo como un turismo alternativo.	Falta de iniciativa, organización y realización de eventos diversos	
42		Diversidad de tipos de turismo que se pueden practicar en el municipio.	No existe un sistema de evaluación de los servicios prestados	
43			Falta de un documento para la gestión o búsqueda de inversionista para el desarrollo del turicentro.	
44			Falta de socorristas o guarda vidas.	
45			Falta de equipo y herramientas de apoyo para efectuar trabajo de la administración	
46			No se observa un vínculo entre la oficina de turismo y TPSJ	
47			Inexistencia de rótulo informativo de precios en entrada al turicentro	

Tanto para la identificación de los elementos anteriores como de las estrategias se partió de una lluvia de ideas. A partir de ella se realizó una agrupación de estrategias por tema que la relacionaba (planificación, dirección, organización, control, servicios, infraestructura, publicidad y promoción), luego una selección de estrategia representativa o se re elaboraron estrategias a fin de sintetizar las ideas que surgieron de la lluvia de ideas análisis. A continuación se presentan las estrategias resultadas del análisis FODA.

actores Internos Factores Externos	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<p>21. Elaborar los planes de capacitaciones necesarios y requeridos según el área del turicentro, a cerca de dirección, planificación y otros temas relacionados con el turismo y su administración.</p> <p>22. Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles aprovechando las características turísticas, de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos ecoturísticos del embarcadero en lugares estratégicos dentro del casco urbano.</p> <p>23. Creación de nuevas rutas turistas que relacione el ecoturismo, turismo rural e histórico en el municipio, tomando como eje el TPSJ.</p> <p>24. Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para Promocionar a Suchitoto no solo como un lugar cultural sino también para la práctica de ecoturismo, haciendo énfasis en el TPSJ como alternativa de ella dentro del municipio.</p>	<p>14. Revisión y propuestas de cambios a objetivos corporativos y políticas para el turicentro</p> <p>15. Establecer un plan de mantenimiento y de mejora de los atractivos para el centro turístico involucrando a las comisiones y la administración.</p> <p>16. Diseño del sistema de información interno y reportes necesarios para el turicentro, más adecuado según su naturaleza y finalidad de la información. Evaluación de equipo o recurso tecnológico.</p> <p>17. Colocar rótulos o vallas publicitarias con el nombre y servicios que presta el turicentro y señales de ubicación del turicentro en lugares estratégicos. Gestionar con el MITUR la colocación de dicha señalización de ser necesario. Además de un rotulo informativo del turicentro que indique los atractivos y precios, según clasificación afuera del mismo.</p> <p>18. Elaboración de paquetes turísticos que involucre a todos los comités. Y gestionar la relación con tour operadores</p> <p>19. Ampliar el parqueo y rediseño de la entrada y salida.</p> <p>20. Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo en futuras ampliaciones.</p> <p>21. Elaborar un plan de interrelaciones entre los recursos que poseen el lago y el TPSJ para generar mayores atractivos ecoturísticos.y creación de nuevas rutas ecoturísticas con otros recursos del municipio.</p> <p>22. Establecer un sistema de evaluación de calidad en la prestación de los servicios.</p> <p>23. Buscar nuevos proveedores y elaborar un plan de compras de insumos por comité.</p> <p>24. Evaluar las diferentes formas de pago posibles a implantar.</p>
Amenazas	<p>3. Plantear escenarios de desarrollo de los atractivos más convenientes de poder obtener los terrenos que desea gestionar la Alcaldía.</p> <p>4. Diversificar los servicios y atractivos turísticos que preste el turicentro según la preferencia de los clientes y las iniciativas o ideas de los miembros de los comités.</p>	<p>17. Plantear escenarios para el incremento de atractivos y servicios nuevos o mejoramiento de infraestructura sin considerar ampliaciones de terreno.</p> <p>18. Rediseño de la estructura organizativa del TPSJ y sus diferentes áreas.</p> <p>19. Identificación de medios de transporte alternativos de llegada al turicentro que sean atractivos al turista y adecuados según los medios disponibles</p>

Matriz FODA

3.5 ESTRATEGIAS.

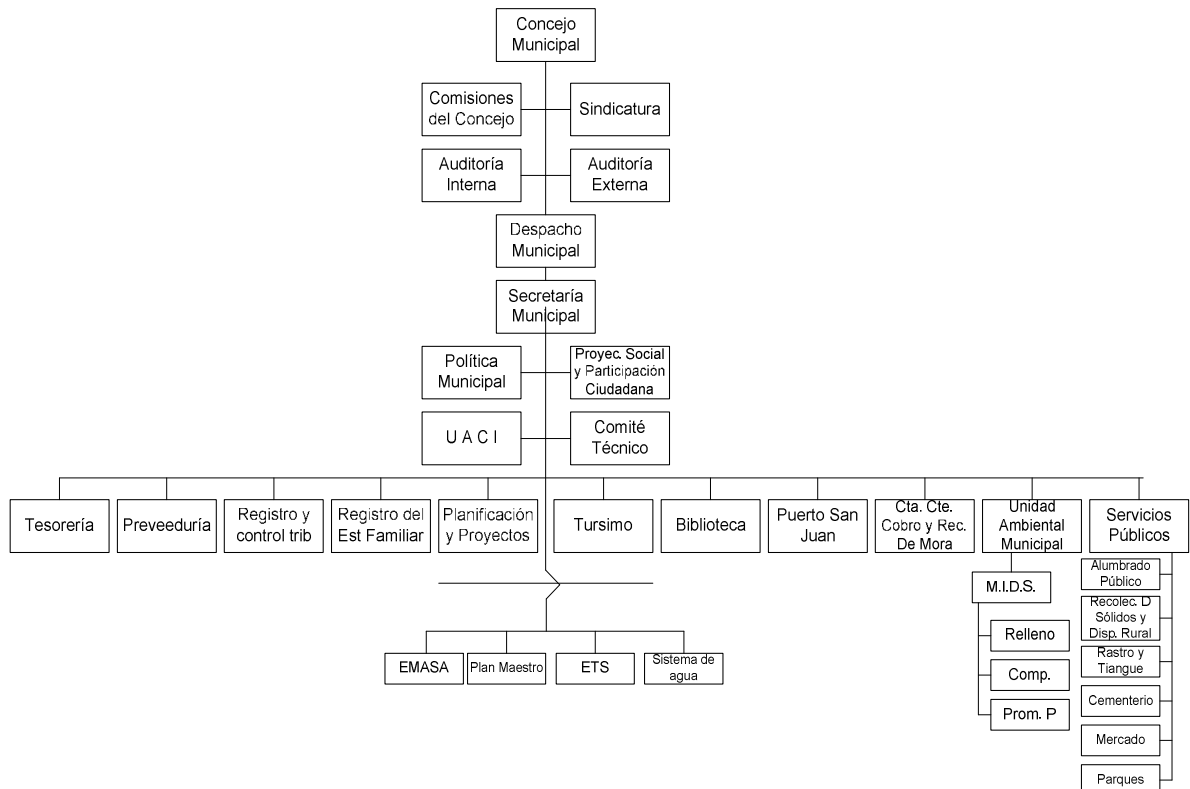
A continuación se presentan las principales estrategias necesarias para lograr convertir al Centro Turístico Puerto San Juan en el eje central del turismo en Suchitoto, las cuáles nacen a partir del Análisis FODA.

13. Diversificar los servicios y atractivos turísticos que preste el turicentro según la preferencia de los clientes y las iniciativas o ideas de los miembros de los comités.
14. Elaborar un plan de interrelaciones entre los recursos que poseen el lago y el Turicentro Puerto San Juan para generar mayores atractivos ecoturísticos y la creación de nuevas rutas ecoturísticas con otros recursos del municipio.
15. Creación de nuevas rutas turistas que relacione el ecoturismo, turismo rural e histórico en el municipio, tomando como eje el Turicentro Puerto San Juan.
16. Colocar rótulos o vallas publicitarias con el nombre y servicios que presta el turicentro y señales de ubicación del turicentro en lugares estratégicos. Gestionar con el MITUR la colocación de dicha señalización de ser necesario. Además de un rotulo informativo del turicentro que indique los atractivos y precios, según clasificación afuera del mismo.
17. Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles aprovechando las características turísticas, de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos ecoturísticos del embarcadero en lugares estratégicos dentro del casco urbano.
18. Elaboración de paquetes turísticos que involucre a todos los comités y gestionar la relación con tour operadores.
19. Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para Promocionar a Suchitoto no solo como un lugar cultural sino también para la práctica de ecoturismo, haciendo énfasis en el TPSJ como alternativa de ella dentro del municipio.
20. Plantear escenarios para el incremento de atractivos y servicios nuevos o mejoramiento de infraestructura sin considerar ampliaciones de terreno.
21. Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo en futuras ampliaciones.
22. Establecer un plan de mantenimiento y de mejora de los atractivos para el centro turístico involucrando a las comisiones y la administración
23. Identificación de medios de transporte alternativos de llegada al turicentro que sean atractivos al turista y adecuados según los medios disponibles.
24. Plantear escenarios de desarrollo de los atractivos más convenientes de poder obtener los terrenos que desea gestionar la Alcaldía.

4. PERFIL ACTUAL DE LA EMPRESA

4.1 PROPIETARIOS

El turicentro Puerto San Juan es propiedad de la Alcaldía Municipal de Suchitoto, la cuál está dedicada a su administración.



Organigrama de la Alcaldía Municipal de Suchitoto

Fuente: Alcaldía Municipal de Suchitoto

Se presenta a continuación el Organigrama de la Alcaldía Municipal de Suchitoto, en el cuál se aprecia la posición del turicentro dentro de ésta.

Los servicios dentro del turicentro son prestados por diferentes negocios. De acuerdo al servicio que prestan, dichos negocios se encuentran agrupados en 3 comisiones, las cuáles son la comisión de Lancheros, la Comisión de Restauranteros y la Comisión de Artesanías y Cafetines. Estas 3 comisiones conforman el GREPUSAN (Grupo Empresarial Puerto San Juan).

4.2 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Cercano a la orilla del lago de Suchitlán se encuentra el cantón San Juan, en donde se encontraban hasta hace un par de años varias familias cuyos ingresos provenían de comedores funcionaban en la zona y en los cuáles ofrecían plato variados a los visitantes del lago. Para otros la forma de subsistencia se basaba en la pesca artesanal teniendo en algunos casos barca o lancha propia.

Hace más de dos años la Alcaldía Municipal de Suchitoto comenzó a desarrollar la idea de construir un centro turístico en esta zona, en el cual se pudiera aprovechar precisamente este recurso, ya que en Suchitoto la mayor parte del tiempo los turistas se limitaban a visitar el casco urbano y no había sido aprovechado todos los recursos que ofrecía el lago, a pesar de ser un atractivo. Fue entonces se empezó a hablar de proyección del lago, con lo cual se hacía referencia al aprovechamiento de los atractivos del lago, naturales o no (como un turicentro, pescadores, plantas, paisaje) y la integración de éstos como turismo alternativo en una oferta turística más amplia, conformada tanto por el turismo ya por todos bien conocido (calles, construcciones y museo) como además los proyectos propios del lago.

Luego de la gestión de un terreno con la CEL se comenzó la construcción del turicentro. Fue inaugurado el 18 de febrero de año 2005 y en él se reacomodaron a las personas que se dedicaban a la venta de comida en pequeños negocios y a la pesca artesanal.

Actualmente en el Turicentro funcionan 6 puestos de artesanías, 3 cafetines, 8 restaurantes y se cuenta con 19 lanchas

4.3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA Y SUS INSTALACIONES

4.3.1 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

El Puerto San Juan esta ubicado a 1.2 Km. de la ciudad de Suchitoto a orillas del lago Suchitlán. Se puede acceder a éste desde el casco urbano siguiendo la calle al Lago, la cuál lleva al turista directamente al lugar.

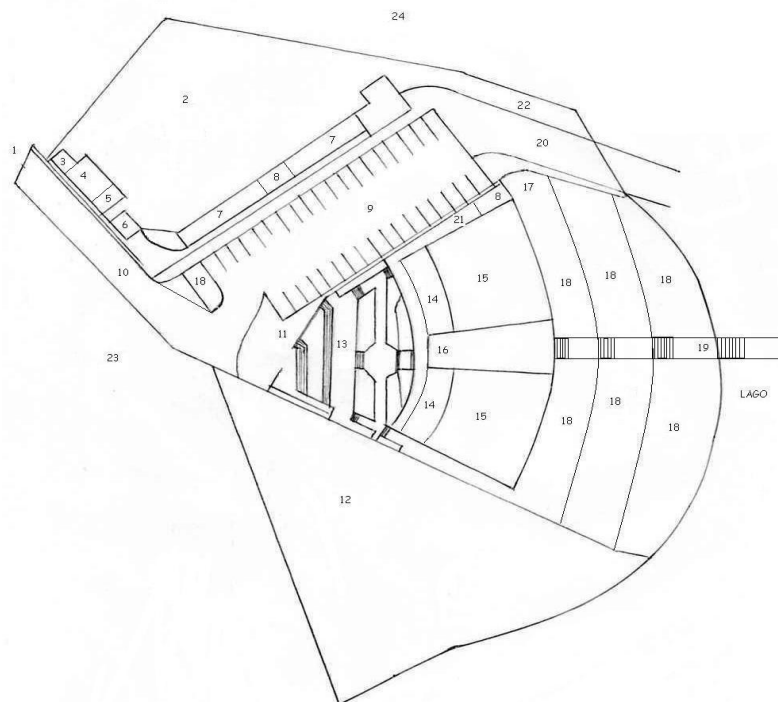
4.3.2 INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO TURÍSTICO

El terreno total con el que actualmente cuenta el turicentro es de 8712 mt² con una capacidad para atender a más de 500 familias diariamente. Posee una capacidad total de parqueo asignado para 36 vehículos (en un área de 49.5 x 12 m) y en las orillas del lago un aproximado de 114. Además, posee un área de restaurantes de 40 x 30 m.

Como servicios anexos cuento con 4 servicios sanitarios, dos para mujeres y dos para hombres, situados en el área de artesanías y en el área de restaurantes, un área de jardín con vista al lago con bancas y juegos mecánicos para niños. El turicentro cuenta además con un área de administración, una oficina de CENDEPESCA y un área de bodega donde los lancheros guardan sus insumos.

Aledaño a él se encuentra dos terrenos, uno de la Fuerza Armada de El Salvador (institución que actualmente se encuentra en negociaciones con la Alcaldía para adquirirlas en comodato para poder utilizarlas para la ampliación del turicentro) y el otro es un terreno de 7 manzanas el cual es de propiedad privada. Estos dos terrenos son los que la alcaldía considera adquirir para la futura expansión del centro de recreo. El siguiente diagrama presenta las diferentes áreas que constituyen el turicentro:

ÁREAS			
1	Acceso principal	13	Área de puestos de artesanías
2	Área verde sin construcción	14	Restaurantes
3	Oficina del CAM	15	Área de mesas
4	Oficinas Administrativas	16	Pasillo principal de área de restaurantes
5	Oficina de CENDEPESCA	17	Área de juegos mecánicos para niños
6	Área para ventas	18	Área verde y ornamental
7	Área de Cafetines y artesanías	19	Salida hacia el lago
8	Baños	20	Calle de salida al lago
9	Parqueo	21	Sala ornamental
10	Entrada a parqueo	22	Área de Lancheros
11	Entrada principal a área de restaurantes y artesanías	23	Terreno perteneciente a la Fuerza Armada
12	Área verde sin construcción anexa a área de restaurantes	24	Terreno privado anexo



4.4 COMITÉS QUE CONFORMAN LA EMPRESA

4.4.1 COMITÉ DE RESTAURANTEROS

El servicio de restaurante inicio paralelamente al funcionamiento de los demás comités que componen GREPUSAN, en febrero de 2005, con la puesta en marcha de la idea del Embarcadero o Puerto San Juan. Ésta comisión está conformada por 8 restaurantes y el 75% de los dueños de estos locales son personas que tenían sus negocios informales a orillas del lago antes de la formación del centro turístico. El área de restaurante está compuesto por una nave de aproximadamente 40 m de largo y 35 m de ancho.

4.4.1.1 REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVA DE LA COMISIÓN DE RESTAURANTEROS

Actualmente existe una directiva del comité la cuál está conformada por 4 personas. Éstos representantes incluyen un Presidente, Vice-Presidente, Secretario y Tesorero, los cuales están con la disponibilidad de tomar acuerdos leves en cuanto a amonestaciones, las cuales varían entre \$5 y \$10. El comité tiene como fin el mejoramiento, presentación, imagen y buen concepto del Centro Turístico, para lo cual están comprometidos.

En lo que se refiere a normativas, dentro de la comisión se ha elaborado un listado de reglas entre las cuales se encuentran:

12. Queda prohibido el préstamo de servicio y atención sin uniformes
13. Mesas y sillas no se deben sacar del área de servicios
14. No puede usarse el celular una vez entrado el empleado al trabajo
15. No usar herramientas inadecuadas
16. No permitir que los empleados pongan sillas a la par de las ventanas de los restaurantes
17. En el momento de entrar al lugar del trabajo se “recomienda buscar qué hacer”
18. Diariamente botar y limpiar los basureros
19. Uso de muebles apropiadamente
20. No echar objetos inapropiados en trabantes y lava manos, los empleados serán los mismos responsables
21. Es adecuado y normal que se tengan mesas estacionarias y de apoyo, sin embargo es prohibido se usen en emergencias de sobre demanda

4.4.2 COMITÉ DE ARTESANÍAS Y CAFETINES

Éste comité encuentra formado por los vendedores de artesanías y los cafetines que se encuentran dentro de TPSJ. Los locales de dicho comité se encuentran ubicados a un costado del parqueo del turicentro. Los fines de semana, algunos vendedores de artesanías colocan puestos de venta a la entrada de los

restaurantes, en un corredor frente a la fuente de la entrada principal a la zona de restaurantes, con el fin de acercar sus productos al cliente.

4.4.2.1 REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVA DE LA COMISIÓN DE ARTESANOS

Esta comisión actualmente no posee ningún tipo de normativa o reglamentación interna que rijan el comportamiento de sus miembros.

4.4.3 COMISIÓN DE LANCHEROS

Este comité es el que se encarga de prestar el Servicio de paseo en lancha, el cuál consiste en proporcionarle al turista un viaje guiado por el lago para que pueda apreciar de cerca los diferentes atractivos naturales con los que cuenta la zona

4.4.3.1 REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVA DE LA COMISIÓN DE LANCHEROS

La normativa que rige el accionar de los miembros de esta comisión incluye:

5. Los precios y tiempos según ruta a realizar.
6. El orden de salida para cada uno de los lancheros.
7. La rotación de lancheros por día en la semana, debido a que realizan turno en la semana en los que llegan seis equipos a prestar el servicio por la baja afluencia de clientes.
8. Poseen un comité interno con el que tratan los problemas o posibles alternativas de los servicios a prestar.

Actualmente este comité se encuentra en trámites de lograr una estructura formal, la cual puede tomar la forma de una ADESCO⁵⁹ o una Cooperativa. Ellos buscan legalizarse con la idea de conseguir fondos para futuras inversiones para la mejora en la prestación de sus servicios e incrementarlos

⁵⁹ Tipo de asociación municipal

5. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS

5.1 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los principales servicios prestados en el Centro Turístico puerto San Juan son:

5.1.1 SERVICIO DE RESTAURANTE

El principal servicio prestado es de comida a la carta los 365 del año en un ambiente familiar disfrutando de una espectacular vista del lago de Suchitlán, el cuál es el lago artificial más extenso del país. Los menús son propios de cada uno de los restaurantes y los precios no varían sustancialmente de un local a otro. La capacidad de personas que pueden ser atendidas actualmente en el lugar se presenta en el siguiente cuadro:

Local	Restaurante	Empleados		Cantidad de mesas	Capacidad de atención (cliente)
		Min	Máx		
1	EL ATLEPAN	3	4	8	32
2	RÍO LEMPA	2	4	8	32
3	BRISAS DEL LAGO	2	3	8	32
4	TUTULEN	4	5	13	52
5	RUI	2	4	8	32
6	BONY'S	2	4	8	32
7	LACHIKI	2	5	8	32
8	JEREMÍAS	2	5	8	32
Total		19	34	69	276

En total, la totalidad de restaurantes emplea entre 19 y 34 personas durante la semana, siendo los fines de semana las fechas en que todos coinciden de emplear entre 1 a 3 personas más. El rango de precios actuales se presenta a continuación:

Local	Restaurante	Precio de productos ofertados		
		Min	Máx	Prom
1	EL ATLEPAN	2.25	10	6.13
2	RÍO LEMPA	4	9	6.5
3	BRISAS DEL LAGO	4	8	6
4	TUTULEN	2.25	10	6.13
5	RUI	4	8	6
6	BONY'S	2	9	5.5
7	LACHIKI	3	7	5
8	JEREMÍAS	3.50	9	6.25
Promedios		3.125	8.75	5.94

5.1.2 SERVICIOS PRESTADOS POR LA COMISIÓN DE ARTESANÍAS Y CAFETINES

Los servicios que se prestan, como ya se mencionó, son los de venta de productos artesanales de diversos orígenes dentro del país y extranjeros, además de los productos principalmente comestibles que venden las cafeterías (cafetines o tiendas). Entre algunos de sus productos se encuentran productos teñidos en añil, ropa elaborada en manta, carteras de coco, manteles, tarjetas, colchas, champús naturales, entre otros. Todos estos productos han sido elaborados 100% a mano y los precios oscilan desde \$1.50 hasta alrededor de los \$20.

La principal sobre los negocios que conforman este comité se presenta en los siguientes cuadros resumen:

<i>Local</i>	<i>cafetines</i>	<i>Cantidad de empleados</i>	<i>Productos Ofertados</i>	<i>Precio de productos ofertados</i>
1	La Princesita	2	Shorts, trajes de baño, paletas y licuados	Precios oscilan entre \$1 y \$5
4	Oasis Vista al Lago	1	Bebidas y comestibles (boquitas)	Precios oscilan entre \$0.35 y \$1
5	Teresita	2	Comida preparada en el lugar y bebidas	Precios oscilan entre \$0.25 y \$2.50
Total		5	Promedio	2.63

<i>Local</i>	<i>Tienda de artesanía</i>	<i>Cantidad de empleados</i>	<i>Productos que ofrece</i>	<i>Precio de productos ofertados</i>
2	Artesanías de mi pueblo	2	Artesanías varias	Precios oscilan entre \$1 y \$15
3	Artesanías Ciudad Vieja	3	Artesanías	Precios oscilan entre \$1 y \$20
6	—	1	Artesanías, pulseras, aritos, ropa	\$1 - \$20
7	—	1	Artesanías, pulseras, aritos,	\$1 - \$15
8	—	1	Artesanías, pulseras, aritos, ropa	\$1 - \$20
9	—	1	Artesanías, pulseras, aritos, tatuajes temporales	\$1 - \$10
Total				

5.1.3 SERVICIO DE VIAJES EN LANCHA

Actualmente para prestar este servicio se cuenta con 19 lanchas que son propiedad de 13 de los lancheros que conforman el comité. Para el manejo de las otras 6 lanchas se ha contratado a 6 personas de la zona. Dichas lanchas poseen una capacidad para transportar a 10 personas y cuentan con asientos para que los pasajeros viajen y admiren de manera cómoda la belleza natural del lugar. Los precios de este servicio varían de acuerdo al tiempo del viaje, la distancia de las rutas y la cantidad de personas por viaje. Para mejorar la prestación del servicio, estos precios y la duración de los viajes en las rutas más frecuentes solicitadas por los turistas ya se encuentran establecidos.

En cada uno de los recorridos los lancheros le narran al cliente historias sobre el lugar visitado al cual van a visitar y la historia de cómo se formó el lago Suchitlán. Los días de semana son los de menor afluencia de

turistas y realizan en promedio de 2 a 5 viajes mientras que los fines de semana realizan alrededor de 25 a 75 viajes (dependiendo de la época).

5.2 COMPARACIÓN COMPETITIVA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Se identificaron 6 competidores directos los cuales prestan los mismos servicios que el TPSJ (paseos en lanchas, servicios de restaurantes y ventas de artesanías) situados en diferentes lagos y lagunas del país; Los más fuertes competidores del Centro Turístico son los turicentros Apulo y Apastepeque, lo cuales poseen gran tradición en el país e historicamente son de los más visitados por las personas que gustan del ecoturismo.

La otra principal fuente de competencia se encuentra a escasos 60 metros del Puerto San Juan y es el turicentro “Mangal de Suchitlán” que además de prestar los mismos servicios que presta el Puerto, además ofrece servicio de piscinas, lo que es una ventaja competitiva para el lugar.

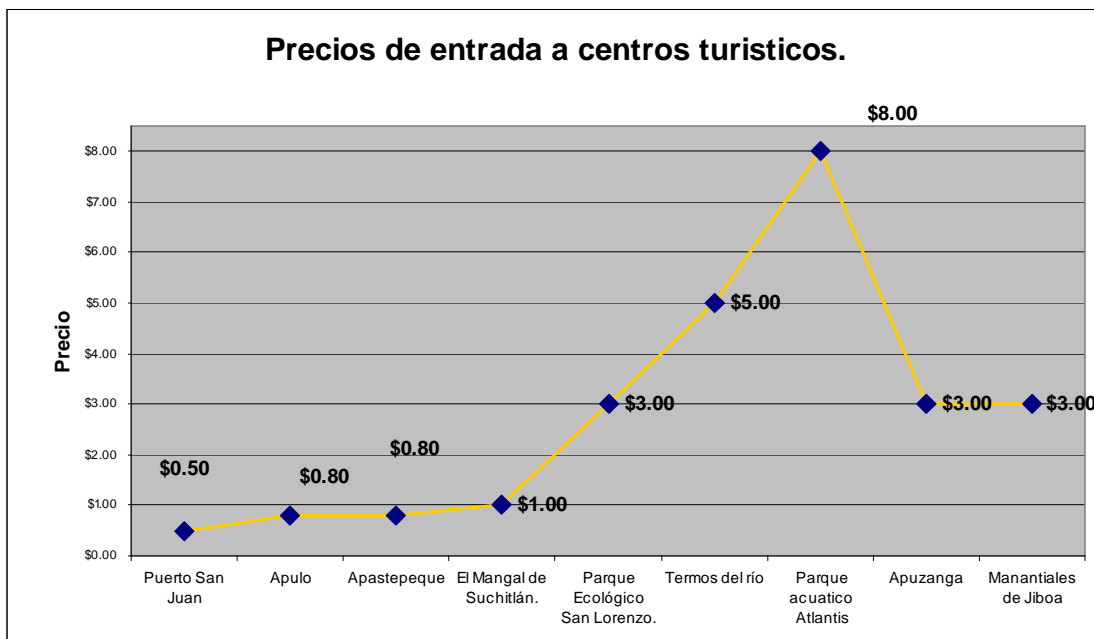
Como competencia indirecta, actualmente en el país existen 47 turicentros con características ecoturísticas (los principales servicios y atractivos prestados por estos son el de servicio de restaurantes o merenderos, áreas naturales y piscinas con toboganes acuáticos). Es de destacar los esfuerzos publicitarios realizados por la mayoría de estos turicentros, lo que es considerado como un factor altamente influyente en la afluencia de público, especialmente en empresas dedicadas al turismo.

52.1 ANÁLISIS DE PRECIOS.

La comparación de los precios entre los diferentes centros turísticos del país es un factor determinante para el establecimiento del nivel de competitividad del turicentro frente a sus competidores. Para ello se han tomado en cuenta los turicentros establecidos como competencia directa en los que se evaluarán los precios de los servicios que son similares (Restaurantes, paseo en Lanchas y ventas de artesanías), los precios de entrada y parqueo de vehículos. Para realizar la comparación de precios se ha hecho uso de un promedio de estos. En el análisis han incluido los precios de entrada y de restaurante de algunos centros turísticos privados. En la tabla siguiente se detallan los precios que en estos lugares y también los precios promedios que se manejan en el turicentro Puerto San Juan.

Nombre del centro turístico	Precios de entrada	Parqueo	Servicios		
			Restaurantes (Precios promedios)	Venta de Artesanías/ souvenir	Paseo en Lancha (1 hora)
Puerto San Juan	\$0.50	\$1.00	\$7.00	\$1.00	\$20.00
Apulo	\$0.80	\$0.69	\$7.50	\$1.00	\$20.00
Apastepeque	\$0.80	\$0.69	\$7.50	\$1.00	\$20.00
El Mangal de Suchitlán.	\$1.00		\$7.00	\$1.00	\$20.00
Parque Ecológico San Lorenzo.	\$3.00	\$1.00	\$7.00	--	--
Termos del río	\$5.00	\$2.00	\$8.00	--	--
Apuzanga	\$3.00	\$0.0	\$7.50	--	--
Manantiales de Jiboa	\$3.00	\$0.00	\$7.00	--	--

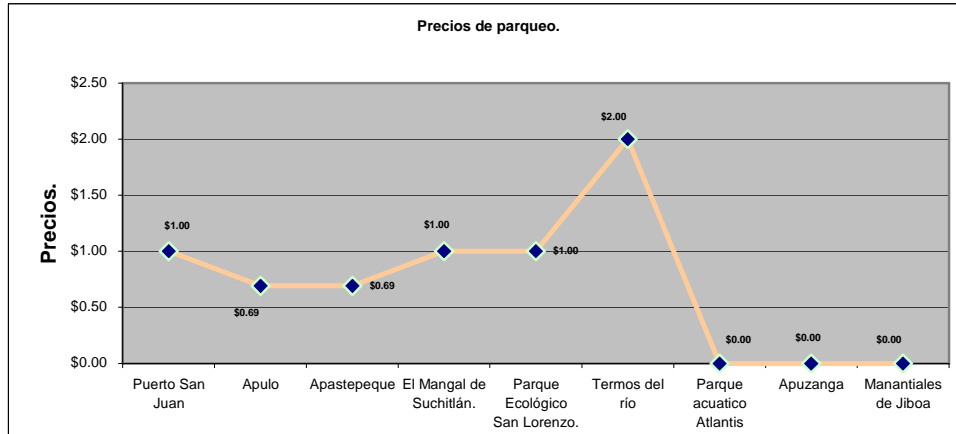
Como se observa en la siguiente gráfica el precio menor de entrada por persona es el registrado en el Puerto San Juan; con un costo menor en \$0.30 de los turicentros considerados como competidores directos. Como se observa en los centros turísticos con administración privada reportan precios mucho mas altos que los nacionales, siendo el turicentro más reportados son los del Parque Acuático Atlantis y Termos del Río con un precio de entrada de \$8.00 y \$5.00 respectivamente, siendo estos dos centros turísticos que actualmente ofrecen mayor diversidad de atractivos y servicios. Como se puede apreciar, el precio de entrada al Puerto San Juan es el más bajo en comparación con el de sus competidores, lo que se considera una ventaja competitiva clave para la atracción de clientes.



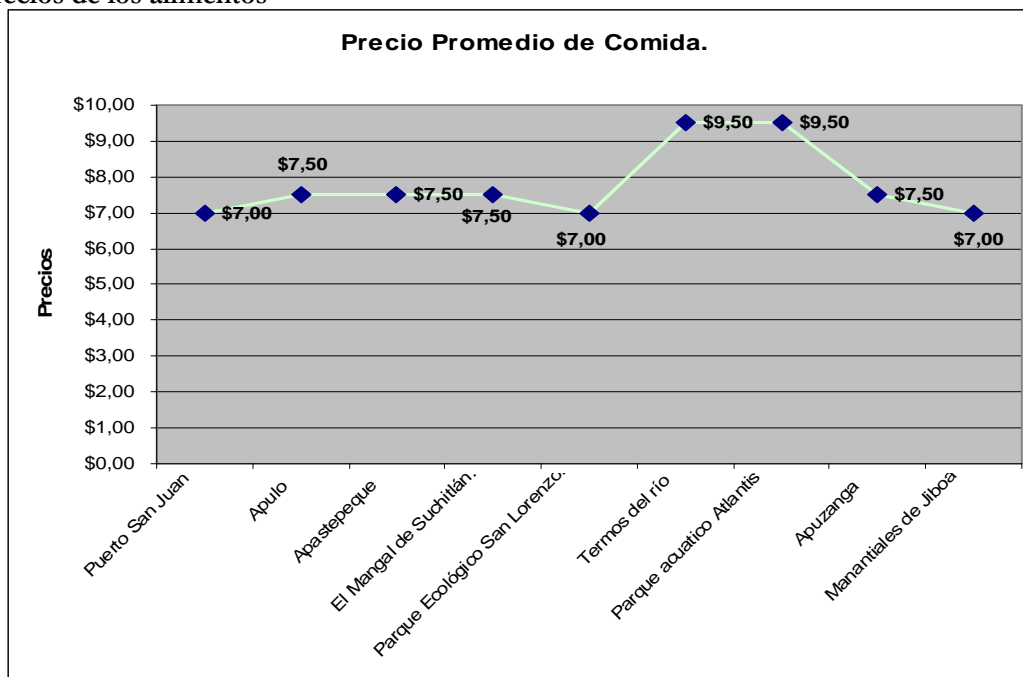
Precio de Parqueo.

El servicio de parqueo algunos turicentros lo cobran y otros lo ofrecen como una oferta por visitar el sitio En tres de los turicentros analizados como competidores directos se apreció que dicho servicio es gratis, pero en la mayoría, el valor oscila entre los \$0.69 y los \$2.00 dólares. Los niveles más altos de

precios por parqueo se encuentran en los turicentros privados. Los siguientes son gráficos comparativos de precios de los servicios ofrecidos en los diferentes turicentros considerados como competencia directa.



Precios de los alimentos



Comparando los precios promedio de los alimentos ofrecidos en los diferentes turicentros, los más altos se encuentran en los de administración privada Termos del Río y Atlantis con un promedio de 9.50 por plato en un restaurante a la carta. De acuerdo a esto los precios de los alimentos ofrecidos en los diferentes restaurantes del turicentro san Juan se consideran con un nivel de precios competitivo. En lo que respecta a los precios de las Artesanías, estos se encuentran dentro del promedio de los ofrecidos en los diferentes turicentros.

En la prestación de servicio de *paseo en lancha* se encuentra en el mismo nivel de precios de los tres turicentros establecidos como competencia directa, esta comparación se efectuó con un viaje con un periodo de duración de una hora ya que en los tres realizan una ruta en ese periodo de tiempo a un precio de \$20.00.El turicentro

De la comparación de los diferentes precios de los servicios se puede concluir que el Puerto San Juan actualmente posee una ventaja competitiva sobre los demás turicentros gracias al nivel de precios de los servicios prestados, ya que, en comparación con los demás, ofrece, en promedio, los niveles más bajos dentro del mercado turístico. Además de todos estos factores, la principal ventaja competitiva del Puerto San Juan es que **se encuentra situado en un municipio reconocido como un destino turístico** en el país por su cultura e historia, al cual llegan gran cantidad de turistas, principalmente al casco urbano y al lago que es uno de los principales atractivos del lugar, por lo que si el turicentro aumenta su estrategias de marketing puede convertirse en uno de los principales centros turísticos del país y generar un desarrollo local para el municipio.

5.3 FUENTES Y LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO

En busca de la reducción de los costos de adquisición de los insumos comunes para cada una de las comisiones se propone:

- ☒ Efectuar una clasificación de los insumos que se utilizan cada una de las comisiones para la prestación de los servicios.
- ☒ Instituir un proceso de adquisición de los principales insumos que consumen cada una de las comisiones; los cuales se puedan adquirir en forma integrada, en busca de reducir los costos por adquisición.
- ☒ Establecer las políticas para la adquisición de insumos.

Para llevar acabo cada una de estas partes se hace necesario realizar las siguientes actividades; las cuales se desarrollan posteriormente:

8. Establecimiento de un comité de adquisiciones.
9. Identificar los tipos y cantidades de insumos requeridos.
10. Clasificar los diferentes tipos de insumos requeridos.
11. Establecer una política de adquisiciones.
12. Creación de un fondo común.
13. Formular un proceso de compras.
14. Presentación de informe.

5.3.1 ADQUISICIÓN DE INSUMOS DE MANERA INTEGRADA.

7. Establecer un comité de compras que este integrado por miembros de cada una de las comisiones, el cual se encargue de la adquisición de los insumos.

Se ha de formar un comité de compras el cual ha de estar conformado por personas de las diversas comisiones del Grupo Empresarial Puerto San Juan, con el objetivo de canalizar las compras de los diferentes tipos de insumos comunes que sean necesarios por cada uno de estas comisiones. Se propone que el comité esté conformado por 3 representantes de la comisión de lancheros, 5 miembros de la comisión de restaurantes y cafetines y 3 miembros de la comisión de artesanías. Además, se incluirá en dicho comité al administrador del turicentro y a una persona del área administrativa, que se encargarán de la compra de insumos para mantenimiento de las instalaciones del turicentro.

Este comité estará integrado por 13 personas, que tomaran las decisiones de compra para las diferentes comisiones que conforman el Grupo Empresarial Puerto San Juan; los cuáles ha de rendir cuentas de manera mensual a cada una de las comisiones esto con el objetivo de que todos se encuentren enterados de los gastos que se efectúan por la manutención del lugar y de los gastos por adquisición de los diversos insumos; presentando un balance general, las facturas de adquisición y los comprobantes de ingresos; así como también el programa general de mantenimiento de las instalaciones y las futuras compras de insumo para cada comisión.

8. Identificar los tipos y cantidades de insumos que se utilizan en la prestación de los servicios dentro del turicentro.

Se deberán definir los insumos que cada uno de los negocios utilizan y la calidad de estos. El procedimiento a seguir se encuentra detallado en el trabajo de graduación anexo al presente Plan de Negocios.

9. Clasificar los diferentes insumos que son utilizados por cada una de las comisiones que desarrollan sus labores dentro del turicentro Puerto San Juan.

La clasificación de los insumos utilizados es la siguientes: productos perecederos (que sirven solo por períodos cortos de tiempo) y no perecederos (que no se arruinan o se deterioran muy lentamente con el paso del tiempo).

10. Establecer una política de adquisiciones y de calidad de los insumos.

Para efectuar de manera sistemática y ordenada las adquisiciones de los insumos dentro del centro turístico sean de establecer políticas que lo rijan y se efectuó este proceso con transparencia; por lo que a continuación se establece:

- a) Se dará prioridad a los proveedores que proporcionen menores precios de los insumos y que estos sean de calidad (la cuál será evaluada por los miembros de la comisión de compras).
- b) Considerar a los proveedores que proporcionen créditos y permitan los periodos largos para cancelación de facturas.
- c) Para la realización de las compras se ha de considerar de tres a cinco cotizaciones de proveedores; según el tipo de insumo a adquirir, para someterlas al proceso de compra.
- d) Para efectuar las compras tendrán mayor relevancia los proveedores que proporcionen mayor periodo en garantía y mantenimiento cuando los insumos lo requieran.
- e) Proveedores que posean entrega a domicilio.
- f) Se buscarán proveedores que en su mayoría sean del municipio, para proporcionar un desarrollo local.
- g) Los locales proporcionarán información acerca de los incrementos o disminuciones en lo que respecta al consumo de los insumos; por el establecimiento de fluctuaciones en las compras.
- h) Las facturas de insumo que sean de crédito se han de cancelar en el periodo establecido por el proveedor.
- i) Cada una de las compras realizadas han de poseer un comprobante (factura) que sirva de registro de las compras, el cual será presentado el día en que se rinda informe a las comisiones.
- j) Se presentara mensualmente un informe sobre las compras realizadas en ese periodo, con sus respectivos comprobantes.

11. Creación de un fondo común.

Para efectuar las compras es necesario que se tenga recursos monetarios, por lo que se hace indispensable crear un fondo común de compras, el cual estará basado en la cantidad total de productos a comprar, el precio de estos insumos y los requerimientos de cada local. Este fondo común se recolectará cada dos días como máximo, después de haber recogido los formularios de pedidos, la recolección del dinero se ha de realizar bajo una cotización en la cual especifica la cantidad de insumo, el tipo de insumo, el precio unitario y el precio total; por lo que se ha de calcular el monto que ha de cancelar cada local según la cantidad requerida de cada tipo de insumo solicitado. En caso de que el proveedor acceda a brindar crédito, el monto a cancelar se ha de recolectar una semana antes del periodo de vencimiento de este, con el objeto de que las facturas sean cancelada a tiempo y poseer un record crediticio bueno con los proveedores y con esto buscar reducciones de precio por pronto pago.

12. Establecer el proceso de compra de los insumos.

Para realizar las compras de los insumos de las diversas comisiones se ha de seguir el proceso que a continuación se detalla:

- k) Recolectar los formularios de pedidos por local. Cada uno de los miembros de las comisiones (Lanchero, Restaurantes / Chalet, Artesanías) poseerá el formulario que se muestra a continuación, en el que se detalla el tipo de insumo que se requiere, la cantidad, el nombre del puesto o lancha, el nombre del propietario, la fecha, una propuesta de proveedor y firma del responsable de efectuar el pedido.

HOJA DE REQUERIMIENTO DE INSUMOS.

Comisión: _____ **Fecha:** _____

Nombre de puesto : _____ **Recolector:** _____

No.	INSUMO	CANTIDAD	PERIODO DE CONSUMO	PROVEDOR	PRECIO DE ADQUISICION

OBSERVACIONES: _____

FIRMA DEL
PROPIETARIO

Este formulario llenará uno o dos días a la semana, según se haya establecido por el comité general de compras, basados en el volumen y el tipo de insumo a comprar por cada una de las comisiones.

- l) Totalizar las cantidades de insumo según tipo. Con los formularios se procede a sumar todos los insumos para establecer el total a comprar por insumo.
- m) Buscar por lo menos tres proveedores y cotizar los insumos. Tomando como base el total de cada uno de los tipos de insumos se procede a buscar por lo menos a tres proveedores y a obtener cotizaciones, en las cuales se ha de detallar el precio unitario, el nombre del proveedor, dirección y datos generales de estos. En el caso de que los insumos se adquieran con vendedores informales se

establecerá para la compra de estos que sea acompañada por tres miembros del comité, en busca de una transparencia en las compras. Para realizar la elección del proveedor se ha de considerar que estos se encuentren cercanos unos de otros para reducir los costos de transporte de los insumos.

- n) Someter la cotización para aprobación. Para poder efectuar las compras se debe de someter ha consenso y aprobación por el comité de adquisiciones, tomando como criterio la calidad de los insumos y el precio unitario de cada uno de ellos.
- o) Informar a todos los locales o entes sobre el precio unitario de los insumos. Con la aprobación y el establecimiento donde se efectuara la compra; se procede a informar a todos los locales sobre el precio unitario de los insumos, acompañado con la cantidad de insumos que han solicitado; estableciendo el monto total de la compra para cada local.
- p) Recolectar dinero. Para este efecto se utilizara el recibo que se muestra a continuación:

Nombre del Local : _____ Fecha : _____

Nombre de colector :

Tipo de insumo	Cantidad de insumos	Precio	Total
Total			

Sello y firma de Comité de adquisiciones

- q) Redactar el pedido y efectuarlo. Se procede a la redacción del pedido en el formulario que se presenta a continuación, en el cual se especifica el monto total del pedido, montos parciales según puestos⁶⁰, la fecha en que se realiza el pedido, lugar donde se efectuar la compra de los insumos, la cantidad de insumos a adquirir y el encargado de efectuar la compra.

FORMULARIO DE PEDIDOS.

⁶⁰ Se entenderá como puestos también a los propietarios de las lanchas.

Comisión: _____

Fecha: _____

Nombre de puesto : _____

Recolector: _____

No.	INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PROVEDOR

OBSERVACIONES: _____

Sello y firma de comité de adquisiciones

- r) Registro de compras. Se llevará un registro en una base de datos sobre la cantidad, precios unitarios, proveedor y fecha en que se adquirió cada insumo esto como un registro y al mismo tiempo para efectuar posteriormente aplicar algún tipo de estadístico para efectuar las compras de una manera más rápida y efectiva.
- s) Realización de la compra. Con la orden de compra autorizada por el comité de adquisiciones y con el dinero se procede a efectuar las compras con los proveedores seleccionados; sea de tomar en cuenta al momento de la selección de éstos que se encuentren cercanos unos de los otros para que se reduzca los costos de los fletes.
- t) Informe a presentar mensualmente. Al final de cada mes el comité de adquisiciones es el responsable de presentar un estado de resultados de las compras realizadas en dicho mes y proporcionar una copia a cada una de los puestos, esto con el objetivo de tener una mayor transparencia en el manejo de los fondos monetarios del turicentro; al igual que trimestralmente se presentará un balance general a la Junta Directiva del turicentro sobre todas las compras efectuadas en ese periodo.

5.3.2 TRANSPORTE, MANEJO Y DISTRIBUCIÓN DE INSUMOS.

Se han formulado una secuencia de pasos de cómo se hará llegar los diferentes insumos a cada uno de los locales, con lo que se busca una reducción en los costo y tiempo en lo que respecta al transporte y abastecimiento de los insumos. Para esto se ha establecido:

- ☒ Elaborar una propuesta que reduzca los costos por transportar los insumos desde los proveedores hasta el turicentro.
- ☒ Establecer una secuencia de pasos para el eficiente manejo de los insumos.
- ☒ Facilitar la distribución de los insumos entre los diferentes locales que efectúen las compras de manera integrada.

Para llevar a cabo cada una de estas partes se hace necesario realizar las siguientes actividades; las cuales se desarrollan a continuación:

6. **Designar un local para guardar los insumos y para efectuar la distribución.** A los miembros del comité de adquisiciones se les ha de asignar un local donde se guarden los insumos y se realice la distribución a los diferentes puestos o locales; este ha de encontrarse provisto de nevera, refrigeradora y una serie de compartimientos en los cuales se colocaran los insumos.
7. **Contratación del transporte.** Para contratar el transporte que llevara los insumos desde el proveedor hasta el turicentro se han de considerar lo siguiente:
 - d) Selección del medio de transporte a utilizar según sea el insumo así a de ser el medio de transporte a utilizar, aunque generalmente se utilicen Pick Up; pero se han de considerar otros medios de transporte que pueden ser considerados mas económicos.
 - e) Cotizar por lo menos tres transportistas para que efectúe el viaje.
 - f) Seleccionar y contratar al transportista que posea un costo mas bajo por flete y en medio de transporte en buen estado.
8. **El manejo de los insumos.** Para realizar el manejo de los insumos se hace necesario tomar muy en cuenta el tipo de insumo que se transportara y la distancia en la que se transportara; por lo que se establece a continuación una serie de propuestas basadas en el tipo de insumo a manejar:
 - f) Vegetales y verduras; este tipo de insumo se pueden manejar en jabs o redes dependiendo como el proveedor los posea y las cantidades a adquirir, llevándolos ya sea en una carretilla o pagando cargadores; el medio de transporte que se puede utilizar es un Pick Up.
 - g) Carnes, pollo, embutidos, pescados, etc.; su manejo se puede realizar en hieleras o barriles seccionados a la mitad con hielo, los cuales han de estar tapados adecuadamente.
 - h) Artesanías y otros insumos delicados se transportarán en cajas con la designación de productos “frágiles” y “no frágiles”.

- o Combustible para lancha, este se ha de transportar en barriles los cuales se han de encontrar sellados; se transportaran en pick up y se debe de considerar que cuando se transporte éste se debe poseer un extintor.
- j) Repuestos y otros materiales, para el manejo de estos se debe considerar el tamaño, el tipo y el envoltorio que posea de fabrica, para establecer la mejor forma de manejarlos y transportarlos.

En estas categorías se trato de cubrir la mayor cantidad de insumos de uso común entre los locales y puestos que conforman el turicentro.

9. **Distribución de los insumos.** La distribución de los insumos a los diferentes locales es la parte más importante y que presenta un mayor grado de dificultad; porque puede generar un conflicto entre los distintos dueños de los locales debido a la variación de la calidad de los insumos. Para esto se ha establecido el siguiente procedimiento:

- h) Cada local debe demandar un representante para recoger los insumos que ha adquirido.
- i) Para reclamar los insumos es necesario que presente el recibo de cancelación, en este se ve reflejado la cantidad de insumos requeridos por el local, este será sellado de entregado y firmado por la persona que entrega los insumos.
- j) La persona que recoge los insumos debe de firmar un libro de control de entrega, en el cual acepta los insumos recibidos y con esto no se permite efectuar reclamos debido a que acepto los insumos; además se sella y firma el recibo haciendo constar que ya se le han entregado sus respectivos insumos.
- k) La entrega se efectuará de manera ordenada según el numero que posee el recibo, esto con el objeto de evitar cualquier desorden que pueda ocasionar dificultades en la entrega.
- l) Las personas encargadas de la distribución previa entrega han de formar los paquetes, según los pedidos efectuados por los locales de cada comisión. Estos paquetes deben contener la cantidad solicitada y los insumos de igual calidad (distribuidos uniformemente) para todos los locales sin ningún tipo de preferencias.
- m) Los pedidos serán entregados por el presidente del comité de adquisiciones y el secretario, previa a la entrega cada una de las personas que reciba el paquete debe de revisarlo y contar la cantidad solicitada.
- n) La entrega ha de realizarse lo más rápido y eficiente posible.

10. **Presentar informe.** luego de haber efectuado la entrega se debe redactar un informe acerca de cómo se efectuó la entrega, el tiempo que se tardo en realizar esta, los problemas presentados, registro de quien realizo el flete, el precio de este, el nombre y teléfono del transportista

5.4 FUTUROS PRODUCTOS O SERVICIOS

Con el fin de mejorar sus instalaciones y aumentar la afluencia de clientes, se presentan a continuación los principales productos o servicios que (según los resultados de la encuesta del mercado consumidor), son los más buscados por los turistas y que vendrían a mejorar la calidad de los actuales servicios prestados

PROGRAMA	SUBPROGRAMA	BREVE DESCRIPCIÓN
1. Mejora de instalaciones y servicios	1. Ampliación de parqueo	Trata la ampliación del parqueo considerando la posibilidad de contar con más terreno, como la de una reubicación de los elementos del turicentro únicamente.
	2. Mejora de Acceso	Identifica los elementos más importantes para mejorar el acceso al turicentro. Al referirse al acceso se trata aspectos de flujo vehicular en la entrada, información e identificación del turicentro mismo.
	3. Muelle	Realiza recomendaciones a partir del análisis de la disposición actual del muelle, e identifica mejoras que faciliten el fin del mismo.
	4. Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente	Identifica los métodos de monitoreo de la calidad más apropiados para el turicentro a través de la recolección de información de la satisfacción los cliente.
2. Construcción de nuevos atractivos	1. Piscinas	Identificación de los tipos de piscina más convenientes para el turicentro según necesidades y los requisitos que implica su construcción.
	2. Ferry para pasajeros	Explica la importancia y características de un ferry para pasajeros y la forma de adaptarse a la administración del turicentro
	3. Mural informativo y fotográfico-cultural	Identifica los elementos básicos requeridos para su elaboración, su importancia a nivel municipal, sus responsables y entes relacionados.

