

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



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO, MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**

PRESENTADO POR:

FLORES MELÉNDEZ OVED ISAÍ
LÓPEZ ROMERO SANTIAGO ALFREDO
RUANO VELÁSQUEZ ALAN RINALDY

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO 2021

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

PhD. EDGAR ARMANDO PEÑA FIGUEROA

SECRETARIO:

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

ING. GEORGETH RENÁN RODRÍGUEZ ARÉVALO

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO INDUSTRIAL

Título:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO, MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**

Presentado por:

**FLORES MELÉNDEZ OVED ISAÍ
LÓPEZ ROMERO SANTIAGO ALFREDO
RUANO VELÁSQUEZ ALAN RINALDY**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUÍZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO 2021

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUÍZ

AGRADECIMIENTOS

*Encomienda a Jehová tus obras, Y tus pensamientos serán afirmados.
Proverbios 16:3*

Porque cada uno de nuestros logros o adversidades deben ser agradecidas a Dios quien nos ha dado la fuerza y el entendimiento necesario para poder continuar adelante en todo el proceso y culminar una meta y hoy día para su honra y gloria poder decir ¡Gracias Dios porque hasta aquí nos has ayudado!

A mi padre y madre: José Vidal Flores y Rosa Olimpia Meléndez de Flores a quienes amo inmensamente con todo mi corazón, desde el principio en mi carrera me han apoyado en todo lo que ha estado a su alcance, porque siempre pude ver en ellos el deseo de ver a su hijo superarse y quienes aun con dificultades estuvieron ahí para mí y lo han estado hasta el día de hoy, a mi madre que me acompañaba en las noches de desvelo, a mi padre aunque en silencio siempre ha deseado lo mejor para mí y le doy infinitas gracias a Dios por ponerlos a ellos como padre y madre que me han enseñado el valor de la vida y me han guiado por el camino correcto y siendo ellos mi mayor inspiración para poder terminar esta carrera.

A mis hermanos José Misael Flores Meléndez y Jonathan Vidal Flores Meléndez quienes a su manera se preocupaban por mí al estar lejos de casa y en mi proceso a lo largo de la carrera, gracias por cada palabra.

A mi tío José Leónidas Flores quien estuvo ahí para apoyarme cuando necesitaba, quien ha estado apoyándome a lo largo de todo este tiempo.

A Xenia Jenifer Alvarado Contreras una persona muy especial que Dios me permitió conocer y que en cada uno de los procesos académicos ha estado apoyándome para poder avanzar, ¡gracias!

A cada una de esas amistades que a lo largo de todo este tiempo hemos podido realizar diversas actividades académicas y que poco a poco cada uno ha ido avanzando hasta el día de hoy con el objetivo de también cumplir sus metas.

A mis compañeros de tesis con quienes comenzamos este proceso y poco a poco hemos podido ir avanzando hasta el día de hoy y así poder cumplir nuestras metas. A nuestros docentes, asesor y demás que formaron parte de nuestra formación académica, gracias.

Flores Meléndez Oved Isaí

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios y a la virgen María, porque en su infinita misericordia he podido ver su amor hacia conmigo a lo largo de esta carrera, y permitir que esta meta pueda cumplirse.

A mi familia

-A mis padres: Ana Guadalupe y Andrés Francisco por estar conmigo, siendo mi apoyo en buenas y malas, por vivir cada momento de adrenalina conmigo, por sus oraciones, desvelos, por ser los pilares y los motores que han hecho posible este logro.

-A mi hermana: Gabriela Mercedes, gracias por todo tu apoyo incondicional en cada momento que te he necesitado, tú has estado presente siendo el pilar fundamental de mis alegrías y quien siempre me hace reír en momentos de estrés, te agradezco mucho.

-A mis tías, tíos, primas y primos: gracias familia por darme todo el apoyo, consejos y fortaleza en este camino, porque sé que nunca he estado solo en nada y siempre los tengo a mi lado, de manera especial te agradezco Rosa de Cienfuegos por tu guía en esta etapa de mi vida.

A mis amigos y compañeros de Tesis:

-Gracias por compartir conmigo este reto (Alan Ruano y Oved Flores), este tiempo con ustedes ha sido bueno. A todos mis compañeros y amigos, en especial a Mónica Rivera por ser un soporte emocional y una compañía de inigualable valor, y Karla Romero por representar un ejemplo de superación, por brindarme tu compañía y apoyo siempre que lo he necesitado en este camino universitario y Luis García por ser un amigo y maestro a lo largo de la carrera, están en mi corazón y mi memoria. Les deseo éxitos en sus vidas.

A nuestro Asesor:

-Ing. Enrique Reyes, por su apoyo incondicional en nuestro trabajo y su capacidad para dirigir nuestras ideas. Su aporte ha sido invaluable, no solamente en el desarrollo de nuestro trabajo, sino también en nuestra formación como profesionales e investigadores, tiene nuestro agradecimiento total.

Dedico este triunfo obtenido a la memoria de mis abuelitos Mercedes Romero de Ochoa y Santiago Ochoa, de igual manera lo dedico a la memoria de mi tía Lorenza de Portillo.

GRACIAS TOTALES ALMA MATER.

López Romero Santiago Alfredo

AGRADECIMIENTOS

Vengo de un lugar en el que decían que triunfar era imposible... (Nach)

Al momento de iniciar esta redacción que simplemente es para cumplir protocolos porque pienso que los agradecimientos se hacen en persona y en vida, hay sentimientos encontrados y retrocedo en el tiempo para recordar momentos buenos y malos en todo el recorrido que duro esta gran batalla por ser Ingeniero Industrial, recuerdos los malos porque es de donde tomamos la lección de no volver a caer y ser mejores que ayer y mañana mejor que hoy.

No mencionare nombres porque sería injustos no mencionarlos a todos, le doy gracias a Dios por cumplir mi sueño de lograr próximamente un título profesional, pero hay un nombre que es inevitable que no lo mencione, sin esta persona no sería nada de lo que a día de hoy soy y he logrado, ella es mi querida madre **María Leticia Velásquez**, la culpable de que hoy este escribiendo estos agradecimientos, fue mi motor durante la carrera, mi fuente de inspiración no por lo que me ayudaba sino por ese espíritu luchador, emprendedor y visionario con el que cuenta. Siempre serás el espejo en el que me veré hasta el final de mi vida... *I LOVE YOU MY MOM*. También agradezco a mi padre, mis hermanos que siempre estuvieron ahí teniéndome paciencia y a una persona muy especial por sus constantes palabras motivadoras.

Gracias a totales a cada docente de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, especialmente a los de la Escuela de Ingeniería Industrial y a mi docente asesor.

Ruano Velásquez Alan Rinaldy

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	16
OBJETIVOS.....	17
ALCANCES Y LIMITACIONES.....	19
PARTE I: DIAGNOSTICO.....	20
CAPITULO I. GENERALIDADES DEL ESTUDIO	21
A. MARCO TEORICO.....	22
1. Planificación del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto.....	22
2. Desarrollo del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto	23
3. Contexto del Turismo.....	23
4. Sostenibilidad.....	24
B. MARCO CONTEXTUAL	24
1. Origen del teleférico y su aplicación turística.....	24
2. Turismo mundial referente a teleféricos.....	24
4. Antecedentes del uso de un teleférico como atractivo turístico en El Salvador.....	25
a. El Teleférico en El Salvador.....	25
5. Conceptos turísticos de referencia.....	25
C. MARCO LEGAL	26
1. Normas leyes y reglamentos de apoyo al sector turismo	26
2. Ejes estratégicos de la regulación y del apoyo al sector turismo en El Salvador	29
3. Entes normalizadores de El Salvador.....	30
CAPITULO II. SITUACIÓN ACTUAL DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR	32
A. SINTESIS HISTORICA DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR.....	33
B. ANÁLISIS INTERNO.....	33
1. Primera dimensión (Geográfica-Ambiental).....	33
2. Segunda dimensión (socioeconómica).....	35
3. Tercera dimensión (Política-Institucional).....	36
C. ANÁLISIS DE TURISMO ACTUAL.....	37
1. Análisis de la situación actual del AMSS	37
CAPITULO III. INVENTARIO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE SOYAPANGO Y DEL ÁREA METROPOLITANA	38
A. INVENTARIO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE SOYAPANGO.....	39
1. Metodología de investigación	39
2. Categorías de los recursos turísticos	39
3. Fuentes de información	40

4. Recopilación de información	40
5. Ubicación de los recursos turísticos a inventariar	42
6. Atractivos turísticos de Soyapango	43
7. Atractivos turísticos Teleférico Parte baja	45
8. Atractivos turísticos Teleférico Parte alta	48
9. Evaluación de los recursos	50
B. INVENTARIO TURISTICO DEL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR	54
1. Ubicación de los atractivos turísticos del AMSS	54
2. Criterios para la valoración de atractivos del AMSS	55
3. Valoración de sitios naturales del AMSS.....	56
4. Valoración de Patrimonio Culturales del AMSS	56
5. Valoración de Eventos Programados del AMSS.....	57
CAPITULO IV. INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURISTICOS PARA EL	
TELEFÉRICO.....	58
A. MERCADO CONSUMIDOR DEL TELEFÉRICO	59
1. Metodología de la investigación	59
2. Segmentación del mercado.....	61
4. Diseño del instrumento.....	63
5. Fichas técnicas	70
6. Tabulación y análisis de información segmento joven	71
8. Proyecciones de demanda	79
B. MERCADO COMPETIDOR DEL TELEFÉRICO.....	81
1. Antecedentes del mercado competidor.....	81
2. Metodología de la investigación	81
3. Diseño de la investigación del mercado competidor.....	82
4. Perfil de los competidores	83
5. Instrumentos de recolección de la información.....	84
6. Identificación de la competencia.....	86
7. Tabulación de investigación de campo y secundaria	87
C. MERCADO DISTRIBUIDOR DEL TELEFERICO.....	89
1. Objetivo mercado distribuidor	89
2. Metodología del estudio	89
2. Análisis de información	93
3. Proyecciones	94
4. Estrategias propuestas	96

D. INSTITUCIONES DE APOYO TURÍSTICO EN EL SALVADOR.....	97
1. Actividades de apoyo al Teleférico San Jacinto.....	97
CAPITULO V. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN EL	
ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR	98
A. ESQUEMA DE DIAGNOSTICO	99
1. Análisis del Área Metropolitana de San Salvador.....	100
a. Materia turística.....	100
b. Datos importantes sobre el desarrollo del AMSS	100
c. Principales actores del municipio.....	100
d. Análisis de la situación turística actual	101
2. Inventario turístico	101
a. Recursos turísticos del AMSS	102
3. Mercado consumidor.....	103
a. Perfil del turista Joven	104
b. Perfil del turista Familiar.....	104
4. Mercado competidor	104
5. Mercado distribuidor	105
6. Instituciones de apoyo y soporte	108
7. Análisis del Marco Legal	112
8. Principales hallazgos	112
B. METODOLOGÍA DEL MARCO LÓGICO.....	113
1. Análisis de involucrados	114
2. Árbol de Problemas	118
3. Descripción de las principales causas del problema	119
4. Planteamiento del problema	121
C. PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS.....	122
1. Identificación preliminar	123
D. METODOLOGÍA PARA MEDIR EL DESARROLLO TURISTICO DE AFLUENCIA A	
UN TELEFÉRICO	123
PARTE II: ETAPA DE DISEÑO DEL PROYECTO.....	124
CAPÍTULO VI. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO	125
A. DETALLES DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO	127
1. Gestión de la seguridad	127
2. Ingeniería del proyecto.....	127
3. Gestión de la calidad en el Teleférico	127
4. Plan de marketing para el Teleférico.....	127

5. Gestión de apoyo.....	127
6. Gestión administrativa-organizativa	127
7. Relación de las instituciones de apoyo.....	128
B. MATRIZ DE CONSISTENCIA	129
C. TIPO DE ADMINISTRACIÓN DEL TELEFÉRICO.....	131
D. BASE LEGAL	131
E. FIGURA LEGAL	131
F. PROPUESTA DE LOGO, ESLOGAN Y TIPOGRÁFICA DE MARCA	132
G. IMAGEN CORPORATIVA.....	132
H. PROPUESTA DE MARKETING PROMOCIONAL	133
1. Promoción valida únicamente para día de apertura.....	133
2. Promociones generales.....	134
I. SERVICIOS A OFRECER.....	134
CAPÍTULO VII. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL TELEFÉRICO ..	136
A. COMPONENTE INGENIERÍA DEL PROYECTO	138
1. Objetivo del componente ingeniería del proyecto.....	138
2. Ventaja competitiva de la localización del teleférico.....	138
3. Productos turísticos en el teleférico	143
a. Parte Alta.....	143
<i>a.1. Teleférico.....</i>	<i>143</i>
<i>a.2 Hotel de Montaña.....</i>	<i>143</i>
<i>a.3. Restaurante.....</i>	<i>144</i>
<i>a.4. Capacidad de carga</i>	<i>144</i>
<i>a.5. Distribución en planta Turística</i>	<i>147</i>
<i>a.6. Requerimientos y Especificaciones de los Recursos</i>	<i>149</i>
b. Parte Baja	154
<i>b.1 Áreas Recreativas.....</i>	<i>154</i>
<i>b.2. Skate Park.....</i>	<i>154</i>
<i>b.3. Tirolesa.....</i>	<i>155</i>
<i>b.4. Parque para Perros.....</i>	<i>155</i>
<i>b.5. Parque Acuático.....</i>	<i>156</i>
<i>b.6. Mirador</i>	<i>156</i>
<i>b.7. Capacidad de carga</i>	<i>157</i>
<i>b.9. Requerimientos y Especificaciones de los Recursos</i>	<i>170</i>
B. COMPONENTE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL TELEFÉRICO.....	171
1. Objetivo del componente gestión de la calidad del teleférico	171