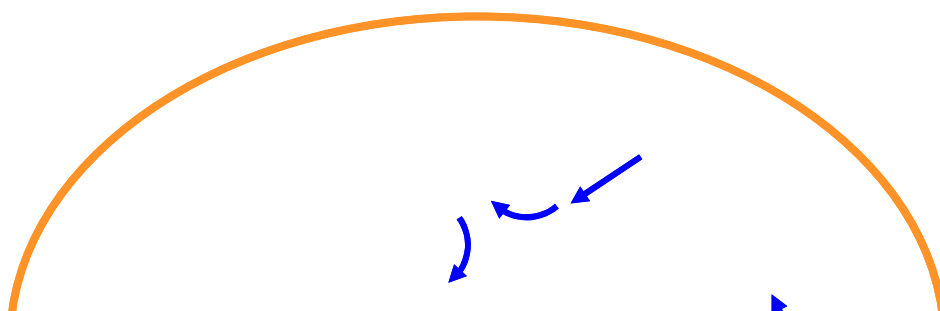
5.4.1 Propuesta 6: Combinación de Ampliación de parqueo y Mejora de Acceso

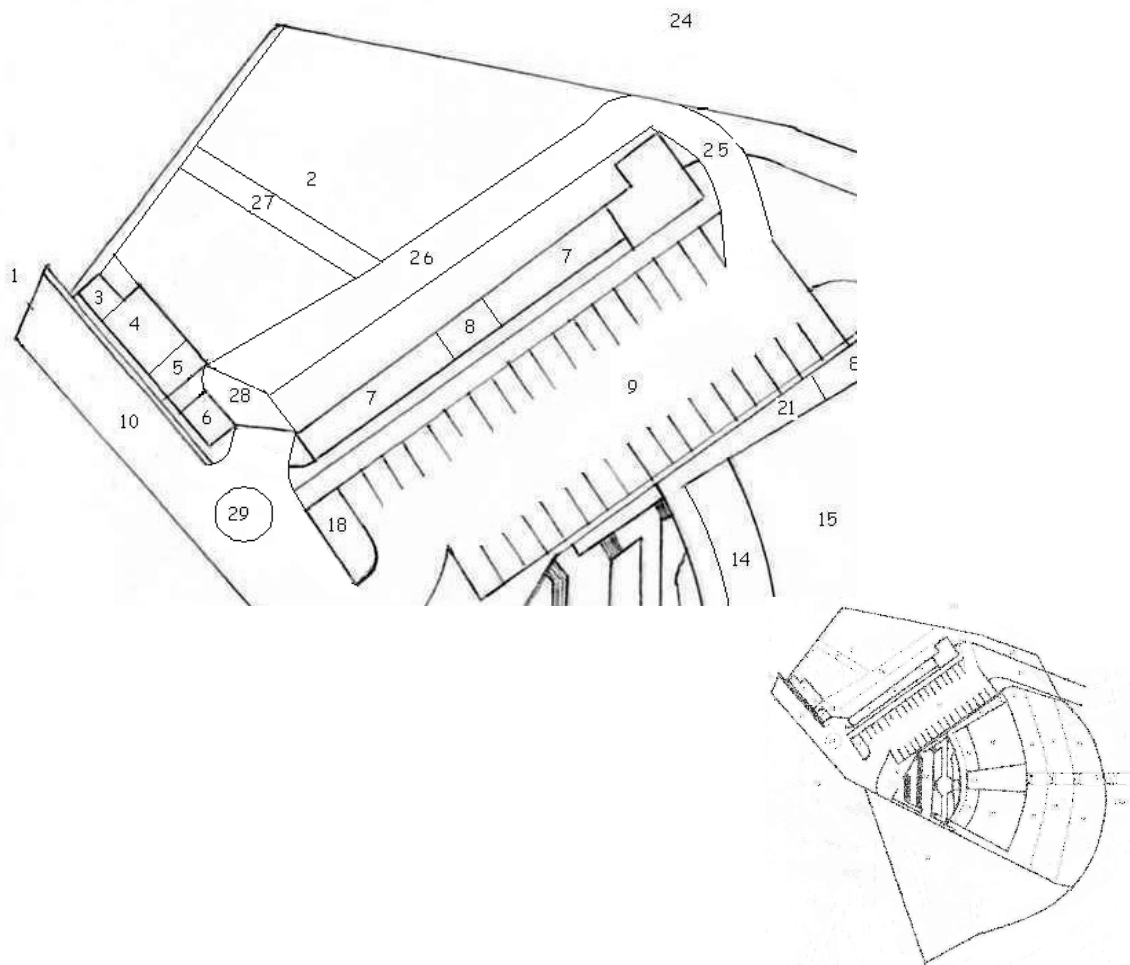
Como última alternativa se describe una combinación de dos subprogramas de Mejora de instalaciones y servicios, los cuales son Mejora de Acceso y Ampliación de Parqueo.

En ésta propuesta se realiza una combinación de ambos subprogramas aunque parcialmente. Se dice que es parcial porque aun se debe considerar algunos detalles tratados en el subprograma de mejora de acceso, tal como incluir los carteles informativos. Además de ser una variante de una de las alternativas de ampliación de parqueo.

Aun cuando se trata de una combinación de dos subprogramas se considera que es principalmente una ampliación de parqueo según el 2do escenario planteado (sin acceso a terreno adicional), y es por ello que se presenta dentro de éste subprograma en especial.

A continuación se presenta el detalle de la zona a construir el acceso de salida (y retorno) a la ampliación de parqueo:





No.	DESCRIPCIÓN
25	Acceso Vehicular de parqueo actual hacia ampliación en área 2
26	Calle de circulación principal en ampliación de parqueo de un solo sentido
27	Muro de contención entre escalones o niveles de parqueo
28	Rampa de acceso a salida o incorporación a redondel
29	Redondel para regresar a parqueo actual o para salir del centro turístico

Ésta variante consta de las siguientes partes:

- Adaptación de salida desde el área 2 en esquema 1 hacia el acceso del turicentro a partir del espacio disponible entre la isla (área 18 en esquema 1) y oficina de CENDEPESCA (área 6 en esquema 1).
- Construcción del acceso a ampliación del parqueo a partir del final de la galera de cafetines, baño y del parqueo actual (final de las áreas 7, 8 y 9 en esquema 1).
- Nivelación/Terracería en terreno sin construcción y a desnivel, atrás de las actuales edificaciones de administración y cafetines (área 2 en el esquema #1).
- Construcción de parqueo (empedrado, islas, muro de contención, rampas, divisiones de parqueo, iluminación).

- Construcción de redondel cercano al acceso y bordeando árbol que se encuentra en dicha zona.

A continuación se describe los pasos a seguir para el desarrollo de la propuesta:

Paso 1: *Adaptación de salida*

Adaptación de rampa existente en una que optimice espacio y que conecte la calle de circulación principal dentro del parqueo a construir con el redondel de salida y de conexión con parqueo actual (No. 28 en esquema anterior).

Paso 2: *Construcción del acceso a ampliación*

Se construye un acceso desde el parqueo actual con la calle de circulación dentro de la ampliación de parqueo. Para ello se deberá quitar un árbol y se construirá un muro de contención bordeando el acceso y la construcción del acceso mismo.

Paso 3: *Nivelación/Terracería*

Se dividirá el terreo siguiendo la topografía que presente en dos escalones, divididas por un muro de contención (No. 27 en esquema anterior) y respetando la posición de los árboles más antiguos.

Paso 4: *Construcción de parqueo*

El diseño seguirá el mismo del parqueo original elaborado de piedra y con topes de cemento y señalización a base de pintura en la piedra. A un extremo del parqueo se mantendrá un desagua ya existente y una hilera de árboles jóvenes atrás de los edificios de cafetines y baños del parqueo.

Paso 5: *Construcción de redondel*

El redondel se levantará alrededor de un árbol de la isla que se encuentra frente a la rampa existente que conecta con el área 2 del esquema anterior. Para ello deberá eliminarse desniveles y gradas en la zona.

Ventajas de la alternativa No. 6

- ∞ Combinación de dos programas en uno solo
- ∞ Pocas modificaciones a la infraestructura actual
- ∞ Se mantienen intactos la mayoría o principales árboles en el área 2
- ∞ Respeto al diseño original
- ∞ Utilización óptima de los espacios e instalaciones existentes
- ∞ Por la ubicación del parqueo y su apertura permite su vigilancia con facilidad

d. Cambios en el control vehicular

Al ampliar el acceso como se sugiere en la figura anterior, se deberá considerar que se puede hacer un mayor control a partir de la pluma utilizándola de forma independiente solamente para la entrada. Al considerar el apoyo de carteles informativos con datos básicos para el visitante, permite quitarle carga al

encargado de ingresos ayudándole a enfocarse en verificar la información presentada en los carteles y en la toma de datos para su posterior análisis. Es decir que más que brindar la información, aclararía las dudas que surjan de forma específica y agilizaría el tráfico y tiempo de espera en cola.

Debe construirse una caseta especial para el controlador de ingresos y los miembros del Cuerpo de agentes Municipales (CAM) que se encuentren vigilantes de la entrada. Esto con el fin de resguardarlos de factores climáticos sin necesidad de desatender la entrada. Se logrará un mejor control vehicular en general a partir de la implementación de los literales anteriores.

Una situación ideal sería lograr ampliar la calzada de la calle, y con ello facilitar la entrada y salida de vehículos de diferentes tipos y tamaños.

e. Fachada e información de entrada

En todo lugar turístico (en especial centros turísticos), existe información básica que todo visitante busca para obtener un panorama general de lo que ofrece el centro y los precios del mismo. Primero, es necesario que el nombre del lugar genere impacto sobre el visitante, ya que si esto no se logra, es poco probable que éste lo recomiende a otras personas, con lo que se pierde una parte importante de la publicidad (de boca en boca).

El disponer de información escrita en la entrada, además de cumplir con las expectativas de algunos visitantes, facilita la comunicación entre estos y las personas encargadas de colecturía, una mayor rapidez de atención y por lo tanto una mejora en el flujo vehicular (esto por tratarse de la entrada), mayor confianza por parte del visitante, creación de expectativas más reales (al conocer los servicios ofertados de forma previa) y un medio de promoción del mismo centro turístico. Es por todo lo anterior que se recomienda la utilización de vallas o letreros informativos a la entrada al turicentro. El tipo de información básica que se sugiere es la que se especifica a continuación.

<i>INFORMACIÓN BÁSICA DE ENTRADA:</i>
■ Identificación del turicentro, nombre
■ Servicios a disposición
■ Horarios de atención e información general como teléfonos y correo electrónico
■ Tarifas de entrada
■ Prohibiciones

5.4.3 CONSTRUCCIÓN DE MUELLE

Aunque pudiera sugerirse la construcción de un muelle nuevo y fijo, el muelle flotante actualmente utilizado resulta atractivo por sus características y forma artesanal de construcción, la cual presenta ventajas

debido a la variación en los niveles del lago. Se propone la ampliación del mismo, realizando algunas variaciones con el fin de mejorarlo, entre las cuales se sugiere:

- **Ampliación del ancho**

Ancho actual: 2.5 m

Ancho propuesto: 4 m

- **Aumento de longitud**

Largo actual: 6 m

Largo propuesto: 10 m

El fin de los incrementos en las dimensiones es el de aumentar la visibilidad del mismo, y con ello mejorar su imagen, además de albergar una mayor cantidad de personas y la facilitar el acceso de los usuarios a las lanchas.

- **Colocación de elementos de seguridad**

- Carteles de advertencia

Que contenga información y restricciones necesarias para el uso adecuado del muelle, tales como cantidad máxima de personas permitidas, prohibiciones (saltar en el muelle, dejar niños menores de cierta edad solos), entre otros.

- Vallas de seguridad

Su fin es la de salvaguardar la integridad física de las personas que hagan uso del muelle. Para la construcción de éste se colocarán postes de madera ubicados a un metro de distancia entre sí, unidos por lazos.

- Argollas para anclar el muelle

El objetivo de su colocación es para lograr una mayor seguridad en el anclaje del muelle a la plataforma de concreto.

- Cable de seguridad

Elemento de unión entre las argollas para anclaje y el muelle. Logrando con ello que el muelle experimente cierto grado de fijación evitando la separación del punto de anclaje y de la estructura.

- Bordes de protección

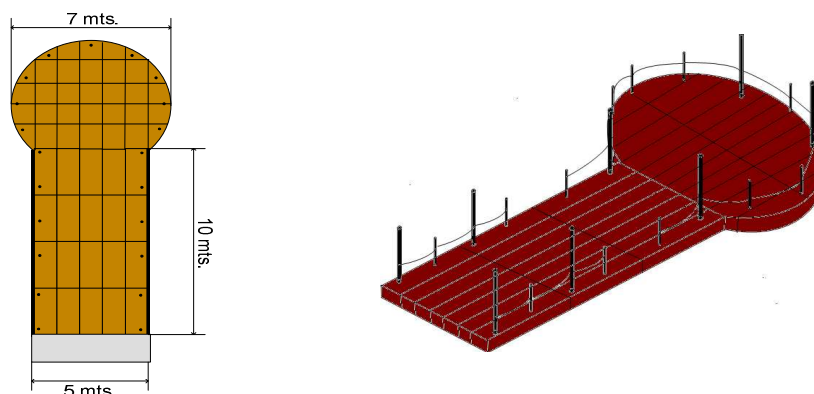
Colocación de trozos de caucho (llantas recicladas) en los laterales del muelle, con el fin de evitar el contacto directo entre la lancha y la estructura del muelle.

- **Cambios en el diseño original**

- Adición de elementos decorativos

Opcionalmente colocar faroles cada dos postes que conforman la valla de seguridad, para aumentar la iluminación del muelle durante la noche, mejorando su estética y proporcionándole realce. Se propone

además un cambio en el extremo final de la plataforma de madera, cuya forma sea circular, como se muestra en las figuras siguientes:



5.4.3 PISCINA

Este es el atractivo más buscado por los turistas que visitan el Centro Turístico (según los datos obtenidos en la encuesta del mercado consumidor). El turicentro actualmente cuenta con un terreno que cumple con las características y medidas necesarias para la construcción de una piscina y se encuentra ubicado en uno de los costados de la zona verde.

El volumen de agua recomendado es de alrededor de 250 m³ y que cuente con un fondo en forma de pendiente.

En el siguiente cuadro se presenta la relación entre tipos de piscina y los factores que varían entre ellas:

FACTOR	TIPO DE PISCINA		
	DE OBRA	PREFABRICADA	ECOLÓGICAS
<i>COSTOS DE CONSTRUCCIÓN/INSTALACIÓN</i>	Alto	Alto	Alto
<i>COSTO DE MANTENIMIENTO</i>	Alto	Alto	Bajo**
<i>RAPIDÉZ DE INSTALACIÓN</i>	Bajo	Alto	Bajo
<i>ESPACIO REQUERIDO</i>	Medio	Medio	Alto
<i>ADAPTABILIDAD AL CLIMA</i>	Alta	media	alta

**El uso o no de químicos depende del tipo de tratamiento inicial que tenga el agua que se utilice para la piscina.

Como parte principal del mantenimiento de la piscina se encuentra la limpieza, la cuál puede realizarse por cloración para poder matar las bacterias y luego proceder a limpiar la superficie del agua con una red; o bien, vaciando la piscina y lavándola con agua a alta presión utilizando un detergente ácido no jabonoso.

El programa de mantenimiento básico de una piscina se presenta a continuación:

DIARIO	⇒ Analizar el Cloro Residual Libre y mantenerlo entre 0,5-2 ppm.
	⇒ Limpiar el agua de hojas e insectos.
	⇒ Cepillar las paredes del vaso y los skimmers. Luego pasar el limpiafondos
SEMANAL	⇒ Realizar un contralavado del filtro y limpiar el prefiltro de la bomba
	⇒ Si se requiere, reponer los compactos de los skimmers, dosificador y antialgas

Hay que tomar en cuenta que al construir la piscina, se debe contratar a un salvavidas y asignar a una persona para el mantenimiento exclusivo de la piscina y zonas verdes aledañas. Todo ello provoca un aumento de costos, adicionales a la construcción de la piscina, los cuales son permanentes.

5.4.4 FERRY PARA PASAJEROS

Con esto se pretende diversificar el servicio de viajes a través del lago, considerando el éxito en el traslado de vehículos y personas que tiene el ferry para vehículos que ya existe. Se pretende prestar el mismo servicio de guía y de viajes por el lago que se hace en lancha, pero desde una alternativa diferente, a través de un ferry exclusivo para pasajeros, en la cual los pasajeros puedan apreciar el paisaje siendo libres de moverse dentro del medio de transporte.

El ferry consiste en una plataforma flotante y dirigible para el transporte de pasajeros y/o vehículos. En el lago de suchitlán ya cuentan con uno, diseñado y puesto en funcionamiento para transportar vehículos de un lado a otro del lago, acortando distancias entre municipios, cantones y departamentos. Ahora se propone un ferry exclusivo para pasajeros, el cual cumpla funciones turísticas así como de transporte.

Un ferry exclusivo para pasajeros es considerado una opción atractiva debido a la gran aceptación del ferry para vehículos que actualmente es utilizado en el lago. Sus principales beneficios es que permite llevar una mayor cantidad de personas y se vuelve más llamativo para los turistas, brindando un clima de confianza y seguridad en estos.

El ferry para personas no sustituirá el viaje en lanchas, sino pretende ser un complemento con algunas características diferentes a las de las lanchas.

Las principales características de un ferry para pasajeros son las siguientes:

- Menor precio por persona para cada recorrido gracias a su mayor capacidad de transportar una cantidad mayor de personas que las lanchas.
- Facilidad de abordaje para personas en sillas de ruedas u otras dificultades de abordaje.
- Su espacio, forma y capacidad permite realizar dentro del mismo, actividades variadas o apoyar eventos especiales.
- El recorrido es un poco más lento que en la lancha por su tamaño (4 veces mayor que una lancha).

Aun cuando existe apoyo para financiamiento por parte de organizaciones no gubernamentales, según iniciativas realizadas por el comité de lancheros, existen algunos requisitos previos que se sugiere cumplir:

- Constitución legal del turicentro para obtención de Fondos
- Obtención de Fondos
- Implementación del programa de Fomento de nuevos atractivos para fortalecer y diversificar la oferta para éste nuevo servicio.

5.4.5 MURAL INFORMATIVO Y FOTOGRÁFICO-CULTURAL

El Objetivo del mural es el de satisfacer la demanda de información general de los visitantes del Turicentro y de promover el turismo en general del municipio, proveyendo al turista con información acerca de la historia del municipio y de los sitios turísticos con los que cuenta.

El mural pretende además de *dar una valor agregado al turicentro y ser un nuevo punto de interés para los visitantes, además de servir de medio de apoyo a la oficina de Turismo de la Alcaldía Municipal de Suchitoto y en un primer paso de respaldo a la idea del Plan Maestro Municipal de convertir al turicentro en el eje del turismo.* Se pretende como resultado provocar una relación más estrecha entre la Oficina de Turismo y el turicentro.

A continuación se exponen las partes básicas que se sugiere tomar en cuenta para el diseño de forma, contenido del mural y su construcción.

e. Contenido

- Historia de Suchitoto resumida y con gráficos o fotos
- Historia del lago de Suchitlán
- Información de atractivos turísticos y culturales de Suchitoto
 1. Nombre
 2. Forma de llegar
 3. Actividades a realizar en dichos lugares
 4. Servicios disponibles para su visita
- Mapa de Suchitoto y la identificación de la ubicación de los sitios turísticos o culturales
- Material promocional y publicitario de eventos culturales, lugares y patrimonios de suchitoto.
- Procurar que el infográfico sea interactivo y a con la capacidad de ser comprendido tanto por adultos como niños

Se propone que sea la Oficina de Turismo la encargada del diseño y de la administración del mural, ya que posee los elementos básicos para su diseño tal como la información para su construcción, además de cumplir con fines de la misma entidad, como lo es brindar servicios de información al turista, Organización de excursiones, apoyo en la promoción y coordinación de diversas actividades turísticas⁶¹.

Las propuestas de ubicación del mural se presentan a continuación:

IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS		CAMBIOS REQUERIDOS ⁶²	ÁREA TOTAL DISPONIBLE ⁶³ (m ²)	SUPERFICIE PARA MURAL ⁶⁴ (largo x alto)
1	En el área de primer nivel a la entrada del turicentro (entre área 11 y 13 del esquema 1)	Techado Debido a la exposición del sol. Buscando la comodidad de los usuarios y la conservación de los recursos del mural	55.7	2 paredes: 9 x 3 7.8 x 3
2	Sobre el pasillo principal de acceso al área de restaurantes (sobre área 16 y coincidiendo con el ancho del área 14 del esquema 1)	Cambio de ornamentos en dicha área	85.5	5.7 x 2.5
3	De considerarse los cambios de ampliación de parqueo sin aumento de terreno, ubicar el mural en la primera planta del área de operaciones (actual área de sala decorativa, área 21 del esquema 1)	Cambio de ornamentos en dicha área	20.4	7.14 x 3
4	Muro exterior de fachada principal, Mural directamente enfrente del área de cafetines y parqueo principal (enfrente a área 7,8 y 9 del esquema 1)	Reubicación de árboles de sombra para el parqueo frente a la pared propuesta, para eliminar obstáculo visual que éstos generarían. Techado de área	28.6	40 x 3

⁶¹ Finalidad de la oficina Municipal de turismo según su encargada, Srita. Magdalena Recinos: “Promocionar actividades turísticas y culturales en coordinación con los diferentes actores relacionados con el turismo”, referencia de diagnóstico para el Plan Maestro Municipal, 2005

⁶² Cambios requeridos para utilización de dicha área para funcionamiento del mural

⁶³ Área disponible para flujo de usuarios del mural

⁶⁴ Se refiere a la superficie física de la pared en dicha área

6. ANÁLISIS DEL MERCADO CONSUMIDOR

6.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Se ha de efectuar una división del mercado en grupos cuyos integrantes tengan características que los asemejen y permitan que al Puerto San Juan implementar una mezcla de mercadotecnia para todo el grupo con resultados más satisfactorios y a un costo mucho menor que si se hicieran para todo el mercado.

6.1.1 MACROSEGMENTACIÓN.

Para el presente estudio se han tomado en cuenta a todas aquellas familias o personas que disfrutan del contacto con la naturaleza por medio de servicios tales como paseos en lanchas, Caminatas, Deportes Acuáticos, etc., y al mismo tiempo, que gozan de admirar los vestigios culturales e históricos de los pueblos.

6.1.2 MICROSEGMENTACIÓN.

Dentro del segmento especificado anteriormente, el segmento de la población considerada como clientes potenciales a las familias que se encuentren dentro de la clasificación “no pobre” del ministerio de economía que habiten los departamentos de Santa Ana, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán y San Miguel.

6.2. UNIVERSO DEL MERCADO CONSUMIDOR.

El universo está compuesto por el conjunto de familias que son de ingresos no pobres⁶⁵ y que residen en los departamentos de Santa Ana, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán y San Miguel. Para establecer el universo se ha recolectado la información económica de los departamentos de la país, identificando el porcentaje de familias dentro de la clasificación de “no pobres” (Ministerio de Economía) dentro de cada departamento. Se sumará el total de familias dentro de ésta clasificación de todo el país.

Departamento.	Total de Hogares	Hogares No Pobres (%).	Hogares No Pobres.	% Entrevistas por depto.
Santa Ana.	145097,00	57,57%	83532,34	11,31%
La Libertad.	192405,00	71,81%	138166,03	18,71%
San Salvador.	564485,00	73,02%	412186,95	55,82%
Cuscatlán.	48876,00	52,57%	25694,11	3,48%
San Miguel.	129055,00	61,06%	78800,98	10,67%
		Total	738380,42	100,00%

⁶⁵ Según clasificación del Ministerio de Economía, las categorías de las familias son Pobres y No pobres.

El universo obtenido de acuerdo a los datos presentados anteriormente es de **738,380.42 familias** a considerar para los cinco departamentos que se tomaron como referencia para la realización del estudio.

6.3 MERCADO META

Se presenta a continuación el perfil de las personas consideradas como el mercado meta de los servicios del turicentro:

Grupos familiares conformados por 4 o más personas que en su mayoría llegan al turicentro en vehículo propio. Además, una buena parte llega en transporte colectivo y por medio de excursiones. Sus ingresos mensuales son de más de \$350 y vienen solo por el día en busca de una experiencia complementaria después de recorrer y admirar la parte cultural que posee el municipio y otros lugares fuera del casco urbano. Además, Consideran los lagos como destinos turísticos en los que pueden realizar sus actividades de esparcimiento.

Las principales motivaciones del turista visitante del Puerto San Juan son los atractivos naturales de los que está rodeado y el hecho de que las instalaciones del lugar permitan apreciar dichos atractivos al mismo tiempo que se hace uso de su servicio de restaurantes.

6.4 CÁLCULO DE LA DEMANDA

A partir de los datos obtenidos en la encuesta realizada al mercado consumidor, se ha separado el total de respuestas en las tres categorías siguientes:



Donde:

A = porcentaje de personas dentro del universo que no han visitado ningún turicentro

B = Porcentaje de personas dentro del universo que ha visitado turicentros pero que no han visitado Suchitoto

C = Porcentaje de personas que han visitado Suchitoto y además han visitado algún turicentro.

Para el cálculo de la cantidad de demandantes de los servicios que presta el turicentro interesa contemplar a todas aquellas familias que se encuentran dentro de la clasificación de “no pobres” del Ministerio de Economía, excluyendo únicamente a aquellas que respondieron que no estarían interesadas en visitar algún turicentro. Se considera entonces como demandantes:

- A las personas que han visitado Suchitoto y además han visitado el Puerto San Juan.

- A las personas que no han visitado Suchitoto pero sí han visitado algún otro turicentro (y por lo tanto, se considerará que estarían interesados en visitar el Puerto San Juan) y
- A las personas que no han visitado ningún turicentro pero que están interesados en visitar alguno.

Matemáticamente, el cálculo de la demanda se plantea de la siguiente forma:

$\text{Demanda total} = (A * \text{Universo}) + (B * \text{Universo}) + (C * \text{Universo}) - (\% \text{ de A que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en hacerlo}) * \text{Universo}$

$\text{Demanda total} = \text{Universo} [(A + B + C) - (\% \text{ de A que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en visitar alguno})]$

Demanda total = Universo [1 - (porcentaje de personas que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en visitar alguno)].

Donde el porcentaje de personas que no ha visitado un turicentro pero que no está interesado en visitar alguno se calculó de la siguiente forma:

De la pregunta 3 de la encuesta se tomó únicamente el porcentaje de las personas que respondieron no estar interesados en visitar un turicentro (4 de 165, que representa que únicamente el 2.4% del universo). Con este dato se calcula entonces la demanda total:

$\text{Demanda total} = 738,380 (1 - 0.024) = 720,658 \text{ familias}$

Demanda total insatisfecha= 720,658 Familias

Algunos de los datos más relevantes sobre la demanda son los siguientes:

- El total de turistas que viajan a Suchitoto y que visitan el Puerto San Juan. Según los datos de la encuesta representa un 22% del universo, lo que equivale a 162443 familias que son posibles visitantes del Puerto San Juan.
- El total de personas que no ha visitado el turicentro pero estarían dispuesto a visitarlo. Se considerará en este grupo a todas aquellas personas que han visitado Suchitoto pero que no han visitado el Puerto San Juan, que según las encuestas es el 65% los turistas, partiendo del supuesto que el visitante de Suchitoto está dispuesto a visitar todos los atractivos turísticos que el municipio ofrece. El total de personas que estarían dispuesto a visitarlo viene entonces dado por el total de familias que han visitado suchitoto multiplicado por 0.65, que equivale a 285663 familias.

6.5 PORCENTAJE DEL MERCADO A CUBRIR POR EL TURICENTRO

De acuerdo a la tendencia actual de llegada de turistas, la cual puede apreciarse en el cuadro siguiente, se establece que en promedio el turicentro es visitado por 10,167 personas mensualmente.

Meses	Niños	Adultos	Totales
Enero	5761	2942	8703
Febrero	1000	2625	3625
Marzo	4	4574	4578
Abril	96	13498	13594
Total personas	6861	23639	30500
<i>Promedio mensual personas</i>			<i>10167</i>
<i>Promedio mensual familias</i>			<i>2259</i>

De acuerdo a lo anterior el porcentaje de la demanda insatisfecha total que se espera satisfacer se establece en un **6%**, lo cual equivale a un promedio de 16,512 personas mensuales, cuyo cálculo se muestra a continuación:

<i>actualmente DTI familias</i>	<i>6%</i>	<i>familias</i>	<i>personas*</i>
720658	43239.48	3603.29	16214.805
<i>Promedio mensual</i>		<i>3,604</i>	<i>16215</i>

6.6 PROYECCIONES DE LA DEMANDA

Para el cálculo se aplicará la fórmula que es utilizada en la DIGESTYC para el cálculo del crecimiento de la población:

$$Pf = Po (1+r)^n$$

En donde:

Po: población inicial (588,399 familias no pobres que demandan los servicios del TPSJ)

Pf: población final (Demanda total para los siguientes 3 años)

r: tasa de crecimiento demográfico (2%)

n: años

Los cálculos de las proyecciones han sido basados en el supuesto siguiente:

La tasa de crecimiento de turistas que estarían dispuestos a visitar el Centro turístico Puerto San Juan es igual a la tasa de crecimiento demográfico, es decir, si la población crece en un 2%, la cantidad de familias dispuestas a visitar el Turicentro crecerá en un porcentaje igual.

PO = # familias no pobres que estarían dispuestos a visitar el Puerto San Juan	AÑO	N	Pf = Po (1+r)n = # de familias no pobres que estarían dispuestos a visitar el Puerto San Juan para los siguientes 3 años
720,658	2008	1	735,071
	2009	2	749,772
	2010	3	764,767

7. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO A FUTURO

Las principales estrategias de desarrollo a futuro son estrategias de diversificación de los servicios prestados, las cuales fueron desarrolladas anteriormente, aunadas a una estrategia de mercadeo que permita vender el turístico que ofrece el turicentro a mayor cantidad de visitantes.

7.1 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Con el fin de realizar un esfuerzo de mercadeo del turicentro Puerto San Juan, se presenta la propuesta de Plan de Promoción y Publicidad, dividido en 2 programas: señalización turística (con el fin de guiar al turista hacia Suchitoto y una vez estando ahí, guiarlo al turicentro) y promoción turística (por medio de publicaciones escritas y vallas publicitarias).

Lo que se busca con el plan de publicidad y promoción es atraer a Suchitoto a un 5% del total de población que respondió en la encuesta nunca haber visitado el municipio, lo que representa un aproximado de 13,291 familias. Se espera que para el primer año de funcionamiento del programa se atraiga al turicentro un 50% de ese total de personas, lo que representa un total de 6646 familias únicamente en concepto de publicidad del turicentro.

Además de las mejoras de tipo cuantitativo, una de las mayores mejoras que traerá la implantación de dichas estrategias de mercado es de tipo cuantitativo al mejorar la percepción que los clientes tienen del Turicentro gracias a los esfuerzos formales de publicidad realizados.

7.1.1 SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Al tratarse de una empresa turística, los diseños que sean utilizados deben de despertar la curiosidad de las personas cuando los vean, además de evocar la belleza natural de la cuál está rodeado el Puerto. Las principales características que deben presentar dichas señales se detallan a continuación:

- Los materiales utilizados para la señalización del casco urbano deberán de respetar la atmósfera rústica de las edificaciones del lugar, por lo tanto, éstos tienen que presentar una armonía con los colores y las

texturas de las edificaciones que los rodean. Para la base de las señales se recomienda la utilización de madera o tubos de acero pintados con acabado rústico en colores mate.

- Las señales deberán ser colocadas en las principales vías de acceso en el casco urbano y a lo largo de la ruta que conduce al turicentro.

- La altura de las señales deberá de oscilar entre los 1.90 y 2.00 m. de altura, que es el rango utilizado por publicistas que asegura que éstas sean advertidas por el campo visual de las personas que manejan en auto a una distancia prudencial.

- Las señales deberán ser fabricadas en lámina de acero para mayor durabilidad.

Señalización fuera de suchitoto (señalización de acceso):

Esta es una propuesta de señalización que guíe al turista al municipio de Suchitoto ya que si bien ya existe ésta, es de tipo vial convencional y dado el impulso que se le está dando actualmente al turismo en Suchitoto, se pretende atraer visitantes con un tipo de señalización más vistosa que despierte curiosidad en las personas por visitar el lugar.

- Éste tipo de señalización vial se concentrará en las principales carreteras de acceso al municipio. La función de estas señales es guiar al turista a Suchitoto, por lo que en éstas no aparecerá el nombre del Turicentro sino el del Municipio. La idea es guiar al turista al casco urbano para que una vez estando ahí visite el Turicentro movido por la publicidad de éste y las señales de tránsito específicas que lo guíen hasta él.

- La señalización vial consistirá en reemplazar las señales actuales por otras con diseños más llamativos que evoquen la imagen de Suchitoto como un paraje turístico y cultural y en colocar nuevas en lugares que se consideren necesarias y que en la actualidad no posean ninguna.

- Este tipo de señal deberá de combinar tanto la parte vial de la señal (indicando el sentido y la dirección a seguir para acceder a Suchitoto) como la parte de diseño (que sea atractivo desde el punto de vista del turista).

Para el proceso de fabricación de las señales se presentan 2 propuestas:

3- Que sea realizada por los miembros de la comisión de artesanos del turicentro.

Para este proceso el representante de la comisión de artesanos detallará a la alcaldía la cantidad de materiales que se utilizarán y la razón para la cuál se utilizarán dichos materiales, para lo cuál se utilizará el formato que se muestra a continuación.

SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA			
SOLICITUD DE MATERIALES			
FECHA	MATERIAL SOLICITADO	CANTIDAD/DESCRIPCIÓN	USO QUE SE LE DARÁ

La compra de los materiales se realizará luego de la cotización de éstos en diferentes establecimientos por parte del representante de la comisión. Una vez comprados, éstos serán llevados al turicentro donde comenzará el proceso de fabricación. El proceso se llevará a cabo en el turicentro, en el área de parqueo, y deberá de realizarse los días de semana por los artesanos del lugar, fijando un horario de trabajo en dicha actividad que les deje suficiente tiempo para poder trabajar además en la fabricación de sus artesanías.

El proceso comenzará con la fabricación de las señales que serán colocadas en el casco urbano del Suchitoto, ya que en ésta zona se encuentra el mayor déficit de señalización en la actualidad. Una vez terminadas éstas, se comenzará con la fabricación de las señales que se colocarán a lo largo de las vías de acceso al Municipio. La colocación de estas será llevada a cabo por una empresa publicitaria.

4- Que sea realizada por una empresa dedicada a la fabricación de señales comerciales.

Luego de definido el diseño por parte de los miembros de la comisión de artesanos, éstos serán presentados a la alcaldía para que ésta realice una cotización en diferentes empresas dedicadas a la fabricación de señales y vallas publicitarias para luego escoger la que más se apegue a los requisitos presentados. Independientemente de la alternativa utilizada, para el proceso de señalización se deberá contratar una empresa dedicada a este tipo de negocio.

7.1.2 PROMOCIÓN TURÍSTICA

Son muchos los medios que se pueden utilizar para realizar publicidad exterior y la elección de éstos dependerá de las necesidades y características propias de la empresa. Al tratarse de una empresa dedicada a brindar servicios de tipo turístico, el Turicentro Puerto San Juan necesita un tipo de publicidad que llame la atención del público y que despierte en ellos el deseo de conocer el lugar. Los principales medios a utilizar para publicitar el Turicentro serán:

- *Publicaciones escritas (brochures y volantes).* Estos permiten brindar gran cantidad de información en poco espacio y su costo es relativamente bajo a comparación de otros medios visuales, lo que hace posible fabricar grandes volúmenes de éstos.

- *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 ciudad), mayor frecuencia (al estar diseminados en distintos lugares aumenta el índice de impactos visuales), bajo de costo de producción (debido a que los materiales utilizados son económicos) y realizar rotaciones (en vista de que todas las ubicaciones tienen un tamaño estándar).

Las principales características que deben tener los medios publicitarios a utilizar para promocionar el turicentro 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 del turicentro 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 el turicentro.

- *Tipografía amplia y clara.* Los mensajes escritos contenidos en los anuncios deberán ser cortos, prestando principal énfasis en el nombre del turicentro, su ubicación (Suchitoto) y una idea principal que sea reforzada por el diseño o fondo del anuncio. En este caso, se sugiere utilizar el slogan **VISITANOS Y DISFRUTA DE LAS BELLEZAS DE TU TIERRA.** El fondo de los anuncios deberá reflejar la belleza natural de la que está rodeado el turicentro.

Se han descartado medios masivos de comunicación como la radio, la televisión y el periódico ya que los costos para publicitarse en dichos medios es muy alto, por lo que se ha buscado que las propuestas estén acordes a la realidad del presupuesto de la Alcaldía Municipal de Suchitoto. Se propone utilizar paletas y vallas publicitarias por sus costos bajos y por ser un tipo de publicidad constante.

MEDIOS ESCRITOS

En el diseño de los brochures, cada una de las partes de éste contendrá la información básica de los servicios prestados por cada una de las comisiones que componen el turicentro. Dicha información se presenta a continuación:

-Comisión de lancheros:

- a) Visitas al lago de Suchitlán, el lago artificial más grande del país.
- b) Cantidad de lanchas que están a disposición de los clientes y la capacidad de cada una.
- b) Nombre de las diferentes islas que se pueden visitar y las cosas que el turista puede apreciar al llegar a éstas.
- c) Duración de los viajes y tarifas.
- d) Frase o slogan. *¿Qué esperas? Vive una nueva experiencia*

- e) Fondo: Fotografía del lugar
- Comisión de artesanías y cafetines:
 - a) Tipo de artesanías fabricadas en el Turicentro.
 - b) Cantidad de cafetines con que cuenta el turicentro para que el turista se refresque en su visita.
 - c) Tipo de comidas servida en los cafetines y rango de precios de éstas.
 - d) Fondo: Fotografía del lugar
 - Comisión de restaurantes:
 - a) Cantidad de restaurantes dentro del Turicentro.
 - b) Tipo de comidas que el turista puede encontrar.
 - c) Es indispensable destacar la vista al lago que posee el área de restaurante.
 - d) El precio del plato de menor valor vendido en los restaurantes.
 - e) Fondo: fotografía del lugar.

En las caras restantes del brochure se deberán detallar los otros aspectos propios del turicentro como lo son:

- Juegos infantiles.
- Amplias áreas verdes.
- Vista panorámica al lago.
- Observación de especies de aves exóticas como garzas y patos salvajes.
- Amplio parqueo.
- Seguridad
- Ambiente familiar

En la cara trasera del brochure se deberá colocar un collage de fotos del turicentro sus diferentes áreas, así como del lago. En relieve, se colocará el slogan **VEN Y DISFRUTA DE LAS BELLEZAS DE TU TIERRA. TE ESPERAMOS!!!**

c) **Distribución de publicidad escrita**

En el caso de los medios escritos de publicidad, estos serán entregados a los turistas que visitan Suchitoto de las siguientes formas:

- 4- *En la oficina de Turismo.* Dicha oficina se encargará de la distribución de brochures en sus instalaciones, dando información a los turistas de cómo llegar al Turicentro y aclarando las posibles dudas que éstos puedan tener. Además se encargará de realizar los contactos con otros posibles puntos de distribución los medios escritos de publicidad.

- 5- *Lugares culturales y ventas de productos varios.* La oficina de Turismo deberá realizar pláticas con los representantes y/o dueños de los diferentes lugares culturales en Suchitoto (como la casa del escultor, galerías de arte y ventas de productos varios) para que la folletería y brochures sean distribuidos en sus negocios. Para esto, dicha oficina deberá colocar pequeñas **“mesas informativas”** con la información del Turicentro y de otros lugares turísticos de la zona. Se propone que las mesas sean de las siguientes medidas: 75 cms. de alto, 65 cms. de ancho y 50 cms. de largo, preferiblemente de madera, con un rótulo con la siguiente leyenda **“Conoce los atractivos que Suchitoto te ofrece”**.
- 6- *Hoteles.* La oficina de turismo se deberá de encargar además de distribuir los brochures en los principales hoteles del casco urbano. La forma de distribución será la misma que en los demás lugares.

d) Colocación de publicidad.

El proceso de colocación de las vallas publicitarias deberá ser llevado a cabo por la empresa contratada por la Alcaldía para dicho fin y además se encargará de la colocación de las señales de tránsito, independientemente si éstas hayan sido fabricadas por los artesanos del Turicentro o por dicha empresa.

Dicho proceso será controlado por el encargado asignado por la Alcaldía haciendo uso de los formatos CALENDARIZACIÓN DEL PROCESO DE SEÑALIZACIÓN/PUBLICIDAD (en el cuál comparará el avance real de las obras con la programación de las actividades) y CONTROL DEL PROCESO DE COLOCACIÓN DE SEÑALES DE TRÁNSITO Y PUBLICIDAD (en el cuál llevará el control de calidad de cada una de las obras realizadas).

15. ADMINISTRACIÓN

8.1 ESTRUCTURA GENERAL

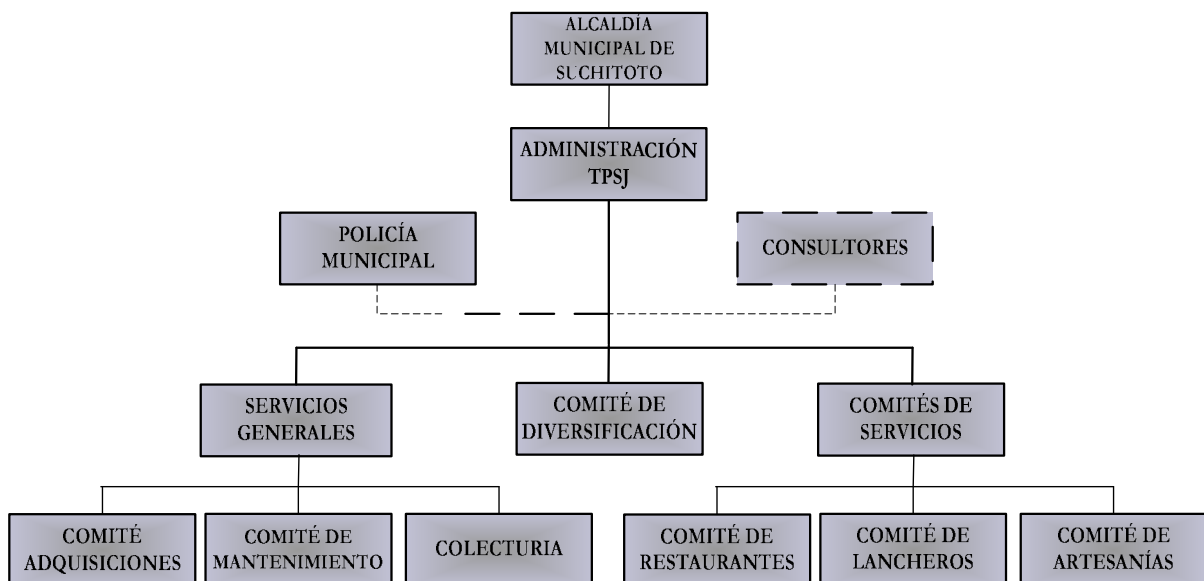
ESTRUCTURA ACTUAL: Estructura Orgánica Centralizada de tipo simple
ESTRUCTURA PROPUESTA: Reticular y Adhocrática
ESTRUCTURA GENERAL: Holding

<i>ELEMENTO DE LA ESTRUCTURA</i>	<i>SUGERIDO</i>
<i>Ápice estratégico</i>	Junta Directiva, Administrador General
<i>Línea media</i>	Arrendatarios o dueños de negocios
<i>Núcleo de operaciones</i>	Empleados
<i>La tecnoestructura</i>	Organizaciones estatales, Alcaldía y ONG's
<i>Staff</i>	Asesores

Forma Legal de la organización: Asociación de Cooperativas (de servicios turísticos: transporte, servicios de alimentación y ventas diversas)

8.2 ORGANIGRAMA DE TURICENTRO PUERTO SAN JUAN

FECHA DE ELABORACIÓN: Octubre-Noviembre de 2007
ELABORADO POR: Grupo consultor para la elaboración de la Propuesta de Gestión Integral.



8.3 DIRECTORIO DEL TURICENTRO PUERTO SAN JUAN 2005-2008

Presidente Junta Directiva:	Pascual Galdamez
Tesorero:	Julián Carrillo
Secretario:	Darwin Marco Arévalo
Síndico:	Raúl de Jesús Sánchez
Vocales:	Zulma Yannette Rivera Gómez Enoc Álvarez Hernández Alba Beatriz Alfonso
Administrador General:	Pascual Galdamez
Representantes Comité Lancheros:	Raúl de Jesús Sánchez
Representantes Comité Restauranteros:	Julián Carrillo
Representantes Comité Artesanías y Cafetines:	Darwin Marco Arévalo

16. REQUERIMIENTO DE FINANCIAMIENTO

Se detalla a continuación los rubros los que es necesario realizar una inversión y el monto de ésta. El total representa el requerimiento de financiamiento:

INVERSIÓN FIJA:

La inversión fija se divide en maquinaria y equipo, obra civil y mobiliario y equipo de oficina. El detalle del total de cada uno de estos rubros se presenta a continuación:

INVERSIÓN TOTAL EN OBRA CIVIL

OBRA	COSTO TOTAL (\$)
AMPLIACIÓN DE PARQUEO Y MEJORA DE ACCESO	21,481.15
CONSTRUCCION DE PISCINA	25,260.00
AMPLIACIÓN DEL MUELLE FLOTANTE	1,213.74
TOTAL	47,954.89

INVERSIÓN TOTAL EN EQUIPO

EQUIPO	COSTO TOTAL (\$)
EQUIPO PARA MANTENIMIENTO DE PISCINA	592.36
MURAL INFOGRAFICO	510.60
TOTAL	1,102.96

INVERSIÓN TOTAL EN MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

Rubro	Cantidad	Precio Unitario (\$)	Total (\$)
Mesa de madera	2	\$30.00	\$60.00
Buzones	2	\$15.00	\$30.00
Candados	2	\$5.00	\$10.00
Escritorio para encargado de mural informativo	1	\$49.00	\$49.00
Computadora	1	\$515.00	\$515.00
Impresora CANON IP1800	1	\$39.90	\$39.90
Papelería y accesorios de oficina	**	**	\$10.00
SUBTOTAL			\$713.90

El total de la inversión necesaria es la suma de la inversión fija más la inversión diferida (la cuál incluye los rubros de investigación y estudios previos, gastos de organización legal y puesta en marcha). La inversión total necesaria a llevar a cabo para poder llevar a cabo los programas detallados se presente en el cuadro siguiente:

INVERSION FIJA	
RUBRO	MONTO (\$)
<i>Obra civil</i>	47,954.89
<i>Maquinaria y equipo</i>	1102.96
<i>Mobiliario y equipo de oficina</i>	713.90
Subtotal	49,771.75
INVERSIÓN DIFERIDA	
RUBRO	MONTO (\$)
<i>Investigaciones y estudios previos</i>	31,125.50**
<i>Gastos de organización legal</i>	1,000
<i>Puesta en marcha</i>	5,000
SUBTOTAL	\$37,125.50
TOTAL DE INVERSION FIJA Y DIFERIDA	86,897.25
Imprevistos (5%)	4,344.86
TOTAL	91,242.11

10. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

10.1 BALANCE GENERAL INICIAL

BALANCE GENERAL INICIAL	
al 31 de diciembre de 2008	
(DOLARES)	
ACTIVOS	
EFFECTIVO	1,400.00
OBRA CIVIL	47,954.89
MAQUINARIA Y EQUIPO	1,102.96
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	713.90
ACTIVOS INTANGIBLES	6,000.00
DEPRECIACION	(9,626.91)
<i>Sub TOTAL</i>	<i>47,544.84</i>
IMPREVISTOS (5%)	2,377.24
<i>TOTAL</i>	<i>49,922.08</i>
PASIVOS	
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	10,671.59
CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO	36,978.19
<i>TOTAL</i>	47,649.78
CAPITAL	
CAPITAL SOCIAL	2,272.30
<i>TOTAL</i>	<i>49,922.08</i>

10.2 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS CON FLUJO NETO DE EFECTIVO

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos por Prestación de servicio	67,474.59	78,270.52	90,793.81	105,320.82	122,172.15
Costos por prestación de servicios	43,327.00	44,359.22	45,556.59	46,945.55	48,556.73
Utilidad bruta	<i>24,147.59</i>	<i>33,911.30</i>	<i>45,237.21</i>	<i>58,375.27</i>	<i>73,615.42</i>
Costo administrativo	10,070.40	10,070.40	10,070.40	10,070.40	10,070.40
Costo de comercialización	1,299.81	1,330.78	1,366.70	1,408.37	1,456.70
Pago a capital deuda bancaria	7,974.43	8,452.90	8,960.07	9,497.68	10,067.54
Intereses deuda bancaria	2,697.16	2,218.69	1,711.52	1,173.91	604.05
Depreciación	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Total de costos	32,021.51	32,052.48	32,088.40	32,130.07	32,178.40
Utilidad Antes de Impuestos	-7,873.92	1,858.83	13,148.82	26,245.20	41,437.01
ISR (25%)	0.00	464.71	3,287.20	6,561.30	10,359.25
Utilidad después de impuestos	-7,873.92	1,394.12	9,861.61	19,683.90	31,077.76
Depreciación	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Flujo Neto de Efectivo	\$2,105.79	\$11,285.63	\$19,753.12	\$29,575.41	\$40,969.27

10.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Las ventas futuras, para el caso de los servicios a mejorar y ampliar dentro de la presente propuesta que se evalúa para el Centro Turístico Puerto San Juan, están dadas por los ingresos en concepto de entrada al mismo. El cual está dado por los costos de entrada establecidos según se trate de niños, adultos o vehículos.

Haciendo la consideración que cada año se tiene un aumento en la afluencia de visitantes y vehículos de aproximadamente el 16%, esto determinado a partir de los datos existentes recopilados por el administrador del Centro Turístico y colecturía del mismo.

AÑO	2006		2007	
Mes	Niños	Adultos	Niños	Adultos
FEBRERO	74	2494	1000	2625
MARZO	136	10408	4	4574
ABRIL	1274	3992	96	13498
MAYO	27	4243	162	5595
JUNIO	8	3688	1555	4128
JULIO	18	5062	521	4852
AGOSTO	12	8561	342	8717
SEPTIEMBRE	6	3468	409	3944
OCTUBRE	843	1825	1875	2989
NOVIEMBRE	2636	2876	1168	4410
DECIEMBRE	48	7739	237	8511
TOTAL	5082	54356	7369	63843
Ingresos	\$1,270.5	\$27,178	\$1,842.25	\$31,921.5
Total ingresos	\$28,448.50		\$33,763.75	

Adicional a la entrada de visitantes se tiene la tarifa por ingreso de vehículos, la cual fue de 24,404, cuyo costo de entrada es de \$1.00.

Se obtienen los siguientes datos proyectados:

AÑO	SITUACIÓN 1		SITUACIÓN 2	
	INGRESO 1	EGRESO 1	INGRESO 2	EGRESO 2
2007	\$58,167.75	\$42,437.16	\$58,167.75	\$42,437.16
2008	\$67,474.59	\$43,327.00	\$70,382.98	\$43,605.08
2009	\$78,270.52	\$44,359.22	\$85,163.40	\$45,018.26
2010	\$90,793.81	\$45,556.59	\$103,047.72	\$46,728.21
2011	\$105,320.82	\$46,945.55	\$124,687.74	\$48,797.25
2012	\$122,172.15	\$48,556.73	\$150,872.16	\$51,300.79

SITUACIÓN 1: Corresponde al aumento esperado para cada año, en la cual hay pérdidas de clientes por el no cumplimiento de sus expectativas. Total de aumento cada año: 16%.

SITUACIÓN 2: Corresponde al aumento esperado para cada año, recuperando la pérdidas de clientes por el no cumplimiento de sus expectativas. Total de aumento cada año: 21%.

10.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA

10.4.1 TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), es la tasa mínima que el inversionista esta dispuesto a percibir o aceptar por el desarrollo del plan.

$TMAR = \text{Tasa de Inflación} + \text{Premio al riesgo} + (PI \times PR)$

$$TMAR = 0.06 + 0.6 + (0.06 \times 0.6)$$

$$TMAR = 12.36 \%$$

Por lo que la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), es de **12 %**.

10.4.2 TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), proporciona el grado de rentabilidad que el desarrollo del plan ofrece. Su nombre se debe a que supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, es decir que es la tasa de rendimiento real de la inversión.

El criterio de decisión para aceptación o rechazo del proyecto a través del método de la Tasa de Retorno es el siguiente:

$TIR < TMAR$, Se rechaza.

$TIR > TMAR$, Se acepta.

Para el cálculo de esta son necesarios los siguientes datos:

- i. Valor de la inversión inicial (P).
- ii. Gastos e ingresos anuales (FNE = Flujo Neto de Efectivo)
- iii. Valor de recuperación (L)

Esto se obtiene del estado financiero, en el cual la inversión inicial es:

$$P = \text{Inversión inicial} - \text{Valor de recuperación.}$$

$$P = \$64,218.03 - \$38,507.64$$

$$P = \$25,710.39$$

En donde el valor de recuperación se calculo del valor en libros de los diferentes activos fijos de la empresa hasta el último año, tomándose como referencia el valor de compra del los activos menos la depreciación de los mismos para obtener el valor de recuperación por lo que el valor de recuperación es:

$$L = S - D$$

$$L = 48,134.55 - 9,626.91$$

$$L = \$38,507.64$$

Los gastos y/o ingresos anuales:

Año	FNE
0	2,105.79
1	11,285.63
2	19,753.12
3	29,575.41
4	40,969.27

$$0 = -25,710.39 + \frac{2,105.79}{(1+0.12)} + \frac{11,285.63}{(1+0.12)^2} + \frac{19,753.12}{(1+0.12)^3} + \frac{29,575.41}{(1+0.12)^4} + \frac{40,969.27}{(1+0.12)^5}$$

Efectuando la serie de pruebas (Iteraciones) se obtuvo una **TIR de: 46.1 %**.

10.4.3 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este análisis da como criterio de decisión una comparación entre todos los ingresos y gastos a través de la vida útil, los cuales los traslada al presente o año de inicio y los compara con la inversión inicial, tendremos como criterio de decisión los siguientes:

- Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es mayor que la inversión inicial, entonces se acepta
- Si el valor presente de los ingresos y gastos anuales es menor que la inversión inicial, entonces se rechaza.

Calculo:

$$VAN = -25,710.39 + \frac{2,105.79}{(1+0.12)} + \frac{11,285.63}{(1+0.12)^2} + \frac{19,753.12}{(1+0.12)^3} + \frac{29,575.41}{(1+0.12)^4} + \frac{40,969.27}{(1+0.12)^5}$$

$$VAN = \$ 41,269.27$$

Como se observa el Valor Actual Neto de efectivo es mayor que la inversión inicial, por lo que el desarrollo de los programas seleccionados es factible de desarrollarlos, lo que indica que si se desarrollan los programas para 5 años se obtendrá una ganancia neta en el presente de **\$ 41,269.27**, utilizando una tasa de 12% la cual corresponde a la TMAR.

10.4.4 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Este es un método que se creó para asignarle mayor objetividad a la economía del sector público. Se calcula de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} \mathbf{B/C} &= \mathbf{VP\ de\ beneficios/VP\ de\ costos = VA\ de\ beneficios/VA\ de\ costos} \\ &= \mathbf{VF\ de\ beneficios/VF\ de\ costos} \\ \mathbf{B/C} &= \mathbf{VAN/ Inversión\ inicial} \\ \mathbf{B / C} &= \mathbf{1,64} \end{aligned}$$

Basándose en los criterios anteriores se concluye que el proyecto *es económicamente factible*, ya que el análisis lo que refleja es que por cada dólar invertido se obtendrá una retribución de 0.64 centavos de dólar.

10.4.5 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Se hace necesario el establecimiento del periodo en el cual se ha de recuperar la inversión que se realizará para la mejora por lo que a través de esta evaluación se encontrará dicho periodo que debe transcurrir desde el inicio de las operaciones de los nuevos servicios hasta llegar a recuperar la inversión inicial utilizada para el desarrollo de dichos programas, asumiendo para ello una tasa igual a cero.

Para calcular el TRI se utiliza la formula siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

En donde la utilidad promedio es la suma del flujo neto de efectivo de los años pronosticados entre el número de años.

Para nuestro caso:

Utilidades promedio = 20737.84

$$TRI = \frac{64218.03}{20737.84}$$

$$TRI = 3.0967 \text{ años}$$

Bajo las condiciones actuales se espera que la inversión inicial se recupere en 3 años con 2 meses aproximadamente.

10.5 ANÁLISIS DE RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras forman parte de las evaluaciones que miden el rendimiento y comportamiento de las inversiones sin tomar en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, siendo sus insumos los *estados financieros proforma*.

Las razones que resultan de mayor utilidad para medir la eficacia y comportamiento del Centro Turístico Puerto San Juan, a partir de las propuestas que se evalúan dentro del proyecto de gestión integral, se encuentran las siguientes:

NOMBRE		RAZÓN	DESCRIPCIÓN
xiii.	RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	Utilidades netas / Ventas Netas	Indica la contribución en que el porcentaje de ventas hace a las utilidades de la empresa. Ambos son flujos de efectivo de un año, suponiendo que se realizan al mismo tiempo. Mide la proporción de las ventas que se convierten en utilidades o pérdidas.
xiv.	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	ROI = Utilidad neta / Inversión	Es la eficacia de la empresa para generar utilidades con las inversiones que posee y mide la proporción de la inversión que se convierte en utilidades o pérdidas.
xv.	RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	RE = Pasivo Total r/ Activo Total	Proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa
xvi.	COBERTURA DE INTERÉS	Utilidad de Operación / Gastos por interés	Mide la capacidad de la empresa para cubrir los pagos de intereses por deudas contraídas y cuya aplicación es para evaluar la capacidad de cumplir con los compromisos financieros adquiridos.
xvii.	ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	Ventas anuales / activos totales	Indica las veces que se han obtenido ingresos equivalentes a la inversión en activos, o el número de veces en que la inversión en activos totales a generado ventas. Es una medida de productividad q mide la eficiencia en la administración de los activos de la empresa.
xviii.	RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	REI = Utilidades netas después de impuestos / Activos Totales	Razón de Rentabilidad, que indica la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

A continuación se presenta una tabla resumen con los resultados del análisis de las razones financieras del cuadro anterior:

Razón	SITUACIÓN 1		SITUACIÓN 2		Análisis
	min** max	prom*	min** max	prom*	
RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	-0.111 0.26	0.09	-0.07 0.34	0.16	Es hasta el segundo año en que los ingresos por entradas al Centro Turístico contribuirían en un 2% adicional a las utilidades de la empresa si se recupera a los visitantes que pretenden no regresar por no cumplir con sus expectativas de los atractivos que se propone implantar. Para el primer año se esperan pérdidas del 11.1%. Cada año aumentaría esta razón, teniendo en promedio para los años evaluados un 9%, y obteniendo hasta 26% en el 5to año de contribución por ventas adicionales, Solo considerando el aumento al flujo de visitantes, sin aumentar el precio de entrada.

RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	-0.117 0.49	0.17	-0.076 0.79	0.32	Para el primer año de funcionamiento e inversión, el Puerto no podrá generar utilidades. Tendrá pérdidas del 11.7% con respecto a las inversiones realizadas. Sin embargo obtendrá luego de los primeros 5 años a un promedio de 17% en utilidades con respecto a la inversión realizada basados en la situación 1 y un incremento sustancial del 15% para la situación 2, lo cual representa un 32% en promedio para el escenario.
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	0.68		0.68		El 68% de activos son aportados por el banco para la parte de la Propuesta de gestión integral considerada. El resto es aportado por el Puerto San Juan o la Alcaldía Municipal de Suchitoto.
COBERTURA DE INTERÉS	4.74 102.79	35.47	5.71 145.62	49.06	El Puerto tiene la capacidad de cubrir hasta 4 veces el costo actual atribuido a costo financiero o intereses por deudas. A medida pasan los años, la capacidad de cubrir intereses aumenta debido a que se va liquidando el préstamo adquirido y aumentando margen de utilidades. Si se aplica para el 5to año de funcionamiento la empresa podrá cubrir hasta en 102% veces el costo actual por intereses, pudiendo en promedio de los 5 años cubrir 35 veces éste costo financiero. En la situación 2, se establece que el centro turístico puede cubrir hasta el 5% de la deuda del costo financiero y al cabo de 5 años en un 145%, con un promedio anual de 49%.
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	1.35 2.45	1.86	1.41 3.02	2.14	Para el primer año de funcionamiento se tiene el ingreso suficiente o ha generado ventas como para igualar la inversión en activos. El 135% de los activos ha generado un equivalente en ingresos. Para el caso de la situación 2, en la que se considera un mayor ingreso de personas se posee un ingreso por el uso de los activos equivalente al 141%, por lo que la prestación de servicio genera productividad sobre el uso de los activos.
RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)	-0.15 0.63	0.22	-0.10 1.00	0.42	Para el primer año no es posible producir utilidades con los activos disponibles, tomando en cuenta la situación 1, ya que el porcentaje es negativo, pero al cabo de los 5 años se obtiene una utilidad del 63%, teniendo un promedio del 22%, de utilidad sobre los activos, de igual manera para la situación 2, para el primer año se presenta que no posee utilidad sobre los activos actuales, pero en cinco años se obtendría un máximo de 100% de utilidades, obteniendo un promedio de 42% de utilidades durante todo ese periodo.

*Se refiere a promedio de de los cinco años estimados en los estados pro forma.

**Se refiere al mínimo y el máximo en el periodo de 5 años.

11. EVALUACIÓN AMBIENTAL

El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de estas medidas es la realización de los Estudios de Impacto Ambiental (EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

Una evaluación de impacto ambiental “es un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de preinversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente”⁶⁶. El desarrollo económico y social debe ser compatible y equilibrado con el medio ambiente; tomando en consideración el interés social señalado en el Art. 117 de la Constitución.

Entre algunos de las evaluaciones se encuentran: evaluación del impacto biológico sobre la comunidad local, sobre los recursos naturales y el paisaje, sobre los recursos económicos.

Como parte del proyecto a realizarse con fines turístico, en un lugar en el cual ya existe una infraestructura que fue aprobada previo a su construcción en un sitio ratificado como Humedal y por lo tanto protegido por leyes nacionales e internaciones, es responsabilidad del Centro Turístico velar por el que sus futuros proyectos, cambios y ampliaciones sean acordes a los reglamentos y leyes relacionadas al medio ambiente. Es por esto que se realiza una evaluación ambiental del proyecto parcial que en este estudio se presenta.

METODOLOGÍA GENERAL

Haciendo uso de la Metodología de las siete etapas (Metodología general para estudios de impacto ambiental basada en el cálculo del Valor Índice Ambiental) se presenta el desarrollo del estudio.

1. Descripción del proyecto y sus alternativas

El proyecto consta de la puesta en marcha de 7 subprogramas que pertenecen al Plan de Diversificación de la Gestión Integral para la Reactivación del Centro Turístico Puerto San Juan propuesta en el presente trabajo. De estos subprogramas, los que se consideran con algún tipo de impacto significativo son los siguientes:

- 4- Construcción de la Piscina, el cual implica los siguientes actividades
 - a. Construcción de piscina
 - b. Construcción de vestideros
- 5- Construcción del Parqueo y mejora de acceso, implica
- 6- Ampliación del muelle

⁶⁶ Según la ley del Medio Ambiente de El Salvador, art. 18.

2. Descripción del Medio Ambiente Natural

El Turicentro y su entorno han sido descritos dentro de la etapa de Diagnóstico del trabajo de graduación **“Propuesta de Gestión Integral para la mejora del Centro Turístico Puerto San Juan del Lago de Suchitlán en el Municipio de Suchitoto, Cuscatlán”**. Se incluyen la descripción del Cantón San Juan, sus recursos y la localización exacta del Centro Turístico, además de algunas características del Lago que se encuentra frente al mismo, el Lago de Suchitlán o humedal del Cerrón Grande.

3. Identificación de Impactos

Ésta consiste en la identificación del mayor número posible de impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a la actividad de la empresa, dando énfasis a los impactos negativos. Los impactos ambientales en general identificados que se encuentran relacionados con el desarrollo del proyecto son los siguientes⁶⁷:

TIPO DE IMPACTO	APLICABLE	RAZÓN
Biológicos	SI	Debido a que la ampliación del muelle puede afectar a la comunidad de peces y de las ninfas del lago.
Sobre la comunidad local	NO	Debido a la naturaleza del proyecto, no se verá afectada la comunidad en cuanto a impacto ambiental se refiere. No se verán afectadas las fuentes de abastecimiento de servicios, Sin necesidad tampoco de llegar a acuerdos con las comunidades para que defiendan el proyecto, las áreas naturales y vida silvestre de la zona.
Sobre los recursos naturales y el paisaje	SI	Particularmente se verá afectado el paisaje con la construcción del muelle y mejora de acceso con ampliación de parqueo y debe verificarse que no pasen a formar el objetivo visual primario o que su presencia no constituya una agresión al paisaje.
Sobre los recursos económicos	NO	Por la naturaleza del proyecto, el impacto ambiental no tendrá grandes repercusiones sobre el recurso económico, como que no influya en la inflación local por aumento de demanda de servicios y abastecimientos. Y una revisión de la infraestructura en cuanto a abastecimiento de agua potable y disposición de desechos.

Dentro de los impactos Biológicos y relacionados al proyecto, se encuentran:

- ☞ Amenaza a Fauna debida a la poda de algunos árboles, lo que estimularía la migración de aves y especies pequeñas.
- ☞ Amenaza a Recursos Forestales. Deforestación parcial debido a la necesidad de obtener un área limpia para la construcción del parqueo y la piscina.

Dentro de los impactos sobre los recursos naturales y paisaje relacionados al proyecto:

- ☞ Cambios Sobre Medio perceptual o paisaje, debido al cambio de áreas verdes por construcciones.
- ☞ Amenaza a recurso Hídrico, el lago.
- ☞ Impacto sobre suelos, debido a la necesidad de construcción de parqueo y de piscina.
- ☞ Contaminación de Suelos durante la construcción de las obras civiles.

⁶⁷ Considerando el documento de *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América*, elaborado por PROARCA/CAPAS, USAID – CCAD, San José, Costa Rica, 1998.

4. Predicción e interpretación de impactos

Pretende predecir el comportamiento de cada impacto con el tiempo y anticiparse a los cambios de cada componente ambiental si se lleva a cabo el proyecto.

ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO	CONSECUENCIAS
Construcción de piscina y vestideros	suelos	Desperdicio de suelo por compactación	Se dejará de utilizar una buena parte del área verde (-)
	Agua	Uso mayor	Aumenta cantidad de agua consumida en total por el Centro Turístico(-)
	Recurso Forestal	Deforestación	Aun cuando el diseño contempla la corta de la menor cantidad de árboles posibles, aun así es inevitable eliminar aproximadamente 2 o 3% de los árboles en las zonas involucradas (-)
	Fauna	Migración de aves y otras especies pequeñas	Debido a la corta de árboles existe la posibilidad de migración de árboles, sin embargo a otros árboles de la misma zona (N)
	Paisaje	Cambios bruscos	Aun cuando cambia el paisaje actual del área en que se construirá, su diseño no permite que sea el foco principal de atención, logrando involucrarse con el paisaje (+)
Terracería y compactación de suelos para construcción de parqueo y mejora de acceso	suelos	Desperdicio de suelo por compactación	Se dejará de utilizar una buena parte del área verde (-)
	Recurso Forestal	Deforestación	Aun cuando el diseño contempla la corta de la menor cantidad de árboles posibles, aun así es inevitable eliminar aproximadamente 2 o 3% de los árboles en las zonas involucradas (-)
	Fauna	Migración de aves y otras especies pequeñas	Debido a la corta de árboles existe la posibilidad de migración de árboles, sin embargo a otros árboles de la misma zona (N)
	Paisaje	Cambios bruscos	Aun cuando tiene un cambio perceptible, es consecuente al diseño original del Centro Turístico, lo cual con variará mucho al paisaje actual y éste permitirá un mayor ordenamiento del área de recolección de basura, modificando su ubicación (+)
Ampliación del muelle	Recurso Hídrico	Contaminación	Se considera que el uso de los materiales actuales no tiene una repercusión al mediano ni largo plazo, ya que se reemplazarán cada cierto tiempo. Es más, se fabricará con algunos elementos reciclados (N)
	Fauna	Migración de peces	No se considera se tenga ningún impacto sobre los peces del lago. (N)
	Paisaje	Cambios bruscos	No se considera que afecte al paisaje actual, debido a que es una ampliación y no a la implantación de un nuevo servicio o infraestructura. (N)

Cuadro comparativo de predicciones para impactos posibles

Simbología:

- (N): Impacto Neutral
- (-): Impacto Negativo
- (+): Impacto Positivo

5. Evaluación Global del Impacto Ambiental

Se trata de la determinación de la importancia relativa del impacto ambiental. Consiste en evaluar o valorar los impactos ambientales cuantitativa (a través del Valor del índice ambiental o VIA) y cualitativamente.

Entre los criterios de evaluación se encuentran:

- Variación de la calidad ambiental (V)
- Escala del impacto o Magnitud (E)
- Gravedad del impacto (G)
- Duración del impacto (D)
- Dificultad para cambiar el impacto o Reversibilidad (C)
- Momento de manifiesto o tiempo en hacerse notar (M)

A continuación se presenta un cuadro resumen de los criterios, sus valores y descripciones:

CRITERIO	DESCRIPCIÓN DE CRITERIO	ALTERNATIVA	VALOR	DESCRIPCIÓN DE VALOR
CALIDAD AMBIENTAL (V)	Indica la variación o cambios experimentados debido al impacto	<i>Positivo</i>	0	se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente
		<i>Negativo</i>	3	modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente
ESCALA (E)	Se considera las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas	<i>Bajo</i>	0	impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera
		<i>Medio y/o alto</i>	1	impacto está dentro de la zona de la empresa
		<i>Notable o muy alto</i>	2	trasciende de la zona de la empresa y es de interés municipal
		<i>Total</i>	3	trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional
GRAVEDAD (G)	Indica la utilización de recursos, cantidad, calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la empresa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana	<i>Intrascendente</i>	0	no produce cambios sobre el medio ambiente
		<i>Moderado</i>	1	produce cambios indirectos o indirectos sobre el medio ambiente, pero no trascendentes
		<i>Severo</i>	2	produce cambios directos e indirectos sobre el medio ambiente que urgen solución, pero están bajo límites permisibles
		<i>Crítico</i>	3	magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, requiere atención inmediata
DURACIÓN (D)	Tiempo de duración del impacto si no se aplican medidas correctivas	<i>Fugaz</i>	0	< 1 año
		<i>Temporal</i>	1	1-3 años
		<i>Prolongado</i>	2	4-10 años
		<i>Permanente</i>	3	Alteración indefinida
REVERSIBILIDAD (C)	Dificultad para cambiar el impacto. Es el grado de cambio y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre	<i>Recuperable</i>	0	Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente desaparece
		<i>Mitigable</i>	1	Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un tiempo corto (1 a 6 meses) para que desaparezca
		<i>Reversible</i>	2	Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo (6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca
		<i>Irreversible</i>	3	Nunca desaparece aunque se apliquen medidas correctivas
MANIFIESTO (M)	Momento en que se hace notar o se manifiesta el impacto	<i>Inmediato</i>	0	Los efectos son inmediatos
		<i>Corto Plazo</i>	1	Los efectos se prevén en corto plazo (de 1 a 4 años)
		<i>Mediano Plazo</i>	2	Para que se observen los efectos debe transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años)
		<i>Largo Plazo</i>	3	El tiempo para observar los efectos es de largo plazo (mayor de 10 años)

En base a los criterios anteriores se procede a la calificación de los impactos ambientales. Para ello se utiliza la siguiente matriz de calificación para la evaluación específica de la situación futura.

MATRIZ DE CALIFICACIÓN PARA SITUACIÓN PROPUESTA

IMPACTO AMBIENTAL	V	E	G	D	C	M	VIA
Cambios bruscos en el paisaje	0	0	0	1	0	0	0.17
Migración de aves y otras especies pequeñas	0	0	1	0	0	0	0.17
Deforestación	1	0	2	2	2	0	1.17
Desperdicio de suelo por compactación	1	0	2	1	2	2	1.33
Consumo mayor de agua	1	1	1	0	2	1	1.00
Contaminación del lago	0	0	2	3	2	2	1.50
Promedio							0.89

El cálculo del Valor del Índice Ambiental (VIA) anterior para cada impacto se realiza utilizando la fórmula:

$$VIA = (V + E + G + D + C + M) / 6$$

Para la evaluación de los impactos se compara el VIA obtenido con las categorías mostradas en el siguiente cuadro:

CATEGORÍA	VALORES LÍMITES VAL. MÍN – VAL. MÁX	CALIFICACIÓN
1	0.00 – 0.60	Impacto Insignificante
2	0.61 – 1.20	Impacto Mínimo
3	1.21 – 1.80	Mediano Impacto
4	1.81 – 2.40	Impacto Considerable
5	2.41 – 3.00	Gran Impacto

Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales

El índice de la situación propuesta (0.89) se califica dentro de la categoría 2, considerado como un *impacto mínimo* para el ambiente. Aun cuando la situación propuesta supone un impacto en el medio ambiente, éste es tratable, temporal y recuperable.

6. Medidas de Mitigación

Se plantean medidas específicas para el control y monitoreo de los impactos, las cuales permiten prevenir, corregir, o reducir los impactos negativos y optimizar o potencializar los positivos.

ACTIVIDAD	IMPACTO	MEDIDA DE MITIGACIÓN
CONSTRUCCIÓN DE PISCINA Y VESTIDEROS	Cambios bruscos en el paisaje	Agregar elementos decorativos naturales acordes al contexto, como helechos, arbustos, plantas, fuentes. Uso de colores neutros
	Deforestación	Plantación de árboles según características del terreno en igual o mayor cantidad a los eliminados.
	Consumo mayor de agua	Reutilización del agua utilizada para llenar la piscina como agua para riego de zonas verdes cercanas.

ACTIVIDAD	IMPACTO	MEDIDA DE MITIGACIÓN
TERRACERÍA Y COMPACTACIÓN DE SUELOS PARA CONSTRUCCIÓN DE PARQUEO Y MEJORA DE ACCESO	Deforestación	Plantación de árboles según características del terreno en igual o mayor cantidad a los eliminados.
	Desperdicio de suelo por compactación	Utilización al máximo por metro cuadrado, controlando que no se elimine la zona verde nunca en una cantidad menor al 10% del total del terreno.
AMPLIACIÓN DEL MUELLE	Cambios bruscos en el paisaje	Utilización de colores y materiales de acuerdo a las características de la zona. Se utilizarán elementos de recicle y con diseño artesanal.

7. *Monitoreo Ambiental*

Se establece un sistema de observación que permita evaluar la ejecución del proyecto, con el objetivo de verificar la aplicación y eficiencia de las medidas previstas para evitar los efectos ambientales, detectar efectos ambientales no previstos y corregirlos.

Al terminar la fase de construcción se verificará:

- Verificación de la existencia de elementos decorativos ambientales que den aspecto natural a las obras, tal como:
 - En Parqueo: arbustos, árboles, islas de áreas verde y área para depósito de desechos del Centro Turístico.
 - Piscina y Vestideros: arbustos, árboles, helechos o plantas decorativas diversas. Utilización de colores neutros o claros en las obras y de existir la posibilidad la construcción a futuro de un río artificial o una fuente de agua.
- Utilización al máximo de recursos:
 - Muelle: La ampliación deberá realizarse con los mismos materiales utilizados en la estructura original, los cuales son reciclables.
 - Parqueo: Debe utilizarse todas las áreas posibles para parqueo y un mínimo de distancia para tránsito interno, de forma que no se provoquen congestionamientos o espacios inutilizados. Las áreas que no son útiles debido a la forma del terreno deben ser ocupadas por islas de áreas verdes dentro del mismo.
 - Ubicación de la Piscina: debe considerar la constructora un espacio para ampliaciones futuras sin afectar el diseño original del Centro Turístico.
- Reforestación:
 - Parqueo y Piscina: por cada árbol talado deberá plantarse 3 árboles en las áreas que sean más adecuadas dentro del Centro Turístico.

Periódicamente:

- debe darse un mantenimiento de poda, sustitución de plantas, riego a las zonas verdes y limpieza en general.

12. EVALUACIÓN SOCIAL

La evaluación social se puede definir como el enfoque del bien común y se refiere a un análisis socioeconómico en el que el flujo de recursos reales de los bienes y servicios utilizados y producidos por el proyecto puedan determinarse en costos y beneficios sociales. Los beneficios y costos sociales intangibles, aun cuando no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en una evaluación, en cuanto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el bienestar de la comunidad. Ésta definirá la situación del municipio contra la ejecución del proyecto. De esta forma la determinación de los costos y beneficios deben traducirse en el bien comunitario consumado, en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes o en la solución práctica a una problemática.

Históricamente, el desarrollo turístico no planificado con frecuencia ha llevado a impactos sociales y económicos negativos sobre las comunidades. Es en esta evaluación que se observan los efectos e impactos del proyecto en el entorno y está elaborada en función de los beneficios sociales (efectos positivos) significativos que conlleva el desarrollo de la Gestión Integral Ecoturística, considerando aspectos como lo son la educación, salud, seguridad, cultura, vivienda, infraestructuras, entre otros.

Entre los efectos resultados de la implantación de la Gestión y el proyecto que se evalúa están:

- **Creación de fuentes de Empleo Directa e indirecta**

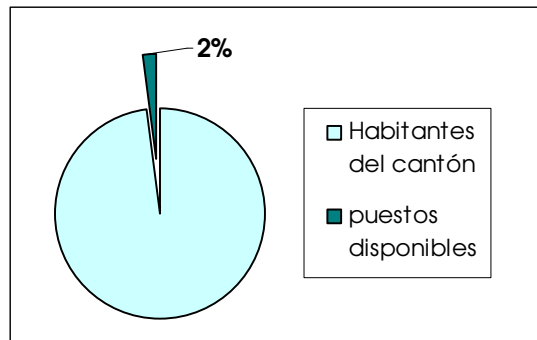
Con la puesta en marcha de los programas propuestos como parte de éste proyecto, se generan tanto fuentes directas como indirectas de empleo, permitiéndole a la población del Municipio y aun más a las personas residentes en el Cantón San Juan obtengan ingresos estables y un trabajo cercano a su hogar.

El proyecto busca principalmente fortalecer la principal actividad económica existente en el Municipio (el turismo) trasladado a zonas externas a su principal atractivo turístico (el casco urbano).

Suchitoto cuenta con un total de habitantes de 5,096 en la zona urbana. Específicamente dentro del Cantón San Juan se cuenta con 409⁶⁸ habitantes, representando el 8% de la población del área urbana. Se espera que por solo las iniciativas de mejoras tratadas en las presentes evaluaciones se abran plazas para 7 personas, lo que representa un 2% de la población del cantón.

A continuación se muestra el porcentaje de trabajos *directos disponibles que se abren a partir de la de implementación de la etapa evaluada* del proyecto, en relación con la cantidad de habitantes del cantón:

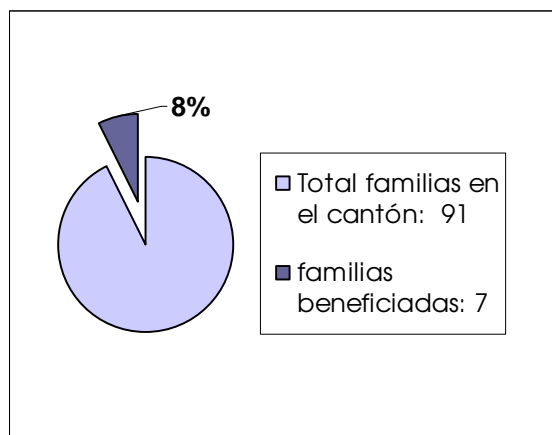
⁶⁸ Según datos de “Características de las familias de Suchitoto” de documentos pertenecientes a la Alcaldía de Suchitoto, OTCHS



Porcentaje de habitantes del Cantón San Juan a ser empleadas en el Centro Turístico

Lo cual podría equivaler también al beneficio de una familia por cada puesto de trabajo abierto. Lo cual corresponde al beneficio de 7 familias de un total de 91 familias en el Cantón San Juan.

Cantidad de familias beneficiadas con la apertura de trabajos en el puerto en ésta etapa de la propuesta desarrollada en el presente trabajo de evaluación, es la siguiente:



Porcentaje de familias del Cantón San Juan con aumento de ingresos por apertura de puestos

▪ **Desarrollo empresarial**

El proyecto es parte de iniciativas de fortalecimiento de un sector que recién empieza a tener auge y apoyo dentro del país, el turismo, el cual fortalece la economía e iniciativas empresariales dentro del Municipio, apoyando la idea inicial para el Centro Turístico, en el que los pobladores del Cantón San Juan posean y administren su propio negocio, en especial aquellos que tenían sus puestos de trabajo en la zona en la cual se encuentra actualmente dicho centro. Lo que se busca es que los pobladores posean fuentes de ingresos administrados por ellos mismos y con capacidad de desarrollo no solo personal, sino también de la zona y de la misma actividad económica.

El desarrollo de los programas que se proponen en el presente trabajo, busca dar soporte a las fortalezas que posee el Centro Turístico Puerto San Juan junto (como el interés de la población en el desarrollo local)

con las oportunidades (iniciativas en desarrollo y apoyos de diversas áreas) existentes para disminuir al mínimo, según los escenarios actuales, las debilidades (Incumplimiento a algunas expectativas de visitantes por ejemplo) que posee y las amenazas que se detectan (apareamiento de Centros recreativos diferentes al ecoturismo y con mejores instalaciones, entre otros), y ya que existen pocas iniciativas como éstas, servir de modelo para futuros proyectos similares.

Es importante recordar que el fin de la idea del Puerto San Juan era desde sus inicios, convertir el trabajo informal de sus habitantes a una forma formal, permitiendo con ello su desarrollo. Entre los años de 1998 y 2002, se observa un aumento relativo del sector formal, pero mucho más significativo el aumento del sector informal. La diferencia entre ellos es muy grande, en gran medida a las facilidades o conocimientos generales que se tienen con respecto a una conformación de una empresa formalmente.

OCUPADOS POR CUENTA PROPIA, SEGÚN SECTOR DE OCUPACIÓN Y SEXO, AÑOS 1998, 2000 Y 2002

SECTOR DE OCUPACIÓN	1998	2000	2002
Sector Formal	14,093	15,950	15,461
Sector Informal	325,294	373,193	405,382
- Hombres	126,136	133,563	146,382
- Mujeres	199,158	239,630	259,000

Fuente: Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples de 1998, 2000 y 2002.

Aunque no haya estadísticas sobre los locales informales existentes en Suchitoto, si existen el interés por que éstas se fortalezcan y logren un desarrollo pleno. Éste es el caso del Centro Turístico, el cual fue creado con ese fin y cuyas mejoras fortalecen dicha iniciativa. Permitiendo en un futuro aumentar aun más sus servicios, involucrando nuevas y más personas que tuvieran un negocio informal y formalizándolo dentro del Centro Turístico, según las ideas y necesidades que surgiesen.

OCUPADOS DEL SECTOR INFORMAL EN LAS PRINCIPALES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

AÑOS	INDUSTRIA MANUFACTURERA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO, HOTELES, RESTAUR.	TRANSPORTE, ALMACENAJE Y COMUNICACIO.	SERVICIOS COMUNALES, SOC. Y SALUD	INTERMEDIARIOS FINANCIEROS E INMOB.
1998	125,046	29,782	309,304	42,204	41,805	11,829
2000	131,219	38,934	337,575	42,529	52,132	13,820
2002	131,915	42,700	388,112	42,909	52,664	13,051

Fuente: Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples de 1998, 2000 y 2002.

Se puede observar en el cuadro anterior que la cantidad de personas en el sector informal en el área de servicios (transporte, comercio, hoteles, restaurantes) forman la mayor cantidad de personas ocupadas, en relación a los otros tipos de actividades económicas. Podemos concluir, que el desarrollo del Puerto San Juan, viene a ser parte del desarrollo y el cambio de algunos negocios informales a formales, y por lo tanto aumentan las posibilidades de desarrollo de éstos.

▪ **Aumento de Turismo Interno**

El Fortalecimiento del Centro turístico a través de los programas propuestos permite que se fomente el ecoturismo y los diversos turismos con los cuales tiene relación Puerto San Juan, abriendo nuevos mercados tanto nacionales como internacionales y dando una nueva opción de visita dentro del país para los mismos conacionales. Al mejorar los servicios se aumenta el ingreso de visitantes y el cumplimiento de expectativas de los mismos permite la fidelidad de los mismos y sirviendo de promoción del mismo, provocando un escenario que permita un aumento de turismo interno.

Se sabe a través de éste estudio que la preferencia por tipo de turismo es variada, siendo las preferida el ecoturismo (23%), y entre los lugares más visitados en Suchitoto se encuentra el Lago de Suchitlán en un 16.9% de visitas al municipio. Del total de visitantes de Suchitoto han visitado el Puerto San Juan en un 36%, del cual se obtiene que entre las cosas que esperan recibir en servicios los proyectos evaluados en ésta ultima etapa representan el 30.2% (ampliación de muelle, de parqueo, mejora de acceso y elaboración de un mural infográfico). Y entre los visitantes el 14% no volvería al turicentro, puesto que entre los aspectos que menos le gustaron fueron: el parqueo en un 10% igual que el acceso en un 12%. Sabiendo que la mayoría de las personas en el país han visitado o visitarían Centros Turísticos y que una de los aspectos más evaluados es la infraestructura, se espera que con la mejora de la misma propuesta en el presente trabajo sea de satisfacción para las expectativas y necesidades de los visitantes actuales y futuros.

Categoría	Resultados		
Procedencia	El Salvador 76%	Otros países 15%	Estados Unidos 8%
Edad	De 26 a 40 años 41%	De 41 a 50 años y mas 38%	De 18 a 25 años 21%
Su ingreso mensual	\$1000.00 a 5000 37%	\$301.00 a \$600.00 24%	No contesto 21%, entre \$601 y 1000 13%, \$0.00 y \$150.00 1%, Mas de \$5000.00 1%
Su ocupación principal	Profesionales 27%	Empleados 25%	Comerciantes 21%,estudiantes 15%, Amas de casa 6%, retirados 6%
Tipo de hospedaje que utiliza	Ninguno 52%	Hotel 21%,hostal 7%, Casa de huéspedes 7%	Casa propia 10%, Casa de parientes 3%
Como obtiene información de Suchitoto	Parientes y amigos 77%	Guías internacionales 11%	Internet 6%, TV 3%, Revistas 3%
Porque visita Suchitoto?	Diversión 41%	Descanso 31%	Conocer 10%, visita a parientes 10%, festividades 8%, trabajo 4%, Negocios 3%
El atractivo turístico que lo motiva a visitar Suchitoto	Atractivos naturales 62%	Atractivos históricos y culturales, 61%	Manifestaciones populares 11%, trabajo 6%, acontecimientos programados 3%
Lugares que ha visitado en Suchitoto	Puerto San Juan 44%	Lago 38%	Casco urbano 20%, Iglesia Santa Lucia 14%, Los Tercios 13 %
Su viaje lo organiza	En familia 70 %	Personalmente 24%	Grupo de excursión 7%

Fuente: Estudio de Oferta y Demanda para Plan Maestro de Suchitoto, Mayo de 2006

Se observa en el cuadro anterior que el Puerto tiene un porcentaje alto de visita, se espera que al satisfacer las expectativas de los visitantes en general éste aumente y repitan la visita aquellos que hayan manifestado que no regresarían.

- **Disminución de la migración**

En zonas rurales es común que los pobladores emigren en busca de empleos. El hecho que la empresa se encuentre en la zona, y con la posibilidad de desarrollo del mismo, permite que los pobladores no tengan la necesidad de emigrar. El 18% de padres de familia y el 3% de madres de familia trabajan fuera de Suchitoto, lo que hace que las familias se separen o se trasladen a vivir fuera de Suchitoto. Al aumentar el empleo dentro de Suchitoto, en específico en Cantón San Juan, aumentando las posibles fuentes de trabajo, disminuyen las necesidades de migración.

- **Desarrollo de la comunidad**

A través de iniciativas de proyectos turísticos y mejora de los que se encuentran en funcionamiento, permite el desarrollo económico del Cantón San Juan, ya que aumenta la generación de empleo en la zona y se aprovecha también los recursos naturales que pueden ser responsablemente explotados, a partir de la perspectiva del ecoturismo y el turismo responsable.

El desarrollo turístico que conlleva la presente propuesta obliga a la comunidad mejorar la infraestructura turística, lo que genera una mejora en la zona. Esto se demuestra en la inclusión del Cantón San Juan dentro de las líneas estratégicas del Plan Maestro para el Municipio de Suchitoto, elaborado por la Oficina Técnica del Conjunto Histórico del mismo municipio.

El fomento de respeto al medio ambiente, el cual se encuentra implícito en la misión de Puerto San Juan y de su proyecto de mejora, permite una mayor conciencia por parte de todos los visitantes y pobladores del Municipio. Lo que repercute en el cuidado del medio ambiente y de la salud en general de la población.

- **Conservación de patrimonios culturales y naturales**

El enfoque del turismo que se tiene en Suchitoto, considera el respeto por los patrimonios que poseen, tanto culturales como naturales. El mejoramiento del Centro Turístico es parte de ésta línea de trabajo, el cual considera en la presente propuesta como parte importante y primordial el respeto a la naturaleza y los recursos existentes en la zona, promoviendo al mismo tiempo el patrimonio cultural del mismo Municipio. Como apoyo a éste factor en especial se tiene la propuesta de la construcción del mural infográfico, el cual entre sus principales fines está la promoción de los patrimonios naturales y culturales del Municipio. También se hace notar al utilizar y reutilizar los recursos ya existentes y disponibles como es el caso del muelle, y el uso adecuado del suelo para la construcción de la infraestructura propuesta. Es por esto que el Puerto se considera como una parte de la conservación de éstos aspectos importantes del municipio.

13. EVALUACIÓN DE PERSPECTIVA DE GÉNERO

Las diferencias existentes entre los hombres y las mujeres son de carácter biológico y de carácter social. **Género** es un concepto que hace referencia a las diferencias sociales entre mujeres y hombres que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura.

En algunos países se tiene políticas de género, en las cuales se tiene la prioridad de promover la igualdad de oportunidades entre géneros en ingresos, seguridad y promoción dentro del trabajo, resaltando la capacidad y conocimientos, buscando garantizar un ambiente de trabajo armonioso y que posibilite el mejor desempeño, desarrollo personal y profesional.

Un análisis desde una perspectiva de género ayuda a ver si las necesidades de mujeres y hombres se toman en cuenta equitativamente y si así están reflejadas en la propuesta.

Entre los criterios para la evaluación del impacto en función del género para el proyecto de la Propuesta de Gestión Integral Ecoturística se encuentran:

- *Participación*
- *Recursos*
- *Normas y valores*
- *Derechos*

A continuación se siguen algunos pasos para su evaluación:

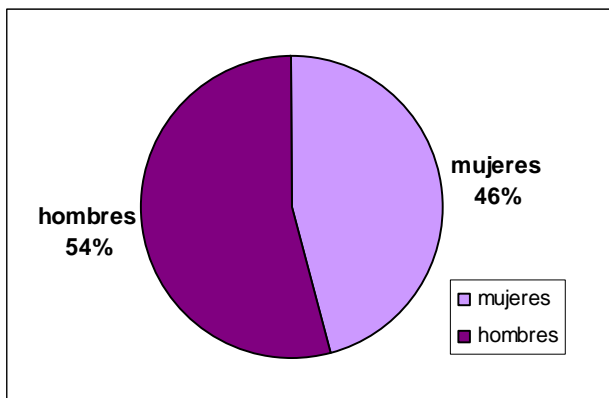
1. Evaluar pertinencia en el género

En la propuesta no existe alguna limitante o especificación sobre la ocupación de los empleos directos que se generen sean exclusivos para hombres o para mujeres. En todos los casos pueden ser empleados por cualquiera de ellos, con la única condición que cumpla con los aspectos básicos de educación o técnicos que requiera dicho puesto.

2. describir la situación actual de las relaciones de género en el ámbito de dicha propuesta.

El Puerto San Juan está compuesto por 74 miembros aproximadamente, de los cuales en el área administrativa se encuentran 5 hombres y 2 mujeres. Y en el área de servicios se encuentran 40 hombres (54%) y 34 mujeres (46%), lo que muestra una cantidad casi igualitaria en cantidad de empleados por género. A continuación se muestra lo anterior de forma gráfica:

Cafetines	4	1	5
Artesanías	3	6	9
Area	mujeres	hombres	total
Lanchas	0	19	19
Restaurantes	25	9	34
Administración	2	3	5



Total	34	40	74
	46%	54%	100%

La propuesta consta de la generación de empleo directo para 7 puestos, los cuales tienen los siguientes requisitos en cuanto a requerimientos por género:

cantidad	puesto	Requisito del puesto	
		Mujer	Hombre
2	Guardavidas	X	X
2	Mantenimiento	X	X
2	Encargados de seguridad*	X	X
1	Encargado de Mural	X	X

*Bajo el marco de las leyes de el país, no deberán ser mujeres si se trata de turnos nocturnos, sin embargo es a favor de su seguridad y otras consideraciones que realizan las leyes en cuanto a menores de edad y personas en riesgo.

3. análisis de la propuesta.

En general la propuesta está destinada al beneficio de la mejora del Puerto San Juan y con ello, favoreciendo el desarrollo de todos sus arrendatarios o miembros y sus empleados, así como los habitantes del Cantón San Juan. No existe una distinción entre géneros, sino se espera un beneficio por igual.

En cuanto a la población de Suchitoto hay que considerar que las mujeres en general tienen un nivel de escolaridad (82.9%)⁶⁹ mayor que los hombres (79%), sin embargo son muy cercanos los porcentajes de escolaridad. Por lo que ambos se encuentran con capacidades similares en el desempeño de labores requeridas por la propuesta.

4. Efectos de la propuesta con la situación actual y las tendencias previstas

Según las necesidades que requiere suplir en cuanto a trabajadores en la propuesta se prevee que se mantenga la igualdad de género que se ha mantenido hasta el momento. Por lo que cumple con las expectativas en cuanto a la perspectiva de género. Ambos tienen los mismos derechos, se rigen por las mismas normas y políticas internas sin distinción y tienen acceso de igual forma a todos los recursos que les compete según su puesto.

⁶⁹ Según datos de la OTCHS, Alcaldía de Suchitoto

25. PLAN DE IMPLANTACIÓN.

En ésta etapa se determina los recursos a utilizar, la integración de cada elemento que lo compone para la puesta en marcha de la propuesta y su funcionamiento en un tiempo determinado. Se trata de la programación de la implantación de la propuesta.

La etapa de implantación comprende cuatro fases que se presentan a continuación:

<i>Fase</i>	<i>Descripción</i>
<i>Programación</i>	En esta fase se identifican las actividades a ejecutarse durante la implantación, determina el tiempo que requerirá cada una de ellas y se establece la interrelación de las tareas preparatorias.
<i>Preparación</i>	Fase que implica el cumplimiento de las tareas preparatorias necesarias, asignadas generalmente a personas que tienen responsabilidades de línea.
<i>Puesta en práctica</i>	Momento en el cual se inicia efectivamente la implantación
<i>Evaluación de resultados</i>	Retroalimentación de la aplicación de los cambios para confirmar lo diseñado o realizar los ajustes de ser necesarios.

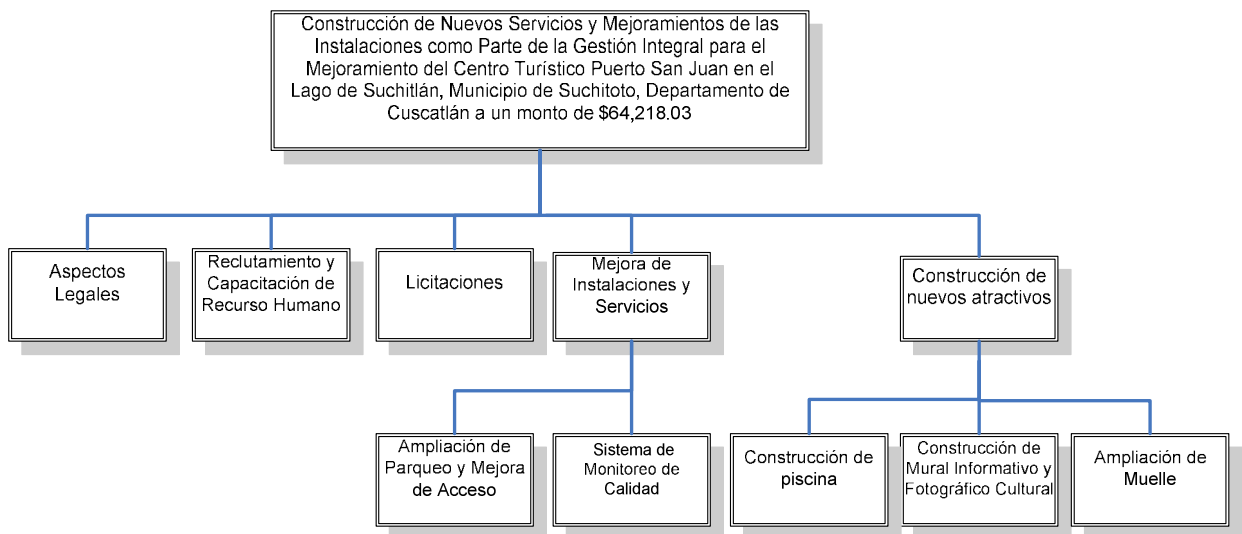
A continuación se desarrolla la Programación de la Implantación que facilite su puesta en marcha y los datos que permitirán una evaluación adecuada de resultados una vez implementado la propuesta.

∞ Desglose Analítico

Este desglose de objetivos permite guiar las actividades a realizarse por área que forma la implantación, con el fin de tener una visión completa y clara de la propuesta y su dirección. Consta de las siguientes partes:

- **Objetivo General:** Objetivo por el que regirá el desarrollo de la propuesta.
- **Sub-sistemas o paquetes de trabajo:** Representan la áreas necesarias para la que la implementación sea efectiva.

DESGLOSE ANALÍTICO



Esquema No.7 Desglose Analítico Implantación

o **Objetivo General:**

Construcción de Nuevos Servicios y Mejoramientos de las Instalaciones como Parte de la Gestión Integral para el Mejoramiento del Centro Turístico Puerto San Juan en el Lago de Suchitlán, Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán a un monto de \$64,218.03.

o **Subsistemas**

▪ **Aspectos Legales**

Objetivo: *Elaboración de todos los pasos necesarios para constituir legalmente al Centro Turístico como una empresa.*

Este subsistema es el encargado de tramitar todos los requisitos que la ley exige para legalizar una empresa. Consiste en la realización de todos los aspectos necesarios y requeridos para poner a funcionar una empresa dentro de las normativas y leyes establecidas en el país, vigentes y exigidas para la autorización de préstamos y en la gestión de obtención de fondos con diversas entidades en general.

Entre las principales actividades en las que se desglosa se tiene:

- Realización de la escritura de constitución de la sociedad
- Obtención de la Matrícula individual (persona responsable de la empresa)
- Investigación de la no existencia actual del nombre de la empresa en el Registro de Comercio
- Obtención de NIT de la empresa
- Obtención de solvencia de Estadísticas y censos
- Obtención de solvencia de la alcaldía de Suchitoto
- Certificación y entrega de Balance inicial certificado

- Matrícula de la empresa
- Inscripción de empresa en Ministerio de Trabajo
- Elaboración del estudio de impacto ambiental
- Obtención de permiso del Ministerio de Ambiente

▪ **Reclutamiento y Capacitación de Recurso Humano**

Objetivo: *Obtención del Personal adecuado para los puestos que se requieran durante el desarrollo de la propuesta, así como también la capacitación de los mismos.*

Trata tres áreas específicas para la adquisición y el desarrollo de los recursos humanos. Las actividades específicas que la componen, son las siguientes:

- Determinación y elaboración del perfil
- Elaboración y publicación de solicitud de personal
- Recepción y análisis de curriculums
- Contacto con personal seleccionado
- Elaboración de contratos
- Capacitación de personal

▪ **Licitación de Empresas Constructoras**

Objetivo: *Identificación y contratación de las empresas constructoras adecuada para los subprogramas que requieran dichos servicios.*

Actividades:

- Elaboración de licitación
- Presentación de licitación
- Recepción y evaluación de propuestas
- Selección de empresas constructoras

▪ **Mejora de Instalaciones y Servicios**

Objetivo: *Desarrollar de los subprogramas que componen la parte de la propuesta de gestión integral en cuanto a la mejora de las instalaciones y servicios dentro del plan de diversificación de los servicios.*

Este subsistema está compuesto por dos partes, las cuales son:

- *Ampliación de Parqueo y Mejora de Acceso*

Actividades:

- Preparación de Terreno
- Construcción de Redondel de acceso
- Construcción de entrada y salida a nuevo parqueo

- Construcción de niveles de parqueo
- Señalización y ornamentación

- *Implantación de Sistema de Monitoreo de la Calidad y Satisfacción al Cliente*

Actividades:

- Compra de insumos
- Elaboración de formato e impresión
- Ubicación de mesas y buzones
- Capacitación para la recolección y manejo de la información

- **Construcción de Nuevos Atractivos**

Objetivo: *Desarrollar los subprogramas que componen la propuesta de gestión integral en cuanto a la mejora de las instalaciones y servicios dentro de la diversificación de los servicios.*

- **Construcción de Piscina**

Actividades:

- Preparación de terreno
- Construcción de piscina
- Construcción de vestideros
- Equipamiento
- Acabados y Ornamentación

- **Construcción de Mural Informativo y fotográfico-Cultural**

Actividades:

- Compra de insumos
- Elaboración del Mural Junto con la Oficina Municipal de Turismo
- Colocación del Mural y equipo
- Recolección de brochures informativos y otros materiales
- Capacitación por parte de la Oficina de Turismo al encargado del Mural

- **Ampliación de Muelle**

Actividades:

- Compra de insumos
- Construcción de estructura metálica
- Unión de estructura de metálica con plancha de madera
- Adición de equipo y acabados

∞ Estrategias de Implantación

Éstas buscan se cumpla los objetivos trazados por áreas de trabajo y con ellos el objetivo General. A continuación se exponen algunas estrategias que se consideran importantes de considerar:

- Exponer la gestión integral completa al Concejo Municipal, enfatizando en la implantación de éstos subprogramas en una primera fase de inversión e implantación.
- Obtener como segundo paso, luego de la aprobación del Concejo Municipal, la constitución legal de la empresa para la gestión de fondos.
- Desarrollar una cartera de proveedores de servicios de mantenimiento y venta de insumos para los nuevos servicios.
- Fortalecer la relación con al Oficina Municipal de Turismo, debido a su involucramiento convenientemente desde el diseño especialmente del Mural informativo.
- Comenzar con las obras civiles que requieren más tiempo y recursos durante las épocas de menor afluencia, para evitar inconvenientes para los usuarios del Puerto, preferentemente entre mayo y julio o entre septiembre y noviembre.
- Terminar las obras de construcción civil antes de las fechas de mayor afluencia como Semana Santa (Marzo-abril) para realizar su inauguración durante dichas fechas.
- Involucrar a los miembros de los comités en charlas para el cuidado de los nuevos equipos.
- Verificar quincenalmente los avances que se tienen en las actividades para el inicio de las operaciones.
- Realizar todas las actividades que puedan realizarse de forma paralelamente para disminuir los tiempos de construcción o implementación de ésta primera etapa.