2. Buenas prácticas de turismo	171
3. Plan de saneamiento ambiental	172
a. Manejo de Desechos Sólidos y Aguas Residuales	173
4. Diseño de procesos para la gestión de la calidad de los servicios turísticos	174
5. Herramientas de mejora de la calidad para el sector turismo	174
6. Normalización, auditoría y certificación de calidad.....	175
7. Diseño de indicadores de gestión de la calidad.....	175
8. Requerimientos y especificaciones de los recursos.....	176
C. COMPONENTE PLAN DE MARKETING PARA EL TELEFÉRICO	177
1. Objetivo del componente plan de marketing para el teleférico.....	177
2. Publicidad del teleférico en medios tradicionales y digitales.....	177
D. COMPONENTE GESTIÓN DE APOYO.....	178
1. Objetivo del componente Gestión De Apoyo.....	178
2. Búsqueda de fuentes de financiamiento para el teleférico	178
E. COMPONENTE GESTIÓN ORGANIZATIVA-ADMINISTRATIVA.....	179
1. Objetivo del componente gestión organizativa-administrativa	179
2. Diseño de la estructura organizativa	179
3. Propuesta de organigrama para el teleférico San Jacinto	180
4. Manual de organización y funciones.....	183
5. Requerimientos y especificaciones de los recursos.....	183
F. COMPONENTE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD OCUPACIONAL	184
1. Objetivo del componente gestión de la seguridad ocupacional.....	184
2. Elaboración de mapa de riesgo.....	184
3. Señalización de la planta turística	189
4. Documentación para el control de la seguridad de los turistas	200
5. Plan de seguridad y contingencia en el teleférico	200
a. Seguridad.....	200
b. Parqueo.....	201
c. Elementos de Primeros Auxilios	202
d. Seguridad Alimentaria.....	202
e. Ingreso al Teleférico.....	203
f. Servicios Sanitarios.....	204
g. Personal de Apoyo	206
h. Requerimientos y Especificaciones de los Recursos.....	206

G. EVALUACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL TELEFÉRICO	208
PARTE III: EVALUACIONES	211
CAPITULO VIII. EVALUACIONES DEL TELEFÉRICO SAN JACINTO.....	212
A. METODOLOGIA DE LA ETAPA DE EVALUACIONES DEL TELEFERICO SAN JACINTO.....	213
B. INVERSIÓN DEL TELEFERICO SAN JACINTO	214
1. Inversiones Fijas.....	214
a. Inversiones Fijas Tangibles	214
<i>a.1. Terreno</i>	<i>214</i>
<i>a.2. Obra Civil.....</i>	<i>214</i>
<i>a.3. Mobiliario y Equipo</i>	<i>214</i>
b. Inversiones Fijas Intangibles	215
<i>b.1. Investigación y estudios previos.....</i>	<i>215</i>
<i>b.2. Documentación del proyecto.....</i>	<i>216</i>
<i>b.3. Capacitaciones para colaboradores</i>	<i>216</i>
<i>b.4. Administración del proyecto.....</i>	<i>217</i>
<i>b.5. Publicidad y promoción</i>	<i>217</i>
<i>b.6. Registro de marca</i>	<i>219</i>
<i>b.7. Gastos legales.....</i>	<i>219</i>
<i>b.8. Resumen Inversión Intangible</i>	<i>219</i>
2. Capital de trabajo	220
a. Resumen de capital de trabajo	220
3. Monto de Riesgo	220
4. Monto total de la inversión.....	221
C. COSTOS DEL TELEFERICO SAN JACINTO	221
1. Clasificación de costos.....	222
2. Sistema de costeo a utilizar para el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto	222
3. Costos fijos.....	223
a. Costos de operación.....	223
5. Costos anuales proyectados.....	231
D. FINANCIAMIENTO DEL TELEFERICO SAN JACINTO	231
E. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	233
1. Análisis del mercado consumidor	233
2. Análisis del mercado competidor	235
3. Precios de venta para el Teleférico San Jacinto	236

F. INGRESOS Y EGRESOS DEL TELEFERICO SAN JACINTO	237
1. Ingresos proyectados para el teleférico San Jacinto	237
2. Egresos del año 1	241
3. Egresos del Horizonte del Proyecto	242
G. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	243
H. DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE SEGURIDAD.....	244
I. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	245
1. Estado de resultados proforma	246
2. Estado de flujo de efectivo	248
3. Balance general	250
J. EVALUACIONES DEL TELEFERICO SAN JACINTO	252
1. Evaluación económica.....	252
a. Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)	252
b. Valor Actual Neto (VAN)	253
c. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	253
d. Relación beneficio costo	254
c. Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI)	254
2. Evaluación financiera.....	255
a. Ratios de actividad	256
b. Ratios de rentabilidad.....	256
c. Ratios de Solidez y Solvencia	257
3. Análisis de sensibilidad.....	259
a. Escenario 1: Ventas disminuyen 40%	260
b. Escenario 2: Ventas aumentan 20%	261
4. Evaluación socio-económica.....	262
a. Geografía.....	262
b. Recursos naturales.....	262
c. Variables demográficas	263
5. Evaluación ambiental	265
a. Objetivos	266
b. Legislación	266
c. Identificación de impactos ambientales del Teleférico San Jacinto	266
d. Metodología	266
e. Evaluación de los impactos ambientales	268
f. Mitigación de los impactos negativos.....	272

g. Sostenibilidad ambiental	273
6. Evaluación de género	274
a. Generalidades	274
b. Políticas PÚBLICAS de Género en El Salvador.....	275
c. Normativa Nacional para la Igualdad de Género	275
d. Beneficios de la evaluación de género	275
CAPITULO IX. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO	276
A. PLANIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN O IMPLANTACIÓN.....	277
1. Objetivo.....	277
a. Objetivos específicos.....	277
2. Metodología	278
B. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO EDT	278
1. Diccionario EDT	279
a. Obra civil:.....	279
b. Cotización:	279
c. Aspectos legales	280
d. Coordinación	280
e. Cierre	280
2. Descripción de los entregables.....	281
a. Descripción de actividades por paquete	281
3. Duración del proyecto	284
a. Dependencia de las actividades	285
b. Red del proyecto.....	286
4. Organización para la implementación.....	287
a. Organización.....	287
b. Estructura organizativa funcional del proyecto.....	287
5. Presupuesto de la administración del proyecto	288
a. Depreciación de equipo	288
b. Servicios.....	289
c. Salarios	289
d. Resumen de costos para la administración del proyecto	289
CONCLUSIONES.....	290
RECOMENDACIONES.....	292
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	293
GLOSARIO	295

APÉNDICE	296
Apéndice 1:	296
Apéndice 2	303
ANEXOS	307

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Foto original del parque del teleférico en funcionamiento.....	25
Ilustración 2 Políticas de turismo sostenible en El Salvador	26
Ilustración 3 Esquema de ejes del turismo y desarrollo local	29
Ilustración 4 Municipios del AMSS	33
Ilustración 5 Unidades económicas y personal ocupado en el AMSS	35
Ilustración 6 (Continuación) Unidades económicas y personal ocupado en el AMSS	35
Ilustración 7 Metodología para la investigación de inventario turístico	39
Ilustración 8 Ubicación de los recursos turísticos.	42
Ilustración 9 Recurso turístico Paseo Venecia	43
Ilustración 10 Teleférico San Jacinto parte baja	46
Ilustración 11 Teleférico San Jacinto parte alta	48
Ilustración 12 visita al parque del teleférico	71
Ilustración 13 miembro del equipo de trabajo en instalaciones del parque del teleférico	72
Ilustración 14 visita a parque teleférico	72
Ilustración 15 Encuestas en el parque Bicentenario	73
Ilustración 16 visita al mirador de las cien gradas	73
Ilustración 17 miembro del equipo de trabajo encuestando en Santa Ana	73
Ilustración 18 Miembros del equipo de trabajo encuestando en el complejo Albania en Apaneca	74
Ilustración 19 Visita para entrevista y encuestas en lago de Coatepeque, en uno de los restaurantes que prestan sus servicios en dicha locación	75
Ilustración 20 Vistas desde la instalación del ex teleférico y su estructura	75
Ilustración 21 acompañamiento por parte de agentes del CAM de la alcaldía municipal de Soyapango	76
Ilustración 22 Representación gráfica de la demanda turística en crecimiento post covid-19 (2023-2027)	80
Ilustración 23 Metodología del estudio mercado distribuidor	90
Ilustración 24 Esquema de tipos de canales turísticos	91
Ilustración 25 Operador turístico contactado en Parque el boquerón	92
Ilustración 26 Estrategias propuestas del mercado distribuidor	96
Ilustración 27 Esquema de conceptualización del diseño	126
Ilustración 28 Relación entre instituciones de apoyo	128
Ilustración 29 Propuesta de logo, eslogan y tipográfica de marca	132

Ilustración 30 Propuesta de Imagen promocional del teleférico San Jacinto	133
Ilustración 31 Conceptualización del diseño	137
Ilustración 32 Fotografía del Reino del pájaro y la nube, el teleférico antes de su último cierre	143
Ilustración 33 esquema teleférico moderno	143
Ilustración 34 Edificio de hotel	143
Ilustración 35 Restaurante de montaña	144
Ilustración 36 Distribución en planta de parte alta teleférico	148
Ilustración 37 Área de juegos para niños	154
Ilustración 38 Área de skate park	154
Ilustración 39 Tirolesa	155
Ilustración 40 Parque para perros	155
Ilustración 41 Representación de posible distribución de espacio para mascotas	155
Ilustración 42 Parque acuático	156
Ilustración 43 Conceptos de visualización del mirador	156
Ilustración 44 Vista original del teleférico San Jacinto, posee vista panorámica al lago de Ilopango y a la ciudad	157
Ilustración 45 área de la cancha multiuso	160
Ilustración 46 área del parque acuático	161
Ilustración 47 área del salto en tirolesa	161
Ilustración 48 área de estacionamientos	162
Ilustración 49 Área peatonal construida 1	163
Ilustración 50 Área peatonal construida 2	163
Ilustración 51 Matriz de relaciones de áreas	165
Ilustración 52 Primera aproximación del diagrama de bloques	167
Ilustración 53 Diagrama de bloques definitivo	168
Ilustración 54 Distribución en planta Teleférico parte baja	169
Ilustración 55 Uso general del agua	172
Ilustración 56 El agua potable escasea	172
Ilustración 57 Esquema de planta para tratamiento de aguas residuales	174
Ilustración 58 Detalle de los indicadores	175
Ilustración 59 Publicidad Tradicional y Digital	177
Ilustración 60 Publicidad Tradicional	178
Ilustración 61 Ejemplo de un Organigrama	180
Ilustración 62 Organización con tramos de control amplios	180
Ilustración 63 Organización con tramos de control estrecho	181
Ilustración 64 Ejemplo de Organigrama de economía mixta	181
Ilustración 65 Organigrama propuesto para el Teleférico San Jacinto	182
Ilustración 66 Ejemplo de matriz de priorización	187
Ilustración 67 Señal Dinámica Desvío al Teleférico	190
Ilustración 68 Señales para Carretera	191
Ilustración 69 Señal Informativa de entrada al Teleférico	192
Ilustración 70 Mesa Interpretativa	193