∞ Actividades para la implantación

El total de las macroactividades y su tiempo de ejecución se presenta a continuación:

No	ACTIVIDAD	TIEMPO (semanas)
1	Presentación de propuesta al Concejo Municipal y aprobación	3
2	Selección del encargado del desarrollo de actividades de implantación	1
3	Elaboración de los aspectos legales necesarios para la constitución de la empresa	12
4	Obtención de fondos	8
5	Licitación y Contratación de empresas constructoras	8
6	Construcción de parqueo y mejora de acceso	16
7	Construcción de piscina	8
8	Compra de insumos y Construcción de muelle	2
9	Compra de insumos y Elaboración del Mural	1
10	Contratación de personal	2
11	Capacitaciones	4
12	Desarrollo de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente	4
13	Inauguración de obras	1
	Total	70

PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE IMPLANTACIÓN

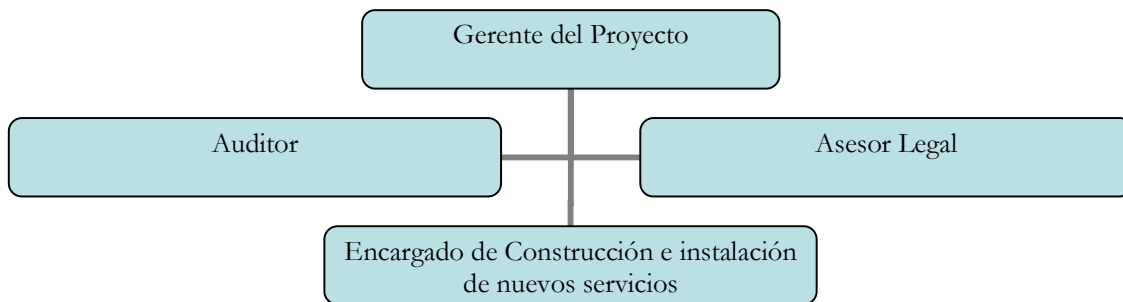
La programación temporal de las actividades anteriores se presenta en el siguiente Gantt:

Id.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	Nov 2008		Dic 2008		Ene 2009				Feb 2009				Mar 2009				Abr 2009				May 2009				Jun 2009				Jul 2009				Ago 2009				Sep 2009	
					21	11	7	12	4	11	18	25	1	8	15	22	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23
1	Presentación de propuesta al Concejo Municipal y aprobación	20/10/2008	07/11/2008	3s	[Barra de actividad]																																					
2	Selección de los miembros del equipo para la implantación	10/11/2008	14/11/2008	1s	[Barra de actividad]																																					
3	Aspectos legales para constitución de empresa	10/11/2008	30/01/2009	12s	[Barra de actividad]																																					
4	Obtención de Fondos	02/02/2009	27/03/2009	8s	[Barra de actividad]																																					
5	Licitación y Contratación de empresas constructoras	30/03/2009	22/05/2009	8s	[Barra de actividad]																																					
6	Construcción de parqueo y mejora de acceso	25/05/2009	11/09/2009	16s	[Barra de actividad]																																					
7	Construcción de piscina	25/05/2009	17/07/2009	8s	[Barra de actividad]																																					
8	Compra de insumos y Construcción de muelle	30/03/2009	10/04/2009	2s	[Barra de actividad]																																					
9	Compra de insumos y Elaboración del Mural	30/03/2009	03/04/2009	1s	[Barra de actividad]																																					
10	Contratación de personal	30/03/2009	10/04/2009	2s	[Barra de actividad]																																					
11	Capacitaciones	13/04/2009	08/05/2009	4s	[Barra de actividad]																																					
12	Desarrollo sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción	11/05/2009	05/06/2009	4s	[Barra de actividad]																																					
13	Inauguración de obras	11/09/2009	17/09/2009	1s	[Barra de actividad]																																					

∞ Estructura Organizativa

Determinación de la estructura organizativa encargada o responsable de velar que se cumplan los objetivos trazados al inicio del proyecto. La cual es transitoria mientras se ejecute el proyecto.

ORGANIGRAMA GENERAL



ENCARGADOS DE LA IMPLANTACIÓN:

A. GERENTE DEL PROYECTO

Encargado de velar por el cumplimiento de los objetivos y el adecuado desarrollo de las actividades en general. Además de dirigir las actividades relacionadas con el Reclutamiento, Capacitación de Recurso Humanos para el desarrollo de la propuesta y la elaboración de Licitaciones para la obtención de las empresas constructoras idóneas. Además debe coordinar esfuerzos con las diversas partes relacionadas a la implantación. Deberá ser el Administrador del Puerto San Juan.

b. Auditor

Persona enviada por la Alcaldía Municipal de Suchitoto a verificar el desarrollo de las actividades y uso de recursos brindados por esta.

c. Asesor Legal

Persona contratada temporalmente para la realización de los trámites legales de constitución de la empresa.

d. Encargado de Construcción e Instalaciones de nuevos Servicios

Persona encargada de verificar el desarrollo de las actividades propias de la Instalación del Sistema de Monitoreo de la Satisfacción al cliente, ampliación de parqueo y mejora de acceso. Además de verificar el desarrollo de las actividades propias para la Construcción de Piscina, Muelle y Mural Infográfico.

Instituciones involucradas:

e. Alcaldía Municipal de Suchitoto

Su relación se encuentra dada a partir de varios puntos. Desde el punto de vista de desarrollo de la propuesta es a través de sus unidades de la Oficina Municipal de Turismo y de la OTECHS, y como parte del control financiero de la implantación.

a. Oficina Municipal de Turismo

Quienes deben dar la capacitación a la persona encargada del Mural Infográfico y los cuales se involucrarán además en la disposición o ubicación en el espacio convenido para el mural, de los recursos que ellos aportan al mismo.

b. Oficina Técnica Ejecutiva del Conjunto Histórico de Suchitoto (OTECHS)

Apoyo técnico al desarrollo de las propuestas, en cuanto a la verificación que se desarrolle dentro del marco de las líneas estratégicas del Plan Maestro de dicho municipio.

f. Comités del Centro Turístico Puerto San Juan

Para que el desarrollo de la implantación y el posterior éxito de la propuesta se logren adecuadamente se requiere de la participación o involucramiento activa de los miembros de las diferentes comisiones que componen el Centro Turístico, ya que de ellos dependerá finalmente el buen uso de dichos atractivos y servicios. Ya que finalmente al beneficiar a todo el Puerto repercute en beneficios para ellos mismos.

g. Universidad de El Salvador

A partir del convenio de apoyo técnico realizado en diciembre de 2006 entre la Alcaldía de dicho municipio con la UES, se desarrolla la propuesta de implantación con alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial de dicha institución.

h. Ministerio de Turismo

Quienes pueden apoyar a la Oficina de Turismo Municipal en la capacitación de la persona encargada del Mural Infográfico y para los programas que así lo requieran. Dándole el apoyo que se basa en las estrategias del Plan Nacional dirigido al Turismo.

∞ Matriz Responsabilidad

En la siguiente matriz, se muestra gráficamente la forma en que se asignan a los puestos encargados de la implantación las actividades más relevantes a ser monitoreadas a lo largo de la inversión del proyecto.

Matriz de responsabilidad

RESPONSABILIDADES	Alcaldía	Oficina Municipal de Turismo	Gerente	Asesor legal	Auditor	Encargado de Construcción y Mejora de instalaciones y servicios
Selección de los miembros del equipo para la implantación	P		DOCE			
Elaboración de los aspectos legales necesarios para la constitución de la empresa				E		
Obtención de fondos	C		DO			
Licitación y Contratación de empresas constructoras			DO		C	C
Construcción de parqueo y mejora de acceso						C
Construcción de piscina						C
Compra de insumos y Construcción de muelle			D			PCE
Compra de insumos y Elaboración del Mural			D			PCE
Contratación de personal			DOE			
Capacitaciones		DE	O			P
Desarrollo de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente			DO			CE
Verificación de obras civiles	C		D			CE
Inauguración de obras	O					

Donde:

- P : Planeación
- O : Organización
- E : Ejecución
- D : Dirección
- C : Control

☞ Control de la Implantación

El sistema de control permite conocer en un determinado momento cómo se encuentra la ejecución comparando el desempeño de las actividades reales contra las programadas. Este seguimiento se hace más efectivo para aquellas actividades que son más difíciles de llevar a cabo por la limitación de recursos, muchas veces estas limitaciones son especialmente de tiempo.

El control se realizará a través de la verificación del cumplimiento de actividades según lo programado principalmente, en donde hay factores que deben dárseles seguimiento tales como los costos, calidad, plazos y metas. Como parte del proceso de control se encuentran las siguientes actividades:

- Supervisión
- Control de cambios: Se deberá evaluar y documentar ajustes y sus impactos sobre la programación previa.
- Control del cronograma
- Control de costos
- Control de calidad: verificar cumplimiento de acuerdos con empresas constructoras en cuanto a diseño.
- Seguimiento de desempeño del equipo
- Informes de resultados
- Comunicación con interesados

○ **Indicadores**

Para ser aplicados en cada área de trabajo o en puntos que se consideren críticos en su realización o cuyo desarrollo sea de mayor dificultad.

Como parte del control en la ejecución de cualquier proyecto, se requiere definir, conocer y manejar los indicadores que serán base para proporcionar la información para el seguimiento de todas las actividades.

Los indicadores que a continuación se presentan, han sido seleccionados principalmente por su carácter de críticos.

CUADRO RESÚMEN DE ÍNDICES A UTILIZAR

ÁREA DE CONTROL	NOMBRE	CÓD	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA
CONTROL DE AVANCE FINANCIERO	Ejecución presupuestaria	EP	Proporciona el nivel de utilización del dinero	ER/EPR
CONTROL DE EJECUCIÓN DE OBRAS	Actividades programadas ya construidas	APyC	Proporciona la proporción de las actividades que ya han sido construidas del total	SDAYC/SDTAP
CONTROL DE EJECUCIÓN DE PROYECTO EN GENERAL	Ejecución del período de tiempo	ET	Medir la ejecución del período de tiempo(Duración)	TR/TP
DERIVADO DE EJECUCIÓN GENERAL	Índice de Resultado	IR	Monitorea metas	(MFA/MFP)*(CP/CR)
ACUMULADO DE EJECUCIÓN GENERAL	Índice de resultados acumulado	IRA	Monitorea el cumplimiento y grado de avance de la metas	ΣIR

Simbología

- ER = Ejecución Real
 EPR = Ejecución presupuestaria
 SDAYC = Suma de las duraciones de las actividades ya construidas

SDTAP	=	Suma de las duraciones de todas las actividades del proyecto
TR	=	Tiempo real
TP	=	Tiempo programado
MFA	=	Metas físicas actuales
MFP	=	Metas físicas programada
CP	=	Costo programado
CR	=	costo real
Σ IR	=	acumulado de

Cierre del Proyecto

Éste consta de tres partes:

2. Cierre administrativo
4. Cierre del contrato
5. Inauguración de obras

Producto, servicio o resultado final: *Propuestas para la Mejora de instalaciones y servicios además de la Construcción de nuevos servicios para el Puerto San Juan en el Municipio de Suchitoto, Cuscatlán.*

26. CONCLUSIONES / RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Las iniciativas de cómo la del Puerto, permiten que se fomente la inversión, las iniciativas empresariales, el cuidado por el medio ambiente y patrimonios culturales.
- Las iniciativas nacionales aun no cubren las necesidades para que se logre un desarrollo apropiado a las empresas turísticas o relacionadas con el sector.
- Para que una empresa turística se desarrolle adecuadamente debe basar sus servicios en las necesidades y expectativas de los clientes, por lo que no debe de restarle importancia a su monitoreo y basar sus decisiones a partir de éstas.
- El sector turístico es tan amplio que aun existiendo competencia, las características de servicios hacen única a la empresa. Siendo servicios, puede y debe dejar su sello a partir de la calidad brindada.
- Debido a los altos costos de adquisición de terrenos se optó por alternativas que consideren el uso del terreno existente, por lo que los costos finales de implantación de la propuesta no son tan altos como lo fueran si se incurriese en la compra de terrenos, lo que pudiese hacer poco factible su desarrollo.
- Los subprogramas seleccionados para evaluarse constituyen los programas que exigen una mayor inversión por la construcción civil que requieren, y cuyos montos normalmente son grandes. Además de tener una importancia especial al ser parte de las mayores y más frecuentes expectativas de los visitantes del Puerto San Juan según datos del diagnóstico de la Propuesta.
- Existen varias formas de obtención de fondos, siendo la más conocida la que es a través de préstamos bancarios, cuyo escenario implican costos mayores a veces que la inversión con fondos propios pero que es ideal cuando la empresa no tiene la suficiente liquidez para desarrollar un proyecto que lo requiera.
- Aunque se está gestionando la posibilidad de obtención de donaciones para la mejora del Puerto, se realizaron las evaluaciones a partir de un escenario pesimista, con un préstamo bancario al 70% de la inversión total. El resto de la inversión puede ser absorbida por fondos de la Alcaldía destinados para ello.
- Para proyectos relacionados con servicios y en específico de turismo poseen entre sus costos más significativos los que tratan con los activos fijos como la estructura física, servicios básicos y personal.
- En nuestro país los salarios varían muy poco en periodos largos de tiempo, por lo que generalmente permanecen constantes en los estados pro forma.
- La evaluaciones han sido realizadas a partir de los costos administrativos actuales, ingresos por entradas y costos por nuevos servicios o mejoras. Aun cuando las comisiones son parte del Puerto, debido al enfoque de las evaluaciones se han dejado por fuera. Teniendo éstos como resultado beneficios indirectos y que difícilmente podrían ser evaluados en las circunstancias actuales.
- Debido a la naturaleza del sector, el turismo y sus proyectos pueden tener ciclos de vida cortos. Lo que exige una actualización y mejora constante.

- Aun cuando no se obtengan utilidades antes de impuesto durante el primer año de implantación de la propuesta evaluada, no significa que no deba ser rentable. Siendo normal que en un proyecto con alta inversión obtener pérdidas.
- A partir de los indicadores económicos utilizados para el análisis de la propuesta evaluada, se concluye que es factible de realizar, aun cuando la recuperación no tenga una tasa rápida si obtiene utilidades durante la vida útil del proyecto y se recupera la inversión totalmente antes del vencimiento de la misma.
- A partir de las razones financieras se concluye que el proyecto es factible de realizar, aunque el primer año no obtenga ganancias. Teniendo una eficiencia buena en cuanto a uso de activos totales, además de indicar que la empresa bajo las condiciones actuales puede hacerle frente a futuras inversiones a partir de préstamos y pago de intereses, por lo que le permite seguirse ampliando o desarrollando, aspecto fundamental para una empresa de ésta naturaleza.
- De cambiar las condiciones y con ello las variables dependientes establecidas en el análisis de sensibilidad, se concluye que es más favorable incluso que la propuesta actual la opción de aumentar la entrada en \$0.5 por persona.
- El escenario menos favorable se presenta cuando disminuye la afluencia de visitantes en un 10%, sin embargo puede hacerle frente al préstamo que se requiere según lo desarrollado en ésta fase.
- La propuesta evaluada no presenta problemas en cuanto a la evaluación de aspectos ambientales, obteniéndose un resultado de bajo impacto ambiental, por lo que se puede desarrollar sin ninguna clase de limitación.
- La implantación de la propuesta repercute en el desarrollo principalmente de los pobladores del Cantón San Juan y de forma indirecta sobre el municipio y el departamento. Es por ello que adquiere una gran importancia social.

RECOMENDACIONES

- Implantar la Gestión Integral por fases, para simplificar el proceso de administración de la implantación y tener un mayor control de los costos y actividades que requieren cada uno de los planes de la propuesta.
- Se recomienda iniciar la implantación de la Propuesta de Gestión con los planes de Organización, Capacitaciones y Mantenimiento, los cuales pueden desarrollarse paralelamente.
- Se recomienda inicial con los subprogramas evaluados en el presente trabajo, y continuar con la implantación de los demás programas en una segunda fase. Ya que es uno de los planes que requiere más inversión y que incurre en cantidades mayores de costos.
- El plan de publicidad y promoción se recomienda implantarse en una última fase, a partir de terminada la implantación del Plan de Diversificación, con el fin de tener más insumos para el proceso creativo de diseño de los medios publicitarios y su contenido, incluyendo para entonces las mejoras y ampliaciones al Centro Turístico y sus servicios (como la formación de nuevas rutas).
- Todos los planes deben ser reevaluados por los interesados si pasara un tiempo mayor a un año de su elaboración, debido a que factores externos pudieran modificar las necesidades del Puerto e incluso expectativas de los clientes.

- La implantación de los programas que exigen obra civil, deberán tratar de construirse en los periodos de menor afluencia de visitantes para perjudicar lo menos posible la afluencia al Puerto y las minimizar incomodidades al visitante e incluso atrasos por diversos motivos en la misma ejecución.
- De preferencia que las obras se encuentren terminadas un periodo previo a la temporada de mayor demanda del Centro Turístico con el fin de provocar un impacto mayor en su inauguración y capturar una mayor cantidad de visitantes y promotores del Puerto.
- Para la elaboración de las evaluaciones que requieran la implantación de los demás subprogramas componentes de la Propuesta se recomienda utilizar el desarrollo de las evaluaciones presentes en éste documento como guía práctica y auxiliándose de la guía teórica dentro de la misma.
- Hacer uso del Cuadro Comparativo de métodos de costeo en la fase de evaluaciones económicas-financiera y determinación del sistema de costeo para la elaboración de las evaluaciones para los demás planes que forman la propuesta de gestión integral.
- Con cambios muy bruscos en las tasas de interés de préstamos o de inflación se recomienda realizar nuevamente la evaluación económica-financiera así como la recolección nuevamente de los insumos para ella.
- Para el desarrollo de posteriores evaluaciones se requiere de la obtención de datos de nuevos años para el establecimiento de la tasa de aumento de ingreso de turistas, ya que actualmente se tienen pocos datos recopilados como para establecerlo apegado a la realidad y lejos de una estimación que pudiera variar.

CONCLUSIONES

- Las iniciativas gubernamentales aun no cubren las necesidades para que se logre un desarrollo apropiado a las empresas turísticas o relacionadas con el sector.
- Para que una empresa turística se desarrolle adecuadamente debe basar sus servicios en las necesidades y expectativas de los clientes, por lo que no debe de restarle importancia a su monitoreo y basar sus decisiones a partir de éstas. Además requiere de un adecuado plan de publicidad y promoción, capacitación constante en cuanto a aspectos relacionados a la administración y trato al cliente, entre otros.
- El sector turístico es tan amplio que aun existiendo competencia, las características de servicios hacen única a la empresa. Estando este sector compuesto en su mayoría por servicios, tiene la posibilidad y obligación de dejar un sello propio a partir de la calidad brindada y ser reconocido por ello, siendo esto parte del camino para alcanzar el éxito.
- Las iniciativas como la del Centro Turístico Puerto San Juan, permiten que se fomente la inversión, las iniciativas empresariales, el cuidado por el medio ambiente y los patrimonios culturales gracias a su enfoque eco turístico y de desarrollo empresarial.
- Debido a los altos costos de adquisición del terreno anexo al Centro Turístico se optó por alternativas que consideren el uso del terreno que ya poseen. De considerarse la compra de terreno podría cambiar los resultados de las evaluaciones realizados para la presente propuesta al elevar los costos considerablemente.
- Los subprogramas seleccionados para evaluarse constituyen los programas que exigen una mayor inversión por la construcción civil que requieren. Además de tener una importancia especial al ser parte de las mayores y más frecuentes expectativas de los visitantes del Puerto San Juan según datos del diagnóstico de la Propuesta.
- Existen varias formas de obtención de fondos, siendo la más conocida la que es a través de préstamos bancarios y fondos propios, cuyo escenario implican costos mayores a veces que la inversión con solo fondos propios pero que es ideal cuando la empresa no tiene la suficiente liquidez para desarrollar un proyecto que lo requiera.
- Aunque se está gestionando la posibilidad de obtener donaciones para la mejora del Puerto, las evaluaciones que contiene éste trabajo se realizaron a partir de un escenario pesimista con un préstamo bancario al 70% de la inversión total. El resto de la inversión puede ser absorbida por fondos de la Alcaldía destinados para ello. Siendo éste el escenario a considerarse si no fuese posible la obtención de las donaciones.

- Las evaluaciones han sido realizadas a partir de los costos administrativos actuales, ingresos por entradas y costos por nuevos servicios o mejoras. Debido al enfoque de las mismas no se han considerado las comisiones componentes del GREPUSAN en dichas evaluaciones, teniendo éstos beneficios que no aportan directamente a los ingresos del Centro Turístico y que difícilmente podrían ser evaluados.
- Debido a la naturaleza del sector, el turismo y sus proyectos pueden tener ciclos de vida cortos, lo que exige una constante actualización y mejora.
- En cuanto a las inversiones (obra civil, maquinaria y equipo, mobiliario y equipo de oficina) se considera que siempre y cuando éstas sean rentables, no presentan mayores inconvenientes en que representen una proporción importante de los activos (en este caso 70.96 %). Se considera que serán rentables a lo largo del tiempo ya que serán utilizadas para la diversificación y mejora de los servicios, lo que conllevará un aumento de visitantes y con ello un aumento en los ingresos de la empresa.
- Aun cuando no se obtengan utilidades antes de impuesto durante el primer año de implantación de la propuesta evaluada, no significa que no deba ser rentable. Se considera normal que en un proyecto con alta inversión se obtengan pérdidas en el primer año.
- A partir de los indicadores económicos utilizados para el análisis de la propuesta evaluada, se concluye que es factible de realizar, aun cuando la recuperación no tenga una tasa rápida si obtiene utilidades durante la vida útil del proyecto y se recupera la inversión totalmente antes del vencimiento de la misma.
- A partir de las razones financieras se concluye que el proyecto es factible de realizar, aunque en el primer año no se obtienen ganancias, pero si refleja un flujo neto de efectivo positivo. Teniendo una buena eficiencia en cuanto al uso de activos totales, además de indicar que la empresa bajo las condiciones actuales puede hacerle frente a futuras inversiones a partir de préstamos y pago de intereses, por lo que le permite seguirse ampliando o desarrollando, aspecto fundamental para una empresa de ésta naturaleza.
- De cambiar las condiciones y con ello las variables dependientes establecidas en el análisis de sensibilidad, se concluye que el escenario más favorable es en el que existe un aumento en el precio de entrada en \$0.5 por persona.
- El escenario menos favorable se presenta cuando disminuye la afluencia de visitantes en un 5% además de no lograr recuperar a los clientes perdidos por incumplimiento de sus expectativas. Sin embargo la empresa puede hacerle frente al préstamo que se requiere según lo desarrollado en ésta fase, aunque su tiempo de recuperación de la inversión excede de los 5 años, y se obtienen

utilidades hasta el 3er año de implantación, aun cuando se tienen todos los años un flujo neto de efectivo positivo.

- La propuesta evaluada no presenta problemas en cuanto a la evaluación de aspectos ambientales obteniéndose un resultado de bajo impacto ambiental, por lo que se puede desarrollar sin ninguna limitación de esta clase.
- La implantación de la propuesta repercute en el desarrollo principalmente de los pobladores del Cantón San Juan y de forma indirecta sobre el municipio y el departamento. Es por ello que adquiere una gran importancia social al abrir nuevas fuentes de empleo permitiendo así aumentar los ingresos familiares, darle soporte al cumplimiento de las líneas estratégicas del Plan Maestro Municipal, Aumento de Turismo Interno, Desarrollo empresarial y a la Conservación de patrimonios culturales y naturales.
- Los planes contenidos en la presente propuesta, al haber sido desarrollados en base a un diagnóstico previo, están enfocados específicamente a la solución de los principales problemas detectados, y la implantación de éstos tiene como fin mejorar el Centro Turístico, volverlo más competitivo y permitirle abrirse paso dentro de un sector tan dinámico como lo es el turismo.
- El diseño original del Puerto San Juan estaba destinado a otros fines, lo cual dificulta la solución de algunos problemas actuales, tales como una inadecuada distribución de los espacios, poca proyección a la ampliación y diversificación de los atractivos.
- La ausencia de una estructura legal establecida que agrupe a los miembros del Centro Turístico de forma satisfactoria dificulta, limita e incluso en algunas ocasiones imposibilita el desarrollo de algunas iniciativas y proyectos de mejora de los miembros del Centro Turístico, puesto que esto es un requisito básico pedido por la mayoría de instituciones para la solicitud de fondos.
- La forma más sencilla e inmediata de lograr involucrar a la oficina de turismo con el Puerto es instalando una oficina anexa dentro de este.
- Es notable la necesidad de recurso humano en especial guías turístico y personal de apoyo para llevar a cabo una serie de actividades propias de la promoción del turismo en el municipio.
- El mantenimiento para las instalaciones en una empresa de servicios como la turística es importante para la mejora de su imagen ante los clientes, quienes evalúan constantemente éste aspecto.
- El mantenimiento preventivo de los diferentes equipos utilizados para la prestación de servicios dentro del Puerto San Juan es una inversión necesaria ya que prolonga la vida de éstos, lo que a largo plazo constituye un ahorro al evitar una prematura sustitución de equipos.

- A pesar de la dificultad de la organización de una empresa constituida por varias empresas más pequeñas, es posible lograrlo a través de una adecuada gestión de los recursos y acorde a las necesidades específicas de dicha empresa.
- El turismo como cualquier industria o servicio con una buena gestión contribuye en una gran medida al desarrollo de un municipio, desde su población hasta sus patrimonios naturales y culturales. Proveyendo además de una importante participación en los ingresos de los mismos.
- Aun se requieren esfuerzos para empezar a fortalecer las iniciativas turísticas a nivel nacional y considerar la contribución que realiza la mediana y pequeña empresa en su desarrollo, aprovechar una gran cantidad de iniciativas que muchas veces quedan a nivel de ideas y que podrían llegar a ser importantes impulsores de la economía.

RECOMENDACIONES

- Implantar la Gestión Integral por fases, para simplificar el proceso de administración de la implantación y tener un mayor control de los costos y actividades que requieren cada uno de los planes de la propuesta.
- Se recomienda iniciar la implantación de la Propuesta de Gestión con los planes de Organización, Capacitaciones y Mantenimiento, los cuales pueden desarrollarse paralelamente.
- Se recomienda iniciar con los subprogramas evaluados en el presente trabajo dentro de la implantación de la diversificación, y continuar con la implantación de los demás programas en una segunda fase. Ya que es uno de los planes que requiere más inversión y que incurre en cantidades mayores de costos.
- El plan de publicidad y promoción se recomienda implantarse en una última fase, a partir de terminada la implantación del Plan de Diversificación, con el fin de tener más insumos para el proceso creativo de diseño de los medios publicitarios y su contenido, incluyendo para entonces las mejoras y ampliaciones al Centro Turístico y sus servicios (como la formación de nuevas rutas).
- Todos los planes deben ser reevaluados por los interesados si pasara un tiempo mayor a un año de su elaboración, debido a que factores externos pudieran modificar las necesidades del Puerto e incluso expectativas de los clientes.
- La implantación de los programas que exigen obra civil, deberán tratar de construirse en los periodos de menor afluencia de visitantes para perjudicar lo menos posible la afluencia al Puerto y las minimizar incomodidades al visitante e incluso atrasos por diversos motivos en la misma ejecución.
- De preferencia que las obras se encuentren terminadas antes que empiece la temporada de mayor demanda del Centro Turístico con el fin de provocar un impacto mayor en su inauguración y capturar una mayor cantidad de visitantes y promotores del Puerto.
- Para la elaboración de las evaluaciones que requieran la implantación de los demás subprogramas componentes de la Propuesta, se recomienda utilizar el desarrollo de las evaluaciones presentes en este documento como guía práctica y auxiliándose de la guía teórica dentro de la misma.
- Hacer uso del Cuadro Comparativo de métodos de costeo en la fase de evaluaciones económica-financiera y determinación del sistema de costeo para la elaboración de las evaluaciones para los demás planes que forman la propuesta de gestión integral.
- Con cambios muy bruscos en las tasas de interés de préstamos o de inflación se recomienda realizar nuevamente la evaluación económica-financiera así como la recolección nuevamente de los insumos para ella.

- Para el desarrollo de posteriores evaluaciones se requiere de la obtención de datos de nuevos años para el establecimiento de la tasa de aumento de ingreso de turistas, ya que actualmente se tienen pocos datos recopilados como para establecerlo apegado a la realidad y lejos de una estimación que pudiera variar.
- Se sugiere tomar en cuenta un aumento de \$0.1 al precio de entrada por persona considerando que no se recuperara a los clientes que no vuelven por no tener los atractivos que se han evaluado en el presente trabajo. Esto con el fin de tener una recuperación más rápida de la inversión, en cuya situación se obtiene una utilidad desde el primer año de implantación.
- Al igual que cualquier empresa que opera en el sector turismo, en el Puerto San Juan se requiere una revisión continua de los servicios prestados y de la calidad de estos. Además debe prestar especial atención a los cambios en las expectativas de los clientes, lo cual determina la necesidad de diversificar los servicios ofertados en miras a la satisfacción de éstos.
- Es importante que dentro del Centro Turístico se de la importancia necesaria, en el desarrollo de cualquier estrategia, a la información de los clientes internos, puesto que son ellos quienes tienen contacto directo con el cliente y conocen de primera mano sus expectativas y necesidades.
- Debido a que la Ordenanza Municipal bajo la cual se rige el Puerto San Juan no se encuentra actualizada, se recomienda su revisión y la realización de los cambios pertinentes para que esté acorde a la situación actual en la que el Centro Turístico desarrolla sus actividades
- Con el fin de brindar una mejor información y publicitar el Centro Turístico entre los usuarios, se considera conveniente la elaboración de un calendario anual en el que se presenten las fechas y las actividades más importantes que se llevarán a cabo en el Centro Turístico y en el Municipio.
- Discutir los planes, programas y subprogramas, sus cambios e implantación con los involucrados directamente antes de programar fechas reales de ejecución para lograr un completo involucramiento con dichos planes.
- Se considera conveniente que previo a la ejecución de los planes se realice la formación de los comités de mantenimiento, diversificación y de adquisiciones.
- Se debe legalizar la formación de la empresa antes de la ejecución completa del plan de organización y de la instalación de sistemas de pago con tarjetas ya que es parte de los requisitos para su ejecución.
- Buscar incentivo para formar a voluntarios como guías y auxiliares de la Oficina de Turismo municipal, ya sea a través de horas sociales de estudiantes de bachillerato o estudiantes beneficiados con becas universitarias.
- Entre algunas ideas que se manejan para la solución de la falta de parqueo se encuentra la de la construcción de una plataforma sobre el lago, y aun cuando el problema del parqueo ha sido muy discutido entre miembros del Centro Turístico y han surgido diversas ideas, no consideramos ésta

idea viable, debido a su alto impacto sobre la vista del lago, la imagen del Centro Turístico y las bases de su diseño bajo la idea del ecoturismo. Además de representar una fuerte inversión y gastos de mantenimiento, generando posiblemente un impacto ambiental, paisajístico y teniendo repercusiones en el servicio de lanchas.

- De requerirse en un futuro más espacio para la instalación de nuevos servicios se sugiere la opción de someter a estudio la posibilidad de alquiler de una parte del terreno anexo al Centro Turístico, de no conseguir llegar a un acuerdo de venta.
- Estudiar la posibilidad de ampliar la calzada y camino de acceso hacia el Centro Turístico, para facilitar el flujo de vehículos de diferentes tamaños.
- Se considera conveniente que a mediano plazo se concentren las campañas de publicidad y promoción a nivel local, extendiéndose luego a los departamentos con mayor concentración de personas y turistas, en especial San Salvador y La Libertad, siendo éstos los que concentran la mayor cantidad de visitantes del Municipio.
- Buscar financiamiento para la creación y mantenimiento de una página Web dedicada al Centro Turístico, para darle mayor facilidad a los turistas nacionales y extranjeros de acceder y obtener información básica del mismo, y con ello darse a conocer en todo el mundo.
- La Oficina de Turismo realice contactos con los negocios existentes en el casco urbano para que dispongan de brochures que promocióne información del Centro Turístico.
- Dirigirse a los diferentes operadores turísticos existentes para dar a conocer el Centro Turístico y puedan incluirlo en sus paquetes.
- Se recomienda que el diseño de las señalizaciones para dirigir a los visitantes hacia el Centro Turístico sea del tipo artesanal.
- Se considera indispensable la participación de la Oficina de Turismo para el diseño y la construcción del Mural informativo e fotográfico cultural.
- Previo a la ampliación del acceso al Centro Turístico debe realizarse la ampliación del parqueo.
- Como parte del apoyo que presta la Oficina de Turismo al Centro Turístico y como promoción para el municipio, es recomendable que programe y realice talleres sobre fabricación de artesanías en los cuales utilicen como materia prima el exceso de ninfa del lago durante el invierno.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

FUENTE DE INFORMACIÓN	RELACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN OBTENIDA o ACTIVIDAD REALIZADA
<i>Sr. Damián Escobar</i>	Integrante de la Oficina Técnica del Centro Histórico de Suchitoto (OTCHS)	Entrevista y documentación
<i>Sr. Pascual Galdamez</i>	Gerente General de Centro Turístico Puerto San Juan y Director de GREPUSAN (Grupo Empresarial del Puerto San Juan)	Entrevista y documentación
<i>Sr. Raúl Sánchez</i>	Representante del Comité de lancheros de la GREPUSAN (Grupo Empresarial del Puerto San Juan)	Entrevista
<i>Sr. Julián Carrillo</i>	Presidente de restauranteros y hoteleros del casco urbano y de restauranteros de GREPUSAN	Entrevista
<i>Miembros de las diferentes comisiones</i>	Miembros del GREPUSAN	Entrevistas

Bibliográfica:

- Plan 2014, Ministerio de Turismo.
- Estudio de la Oferta y Demanda en el Municipio de Suchitoto, SACDEL, mayo de 2006.
- Plan Maestro para el Municipio de Suchitoto, Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto, 2007.
- “Dirección Estratégica”, Dess, Gregory y Lumpkin, G.T., Mc Graw Hill; 2003.
- Tesis: “Formulación de un plan de negocios para la mediana empresa Salvadoreña”, Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Octubre de 2001.
- Tesis: “Diseño de Modelos Alternativos de Gestión Empresarial en el Sector Público y Privado”, Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de El Salvador, Mayo de 1992. (Isabel Cristina Castro Soriano, Rafael Antonio Moreno Rosales y Walter Reinaldo Portillo Miranda).
- Tesis: “Estudio de Factibilidad Técnico Económico de la Implantación de un modelo de empresa integradora del sector artesanal en El Salvador”, Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de El Salvador, Enero de 1998. Presentado por Arévalo Suriano, Roberto Estanley, Quinteros Blandon, Erick Leonardo y Rivas Yanes, Oscar René.
- *Sistemas de mantenimiento, Planeación y control*, Duffuaa, Raouf, Dixon. Editorial Limusa Wiley, 2006.
- Contabilidad, Meigs & Meigs; McGraw Hill, octava edición.
- Ingeniería Económica, Blank, Leland, Tarquin, Anthony; McGraw Hill, quinta y sexta edición.
- *Introducción a la Ingeniería y al Diseño en la Ingeniería*. Krick, Editorial Limusa, 1997.
- Jonson, Gerry y Aholes, Kevan, “*Dirección estratégica, análisis de la estrategia de las organizaciones*”, tercera edición. Prentice Hall, Madrid, 1997.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS:

http://www.mercado.com.ar/altadireccion/vernota.asp?id_web_nota=1384#organizacional
<http://www.realplan.com.ar/guiaword.html>
<http://www.aricaparinacota.cl/informes/turismo/GESTION%20INTEGRAL%20DEL%20DESTINO%20TURISTICO.pdf>
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/gonzalez_m_v/capitulo3.pdf
http://www2.ogp.gobierno.pr/html/GG_E001.html#
www.frrg.utn.edu.ar/frrg/Apuntes/II2/ManualesAd.ppt
www.icm.espol.edu.ec/icmlab/NormasAte.aspx
www.unisimonbolivar.edu.co/revistas/aplicaciones/doc/247.pdf
www.mtas.es/insht/monitor/inicio/PS/iii/psiii15.pdf
www.europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloId=242745&donde=castellano&zfr=0
www.hsbc.com.sv/?srv=274
www.csj.gob.sv/leyes.nsf/ef438004d40bd5dd862564520073ab15/9728bca913aecef70625712d005eedea?OpenDocument
www.corsatur.gob.sv/COMUNICADOSERVICIOSTURISTICOS.pdf
www.corsatur.gob.sv/registro1.htm
www.elsalvador.com/especiales/2005/devacaciones/guia.asp
www.marketiniano.com/publicidadycomunicacion-planpublicitario-plandemarketing-fidelizacion
www.ayuncordoba.es
www.inmarcs.com/instalaciones
foros.pesca.org.mx
www.ohlconcesiones.cl
www.elportaldelosbarcos.com
www.dapd.gov.co
www.cetem.gov.br/publicacao/CETEM_STA_22.PDF
www.ccee.edu.uy/ensenian/catmetad/material/MdA-Scoring-AHP.pdf
www.ingenieroambiental.com/?pagina=783
www.gobiernosantiago.cl/medios/Archivos_OTas/Plan_eco_terr.PDF
www.iadb.org/sds/doc/ENVFundamentosEvalImpactoAmbiental.pdf
www.alwoplas.cl

GLOSARIO TÉCNICO

- **Brochures:** Toda publicación unitaria que sin ser parte integrante de un libro, consta de más de cuatro páginas y menos de cincuenta. Se utiliza como instrumento de comunicación publicitaria.
- **Bomba:** aparato que sirve para impulsar la circulación del agua a través de los filtros y las tuberías.
- **Boyas flotantes:** la función de este aparato es albergar en sus contenedores pastillas de cloro.
- **Ciente:** Se denomina de esta forma a toda persona u organización que compra bienes y adquiere servicios, sobre todo cuando lo hace de forma habitual.
- **Ciente potencial:** Posible cliente de un producto o de un servicio, aunque nunca haya consumido el mismo.
- **Cloración de choque:** realizar una supercloración para matar las cloraminas -compuesto desinfectante- y bacterias que pueden proceder de la red de agua o si no se han utilizado los productos adecuados.
- **Cloro:** producto desinfectante que se añade regularmente al líquido, ya sea en forma de granulo o de pastillas. La frecuencia de uso depende de factores como el entorno, el tamaño de la piscina o el número de personas que se bañan en ella.
- **Comité:** Comisión de gente generalmente elegidas en asamblea y que negocian determinados asuntos en nombre de aquella.
- **Conjunto Histórico del municipio de Suchitoto:** Área comprendida por 3.77 Km² formada por la zona urbana del municipio incluyendo al caserío El Bonete, al sur oriente de la ciudad, la cual forma parte de la zona de expansión proyectada para el año 2015 (según Plan de Desarrollo local/2001).
- **Control:** "Inspección, fiscalización, intervención".
- **Costo de producción:** al total de gastos relacionados directa o indirectamente con la elaboración de un artículo, desde la adquisición de materias primas hasta la transferencia de aquel (ya terminado) a la sala de ventas.
- **Daño ambiental:** Toda pérdida, disminución, deterioro o perjuicio que se ocasione al ambiente o a uno o más de sus componentes, en contravención a las normas legales. El daño podrá ser grave cuando ponga en peligro la salud de grupos humanos, ecosistema o especies de flora y fauna e irreversible, cuando los efectos que produzca sean irreparables y definitivos.
- **Desarrollo económico:** Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones

fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas, y aumento del ingreso real per cápita.

- **Desarrollo sostenible:** el desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades
- **Diversidad biológica:** Variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos los ecosistemas terrestres y marinos, otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte. Comprende la diversidad de genes, especies y ecosistemas.
- **Eco Turismo:** Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales. Es aquel conformado principalmente por cadenas hoteleras grandes e internacionales que atrae a cantidades grandes de personas.
- **Ecosistema:** Es la unidad funcional básica de interacción de los organismos vivos entre sí y de éstos con el ambiente, en un espacio y tiempo determinados.
- **Ejecución:** "La acción de poner por obra una cosa". Es la acción de materializar lo que estamos programando.
- **Estudio de Impacto Ambiental:** Estudio orientado a predecir y evaluar los efectos del desarrollo de una actividad sobre los componentes del ambiente natural y social, y proponer las correspondientes medidas preventivas, mitigantes y correctivas a los fines de verificar el cumplimiento de las disposiciones ambientales contenidas en la normativa legal vigente en el país y determinar los parámetros ambientales que conforme a la misma deban establecerse para cada programa o proyecto.
- **Evaluación Ambiental Específica:** Estudio orientado a evaluar la incorporación de la variable ambiental en el desarrollo de los programas y proyectos siguientes: los que generen efectos localizados o específicos sobre el ambiente, Los que se localicen en áreas fuertemente intervenidas, Los que hayan generado efectos en etapas previas de ejecución que ameriten ser evaluados, Los que no requieran de la elaboración de EIA.
- **Evaluación:** Estimación, apreciación, calcular el valor o rendimiento de una cosa.
- **Evaluación ambiental:** análisis técnico de las actividades que generan afectaciones al entorno en donde se realizan, por supuesto se deben establecer los criterios para poder evaluar su magnitud y realizar un registro de los datos recogidos. Proceso o conjunto de procedimientos, que permite al Estado, en base a un estudio de impacto ambiental, estimar los efectos y consecuencias que la ejecución de una determinada obra, actividad o proyecto puedan causar sobre el ambiente, asegurar la ejecución y seguimiento de las medidas que puedan prevenir, eliminar, corregir, atender, compensar o potenciar, según sea el caso, dichos impactos.
- **Evaluación de género:** Valoración de equidad de género y de oportunidades.

- **Ferry:** Barco destinado al transporte de ferrocarriles o automóviles. En la cubierta se disponen de unas vías que pueden enlazar con las de tierra firme en el momento del embarque o desembarque.
- **Filtro:** aparato que purifica el agua al retener las impurezas.
- **Floculante:** producto químico utilizado para eliminar la materia orgánica, que se apelmaza y se recoge en el filtro.
- **Gestión:** Proceso que desarrolla actividades productivas con el fin de generar rendimientos de los factores que en él intervienen. Diligencia que conduce al logro de un negocio o satisfacción de un deseo. Es el proceso mediante el cual se obtiene, despliega o utiliza una variedad de recursos básicos para apoyar los objetivos de la organización. "Es la acción y efecto de administrar".
- **Gestión Integral:** Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos; implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener.
- **Humedal Ramsal:** Es una zona de tierras planas en la que la superficie se encuentra anegada permanente o intermitentemente, al cubrirse regularmente de agua, el suelo se satura, quedando desprovisto de oxígeno y dando lugar a un ecosistema híbrido entre los puramente acuáticos y los terrestres.
- **Impacto Ambiental:** Cualquier alteración significativa, positiva o negativa, de uno o más de los componentes del ambiente, provocadas por acción humana o fenómenos naturales en un área de influencia definida.
- **Logo:** Palabra que describe aquella parte de la marca formada por elementos gráficos y dibujos, que no tienen pronunciación, pero que sirven para diferenciarla de otras marcas y para ser reconocida por los consumidores.
- **Mantenimiento:** Son todas las labores realizadas para asegurar la correcta operatividad de los equipos e instalaciones.
- **Mantenimiento correctivo:** Es el tipo de mantenimiento que se realiza cuando el equipo es incapaz de seguir operando. No hay elemento de planeación para este tipo de mantenimiento.
- **Mantenimiento preventivo:** Es cualquier mantenimiento planeado que se lleva a cabo para hacer frente a fallas potenciales. Puede hacerse con base en el uso o las condiciones del equipo.
- **Medio Ambiente:** El sistema de elementos bióticos, abióticos, socioeconómicos, culturales y estéticos que interactúan entre sí, con los individuos y con la comunidad en la que viven, determinando su relación y sobre vivencia, en el tiempo y el espacio.
- **Organización:** "Es la acción de establecer o reformar una cosa, sujetando a reglas el número, orden, armonía y dependencia de las partes que la componen o han de componerla".
- **Plan:** Determinación de algunos objetivos precisos y de los medios que deben emplearse para alcanzarlos en un plazo dado.

- **Plan de Negocios:** Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examinando su viabilidad técnica, económica y financiera; desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto. Es un instrumento que ayuda al emprendedor a definir su oportunidad de negocio con una enorme profundidad. Un plan de negocios define su empresa con precisión, identifica sus metas y sirve como currículum de la compañía. es un documento de análisis para la toma de decisiones sobre como llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de negocio
- **Planificación:** "Es el hecho de hacer el plan o proyecto de una acción".
- **Planificar:** es el conjunto de organización, planificación, ejecución y gestión.
- **Programación:** "Es la acción de coordinar en el tiempo y en el espacio las distintas partes que intervienen y son necesarias para la realización de la obra, fijando la interdependencia entre ellos".
- **Proyecto:** es un proceso único, consistente en un conjunto de actividades controladas, con fecha de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo conforme con requisitos específicos, incluidas las limitaciones de tiempo, costo y recursos
- **proyecto de factibilidad:** es un documento en el que se limita a describir un conjunto de actividades que se tienen que realizar para lograr un objetivo particular, con un costo y tiempo determinado.
- **Publicidad en el lugar de venta:** Soportes de publicidad, como displays, carteles, folletos, que se exponen en el punto de venta de un establecimiento.
- **Publicidad exterior:** Realizada en el exterior de los edificios y en las calles de las ciudades y pueblos de un territorio. Sus principales tipos son: las vallas publicitarias, la publicidad en los transportes públicos, la publicidad estática, la publicidad aérea, la propia de los recintos deportivos y otras.
- **Razones de Actividad:** son las razones financieras que miden la administración de los activos de una empresa.
- **Razones de Cobertura:** son las razones financieras que ayudan a evaluar la solvencia de la empresa.
- **Razones de Liquidez:** son las razones financieras que miden la habilidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo.
- **Razones de Rentabilidad:** son las razones financieras que miden el éxito de la empresa en un periodo determinado, desde el punto de vista financiero.
- **Razones Financieras:** relación numérica entre dos cantidades que corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros de una empresa.

- **Recurso:** Bienes, medios de subsistencia. Elementos de que una colectividad puede echar mano para acudir a una necesidad o llevar a cabo una empresa.
- **Recursos Naturales:** Elementos naturales que el hombre puede aprovechar para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales.
- **Ríos de natación:** Si son rápidos ejercen un efecto emocionante, si son lentos, relajante. También sirven de pasillos de natación contracorriente o rehabilitación.
- **Skimmer:** dispositivo con forma de pequeña ventana que se sitúa en las paredes de la piscina, y que aspira las impurezas de la superficie y las deposita en un cestillo.
- **Turismo Alternativo:** otra forma de turismo diferente al de la ciudad y de la playa
- **Turismo comunitario:** Pequeñas comunidades rurales que comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales
- **Turismo de masa:** aquel conformado principalmente por cadenas hoteleras grandes e internacionales que atrae a cantidades grandes de personas
- **Turicentro:** Centro de atracción turística
- **CTPSJ:** Centro Turístico Puerto San Juan
- **Zona de amortiguamiento del conjunto histórico del Municipio de Suchitoto:** zona formada por un perímetro de 1 km² alrededor del Conjunto Histórico del Municipio de Suchitoto.

ANEXOS



ANEXO 1. ENCUESTA MERCADO CONSUMIDOR

Universidad de El Salvador
Facultad de Ing. y Arq. Escuela
de Ingeniería Industrial

PAÍS DE ORIGEN	Departamento	Fecha	Hora
		/ 07 08/ 07	am/pm
Profesión	Municipio	Edad	Sexo
		años	F M

Introducción

Como parte del análisis que se realiza para el desarrollo de una tesis para la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador, es necesario definir la posición y características de los turicentros ecoturísticos en El Salvador.

Solicitamos de su preciada colaboración, la cual es indispensable para la realización satisfactoria de éste trabajo, completando ésta encuesta la cual está dirigida a usuarios y no usuarios de dichos turicentros.

Objetivo

Conocer la visión del usuario y del potencial cliente de los turicentros ecoturísticos en todas las dimensiones del mercadeo que son de nuestro interés.

1. ¿Alguna vez ha visitado algún turicentro en el interior del país?

Sí No

Si su respuesta fue sí, pase a la siguiente pregunta. **Si fue no, pase a la pregunta 3.**

2. ¿Ha visitado algún lago?

Sí No

Si su respuesta fue sí, pase a la pregunta 4. **Si fue no pase a la siguiente pregunta.**

3. **Si su respuesta fue NO:** ¿Porqué no ha visitado ninguno?

No ha escuchado y/o no ha visto información de ninguno

Tiene malas referencias de los escuchados

Por la inseguridad en el interior del país

Por q no le llama la atención ninguno

Otras: _____

4. Si la respuesta 2 fue positiva: ¿Qué turicentro (s) ha visitado?

Agua fria
Amapulapa
Apastepeque
Galicia
Toma de quezaltepeque
Atecozol
El nuevo Eden de Sn Juan
Centro Obrero (Coatepeque)

Apulo
Altos de la Cueva
Ichanmichen
Sihuathuacán
Termos del Río
Parque Ecológico de San Lorenzo
Turicentro Puerto Sn Juan
Otros: _____

5. Cuando ha ido a algún turicentro, ¿Cuáles son los 3 factores que más lo han motivado para visitarlo?

El precio de los servicios ofrecidos

Las instalaciones del turicentro

La cercanía del turicentro a su hogar

La publicidad que ha visto en diferentes medios

Las recomendaciones de personas que lo han visitado con anterioridad

Que el turicentro esté rodeado de atractivos naturales

Que hayan piscinas o lugares para bañarse

Otros, especifique _____

6. ¿Cuáles son los servicios o atracciones que busca a la hora de visitar un turicentro?(puede marcar más de 1)

Piscinas

Servicio de restaurante

Visitar o admirar paisajes naturales de la zona

Realizar turismo de aventura

Zonas verdes
 Ventas de souvenirs o recuerdos del lugar
 Otro(s), especifique: _____

7. *De los turicentros visitados qué fue lo q más le gustó:*
 Tipos los servicios disponibles:
 cuales: _____
 Instalaciones
 Fácil acceso
 Limpieza
 Calidad de servicio
 Trato a los clientes
 Precios
 Disponibilidad de parqueo
 Zonas verdes/miradores/zonas para estar
 Horarios de atención
 Otros, especifique: _____

8. *Qué fue lo q menos le gustó?*
 Tipos los servicios disponibles:
 cuales: _____
 Instalaciones
 Fácil acceso
 Limpieza
 Calidad de servicio
 Trato a los clientes
 Precios
 Disponibilidad de parqueo
 Zonas verdes/miradores/zonas para estar
 Horarios de atención
 Otros, especifique: _____

9. ***Si la encuesta se realiza fuera de Suchitoto ¿Ha visitado Suchitoto alguna vez?*** Sí No
Si la respuesta es negativa pasar a la pregunta 10, de lo contrario pasar a la pregunta 11

10. *¿Por qué razón no lo ha visitado aun?*

Falta de tiempo <input type="checkbox"/>	No le llama la atención <input type="checkbox"/>
No ha visto publicidad <input type="checkbox"/>	No sabe a donde está <input type="checkbox"/>
No conoce los atractivos <input type="checkbox"/>	Ha escuchado malas referencias <input type="checkbox"/>
Falta de recursos (dinero, transporte) <input type="checkbox"/>	Nadie puede ir con usted <input type="checkbox"/>

Otros (especifique): _____

Si respondió la pregunta 10 pase a la 34.