Ilustración 71 Mesa Panorámica	194
Ilustración 72 Pie Interpretativo	195
Ilustración 73 Pictogramas Atractivos Naturales	196
Ilustración 74 Pictogramas de actividades turísticas	197
Ilustración 75 Pictogramas de servicios de apoyo	197
Ilustración 76 Pictogramas de restricción	198
Ilustración 77 Propuesta de señalización para Actividades turísticas	199
Ilustración 78 Cuerpos de seguridad al interior del teleférico	201
Ilustración 79 Diseño de parqueo para el proyecto del teleférico San Jacinto	201
Ilustración 80 Vista superior de sección del plano del parqueo del teleférico San Jacinto	202
Ilustración 81 Entrada principal al teleférico	203
Ilustración 82 Equipo de seguridad personal para el personal y para los usuarios en acceso al teleférico	204
Ilustración 83 Esquema de planta industrial de tratamiento de aguas residuales	204
Ilustración 84 Equipo a utilizar en el área de servicios sanitarios	205
Ilustración 85 Indicador Me gusta	209
Ilustración 86 Indicador Alcance de publicación	210
Ilustración 87 Indicador de visitas en Facebook	210
Ilustración 88 Esquema de inversión para proyecto	213
Ilustración 89 Elementos de inversión intangible	215
Ilustración 90 Desglose de costos	222
Ilustración 91 Tasas de interés y cargos financieros vigentes	231
Ilustración 92 Financiación al sector privado	233
Ilustración 93 Censo poblacional 2007 (DIGESTYC)	263
Ilustración 94 Mitología de Evaluación de Impacto Ambiental	267
Ilustración 95 EDT	278
Ilustración 96 Diagrama de Red del Proyecto	286
Ilustración 97 Estructura organizativa para la administración de proyectos	288
Ilustración 98 Equipo de trabajo en parque del teleférico	307

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Corrientes de planeación en uso	22
Tabla 2 Clasificación de los turistas.....	23
Tabla 3 Composición de la ley de turismo de El Salvador.....	26
Tabla 4 Política Nacional de Turismo, Ejes y Objetivos.....	28
Tabla 5 Entes normalizadores de El Salvador.....	31
Tabla 6 Boulevard del Ejército – Actividad del Transporte Colectivo por Tramos	34
Tabla 7. Ficha para la recolección de información	41
Tabla 8. Atractivos turísticos Plaza Venecia.....	44
Tabla 9. Atractivos Teleférico Parte Baja.....	47
Tabla 10. Atractivos Teleférico Parte Alta.....	50
Tabla 11. Evaluación de recursos.....	50
Tabla 12. Descripción de criterios de selección.....	51
Tabla 13. Propuestas de atractivos más representativos	53
Tabla 14 Resumen de Inventario de Recursos turísticos	54
Tabla 15 Valoración de Atractivos Naturales del AMSS.....	56
Tabla 16 Valoración de atractivos de Patrimonio Cultural	56
Tabla 17 Valoración de eventos programados del AMSS	57
Tabla 18 Metodología general	60
Tabla 19 Tipos de segmentación utilizados para el ratio joven de población.....	61
Tabla 20 Descripción de los elementos que componen la fórmula de la muestra.....	62
Tabla 21 resultado según proyecciones para segmento familiar.....	62
Tabla 22 Codificación de preguntas destinadas al segmento juvenil.....	69
Tabla 23 Elaboración propia; Ficha técnica del instrumento segmento juvenil	71
Tabla 24 Distribución de la demanda para realizar los cálculos	79
Tabla 25 Distribución promedio por día.....	79
Tabla 26 Diseño de la investigación del mercado competidor.....	82
Tabla 27 Perfil del competidor directo.....	83
Tabla 28 Perfil del competidor indirecto.....	84
Tabla 29 Perfil del competidor sustituto	84
Tabla 30 Ficha para mercado competidor	85
Tabla 31 Sitios turísticos seleccionados para el estudio	86
Tabla 32 Ficha Técnica para el Competidor Directo	87
Tabla 33 Información de Café Albania	87
Tabla 34 Ficha de Café Albania	88
Tabla 35 Ficha técnica para competidor indirecto.....	89
Tabla 36 Formulario para definir operadoras Turísticas favorables al proyecto.....	92
Tabla 37 Criterios de selección mercado distribuidor	93
Tabla 38 Porcentajes de criterios mercado distribuidor	93
Tabla 39 Factores de calificación	94
Tabla 40 Calificación de tours operadoras	94
Tabla 41. Actividades y Organizaciones de Apoyo.....	97
Tabla 42 Recursos Turísticos en Soyapango.....	103

Tabla 43 Diagnostico del mercado competidor	105
Tabla 44 Resultados del mercado competidor	105
Tabla 45 Criterios que deberían tomarse para seleccionar una tour operadora	106
Tabla 46 Tour operadores que fueron evaluados como posibles distribuidores	108
Tabla 47 Instituciones de apoyo	111
Tabla 48 Actividades de soporte de las instituciones de apoyo en el Teleférico San Jacinto	112
Tabla 49 Matriz de Involucrados	117
Tabla 50 Descripción de las causas del problema	120
Tabla 51 Priorización de problemas	122
Tabla 52 Matriz de consistencia	130
Tabla 53 Ley especial de asocio público privado	131
Tabla 54 Valores y atributos del municipio en el cual se localiza el proyecto, objetivo determinar sus ventajas competitivas	141
Tabla 55 Ponderación de factores	141
Tabla 56 Calificación de factores	142
Tabla 57 Aprovechamiento de la prestación del teleférico	144
Tabla 58 Aprovechamiento del servicio de hotel	145
Tabla 59 Conceptualización del servicio Hotel	147
Tabla 60 Elementos del teleférico	147
Tabla 61 Velocidad de transporte	149
Tabla 62 Componentes de un teleférico	153
Tabla 63 Aprovechamiento del servicio de parque para perros	159
Tabla 64 Elementos del área de la cancha multiuso	160
Tabla 65 elementos del parque acuático	161
Tabla 66 elementos del salto en tirolesa	162
Tabla 67 Resumen de áreas de la parte baja del teleférico	164
Tabla 68 Cálculo de porcentaje de obra civil	164
Tabla 69 Valor de proximidad	164
Tabla 70 Motivos de relación	165
Tabla 71 Equipo e insumos para juegos deportivos	170
Tabla 72 Equipo e insumo para juegos recreativos	170
Tabla 73 Equipo para gimnasio al aire libre	170
Tabla 74 Especificación técnica de equipo para gimnasio al aire libre	170
Tabla 75 Requerimiento para skatepark	171
Tabla 76 Equipo para tirolesa	171
Tabla 77 Las técnicas y herramientas más usadas y efectivas	175
Tabla 78 Requerimientos del área general de servicio sanitarios	206
Tabla 79 Área de aseo del personal	207
Tabla 80 Detalles de la Inversión en Terrenos	214
Tabla 81 Costos de investigación y estudios previos	216
Tabla 82 Costos de documentación del proyecto	216
Tabla 83 Costo de capacitaciones colaboradores	217

Tabla 84 Costos de la administración del proyecto	217
Tabla 85 Costos de publicidad y promoción	218
Tabla 86 Costos de medios de promoción en tv	218
Tabla 87 Resumen de costos indirectos Publicidad y promoción	218
Tabla 88 Gastos por registro de marca	219
Tabla 89 Gastos legales	219
Tabla 90 Resumen de costos de inversión intangible	220
Tabla 91 Resumen de costos para capital de trabajo	220
Tabla 92 Costos Variables Totales en Infraestructura Turística	223
Tabla 93 Consolidado Costos Totales de Infraestructura Turística	223
Tabla 94 Participación de absorción de costos por bloque de prestaciones en los primeros 5 años del proyecto	224
Tabla 95 Porcentaje de Participación de Costos	224
Tabla 96 Costos Globales Operativos Parte Baja del Teleférico	225
Tabla 97 Costos Globales de Comercialización Parte Baja del Teleférico	226
Tabla 98 Costos Globales Financieros Parte Baja del Teleférico	227
Tabla 99 Costos Globales Operativos Parte Alta del Teleférico	228
Tabla 100 Costos Globales Administrativos Parte Alta del Teleférico	229
Tabla 101 Resumen de Costos Globales (Circuito Parte Baja)	230
Tabla 102 Resumen de Costos Globales (Circuito Parte Alta)	230
Tabla 103 Costos Totales Proyectados	231
Tabla 104 Precio de venta de los competidores	236
Tabla 105 Precio de venta de servicios turísticos para el Teleférico San Jacinto	236
Tabla 106 proyección de ingresos por entradas	237
Tabla 107 proyección de ingresos por estacionamiento	238
Tabla 108 proyección de ingresos por uso de tirolesa	238
Tabla 109 proyección de ingresos por uso del parque acuático	239
Tabla 110 proyección de ingresos por uso del teleférico	239
Tabla 111 proyección de ingresos por alquiler del hotel	239
Tabla 112 proyección anual de ingresos al teleférico San Jacinto	241
Tabla 113 costos del teleférico San Jacinto año 1	242
Tabla 114 costos anuales proyectados	242
Tabla 115 Punto de equilibrio por servicio	243
Tabla 116 Estado de resultados año 1 de operación	246
Tabla 117 estado de resultados horizonte	247
Tabla 118 flujo de efectivo año 1 de operación	248
Tabla 119 flujo de efectivo horizonte del teleférico San Jacinto	249
Tabla 120 balance general consolidado para 8 años del teleférico San Jacinto	251
Tabla 121 van obtenida mediante hojas de Excel	253
Tabla 122 TIR obtenida con hojas de cálculo de Excel	253
Tabla 123 Tiempo de recuperación de la inversión	255
Tabla 124 Identificación de impactos ambientales. Etapa de construcción	268
Tabla 125 Identificación de impactos ambientales. Etapa de operación	268

Tabla 126 Gravedad del Impacto Ambiental (G)	270
Tabla 127 Actividades por paquete Obra civil	281
Tabla 128 Actividades por paquete Cotización	282
Tabla 129 Actividades por paquete Aspectos legales	283
Tabla 130 Actividades por paquete de Coordinación	283
Tabla 131 Actividades por paquete Cierre	284
Tabla 132 Duración del proyecto	285
Tabla 133 Precedencia de actividades	285
Tabla 134 Depreciación de equipo para administración de proyecto	288
Tabla 135 Gastos por servicios necesarios para la ADP	289
Tabla 136 Descripción salarial	289
Tabla 137 Resumen de costos de la ADP	289
Tabla 138 Elementos para el mantenimiento del parque acuático	303
Tabla 139 Elementos para el hotel	304
Tabla 140 Elementos de uso común en el parque	305
Tabla 141 Salarios de personal para el primer mes	306

INTRODUCCIÓN

El teleférico de Soyapango fue un símbolo a nivel nacional en su momento, que incluso hubo quienes le denominaron el DisneyLandia nacional y es que quienes tuvieron la oportunidad de hacer uso de las instalaciones relatan el buen ambiente que se vivía en aquellos años en el que el país no pasaba por un buen momento.

Esos buenos momentos parece que están a punto de volver con la reactivación de lo que un día fue el “Reino del pájaro y la nube” como se le denominó en aquella época al teleférico en el municipio de Soyapango, esta vez se intentara que se quede operando para siempre razón por la cual el nuevo concepto genera muchas expectativas entre la población e inversionistas.

El presente trabajo de grado consiste en el desarrollo de un estudio que determine la factibilidad del proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto, que contiene la recuperación y creación de un parque temático moderno y un muy atractivo hotel y restaurante de montaña conectados mediante un teleférico; que tenga un impacto positivo en la población y lo vean como una vía de escape al continuo asedio de los centros comerciales. El proyecto tiene una duración de un año y medio en su primera fase, parque temático, y aproximadamente 3 años en su segunda fase, creación del teleférico y hotel de montaña.

La importancia de la reactivación del teleférico San Jacinto se hace debido a la necesidad que, en el municipio de Soyapango, y en general en el área metropolitana de San Salvador, no existe un lugar de sano esparcimiento para grandes y chicos que garantice la seguridad y diversión. Una zona industrializada que ha ganado terreno por años y un nuevo se suma, la expansión de los centros comerciales deja sin una ruta turística en contacto con la naturaleza a los visitantes del municipio, los problemas sociales aumentan, y los lugares de prevención parecen desaparecer. Estos hechos justifican la decisión de la alcaldía de Soyapango de optar por reactivar el teleférico y darle un nuevo aire a la zona, aires de cambio. Desde el punto de vista económico también representa ingresos para la municipalidad y el área aledaña.

Se desarrolla el trabajo de grado abarcando la importancia de realizar proyectos enfocados al servicio del desarrollo económico y social sostenibles. Que no generen impactos negativos en el medio ambiente. Que sumen progreso y fomenten el desarrollo en general. En la presente etapa de diseño, se conocerán los elementos clave que integran los componentes de diseño de proyecto del teleférico. Con el objetivo de dejar claro que será necesario costear y posteriormente evaluar su desempeño. Ello se pretende lograr con el uso adecuado de las herramientas que la ingeniería industrial en general ofrece para la resolución de problemas.

En el ámbito productivo nacional, el sector turístico se ha consolidado como un motor clave para el desarrollo económico del país, el turismo dinamiza la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, a las empresas y al país. El turismo interno también es representativo, aportando cifras favorables en el sector, lo cual contribuye a la generación del empleo –directo e indirecto- y al desarrollo de regiones que atraen menos visitantes internacionales. Esta industria promueve el desarrollo local y regional, aportando herramientas para enfrentar desafíos en temas de competitividad y sostenibilidad. Las áreas

OBJETIVOS

Objetivos General

Realizar un estudio de factibilidad para la reactivación del Teleférico San Jacinto con fines turísticos y generar un crecimiento socioeconómico a través de la creación de fuentes de ingresos directos e indirectos en el área del Gran San Salvador.

Objetivos Específicos

- Establecer estrategias que permitan posicionar las prestaciones ofrecidas por el teleférico en Soyapango, para su diferenciación de los demás servicios ofrecidos en la zona metropolitana de El Salvador.
- Conocer los principales medios de abastecimiento para mantener en funcionamiento los servicios ofrecidos por el teleférico en apoyo con las instituciones de soporte.
- Recolectar la información acerca de las preferencias, hábitos, capacidad de adquisición, entre otros aspectos importantes del mercado objetivo para la identificación de exigencias y expectativas de los futuros consumidores.
- Determinar algunos parámetros e indicadores para la medición de niveles de consumo.
- Implementar métodos que permitan el manejo eficiente de los recursos turísticos con los que cuenta el teleférico para rentabilizar el proyecto una vez se ejecute su puesta en marcha.
- Conocer mediante técnicas de recolección de información de mercado consumidor, como lo son las encuestas, los gustos y preferencias del consumidor para generar adecuadas estrategias de acción.
- Generar una proyección a mediano plazo sobre proyecciones de servicios a ofrecer mediante el desarrollo de un adecuado estudio del mercado consumidor.
- Investigar la competencia directa e indirecta con el fin de conocer la oferta existente y potencial.
- Conocer las estrategias y ventajas competitivas de las que dispone la competencia del proyecto del teleférico, mediante un estudio basado en el análisis del mercado competidor.
- Definir el tamaño óptimo de los servicios prestados por el teleférico que servirá de base para el desarrollo de la ingeniería del proyecto.
- Analizar diferentes ubicaciones del proyecto a nivel de macro y micro localización con el objetivo de identificar los beneficios y desventajas de las mismas, y en particular de la ubicación determinada por la contraparte en relación con las demás.
- Obtener el tamaño óptimo de las distintas áreas de servicios del teleférico para su adecuado funcionamiento.
- Elaborar una propuesta de diseño para la prestación de los servicios con el objetivo de que se adapte a los gustos de los usuarios, así como las ideas y posibilidades de la contraparte.
- Gestionar adecuadamente las normas necesarias comprendidas en las buenas prácticas, para un óptimo desempeño de la calidad en las prestaciones a ofrecer por el proyecto.

- Diseñar un plan de marketing para potenciar la oferta turística ofrecida por el proyecto del teleférico.
- Establecer los requerimientos necesarios por cada componente del diseño, necesario para el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto.
- Determinar el nivel de apoyo requerido para la adecuada gestión del capital humano comprendido en un adecuado programa de capacitaciones.
- Determinar un óptimo esquema jerárquico que comprenda la estructura organizativa del proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto.
- Desarrollar un óptimo plan de seguridad y contingencia en el teleférico para el componente de gestión de la seguridad ocupacional que comprende el proyecto del teleférico.
- Describir los distintos servicios con los cuales contara el parque del teleférico para determinar sus requerimientos operativos de personal, materias primas, equipo e infraestructura general necesarios para la construcción y operación del teleférico que servirán para determinar el monto de la inversión del proyecto.
- Dimensión de impacto y gestión acorde a lo ocurrido con la pandemia del COVID-19 en el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto considerándolo en la gestión de seguridad ocupacional y desarrollando un plan de contingencia acorde.
- Identificar todos los actores presentes en la gestión y participación en el proyecto que garanticen su ejecución y retorno de inversión.
- Determinar la factibilidad del proyecto por medio de una evaluación financiera y análisis de riesgo bajo los valores de: VAN, TIR, costo beneficio (C/B), para la toma decisiones.
- Realizar una evaluación económico-financiera que determine los presupuestos de inversión, costos, gastos y utilidades a generar con la reactivación del teleférico.
- Elaborar el presupuesto de ingresos y egresos para los primeros cinco años de operación del proyecto que sirva de base para elaborar los estados financieros proforma.
- Elaborar los estados financieros proforma para los primeros cinco años de operación del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto para visualizar la proyección del comportamiento financiero.
- Realizar una evaluación de género que permita destacar la contribución que tiene el proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto, en la generación equitativa de oportunidades para el talento humano en igualdad de género.
- Elaborar la administración del proyecto para llevar a cabo la ejecución del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto considerando su impacto a nivel nacional.
- Evaluar el impacto en el desarrollo social como uno de los principales actores en la importancia de la reactivación del teleférico San Jacinto en su entorno inmediato (Soyapango) y sus alrededores (Área del gran San Salvador).
- Evaluar el impacto ambiental generado con la reactivación del ex teleférico en el municipio de Soyapango.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Alcances

- En esta etapa, del trabajo de grado, el objeto de estudio es la reactivación del teleférico en el municipio de Soyapango que consta de un parque temático en contacto con la naturaleza y un hotel y restaurante de montaña conectados por un teleférico.
- El sujeto de estudio es toda la población sin importar género, edad y condición económica.
- El trabajo de grado tiene su alcance dentro de la república de El Salvador donde se desarrollarán las actividades necesarias para las distintas evaluaciones económicas, financieras, de género ambiental y social.
- El trabajo de grado en su presente etapa de evaluaciones para el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto, abordará todo el complejo que lo constituirá, es decir la parte baja administrada por la alcaldía con una dimensión de 7 manzanas y la parte alta del cerro que comprende 20 manzanas de terreno.
- El tiempo comprendido para el estudio es de nueve meses iniciando en febrero y finalizando en octubre del año 2020 como proyección máxima estimada de tiempo.
- Se espera obtener la distribución en planta de los servicios de la parte baja y alta del Teleférico San Jacinto.
- Se identificarán los requerimientos de los recursos para todos los componentes del Teleférico San Jacinto.

Limitaciones

- La inseguridad y restricciones producto de la pandemia causada por el virus denominado COVID-19 restringe las visitas al lugar de interés por nuestros propios medios y esto hace que la información recolectada sea reducida.
- Acceso limitado a toda la información que comprende el desarrollo del proyecto por parte de la contraparte.
- Antecedentes para conocer el funcionamiento, logística y demanda debido a que es un proyecto único y que clausuro hace casi dos décadas.
- La falta de información sobre el funcionamiento de teleféricos a nivel nacional, dado que no existe ningún proyecto en el país con este tipo de servicios el cual se pueda tomar como referencia para el estudio.
- La limitada información estadística específica sobre el ingreso y el uso de instalaciones y los servicios prestados tanto a los turistas extranjeros como nacionales.
- Recolección pobre de información con respecto a la dimensión de los espacios turísticos dentro del Teleférico a causa de la pandemia Covid-19.
- El estudio no abarca las fases de implementación y evaluación de las estrategias.
- El estudio del teleférico se limita a un medio de transporte con fines turísticos.

PARTE I: DIAGNOSTICO

CAPITULO I. GENERALIDADES DEL ESTUDIO

A. MARCO TEORICO

1. Planificación del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto

La planificación del proyecto consiste en la adecuada gestión de un plan. El cual trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, la planificación del proyecto también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

presenta una tabla comparativa de las corrientes de planeación a ser utilizadas.

Administrativa	Corriente de sistemas	Del cambio/del desarrollo	Prospectiva o de innovación
*Preparar provisiones para el futuro *Definición de metas y selección de medios.	*Previsión y acción *Solución de problemas complejos *Definición de metas, selección de medios y ejecución.	*Selección de alternativas y definición. *Forma de orientación del cambio *Definición de objetivos y metas	*Generación del futuro que se desea *Invención del futuro *Definición de objetivos y metas
*Diagnóstico del problema *Definición de soluciones optativas *Pronósticos de resultados *Elección del cambio a seguir	*Definición del problema *Análisis del sistema *Conceptualización del problema y diseño de planes *Evaluación de planes *Especificación del plan escogido Implementación *Realimentación	*Diagnostico *Programación *Discusión/decisión *Formulación de alternativas *Ejecución *Evaluación	*Imagen objetivo o futuro deseable *Elementos de resistencia *Elementos de apoyo *Cursos de acción a seguir y estrategias *Decisiones sobre recursos *Articulación de compromisos
*Separar la elaboración de planes de su ejecución *Actividad interdisciplinaria *Responsabilidad del gerente o ejecutivo.	*Integra la elaboración y ejecución de planes *Actividad interdisciplinaria *Responsabilidad de un equipo técnico.	*Integra la elaboración y ejecución de planes *Actividad interdisciplinaria *Responsabilidad compartida (método participativo).	*Integra la elaboración y ejecución de planes *Actividad interdisciplinaria *Responsabilidad compartida (método participativo).

Tabla 1 Corrientes de planeación en uso

2. Desarrollo del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto

Desarrollo significa crecimiento, aumento, reforzamiento, progreso, desenvolvimiento o evolución de algo. Designa la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. El concepto de desarrollo hace referencia a un proceso en desenvolvimiento, sea que se trate de un asunto de orden físico, moral o intelectual, por lo cual puede aplicar a una tarea, una persona, una sociedad, un país o cualquier otra cosa.

Ahora bien, el *plan de desarrollo* es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. En materia de turismo corresponde hablar de un plan de desarrollo cuando se utilizan de manera idónea los recursos disponibles para la fomentación, expansión y promoción de los espacios y recursos disponibles.

3. Contexto del Turismo

La palabra turismo —según la OMT Organización Mundial del Turismo— comprende «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros».12 Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas. Los turistas y excursionistas forman el total de visitantes.

Segmentos Turísticos

Existen diferentes clasificaciones de turismo, las cuales nacen de las experiencias que los turistas desean vivir y experimentar. Cada tipo de turismo es una manera de darle una denominación a un nuevo nicho que comercializa una experiencia distinta.

Tipos de turistas

El turista generalmente puede ser clasificado según su lugar de procedencia, a continuación, se presenta una descripción de ellos.

Tipos de turista	Descripción
Turista nacional	Éste se caracteriza por residir en el país de nacimiento solamente que en otro estado o departamento y que se dedica a conocer todos los atractivos turísticos que le puede brindar su país.
Turista extranjero	Éste tipo de turista se caracteriza como la palabra lo dice, por visitar un país que no es su país de procedencia, y que se dedican a conocer destinos turísticos alrededor del mundo.
Turista local	Éstos son turistas nacionales, con la diferencia que viven en una ciudad determinada y se dedica a conocer los atractivos turísticos que esa misma zona le ofrece.

Tabla 2 Clasificación de los turistas

4. Sostenibilidad

Se espera concebir un desarrollo sostenible, de la mano con las evaluaciones económicas y ambientales se pretende que el proyecto de reactivación del Ex-teleférico San Jacinto sea autosustentable contemplando un crecimiento que se consiga sin injerencia del exterior. Más allá de sus funciones particulares, en síntesis, se evalúa la política, plan o programa y se comparan y evalúan las opciones de alternativas y se proponen directrices de planificación, gestión y monitoreo que integran de forma efectiva la dimensión ambiental en el diseño de la política, plan o programa.

B. MARCO CONTEXTUAL

1. Origen del teleférico y su aplicación turística

¿Qué es un teleférico?

Un teleférico consta de una estación de salida y otra de llegada, entre las que a veces hay otra estación intermedia. De una estación a la otra hay los siguientes cables:

- El cable portante, que sostiene el peso de la cabina y que debe ser no sólo potente, sino sin juntas, es decir, de una sola pieza
- El cable movable, que está enganchado a la cabina y la arrastra
- El cable de freno, que aguanta la cabina en caso de que el cable movable se rompa
- El cable de socorro, que, en dicha circunstancia de ruptura, lleva la cabina hasta la estación.

¿Cómo funciona un teleférico?

Cabinas suspendidas de cables aéreos con poleas que permiten circular suavemente. El motor, panel de control y sus frenos de servicio son externos a la cabina y se operan desde la estación. Una estación de salida y una de llegada entre las que puede haber varias estaciones intermedias caracterizan a esta forma de transporte.

2. Turismo mundial referente a teleféricos

A nivel mundial el teleférico es visualizado como un símbolo de un atractivo turístico presente o una zona desarrollada o que posee una geografía inhóspita o peculiar, que resulta más viable con un método de transporte más por aire que por tierra (entiéndase aire a cableado por aire), por consiguiente, un teleférico por si solo se puede volver un fuerte atractivo turístico por su estructura fácilmente destacable del resto y las hermosas vistas que dicho transporte puede ofrecer. A veces, el terreno u orografía del paisaje es tan complicado que resulta imposible pasar de un lugar a otro, esto hasta la invención del teleférico realizando su transporte en cabinas suspendidas en cables. Gracias al ingeniero y matemático español Leonardo Torres Quevedo, inventor del teleférico, en la actualidad podemos disfrutar de este asombroso sistema de transporte. La puesta en marcha del primer traspordador de Torres Quevedo, a principios del siglo XX en San Sebastián, derivó posteriormente en el perfeccionamiento de un sistema de transporte eficaz que permite salvar obstáculos geográficos.