11. *Cuanto tiempo ha sido su estadia en suchitoto la última vez q lo visito?*

Menos de un día <input type="checkbox"/>
Más de un día y menos de tres <input type="checkbox"/>
Más de tres y menos de 5 <input type="checkbox"/>
Más de 5 días y menos de 1 semana <input type="checkbox"/>
Entre 1 semana y 2 semanas <input type="checkbox"/>
Más de 2 semanas y menos de un mes <input type="checkbox"/>
Más de un mes <input type="checkbox"/>

12. *¿Cuál fue el motivo de su visita?:*

Trabajo <input type="checkbox"/>
Visita a familiares <input type="checkbox"/>
Vacaciones/descanso <input type="checkbox"/>
Por algún evento cultural u otro similar <input type="checkbox"/>

Curiosidad de conocer

Otros: _____

13. *¿Cuántas veces lo ha visitado?*

1 vez

2 veces

3 veces

4 veces

5 veces

más de 5 veces

14. *¿Qué tipo de turismo prefiere?*

Rural

Aventura

Cultural

Gastronómico

Otros (especifique): _____

Sol y Playa

Ecoturismo

Negocios

Agronómico

No tiene importancia

15. *¿Dentro de suchitoto, que lugares ha visitado?*

Casa de don Alejandro Coto

Teatro de ruinas

La casa del escultor

El casco urbano en general

Hotel, hostel

Restaurante/comedor

Salto los limones

Los tercios

Lago de suchitlán

Iglesia Santa Lucía

Parque San Martín

Comunidad la mora

Hacienda Colima

Otros, especifique _____

16. *¿Qué lugar le gustó más y por qué?*

Casa de don Alejandro Coto

Teatro de ruinas

La casa del escultor

El casco urbano en general

Hotel, hostel

Restaurante/comedor

Salto los limones

Los tercios

Lago de suchitlán

Iglesia Santa Lucía

Parque San Martín

Comunidad la mora

Hacienda Colima

Otros, especifique _____

17. *¿Qué aspectos positivos ha observado en Suchitoto?*

Atención

Atractivos

Limpieza

Precios

Productos o servicios

Calidez humana

Señalización y vías de acceso

Otros: _____

18. *¿Qué aspectos negativos ha observado en Suchitoto?*

Atención

Atractivos

Limpieza

Precios

Productos o servicios

Calidez humana

Señalización y vías de acceso

Otros: _____

19. *Alguna vez ha visitado el Turicentro Puerto San Juan en Suchitoto?*

Sí

No

Si su respuesta fue no, pase a la pregunta 34

20. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar al Puerto San Juan?

Automóvil	<input type="checkbox"/>	Bicicleta	<input type="checkbox"/>
Bus	<input type="checkbox"/>	A pie	<input type="checkbox"/>
Microbús	<input type="checkbox"/>	Motocicleta	<input type="checkbox"/>
Otro:	_____		

21. ¿Cómo percibió el estado de las vías de acceso al Turicentro?

Excelentes	<input type="checkbox"/>	Regulares	<input type="checkbox"/>
Muy buenas	<input type="checkbox"/>	Malas	<input type="checkbox"/>
Buenas	<input type="checkbox"/>	Muy Malas	<input type="checkbox"/>

22. ¿Considera usted que existe la suficiente señalización vial u orientación para guiar al turista hacia el Puerto San Juan de forma fácil y sin riesgo de perderse?

Sí No

23. ¿A través de que medio se dio cuenta de la existencia del Turicentro Puerto San Juan?

T.V.	<input type="checkbox"/>	Rótulos en el pueblo	<input type="checkbox"/>
Brochures	<input type="checkbox"/>	Personas de Suchitoto	<input type="checkbox"/>
Personas conocidas	<input type="checkbox"/>	Periódico	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>		
No conocía el turicentro pero di con él al ir al visitar el lago Suchitlán			<input type="checkbox"/>

24. ¿Cómo percibe el estado de las instalaciones del Turicentro Puerto San Juan?

Excelentes	<input type="checkbox"/>	Regulares	<input type="checkbox"/>
Muy buenas	<input type="checkbox"/>	Malas	<input type="checkbox"/>
Buenas	<input type="checkbox"/>	Muy Malas	<input type="checkbox"/>

25. ¿De cuáles de los servicios ofrecidos en el turicentro puerto San Juan hizo uso durante su visita?

Servicio de parqueo	<input type="checkbox"/>
Servicio de paseos en lancha	<input type="checkbox"/>
Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/>
Servicio de venta de artesanías	<input type="checkbox"/>
Ninguno, solo vine a apreciar el lago Suchitlán	<input type="checkbox"/>

26. ¿cómo calificaría los servicios recibidos? Del 1 – 10, Siendo 10 la máxima calificación positiva:

1		6	
2		7	
3		8	
4		9	
5		10	

27. ¿Cómo le han parecido los precios?:

Muy Caros	<input type="checkbox"/>	Baratos	<input type="checkbox"/>
Caros	<input type="checkbox"/>	Muy Baratos	<input type="checkbox"/>
Ni caros ni baratos	<input type="checkbox"/>		

28. ¿Con quiénes realizó su última visita al puerto San Juan?

Familia	<input type="checkbox"/>	Con su pareja	<input type="checkbox"/>
Amigos	<input type="checkbox"/>	Vine yo sólo(a)	<input type="checkbox"/>
Excursión	<input type="checkbox"/>	Otros: _____	

29. ¿Cuántas personas lo acompañaron en su última visita al Puerto San Juan?

1 persona	<input type="checkbox"/>	4 personas	<input type="checkbox"/>
2 personas	<input type="checkbox"/>	5 personas	<input type="checkbox"/>
3 personas	<input type="checkbox"/>	Más de 5 personas	<input type="checkbox"/>

30. ¿Qué le gustaría ver en el turicentro Puerto San Juan?

Un muelle Piscinas

- | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|
| Más juegos para niños | <input type="checkbox"/> | Mesas al aire libre | <input type="checkbox"/> |
| Zonas para paseo en bicicleta | <input type="checkbox"/> | Mayor parqueo | <input type="checkbox"/> |
| Entrada y salida más amplia | <input type="checkbox"/> | Más tiendas de artesanías | <input type="checkbox"/> |
| Renta de equipo para deportes Acuáticos | <input type="checkbox"/> | Murales de fotos e historia del Municipio y lago | <input type="checkbox"/> |
| Venta de pescados | <input type="checkbox"/> | Zona para juego de pin pon | <input type="checkbox"/> |
| Ranchos con hamacas | <input type="checkbox"/> | Un jardín más grande | <input type="checkbox"/> |
| Venta de plantas de la zona | <input type="checkbox"/> | Presencia de guías turísticos | <input type="checkbox"/> |
| Una oficina de turismo | <input type="checkbox"/> | Mayor señalización | <input type="checkbox"/> |
| Un Ferri para pasajeros solamente | <input type="checkbox"/> | Más baños | <input type="checkbox"/> |
| Talleres de manualidades con ninfa | <input type="checkbox"/> | Música en vivo | <input type="checkbox"/> |
| Competencias de deportes acuáticos | <input type="checkbox"/> | Anfiteatro al aire libre | <input type="checkbox"/> |

Otros (especifique): _____

31. ¿Q es lo que menos le gustó del turicentro?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| Comida | <input type="checkbox"/> | Forma de acceso | <input type="checkbox"/> |
| La atención | <input type="checkbox"/> | Los tipos de servicios disponibles | <input type="checkbox"/> |
| Señalización | <input type="checkbox"/> | Acceso/estado de calles | <input type="checkbox"/> |
| Parqueo | <input type="checkbox"/> | El tamaño del turicentro | <input type="checkbox"/> |
| Precios | <input type="checkbox"/> | Distribución de las diferentes áreas | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | Otros (especifique): _____ | |

32. ¿Volvería a visitar el turicentro Puerto San Juan?

Sí No

33. ¿Lo recomendaría?

Sí No

Porqué: _____

34. ¿En qué medios le gustaría ver publicidad del turicentro PSJ para darlo a conocer?. Marque por orden de prioridad siendo el número 1 el más importante:

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| Brochures | <input type="checkbox"/> | Periódico | <input type="checkbox"/> |
| Revistas | <input type="checkbox"/> | Radio | <input type="checkbox"/> |
| Internet | <input type="checkbox"/> | Televisión | <input type="checkbox"/> |
| Otros, especifique: _____ | | | |

35. ¿Dentro de cuál de estas rangos se encuentra su nivel de ingresos mensuales familiares?

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| \$50-\$100 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| \$101-\$200 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| \$201-\$350 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| \$351-\$500 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| \$501- \$750 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| 751-1000 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| \$1000- \$1,500 mensuales | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$1,500 mensuales | <input type="checkbox"/> |

Si es Extranjero:

36. ¿Es primera vez que visita El Salvador? Si No

37. Si la respuesta es no, ¿Cuántas veces ha venido?

- | | | | |
|---------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1 vez | <input type="checkbox"/> | 4 veces | <input type="checkbox"/> |
| 2 veces | <input type="checkbox"/> | 5 veces | <input type="checkbox"/> |
| 3 veces | <input type="checkbox"/> | más de 5 veces | <input type="checkbox"/> |

38. ¿Por qué razón decidió venir a El Salvador?

- | | | | |
|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Propaganda en su país de origen | <input type="checkbox"/> | Atractivos que posee | <input type="checkbox"/> |
| Conveniencia | <input type="checkbox"/> | Buena impresión pasada | <input type="checkbox"/> |
| Precios ofrecidos | <input type="checkbox"/> | Recomendación de otra persona | <input type="checkbox"/> |

39. *¿Cuánto tiempo planea quedarse en el país?*

Menos de una semana
1 semana
Entre 1 – 2 semanas
Entre 2 – 3 semanas
Entre 3 – 4 semanas

Un mes
Entre 1 – 2 meses
Entre 2 – 3 meses
Más de 3 meses

40. *¿Qué departamentos ha visitado?*

Ahuachapán
Cabañas
Chalatenango
Cuscatlán
La Libertad
La Paz
La Unión

Morazán
San Salvador
San Vicente
San Miguel
Santa Ana
Sonsonate
Usulután

Si la encuesta es realizada en suchitoto

41. *¿Qué siente que le hizo falta en su visita*

Mapa
Más atención personalizada
Un guía
Mejores señalizaciones

Más información de lugares
Gente más amable y cálida
Más limpieza en los lugares
Nada

42. *¿Qué le pareció Suchitoto en comparación con los demás lugares visitados?*

Interesante
Excelente
Muy bueno
Bueno
Regular

Aburrido
Pésimo
Muy Malo
Malo
Igual, sin nada nuevo

¡¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

ANEXO 2. FICHA PARA ENTREVISTA GENERAL A TURICENTROS ECOTURÍSTICOS

Introducción

Como parte del análisis que se realiza para el desarrollo de una tesis para la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador, es necesario definir las características de los turicentros ecoturísticos en El Salvador.

Solicitamos de su preciada colaboración, la cual es indispensable para la realización satisfactoria de éste trabajo, completando ésta entrevista la cual está dirigida a representantes de turicentros del tipo ecoturísticos o similares.

Objetivo

Identificar las características comunes y no comunes de los Turicentros Ecoturísticos y similares en El Salvador.

1. Nombre: _____.
 2. Ubicación exacta: _____.
 3. Teléfono: _____.
 4. Correo electrónico: _____ . página web: _____.
 5. Tiempo de funcionamiento: _____.
 6. Tipo de persona que visita el turicentro? : _____

 7. Existe alguna restricción para ingresar al turicentro?: SI NO
- Qué restricciones presentan?:* _____

8. Precio de entrada: \$ _____
 9. Tipos de servicios/productos que presta o elabora y precio promedio:

TIPO DE SERVICIO/PRODUCTOS	PRECIO (\$)

10. Cantidad de personal con la que cuenta _____
 11. Parqueo Privado: SI NO
- Alguna característica propia:* _____
12. Cantidad de familias que ingresan al turicentro: _____
 13. Capacidad del turicentro
- Turistas:* _____
Parqueo: _____

14. *Infraestructura con la que cuenta:* _____

15. *Atractivos que posee el turicentro:*

Área de restaurante/ merenderos: SI NO

Alguna característica propia: _____

Muelle: SI NO

Piscinas: SI NO

Cuántas: _____

Área de juegos para niños: SI NO

Cuántas y que tipos: _____

Otro tipo de forma de entretenimiento: _____

**ANEXO 3. ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES RELACIONADAS AL TURISMO.
(MINISTERIO DE TURISMO Y CORSATUR).**

Introducción

Como parte del análisis que se realiza para el desarrollo de una tesis sobre ecoturismo para la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador, es necesario definir el dinamismo que el sector turístico posee y el impulso que diversas instituciones del gobierno le brindan.

Solicitamos de su preciosa colaboración, la cual es indispensable para la realización satisfactoria de éste trabajo, completando ésta entrevista la cual está dirigida a representantes del MITUR y CORSATUR.

Objetivo

Identificar las funciones de las instituciones y los planes que estas poseen para impulsar el turismo, al mismo tiempo establecer cual ha sido el crecimiento económico que el sector ha experimentado y lo que representa para la economía del país e investigar si poseen registros de los centros turísticos del país que sirva como universo para el mercado competidor.

1. ¿Qué es MITUR y el CORSATUR?

2. ¿Qué funciones Posee el MITUR y las del CORSATUR?

3. ¿Qué significa la marca país?

4. ¿Qué es el Plan Turístico 2014?

5. ¿Cómo este impulsara al turismo?

6. ¿Existe líneas de acción del Plan Turístico 2014 que estén dirigidos a Suchitoto? ¿Cuáles son y en que forma se aplicaran?

7. ¿Además del Plan Turístico 2014 que otros planes o proyectos posee el MITUR para impulsar el turismo?

8. ¿Posee registros de las zonas turísticas del país? ¿Cuales son los turicentros que manejan?

9. ¿Poseen registros o indicadores de cómo el turismo a crecido en los últimos año?

10. ¿Tiene registros económicos de cómo el turismo a influenciado a la economía nacional?

11. ¿Qué se espera del turismo sobre la economía nacional?

12. ¿Cómo afectara el Plan Turístico 2014 al desarrollo del turismo y como influirá a la economía nacional?

ANEXO 4. ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES RELACIONADAS AL TURISMO.

(Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)).

Introducción

Como parte del análisis que se realiza para el desarrollo de una tesis sobre ecoturismo para la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador, es necesario definir el dinamismo que el sector turístico posee y el impulso que diversas instituciones del gobierno le brindan.

Solicitamos de su preciada colaboración, la cual es indispensable para la realización satisfactoria de éste trabajo, completando ésta entrevista la cual está dirigida a representantes del ISTU.

Objetivo

Establecer las funciones de las instituciones, la manera como este ente influye sobre el turismo e identificar si poseen registros de los centros turísticos del país, para determinar la competencia.

1. ¿Qué es ISTU?

2. ¿Qué funciones Posee ISTU?

3. ¿De que manera trabaja el ISTU?

4. ¿Cómo clasifican a los sitios turísticos, según el ISTU?

5. ¿Posee registros sobre sitios turísticos del país?, Si ¿Cuáles son estos?

ANEXO 5. LISTADO DE TURICENTROS DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA

DIRECCION GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS.					
CIIU 920917: Parques de recreo, diversión y entretenimiento.					
Establecimiento	Teléfono	Dirección	Departamento	Municipio	No. personal
TURICENTRO AGUA MARINA	24469813	COL. LAS DELICIAS YC LAS DEL S/N	SANTA ANA	COATEPEQUE	4
TURICENTRO LLANO EL MUERTO "LA POZA DEL PEROL"		CANTON LLANO EL MUERTO, ARAMBALA, MORAZAN	MORAZAN	PERQUIN	3
MANANTIALES DE JIBOA S.A. DE C.V.	2330-3183	CANTON EL TUNAL MANANTIALES DE JIBOA ANTIGUA CALLE A ZACATECOLUCA LA PAZ EL ROSARIO	LA PAZ	EL ROSARIO	11
CENTRO DE RECREO EL EDEN		CTON. NATIVIDAD COL. EL SALAMO CONTIGUO AL EDEN	SANTA ANA	SANTA ANA	2
EL PASA MONO		EL PASA MONO 500 MTS. DE CASETA FRONTERA DE HONDURAS	MORAZAN	PERQUIN	3
CENTRO RECREATIVO LAS FLORES	2393-0101	CL. PPAL. CANTON FLORES	SAN VICENTE	SAN VICENTE	2
CENTRO RECREATIVO EL EDEN		CL. PPAL. LAS MORAS TERRERNO S/#	LA LIBERTAD	COLON	2
PARQUE ACUATICO GALICIA	2444-0829	KM. 72 CARRT. A CHALCHUAPA S/N	SANTA ANA	CHALCHUAPA	24
CENTRO PARA RECREACIONES FINQUITA BONILLA	2630-8315	6ª AV. SUR FNL. #10	USULUTAN	JIQUILISCO	3
PARQUE RECREATIVO CENTROAMERICA	2411-6482	KM. 106 CARRT. INTERNACIONAL SAN DIEGO METAPAN	SANTA ANA	METAPAN	5
PARQUE ACUATICO DEL PALACIO LATINO	2331-4701	KM. 30 SAN JERONIMO GUAZAPA CARRT. TRONCAL DEL NTE.	SAN SALVADOR	GUAZAPA	20
SHULTON PARK	2624-5164	FINAL 18 AV. NTE. Y CL. CARTAGO	USULUTAN	USULUTAN	13

AREA RECREATIVA S/N		CARRT. TRONCAL DEL NTE. KM. 90 ADELANTE DE PUENTE JUPULA	CHALATENANGO	SAN IGNACIO	1
TURICENTRO CUEVA DEL RATON	2680-4212	CRIO. LA TEJERA CTON. CASA BLANCA PERQUIN	MORAZAN	PERQUIN	5
PISCINAS EL NILO	2411-8379	KM. 3 1/2 CALLE A TACUBA CANTON LOS HUATALES EL NILO	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	2
TERMOS DEL RIO	2340-8508	KM.39 1/2 CARR. A STA. ANA 500 METROS AL SUR	LA LIBERTAD	CIUDAD ARCE	67
PISINAS 5 ROSAS	2321-4410	COL. LOS MANGOS PJE. #3	SAN SALVADOR	AGUILARES	2
CENTRO RECREATIVO HUMBERTO ROMERO ALBERGUE	2335-3139	KM. 37 1/2 CARRT. EL LITORAL S/#	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	4
BALNEARIO KATHERINE	2460-9041	FNL. LA BOCANA PLAYA METALIO	SONSONATE	ACAJUTLA	5
PARQUE ACUATICO SAN DIEGO	2345-5629	KM. 56 1/2 CL. LITORAL FTE. A DESVIO SAN DIEGO	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	7
AQUA PLAY PARK	2389-6327	KM. 42 1/2 CARRET. EL LITORAL PLAYA EL TUNCO CANTON SAN ALFONSO	LA LIBERTAD	TAMANIQUE	8
TURICENTRO RANCHO ALEGRE	2472-3756	FNL. 2ª AV. NTE. BO. LAS ANIMAS	SANTA ANA	CANDELARIA DE LA FRONTERA	3
ATLANTIS PARQUE ACUATICO	2354-4444	KM. 51 CARRT. A LA COSTA DEL SOL	LA PAZ	EL ROSARIO	21
TURICENTRO LLANO EL MUERTO	2661-3363	TURICENTRO LLANO EL MUERTO ARAMBALA	MORAZAN	PERQUIN	3
BALNEARIO SAN CARLOS	2384-2209	COL. JAR. DE SAN CARLOS COL. SN BERNARDO PERDOMO # 8	CABAÑAS	ILOBASCO	2
TURICENTRO LA ZONA VERDE	2310-8000	KM. 73 CARRT. A SENSUTEPEQUE	CABAÑAS	SAN ISIDRO	5
BALNEARIO EL MANANTIAL	2401-4990	CL. INTERNACIONAL A GUATEMALA KM. 109	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	2
TURICENTRO CAMPO AVENTURA	2660-0912	CL. ANTIGUA A AGUA ZARCA SIN # CANTON ZAMORANO	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	16

MISSING LAGOON PARK	2681-1442	CTON. LLANO EL ANGEL CRIO. SAN ANTONIO, CIUDAD BARRIOS	SAN MIGUEL	CIUDAD BARRIOS	3
APUZUNGA	2483-8952	CRIO. CONCHAGUA CANTON LAS PIEDRAS	SANTA ANA	METAPAN	28
TURICENTRO VISTA AL LAGO		CRÍO CUEVITOS CANTON SAN BARTOLO CASA S/N	CHALATENANGO	CHALATENANGO	2
LA MONTAÑA ACUATICA DE ZARAGOZA	7894-1084	ENTRADA EN EL DESVIO EL KM. 27 1/2 CARRT. AL PUERTO LA LIBERTAD 3 KM. AL NORPONIENTE	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	7
OASIS SHANGRI-LA	2310-6486	CL. LITORAL KM 50 RESID. ATAMI EL PALMARCITO	LA LIBERTAD	TAMANIQUE	3
CENTRO RECREATIVO RINCON FAMILIAR	2335-3136	LOTE. EL JUTE CL. PPAL. # 27 PLAYAS LAS FLORES	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	2
QUINTAS EL MANANTIAL	2223-8960	49 AV. SUR #122 COL. FLOR BLANCA	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	13
LAS CALLES		CL. LITORAL KM. 50 EL PALMARCITO PARQUE RESID. ATAMI	LA LIBERTAD	TAMANIQUE	2
RANCHO KOTZIJAC		CL. A LA BOCANA PLAYA METALIO	SONSONATE	ACAJUTLA	2
COMPLEJO TURISTICO MORENA	2641-2520	CL. LA CHORRERA SANTA ROSA DE LIMA	LA UNION	SANTA ROSA DE LIMA	6

ANEXO 6. INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA CADA COMISIÓN QUE CONFORMA EL GRUPO EMPRESARIAL PUERTO SAN JUAN.

Introducción

Como parte del análisis que se realiza para el desarrollo de una tesis para la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador, es necesario definir las características de los comités que conforman el GREPUSAN.

Objetivo

Identificar los servicios que prestan cada una de las comisiones, la cantidad de personas que las conforman, los precios de los servicios prestados y los proveedores principales de insumos.

16. Nombre del comité: _____.

17. Presidente del comité: _____.

18. Servicio que presta:

() Paseo en lancha.

() Servicio de Restaurante.

() Venta de Artesanía / otros productos.

19. Tiempo de funcionamiento: _____.

20. Forma de prestar el servicio:

Si es comité de lancheros.

21. ¿Cuántas lanchas poseen y cuántos propietarios son?

22. Los Lugares que visita (rutas), precios y tiempo para ejecutar la ruta.

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

23. ¿Principales insumos que consume, donde los adquiere, que precio y la frecuencia de compra?

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

24. ¿Que atractivos piensan que se podrían prestar para incrementar el turismo en el centro turístico (Lancheros)?

Si es comité de restaurantes.

25. ¿Cuántos restaurantes existen en el Centro turístico, cuales son sus nombres, quienes son los propietarios, la cantidad de empleados, el tipo de comida y el precio?

Nombre del restaurante.	Propietario.	Cantidad de empleados.	Tipo de comida que sirven.	Precio Promedio de la comida.

26. ¿Cuáles son los principales insumos utilizados, donde los adquieren, el precio y la frecuencia de compra?

Insumos	Proveedor.	Precio	Frecuencia de compra.	Observación.

27. ¿Cómo prestan el servicio a los clientes?

28. ¿Que atractivos piensan que se podrían prestar para incrementar el turismo en el centro turístico según su comité (Restaurantes)?

Si es comité de venta de artesanías.

29. ¿Cuántos puestos de venta de artesanías / otras ventas existen en el Centro turístico, cuales son sus nombres, quienes son los propietarios, la cantidad de empleados, el tipo de artículo que venden y el precio?

Nombre.	Propietario.	Cantidad de empleados.	Tipo de artículo que vende.	Precio Promedio de la de los artículos.

30. ¿Cuáles son los principales insumos utilizados, donde los adquieren, el precio y la frecuencia de compra?

Insumos	Proveedor.	Precio	Frecuencia de compra.	Observación.

31. ¿Cómo prestan el servicio a los clientes?

32. ¿Que atractivos piensan que se podrían prestar para incrementar el turismo en el centro turístico según su comité (venta de artesanías)?

ANEXO 7. ENCUESTA PARA MEDIR SATISFACCIÓN AL CLIENTE INTERNO

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO

¿Cómo considera su relación con respecto a sus compañeros de trabajo dentro del restaurante en el cual labora?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Muy buena	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____

¿Cómo considera que es su relación con respecto a sus compañeros de trabajo dentro de los restaurantes?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Muy buena	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____

¿Cómo considera la relación del comité de Restauranteros con la de los lancheros?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Muy buena	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____

¿Cómo considera la relación del comité de Restauranteros con la de artesanías y cafetines?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Muy buena	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____

¿Qué tan difícil siente la comunicación con su jefe/compañeros?

Fácil	<input type="checkbox"/>	Puede mejorar	<input type="checkbox"/>
Difícil	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>

¿Cómo considera el ambiente de trabajo en general?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy malo	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Muy bueno	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____
Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Por qué: _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 8. FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS, INVENTARIO DE RECURSOS Y PATRIMONIOS TURÍSTICOS

FICHA DE RECOPIACIÓN DE DATOS PARA INFORMACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS Y PATRIMONIOS TURÍSTICOS.	
Tipo: Patrimonio / Recurso	FICHA N° _____
Potencial / Ya utilizado (Sólo marcar en caso de patrimonios)	
NOMBRE DEL RECURSO / PATRIMONIO TURÍSTICO: _____	
UBICACIÓN / DISTANCIA ENTRE ÉSTE Y EL PUERTO SAN JUAN: _____	
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 _____	
ACCESO HACIA EL RECURSO Considerando como referencia el turicentro Puerto San Juan	
<input type="checkbox"/> A pie	<input type="checkbox"/> Camioneta de doble tracción
<input type="checkbox"/> Automóvil Particular	<input type="checkbox"/> Bus Turístico
<input type="checkbox"/> Bus / Microbús público	<input type="checkbox"/> Ferry
<input type="checkbox"/> Lancha	
Tipo de vías de acceso:	
<input type="checkbox"/> Calle pavimentada	
<input type="checkbox"/> Camino de tierra	
<input type="checkbox"/> Calle empedrada / adoquinada	
Tipo de Señalización en las vías de acceso:	
<input type="checkbox"/> Informal	
<input type="checkbox"/> Oficial (VMT o municipalidad)	
Estado de la señalización:	
<input type="checkbox"/> Visible	
<input type="checkbox"/> Poco visible u obstruida	
<input type="checkbox"/> Deteriorada	
<input type="checkbox"/> En buen estado	
TIPO DE INGRESO :	
<input type="checkbox"/> Libre	
<input type="checkbox"/> Previa presentación de boleto o ticket	
Precio de entrada:	
<input type="checkbox"/> Entre \$0.05 y \$0.50	<input type="checkbox"/> Entre \$0.51 y \$1

Entre \$1 y \$1.50 Entre \$2 y \$3
 Más de \$3
 Semi-restringido (previo permiso)
 Otro, especificar: _____

EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO (se puede marcar con X más de una opción)

Mencionar si la visita se realiza durante:

Todo el Año
 Esporádicamente-algunos meses, especificar _____
 Fines de semana, especificar _____
 Feriados, especificar la fecha _____

HORARIO DE VISITA:

Días: _____.

Hora: _____.

INFRAESTRUCTURA (se puede marcar con X más de una opción)

DENTRO DEL RECURSO	FUERA DEL RECURSO (del poblado más cercano)
<input type="checkbox"/> Agua	<input type="checkbox"/> Agua
<input type="checkbox"/> Desagüe	<input type="checkbox"/> Desagüe
<input type="checkbox"/> Luz	<input type="checkbox"/> Luz
<input type="checkbox"/> Teléfono	<input type="checkbox"/> Teléfono
<input type="checkbox"/> Alcantarillado	<input type="checkbox"/> Alcantarillado
<input type="checkbox"/> Señalización	<input type="checkbox"/> Señalización
<input type="checkbox"/> Otra _____.	<input type="checkbox"/> Otra _____.
especificar	especificar

Será considerada dentro del recurso la infraestructura que se encuentre dentro del perímetro del mismo.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO / PATRIMONIO TURISTICO:
(se puede marcar con X más de una opción)

NATURALEZA	DEPORTES / AVENTURA
<input type="checkbox"/> Observación de Aves.	<input type="checkbox"/> Caminata.
<input type="checkbox"/> Observación de Fauna.	<input type="checkbox"/> Caza.
<input type="checkbox"/> Observación de Flora.	<input type="checkbox"/> Camping.

PASEOS

Paseos en bote.
 Paseos en Caballos
 Paseos en Bicicletas.
 Paseos en Carruaje
 Paseos en Lancha o canoa
 Excursiones
 Otros: _____

Especifique.

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO / PATRIMONIO :

Marcar con una X los servicios que funcionan:

Alojamiento:

Hotel zona de camping Hostales Casa de hospedaje

Alimentación:

Restaurante Bares Cafeterías Chalet / Venta de comida.

Atractivos:

Piscinas. Juegos para niños Toboganes. Áreas Naturales. Otro.

Especifique: _____.

DATOS COMPLEMENTARIOS:

INDICAR SI EL RECURSO / PATRIMONIO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:

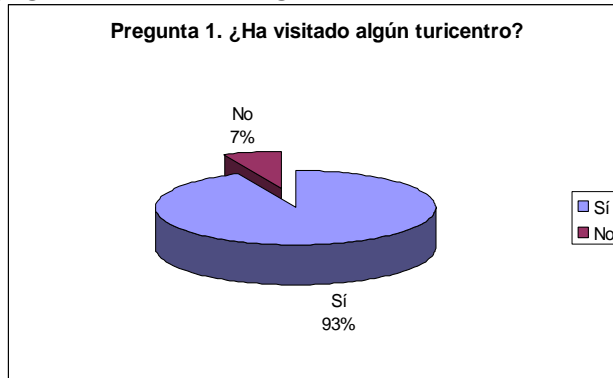
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:

ADMINISTRADO POR:

FICHA LLENADA POR: _____.

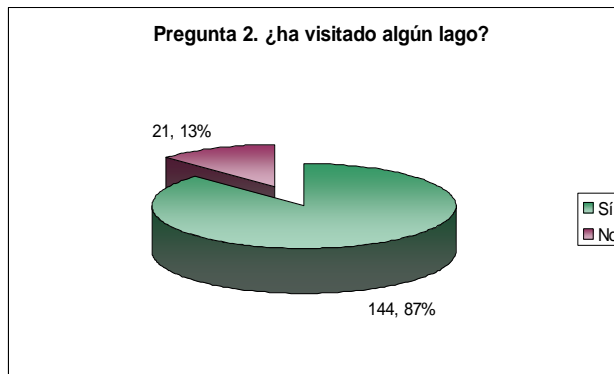
ANEXO 10. PRINCIPALES RESULTADOS Y ANÁLISIS OBTENIDOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO CONSUMIDOR

Pregunta 1. ¿Alguna vez ha visitado algún turicentro en el interior del país?



Del total de personas encuestadas (165) el 93% respondió que sí ha visitado algún turicentro nacional y únicamente un 7% que no. De lo anterior podemos inferir que actualmente existe un gran mercado de clientes que buscan hacer uso de los servicios ofrecidos por los turicentros del país, ya que, con seguridad sabemos que el 93% de la población hace uso de estos pero además existe un 7% de la población considerada como muestra que mediante diferentes esfuerzos de marketing pueden llegar a ser clientes de los turicentros.

Pregunta 2. ¿Ha visitado algún lago?



El 87% de los encuestados (144 personas) aseguran haber visitado algún lago del país, lo que nos sirve para evidenciar que los lagos son uno de los destinos turísticos que la mayoría de la población busca para realizar sus actividades de esparcimiento, lo que convierte al Puerto San Juan en un turicentro con un gran potencial de atracción de clientes ya que se encuentra a la orilla del Lago Suchitlán.

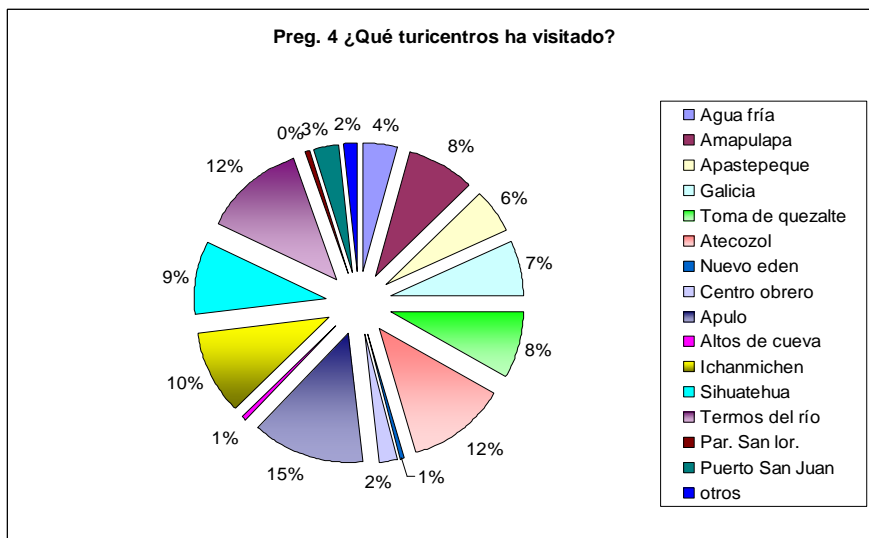
Pregunta 3. ¿Porqué razón no ha visitado ningún lago?



Del total de personas que aseguran nunca haber visitado un lago (21 encuestados), la causa que posee la mayor frecuencia de votos es la falta de información sobre éstos, seguido por las causas siguientes: no le llama la atención visitar lagos (4 encuestados de 165 encuestas, que representa el 2.4% del total de encuestados) y otras causas (estas causas fueron falta de recursos, desconocimiento de la ubicación de los lagos, falta de tiempo y falta de alguien quien lo lleve). De estos resultados podemos concluir que: 1- Solamente un 2.4% de la población puede ser considerada como personas que muy difícilmente estarán interesados en visitar el turicentro Puerto San Juan a pesar de cualquier esfuerzo de marketing ya que simplemente no les llama la atención visitar lagos como un destino turístico.

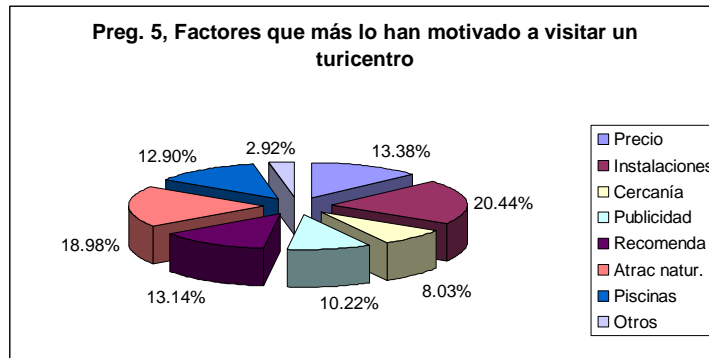
2- A pesar del clima generalizado de inseguridad en el país, este es un factor que muy poco ha influido hasta ahora en la decisión de las personas que no han visitado lagos ya que únicamente 3 de 165 encuestados (dato que al inferirse en el universo representa el 1.8% de la población total) considera a la inseguridad como un factor determinante en su decisión de no visitar un lago.

Pregunta 4. Si la respuesta 2 fue positiva, ¿Qué turicentros ha visitado?



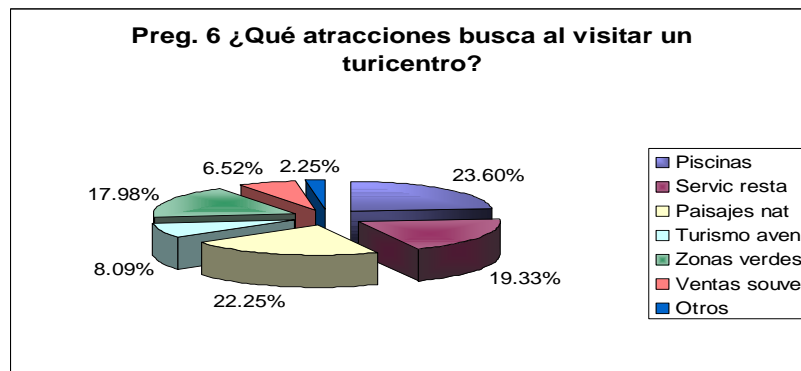
Del total de respuestas obtenidas en esta pregunta de opción múltiple (628), se han identificado aquellos turicentros de tipo ecoturístico que representan la mayor competencia para el turicentro Puerto San Juan. Como se puede observar, la característica en común de varios de los primeros turicentros que fueron votados como los mayormente visitados por los encuestados (como es el caso de Apulo, Atecozol, Ichanmichen, Sihuatohuacán, toma de Quezaltepeque y Amapulapa) es que son turicentros con una larga historia dentro del país, por lo que se puede afirmar que han logrado arraigarse en las preferencias de los clientes gracias al paso de los años más que por esfuerzos de marketing o estrategias de mercado, ya que el esfuerzo formal por parte del gobierno en incentivar la visita a dichos lugares y el turismo en general había sido mínimo hasta hace pocos años. Además, se evidencia un caso muy particular en el análisis y es el hecho que el segundo lugar entre los turicentros más visitados es Termos del Río, esto a pesar de ser uno de los turicentros más recientes presentado en el listado como posible respuesta; a manera de hipótesis, la diferencia ha estribado en el gran esfuerzo de marketing y en la inversión en instalaciones que ha hecho dicho turicentro, estrategias que lo han posicionado fuertemente dentro del mercado.

Preg. 5 Cuando ha ido a algún turicentro, ¿Cuáles son los 3 factores que más lo han motivado para visitarlo?



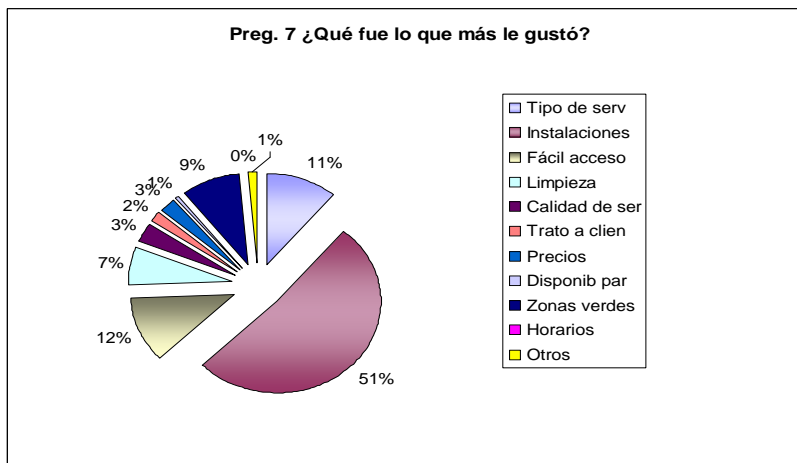
Del total de respuestas obtenidas a esta pregunta, el 20.44% señalan a las instalaciones como la principal motivación para visitar un turicentro, seguido por que esté rodeado por atractivos naturales y el precio de los servicios ofrecidos. Se puede concluir que lo más desea el cliente de un turicentro es ir a un lugar con instalaciones en buen estado en las que se puedan apreciar atractivos naturales de la zona a un precio considerado accesible para la mayoría, todo esto presentado por medio de publicidad que motive al cliente dándole a conocer los atractivos del lugar.

Pregunta 6. ¿Cuáles son los servicios o atracciones que busca a la hora de visitar un turicentro?

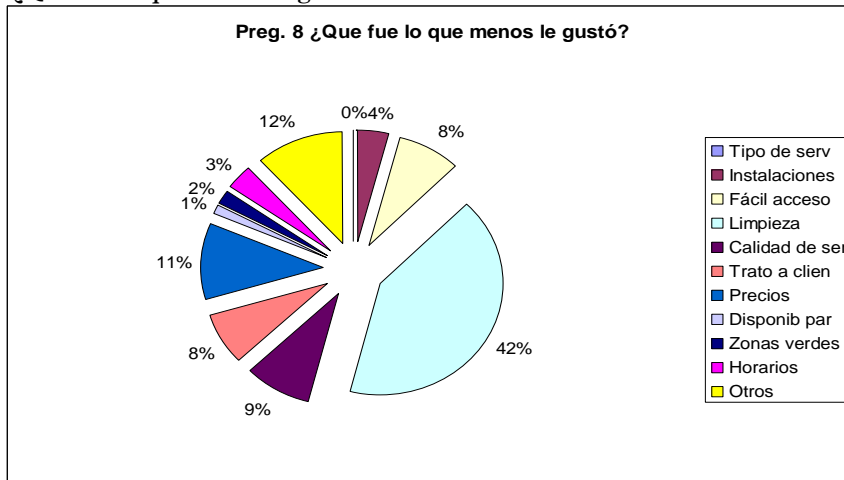


Del total de respuestas obtenidas, el principal porcentaje sitúa a las piscinas como el atractivo más buscado por las personas que visitan los turicentros, seguido por servicio de restaurante, admirar paisajes naturales y que el lugar cuente con zonas verdes respectivamente. Se evidencia que en materia de oferta turística, una de las fortalezas del turicentro Puerto San Juan es contar con 3 de los 4 servicios más votados como los preferidos por los clientes de turicentros.

Preg. 7 De los turicentros visitados, ¿qué fue lo que más le gustó?

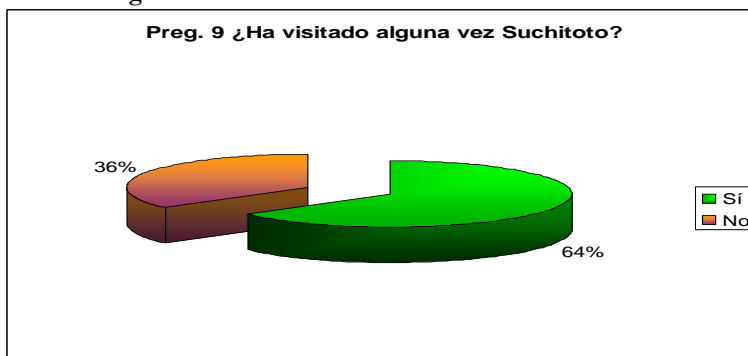


Preg. 8 ¿Qué fue lo que menos le gustó?



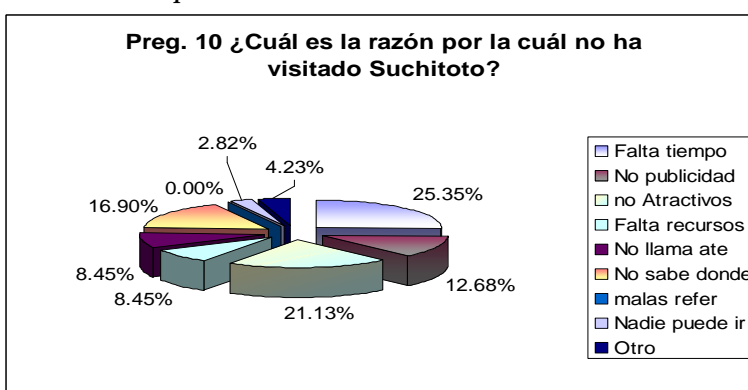
De la actual oferta de los turicentros del país, lo que más le gusta a la mayoría de la población son las instalaciones de estos, seguido por el acceso al lugar y los tipos de servicios ofrecidos, mientras que lo que menos le gusta a la población es la falta de limpieza que predomina en la mayoría de turicentros, seguido de los altos precios de los servicios y la mala calidad de estos. Lo anterior nos sirve para conocer las diferentes áreas en las que deben ir encaminadas las estrategias para asegurar que al cliente disfrute sus de la mejor forma su visita al turicentro.

Preg. 9 ¿Ha visitado alguna vez Suchitoto?



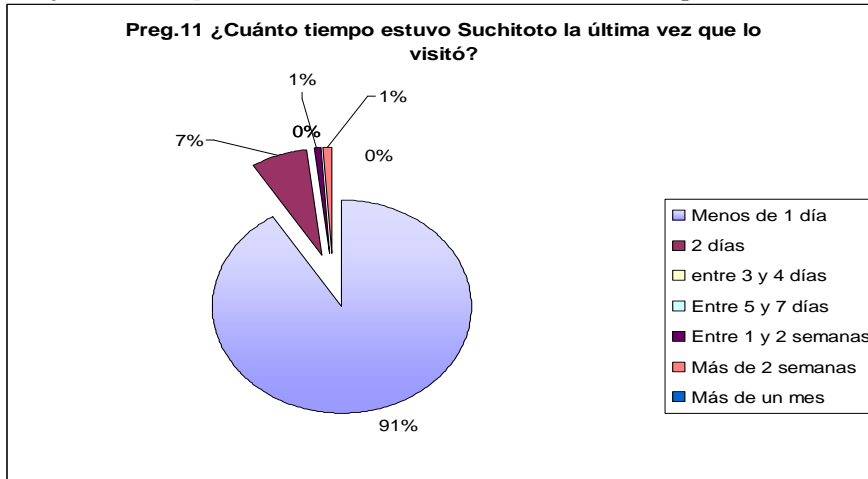
De las 154 personas que respondieron esta pregunta, el 64% (92 personas) dijeron haber visitado Suchitoto alguna vez, lo que representa que el 64% de la población total tomada como universo ha visitado una o más veces dicho municipio. Puesto que al definir el perfil del cliente del turicentro Puerto San Juan se hizo la consideración que se tomará como posible cliente de este al visitante de suchitoto, algunas de las estrategias deberán estar enfocadas en atraer al municipio la mayor cantidad posible de personas que se encuentran dentro del 36% que aún no lo han visitado.

Preg. 10. ¿Cuál es la razón por la cuál no ha visitado Suchitoto aún?



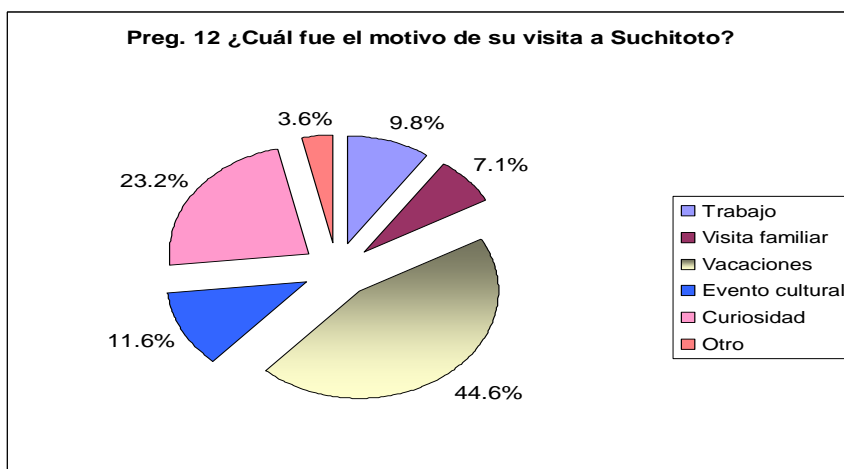
Los resultados obtenidos en esta pregunta revelan que dentro del 34% de personas que no han visitado suchitoto, la mayoría no lo ha hecho por falta de tiempo, porque no conoce los atractivos turísticos o porque no sabe donde queda el municipio. Las estrategias deberán de contemplar las posibles maneras de aumentar la publicidad turicentro y al mismo tiempo, publicitar al municipio en general como un destino turístico en miras a lograr un crecimiento en la actividad turística de éste.

Pregunta 11. ¿Cuánto tiempo fue su estadía en Suchitoto la última vez que lo visitó?



Los resultados obtenidos demuestran que el 91% de personas que han visitado suchitoto lo han hecho durante el transcurso de un día y apenas un 7% se ha quedado 2 días. Lo anterior evidencia que actualmente el 91% de las personas que llegan al municipio de suchitoto buscan realizar actividades que puedan ser hechas en el transcurso de un día, por lo que la oferta de un turicentro tiene un gran mercado constituido por el 91% de ya que todas las actividades incluidas en esta pueden ser realizadas en el transcurso de unas horas y permiten al visitante disfrutar de los demás atractivos que el municipio ofrece. En el caso del 7% de personas que se quedan dos días en el municipio, se buscará ofrecer posibles rutas turísticas que necesiten más de un día para ser completadas en las cuáles se incluya el turicentro como el atractivo central.

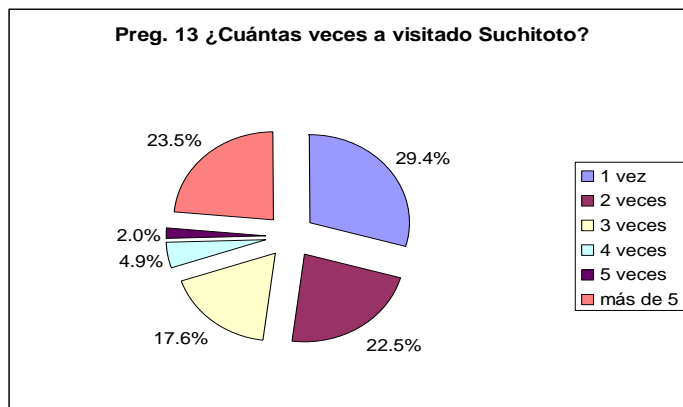
Preg. 12 ¿Cuál fue el motivo de su visita?



En las mayoría de los casos (un 44.6%) los encuestados respondieron que el motivo de su visita a Suchitoto fue por vacaciones, lo que indica que dicho municipio es considerado por el 45% de la población total encuestada como un destino

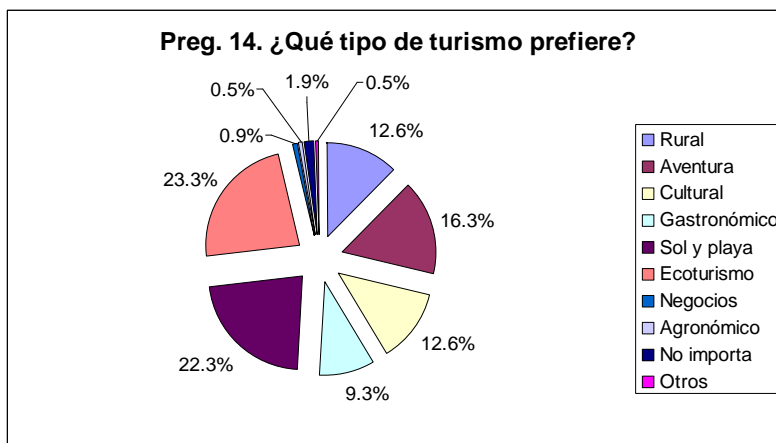
turístico que le gusta visitar para hacer uso de su tiempo de vacaciones, lo que indica que suchitoto es un municipio que goza de gran aceptación para el turista local y de gran potencialidad para atraer turistas. Además, la gran cantidad de atractivos turísticos con los que cuenta el municipio genera curiosidad en cerca de la cuarta parte de la población tomada como universo, seguido por la parte cultural a la cuál se le ha dado gran énfasis través de los años.

Preg. 13. ¿Cuántas veces lo ha visitado?



Aunque la mayoría de las personas encuestadas solo ha visitado el municipio una vez, el segundo mayor número de encuestados lo ha visitado más de 5 veces, lo que nos permite afirmar con gran seguridad que la mayor parte de personas que respondió haber llegado una sola vez volverá a visitar el municipio. Las estrategias deben estar entonces enfocadas en atraer a aquel 36% de la población que no ha visitado el municipio, ya que, con seguridad, esa persona volverá a visitarlo.

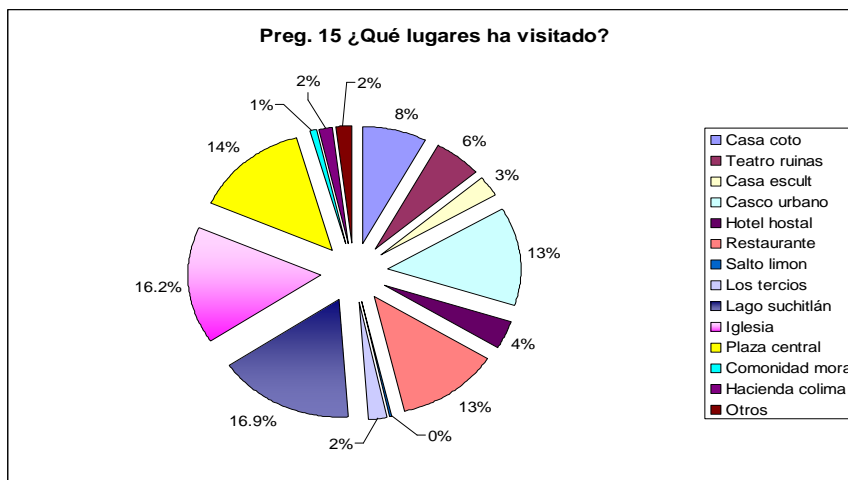
Preg. 14 ¿Qué tipo de turismo prefiere?