4. Antecedentes del uso de un teleférico como atractivo turístico en El Salvador

a. El Teleférico en El Salvador

Todo un símbolo en la infancia de muchos y ¿quién no escucho aquella frase del reino del pájaro y la nube? el teleférico San Jacinto, fue un hermoso parque temático de diversiones, todo un Disneylandia en nuestro país, con vistas impresionantes y una gran variedad de juegos por todo el parque.



Ilustración 1 Foto original del parque del teleférico en funcionamiento

Su acceso principal, aunque no el único, era por ciudad Credisa en Soyapango,

La ciudad de San Salvador, San Marcos, Soyapango, en verdad en sus miradores divisabas gran extensión de territorio. Los terremotos del año 2001 terminaron dañando la estructura y el parque tuvo que cerrar, acusado también por las deudas financieras, termina embargado y así termina en abandono total.

5. Conceptos turísticos de referencia

Inventario turístico: Es un proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven de base para elaborar productos turísticos para una región.

Recursos turísticos: Son aquellas posesiones que tiene una población para utilizarlo de la mejor manera y poder ofrecer un producto turístico, poseen características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación histórico-cultural.

Es necesario establecer una diferencia entre:

- **Recurso:** Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.
- **Atractivo turístico:** Es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda.

C. MARCO LEGAL

1. Normas leyes y reglamentos de apoyo al sector turismo



Ilustración 2 Políticas de turismo sostenible en El Salvador

Ley de Turismo:

CAPÍTULOS DE COMPOSICIÓN DE LA LEY DE TURISMO	ARTÍCULOS
Capítulo I: Objeto y definiciones	Art. 1 a art 3
Capítulo II :Competencias en materia de turismo	Art. 4 a art 8
Capítulo III Del registro nacional de turismo	Art. 9
Capítulo IV De las obligaciones de las personas inscritas en el registro	Art. 10 a art. 15
Capítulo V De los ingresos para la promoción turística	Art.16 a art. 19
Capítulo VI Fomento a la industria turística	Art.20 y art. 21
Sección A De los Beneficios e Incentivos	
Sección B Condiciones y Regulaciones para el otorgamiento de los Incentivos	Art.22 a art. 24
Capítulo VII De las infracciones y sanciones	Art.25 y art. 28
Capítulo VIII Procedimiento sancionador	Art. 29 a art.35
Capítulo IX Disposiciones transitorias	Art. 36 y art. 37
Capítulo X Disposiciones finales, derogatorias y vigencia	Art. 38 a art. 41

Tabla 3 Composición de la ley de turismo de El Salvador

Fuente: Ley de turismo

Política Nacional de Turismo

EJE	OBJETIVO	
1	Turismo y Gobernanza	Proporcionar una gestión institucional eficaz y eficiente para impulsar el desarrollo sostenible del país a través del turismo estableciendo directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo bajo principios de respeto a los derechos humanos y la inclusión social.
2	Turismo y Planificación para el Desarrollo Sostenible	Establecer mecanismos de planificación que posicionen al sector turístico como un promotor central del desarrollo económico y social para el disfrute y beneficio de los salvadoreños y como un atractivo internacional altamente competitivo
3	Turismo y desarrollo Local	Impulsar el desarrollo local mediante la articulación de cadenas de valor que amplifiquen la distribución del ingreso turístico, fortalezcan la calidad de la oferta local, proporcionen la atracción de inversiones y promuevan el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales en el territorio salvadoreño.
4	Turismo y seguridad	Contribuir al desarrollo de una estructura de seguridad que permita fortalecer las capacidades de los sectores públicos, privados y sociales para prevenir potenciales riesgos y amenazas a la seguridad del visitante, de los prestadores de servicios turísticos y la población de los destinos turísticos.
5	Turismo y Cielos Abiertos	Promover la apertura del espacio aéreo salvadoreño para incentivar el flujo del turismo hacia el país, incrementar los beneficios hacia industrias relacionadas y de la ciudadanía en general.
6	Turismo y Alojamiento	Impulsar la competitividad de los servicios de alojamiento turístico para mejorar la experiencia de los turistas; brindar certidumbre, incrementar la calidad de la oferta y lograr evolución constante del sector hacia la sustentabilidad

7	Turismo y Artesanías	Revalorizar al sector artesanal salvadoreño mediante la vinculación sostenible y responsable con la actividad turística, generando una propuesta integral de las cadenas productivas locales con potenciales beneficios económicos, sociales y culturales de los pobladores de los destinos turísticos del país.
8	Turismo Y Gastronomía	Estimular la producción agrícola y el desarrollo gastronómico del país a través del turismo y el fortalecimiento de experiencias culinarias creativas y significativas accesibles para los visitantes y las comunidades locales, que se desarrollen bajo criterios de sustentabilidad
9	Operación y Manejo de Visitantes	Generar mecanismos operativos para influir en el movimiento y comportamiento de los visitantes durante sus viajes en El Salvador para aumentar su satisfacción y el valor de los beneficios de su visita entre las comunidades locales
10	Turismo y Marca País	Promover la valoración de la marca país de El Salvador entre los actores turísticos y los mercados meta para apoyar el posicionamiento competitivo de la imagen del país sólida y consistente ante los salvadoreños y el mundo.

Tabla 4 Política Nacional de Turismo, Ejes y Objetivos

2. Ejes estratégicos de la regulación y del apoyo al sector turismo en El Salvador


La Política de Desarrollo Turístico Local se basa en tres ejes estratégicos los cuales buscan asegurar su implementación en los territorios del país a través de la promoción del Programa Pueblos Vivos como una estrategia transversal de integración de la oferta turística local a la oferta turística nacional e internacional, el impulso a la inversión turística en los territorios y la identificación, desarrollo y comercialización de la oferta turística local.

Con la implementación de estos ejes en los territorios del país se busca impulsar el turismo como una estrategia transversal de integración de la oferta turística local a la oferta turística nacional e internacional.



Ilustración 3 Esquema de ejes del turismo y desarrollo local

3. Entes normalizadores de El Salvador

Organismo Salvadoreño de Normalización OSN	
 <p>ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACION</p>	<p>Uno de los entes de la infraestructura de la calidad que permitirán la inserción de la cultura de la calidad en todos los planos de la vida nacional, y que convierta a la calidad en la exigencia de primer orden en la adquisición de obras, bienes y servicios de cualquier índole.</p> <p>Principales funciones de la ley, en materia de normalización y evaluación de la conformidad se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none">• Elaborar, actualizar, adoptar, adaptar, derogar y divulgar normas que faciliten la evaluación de la conformidad, el desarrollo de los sectores productivos y proveer las bases para mejorar la calidad de los productos, procesos y servicios.• Fomentar la aplicación de las normas técnicas en los distintos sectores productivos.• Elaborar y desarrollar un programa anual de normalización.• Representar al país como miembro de las organizaciones regionales e internacionales de normalización. <p>Los servicios que ofrece la ONS son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Normalización: ente rector nacional para la elaboración de normas técnicas, involucrando a los diversos sectores, y es el representante de El Salvador ante Organizaciones Internacionales de Normalización como: ISO, COPANT, ASTM, etc.• Capacitación: Imparten cursos en temas relacionados con sistemas de gestión de la calidad, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional, MYPES, responsabilidad social, alimentos, mejora continua, entre otros.• Certificación: Entre las certificaciones que la ONS ofrece son: Certificación de sistemas, personas, servicio certificado, servicios turísticos certificados, servicios ambientales certificados, producto certificado, alimentos.
Concejo Nacional de calidad	




 <p>CONSEJO NACIONAL DE CALIDAD — EL SALVADOR —</p>	<p>Es la máxima institución encargada de formular y dirigir la Política Nacional para la Calidad. Entre sus principales atribuciones se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrar la infraestructura nacional de la calidad, encargada de desarrollar, fortalecer y facilitar la cultura de calidad, promoviendo la competitividad de los sectores productores, importadores, exportadores y comercializadores en general, de bienes y servicios, generando confianza en el intercambio de estos. • Contribuir a proteger los derechos de los consumidores y el goce a un medio ambiente sano, garantizando la seguridad y calidad de los productos, incluidos los alimentos y servicios, así como todo tipo de equipo e instalaciones, procurando la salud de las personas y la salud animal y vegetal.
<p>Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica OSARTEC</p>	
 <p>OSARTEC Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica</p>	<p>En El Salvador, la reglamentación técnica fue desarrollada, principalmente por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología -CONACYT-, a través del esquema de Normalización establecido en los Art. 30 y 31 de su Ley de creación.</p> <p>A partir del mes de septiembre del 2011, con la entrada en vigor de la Ley de Creación del Sistema Salvadoreño para la Calidad, publicada en el Diario Oficial No.158 Tomo 392, las actividades en materia de Reglamentación Técnica fueron encomendadas al Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica –OSARTEC- quien tiene como facultad de ley coordinar la adopción, adaptación, actualización y divulgación de reglamentos técnicos de su competencia emitidos por las diferentes instituciones del Estado; así como emitir los reglamentos necesarios para el buen funcionamiento del Sistema.</p>
<p>Organismo Salvadoreño de Acreditación OSA</p>	
 <p>OSA ORGANISMO SALVADOREÑO DE ACREDITACIÓN</p>	<p>Tiene bajo su responsabilidad acreditar laboratorios de calibración, pruebas o ensayos, organismos de inspección, organismos de certificación u otro esquema compatible.</p>

Tabla 5 Entes normalizadores de El Salvador

**CAPITULO II. SITUACIÓN
ACTUAL DEL ÁREA
METROPOLITANA DE SAN
SALVADOR**

A. SINTESIS HISTORICA DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

El Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) o el Gran San Salvador o la Gran Área Metropolitana de San Salvador (GAMSS) es una conurbación de Centroamérica, formado por 14 municipalidades, que conforman la unidad territorial de la capital salvadoreña y tiene una extensión de 652.31 km² con una población de 2,177,432 habitantes.¹ Es una ciudad en pleno crecimiento, donde vive cerca del 29.39 % de la población total del país. Los municipios que conforman el área metropolitana de San Salvador son:

B. ANÁLISIS INTERNO

1. Primera dimensión (Geográfica-Ambiental)



Ilustración 4 Municipios del AMSS

<i>Total según censo 2007</i>	1,566,629
<i>Estimaciones 2016</i>	2 177 432 ₁

a. Micro Ubicación geográfica

(1) Recurso hídrico

Ríos Principales

Acelhuate.

Se forma de la confluencia de los ríos **Matalapa e Ilohuapa**, a 2.2 kilómetros al sur de la ciudad de San Salvador, describiendo un rumbo serpenteado de sur a noreste hasta abandonar el municipio.

El río El Garrobo y las quebradas La Mascota y Monserrat vierten sus aguas al río Acelhuate. Tiene un recorrido dentro del municipio de 7.0 kilómetros.

b. Conectividad vial

Existen 6 vías o ejes principales del A.M.S.S. donde es importante analizar la actividad urbana del Transporte Colectivo, considerando para cada uno de estos ejes: el número de rutas, volúmenes de Transporte Colectivo en la hora pico matutina y volúmenes vehiculares diarios. Estos ejes principales son:

Boulevard del Ejército.

El Boulevard del Ejército sirve para acceso de buses de rutas Ínter departamentales que llegan del Oriente del país a la Terminal de Oriente. También es utilizado por un gran número de Rutas Urbanas y Metropolitanas. Se puede dividir la arteria del Boulevard del Ejército en 5 tramos principales según el nivel de actividad del Transporte Colectivo como se muestra en la siguiente tabla.

Número de serie	Descripción del tramo	Número de rutas	Número de viajes vehiculares del TC	
			Hora pico	Diario
1	San Martín – San Bartolo	4-5	30-40	500-900
2	San Bartolo – Carretera Panamericana	15	110	1,800
3	Carretera Panamericana – 4 Avenida Sur (Soyapango)	15-17	120-140	1,900-2,100
4	4 Avenida Sur (Soyapango) – Boulevard Venezuela	33-37	320-370	4,300-5,000
5	Boulevard Venezuela – Reloj de Flores	31-39	300-370	4,100-5,200

Fuente: Vice Ministerio de Transporte.

Tabla 6 Boulevard del Ejército – Actividad del Transporte Colectivo por Tramos

2. Segunda dimensión (socioeconómica)

Unidades económicas y personal ocupado del municipio según sector económico

AMSS	TOTAL		AGROINDUSTRIA		COMERCIO		CONSTRUCCIÓN	
	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado
TOTAL	161,934	634,514	47	1,667	96,126	256,627	362	7,427
ANTIGUO CUSCATLAN	2,151	37,077			908	10,401	25	464
SANTA TECLA	5,196	33,363	1	5	2,697	9,806	18	178
APOPA	4,338	14,393	1	320	2,877	6,237	1	1
AYUTUXTEPEQUE	715	1,518			435	816		
CUSCATANCINGO	1,435	2,531			940	1,357	2	27
ILOPANGO	3,214	19,093			1,891	3,843	5	147
MEJICANOS	4,206	11,538			2,504	5,184	9	99
NEJAPA	487	1,214			305	546		
SAN MARCOS	1,318	9,165	1	305	800	1,728	2	3
SAN MARTIN	1,968	5,121	1	1	1,247	2,455	4	26
SAN SALVADOR	30,338	181,574	6	93	15,874	63,883	184	5,464
SOYAPANGO	7,009	45,438			4,347	17,735	3	5
TONACATEPEQUE	1,945	3,824			1,231	1,916	3	32
CIUDAD DELGADO	2,627	6,074			1,766	3,110	1	4

Nota: Área Metropolitana de San Salvador (AMSS)

Fuente: Directorio de Unidades Económicas 2011-2012, MINEC-DIGESTYC

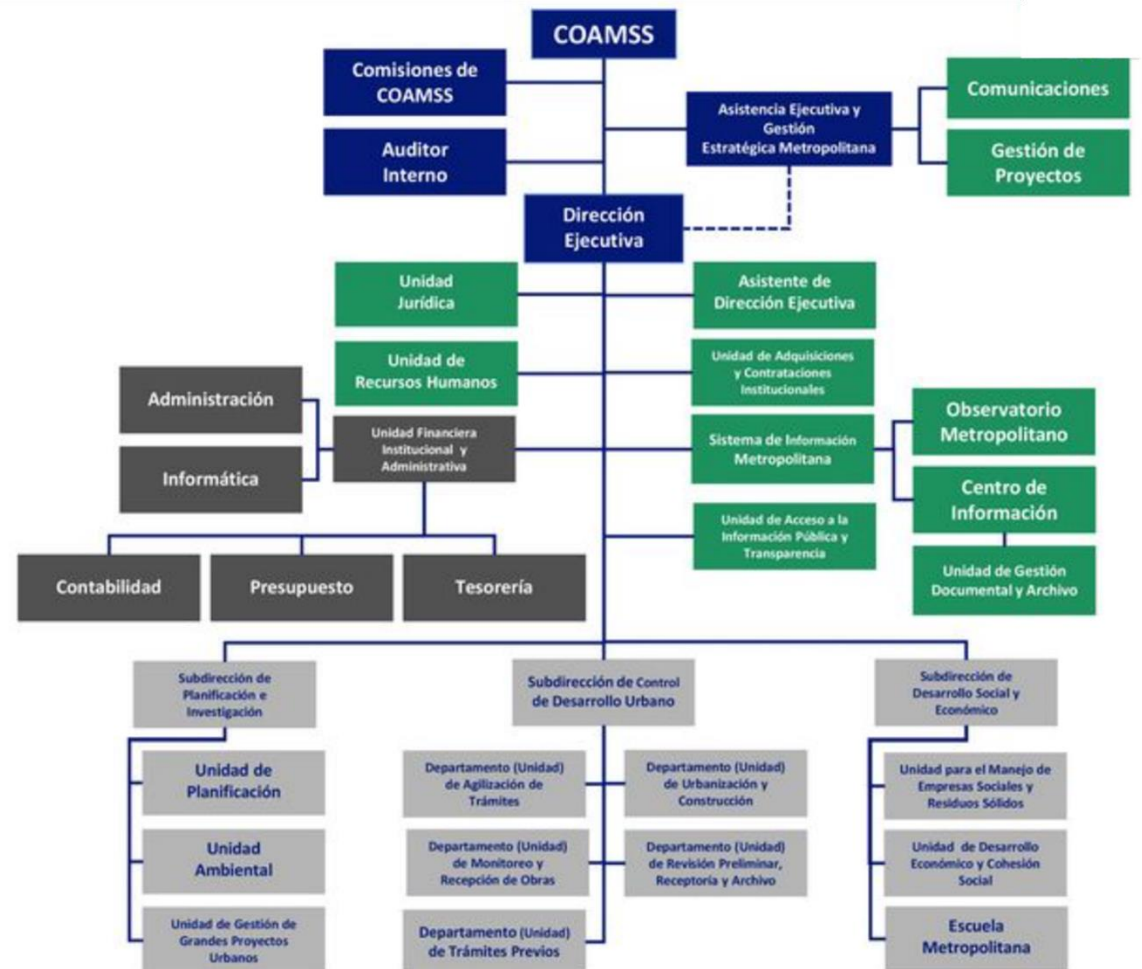
Ilustración 5 Unidades económicas y personal ocupado en el AMSS

AMSS	ELECTRICIDAD		INDUSTRIA		MINAS Y CANTERAS		SERVICIOS		TRANSPORTE	
	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado
TOTAL	64	4,515	18,692	133,399	6	47	44,729	215,002	1,908	15,830
ANTIGUO CUSCATLAN	1	7	198	11,800	1	15	957	13,183	61	1,207
SANTA TECLA	6	3,016	578	5,197			1,837	14,636	59	525
APOPA	1	107	527	4,758			896	2,572	35	398
AYUTUXTEPEQUE			130	251			148	441	2	10
CUSCATANCINGO			212	544			274	585	7	18
ILOPANGO			440	11,991			814	2,466	64	646
MEJICANOS	1	100	537	2,192			1,097	3,279	58	684
NEJAPA			82	494			100	174		
SAN MARCOS			204	6,112			295	957	16	60
SAN MARTIN	2	18	261	996	1	15	432	1,433	20	177
SAN SALVADOR	12	206	2,606	23,391			10,965	83,977	691	4,560
SOYAPANGO	2	199	864	17,085			1,728	9,877	65	537
TONACATEPEQUE			307	855			388	900	16	121
CIUDAD DELGADO			364	1,554			468	1,228	28	178

Ilustración 6 (Continuación) Unidades económicas y personal ocupado en el AMSS

3. Tercera dimensión (Política-Institucional)

Se muestra el organigrama del Consejo de Alcaldes del Área Metropolitana de San Salvador (COAMSS) y de la Organización de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador (OPAMSS)



C. ANÁLISIS DE TURISMO ACTUAL

1. Análisis de la situación actual del AMSS

FORTALEZAS

- Existe potencial turístico en el AMSS
- Interés por mejorar el desarrollo dentro del AMSS
- Autoridades competentes que velan por el orden en los municipios que conforman el AMSS
- Interés por parte de las empresas privadas, cooperativas, emprendedores para contribuir al desarrollo del turismo.
- Festividades reconocidas a nivel nacional el cual atrae un gran número de turistas durante los

OPORTUNIDADES

- Gran interés por parte de algunos empresarios y emprendedores para cooperar en planes y estrategias para el desarrollo turístico.
- Crear circuitos turísticos para una mejor experiencia para los visitantes

DEBILIDADES

- Poca efectividad en el cumplimiento de las ordenanzas municipales
- Carencia de promoción del AMSS y su oferta turística.
- Problemas de cantidad de basura, personas indigentes, perros callejeros y personas con problemas alcohólicos.
- Servicio de agua deficiente en el AMSS
- Carencia de planes para reordenamiento de negocios informales y emprendedores.

AMENAZAS

- Existencia e Incremento de delincuencia al no tomar medidas cuando el flujo turístico aumente.
- Insatisfacción del turista por malas experiencias debido a la calidad de servicios.
- Problemas que conlleva un flujo turístico alto como capacidad instalada en cuanto a estacionamientos, alojamiento, alimentación, servicios básicos,

**CAPITULO III. INVENTARIO
TURISTICO DEL MUNICIPIO DE
SOYAPANGO Y DEL ÁREA
METROPOLITANA**

A. INVENTARIO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE SOYAPANGO

Para la descripción de los atractivos turísticos en el municipio de Soyapango, se hará uso de la metodología de inventarios turísticos, es importante recordar que un inventario turístico se realiza dentro de una zona o área específica en la cual se desea implementar un plan de desarrollo turístico o la creación de rutas turísticas, el inventario turístico en cuestión se realiza para tener una visión de los elementos propios del municipio que podrían ser un potencial atractivo para los visitantes al teleférico, entre estos elementos se refiere, atractivos sociales, culturales, entretenimiento, etc.

Con los atractivos del municipio identificados se podrían crear eventos o actividades con el objetivo de que estos sean ofertados en el teleférico, posteriormente se realizara un diagnóstico de las condiciones actuales del terreno que constituían el teleférico san Jacinto.

1. Metodología de investigación

Metodología

Para la elaboración del inventario de recursos turísticos se siguió la siguiente metodología:

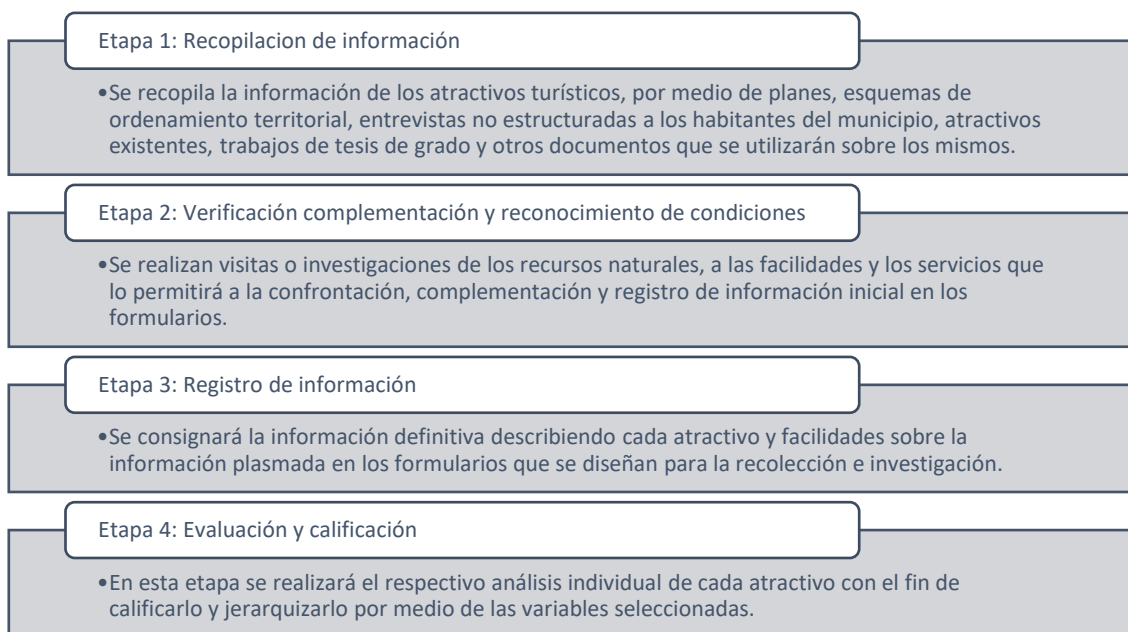


Ilustración 7 Metodología para la investigación de inventario turístico

Fuente: Elaboración propia

2. Categorías de los recursos turísticos

Se establece la agrupación de cinco categorías para los recursos turísticos, teniendo en cuenta las características propias del potencial turístico:

- **Sitios Naturales**
- **Manifestaciones Culturales**
- **Folclore**
- **Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas**
- **Acontecimientos programados**

3. Fuentes de información

Las fuentes de información necesarias para el estudio son:

Fuentes de información primaria

- Observación Directa
- Mesas de trabajo con oficinas encargadas de promocionar el turismo.
- Información recolectada de juntas comunales
- Mesas de trabajo con personas involucradas en el sector turismo

Fuentes de información secundaria

- Documento del Esquema de Ordenamiento territorial del área metropolitana
- Programas de gobierno de cada uno de los municipios que componen el AMSS
- Plan de desarrollo municipal en el AMSS
- Plan de desarrollo departamental
- Plan nacional de desarrollo
- Proyectos de grado similares a inventarios turísticos de otros municipios

4. Recopilación de información

Fichas para la recolección de información

DATOS GENERALES		
Nombre:		
Servicio que ofrece:		
Ubicación:		
Municipio:		
Coordenada GPS:		
CLASIFICACION DEL RECURSO		
Categoría	Tipo	Sub tipo
ILUSTRACION		

DESCRIPCION			
-			
-			
RECOMENDACIONES			
-			
-			
ESTADO ACTUAL			
-			
-			
CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO			
Centro más cercano:			
Tramo:			
Tipo de acceso:			
Medio de transporte:			
Tipo de vía terrestre:			
Punto de referencia			
Distancia:		Tiempo:	
TIPO DE INGRESO			
Libre			
Previa presentación de boleto o ticket			
Semi-restringido (previo permiso)			
Otro			
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO			
Todo el año			
Esporádicamente-algunos meses			
Fines de semana			
Feridos			
Horario de visita			
DATOS DEL INVESTIGADOR			
Investigador/es:			
Fecha de realización:			