Según los datos recabados, el tipo de turismo más gustado por los miembros de la población considerada como universo es el ecoturismo con un 23.3 % del total de las respuestas tabuladas, seguido muy de cerca por el turismo de playa con un 22.3%, lo que nos permite afirmar que los servicios ofrecidos por los turicentros de tipo ecoturístico son actualmente los más buscados por la población para realizar sus actividades de esparcimiento. Lo anterior sitúa al Puerto San Juan dentro del tipo de turicentros que ofrece servicios cuyas características lo sitúan dentro del tipo de turismo más popular y más buscado actualmente por los salvadoreños.

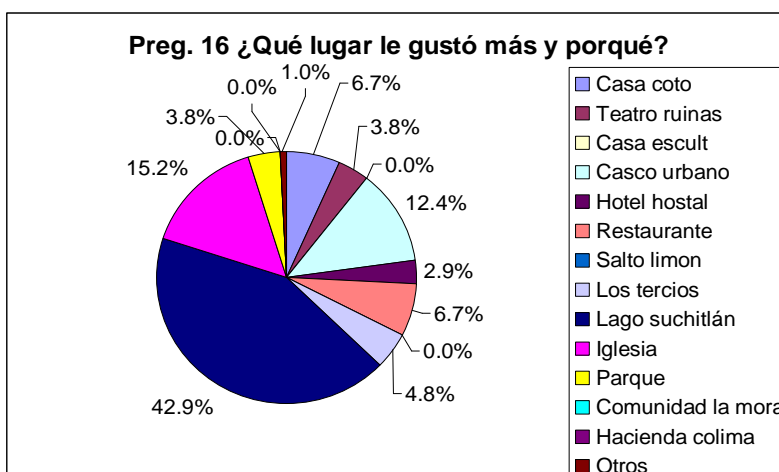
Además, cabe resaltar el gran atractivo del municipio de Suchitoto en general, ya que es capaz de atraer (gracias a su variedad de oferta turística) a un amplio grupo de personas con diferentes gustos turísticos, ya que además del ecoturismo al que se le está apostando desarrollar, Suchitoto es un destino con gran tradición cultural, lo que vuelve a la localización del turicentro Puerto San Juan en una de sus fortalezas, ya que el municipio mismo atrae una gran diversidad de tipo de turistas, por lo que los esfuerzos de marketing deberán enfocarse en atraer también a aquel tipo de turistas que no buscan específicamente disfrutar del ecoturismo pero que convertirían la experiencia vivida en el turicentro en un complemento de su visita al municipio.

Preg. 15. Dentro de suchitoto ¿qué lugares ha visitado?



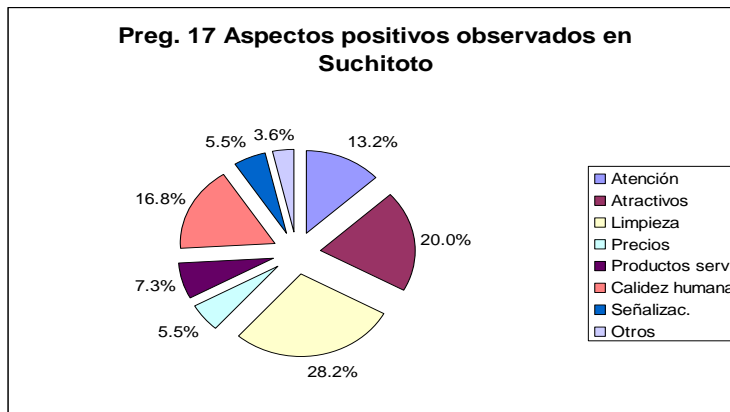
El 16.9% del total respuestas obtenidas (lo que equivale a 75 de 455 respuestas recibidas) indican que el lugar más visitado y más conocido por los turistas que visitan Suchitoto es el Lago de Suchitlán, en cuya orilla se encuentra el turicentro Puerto San Juan, lo que convierte a dicho lugar en el atractivo que la mayoría de visitantes del municipio desea conocer. Los resultados de los siguientes 5 lugares más votados (iglesia, plaza central, casco urbano en general, restaurantes y la casa de don Alejandro Coto, que conforman un acumulado del 63.9% del total de respuestas obtenidas) indican que la mejor forma de publicitar el turicentro con las personas que visitan el municipio es hacerlo en el casco urbano, con lo que se aseguraría que la información llegara a la mayoría de turistas.

Preg. 16 ¿Qué lugar le gustó más y porqué?

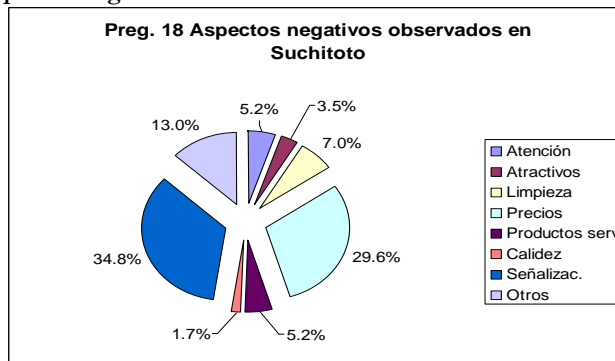


El 43% del total de respuestas obtenidas indican que el lugar más gustado por los turistas que visitan Suchitoto es el Lago de Suchitlán. Al parecer, al visitante le gusta el paisaje natural que se puede apreciar y el poder admirar las bellezas naturales que este ofrece (de hecho, esas fueron las respuestas más comunes al preguntar porqué el lugar seleccionado era el que más le había gustado) aún cuando no se puedan bañar en sus aguas debido a los niveles de contaminación que presenta.

Preg. 17 ¿Qué aspectos positivos ha observado en Suchitoto?



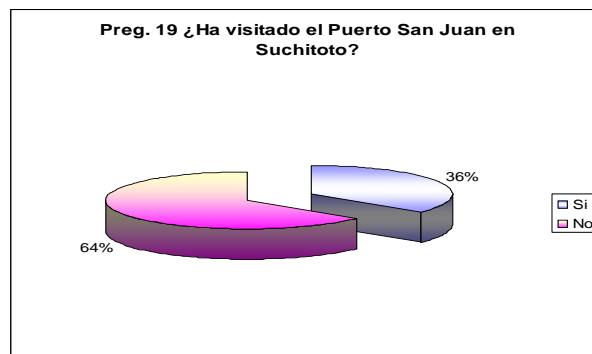
Preg. 18 ¿Qué aspectos negativos ha observado en Suchitoto?



La mayoría de los encuestados destacan la limpieza del municipio como uno el principal aspecto positivo observado seguido por la variedad y calidad de atractivos turísticos con los que cuenta. Además de conocer lo que más le ha gustado a la gente, el análisis nos sirve para conocer los aspectos que el turista busca a la hora de su visita, por lo que ha de prestársele especial atención a los siguientes aspectos en el turicentro: Limpieza, calidad de atractivos, calidez humana y la buena atención al cliente, ya que son factores que al entregárseles al turista en su visita ayudan a dar un refuerzo positivo a sus experiencias.

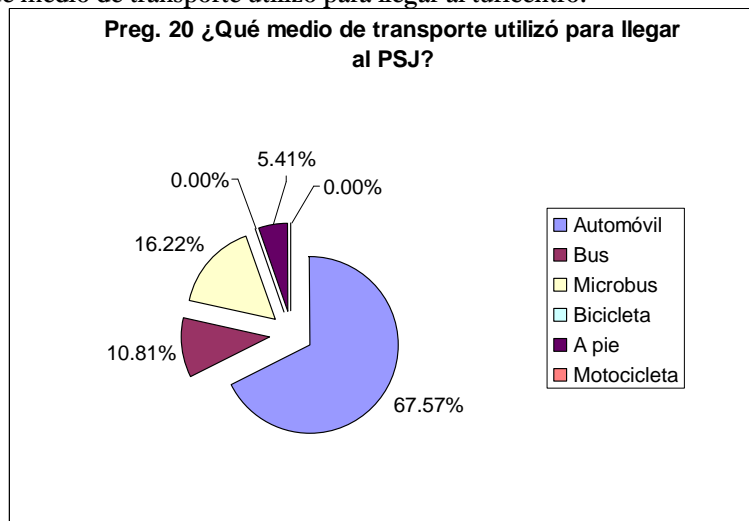
En cuanto a los aspectos negativos, el mayor porcentaje del total de respuestas (un 34.8%) señala a la mala señalización y al estado de las vías de acceso como el principal defecto observado, lo que dificulta la llegada del turista a los diferentes destinos turísticos que el municipio ofrece; a esto le sigue la percepción de que los precios de los productos y servicios son muy altos (un 29.6%). Actualmente la alcaldía municipal de Suchitoto está trabajando en su Plan Maestro, en el cuál se ha incluido la señalización como un aspecto mediante el cuál se pretende mejorar y aumentar las visitas a los distintos destinos turísticos gracias a que con esto se pretende evitar que el turista pierda su tiempo buscando la forma de llegar a los diferentes destinos dentro de Suchitoto.

Preg. 19 ¿Alguna vez ha visitado el Turicentro Puerto San Juan en Suchitoto?



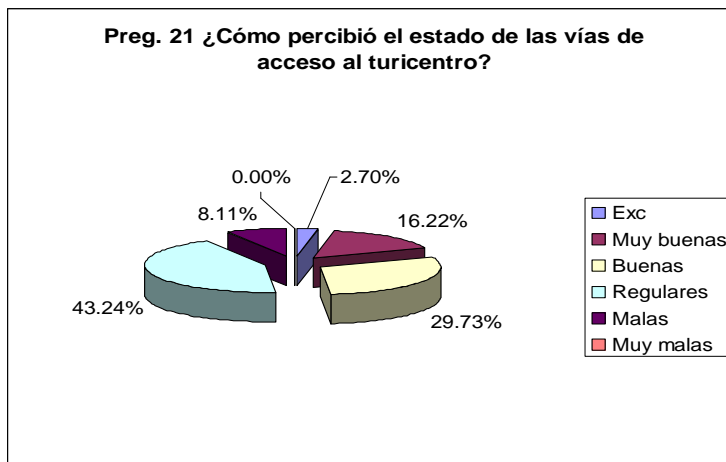
El 64% del total de encuestados que dijo haber estado en Suchitoto respondió nunca haber visitado el turicentro Puerto San Juan, lo que nos permite concluir que únicamente el 36% de personas que visita el municipio de Suchitoto visita además el Puerto San Juan a pesar de que este ofrece disfrutar del ecoturismo, que es actualmente el tipo de turismo más buscado por el turista nacional (como revelan los resultados de la pregunta 14). El análisis de las siguientes preguntas están enfocadas a develar las causas del porqué esa tercera parte de los turistas que visitan Suchitoto han visitado el turicentro, y a partir de los datos que se obtengan deducir las razones por las cuáles las otras dos terceras partes de los turistas no lo han visitado para lograr con esto generar las mejores estrategias para atraerlos al turicentro.

Preg. 20 ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar al turicentro?



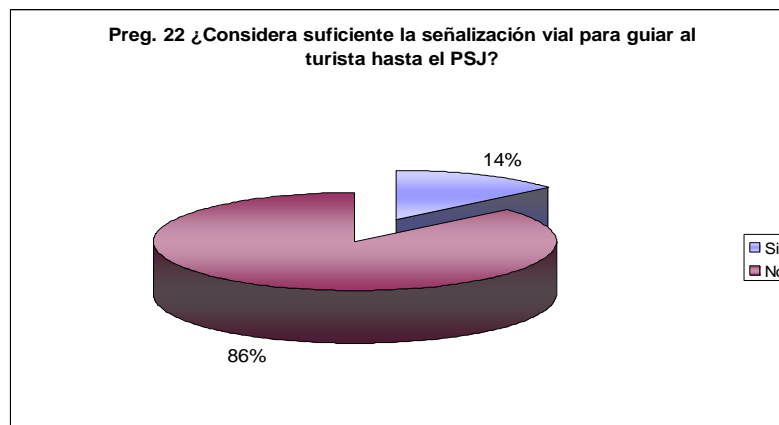
Del total de personas que respondieron haber visitado el turicentro (37 personas, que equivale al 22% del total de encuestados), el 67.57% llegó en automóvil a éste, seguido de microbús, con un 16.22% y en bus un 10.81%. En el caso del microbús, este es el único medio de transporte público que llega hasta el turicentro desde el casco urbano. De esto se puede deducir que uno de los servicios más importantes y más utilizados en el turicentro es el parqueo, por lo que se debe realizar un análisis a profundidad de la capacidad actual de parqueo y la necesidad de ampliación de este para lograr satisfacer la demanda creciente de dicho servicio, del cuál depende el éxito de los demás servicios que se prestan, ya que, como reflejan los resultados obtenidos, el 78.38% (que es el total de personas que llegan en buses y automóviles) de los visitantes del turicentro necesitan hacer uso de éste servicio.

Preg. 21 ¿Cómo percibió el estado de las vías de acceso al turicentro?



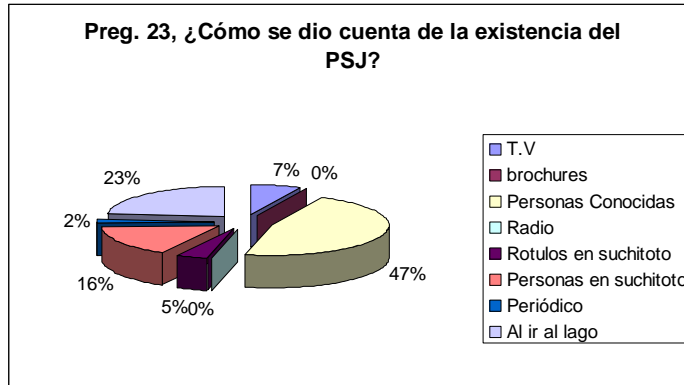
De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 90.89% de los encuestados percibe que el estado de las vías de acceso se encuentra entre regulares y excelentes, mientras que únicamente el 8.11% restante considera su estado como malo. Esto quiere decir que la mas del 90% percibe la calle de acceso al turicentro como segura y capaz de llevarlos al turicentro sin contratiempos (esto a pesar de ser una calle mixta de adoquín y piedra). Dado que la mayoría de las respuestas consideran el estado de las calles como regular, y gracias a la observación directa se concluye que lo que necesita la calle es de mantenimiento que permita mejorar ciertos tramos de ésta, en los cuáles hay ciertos desniveles en los que se forma lodo y que vuelven peligroso el trayecto en tiempo de invierno. Además, podemos decir que el estado de las vías de acceso al turicentro no son una de causa significativa por los dos tercios de los visitantes de Suchitoto no van al Puerto San Juan.

Preg. 22 Considera que existe la suficiente señalización y orientación para guiar al turista hasta el Puerto San Juan?



El 86% de la población encuestada considera que no existe la suficiente señalización o guías para conducir al turista de forma fácil al turicentro Puerto San Juan. A pesar que el estado de las vías de acceso es avalado por la mayoría de encuestados, en contraposición mencionan que no hay suficientes rótulos y señalización en general como para llegar rápidamente al turicentro, de lo que se puede concluir que uno de los factores primordiales por los que el 64% de la población que visita Suchitoto no va al Puerto San Juan es porque no existe la suficiente señalización que los guíe hasta dicho destino.

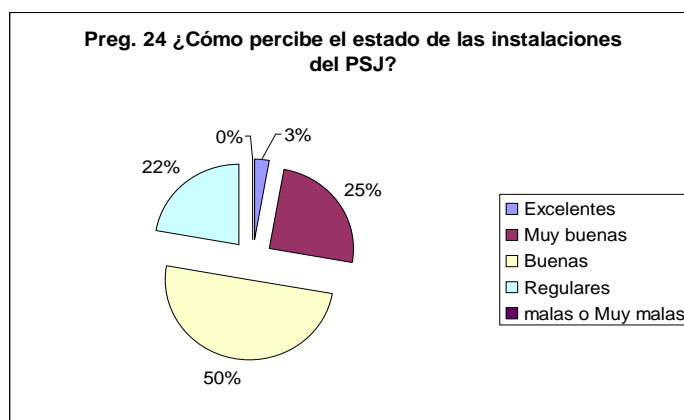
Preg. 23 ¿Cómo se dio cuenta de la existencia del Turicentro Puerto San Juan?



Los resultados revelan que cerca de la mitad de las personas que han visitado el turicentro (47%) se dieron cuenta que existía y lo visitaron luego que personas conocidas les dijeron que lo habían visitado o sabían de su existencia; Cerca de un cuarto de los visitantes (23%) no conocía el lugar pero dio con él por casualidad al visitar el lago de Suchitlán y un 16% lo visitó luego de haber sido aconsejados por personas en el casco urbano de Suchitoto. Esto quiere decir que el 86% del total de personas que han visitado el Puerto San Juan lo han hecho sin haber recibido ningún tipo de publicidad sobre éste y solo un 14% realizó su visita conociendo de antemano el lugar y los servicios que éste presta.

Partiendo del hecho que el 22% de la población total encuestada ha visitado el turicentro Puerto San Juan (según resultados presentadas en la pregunta 19) e infiriendo este dato al universo seleccionado para el análisis, podemos afirmar que únicamente el 14% del 22% de la población total ha realizado su visita motivado por la publicidad y el conocimiento previo del turicentro, lo que equivale a que únicamente el 3% del total de la población ha visitado el turicentro Puerto San Juan gracias a que previo a su visita lo ha conocido mediante la publicidad que ha visto en algún medio de comunicación. De los datos anteriores podemos afirmar que la falta de publicidad es uno de los factores que ha influido de manera muy importante en que el 64% de la población que visita Suchitoto no haya visitado el turicentro (dato recogido de la pregunta 19) al no conocer sobre su existencia.

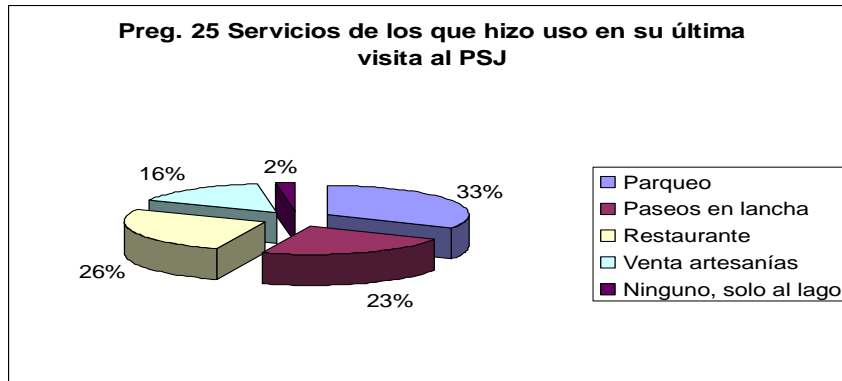
Preg. 24 ¿Cómo percibe el estado de las instalaciones del Turicentro Puerto San Juan?



La mitad de las personas que han visitado el puerto San Juan consideran que las instalaciones del turicentro están en buen estado y representa dicho resultado representa el sentir de la mayoría de los encuestados. Más relevante aún que el hecho que la mayoría de los visitantes percibieran como buenas las instalaciones, es el hecho que ninguno de los visitantes encuestados

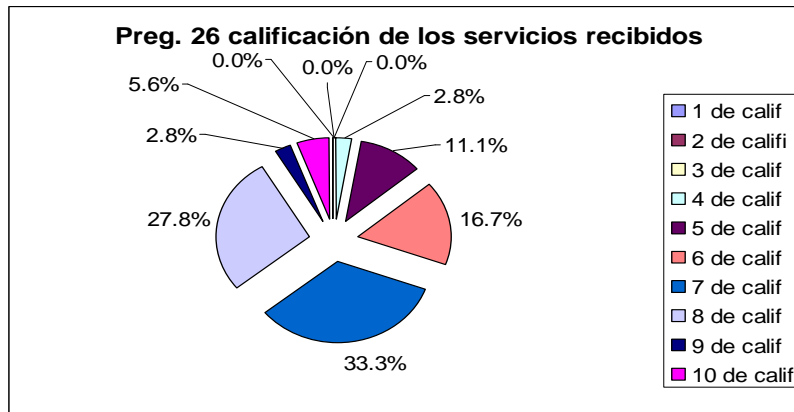
califica las instalaciones como malas o muy malas, lo que nos permite afirmar que el buen estado de la infraestructura y de las instalaciones del turicentro son una de las fortalezas que le proveen de gran atractivo ante los ojos de la mayoría de los visitantes.

Preg. 25 ¿De cuáles de los servicios ofrecidos en el turicentro Puerto San Juan hizo uso durante su visita?

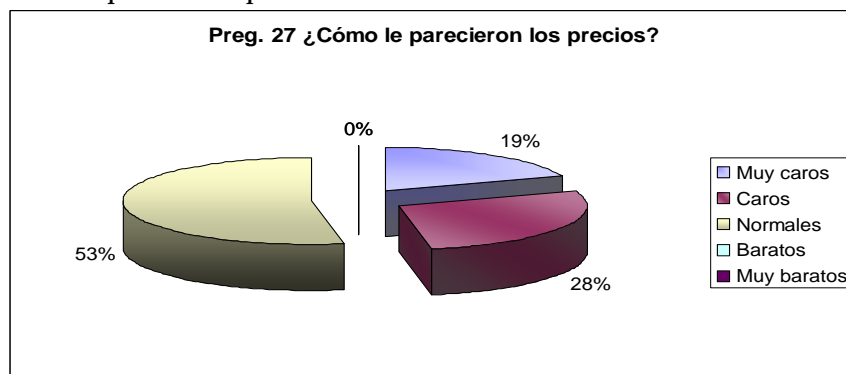


Como anteriormente se había señalado, el servicio que más es utilizado por los visitantes al turicentro Puerto San Juan es el parqueo (33% del total aseguran haber hecho uso de este servicio), seguido por el servicio de restaurante (26%) y los paseos en lancha (23%). El servicio menos utilizado por el visitante es la venta de artesanías, lo que los artesanos aducen al hecho que cuando el parqueo está lleno, algunos automóviles y buses bloquean la vista a la fachada de sus puestos, lo que disminuye sus ventas.

Preg. 26 ¿Cómo calificaría los servicios recibidos? Siendo 10 la máxima calificación positiva



Preg. 27 ¿Cómo le han parecido los precios?



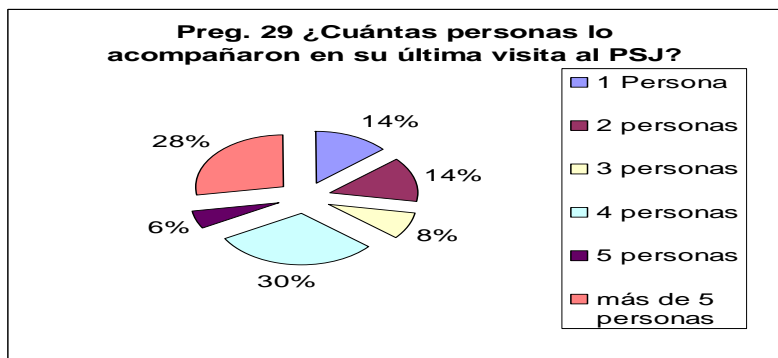
En más de la mitad de los casos (53% de estos), los visitantes percibieron una alta correspondencia entre los servicios y experiencias obtenidas y el precio pagado por estos al responder que consideraban estos como normales (ni caros ni baratos) sino como justos de acuerdo a lo recibido. El otro 47% de las ocasiones el visitante considera que los servicios fueron demasiado caros en relación con lo recibido. Esto sólo nos sirve como parámetro de la percepción que los visitantes tienen de los precios, ya que estas caracterizaciones son muy subjetivas como para concluir algo tajante sobre el actual nivel de precios.

Preg. 28 ¿Con quienes realizó su última visita al Puerto San Juan?



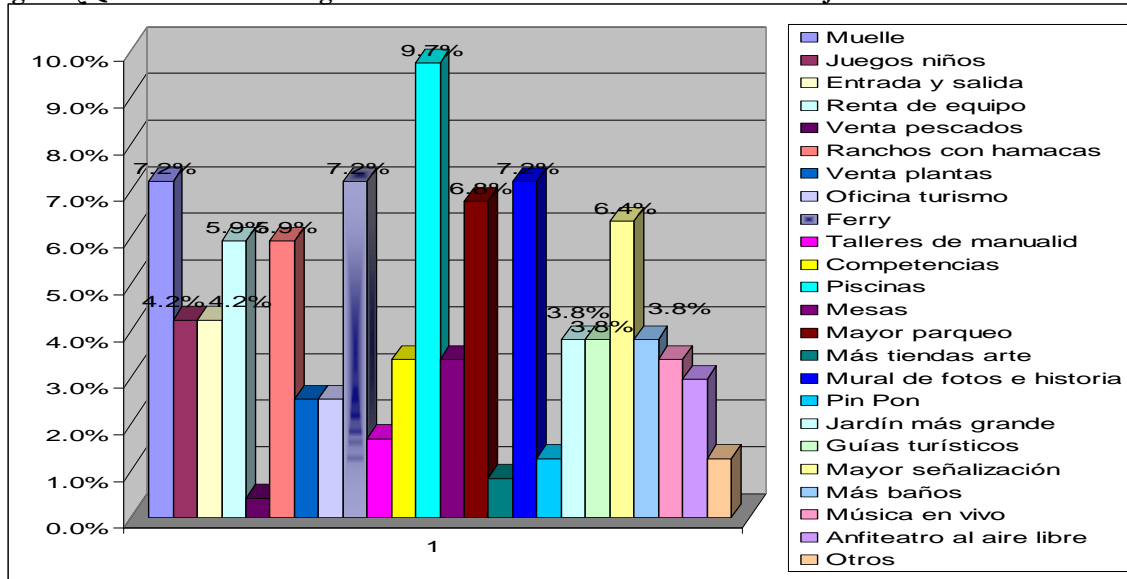
La mayoría de encuestados (50%) realizó su visita acompañado de su grupo familiar, lo que indica que el Turicentro es considerado por la mayoría de los visitantes como un lugar para disfrutar con la familia, por lo que las estrategias deberán estar mayormente enfocadas a atraer grupos familiares como principales clientes del turicentro, ya que representan la mayoría de los clientes que hacen uso de sus servicios.

Preg. 29 ¿Cuántas personas lo acompañaron en su última visita al turicentro Puerto San Juan?



La mayoría de la población encuestada (30%) que ha visitado el turicentro señaló que en su última visita lo acompañaban 4 personas, seguido por aquellos que contestaron que fueron acompañados por más de 5 personas, representando esto que la mayoría de los visitantes del Puerto San Juan (58%) llegan acompañados con un mínimo de 4 personas.

Preg. 30. ¿Qué otro atractivo le gustaría encontrar en el turicentro Puerto San Juan?



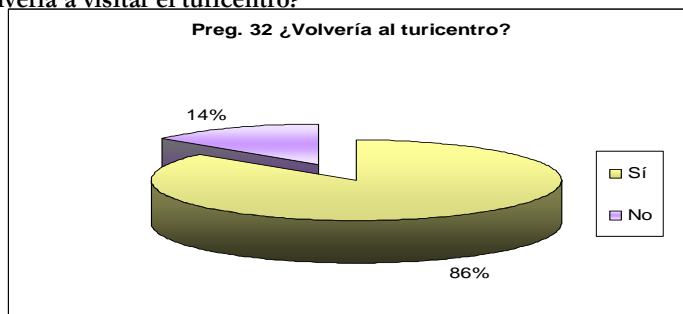
Del total de respuestas recibidas en esta pregunta de opción múltiple, el deseo mayormente generalizado en la población visitante es encontrar piscinas en el turicentro, seguido por un muelle que se adentre en el lago, un ferry para pasajeros y un mural con fotos que reflejen la historia del municipio. Además, queda en evidencia el actual problema que posee el turicentro con el tamaño del área del parqueo, ya que fue una de las opciones más votadas como mejora que actualmente necesita el turicentro.. Además, entre los más votados se señala la necesidad de una mayor señalización para llegar al turicentro.

Preg. 31 ¿Qué fue lo que menos le gustó del turicentro?



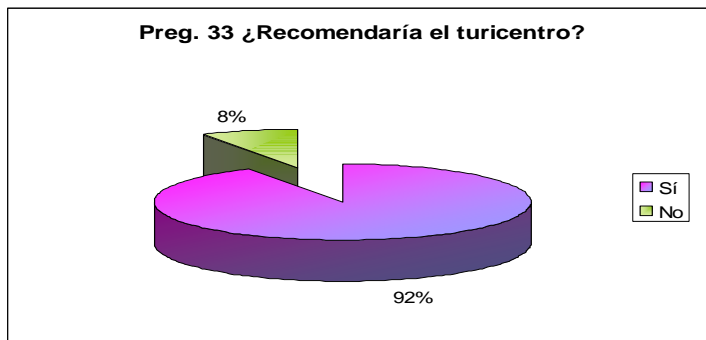
Las cosas señaladas como las menos agradables por los visitantes son la señalización para llegar al turicentro (con un 18%), seguido por el tamaño del turicentro (considerado pequeño al recibir un 18% del total de respuestas recibidas), seguido por las calle de acceso y el tamaño del parqueo. Se consideran estas las principales debilidades que actualmente posee el turicentro de acuerdo al parecer de los usuarios.

Preg. 32 ¿Volvería a visitar el turicentro?



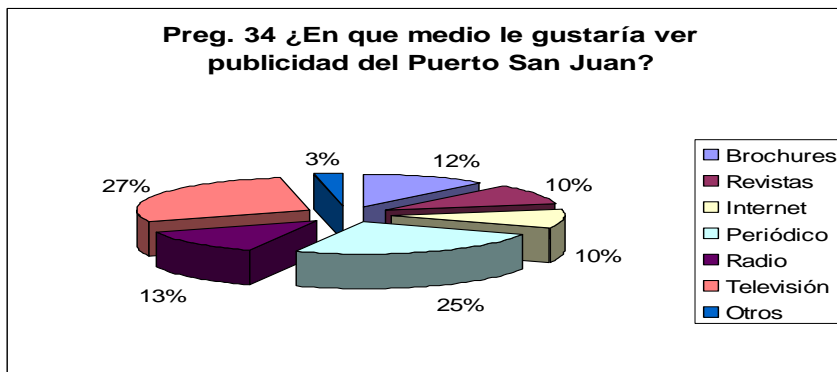
La experiencia general ofrecida en el turicentro Puerto San Juan es lo suficientemente agradable para que el 86% de las personas que lo han visitado vuelvan a hacerlo. Con las posibles estrategias de mejora que surgen del análisis de las preguntas anteriores, se debe ser capaz de reducir este porcentaje una vez que estas sean implementadas.

Preg. 33 ¿Lo recomendaría?



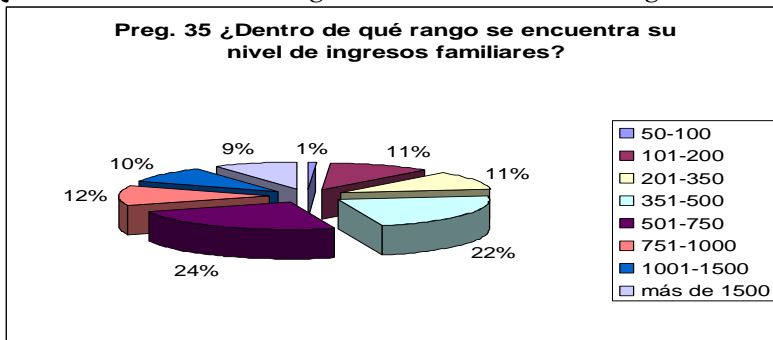
Con la actual experiencia ofrecida en el turicentro Puerto San Juan como producto turístico, el 92% de los visitantes lo recomendaría a otras personas para que lo visiten, lo que indica que a pesar de los problemas que posee y la falta de algunos atractivos que no han podido instalarse por falta de fondos, el turicentro goza de gran agrado entre sus visitantes.

Preg. 34. ¿En qué medios le gustaría ver publicidad del turicentro Puerto San Juan para darlo a conocer?



El medio mayormente votado por las personas que respondieron esta pregunta es la televisión, con un 27% de los votos, seguido del periódico (25%), radio (13%) otros medios escritos, internet y otros. El medio mayormente votado en la opción “otros” fue “vallas publicitarias”. Aún cuando existe una preferencia por el medio televisivo por parte de los clientes es necesario una evaluación previa sobre las posibles ventajas que presentaría cada uno de estos medios al publicitar el turicentro.

Preg. 35 ¿Dentro de cuál de estos rangos se encuentra su nivel de ingresos?



TABULACIONES CRUZADAS

Preg. 11 y 12

De 93 personas que respondieron haber visitado Suchitoto únicamente por un día, 76 lo hicieron al haber elegido suchitoto como destino turístico para ir en vacaciones o por la simple curiosidad de conocer sus atractivos turísticos, lo que representa que el 82% de la población que visita Suchitoto por un día lo hace con motivaciones turísticas.

De las 102 personas que respondieron haber ido ha Suchitoto, únicamente 7 dijeron haberse quedado dos días (lo que representa el 7% del total de visitantes). De estos, únicamente el 2% de dijo haberse quedado en el pueblo con motivos turísticos y el otro 5% lo hizo por motivos de visita familiar, lo que indica que a pesar de que el municipio es considerado como un destino turístico el 93% del total de visitantes lo ven como un lugar para visitar en un solo día y no consideran la idea de extender su visita más de un día.

De acuerdo con la visión de la alcaldía municipal, existe un interés por fomentar la estadía de los visitantes y alargar sus visitas, pero actualmente no existe ningún tipo de ofertas turísticas nocturnas en el pueblo que atraiga este tipo de turismo. El principal reto consiste en crear ofertas turísticas nocturnas que atraiga a los turistas pero que a la vez vayan acorde con el patrimonio cultural del municipio.

Preg. 27 y 32

El 100% de las personas que ha visitado el Puerto San Juan y que respondió que no lo visitaría otra vez respondieron que los precios les habían parecido caros, lo que se interpreta de la siguiente forma: es muy difícil que se reduzcan los precios que actualmente se manejan en el turicentro, pero como sabemos, la percepción de caro o barato es subjetiva y está altamente relacionada con la comparación del servicio recibido y el precio que este tiene. Esto quiere decir que las personas que dijeron sentir muy caros los servicios ofrecidos y además no volverían a visitar el turicentro no sintieron una relación equitativa entre los servicios que recibieron y el precio de estos. De esto se concluye que más necesario que reducir los precios es el hecho de prestar mayor atención en mejorar la calidad de los servicios prestados o aumentar la diversidad de los servicios, lo que daría al turista la sensación de estar disfrutando de más atractivos por el mismo precio.

ANEXO 11. INVENTARIO DE LAGOS Y LAGUNAS DEL PAÍS

DEPARTAMENTO	NOMBRE	SUPERFICIE (KM2)	MUNICIPIO
AHUACHAPÁN	LAGUNA DE BIJAGUAL	0.175	SAN FRANCISCO MENENDEZ
AHUACHAPÁN	LAGUNA DE MORÁN	0.150	AHUACHAPÁN
AHUACHAPÁN	LAGUNA DEL LLANO	0.975	SAN LORENZO
AHUACHAPÁN	LAGUNA LAS NINFAS	0.175	APANECA
AHUACHAPÁN	LAGUNA VERDE	0.150	APANECA
LA LIBERTAD	LAGUNA CALDERA		SAN JUAN OPICO
LA LIBERTAD	LAGUNA DE CHANMICO	0.775	QUEZALTEPEQUE
LA PAZ	LAGUNA DE NAHUALAPA	0.200	EL ROSARIO
LA PAZ	LAGUNA EL GALLO	0.050	SAN RAFAEL OBRAJUELO
LA PAZ	LAGUNA LA PANCHA	0.025	SAN RAFAEL OBRAJUELO
LA PAZ	LAGUNA PROVIDENCIA	0.075	EL ROSARIO
LA PAZ	LAGUNA SOLOMILLANA	0.025	EL ROSARIO
LA PAZ	LAGUNA SOLOMILLTA	0.025	EL ROSARIO
LA UNIÓN	LAGUNA DE LOS NEGRITOS	0.400	CONCHAGUA
LA UNIÓN	LAGUNA DE MANAGUARA	0.125	CONCHAGUA
LA UNIÓN	LAGUNA DE MAQUIGÜE	0.150	CONCHAGUA
LA UNIÓN	LAGUNA EL PILÓN	0.200	CONCHAGUA
SAN MIGUEL	LAGUNA DE ARAMUACA	0.400	SAN MIGUEL
SAN MIGUEL	LAGUNA DE OLOMEGA	18.000	SAN MIGUEL
SAN MIGUEL	LAGUNA DE SAN JUAN	1.325	SAN MIGUEL
SAN MIGUEL	LAGUNA EL JOCOTAL	2.825	SAN MIGUEL
SAN SALVADOR	LAGO DE ILOPANGO	70.520	ILOPANGO
SAN VICENTE	LAGUNA CIEGA	0.200	SANTA CLARA
SAN VICENTE	LAGUNA DE APASTEPEQUE	0.350	SANTA CLARA
SAN VICENTE	LAGUNA DE BUCHICHE	0.050	TECOLUCA
SAN VICENTE	LAGUNA DE CHALCHUAPÁN	0.275	SANTA CLARA
SAN VICENTE	LAGUNA DEL TALQUEZAL	0.275	TECOLUCA
SAN VICENTE	LAGUNA SANTO TOMAS		TECOLUCA
SANTA ANA	LAGO DE COATEPEQUE	25.008	COATEPEQUE

SANTA ANA	LAGO DE GÜIJA	44.000	METAPÁN
SANTA ANA	LAGUNA CUSCACHAPA	0.075	CHALCHUAPA
SANTA ANA	LAGUNA DE METAPÁN	3.600	METAPÁN
SANTA ANA	LAGUNA DE SAN DIEGO	0.900	METAPÁN
USULUTAN	LAGUNA DE ALEGRIA	0.200	ALEGRIA
USULUTAN	LAGUNA DE SAN JUAN	0.775	JIQUILISCO
USULUTAN	LAGUNA DOMINGUEZ	0.025	JUCUARÁN
USULUTAN	LAGUNA EL CHAPARRAL	0.250	JUCUARÁN

ANEXO 12. HOJA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE TURICENTROS

DATOS GENERALES DEL TURICENTRO.

Nombre:
Dirección:
Departamento:
Teléfono:
Horarios de atención:
Restricciones de ingreso al turicentro:
Atractivos turísticos que ofrece:
Remodelaciones futuras:

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.

Tipos de Servicio.
Calidad de los servicios.

PRECIOS.

Entrada.
Paseo en Lancha.
Servicio de comida.
Precio de artesanías o souvenir.
Otros Servicios turísticos.

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.

Periodos con mayor oferta.
Estimación de la oferta de los servicios prestados.

ANEXO 13. PRINCIPALES DATOS RECOLECTADOS SOBRE LA COMPETENCIA DIRECTA

1. TURICENTRO EL MANGAL DE SUCHITLÁN

Datos Generales del Centro Turístico

Nombre: El Mangal de Suchitlán.

Dirección: Cantón San Juan, Municipio de Suchitoto Departamento de Cuscatlán.

Teléfono:

Correo electrónico o página Web:

Tipo de Administración: El centro turístico es privado.

Tiempo de funcionamiento: Este fue inaugurado en 2005, por lo que tiene 2 años de funcionamiento.

Horarios de atención: De lunes a domingo desde las 8:00 a.m. hasta las 7:00 p.m.

Transporte que lo lleva: La ruta de bus 129 (San Salvador -Suchitoto) luego abordar la buseta para llegar al lago.

Restricciones de ingreso al turicentro: Las restricciones de ingreso al lugar son las siguientes:

1. No portar armas de fuego o armas blancas.
2. Prohibido el ingreso de bebidas alcohólicas.
3. Prohibido el ingreso de alimentos

Cantidad de personal con el que cuenta:

Área de restaurante: 3 cocineros y 5 meseros,

Área administrativa: 4 personas

3 personas de vigilancia.

Atractivos turísticos que ofrece. El turicentro cuenta con los siguientes atractivos:

1. **El Lago de Suchitlan:** Cuenta con vista al lago y un camino para llegar a las playas helénicas (sitio donde atraca el ferry) situadas a las orillas del lago Suchitlán.
2. **Piscinas:** Cuenta con piscinas para niños y adultos, las cuáles son el principal atractivo que posee el lugar.
3. **Juegos mecánicos:** Posee diferentes juegos infantiles disgregados en el interior del parque.

Remodelaciones futuras. No se piensa por el momento realizar remodelaciones según lo mencionado.

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan los siguientes servicios:

1. **Paseos en lancha.** Los paseos son realizados por lancheros independientes al turicentro, pero poseen un convenio para la realización de estos en el lago.

2. **Servicio de Restaurante.** Este servicio es de comida a la carta.
3. **Ventas de Artículos o Souvenir.** Cuenta con la venta de artesanías y otros artículos.
4. **Parqueo de Vehículos.** El parque de recreo consta de parqueos para vehículos.
5. **Desvestideros para ambos sexos.**
6. **Servicios sanitarios.**

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada.	Entrada General	\$0.75
	Parqueo de Vehículos.	\$1
Paseo en lancha.	Los precios de paseo en lancha varían según el lugar al que los turistas quieran ir, estos son establecidos por los lancheros.	Varia entre lo \$10.00 hasta los \$75.00.
Servicio de Restaurante.	Como es comida a la carta, los platos pueden variar, según la elección del cliente. El plato de comida no incluye las bebidas.	Varia entre \$4.00 hasta los \$25.00
Venta de artesanías.	En esta encontramos una variedad de artesanías en los cuales los precios varían según el tipo.	\$0.25 hasta \$15.00

Capacidad de prestación del servicio.

El centro turístico cuenta con una capacidad de parqueo para 50 vehículos y aproximadamente para 30 familias.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

El turicentro no posee ningún tipo de publicidad formal y se basa más en la recomendación entre personas que lo han visitado.

Actualmente las únicas promociones existentes están enfocadas a grupos empresariales y grupos mayores de 25 personas previa solicitud de reservación del lugar.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

La mayor afluencia de personas se da los fines de semana y en vacaciones de semana santa y de agosto.

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

El turicentro puede atender a unas 60 familias de 4 personas al mismo tiempo.

2. TURICENTRO APULO

Datos Generales del centro turístico

Nombre: Turicentro Apulo.

El nombre en Nahuatl significa: "Lugar que se hunde en el agua."

Dirección: Cantón Dolores de Apulo, municipio de Ilopango al 16 km de San Salvador a las orillas del lago de Ilopango.

Teléfono:

Correo electrónico o página Web:

Tipo de Administración: El turicentro Apulo se encuentra bajo la administración del Instituto Salvadoreño de Turismo, por lo tanto es considerado como un centro turístico nacional.

Tiempo de funcionamiento: el turicentro fue inaugurado en 1948 y posee 59 años de funcionamiento.

Horarios de atención: Los horarios de atención son de martes a domingo a partir de las 8:00 a.m. a 5:00 p.m.; el día lunes lo utilizan para realizar el mantenimiento a las instalaciones.

Transporte que lo lleva: Ruta de bus 15, se aborda en el parque Hula Hula. El precio del pasaje \$0.25.

Restricciones de ingreso al turicentro: Las restricciones de ingreso al lugar son las siguientes:

1. No portar armas de fuego o armas blancas.
2. Prohibido el ingreso de bebidas alcohólicas.
3. Está prohibido el ingreso de vendedores no autorizados

Estas restricciones son establecidas por el ente administrador del turicentro en busca de la protección de los visitantes y de las personas que laboran en él y administran los merenderos.

Cantidad de personal con el que cuenta:

Administración: 8 personas

Vigilancia: 14 vigilantes

Otros: 3 guarda vidas.

En épocas consideradas como “temporadas altas” como lo son Semana Santa, fiestas agostinas y en diciembre/enero el personal de vigilancia y guardavidas es incrementado. Cabe mencionar que aunado a los vigilantes del turicentro se encuentra un puesto de la Policía Nacional Civil, la cual posee motos acuáticas para vigilar las orillas del lago.

Atractivos turísticos que ofrece. Este parque natural se ofrece como un centro vacacional deportivo en el que se aprovecha las características naturales del lago de Ilopango para la práctica de deportes acuáticos y el desarrollo de competencias internacionales de ésta índole, además de contar con piscinas y restaurantes. El turicentro se encuentra rodeado de una gran cantidad de atractivos naturales muy preciados dentro de la ciudad, y cuenta con los siguientes atractivos:

1. **El Lago de Ilopango**, siendo este el principal atractivo turístico por la belleza natural que representa y la vista que este genera de un espacio natural en plena capital; el lago es de origen volcánico, con su



desembocadura en el río Jiboa y posteriormente llega al mar en la Bocana de San Marcelino.

2. **Piscinas:** cuenta con dos, una destinada para niños en la que la profundidad es adecuada para ellos y cuenta con una fuente en forma de hongo. La de adultos posee una especie de isla en el centro la cual funciona como fuente.
3. **Juegos mecánicos:** Áreas de juegos para niños y adultos disgregados en el interior del parque.
4. **Islas:** El lago cuenta con varias islas que pueden ser visitadas por los turistas y en las cuáles se puede apreciar la flora y fauna que en estas habitan.

Remodelaciones futuras. El turicentro ha mostrado en los últimas fechas un incremento en la afluencia de turistas por lo que el ISTU ha decidido invertir en la remodelación de este. Se espera que para finales de este año se incrementen los atractivos turísticos que presta gracias a la construcción de más piscinas y toboganes acuáticos, y, además, se mejorarán los sitios de estar (cabañas).

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan los siguientes servicios:

1. **Paseos en lancha.** Los paseos son efectuados por lancheros que son independientes al turicentro; son realizados en 12 lanchas equipadas con asientos y protección para el sol. Las rutas existentes son a la isla del Amor (con una duración de una hora) y en las playas o alrededores del lago (con una duración de media hora) y además se desarrollan viajes según el tiempo que el turista disponga.
2. **Servicio de comida /Merenderos.** El turicentro cuenta con 16 merenderos y 10 chalet o kioskos, en los que sirven comida tradicionales del lugar y del país, siendo su especialidad la mojarra, la cuál es pescada en el lago por lancheros de la zona. Estos se encuentran distribuidos en las orillas del lago en su gran mayoría y los otros en la parte central del turicentro. Además cuentan con un restaurante el cual está situado contiguo al área de piscinas.
3. **Ventas de Artículos o Suenirs.** Cuenta con la venta de flotadores, trajes de baño, artesanías y otros artículos que son utilizados en estos tipos de balnearios.
4. **Parqueo de Vehículos.** El parque de recreo posee 400 parqueos para vehículos. en las temporadas altas utilizan además las orillas del lago como parqueo.
5. **Alquiler de Cabañas.** El turicentro cuenta con 54 cabañas construidas de cemento y duralita, las cuales poseen una mesa y dos bancas. Éstas se



encuentran ubicadas en diferentes áreas del parque de recreo, rodeadas de la naturaleza y con vista hacia el lago en la mayoría de ellas.

6. Desvestideros para ambos sexos.

7. Servicios sanitarios.

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada.	Entrada General	0.80
	Parqueo de Vehículos.	0.69
Paseo en lancha.	Ruta a la isla Del amor, tiempo 1 hora	20.00
	Ruta a otras islas, tiempo 30 min.	12.00
	Ruta alrededor del lago, tiempo 2 horas y 30 min.	35.00
	Ruta orillas del lago, tiempo 30 min.	12.00
Servicio de comida (Restaurante/ Merenderos)	Los precios de los platos de comida varían de establecimiento y el tipo de plato seleccionado, siendo el tradicional la mojarra frita con arroz, ensalada y dos tortillas, la bebidas son adquiridas por aparte; aunque también existen ventas de comida tradicionales como lo son nuegados, tostadas, garapiñadas, hojuelas, entre otras.	El plato de mojarra varia entre los 4.00 a 12.00 dólares, las bebidas entre 0.35 y 5.00. Aunque existen platos de comida entre los precios de 2.50 en adelante.
Venta de artículos y suvenirs.	En esta encontramos una variedad de artículos los cuales los precios varían según el tipo.	1.00 hasta 25.00
Alquiler de Cabañas.	Cada cabaña para albergar a 1 familia.	4.00
Depósitos con llaves.	Consta de un casillero en el cual se pueden guardar los diferentes artículos personales.	5.00
Música.	Un conjunto o mariachi compuesto de 5 integrantes, proporcionándole el servicio a la familia que se lo solicita.	5.00 por canción y 20.00 por 5 canciones.

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

El turicentro Apulo, cuenta con amplias instalaciones en un área de terreno de aproximadamente 42.8 manzanas en las que están distribuidas todos los atractivos turísticos y la prestación de servicios. Se estima que puede acoger a mas de 200 familias que vienen en vehiculo y unas 100 que viajan en transporte colectivo, por lo que el turicentro esta en la capacidad estimada de atender a 800 - 900 personas.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

La publicidad que este parque se realiza a través de brochures que el ISTU distribuye, en la cuál se muestran los diferentes paquetes turísticos que ellos ofrecen, carteles que están en la carretera panamericana cerca de la entrada al municipio de Ilopango y en el desvío hacia el cantón dolores, y en artículos en periódicos que muestran las instalaciones del turicentro y hacen mención de los atractivos que este posee. En Internet en la página del ISTU encontramos también información acerca de las instalaciones y servicios que en éste se prestan. En cuanto a promociones, encontramos los buses alegres que visitan este parque y el balboa / Familia en los planes de Renderos, los cuáles son impulsados por el ISTU. Existen además descuentos a las escuelas para que desarrollan sus despedidas de clases, proporcionándoles bajos costos de entrada, previamente establecidos y acordados por la administración.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

Vacaciones (semana santa y agosto), 25 de diciembre y 1° de enero

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

A pesar que no fue posible tener acceso a datos históricos de ingreso de turistas al lugar, si se lograron obtener estadísticas de ingreso de personas para los meses de julio y agosto del presente año 2007, dato que sirve para tener una idea de la afluencia al lugar y el posicionamiento que este posee en el mercado. El periodo que experimentó mayor ingreso fue la semana de agosto, en la cual se reportó un ingreso aproximado de 400 vehículos diarios; para el mes de Julio se experimentó un ingreso de 18,953 personas, lo que equivale aproximadamente a 4738.25 familias (esto utilizando el promedio que se maneja en el MINEC de la cantidad promedio de personas que constituyen una familia, que actualmente es de 4 personas) y en lo que se lleva reportado para el mes de agosto se tiene una cantidad de personas de 15,650 equivalente a 3912.5 familias, hasta la fecha 13 de agosto del 2007.

3. CENTRO OBRERO

Datos Generales

Nombre: Balneario Centro Obrero.

Dirección: Carretera a Santa Ana, 6 kilómetro del desvío del congo, situado en el Lago de coatepeque.

Teléfono: 2298-8739 / 2441-2549

Correo electrónico o página Web: No posee.

Tipo de Administración: El Centro Obrero se encuentra bajo la administración del Ministerio de Trabajo, por lo tanto es considerado como un centro turístico publico.

Tiempo de funcionamiento: Según la información proporcionada el turicentro posee 57 años de funcionamiento Inaugurado en 1950.

Horarios de atención: Los horarios de atención son todos los días de la semana partir de las 8:00 a.m. a 4:00 p.m.



Restricciones de ingreso al turicentro: La principal restricción para el ingreso al lugar presentar un permiso extendido por el Ministerio de Trabajo, ya que en este balneario no se paga la entrada.