Tabla 7. Ficha para la recolección de información

Fuente: Elaboración propia

5. Ubicación de los recursos turísticos a inventariar

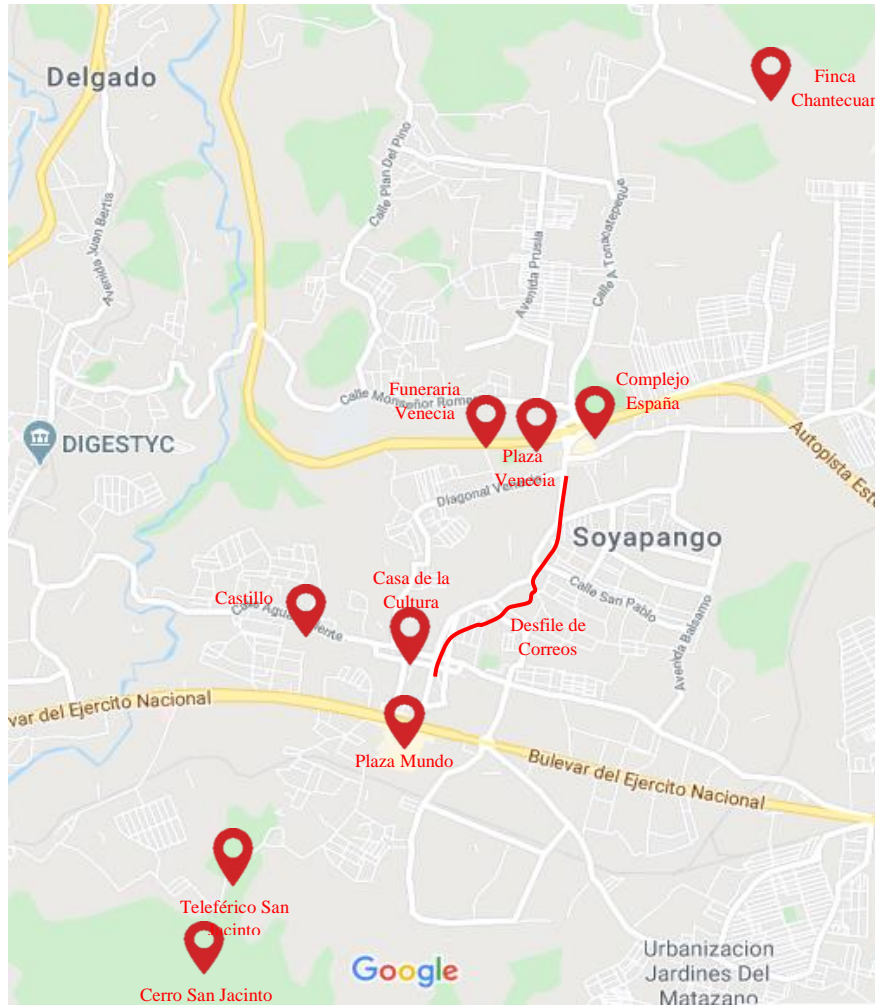


Ilustración 8 Ubicación de los recursos turísticos.

Los lugares que serán tomados en cuenta para el estudio son:

- Plaza Venecia
- Cerro San Jacinto (Parte alta del Teleférico)
- Teleférico San Jacinto (Parte baja)
- Plaza Mundo
- Complejo España
- Funeraria Venecia (Casa de Expresidente)
- Iglesia Profética Yahweh (Castillo de Soyapango)
- Casa de la Cultura
- Finca Chantecuan
- Desfile de Correos (Área geográfica)

6. Atractivos turísticos de Soyapango

ATRATIVOS TURÍSTICOS EN SOYAPANGO		
DATOS GENERALES		
Nombre:	Paseo Venecia	
Servicio que ofrece:	Recreación y esparcimiento	
Ubicación:	Autopista Este-Oeste Avenida Prusia en la Calle Interconexión Ciudad Delgado-Soyapango,	
Municipio:	Soyapango	
Coordenada GPS:	PV84+69 Soyapango	
CLASIFICACION DEL RECURSO		
Categoría	Tipo	Sub tipo
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Plazas
ILUSTRACION		
		
Ilustración 9 Recurso turístico Paseo Venecia		
DESCRIPCION		
<p>- Espacioso, seguro y cómodo, un centro comercial ubicado ofreciendo espacios de infraestructura comercial, zonas comunes y vegetación.</p> <p>El centro comercial cuenta con un aproximado de 64 locales comerciales (desde 60 hasta 500 metros) y 240 vehículos estacionados, amplias zonas verdes, un anfiteatro para conciertos y actos culturales con capacidad para 200 personas sentadas y más de 600 de pie. (Paseo Venecia, 2018)</p>		
RECOMENDACIONES		
-		
ESTADO ACTUAL		
- El centro Comercial se encuentra actualmente en muy buenas condiciones y se encuentra abierto al publico		
CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO		

ATRATIVOS TURÍSTICOS EN SOYAPANGO			
Centro más cercano:	2.6 km de la Alcaldía de Soyapango		
Tramo:	<ul style="list-style-type: none"> - Diagonal Venecia 2.6 km - Calle antigua a Tonacatepeque 2.7 km 		
Tipo de acceso:	Terrestre		
Medio de transporte:	Cualquier tipo de transporte terrestre		
Tipo de vía terrestre:	Asfaltado		
Punto de referencia	Alcaldía Municipal de Soyapango		
Distancia:	2.6 km	Tiempo:	6 minutos
TIPO DE INGRESO			
Libre	X		
Previa presentación de boleto o ticket			
Semi-restringido (previo permiso)			
Otro			
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO			
Todo el año	X		
Esporádicamente-algunos meses			
Fines de semana			
Feriatos			
Horario de visita	08:00 am – 07:35 pm		
DATOS DEL INVESTIGADOR			
Investigador/es:	Flores Melendez Oved Isaí López Romero Santiago Alfredo Ruano Velásquez Alan Rinaldy		
Fecha de realización:	18/05/2020		

Tabla 8. Atractivos turísticos Plaza Venecia

Fuente: Elaboración propia

7. Atractivos turísticos Teleférico Parte baja

TELEFÉRICO PARTE BAJA		
DATOS GENERALES		
Nombre:	Teleférico parte baja	
Servicio potencial:	Dentro de los Servicios de recreación y entretenimiento que podrían realizarse en esta edificación son: <ul style="list-style-type: none"> - Estación de salida de góndolas - Área de juegos para jóvenes - Área de juego para niños - Salón de exposiciones - Parqueo - Restaurantes - Parque acuático 	
Ubicación:	Finca la Floresta, sobre Avenida Texistepeque – Teleférico	
Municipio:	Soyapango	
Coordenada GPS:	MRRQ+2G Soyapango	
CLASIFICACION DEL RECURSO		
Categoría	Tipo	Sub tipo
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Parques
ILUSTRACION		

TELEFÉRICO PARTE BAJA



Ilustración 10 Teleférico San Jacinto parte baja

DESCRIPCION

- El teleférico en la parte baja poseía diversidad de juegos mecánicos para que las familias pudieran disfrutar, en esta se encontraba la zona de abordaje de las góndolas, donde se comenzaba la aventura de “volar” a lo largo del teleférico hasta la cima del cerro san Jacinto, esta zona posee un terreno de aproximadamente 7.2 manzanas en las cuales se encontraban diferentes plazas de comida y diversidad de actividades para el entretenimiento de las personas.

RECOMENDACIONES

- Para la dinamización de la zona es necesario que se realicen diferentes remodelaciones, además se deben instalar diversos elementos que promuevan la diversión de los visitantes, entre estas actividades se pueden realizar juegos mecánicos, área deportiva, área de juegos, parques acuáticos y salones de exposición para que los visitantes conozcan la cultura de Soyapango.


TELEFÉRICO PARTE BAJA			
ESTADO ACTUAL			
<ul style="list-style-type: none"> - Actualmente esta zona se encuentra en muy buenas condiciones, la estación o salón de abordaje de las góndolas es el principal atractivo de esta zona donde se encontraba el contrapeso del teleférico. - El terreno posee buena parte de asfalto el cual se encuentra en buenas condiciones que permiten que al abrir funciones el teleférico permita la circulación de las personas. 			
CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO			
Centro más cercano:	Plaza mundo		
Tramo:	- Por avenida Texistepeque 4.0 km en ciudad Credisa		
Tipo de acceso:	Terrestre		
Medio de transporte:	Cualquier tipo de transporte terrestre		
Tipo de vía terrestre:	Asfaltado		
Punto de referencia	Alcaldía Municipal de Soyapango		
Distancia:	4.0 km	Tiempo:	20 minutos
TIPO DE INGRESO			
Libre			
Previa presentación de boleto o ticket			
Semi-restringido (previo permiso)	X		
Otro			
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO			
Todo el año	X		
Esporádicamente-algunos meses			
Fines de semana			
Feriatos			
Horario de visita	-		
DATOS DEL INVESTIGADOR			
Investigador/es:	Flores Melendez Oved Isaí López Romero Santiago Alfredo Ruano Velásquez Alan Rinaldy		
Fecha de realización:	18/05/2020		

Tabla 9. Atractivos Teleférico Parte Baja

Fuente: Elaboración propia

8. Atractivos turísticos Teleférico Parte alta

A continuación, se presentarán los elementos que tienen un potencial atractivo turístico de la parte alta del teleférico, estas son representaciones del estado actual de las instalaciones donde anteriormente funcionaba.

EDIFICIO TELEFÉRICO		
DATOS GENERALES		
Nombre:	Edificio Teleférico	
Servicio potencial:	Dentro de los Servicios que podrían realizarse en esta edificación son: <ul style="list-style-type: none"> - Estación de llegada de góndolas - Área Premium para visitantes - Cafetería o ventas - Mirador 	
Ubicación:	Cerro San Jacinto – Ex teleférico	
Municipio:	Soyapango	
Coordenada GPS:	MRCR+4C San Marcos	
CLASIFICACION DEL RECURSO		
Categoría	Tipo	Sub tipo
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Miradores
ILUSTRACION		
		
Ilustración 11 Teleférico San Jacinto parte alta		

EDIFICIO TELEFÉRICO			
DESCRIPCION			
<ul style="list-style-type: none"> - Anteriormente esta edificación era la estación de llegada de las góndolas en la parte alta del teleférico, en esta se encontraba el área Premium de los visitantes así como también área de restaurantes 			
RECOMENDACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Para que el teleférico pueda funcionar esta es un área importante pues dado que al igual que antes esta debería funcionar como estación de llegada de las góndolas, para esto se deben de realizar estudios de suelos y de las estructuras sobre la condición actual, además se deben realizar remodelaciones que generen una vista más agradable para sus visitantes. 			
ESTADO ACTUAL			
<ul style="list-style-type: none"> - Debido al paso del tiempo la infraestructura se encuentra deteriorada en su revestimiento, aunque la misma se puede observar en excelentes condiciones que permiten la remodelación del edificio, se logra observar en el mismo como los escombros de maleza han ido tomando su lugar. 			
CARACTERISTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURISTICO			
Centro más cercano:	Plaza mundo		
Tramo:	<ul style="list-style-type: none"> - Calle al Matazano hacia Av. El Guaje en Ilopango 3.0 km - Calle el refugio y Calle a Cantón Cuapa 7.7 km 		
Tipo de acceso:	Terrestre		
Medio de transporte:	Pick Up doble tracción Caminata		
Tipo de vía terrestre:	Natural		
Punto de referencia	Alcaldía Municipal de Soyapango		
Distancia:	10.7 km	Tiempo:	40 minutos
TIPO DE INGRESO			
Libre			
Previa presentación de boleto o ticket			
Semi-restringido (previo permiso)	X		
Otro			
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO			
Todo el año	X		
Esporádicamente-algunos meses			
Fines de semana			
Feriatos			
Horario de visita	-		
DATOS DEL INVESTIGADOR			
Investigador/es:	Flores Melendez Oved Isaí López Romero Santiago Alfredo		

EDIFICIO TELEFÉRICO	
	Ruano Velásquez Alan Rinaldy
Fecha de realización:	18/05/2020

Tabla 10. Atractivos Teleférico Parte Alta

Fuente: Elaboración propia

9. Evaluación de los recursos

La evaluación de los recursos se hará únicamente a aquellos recursos que no pertenecen al teleférico dado que el objetivo del inventario turístico es determinar que atractivos turísticos que posee el municipio de Soyapango se pueden incluir junto al Teleférico de San Jacinto.

La evaluación de los recursos es el examen crítico de los atractivos ya enumerados con anterioridad para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la jerarquía correspondiente. Las jerarquías se denominan, de mayor a menor. Los niveles de jerarquía son los siguientes:

JERARQUIA	DESCRIPCION
4	Recursos turísticos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos de motivar un importante flujo de visitantes. Equivale a un recurso con cualidades y características únicas en el mundo.
3	Recursos turísticos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, un flujo actual o potencial de visitantes nacionales y/o extranjeros.
2	Recursos turísticos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar flujos turísticos regionales o locales. Equivale a un recurso con cualidades y características únicas en una región o localidad.
1	Recursos turísticos sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero igualmente, forman parte del Inventario Nacional de Recursos Turísticos como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía. Es un recurso complementario.