Cantidad de personal con el que cuenta: Actualmente el turicentro cuenta con 2 personas que se dedican a la vigilancia y al mantenimiento del mismo.

Atractivos turísticos que ofrece.



1. **El Lago de Coatepeque**, siendo este el principal atractivo turístico por la belleza natural que representa, en este lago se puede practicar deportes acuáticos (remo, competencia de jet sky , el buceo entre otros)
2. **Piscinas**, cuenta con dos, una destinada para niños en la que la profundidad es adecuada para ellos y la de adultos
3. **Juegos mecánicos**, entre esto encontramos columpios y deslizaderos.
4. **Islas**, en el lago encontramos 6 cantidad de islas las cuales son visitadas por los turistas, en ellas se disfruta de la flora y fauna que en estas habita.
5. **Vestigios de un muelle**. Anteriormente existía un muelle, ahora solo se encuentran los vestigios de este, ya que por las inclemencias climáticas y el poco mantenimiento este se encuentra destruido.
6. **Un Cafetín**, el cual no funciona.
7. **Auditorium para conferencia**. El cual se encuentra en condiciones deplorable, que al darle mantenimiento este sería un buen sitio de conferencias.
8. **Áreas Verdes**. En estas zonas es posible que efectuar campamentos, fogatas y otras tantas actividades relacionadas al camping.
9. **Servicios Sanitarios**.

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

Los servicios que se prestan en el Centro Obrero son los siguientes:

1. **Paseos en lancha o Pesca en botes alquilados**. En el lugar se alquilan botes o lanchas para ir de pesca o a las diferentes islas.
2. **Cabañas**. El turista puede quedarse a dormir en el lugar. Cuenta con cabañas amplias con colchonetas y baño.
3. **Parqueo de Vehículos**. Posee un amplio terreno destinado para parqueo de vehículos.

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

Las personas encargadas de la administración del lugar no cuentan con un dato exacto, pero se estima que puede tener la capacidad de ingreso para 500 familias.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

Este centro turístico no cuenta con ningún tipo de publicidad.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

Semana Santa y Agosto .

4. LA LAGUNA DE APASTEPEQUE

Datos Generales

Nombre: La laguna de Apastepeque.

El nombre en Nahuatl significa: " Cerro de los alabastros"

Dirección: Municipio de Apastepeque en el departamento de San Vicente; ubicado a 64 Km. al oriente de San Salvador.

Teléfono: 2389-7172.

Tipo de Administración: El turicentro se encuentra bajo la administración del Instituto Salvadoreño de Turismo, por lo tanto es considerado como un centro turístico nacional.

Tiempo de funcionamiento: Según la información proporcionada el turicentro cuenta con 28 años de funcionamiento y fue inaugurado en 1979.

Horarios de atención: Los horarios de atención son de lunes a domingo de las 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Transporte que lo lleva: En la Terminal de Oriente en San Salvador deberá abordar la ruta 166 o la ruta 301 que viaja de San Miguel. Bajarse en el desvío de Santa Clara, tomar Pick up que va hacia la Laguna.

Restricciones de ingreso al turicentro: Las restricciones de ingreso al lugar son las siguientes:

1. Prohibido portar armas de fuego o blancas.
2. Prohibido el ingreso de bebidas Alcohólicas.

Estas restricciones son establecidas por el ente administrador del turicentro en busca de la protección de los visitantes y de las personas que laboran en él.

Cantidad de personal con el que cuenta:

Administración: 4 personas



Vigilancia: 10 personas. Algunos de los encargados de seguridad también fungen como guarda vidas.

Atractivos turísticos que ofrece. Este exuberante Parque Natural cuenta con un área de playa y un espejo de aguas frescas de las cuales se puede disfrutar en compañía de familiares y amigos. Los atractivos que éste centro turístico ofrece, como un centro vacacional y de descanso son:

1. **La Laguna de Apastepeque**, siendo este el principal atractivo turístico por la belleza natural que representa y la vista que este genera de un espacio natural; con una diversidad de vegetación respirando un aire puro y una brisa refrescante.
2. **Piscinas**, destinada para niños en la que la profundidad es adecuada para ellos y además piscinas para adultos en los cuales se podrán distraerse.
3. **Juegos mecánicos**, entre esto encontramos columpios, deslizaderos, sube y baja, entre otros atractivos, de los cuales los niños y adultos disponen de ellos para divertirse.
4. **Zonas de Pínic**, Áreas verdes donde las familias pueden llegar a preparar sus alimentos o para pasar un momento agradable con el contacto a la naturaleza.
5. **Un malecón**, con muelle flotante para tomar fotos del recuerdo, admirar el paisajismo y la pasividad de sus aguas.



Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan una gran variedad de servicios; Cabe resaltar que contiguo a éste se encuentra una pequeña cooperativa de pescadores la cual da apoyo al balneario para incrementar la cantidad de servicios que son prestados. Los principales servicios ofrecidos son:

1. **Servicio de restaurante**, El turicentro cuenta con servicio de restaurante que proporciona de comida a la carta, siendo el plato principal las tilapias.
2. **Paseos en lancha**. Los paseos son efectuados por lancheros de las cooperativas los cuales son independientes al turicentro pero son incluidos dentro de los servicios ofrecidos por éste. Estos poseen 10 lanchas adecuadas para el paseo alrededor de la laguna.
3. **Alquiler de Kayak**, Se alquilan kayak para que los turista tengan un mejor contacto con la naturaleza, remando por si mismo y en algunos casos dejándose llevar por las corriente de la laguna.
4. **Ventas de tilapias**. Cuenta con la venta de pescado fresco acabado de sacar de la laguna.
5. **Parqueo de Vehículos**. El parque de recreo posee un área de parqueo para vehículos.

6. **Alquiler de Cabañas.** El turicentro posee 5 cabañas, las cuales constan de una mesa y dos bancas estas se encuentran ubicadas en diferentes áreas del parque de natural con vista hacia la laguna en la mayoría de ellas.
7. **Servicio de seguridad Policial.**
8. **Servicio de Guarda parques.**
9. **Servicios Sanitarios.**
10. **Desvestideros para ambos sexos.**

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada.	Entrada General	0.80
	Parqueo de Vehículos.	0.69
Paseo en lancha.	Dependiendo del tiempo del paseo que se realice así es el costo que este llega a adquirir.	12.00 – 25.00
Alquiler de Kayak.	Según el tiempo en el que se ande en el así es el costo, el tiempo mínimo es de 30 minutos y los precios varían.	5.00 -15.00
Servicio de comida (Restaurante)	Los precios de los platos de comida varían de establecimiento y el tipo de plato seleccionado, siendo el tradicional la tilapia frita con arroz, ensalada y dos tortillas, las bebidas son adquiridas por aparte.	El plato de tilapias varía entre los 7.00 a 15.00 dólares, las bebidas entre 0.50 y 5.00. Aunque existen platos de comida entre los precios de 3.50 en adelante.
Venta de tilapias	Estas se venden por libra de tilapias	2.50
Alquiler de Cabañas.	Cada cabaña para albergar a 1 familia.	4.00

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

El centro turístico, cuenta con amplias instalaciones en las cuales puede albergar aproximadamente a más de 500 turistas semanales. Cuenta con 1.5 manzanas de terreno y un área para alojar a más de 75 vehículos en su parqueo. La infraestructura del turicentro se encuentra distribuida de manera de ocupar la mayoría del terreno disponible.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

La publicidad que este centro recreativo presenta la realizan a través de brochures, mapa turístico, televisión, periódicos y revistas, el encargado para la publicidad y promover estos es el ISTU; que promociona los paquetes turísticos que ellos realizan.

Otro aspecto importante para Apastepeque es la señalización que hay para poder llegar hasta el lugar, que, al igual que la carretera panamericana, se encuentran en buen estado. Otro aspecto importante son los artículos de

distintos periódicos que muestran las instalaciones del turicentro y hacen mención de los atractivos que este posee; sobre todo en la época de las fiestas agostinas y semana santa, que son los periodo que le dan mayor propaganda turística a los parques de recreo. En Internet en la página del ISTU se encuentra también información acerca de las instalaciones y servicios que este lugar presta a las familias salvadoreñas. Además, Apastepeque no solo es conocido por la laguna sino que la agricultura pero en especial las molindas, en las cuales se elabora el tradicional “dulce de atado”.

Existen además descuentos a las instituciones para que desarrollen sus despedidas de clases y fin de año; para las empresas y grupos de personas mayores de 25 personas existen paquetes especiales que incluyen las cabañas, guía turístico, salva vidas, alimentación y transporte todo esto a menor costo que el normal.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

Semana Santa, vacaciones de Agosto, 25 de diciembre y 1° de enero.

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

De acuerdo a las estadísticas manejadas por el personal del turicentro, el período que experimentó mayor ingreso de turistas fue la semana de agosto, en la cuál se reportó un ingreso o promedio de 65 vehículos diarios. Para el mes de Julio se experimento un ingreso de 1,975 personas equivalente a 493.5 familias y en lo que se lleva reportado para el mes de agosto se tiene una cantidad de personas de 1355 personas equivalente a 338.75, hasta la fecha 14 de agosto del 2007. Se ha realizado una estimación de cuánto es la oferta turística que este turicentro posee, la cuál se estima que es de 2150 turistas al mes que pueden ser albergados.

ANEXO 14. TURICENTROS CONSIDERADOS COMO COMPETIDORES INDIRECTOS

Nombre del Centro Turístico.	Ubicación.	Atractivo y Servicios turísticos que presta.	Información.
Agua Fría.	En el departamento de Chalatenango, en los límites del área urbana de la ciudad de Chalatenango, a 77 Km. de San Salvador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piscina Familiar donde actualmente se remodelo con un hongo 2. Tobogán acuático con dos deslizaderos 3. Piscina para adultos y una para niños. 4. Área boscosa de especies nativas (morrals y chaparrales) , lo bordean dos ríos de aguas frías . 5. Merendero para disfrutar diversos platillos, 6. Salón de Usos Múltiples actualmente remodelado, 7. kioscos de picnic, 8. Vestidores y Servicios Sanitarios para ambos sexos, 9. Estacionamiento 10. Cancha de fútbol 11. Servicio de guarda parques y seguridad policial. 	<p>Precio de entrada: Adultos General : \$0.80 Niños menores de 10 años y adultos menores no pagan. Horarios: Lunes a domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Tamaño: 42 manzanas. Capacidad de parqueo: 45 vehículos. Precio : \$0.69 Otra: Éste hermoso parque natural tiene desarrollado un área de bosque de teca, sitio ideal para la familia. Inaugurado en el año de 1977, Tomar bus Número 125 en la Terminal de Oriente.</p>
Sihuatehuacan.	En la Ciudad de Santa Ana a 65 Km. Al Oeste de San Salvador,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piscinas 3 para adultos y niños. 2. Tobogán. 3. Pista de patinaje 4. Canchas para fútbol y baloncesto 5. Merenderos de comida típica (cant 6). 6. Anfiteatro con capacidad para 1000 personas. 7. Amplios jardines. 8. Cabañas. 9. Aguas de manantial. 10. Área de Picnic. 11. Juegos Infantiles. 	<p>Precio de entrada: Adultos General : \$0.80 Niños menores de 10 años y adultos menores no pagan. Horarios: Lunes a domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Tamaño: 9.5 manzanas. Capacidad de parqueo: 200 vehículos. Precio : \$0.69 Otra: Sihuatehuacán “Ciudad de las Sacerdotisas, Pitonisas o Hechiceras”. El centro turístico cuenta con una exuberante vegetación. Para llegar a el se toma el bus de la ruta 201 a Santa Ana en Terminal de Occidente y luego bus urbano ruta 51 hasta el Turicentro.</p>
La Toma de Quezaltepeque.	A 25 Km. al norte de la Ciudad capital, en el municipio de Quezaltepeque.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piscinas (2 para adultos y 1 para niños). 2. 4 piscinas de agua de manantial. 3. Laguneta artificial una laguneta artificial en donde puede realizar paseos en lanchas de pedal. 4. Tobogán de 23 metros. 5. Áreas de "picnic" 6. Merenderos. (cant. 4) 7. Restaurantes. 8. 48 cabañas. 9. Estacionamientos para casas rodantes. 	<p>Precio de entrada: Adultos : \$0.80 Niños menores de 10 años y adultos menores no pagan. Horarios: Lunes a domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Tamaño: 116 manzanas. Capacidad de parqueo: 250 vehículos. Precio : \$0.69 Otra: El nombre en Nahuatl significa: "Cerro Montaña de Quetzales como también Ciudad Preciosa, Lugar Hermoso". Este Parque natural cuenta con un potencial natural relevante ya que se ubica sobre un manto de lava y permite ver el</p>

Amapulapa.	Ubicado en el Departamento de San Vicente, a 60 Km. al oriente de San Salvador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Canchales de fútbol y Basketball. 2. Juegos infantiles acuático 3. Estación para niños. 4. Seguridad para niñas parques y guardavidas, 5. Treinta y seis cabañas familiares 	<p>Preservación de la vegetación, entre ellos podemos apreciar especies de plantas que se encuentran. Para llegar se toma la ruta de bus 109, Terminal de Oriente y adultos menores no pagan. Horarios: Lunes a domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Tamaño: 33 manzanas.</p>
Altos de la Cueva.	Ubicado en San Miguel, a 152 Km. Al oriente de San Salvador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tobogán artificial instalado en el lago artificial. 7. Tres piscinas para niños y adultos 3. Desayunos para ambos sexos 8. Servicios sanitarios 9. Área de recreación infantil fútbol 1. Merendero 7. Seguridad por la PNC 8. Cancha de basketball, voleibol y fútbol. 9. Amplio parqueo 	<p>Capacidad de parqueo: 100 vehículos. Precio : \$0.69 Otra: Adulto General \$0.80 significa: "Río donde se hunden los Ananes". La cueva de las piscinas naturales se encuentra en el valle de las de origen y de 700 años dominado por cenizas y lavas de 44 años. Capacidad de parqueo: 200 vehículos. Precio: \$0.69 fue inaugurado en 1956. La ruta e bus que los lleva es 116 en San Vicente en Terminal de Oriente y 171 de San Vicente al Turcentro.</p>
Ichanmichen.	En el departamento de la Paz, a 57 Km. de San Salvador	<ol style="list-style-type: none"> 10. Área de piscinas para niños y niñas 2. Tobogán Gigante de dos vueltas 3. Seguridad para niñas 4. Seguridad para niñas 5. Merenderos para saborear suculentos platillos típicos, 6. Treinta y tres cabañas familiares, 7. Vestidores y servicios sanitarios 	<p>Preservación de la zona arqueológica y los monumentos la zona arqueológica un Tobogán Gigante de dos vueltas Seguridad para niñas de manantiales Seguridad para niñas de nacimientos naturales para apreciar diversidad de peces, 5. Merenderos para saborear suculentos platillos típicos, 6. Treinta y tres cabañas familiares, 7. Vestidores y servicios sanitarios</p>
Atecozol.	Al sur de Santa Ana, a unos kilómetros de Sonsonate, aún en territorio izalqueño	<ol style="list-style-type: none"> 8. 1. Canchales de fútbol 9. 2. Área de piscinas para las familias 10. 3. Vestidores y cabañas 11. 4. Estación para practicar deportes 12. 5. Servicios de guardavidas y guarda parques 13. 6. Seguridad policial por la PNC. 	<p>Preservación de la zona arqueológica que se viven, entre ellas el Cipitio y La Ciguapa. Adulto General \$0.80 una exuberante riqueza natural, inaugurado en 1956 de 10 años y adultos menores no pagan. Para llegar a Atecozol de 7:00 am. a 5:00 pm. Terminal de Oriente, Zacatecoluca bus urbano Número 92 al Turcentro. Capacidad de parqueo: 45 vehículos. Precio : \$0.69</p>
Parque Ecológico San Lorenzo.	En el departamento de Santa Ana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. 7. Piscinas infantiles 2. 8. Paseo a caballo. 3. Caminatas ecológicas. 4. Refugio de vida silvestre. 5. Juegos infantiles. 6. Lagos artificiales. 7. Paseos en lancha. 8. Cancha de football. 9. Merenderos. 	<p>Origen de la zona arqueológica "Cuna del señor de las aguas". Preservación de los vestigios de la cultura salvadoreña impresa en esculturas de la zona arqueológica Atonal y la Cuyancuat. Horarios: desde el domingo de 8:00 a 5:00 pm observar hermosos paisajes, dedicar tiempo al deporte y degustar exquisitos platillos de la zona arqueológica. Otra: Este parque bajo un bosque natural se encuentra en la zona arqueológica de Atonal y la Cuyancuat. Para llegar a Atecozol de 7:00 am. a 5:00 pm. Terminal de Oriente, Zacatecoluca bus urbano Número 92 al Turcentro. Capacidad de parqueo: 45 vehículos. Precio : \$0.69</p>
Los Chorros.	Carretera a sonsonate, a	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piscinas. 	<p>Preservación de la zona arqueológica que hoy debe reservar el cupo para visitarlo tres días antes</p>

	xx km de San Salvador.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Tobogán. 3. Canchas para fútbol y baloncesto 4. Merenderos de comida típica 5. Anfiteatro 6. Amplios jardines. 7. Cabañas. 8. Merenderos. 9. Restaurante 10. Área de Picnic. 11. Juegos Infantiles. 	<p>Adultos General :</p> <p>Horarios:</p> <p>Tamaño:</p> <p>Capacidad de parqueo:</p> <p>Otra: Actualmente se encuentra en reconstrucción pero según el ISTU, el centro turístico estará listo para el otro año.</p>
Galicia.	Kilómetro 27 carretera a Chalchuapa Ruta de buses: Aborde la 202 en la Terminal de Occidente de San Salvador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tres amplias piscinas. 2. Cuatro toboganes. 3. Piscinas de playa 4. las piscinas de playa donde juegan inquietos en la casita, el sapo y los hongos, todos con caída de agua. 5. Piscina de montaña rocosa, con dos pequeños toboganes, una rampa deslizadero y una cascada. 6. Cómodas instalaciones rodeadas de árboles de café y pepeto. 7. Alquiler de mesas, sillas y flotadores 8. Restaurante. 9. Parqueo amplio y seguro. 	<p>Teléfono:</p> <p>Precio de entrada:</p> <p style="padding-left: 40px;">Adultos: \$5.00</p> <p style="padding-left: 40px;">Niños : \$3.00</p> <p>Horarios: Martes a domingo de 9:00 a.m. a 6:00 p.m.</p> <p>Tamaño:</p> <p>Capacidad de parqueo:</p> <p>Otra: Desde Santa Ana: 218 y 210.</p>
Termos del Río.	Kilómetro 39 ½ carretera de San Salvador a Santa Ana, 500 metros al sur de la autopista en la hacienda Zapotitan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piscinas de olas, 2. Piscina de cascadas, 3. Piscina semi olímpica, 4. Piscina para niño, 5. Piscina con cubeta de agua, 6. Plaza húmeda, 7. Estanque con barco perdido, 8. Piscinas de aguas termales, 9. Cuenta con un Tobogán acuático 10. Áreas deportivas, 11. Juegos mecánicos, 12. Servicio Restaurantes. 13. Ventas de Artículos o Souvenir. 14. Parqueo de Vehículos. 15. Alquiler de Cabañas. 	<p>Teléfono: 2340 - 8508 / 2340 - 7756</p> <p>Precio de entrada:</p> <p style="padding-left: 40px;">Niños de 2 -10 años : \$2.00</p> <p style="padding-left: 40px;">Niños mayores de 10 años: \$5.00</p> <p>Horarios: Lunes a domingo de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.</p> <p>Tamaño: 15 manzanas.</p> <p>Capacidad de parqueo: 800 vehículos y 100 buses. Precio: \$2.00 y 3.00.</p> <p>Otra: Lo especial de este centro turístico son las piscinas con aguas termales provenientes del lago de coatepeque</p>

Apuzunga.	Carretera internacional hacia Guatemala en desvió antigua bascula Km. 100, Conchagua, Metapán, Santa Ana, El Salvador C.A.	16. Alquiler de mesas, sillas, hamacas, pelotas y toboganes. 17. Restaurantes. 18. Servicio de Papillaxueo, 19. Alquiler de sillas, hamacas, mesas y sillas 20. Ventas de Picudos. 21. Servicio de salpicos. 22. Alquiler de mesas de billar. 23. Seguridad privada permanente.	Teléfono: 2483-8952/ 2483-9155 Temperatura de agua entre los 38 – 40 °C. Precio de entrada: Adultos : \$3.00 Niños: \$1.00 / niños menores de 5 años es gratis. Horarios: Lunes a domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Tamaño: 40 manzanas. Capacidad de parqueo: Otra: "Apuzunga" Palabra nahuat, que significa: Apan (Río) Tzinca (Comenzar), literalmente Apuzunga: (ApanTzinca) significa el comienzo, el origen o el principio del río, simplemente nacimiento o vertiente.
Parque acuático Atlantis.	Carretera hacia la Costa del Sol Kmt. 51, La Paz, El Salvador, C.A.	24. 1. Piscinas de olas, Teléfonos. 25. 2. Piscina con tobogán y atención al cliente. 26. 3. Piscina para niño, Enfermería. 27. 4. Río artificial. Venta de plantas,	Teléfono: 2211-4102 / 2211-4103 / 2354-4444 Precio de entrada: Adultos : \$8.00 Niños: \$5.00 / niños entre 3 y 11 años.
Aquapark.	En el departamento de San Miguel.	1. 50 piscinas para niños 2. 6 toboganes acuáticos. 3. 7 juegos para niños. 4. 8 Cabanas familiares. 5. 9 Mesas y sillas. 6. 10 Alquiler de bus y autos sanitarios para damas y caballeros. 7. 12 Estacionamiento de vehículos.	Precio de entrada domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Adultos \$5.00 Niños \$2.00 Capacidad de parqueo: Horarios: Martes a domingo de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Tamaño: Capacidad de parqueo: permite la entrada de alimentos, ni bebidas, se prohíbe el ingreso de mascotas. Otra: Desde San Salvador la ruta 302.
Manantiales de Jibia.	Los Manantiales de Jiboa está en el cantón El Tunal, que está en la antigua calle a Zacatecoluca, en el	1. 10 Doccas para ambos sexos. 2. 10 Cuartos de baño. 3. 15 Servicios sanitarios. 4. 15 Seguridad de naturaleza. 5. 15 Seguridad privada permanente. 6. 15 Restaurantes. 7. 15 Atención al cliente. 19. alquiler de cuadri motos y aeroplano	Teléfono: 2330-3847 Precio de entrada: Adultos : \$ 3.00 Niños: \$ 2.00 / niños menores de 5 años es gratis. Horarios: Lunes a domingo de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. Capacidad: 500 personas Capacidad de parqueo: 300 vehículos. Otra: La mayoría de familias de la zona paracentral del país no sólo heredó de la Navidad de 2003 regalos y una que otra infección respiratoria debido al clima que imperó en esa época, también adquirieron con una nueva opción para divertirse. El uso de las cabañas y las piscinas no tienen ningún costo adicional. Además se ofrecen paquetes de \$7 por persona que incluye el uso de todas las instalaciones, almuerzo y una bebida.
	municipio de El Rosario, departamento de La Paz		

ANEXO 15. PRINCIPALES DATOS OBTENIDOS SOBRE LA COMPETENCIA INDIRECTA

1. TURICENTRO ICHANMICHEN

Datos Generales.

Nombre: Turicentro Ichanmiche.

El nombre en Nahuatl significa: El nombre en Nahuatl significa: "La Morada de los Pececitos", o "La cueva de los Pececitos".

Dirección: Teléfono:

Correo electrónico o página Web:

Tipo de Administración: El turicentro Ichanmichen se encuentra bajo la administración del Instituto Salvadoreño de Turismo, por lo tanto es considerado como un centro turístico nacional.

Tiempo de funcionamiento: Según la información proporcionada el turicentro posee 51 años de funcionamiento y se inaugurado en 1956.

Horarios de atención: Los horarios de atención son de martes a domingo a partir de las 7:00 a.m. a 5:00 p.m.; el día lunes lo utilizan para realizar el mantenimiento a las instalaciones.

Transporte que lo lleva: Ruta de bus 133 se aborda en la Terminal del sur, y luego en Zacatecoluca abordar el bus urbano de ruta 92; el precio del pasaje \$0.82 el interdepartamental y \$0.25 el urbano.

Restricciones de ingreso al turicentro:

1. Prohibido el ingreso de bebidas Alcohólicas.
2. No portar armas de fuego o blanca
3. Prohibido el ingreso de vendedores no autorizados.

Estas restricciones son establecidas por el ente administrador del turicentro en busca de la protección de los visitantes y de las personas que laboran en él.

Cantidad de personal con el que cuenta: Administración: 12 personas

Vigilancia: 20 vigilantes y 5 guarda vidas

En épocas de temporada alta como semana santa, fiestas agostinas y en diciembre/enero el personal de vigilancia y guardavidas es incrementado y aunado a ello cada excursión debe poseer el personal de guardavidas proporcionado por la cruz roja salvadoreña. Se encuentra también un puesto de la Policía Nacional Civil, el cual vigila el área del balneario.

Atractivos turísticos que ofrece. Este bello Parque Natural, representa un vestigio cultural, el cual se manifiesta con las historias que se viven, entre ellas el Cipitio y La Ciguanaba los cuales están representados en dos piscinas en las cuales corre el agua del río Ichanmichen; en él crece una exuberante riqueza natural la que rodea la totalidad del centro turístico.

1. **Piscinas:** cuenta con 6, tres para adultos, dos para niños y una familiar.
2. **Tobogán Gigante:** Instalado hace un par de años y es una de las principales atracciones del parque.

3. **Cuatro piscinas de agua de manantiales.** Son piscinas de agua del río Ichanmichen en la que se forman cascadas en las que se puede disfrutar de un baño relajante.
4. **Tres estanques de nacimientos naturales,** en los cuales se puede apreciar diversidad de peces.
5. **Cancha de fútbol,** en la que se puede practicar un deporte al aire libre.
6. **Juegos mecánicos,** entre esto encontramos columpios, deslizaderos y sube / baja, los cuales los niños y adultos disponen de ellos para divertirse. Las 5 áreas de juegos se encuentran diseminadas en el interior del parque.

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan los siguientes servicios:

1. **Servicio de comida /Merenderos.** El turicentro cuenta con merenderos en los que sirven comida típicas del país.
2. **Ventas de Artículos o Souvenir.** Cuenta con la venta de flotadores, trajes de baño, artesanías y otros artículos que son utilizados en estos tipos de balnearios.
3. **Parqueo de Vehículos.** El parque de recreo consta de 400 parqueos para vehículos, en ellos se encuentra vigilantes que los cuidan. Inclusive utilizan las orillas del lago como parqueo en las temporadas alta.
4. **Alquiler de Cabañas.** Cuenta con 33 cabañas, las cuales constan de una mesa y dos bancas, estas se encuentran ubicadas en diferentes áreas del parque de recreo, rodeadas de la naturaleza y en un ambiente fresco.
5. **Servicio de Parqueo,** destinado para 100 vehículos.
6. **Desvestideros para ambos sexos.**
7. **Área de Picnic.**
8. **Servicios sanitarios.**
9. **Servicios de guardavidas y guarda parques.**
10. **Seguridad policial permanente por la PNC.**

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada.	Entrada General	0.80
	Parqueo de Vehículos.	0.69
Servicio de comida (Restaurante/ Merenderos)	Los precios de los platos de comida varían de establecimiento y el tipo de plato seleccionado. Estos incluyen comida principal (carne, pollo, pescado, etc.), arroz, ensalada, bebida y dos tortillas.	Existen platos de comida entre los precios de 2.50 hasta \$15.00.
Venta de artículos y souvenir.	En esta encontramos una variedad de artículos los cuales los precios varían según el tipo.	1.00 hasta 25.00
Alquiler de Cabañas.	Cada cabaña para albergar a 1 familia.	4.00

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

Cuenta con amplias instalaciones, se nos menciona que aproximadamente cuenta con 24 manzanas de terreno en las que están distribuidas todos los atractivos turísticos y la prestación de servicios, en esta área es capaz de albergar a trescientos vehículos en el parqueo, por lo que se estima que puede acoger a más de 500 familias que vienen en vehículo y sumarle las familias que viajan en transporte colectivo, por lo que el turicentro está en la capacidad estimada de 700 - 900 familias. Aunque estos datos no fueron corroborados de manera explícita, solo fue mencionado por uno de los trabajadores del parque de recreo.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

Este centro turístico, según la encuesta realizada, es uno de los más conocidos por la población salvadoreña ya que un 39% de las personas entrevistadas mencionaron que lo han visitado. Esto se debe a que el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) lo promueve a través de los buses alegres que cada fin de semana realizan excursiones a los diferentes centros turísticos nacionales administrados por esta institución, el costo del pasaje para este tipo de excursión es de \$6.00 como paquete básico, \$7.00 como paquete económico y \$8.50 el paquete completo, estos paquetes no incluyen el costo de las cabañas, solamente el uso de salva vidas. Dentro de las promociones que este centro turístico posee es que los adultos mayores y niños menores de 10 años no pagan la entrada.

La publicidad del centro turístico se realiza a través de brochures, mapas turísticos, televisión, periódicos y revistas, y el encargado de esto es el ISTU mediante la promoción de los diferentes paquetes turísticos que ellos realizan. La señalización que hay para acceder al lugar es bastante buena y se le encuentra a lo largo de la carretera al aeropuerto. En épocas de vacación, diferentes artículos en periódicos muestran las instalaciones del turicentro y hacen mención de los atractivos que este posee.

En la página web del ISTU encontramos también información acerca de las instalaciones y servicios que este turicentro presta a las familias salvadoreñas. En cuanto a promociones, se encuentran los buses alegres que visitan este parque siempre impulsados por el ISTU; otra de las promociones que se mencionaron son descuentos a las instituciones para que desarrollen sus despedidas de clases, fin de año para las empresas, paquetes especiales para grupos de personas mayores de 25 personas en donde se incluye las cabañas, salva vidas y el uso de sus instalaciones todo esto a un costo bajo según lo menciona el personal del ISTU.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

Semana santa, vacaciones de Agosto, 25 de diciembre, 1º de Enero.

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

Se nos proporcionó estadísticas de cuánto fue el ingreso de personas para los meses de julio y agosto del presente año, ya que el personal de la entrada contaba con los registros de la cantidad de ticket para ingresar, aunque estos datos son aproximados, el periodo que experimentó mayor ingreso fue la semana de agosto la cual se reportó por lo

menos el ingreso de mas de 9456 personas ingresaron en la semana de agosto, lo que representa a 2364 familias, estas llegaron en excursiones, vehículos propios y trasporte colectivo, para el mes de Julio se experimento un ingreso de 17,750 personas y en lo que se lleva reportado para el mes de agosto se tiene una cantidad de personas de 12,985 equivalente a 3,246.25 familias, hasta la fecha 14 de agosto del 2007; como se muestra al turicentro posee un buen nivel de ingreso.

La cantidad de turistas que llegan a cada centro turístico para el periodo del 2000 al 2005 y en la información obtenida, podemos hacer una estimación de cuanta es la oferta turística que este Ichanmichen posee, esta la estimamos para 18,500 turistas al mes que pueden ser albergados.

2. AMAPULAPA

Datos Generales

Nombre: Centro Turístico Amapulapa.

El nombre en Nahuat significa: El nombre en Nahuat significa: "Río donde se hunden los Amates."

Dirección: Teléfono:

Correo electrónico o página Web:

Tipo de Administración: El turicentro Amapulapa se encuentra bajo la administración del Instituto Salvadoreño de Turismo, por lo tanto es considerado como un centro turístico nacional.

Tiempo de funcionamiento: Según la información proporcionada el turicentro posee 51 años de funcionamiento y se inaugurado en 1956.

Horarios de atención: Los horarios de atención son de lunes a domingo a partir de las 7:00 a.m. a 5:00 p.m.

Transporte que lo lleva: La ruta e bus que los lleva es 116 en San Vicente en Terminal de Oriente, y 171 de San Vicente al Turicentro.

Restricciones de ingreso al turicentro: Si existen restricciones para el ingreso al lugar las cuales son:

1. Portar armas de fuego o blancas.
2. El ingreso de bebidas Alcohólicas.
3. El ingreso de vendedores no autorizados.

Estas restricciones son establecidas por el ente administrador del turicentro en busca de la protección de los visitantes y de las personas que laboran en él.

Cantidad de personal con el que cuenta:

Administración: 10 personas

Vigilancia: 12 personas y 5 - 7 guarda vidas,

En época de temporada como lo son la semana santa, fiestas agostinas y en diciembre/enero el personal de vigilancia y guardavidas es incrementado, aunado a ello que cada excursión debe poseer el personal de guardavidas proporcionado por la cruz roja salvadoreña, se encuentra también un puesto de la Policía Nacional Civil, el cual vigila el área del balneario.

Atractivos turísticos que ofrece. La riqueza de éste parque natural se encuentra en su suelo es de origen volcánico dominado por cenizas y lavas. En él afloran muchos nacimientos de agua de los cuales se nutre el mismo, la flora está caracterizada por los Amates.

1. **Piscinas**, cuenta con 5, dos para adultos, tres para niños.
2. **Cuenta con un Tobogán acuático**; estos instalados y convirtiéndose en una de las mayores atracciones para el parque.
3. **Canchas de football y basketball**, para practicar deportes al aire libre.
4. **Juegos mecánicos**, entre esto encontramos columpios, deslizaderos y sube / baja, los cuales los niños y adultos disponen de ellos para divertirse, la cantidad de juegos encontrados son 5 los cuales están disgregados en el interior del parque.

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan los siguientes servicios:

1. **Servicio de comida /Merenderos.** El turicentro cuenta con 12 merenderos en los que sirven comidas típicas del país.
2. **Ventas de Artículos o Souvenir.** Cuenta con la venta de flotadores, trajes de baño, artesanías y otros artículos que son utilizados en estos tipos de balnearios.
3. **Parqueo de Vehículos.** El parque de recreo consta de 400 parqueos para vehículos, en ellos se encuentra vigilantes que los cuidan. Inclusive utilizan las orillas del lago como parqueo en las temporadas alta.
4. **Alquiler de Cabañas.** Encontramos dentro del centro turístico la cantidad de 36 cabañas, las cuales constan de una mesa y dos bancas, estas se encuentran ubicadas en diferentes áreas del parque de recreo, rodeadas de la naturaleza y en un ambiente fresco.
5. **Música.** Dentro del centro recreativo encontramos a grupos o mariachis que tocan canciones a las familias que se lo solicitan.
6. **Servicio de Parqueo,** destinado para 300 vehículos.
7. **Desvestideros para ambos sexos.**
8. **Área de Picnic.**
9. **Servicios sanitarios.**
10. **Servicios de guardavidas y guarda parques.**
11. **Seguridad policial permanente por la PNC.**

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada.	Entrada General	0.80
	Parqueo de Vehículos.	0.69
Servicio de comida (Restaurante/	Los precios de los platos de comida varían de establecimiento y el tipo de plato seleccionado.	Existen platos de comida entre los precios de 2.50

Merenderos)	Estos incluyen comida principal (carne, pollo, pescado, etc.), arroz, ensalada, bebida y dos tortillas.	hasta \$15.00.
Venta de artículos y souvenirs.	En esta encontramos una variedad de artículos los cuales los precios varían según el tipo.	1.00 hasta 25.00
Alquiler de Cabañas.	Cada cabaña para albergar a 1 familia.	4.00
Música.	Un conjunto o mariachi compuesto de 5 integrantes, proporcionándole el servicio a la familia que se lo solicita.	5.00 por canción y 20.00 por 5 canciones.

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

El centro turístico Amapulapa cuenta con aproximadamente con 33 manzanas de terreno en las que están distribuidas todos los atractivos turísticos con los que éste cuenta. Esta área natural es capaz de albergar a cien vehículos en el parqueo, por lo que se estima que puede acoger a mas de 270 familias.

PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

Dentro de las promociones que estos centros turísticos posee es que a las personas adulto mayores y niños menores de 10 años no pagan la entrada. La publicidad que este centro recreativo presenta la realizan a través de brochures, mapa turístico, televisión, periódicos y revistas, el encargado para la publicidad y promover estos es el ISTU; que promociona los paquetes turísticos nacionales del país.

Un aspecto importante son los articulo del periódico que muestran las instalaciones del turicentro y hacen mención de los tractivos que este posee; sobre todo en la época de vacaciones.

En Internet en la página del ISTU encontramos también información acerca de las instalaciones y servicios que esté presta a las familias salvadoreñas.

En cuanto a promociones, encontramos los buses alegres que visitan este parque siempre impulsados por el ISTU, otra de las promociones que se mencionaron son descuentos a las instituciones para que desarrollen sus despedidas, a fin de año para las empresas, paquetes especiales para grupos de personas o excursiones que solicitan al ISTU.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

Días domingos, vacaciones de agosto, Semana Santa, 25 de diciembre y 1° de enero.

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

Se nos la oferta turística que Amapulapa posee está estimada en 20,527 turistas que pueden ser albergados.

3. TERMOS DEL RÍO

Datos Generales.

Nombre: Centro Turístico Termos del Río.

Dirección: Kilómetro 39 ½ carretera de San Salvador a Santa Ana, 500 metros al sur de la autopista en la hacienda Zapotitan.

Teléfono: 2340 -8508 y 2340 - 7656

Correo electrónico o página Web: info@termosdelrio.com.sv / www.termosdelrio.com.sv

Tipo de Administración: El turicentro termos del rio se encuentra bajo la administración privada.

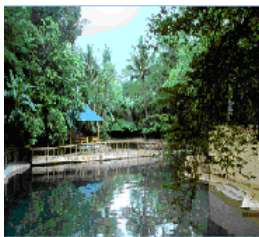
Tiempo de funcionamiento:

Horarios de atención: Los horarios de atención son de lunes a domingo a partir de las 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Transporte que lo lleva: La ruta e bus que los lleva es 201, aboradad en la Terminal de occidente y bajarse en desvió a la hacienda Zapotitán, luego caminando a 500 metros al sur.

Restricciones de ingreso al turicentro: el centro turístico tiene su propio reglamento:

1. No salir de las instalaciones hasta su regreso a casa.
2. En el caso de grupos o excursiones se debe de nombrar un coordinador, quien al ingreso proporcionará los datos personales en el área de entrada y será el responsable del buen uso de las instalaciones y el comportamiento de las personas a su cargo.
3. El parque acuático ha definido horario y tarifa de ingreso a sus instalaciones, las cuales deben ser respetadas por los visitantes.
4. La administración del parque no se hace responsable por accidentes ocasionados por actos inseguros de los visitantes ni de objetos olvidados.
5. El horario de permanencia en el parque es de 8 a 5 todos los días.
6. Todos los visitantes deben de bañarse o deslizarse en los toboganes únicamente con traje de baño (esta prohibido con camiseta, short de lona, sandalias, ni con ningún tipo de broches de metal)
7. Todo visitante debe guardar un comportamiento moral dentro de las instalaciones.
8. Se prohíbe riñas dentro de las instalaciones.
9. Los visitantes deben acatar las disposiciones del personal de seguridad del parque para el uso de los atractivos a si como los agentes de seguridad (toboganes, piscinas, aguas termales, área verde, etc.)
10. No se puede ingresar armas de fuego o corto punzantes al parque ni mascotas de ningún tipo.
11. Acatar las reglas de uso del parque
12. Se prohíbe ingerir alimentos dentro de las piscinas
13. Se prohíbe el ingreso de alcohol.



Cantidad de personal con el que cuenta: Actualmente el turicentro cuenta con personal administrativo de 18 personas, 36 vigilantes y 7 guarda vidas, estas son las personas que son consideradas dentro del turicentro.

Atractivos turísticos que ofrece. La riqueza de éste parque natural se encuentra en las piscinas de tipo termales, las cuales alcanzan temperaturas entre los 38 – 40 °C., son la

principal atracción que posee, mas los espacios de reserva natural que lo cubre, sus jardines y viveros hacen experimentar al turista una satisfacción máxima y crea el deseo de regresar.

1. **Piscinas de olas.** Posee una piscina con turbinas que crean el efecto de una Ola de mar.
2. **Piscina de cascadas,** Se encuentran cañones de agua los que te genera un efecto de cascada.
3. **Piscina semi olímpica,** si deseas probar tu resistencia te ofrece una piscina semi olímpica reglamentaria.
4. **Piscina para niño,** Con una profundidad de acuerdo a ellos.
5. **Piscina con cubeta de agua,** esta presenta una cubeta que se llena de agua la cual se vacía por efecto de la gravedad.
6. **Plaza húmeda,** en ella se encuentra una pista en la que fluye agua desde el piso, mojando a todas las personas que por ahí pasan.
7. **Estanque con barco perdido,** este estanque sea construido un barco pirata en el que las personas se suben a disfrutar de los atractivos que posee.
8. **Piscinas de aguas termales,** siendo esta su principal atractivo y por la cual se le coloco el nombre, en ellas encontramos unas temperaturas entre los 37 a 39 grados, se dice que este tipo de agua es medicinal.
9. **Cuenta con un Tobogán acuático;** este es una de las mayores atracciones del parque.
10. **Áreas deportivas,** en las que encontramos Canchas de football, voleyball y basketball, para practicar deportes al aire libre.
11. **Juegos mecánicos,** entre esto encontramos columpios, deslizaderos y sube / baja, los cuales los niños y adultos disponen de ellos para divertirse, la cantidad de juegos encontrados son 5 los cuales están disgregados en el interior del parque.

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan los siguientes servicios:

1. **Servicio Restaurantes,** El turicentro cuenta con restaurantes de alta cocina, ventas de helados y minutas.
2. **Ventas de Artículos o Souvenir.** Cuenta con la venta de flotadores, trajes de baño, artesanías y otros artículos que son utilizados en estos tipos de balnearios.
3. **Parqueo de Vehículos.** El parque de recreo consta de 800 parqueos para vehículos y 100 buses, en ellos se encuentra vigilantes que los cuidan.
4. **Alquiler de Cabañas.** Encontramos dentro del centro turístico la cantidad de 70 cabañas, estas se encuentran ubicadas en diferentes áreas del parque de recreo, rodeadas de la naturaleza y en un ambiente fresco.
5. **Alquiler de mesas, sillas, hamacas, pelotas y flotadores.**



6. **Música.** Dentro del centro recreativo encontramos a grupos, en los fines de semana en un anfiteatro.
7. **Servicio de Parqueo,** destinado para 800 vehículos y 100 buses.
8. **Desvestideros para ambos sexos.**
9. **Área de Picnic.**
10. **Servicios sanitarios.**
11. **Servicios de guardavidas y guarda parques.**
12. **Seguridad privada permanente.**
13. **Teléfonos.**
14. **Atención al cliente.**
15. **Enfermería.**
16. **Venta de plantas,** en los viveros que las instalaciones posee.

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada.	De 4 a 9 años	2.00
	De 10 años en adelante	5.00
Parqueo	Vehículo Liviano	2.00
	buses.	3.00
Servicio de comida (Restaurante, venta de helados, otras golosinas)	Los precios de los platos de comida varían de establecimiento y el tipo de plato seleccionado. Estos incluyen comida principal (carne, pollo, pescado, etc.), arroz, ensalada, bebida y dos tortillas.	Los precios se encuentran entre \$1.00 hasta \$50.00
Venta de artículos y suvenirs.	En esta encontramos una variedad de artículos los cuales los precios varían según el tipo.	1.00 hasta 75.00
Alquiler de Cabañas.	Cada cabaña para albergar a 1 familia.	10.00
Alquiler de Mesas y sillas.		5.00
Alquiler de hamacas y pelotas.		2.00
Venta de Plantas	Las plantas son cosechas en el lugar, especialmente rosa.	1.00 – 25.00

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

El centro turístico Termos del río cuenta con 15 manzanas de terreno en las que están distribuidas todos los atractivos turísticos. Este turicentro es capaz de albergar 800 vehículos y 100 buses en el parqueo, por lo que se estima que puede acoger a más de 3500 familias.



PUBLICIDAD Y PROMOCIONES.

Este centro turístico según la encuesta realizada es uno de los mas visitados y conocidos por las personas, en un 47% de las personas entrevistadas mencionaron que ha ido a el e inclusive mencionando que mas de una vez, esto debido a la diversidad de atractivos con los que este cuenta y la publicidad que tiene. En todo el camino al centro turístico encontramos vallas publicitarias, anuncios por televisión y radio, mas una diversidad de promociones que tiene como lo es música en vivo los días domingo, desfiles en traje de baño, promociones con algunas radios donde regalan pases, página web del lugar, donde encontramos toda la información sobre el lugar, su historia, las personas que lo recomiendan por lo atractivo del lugar y toda la estructura de marketing que la empresa posee.

Los paquetes promocionales para eventos sociales y empresariales representan una buena opción para asistir al lugar. Tal es el caso de paquetes escolares para grupos mayores de 40 personas de lunes a jueves (la entrada es de \$4.00) y paquetes empresariales (cumpleaños, bodas, 15 años, etc.) se incluye comida, pastel, música, payasos, sonido y floristería y el costo depende del numero de personas y el tipo de ocasión.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

Fines de semana, vacaciones de Agosto, Semana Santa.

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

Se considera que el promedio mensual de visitantes al turicentro es de 30000 turista al mes, equivalente a 7500 familias.

4. APUZUNGA.

Datos Generales del Centro Turístico

Nombre: Centro Turístico Apuzunga.

Significado del nombre: "Apuzunga" Palabra nahuatl, que significa: Apan (Río) Tzinca (Comenzar), literalmente Apuzunga: (ApanTzinca) significa el comienzo, el origen o el principio del río, simplemente nacimiento o vertiente

Dirección: Carretera a frontera con Guatemala, a 5 min. después de la bascula en la hacienda Apuzunga.

Tipo de Administración: El turicentro apuzunga se encuentra bajo administración privada.

Horarios de atención: Los horarios de atención son de lunes a domingo a partir de las 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Transporte que lo lleva:

Restricciones de ingreso al turicentro: el centro turístico tiene su propio reglamento:

Cantidad de personal con el que cuenta: Cuentan con 5 personas en el área administrativa, 14 personas que son de seguridad y salva vidas.



Atractivos turísticos que ofrece. La mayor atracción de este parque radica en que en medio de él circula el río Apunzunga, el cual proviene del lago de Güija.

1. **Piscinas**, con aguas naturales provenientes del río, posee dos para niños y tres para adultos, en la que encontramos un trampolín.
2. **Estanque con criadero de tilapias**, en el centro turístico posee un criadero de tilapias, las cuales se vende a dos dólares la libra a los turistas.
3. **Cuenta con un Tobogán acuático**; estos instalados en la piscinas para adulto y convirtiéndose en una de las mayores atracciones para el parque.
4. **Áreas deportivas**, en las que encontramos Canchas de football y basketball, para practicar deportes al aire libre.
5. **Juegos mecánicos**, entre esto encontramos columpios, deslizaderos y sube / baja, la cantidad de juegos encontrados son 2 los cuales están disgregados en el interior del parque.
6. **Río Guajoyo**, en este se practica el deporte de rafting y proporciona al lugar un ambiente agradable con el contacto con la naturaleza.
7. **Mesas de Billar.**

Descripción de los Servicios.

Tipos de Servicio.

En el turicentro se prestan los siguientes servicios:

1. **Servicio Restaurantes**, El turicentro cuenta con restaurantes de alta cocina, un restaurante con vista al río y los otros en medio de la naturaleza.
2. **Ventas de Artículos o Souvenir.** Cuenta con la venta de flotadores, trajes de baño y otros artículos que son utilizados en estos tipos de balnearios.
3. **Parqueo de Vehículos.** El parque de recreo consta de 300 parqueos para vehículos y 50 buses, en ellos se encuentra vigilantes que los cuidan.
4. **Alquiler de Cabañas.** Encontramos dentro del centro turístico la cantidad de 17 cabañas, estas se encuentran ubicadas en diferentes áreas del parque de recreo, rodeadas de la naturaleza y en un ambiente fresco.
5. **Alquiler de mesas, sillas, hamacas y Kayak.** Para que los visitantes pasen un día agradable.
6. **Desvestideros para ambos sexos.**
7. **Servicios sanitarios.**
8. **Servicios de guardavidas y guarda parques.**
9. **Seguridad privada permanente.**

SERVICIO.	TIPO DE SERVICIO	PRECIO (\$).
Entrada	Adultos	3.00
	Niños	2.00
Parqueo	Servicio es gratuito.	
Servicio de Restaurante	Los precios de los platos de comida varían de establecimiento y el tipo de plato seleccionado. Estos incluyen comida principal (carne, pollo, pescado, etc.), arroz, ensalada, bebida y dos tortillas.	Los precios se encuentran entre \$4.00 hasta \$18.00
Venta de artículos y souvenir.	En esta encontramos una variedad de artículos los cuales los precios varían según el tipo.	1.00 hasta 25.00
Alquiler de Cabañas.	Cada cabaña para albergar a 1 familia.	
Alquiler de Mesas, sillas y hamacas.	Para disfrutar de un momento agradable.	1.50
Alquiler de kayak.	Para practicar el deporte de rafting.	5.00
Alquiler de mesas de billar	Este se realiza por periodos de una hora	3.00
Venta de Tilapias	Pescados cultivados por el turicentro la libra.	2.00

COMERCIALIZACIÓN.

Capacidad de prestación del servicio.

El centro turístico Termos del río cuenta con 40 manzanas de terreno en las que están distribuidos todos los atractivos turísticos y la prestación de servicios. El turicentro es capaz de albergar a 50 familias. Cierta parte de esta es área boscosa por donde circula el río.

Determinación de la oferta turística.

Periodos con mayor oferta.

El mayor incremento en la afluencia de clientes se da en las siguientes fechas: 25 de diciembre, 1° de enero, semana santa y vacaciones de agosto. Además, en época de invierno ya que se puede practicar el rafting en los rápidos del río que rodea el turicentro.

Estimación de la oferta de los servicios prestados.

El turicentro puede atender hasta 750 personas al día.

ANEXO 16. DIFERENTES ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS Y MANUALES EXISTENTES

CONFIGURACIONES ORGANIZATIVAS

Para la coherencia interna y adaptación al entorno, la estructura de una organización puede ser definida por la división de tareas o actividades y las formas de coordinación de dichas tareas. La estructura consiste básicamente en un número de bloques de construcción y mecanismos de coordinación, los cuales forman la configuración detallada de una organización.

Para que pueda llevarse a cabo la estrategia de la organización, se debe elegir un tipo de configuración que se ajuste al contexto, las cuales tienen una interrelación con factores de contingencia (tipo de entorno y cuestiones internas) y los parámetros de diseño (elementos claves y mecanismos de coordinación). Las *seis configuraciones* de la organización de Mitzberg, son las siguientes:

2. **Organización empresarial o estructura simple:** Pocas actividades están formalizadas y se utiliza la planificación lo mínimo posible, tiene una jerarquía directiva pequeña, dominada por el director general y una división del trabajo flexible. Esta es efectiva en pequeñas organizaciones empresariales, en las que la flexibilidad ante el cambio de las circunstancias es esencial para el éxito.
3. **Organización máquina o burocracia mecánica:** suele encontrarse en organizaciones maduras que actúan en mercados con tasas de cambio muy reducidas, su característica principal es tener un gran departamento de personal (o tecnoestructura) que desarrolla sistemas y rutinas de trabajo para estandarizar las tareas. Adecuada para organizaciones que producen bienes o servicios, en las que el liderazgo en costos resulta esencial para la competitividad.
4. **Organización profesional o burocracia profesional:** es una burocracia, pero sin la centralización de la burocracia mecánica, el trabajo profesional es complejo, pero puede estandarizarse, garantizando que los profesionales que trabajan en el núcleo de operaciones tengan el mismo conocimiento y las mismas competencias nucleares. Se requiere cuando una organización se encuentra en un medio ambiente estable, pero complejo, en tanto que la complejidad requiere una descentralización para individuos altamente capacitados y la estabilidad les permite aplicar habilidades estandarizadas y así trabajar con un amplio grado de autonomía.
5. **La organización diversificada, reticular o configuración divisional:** este tipo de configuración se busca como una respuesta a la diversidad de productos y mercados de la organización. Son unidades diversificadas de línea intermedia, comúnmente llamadas divisiones, ejerciendo un impulso hacia la fragmentación, es decir que cada división tiene su propia estructura.
6. **La organización innovadora o adhocracia,** se produce en organizaciones cuya estrategia competitiva parte sobre todo de la innovación o el cambio. Esta configuración es muy orgánica y se basa en la interrelación directa entre los trabajadores del núcleo de operaciones, y en un estilo de dirección que fomenta y apoya la adaptación mutua entre sus expertos altamente capacitados y altamente especializados. Si se quiere que se fomente la innovación, la adhocracia tiene que ser considerada como una “comunidad de comunidades”.

7. **La organización misionera:** cuando una organización es dominada por su ideología, sus miembros son estimulados a mantenerse unidos, y por ello tiende a ser una división del trabajo difusa, con poca especialización en los puestos, una reducción de formas de diferenciación localizadas en las otras configuraciones. Lo que ocasiona su coordinación, son las normas.

En la realidad lo que existe es una combinación de estas configuraciones y las características de ellas sirven para reflexionar sobre el ajuste entre estrategia y la estructura de la organización.

Finalmente la relación entre los diferentes elementos que componen una organización, son presentados formalmente a través de **Los manuales administrativos**, los cuales son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación, los cuales permiten registrar y transmitir ordenada y sistemática la información de una organización. A través de ellos se facilita la orientación de los empleados en una empresa.

Objetivos de los manuales:

Básicamente el objetivo que tiene el manual es el de ser una guía para encaminar en la dirección adecuada los esfuerzos del personal operativo, sin embargo se puede mencionar aspectos más específicos como los siguientes:

- a) Instruir a cerca de objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.
- b) Precisar funciones y relaciones de cada unidad administrativa.
- c) Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas y propiciar un trabajo uniforme.
- d) Medio de integración y orientación para personal nuevo.
- e) Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
- f) Permite conocer el funcionamiento interno.
- g) Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal.
- h) Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- i) Interviene en la consulta de todo el personal.
- j) Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
- k) Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y como deben hacerlo.
- l) Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
- m) Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos

ASPECTOS IMPORTANTES SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE ORGANIGRAMAS

Datos que debe contener principalmente el organigrama:

1. Títulos de descripción condensada de las actividades.
2. Nombre del funcionario que formuló las cartas.
3. Fecha de formulación.
4. Aprobación (del presidente, vicepresidente ejecutivo, etc.)
5. Leyenda, (explicación de líneas y símbolos especiales).

La información principal a ser recogida para la elaboración de un organigrama:

a. **Información sobre unidades**

- a. El número de personas.
- b. El número de niveles.
- c. Puestos que corresponden a cada órgano y las plazas que comprenden cada puesto.

Información sobre relaciones

Con que otros órganos y qué tipo de relaciones tiene cada uno de los órganos de cada uno de los niveles de la estructura administrativa.

b. **Información sobre funciones o labores**

Para organigramas funcionales, se requiere información sobre las funciones o labores en cada una de las unidades.

Existen manuales según la necesidad, entre los cuales se encuentran manuales tanto generales como específicos. El que nos interesa debido al tipo de organización es uno del tipo general:

Manuales generales de organización: Éste tipo de manual es un producto de la planeación organizacional que abarca todo el organismo, indicando la organización formal y definiendo su estructura funcional.

Partes básicas en un Manual de organización:

1. Identificación
2. Índice
3. Introducción
 - a. Objetivo del manual
 - b. Ámbito de aplicación
 - c. Como usar el manual
4. Directorio
5. Antecedentes Históricos
6. Base legal (en caso de organismo público)
7. Organigrama
8. Estructura funcional
9. Objetivos de cada unidad orgánica

ANEXO 17. MANUAL DE ORGANIZACIÓN CENTRO TURÍSTICO PUERTO SAN
JUAN

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN CENTRO
TURÍSTICO PUERTO SAN JUAN**



Índice

A. Introducción
2. Objetivo del manual
3. Ámbito de aplicación
4. Uso del manual
B. Directorio del Turicentro Puerto San Juan 2005-2008
C. Antecedentes Históricos
D. Base legal (en caso de organismo público)
E. Organigrama
F. Estructura funcional
G. Objetivos de cada unidad orgánica

A. Introducción

El presente manual es una que facilita establecer y formalizar aspectos organizativos básicos del turicentro. Proporcionando una guía para todos sus miembros. ES una herramienta que recopila los principios básicos de actuación y las funciones de cada grupo o puesto dentro del turicentro, así como sus relaciones.

1. Objetivo del manual

El presente Manual Organizativo pretende servir de guía que permita una dirección adecuada de los esfuerzos del personal operativo que labora en el Turicentro Puerto San Juan. El cual permita:

- ❖ Precisar funciones y relaciones de cada unidad administrativa.
- ❖ Medio de integración y orientación para personal nuevo.
- ❖ Permite conocer el funcionamiento interno.
- ❖ Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal.
- ❖ Interviene en la consulta de todo el personal.
- ❖ Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.

2. Ámbito de aplicación

El presente manual es aplicado a todos los miembros que conforman el Turicentro Puerto San Juan y a las instalaciones que lo conforman. Tomándose como referencia o según sea requerido tanto dentro como fuera de él.

3. Uso del manual

El manual debe ser utilizado como parte de la introducción a nuevos miembros del Turicentro, para la capacitación del personal y como presentación de la organización en forma general. Así mismo debe estar a disposición de todo miembro del turicentro. Sus partes deben ser de uso y conocimiento de todo el personal.

B. Directorio del Turicentro Puerto San Juan 2005-2008

Presidente Junta Directiva:	Pascual Galdamez
Tesorero:	Julián Carrillo
Secretario:	Darwin Marco Arévalo
Síndico:	Raúl de Jesús Sánchez
Vocales:	Zulma Yannette Rivera Gómez Enoc Álvarez Hernández Alba Beatriz Alfonso
Administrador General:	Pascual Galdamez
Representantes Comité Lancharos:	Raúl de Jesús Sánchez

Representantes Comité Restauranteros: Julián Carrillo
Representantes Comité Artesanías y Cafetines: Darwin Marco Arévalo

C. Antecedentes Históricos

Cercano a la orilla del lago de Suchitlán (proclamado como Humedal RAMSAR del Cerrón Granda) se encuentra entre otros, el cantón San Juan, en donde se encontraban hasta hace un par de años varias familias cuyos ingresos provenían del producto de la pesca artesanal y de comedores que ofrecía platos de comida a los visitantes del lago.

Se empieza a hablar entonces de proyección del lago, es decir aprovechamiento de los atractivos del lago y de la integración de éstos como turismo alternativo (turismo diferente al de ciudad y playas) en una oferta turística más amplia, conformada tanto por el turismo ya por todos bien conocido (calles, construcciones y museo) como además los proyectos propios del lago. A partir del año 2004 se empieza a desarrollar la idea de construir un centro turístico en esta zona, en el cual se pudiera aprovechar precisamente este recurso y suplir la necesidad de diversificación de servicios turísticos del Municipio. Para ello se consideró incluir a los mismos pobladores de la comunidad ofreciéndoles la oportunidad de tener negocio propio dentro del centro. Lográndose gestionar al mismo tiempo por parte de la Alcaldía parte de las tierras de CEL en comodato, además que uno de los dueños de los terrenos privados en el cantón San Juan donara una pequeña parte para la construcción del turicentro. Siendo en total una extensión de terreno que no sobrepasa los 8,712.47m². Finalmente el turicentro es inaugurado el 18 de febrero de 2005.

La infraestructura que en un principio sería destinada para los pescadores ahora alberga puestos de venta de artesanías y un cafetín. Éstos conforman el “Comité de Artesanías”. Algunos de los pescadores decidieron dejar ésta actividad y acondicionar sus barcas o lanchas de pesca en vehículos de transporte de pasajeros, satisfaciendo la búsqueda de nuevos paisajes a los visitantes del lago, formando con ello un subgrupo más, el “comité de lancheros”. Actualmente en el Turicentro se encuentran 7 restaurantes cuyos dueños anteriormente vivían en la zona y eran propietarios de comedores, formando el último comité, el de restaurantes. Formando, estos tres comités, el Grupo Empresarial del Puerto San Juan (GREPUSAN).

D. Base legal

El reglamento que rige es la ordenanza y el contrato anual. Cada comité tiene su propio reglamento o normativa para el caso de Restauranteros y Lancheros.

La ordenanza debe señalarse que se encuentra en fase de revisión, por lo tanto aun no ha sido aprobada, sin embargo el turicentro se rige en base al borrador de la misma.

Por parte de la alcaldía, los miembros que conforman los comités han recibido varias capacitaciones de temas relacionados a la calidad de servicio, trabajo en equipo, administración y temas relacionados.

E. Objetivos Organizacionales

Misión

“Somos un centro turístico dedicado a brindar recreación en un ambiente familiar, permitiéndole al visitante estar en armonía con la naturaleza, ofreciendo una diversidad de productos y servicios con calidad y amabilidad enfocados a satisfacer las expectativas de nuestros clientes a nivel nacional”

Visión

“Convertirse en el eje central del turismo de suchitoto por medio de la diversificación de los servicios ecoturísticos, basados en el trabajo en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes y así convertirse en un ente de desarrollo económico e integrador de los diferentes tipos de turismo que ofrece este municipio.”

Políticas

Políticas Estratégicas

1. **Capacitaciones constantes**, se adiestrara constantemente al personal del turicentro puerto San Juan con el objetivo de prestarle un mejor servicio a los turistas, las capacitaciones se orientaran ha buscar la satisfacción del cliente y al mejora de la calidad en la prestación de los servicios.
2. **Valorar el cliente interno**, se establece que el personal del turicentro se trate como cliente entre ellos en lo que respecta a la relación de trabajo, buscando que se efectuó de manera armoniosa. Con lo que se Crea un clima organizacional óptimo para garantizar la excelencia empresarial del turicentro.
3. **Actualización constante de los recursos turísticos**, con la finalidad de mantener al turicentro a la vanguardia del turismo en el país.
4. **Programación de eventos**, se programara el desarrollo de eventos turísticos de forma mensual para promover el turismo en el centro turístico, en el cual se vean involucrados todos los comités.
5. **Evaluaciones constantes**, principalmente realizar evaluaciones a la estructura organizativa y planes estratégicos periódicamente para reestablecer la dirección de la organización.

Políticas Operativas

1. **Control de faltas**, se llevara un registro de faltas internas cometidas por los miembros de los comités con el objetivo de proporcionarle un reconocimiento al comité que menos faltas comete.
2. Las faltas consideradas como muy graves deben ser reportadas al administrador del turicentro.
3. **Limpieza**, sea de mantener limpio todas las zonas y áreas verdes que rodea al turicentro, según el ámbito de actuación de cada uno de los comités.
4. No se admite personal dentro del turicentro después de las 8 p.m., sin previa autorización.

Normas de Conducta

1. A los miembros del Grupo Empresarial San Juan no se les permite ingerir bebidas alcohólicas en el momento de laborar.
2. Se prohíbe portar armas de fuego, armas blancas y corto punzante dentro de las instalaciones del turicentro a los miembros del GREPUSANJ.
3. No se permite pleitos entre los miembros del GREPUSANJ.
4. El uso de uniforme de trabajo para las comisiones de restaurantes y lancheros.
5. El tiempo, ruta y precio por la ruta sean homogéneos para todos los miembros del comité de lancheros.
6. Las lanchas para prestarle servicio a los clientes han de estar equipadas con sus respectivos chalecos salva vidas.
7. La limpieza dentro de cada una de las áreas de trabajo es responsabilidad de todos los miembros del GREPUSANJ.
8. Se tiene un orden de salida para salir a prestar el servicio de paseo en lancha.
9. La rotación de lancheros por día en la semana, debido a que realizan turno en la semana en los que llegan seis equipos a prestar el servicio por la baja afluencia de clientes.
10. Mesas y sillas no se deben sacar del área de servicios
11. No puede usarse el celular una vez entrado el empleado al trabajo
12. No usar herramientas inadecuadas
13. No permitir que los empleados pongan sillas a la par de las ventanas de los restaurantes
14. En el momento de entrar al lugar del trabajo se “recomienda buscar qué hacer”
15. Diariamente botar y limpiar los basureros
16. Uso de muebles apropiadamente
17. No desechar objetos inapropiados en tragantes y lava manos, los empleados serán los mismos responsables
18. Es adecuado y normal que se tengan mesas estacionarias y de apoyo, sin embargo es prohibido se usen en emergencias de sobre demanda
19. Prohibido los noviazgos entre miembros dentro del TPSJ

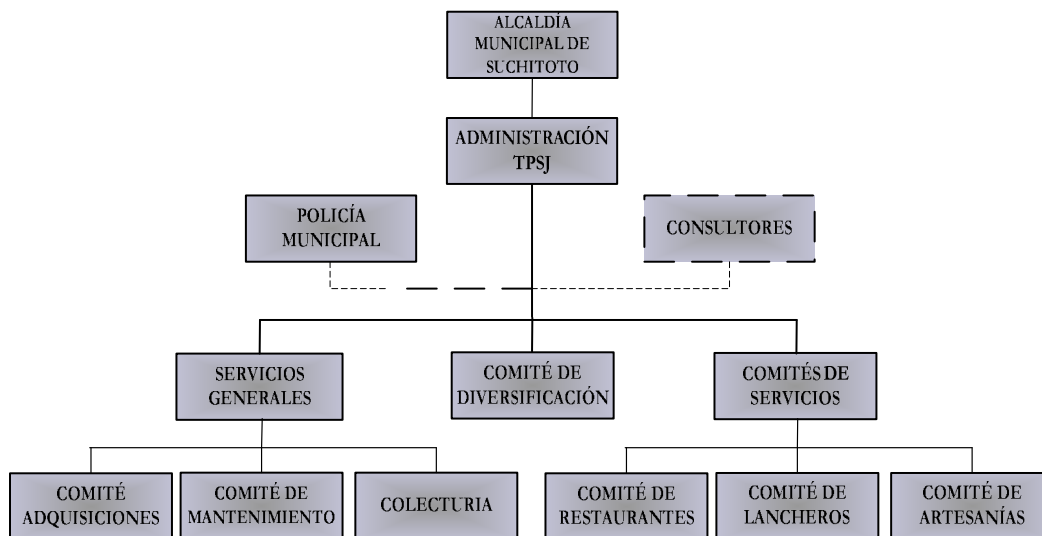
F. Organigrama

ORGANIGRAMA DE TURICENTRO PUERTO SAN JUAN

FECHA DE ELABORACIÓN: Octubre-Noviembre de 2007

ELABORADO POR: Grupo consultor para la elaboración de la Propuesta de Gestión Integral Ecoturística.

VÁLIDEZ: Según características de la situación actual, dependiente de la Alcaldía Municipal de Suchitoto (ver anexo 7).



G. Estructura funcional

ADMINISTRACIÓN GENERAL

1. *ALCALDÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO*
2. *JUNTA DIRECTIVA*
3. *ADMINISTRADOR*
4. *SERVICIOS GENERALES*
 - 4.1. *COLECTURÍA O CONTROL DE INGRESOS*
 - 4.2. *COMITÉ DE ADQUISICIONES*
 - 4.3. *COMITÉ DE MANTENIMIENTO*

SERVICIOS

5. *COMITÉS DE SERVICIO*
 - 5.1. *COMITÉ DE ARTESANÍAS*
 - 5.2. *COMITÉ DE LANCHEROS*
 - 5.3. *COMITÉ DE RESTAURANTES*
 - 5.4. *COMITÉS TEMPORALES O POR PROYECTOS*
6. *COMITÉ DE MEJORAMIENTO Y DESARROLLO O DE DIVERSIFICACIÓN*

UNIDADES DE APOYO

7. *ASESORES*
8. *POLICÍA MUNICIPAL*

H. Objetivos de cada unidad orgánica

UNIDADES DE ADMINISTRACIÓN GENERAL

1. ALCALDÍA MUNICIPAL DE SUCHITOTO

Ente que actúa como regulador y cuya influencia dentro del Turicentro es de carácter estratégico. Actualmente tiene como representante al Administrador General del turicentro, el cual es el nexo entre ésta institución y el centro turístico. Como parte de la Alcaldía se encuentran la Unidad de Turismo, la Policía Municipal y la Oficina Técnica Ejecutiva del Centro Histórico de Suchitoto.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo verificar el desarrollo adecuado del Turicentro Puerto San Juan, según líneas estratégicas municipales relacionadas con el turismo y el Plan Maestro de la municipalidad.
- b) **Relaciones:** está directamente relacionada con el Gobierno de El Salvador y las diversas instituciones gubernamentales.
- c) **Funciones generales:**
 - ☞ Vigilar el desarrollo adecuado del turicentro Puerto San Juan.
 - ☞ Gestionar los recursos necesarios para el desarrollo del turicentro
 - ☞ Evaluación de estrategias de desarrollo expuestas por integrantes del turicentro
 - ☞ Facilitar la relación entre unidades de la alcaldía relacionadas con el turismo y el turicentro (Oficina de Turismo y Unidad Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto).
 - ☞ Recepción de ingresos de alquiler de locales e ingresos al turicentro a través de tesorería de la Alcaldía Municipal.
 - ☞ Asesoramiento o gestión de capacitaciones en temas de interés para el turicentro.
 - ☞ Asignación y autorización de un presupuesto para gastos administrativos del Turicentro.
- d) **Estructura organizacional:** Se encuentra subordinada a ésta unidad el Administrador General y la Policía Municipal.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** La relación se da a través de la Tesorería de la Alcaldía, Oficina de Turismo y Oficina Técnica del Conjunto Histórico de Suchitoto.

2. JUNTA DIRECTIVA

La Junta Directiva se encuentra formada por integrantes de las diferentes comisiones del Turicentro Puerto San Juan. Cada comité tiene una representación de 2 personas, las cuales son elegidas por los mismos integrantes de cada comisión. La Junta es elegida cada tres años y debe reunirse una vez cada tres meses de forma ordinaria y según lo estimen conveniente de forma extraordinaria.

- a) **Objetivo:** Velar por el cumplimiento de las normativas que rigen al Turicentro, así como el seguimiento de proyectos a largo y mediano plazo de cualquier índole que le atañen al turicentro. Además de discutir problemas

percibidos y posibles amenazas, tomando la acción que consideren necesario y comunicándolo a los demás miembros del Turicentro.

- b) **Relaciones:** Se relaciona directamente con los miembros de los comités y con el Administrador General.
- c) **Funciones generales:**
 - ☞ Colaborar con el Administrador general en la construcción de estrategias, aprobarla y realizar control y seguimiento de éstas.
 - ☞ Velar por los resultados de la empresa conforme a las exigencias y expectativas de los clientes.
 - ☞ Discusión de problemas graves internos y toma de decisiones relacionadas a éstos.
 - ☞ Garantizar la efectividad de los sistemas de información.
 - ☞ Dedicar tiempo suficiente al ejercicio de sus funciones como miembros de la junta directiva.
 - ☞ Garantizar la aplicación de políticas, normas y reglas internas.
- d) **Estructura organizacional:** sus decisiones están bajo la aprobación de la Alcaldía Municipal. De ellos depende la realización de los proyectos aprobados para el Turicentro.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Presidente (1), Secretario (1), Tesorero (1) y vocales (5).

3. ADMINISTRADOR

Es el representante de la Alcaldía Municipal, institución de la cual depende el Turicentro.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo realizar la función de representante de la Alcaldía Municipal de Suchitoto, coordinando las actividades internas al turicentro bajo las normativas que se establecen en la ordenanza Municipal.
- b) **Relaciones:** este puesto está relacionado con la totalidad de la estructura organizativa, desde la Alcaldía, personal de apoyo, junta Directiva y arrendatarios.
- c) **Funciones generales:**
 - ☞ Representación del turicentro.
 - ☞ Coordinar las relaciones entre Alcaldía y Turicentro Puerto San Juan, y relaciones internas al Turicentro
 - ☞ Control y evaluación de cumplimiento de normativas generales
 - ☞ Verificar Cumplimiento de acuerdos de Junta Directiva
 - ☞ Coordinar actividades de promoción y desarrollo y de los comités temporales.
 - ☞ Identificación de necesidades del turicentro y gestionar recursos necesarios para su satisfacción
 - ☞ Fijar objetivos; derivar metas; organizar tareas, actividades y personas.
 - ☞ Dirección del personal. Motivador comunicador. Desarrollar a la gente.
 - ☞ Administrador de conflictos y negociador.

- ☞ Planificador. Debe tener una visión integradora con capacidad de coordinación en el tiempo de los recursos disponibles (actuales y futuros; tangibles e intangibles) en función de las necesidades operativas en directa relación a de los objetivos deseados
- ☞ Custodiar la documentación del Arrendador, dando fe de los acuerdos y posibilitando su aplicación.
- ☞ Elaboración de reportes administrativos

d) ***Estructura organizacional:***

Subordinada de la Alcaldía y depende de éste puesto el desarrollo de los proyectos internos del turicentro. Punto central en la comunicación formal interna, en especial entre el ente regulador (Alcaldía) y los arrendatarios.

e) ***Cantidad y tipo de Puestos:*** Administrador General (1)

4. SERVICIOS GENERALES

Área que abarca en especial a lo relacionado con las instalaciones y recursos propios del turicentro, el cual se encargará de aspectos de limpieza, mantenimiento, ordenanza, control de ingreso de visitantes y compras de insumos.

a) ***Objetivo:*** Realizar desde la programación de actividades de mantenimiento, vigilancia de cumplimiento y dirección de los trabajos mismos. Debe realizar todas las actividades de mantenimiento físico general del Turicentro, ya sea preventivo o correctivo.

b) ***Relaciones:*** Se relaciona con toda la estructura, respondiendo directamente a la Administración General.

c) ***Funciones generales:***

- ☞ Definición de actividades de mantenimiento preventivo y su calendarización anual en una programación.
- ☞ Realizar aseo desde el trifinio (camino previo a la entrada al turicentro) hasta el lago dentro del área destinada al turicentro.
- ☞ Seguimiento y cumplimiento de programa de mantenimiento preventivo.
- ☞ Comunicación y reporte de necesidades para mantenimiento.
- ☞ Control de los trabajos de mantenimiento encomendados tales como electricidad, fontanería, carpintería, albañilería, cerrajería, pintura, jardinería etc.
- ☞ Control, conservación y limpieza del material a su cargo.
- ☞ Realización de todo tipo de trabajos relacionados con la actividad de mantenimiento preventivo y/o correctivo de edificios, equipamientos e instalaciones del turicentro que le sean designados.
- ☞ Trabajos de reparación en las instalaciones, equipos o materiales a su cargo.
- ☞ Evaluación previa de los materiales necesarios para desarrollar su función.
- ☞ Cuido de zonas verdes.
- ☞ Controlar el estado de funcionamiento, aseo, mantenimiento y limpieza de edificios.
- ☞ Vigilar el estado del local y el funcionamiento de sus instalaciones, comunicando cualquier anomalía al responsable administrativo.

- d) **Estructura organizacional:** Tiene bajo su responsabilidad tres áreas: mantenimiento, adquisiciones y al equipo de mantenimiento y colecturía. El encargado de servicios generales debe dirigir los esfuerzos y representar al comité de mantenimiento, al de adquisiciones, al equipo de colecturía y al equipo de mantenimiento.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** encargado de Servicios Generales (1), Comité de Mantenimiento (3), Encargados de limpieza y mantenimiento general (5), Encargados de colecturía (2), Comité de Adquisiciones (11).

4.1 COLECTURÍA O CONTROL DE INGRESOS

Unidad parte de Administración encargada de recolectar los ingresos diarios percibidos en concepto de entrada. Sus miembros se encuentran en el área de entrada y administración. Se establecen turnos para los colectores.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo la recepción de clientes y realizar el control de cantidad y clasificación de ingresos según tipo de visitante al turicentro.
- b) **Relaciones:** Se relaciona directamente con el Administrador general, con los visitantes y potenciales visitantes del turicentro.
- c) **Funciones generales:**
- ⌘ Brindar información general
 - ⌘ Recepción de visitantes
 - ⌘ Llevar control de inventario de la bodega (suministros de limpieza).
 - ⌘ Recepción de costos por entrada o importes.
 - ⌘ Control del tipo de ingreso, clasificación y cantidad.
 - ⌘ Limpieza periódica de instalaciones administrativas
 - ⌘ Apoyo a mantenimiento general de zonas verdes, en especial de la entrada.
- d) **Estructura organizacional:** la unidad se encuentra subordinada bajo el Administrador General
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Colector (2)

4.2 COMITÉ DE ADQUISICIONES

- a) **Objetivo:** Coordinar las compras y distribución de insumos para cada uno de los comités de servicios.
- b) **Relaciones:** Se relaciona con todos los comités de servicios.
- c) **Funciones generales:**
- ⌘ Elaborar inventario de todos los insumos requeridos por comité de servicios.
 - ⌘ Identificación de los posibles proveedores de los insumos requeridos y sus políticas.
 - ⌘ Selección y formación de una cartera de proveedores que favorezcan el proceso de compra de los insumos para los servicios.

- ☞ Identificar los métodos de adquisiciones que representen el menor costo para los miembros del turicentro.
 - ☞ Encargados del control de frecuencia de compras
 - ☞ Elaboración de la gestión de compras.
 - ☞ Recolección de los recursos financieros destinados a la compra de insumos.
 - ☞ Llevar control de consumos.
 - ☞ Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
- d) **Estructura organizacional:** Sus miembros se encuentran bajo la dirección del administrador y en coordinación con los miembros de los diferentes comités de servicios.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** 11 (representantes del comité de Lancheros, de restaurantes y cafetines y de artesanías). Formado por un presidente (1), secretario (1), tesorero (1), cotesorero (1), gestores de requisición (7), Encargado de Bodega (1).

4.3 COMITÉ DE MANTENIMIENTO

- a) **Objetivo:** Controlar y dirigir las actividades de mantenimiento preventivo y correctivos en las instalaciones y equipo del turicentro.
- b) **Relaciones:** Se relaciona directamente con el encargado de Servicios Generales. También se relaciona con el comité de diversificación y con los diferentes miembros de los comités de servicios.
- c) **Funciones generales:**
- ☞ Coordinar esfuerzos de mantenimiento preventivo a equipos del turicentro.
 - ☞ Coordinar las actividades de mantenimiento preventivo a las instalaciones del turicentro.
 - ☞ Definir las actividades anuales de mantenimiento preventivo.
 - ☞ Calendarización y programación de las actividades de mantenimiento preventivo.
 - ☞ Reportar y coordinar las actividades de mantenimiento correctivo.
 - ☞ Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
 - ☞ Soluciona problemas relacionados a mantenimiento.
 - ☞ Encargado de monitorear los proyectos relacionados con el mantenimiento dentro del turicentro.
- d) **Estructura organizacional:** está bajo la dirección directa de Servicios Generales y del Administrador general.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Formado por 5 miembros: 2 miembros de la comisión de lancheros, 2 de restauranteros y 1 de la comisión de artesanos y cafetines. Rotándose cada 2 meses. Para la parte operativa de mantenimiento de instalaciones, limpieza o mantenimiento general se encuentran 2 personas.

UNIDADES DE SERVICIOS

5 COMITÉS DE SERVICIO

Los comités fijos que forman parte del turicentro Puerto San Juan son 3, cuyos servicios son clasificados como paseos en lanchas, servicios de restaurantes, de cafetines y venta de artesanías. Cada comité trabaja dentro de un área determinada y asignada, por la cual paga un alquiler a la Alcaldía Municipal, por lo que también se conoce a los dueños de cada negocio como arrendatarios.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo brindar los servicios que tiene a disposición y que forman al Turicentro Puerto San Juan.
- b) **Relaciones:** esta bajo la dirección del Administrador general.
- c) **Funciones generales:**
 - ∞ brindar los servicios propios de cada comisión, cumpliendo las normativas establecidas dentro del mismo, bajo el marco de la ordenanza Municipal que rige al turicentro.
- d) **Estructura organizacional:** Todos los comités se encuentran al mismo nivel, formando toda la parte de la parte operativa de la misma. Se relaciona con toda la estructura organizativa en general y cada comité tiene su propia estructura interna. Todos están al mismo nivel.

A continuación se describen cada uno de los comités permanentes en la estructura organizativa del Turicentro Puerto San Juan.

5.1 COMITÉ DE ARTESANÍAS

Formado por 6 puestos dispuestos en dos áreas diferentes, una frente al área de parqueo y la segunda parte frente a la fuente del área de restaurantes.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo de satisfacer parte de las necesidades del visitante del turicentro brindando el servicio de ventas de artesanías y recuerdos.
- b) **Relaciones:** Los empleados de cada puesto de artesanías está bajo la dirección del propietario o al que éste designe, y la relación se da dentro de los miembros de un mismo puesto y con los miembros de los demás puestos.
- c) **Funciones generales:**
 - ∞ Venta de artesanías y recuerdos
 - ∞ Brindar información general que requiera el visitante
 - ∞ Promotor de los demás servicios que se ofrecen
 - ∞ Elección de representantes de comité ante la Junta Directiva
 - ∞ Monitorear los gustos y preferencias del cliente en cuanto a artesanías y recuerdos

- ☞ Recolectar información relacionada a expectativas de los clientes o calidad percibida según planes de mercadeo. Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
 - ☞ Soluciona problemas y quejas de clientes.
 - ☞ Realizar relaciones públicas con sus clientes.
 - ☞ Desarrollar promociones.
- d) **Estructura organizacional:** Cada puesto responde al arrendatario del mismo, el cual es en general el gerente de dicho puesto. A éste responden los empleados del puesto. Cada gerente de puesto es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán los representantes de cada puesto y ante la Junta directiva los representantes del comité.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Arrendatarios, vendedores/as.

5.2 **COMITÉ DE LANCHEROS**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo de satisfacer parte de las necesidades del visitante del turicentro brindando el servicio de ventas de viajes a diferentes destinos dentro del Lago de Suchitlán.
- b) **Relaciones:** Los empleados de cada lancha está bajo la dirección del propietario o al que éste designe, y la relación se da dentro de los miembros de un mismo puesto y con los miembros de las demás lanchas.
- c) **Funciones generales:**
- ☞ Brindar viajes en lanchas según recorridos establecidos a las diferentes islas o destinos dentro del lago de Suchitlán.
 - ☞ Brindar información general que requiera el visitante.
 - ☞ Promotor de los demás servicios que se ofrecen.
 - ☞ Elección de representantes de comité ante la Junta Directiva
 - ☞ Monitorear los gustos y preferencias del cliente en cuanto a viajes y destinos.
 - ☞ Recolectar información relacionada a expectativas de los clientes o calidad percibida según planes de mercadeo.
 - ☞ Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
 - ☞ Soluciona problemas y quejas de clientes.
 - ☞ Realizar relaciones públicas con sus clientes.
 - ☞ Desarrollar promociones.
- d) **Estructura organizacional:** Cada puesto responde al arrendatario del mismo, el cual es en general el gerente de dicho puesto. A éste responden los empleados del puesto. Cada gerente de puesto es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán los representantes de cada puesto y ante la Junta directiva los representantes del comité.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Lanchero (uno por lancha)

5.3 **COMITÉ DE RESTAURANTES**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo realizar de satisfacer parte de las necesidades del visitante del turicentro brindando el servicio de ventas de artesanías y recuerdos.
- b) **Relaciones:** Los empleados de cada puesto o restaurante está bajo la dirección del propietario o al que éste designe, y la relación se da dentro de los miembros de un mismo puesto y con los miembros de los demás restaurantes.
- c) **Funciones generales:**
 - ☞ Venta de servicios de restaurante
 - ☞ Brindar información general que requiera el visitante
 - ☞ Promotor de los demás servicios que se ofrecen
 - ☞ Elección de representantes de comité ante la Junta Directiva
 - ☞ Monitorear los gustos y preferencias del cliente en cuanto a platos de comida y tipo de productos alimenticios.
 - ☞ Recolectar información relacionada a expectativas de los clientes o calidad percibida según planes de mercadeo.

Funciones según puestos:

GERENTE DE RESTAURANTES

- ☞ Es el responsable de la planeación y coordinación del servicio y la venta de alimentos y bebidas del restaurante mediante la aplicación de políticas, procedimientos y estándares de calidad, así como supervisar la operación y productividad del mismo.
- ☞ Estudiar el presupuesto de su negocio.
- ☞ Supervisar que su negocio cuente con el equipo necesario en óptimas condiciones de limpieza.
- ☞ Programar y supervisar la limpieza del centro de consumo o restaurantes.
- ☞ Controlar los inventarios y Actualizar la carta de alimentos.
- ☞ Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
- ☞ Soluciona problemas y quejas de clientes.
- ☞ Realizar relaciones públicas con sus clientes.
- ☞ Desarrollar promociones.
- ☞ Supervisar la preparación de la estación de servicio.

MESEROS

- ☞ Atender directamente al cliente, tomar orden, darle información de interés general cuando se requiera, Recepción de quejas y búsqueda de soluciones, conocimiento a detalle de los productos ofertados.
- ☞ Analiza y controla las devoluciones, cancelaciones y cambios de platillos en el centro de consumo.
- ☞ Montaje de las mesas y servir comidas

- ☞ Mantener en perfecto estado de higiene las dependencias a su cargo.
- ☞ Mantener en perfectas condiciones de uso la parte del área de restaurantes a su cargo.
- ☞ Solicitar la reposición del material necesario.

COCINERO/A

- ☞ Tratamiento y manipulación de todo tipo de alimentos, procurando su perfecto grado de conservación.
- ☞ Preparación de productos ofertados.
- ☞ En general, cualesquiera otras tareas afines a la categoría del puesto.
 - a) **Estructura organizacional:** Cada puesto responde al arrendatario del mismo, el cual es en general el gerente de dicho puesto. A éste responden los empleados del puesto. Cada gerente de puesto es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán los representantes de cada puesto y ante la Junta directiva los representantes del comité.
 - b) **Cantidad y tipo de Puestos:** Arrendatarios, cocinero/a, meseros/as.

5.4 **COMITÉS TEMPORALES O POR PROYECTOS**

Son comités formados por los mismos miembros del Turicentro Puerto San Juan y los cuales pueden incluir algún asesor o técnico con determinada especialización según necesidades. Éstos establecerán su propia estructura y funciones según el proyecto que requiera de su formación.

Cada comité temporal al ser formado debe especificar su estructura interna, sus relaciones y funciones. Difundiendo la información del nombre del comité, del proyecto al cual pertenece y los nombres de los integrantes que lo componen.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo llevar a la práctica, ejecución y realización de proyectos que surgen de diversas necesidades o estrategias a desarrollar dentro del turicentro y que ameriten su formación.
- b) **Relaciones:** está directamente relacionado con el Administrador General y con otras unidades o instituciones según requisitos del proyecto.
- c) **Funciones generales:**
 - ☞ Desarrollo de actividades programadas dentro del proyecto
 - ☞ Elaboración reportes de avance
 - ☞ Mantener comunicación constante con los entes involucrados en el desarrollo del proyecto.
- d) **Estructura organizacional:** Se encuentran al mismo nivel que el resto de comités, pero como parte del área administrativa y no operativa.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Según necesidades, pero es indispensable un coordinador, director o representante.

6. COMITÉ DE MEJORAMIENTO Y DESARROLLO O DE DIVERSIFICACIÓN

- a) **Objetivo:** Promover la diversificación de servicios que se brindan dentro del turicentro, facilitando la competitividad dentro del mismo.
- b) **Relaciones:** Se relaciona directamente con el Administrador general, con los comités de servicios y con el comité de mantenimiento. Externamente se relaciona con la Oficina Municipal de Turismo.
- c) **Funciones generales:**
 - ∞ Identificar oportunidades de mejora dentro del turicentro.
 - ∞ Promotor de las iniciativas de nuevos servicios.
 - ∞ Monitorear los gustos y preferencias del cliente en general, es decir la satisfacción del cliente.
 - ∞ Monitoreo de la calidad en los servicios.
 - ∞ Recolectar información relacionada a expectativas de los clientes o calidad percibida según planes de mercadeo.
 - ∞ Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
 - ∞ Verificar el adecuado mantenimiento de los atractivos del turicentro
 - ∞ Llevar registro de los problemas surgidos en las diferentes áreas relacionadas a las actividades de diversificación y mejora de servicios.
 - ∞ Identificar las debilidades del turicentro desde la perspectiva de los clientes.
 - ∞ Encargado de monitorear los proyectos relacionados a la diversificación o mejora de servicios.
 - ∞ Elaborar y dar seguimiento a los cambios requeridos en el perfil del visitante del turicentro.
 - ∞ Desarrollar promociones.
 - ∞ Dar seguimiento y brindar apoyo a las actividades de publicidad y promoción para el Turicentro.
 - ∞ Administración del Buzón de Sugerencias y manejo de boletas de satisfacción al cliente.
- d) **Estructura organizacional:** Bajo la dirección del Administrador General.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Formada por un representante de cada comité. Total de puestos 3.

UNIDADES DE APOYO

7. ASESORES

- a) **Objetivo:** Brindar apoyo en las áreas requeridas por los miembros del Turicentro y según sea su especialidad
- b) **Relaciones:** está directamente relacionada con el área en el cual brinde el asesoramiento y con el Administrador General.
- c) **Funciones generales:** Apoyar las áreas requeridas por los miembros del Turicentro y según sea su especialidad

- d) **Estructura organizacional:** Se relaciona con el área en el que brinda sus servicios.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Según necesidades. Técnico o asesor.

8 **POLICÍA MUNICIPAL**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo brindar seguridad a los visitantes y miembros del turicentro Puerto San Juan.
- b) **Relaciones:** está directamente subordinada de la Alcaldía Municipal
- c) **Funciones generales:**
 - ∞ Brindar eventualmente información general del turicentro
 - ∞ auxilio diverso a los visitantes.
 - ∞ Vigilante de normas de comportamiento dentro del turicentro por parte de los miembros y visitantes
 - ∞ Velar por el cumplimiento de prohibiciones
 - ∞ Controlar y custodiar las llaves del edificio del Turicentro.
 - ∞ Garantizar la apertura y cierre del edificio y dependencias donde presta servicio.
 - ∞ Vigilar el estado del local y el funcionamiento de sus instalaciones, comunicando cualquier anomalía al responsable administrativo.
 - ∞ Garantizar el encendido y apagado de luces y otras instalaciones que no dispongan de mecanismos automáticos que las regulen, en instalaciones a su cargo.
 - ∞ Vigilancia las 24 horas de bienes del Turicentro
- d) **Estructura organizacional:** Policías destacados por la Alcaldía.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** policía municipal.

ANEXO 18. BASES GENERALES DE COTIZACIÓN

La Municipalidad Suchitoto, departamento de Cuscatlán, por este medio invita a todas aquellas personas jurídicas e individuales, que se dedican a la fabricación de vallas publicitarias y señales de tránsito y que estén legalmente autorizadas para el efecto, para que participen en el proceso de Cotización No. Xxxxx promovido por la Municipalidad de Suchitoto que tiene por objeto la ejecución de los programas: **Señalización Turística y Promoción Turística.**

I. DE LOS OFERENTES:

Las empresas constructoras o fabricantes interesadas deben llenar como mínimo los siguientes requisitos para poder participar:

1. Estar inscritos en el Registro de Obras del Ministerio de Obras Públicas.
2. Visitar el área o lugar de ejecución de la obra, la cuál consiste en la construcción e instalación de señales de tránsito turísticas y una variedad de vallas publicitarias para la promoción del Municipio de Suchitoto y del Turicentro Puerto San Juan.
3. Presentarse a la Receptoría Municipal de la Alcaldía de Suchitoto a adquirir diseños y Especificaciones Técnicas del proyecto, los que se entregarán hasta que duren existencias.
4. Solicitar por escrito el formulario específico para cotizar y la invitación escrita.

II. DE LAS OFERTAS:

Las ofertas deben contener los documentos siguientes:

-Documentos Legales

- a) Declaración Jurada de que el oferente no es deudor moroso del estado.
- b) Fotocopia de la Cédula de Vecindad del Propietario o Representante Legal.
- c) Fotocopia de la Patente de comercio de empresa y/o sociedad.
- d) Fotocopia de la constancia de estar precalificado en el Registro correspondiente.
- e) Constancia original de precalificación exclusiva, (específico) extendida por el director del Registro de Precalificados de Obras del Ministerio de Comunicaciones Infraestructura y Vivienda, donde indique el nombre del presente proyecto Señalización Carretera de Ingreso a San Antonio Aguas Calientes.
- f) Fotocopia de la última declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- g) Fotocopia de la Constancia del Número de Identificación Tributaria (NIT).
- h) Documentos que acrediten la personería jurídica del oferente o la personería jurídica de su representante en su caso.
- i) Fianza en original de sostenimiento de oferta del 3% del valor ofertado.

DOCUMENTOS QUE CONTENGAN ASPECTOS TÉCNICOS DE LAS OFERTAS:

- a). Presentar su oferta por escrito a máquina de escribir o computadora, en el formulario respectivo con toda la documentación en plica cerrada, indicando las cantidades totales de acuerdo al formato de las bases, sin enmiendas, tachones o borrones, firmada por el oferente o su representante legal en todas las hojas con sello de la empresa y foliadas.
- b). Programa preliminar de inversión y ejecución de los trabajos.
- c). El valor total de la oferta debe consignarse en cifras y letras. Los precios unitarios y totales deben ser fijos e invariables.
- d). Cuadro de integración de los precios unitarios por valla o señal de tránsito.
- e). Relación de proyectos realizados.

III. OTROS REQUISITOS IMPORTANTES DE LAS OFERTAS:

1. La presentación de las ofertas será en la Municipalidad de Suchitoto, hasta el día _____, pasados treinta minutos la junta de cotización, procederá a la apertura de plicas y no se recibirán otras después del inicio de apertura.

2. La junta de cotizaciones revisará cada oferta y entre las que cumplan con todos los requisitos, determinará cual es la más conveniente y favorable para los intereses de La Municipalidad de Suchitoto de acuerdo a los criterios siguientes: precio y tiempo de ejecución de la obra, cumplimiento de todos los requisitos solicitados y condiciones establecidas en las bases de cotización.
3. En ningún caso se admitirán en la oferta condiciones que la modifiquen o tergiversen las bases de cotización, siendo responsables del cumplimiento de este requisito los miembros de la junta de cotización, las ofertas que infrinjan esta disposición serán rechazadas.
4. La oferta deberá presentarse en sobre cerrados en original y copia.
5. El costo de la oferta deberán indicarse en letras y números de acuerdo al formulario de modelo de presentación de la oferta, con su formulario de listado de renglones ofertados.

IV. DE LA EJECUCIÓN DE LA OBRA:

1. El tiempo de ejecución estimado de la obra es de 1 meses, sin embargo el mismo podrá ser prorrogado por caso fortuito o fuerza mayor, que hagan imposible el cumplimiento del contrato.
2. El inicio de la obra es a partir de la fecha de entrega del anticipo, mediante acta de Inicio.
3. La obra será supervisada por un miembro de la Municipalidad.
4. La obra terminada será recibida por una comisión receptora nombrada por la autoridad administrativa superior, previa comprobación de que los trabajos estén terminados completamente y a satisfacción por el supervisor, levantando el acta correspondiente.

V. DE LA FORMA DE PAGO:

- a). Se otorgará un anticipo 20% del valor del contrato, para que le sea entregado al contratista, este deberá presentar un programa de inversión del Anticipo y además una fianza por el monto del anticipo.
- b). Los pagos restantes se harán contra trabajo realmente ejecutado y aceptado y mediante presentación de estimaciones de trabajo firmadas por el Alcalde Municipal.
- c). Las facturas de pago que se le efectuarán al contratista, deben llevar el timbre de ingeniería equivalente al uno por millar del valor del pago realizado.

V. DE LAS GARANTIAS:

- El adjudicatario deberá presentar las garantías siguientes:

- a). Fianza de Anticipo de conformidad con la Ley de Contrataciones del Estado.
- b). Fianza de cumplimiento de contrato: al estar firmado el contrato, el contratista debe presentar esta fianza, la cual cubrirá las fallas o desperfectos que aparecieren durante la ejecución del contrato, su vigencia será hasta que la Municipalidad extienda la constancia de haber recibido a su satisfacción la garantía de conservación de obra.
- c). Fianza de Conservación de obra: al terminar la obra deberá presentar esta fianza para que cubra el valor de las reparaciones de la fallas o desperfectos que le sean imputables, con un período de 18 meses de vigencia contados a partir de la recepción de la obra, cubriendo un porcentaje del 15% del valor original del contrato.
- d). Fianza de Saldo Deudores: esta fianza deberá otorgarse juntamente con la de conservación de obra, garantizará el pago de saldos deudores que pudieran resultar a favor de la Municipalidad o de terceros.

10. El contratista será responsable por la destrucción o deterioro de la obra debido a dolo o culpa de su parte, durante dieciocho (18) meses desde la fecha de acta de recepción definitiva de la obra.

Suchitoto_____ de_____ 2008

Señores
Junta Calificadora de Cotización
Municipalidad de Suchitoto
Departamento de Cuscatlán

Por este medio estoy presentado oferta para el proyecto..... Suchitoto, de acuerdo al formulario que contiene el listado de renglones ofertados en cantidad y precio, que corresponden a los planos y especificaciones técnicas solicitados y los cuales suman la cantidad de:

La obra ofrecemos ejecutarla en el tiempo de:_____

Para lo cual adjuntamos la fianza de sostenimiento de oferta.

Atentamente,

Propietario o Representante Legal

**ANEXO 19. DETALLE COTIZACIÓN DE PISCINAS
(VER COPIA FÍSICA DE LA TESIS)**

ANEXO 20. BASE COTIZACIONES

A continuación se presenta una lista de los contactos realizados para la obtención de las cotizaciones bases para la elaboración de los presupuestos y totalización de costos asociados a la puesta en marcha del proyecto.

<i>PROVEEDOR</i>	<i>NOMBRE</i>	<i>FORMA DE COTIZACIÓN</i>	<i>UBICACIÓN</i>	<i>MES DE COTIZACIÓN**</i>
Artículos de oficina	Office Deppot	Visita a establecimiento	San Salvador	mayo
Mobiliario y equipo para oficina	Office Deppot	Visita a establecimiento	San Salvador	mayo
	BMArt	Consulta de anuncios publicitarios	San Salvador	mayo
Artículos de mantenimiento para piscina	Ferretería CASTELLA SAGARRA, S.A. de C.V.	Consulta de anuncios publicitarios	San Salvador	marzo
Equipo de limpieza	Supermercado Selectos	Visita a establecimiento	San Salvador	mayo
Banners y carteles publicitarios	PUBLIMEDIA	Personal	San Salvador	mayo
Construcción piscina	Piscinas Oscar S.A.	Telefónicamente y vía correo electrónico	San Salvador	abril
Construcción de Parqueo	INNOVHA ARQUITECTOS, IVERSAL, S.A. de C.V.	Personal	San Salvador, Cuscatlán	abril
Artículos de ferretería	Vidrí, y Goldtree	Visita a establecimiento	San Salvador	mayo
Objetos de madera	MADERAS Y ASERRADERO SAN MIGUELITO	Consulta telefónica	San Salvador 2226-1228 2225-9436	mayo

**Todas las cotizaciones fueron realizadas entre marzo y mayo de 2008.

ANEXO 21. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

PRIMER ESCENARIO: AUMENTO \$0.50 A PRECIO DE ENTRADA

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Inversion inicial	-63,729.35					
Ingresos por Prestación de servicio		108,777.55	126,181.96	146,371.07	169,790.44	196,956.91
Costos por prestación de servicios		43,327.00	44,359.22	45,556.59	46,945.55	48,556.73
Utilidad bruta		<i>65,450.55</i>	<i>81,822.74</i>	<i>100,814.48</i>	<i>122,844.90</i>	<i>148,400.18</i>
Costo administrativo		9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
Costo de comercialización		1,299.81	1,330.78	1,366.70	1,408.37	1,456.70
Pago a capital deuda bancaria		7,913.75	8,388.58	8,891.89	9,425.40	9,990.93
Intereses deuda bancaria		2,676.63	2,201.81	1,698.49	1,164.98	599.46
Depreciación		9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Total de costos		31,117.10	31,148.07	31,183.99	31,225.66	31,274.00
Utilidad Antes de Impuestos		34,333.44	50,674.67	69,630.49	91,619.24	117,126.19
ISR (25%)		8,583.36	12,668.67	17,407.62	22,904.81	29,281.55
Utilidad despues de impuestos		25,750.08	38,006.00	52,222.86	68,714.43	87,844.64
Depreciación		9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Flujo Neto de Efectivo	-63,729.35	\$35,376.99	\$47,632.91	\$61,849.77	\$78,341.34	\$97,471.55

SEGUNDO ESCENARIO: AUMENTO DE A PRECIO DE ENTRADA CON RECUPERACIÓN DE CLIENTES EN 5%

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Inversion inicial	-63,729.35					
Ingresos por Prestación de servicio		113,466.24	137,294.15	166,125.92	201,012.36	243,224.96
Costos por prestación de servicios		43,605.08	45,018.26	46,728.21	48,797.25	51,300.79
Utilidad bruta		<i>69,861.16</i>	<i>92,275.89</i>	<i>119,397.71</i>	<i>152,215.11</i>	<i>191,924.17</i>
Costo administrativo		9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
Costo de comercialización		1,308.15	1,350.55	1,401.85	1,463.92	1,539.02
Pago a capital deuda bancaria		7,913.75	8,388.58	8,891.89	9,425.40	9,990.93
Intereses deuda bancaria		2,676.63	2,201.81	1,698.49	1,164.98	599.46
Depreciación		9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Total de costos		31,125.45	31,167.84	31,219.14	31,281.21	31,356.32
Utilidad Antes de Impuestos		38,735.71	61,108.04	88,178.57	120,933.90	160,567.85
ISR (25%)		9,683.93	15,277.01	22,044.64	30,233.47	40,141.96
Utilidad despues de impuestos		29,051.78	45,831.03	66,133.93	90,700.42	120,425.89
Depreciación		9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Flujo Neto de Efectivo	-63,729.35	\$38,678.69	\$55,457.94	\$75,760.84	\$100,327.33	\$130,052.80

**TERCER ESCENARIO: DISMINUCIÓN DE UN 5% DEBAJO DE LO NORMAL DE VISITANTES
PROYECTADOS**

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Inversion inicial	-63,729.35					
Ingresos por Prestación de servicio		64,566.20	71,668.48	79,552.02	88,302.74	98,016.04
Costos por prestación de servicios		43,048.93	43,727.99	44,481.75	45,318.42	46,247.12
Utilidad bruta		<i>21,517.28</i>	<i>27,940.50</i>	<i>35,070.27</i>	<i>42,984.32</i>	<i>51,768.92</i>
Costo administrativo		9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
Costo de comercialización		1,291.47	1,311.84	1,334.45	1,359.55	1,387.41
Pago a capital deuda bancaria		7,913.75	8,388.58	8,891.89	9,425.40	9,990.93
Intereses deuda bancaria		2,676.63	2,201.81	1,698.49	1,164.98	599.46
Depreciación		9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Total de costos		31,108.76	31,129.13	31,151.75	31,176.85	31,204.71
Utilidad Antes de Impuestos		-9,591.49	-3,188.64	3,918.53	11,807.48	20,564.21
ISR (25%)				979.63	2,951.87	5,141.05
Utilidad despues de impuestos		-9,591.49	-3,188.64	2,938.89	8,855.61	15,423.16
Depreciación		9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91	9,626.91
Flujo Neto de Efectivo	-63,729.35	\$35.42	\$6,438.27	\$12,565.80	\$18,482.52	\$25,050.07