Tabla 11. Evaluación de recursos

Fuente: (Navarro, 2015)

Asignación de jerarquía de los recursos turísticos

Criterios de evaluación: se han identificado 6 criterios de evaluación cuya aplicación

Permitirá asignar la jerarquía que le corresponde a cada recurso turístico. Estos criterios

Son los siguientes:

- Particularidad
- Estado de conservación
- Infraestructura
- Representatividad territorial
- Inclusión en la visita turística
- Interés del propietario

A continuación, se describe cada uno de los criterios mencionados con anterioridad:

CRITERIO	DESCRIPCION
Particularidad	Se considera si el recurso turístico cuenta con características importantes que le otorgan una singularidad especial que lo distinguan y lo diferencien de los demás.
Estado de conservación	Se consideran 4 estados: <ul style="list-style-type: none">➤ Muy bueno: si su estado de conservación y presentación permite distinguir plenamente sus características y atributos➤ Bueno: Es distinguible y apreciable; presenta algunos problemas temporales➤ Regular: Es posible reconocer las características principales del recurso, aunque con algunas limitaciones debido a su condición.➤ Malo: presenta problemas trascendentales que son recuperables a largo plazo.
Infraestructura	Se refiere a la facilidad de contar con los servicios Básicos (agua, luz, alcantarillado).
Representatividad territorial	Criterio orientado a establecer el nivel de conocimiento que alcanza el recurso
Inclusión en la visita turística	Orientado a determinar la importancia del recurso Turístico en la estructuración de la visita turística.
Interés del propietario	Se refiere al nivel de interés o disposición que presenta el dueño del recurso turístico con respecto a la participación o aportación para lograr el desarrollo del Municipio en el tema turístico.

Tabla 12. Descripción de criterios de selección

Fuente: Elaboración propia

10. Propuesta de integración de atractivos turísticos del municipio de Soyapango

A continuación, se presentan propuestas en las que los atractivos más representativos del municipio podrían incluirse junto a la oferta del teleférico, esto con el objetivo de dinamizar el teleférico y dar a conocer el municipio, se realizaran propuestas únicamente para los que posean las categorías 4 y 3.

Atractivo-Teleférico	Propuesta
Fiestas Patronales	<p>Las fiestas patronales como se ha mencionado anteriormente son eventos programados que se realizan en los primeros 12 días del mes de octubre de cada año, la propuesta consiste en realizar algunas de las actividades de las fiestas patronales en las instalaciones del teleférico, entre estas actividades que se consideran que podrían realizarse son:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Día del niño: Quiebra de piñatas y reparto de refrigerios2. Celebración del día del niño3. Car Show4. Show de moto5. Toro mecánico e inflables6. Cucho encebado7. Palo encebado8. Presentación de payasos y artistas especiales9. Show artístico10. Quema de castillo artesanal <p>Estas y otras que la alcaldía municipal de Soyapango considere se podrían realizar dentro de las instalaciones.</p>
Casa de la Cultura	<p>Como se ha mencionado anteriormente en la casa de la cultura del municipio de Soyapango se realizan diversas actividades para promover la cultura del municipio, entre estas actividades que se realizan son los “Café literarios” que se realizan los miércoles, además talleres, clases, eventos artísticos, son programados y coordinados por la casa de la cultura, la propuesta consiste en coordinar junto a la casa de la cultura que algunas de estas actividades puedan ser realizadas en las instalaciones del teleférico con el objetivo de que las personas puedan visitar y disfrutar del lugar.</p>
Plaza Mundo	<p>Uno de los mayores centros comerciales en El Salvador es plaza mundo que recibe una importante cantidad de personas al año, esto es una oportunidad importante para la administración del teleférico, pues con las personas que se ven motivadas por visitar Plaza mundo se pueden crear estrategias que nos permitan movilizar una porción de los mismos hacia las instalaciones del Teleférico, esto con el</p>

	<p>objetivo de que el Teleférico tenga una mayor participación en el entretenimiento de las personas del municipio. La propuesta consiste:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una agencia del teleférico en las instalaciones de plaza mundo en la cual se permita la movilización directa hacia el Teleférico, el objetivo brindar un transporte que a las personas les brinde una mayor seguridad para visitarlo. 2. Crear alianzas con las autoridades de plaza mundo para que se puedan realizar eventos de publicidad del teleférico.
Parque Chantecuan	<p>El parque Chantecuan es administrado por la alcaldía municipal de Soyapango y actualmente se realizan diversas actividades por parte de la alcaldía para dinamizarlo, dada la ubicación del parque se convierte poco atractivo para las personas por la inseguridad.</p> <p>Como propuesta se pueden realizar “circuitos de aventura” entre el parque Chantecuan y el Teleférico, guiados por la alcaldía Municipal de Soyapango.</p>
Castillo de Soyapango	<p>Aunque actualmente El Castillo no se encuentre abierto al público como elemento turístico una de las actividades que se pueden realizar en las instalaciones del teleférico son foros para la presentación de la historia de atractivo, con el objetivo de que las personas conozcan un poco más del municipio.</p>

Tabla 13. Propuestas de atractivos más representativos

Fuente: Elaboración propia

B. INVENTARIO TURISTICO DEL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

1. Ubicación de los atractivos turísticos del AMSS

El inventario de recursos turísticos que posee actualmente el Área Metropolitana de san Salvador se muestra a continuación con su respectiva categoría:

CATEGORIA	NOMBRE DEL PRODUCTO TURISTICO	AMBITO TERRITORIAL
Sitios Naturales	Lago de Ilopango	Ilopango
	Parque Cuscatlán	San Salvador
	Eco parque el Boquerón	
	Parque Recreativo Infantil	
	Parque Bicentenario	San Salvador y Antiguo Cuscatlán
	Jardín Botánico del Plan de la Laguna	Antiguo Cuscatlán
	Eco parque el Espino	Santa Tecla
	Parque Recreativo El Cafetalón	
	Parque Chantecuan	Soyapango
	Cerro San Jacinto	Soyapango y San Marcos
Patrimonios Culturales	Palacio Nacional	San Salvador
	Teatro Nacional	
	Catedral Metropolitana	
	Iglesia el Rosario	
	Teatro Roque Dalton	
	Monumento al Divino Salvador del Mundo	
	Hospital Rosales	
	Iglesia Nuestra Señora de Candelaria	
	Tumba del Capitán General Gerardo Barrios	
	Basílica Nuestra Señora de Guadalupe	
	palacio Tecleño de la Cultura	Santa Tecla
	Iglesia El Carmen	
	Paseo El Carmen	
	Museo Tecleño	
Acontecimientos programados	Fiestas Agostinas	San Salvador
	Fiesta de los Santos Niños Inocentes	Antiguo Cuscatlán
	Fiestas Patronales en Santa Tecla	Santa Tecla
	Bolas de fuego	Nejapa

Tabla 14 Resumen de Inventario de Recursos turísticos

Fuente: Elaboración Propia

Se presentan 10 Sitios Naturales, 14 patrimonios culturales y 3 Acontecimientos programados más reconocido.

Se hizo una evaluación en base a la guía para la elaboración de inventarios turísticos del MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia) de los recursos turísticos que se podían jerarquizar para determinar aquellos que tienen mayor potencial para involucrarlos dentro de un producto o corredor turístico.

Para la evaluación se tomó en cuenta los criterios que se pudieran evaluar para todos los recursos turísticos los cuales son los siguientes:

2. Criterios para la valoración de atractivos del AMSS

Calidad

Patrimonio Material

Estado de Conservación: Si conserva su homogeneidad estética y su integridad física desde su situación original o a partir de las posibles acciones del hombre (restauración) para mejorar la calidad del recurso.

Constitución del Bien: Se refiere a los materiales y las técnicas de elaboración del bien. Existen bienes que por su antigüedad poseen materiales y técnicas en desuso o desaparecidas que merecen ser destacadas en el ejercicio de la valoración. Pero también pueden existir bienes con materiales o combinación de técnicas modernas que, igualmente, pueden valorarse por su singularidad o porque representan avances tecnológicos.

Representatividad: Importancia del bien como un elemento que dio partida a un hecho histórico, social o cultural.

Significado

Este segundo grupo de criterios de valoración tiene como objetivo el poder determinar los siguientes aspectos:

- El reconocimiento del recurso o del atractivo turístico frente a mercados turísticos en el ámbito local, regional, nacional o internacional.
- Cuáles de los bienes culturales o naturales son recursos y cuales atractivos.
- Establecer acciones de diseño y caracterización del producto turístico del destino.
- Determinar los mercados a los cuales puedo acceder con acciones inmediatas de promoción y comercialización.
- Identificar los recursos sobre los cuales se puede establecer acciones de promoción, para que motiven desplazamientos hacia el destino donde estos se encuentran.

Local	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.
Regional	Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos.
Nacional	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.
Internacional	Grado de reconocimiento del atractivo en dos o más países. *

* Cuando el reconocimiento del atractivo se da en dos regiones (departamentos, estados, provincias) fronterizas se le debe dar puntaje como regional.

3. Valoración de sitios naturales del AMSS

A continuación, se presenta la tabla de valoración para los sitios naturales considerados y su respectiva puntuación:

CATEGORIA	NOMBRE DEL PRODUCTO TURISTICO	SCA	SCG	SCV	SCS	EC	D	S	L	R	N	I	TOTAL
		10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	4%	6%	8%	12%	100%
Sitios Naturales	Lago de Ilopango	6	7	8	9	8	8	8	9	8	7	7	7.64
	Parque Cuscatlán	7	6	8	6	7	8	6	8	6	7	5	6.64
	Eco parque el Boquerón	8	8	8	7	7	7	6	9	8	7	8	7.46
	Parque Recreativo Infantil	6	5	5	4	6	6	5	7	6	5	3	5.1
	Parque Bicentenario	7	7	6	7	6	8	6	9	9	8	7	7.08
	Jardín Botánico del Plan de la Laguna	7	8	7	7	6	8	7	9	7	8	5	7.02
	Eco parque el Espino	6	7	7	7	6	6	7	8	6	6	4	6.24
	Parque Recreativo El Cafetalón	7	6	7	6	7	8	7	7	7	7	6	6.78
	Parque Chantecuan	8	7	8	8	7	8	7	8	7	6	4	7
	Cerro San Jacinto	8	6	8	7	7	8	8	7	7	6	4	6.86

Tabla 15 Valoración de Atractivos Naturales del AMSS

Fuente: Elaboración propia

4. Valoración de Patrimonio Culturales del AMSS

A continuación, se presenta la tabla de valoración para los sitios de patrimonio cultural considerados y su respectiva puntuación:

CATEGORIA	NOMBRE DEL PRODUCTO TURISTICO	R	EC	CB	L	R	N	I	TOTAL
		21%	21%	28%	4%	6%	8%	12%	100%
Patrimonios Culturales	Palacio Nacional	10	10	5	8	9	9	7	8.02
	Teatro Nacional	9	10	4	8	8	8	6	7.27
	Catedral Metropolitana	8	8	6	9	8	8	6	7.24
	Iglesia el Rosario	8	7	7	8	7	7	6	7.13
	Teatro Roque Dalton	8	8	4	7	6	5	5	6.12
	Monumento al Divino Salvador del Mundo	6	8	7	9	8	9	7	7.30
	Hospital Rosales	8	9	5	7	6	6	4	6.57
	Iglesia Nuestra Señora de Candelaria	8	7	6	8	6	6	5	6.59
	Tumba del Capitán General Gerardo Barrios	5	6	4	7	5	5	4	4.89
	Basílica Nuestra Señora de Guadalupe	8	8	7	7	7	6	4	6.98
	Palacio Tecléño de la Cultura	7	7	5	7	6	5	5	5.98
	Iglesia El Carmen	8	7	6	8	6	6	5	6.59
	Paseo El Carmen	8	8	7	7	8	5	4	6.96
Museo Tecléño	7	6	5	7	6	5	5	5.77	

Tabla 16 Valoración de atractivos de Patrimonio Cultural

Fuente: Elaboración propia

5. Valoración de Eventos Programados del AMSS

A continuación, se presenta la tabla de valoración para los eventos programados que han sido considerados y su respectiva puntuación:

CATEGORIA	NOMBRE DEL PRODUCTO TURISTICO	OE	BS	BE	L	R	N	I	TOTAL
		30%	20%	20%	4%	6%	8%	12%	100%
Acontecimientos programados	Fiestas Agustinas	8	8	8	8	9	8	6	7.82
	Fiesta de los Santos Niños Inocentes	8	7	7	8	6	6	5	6.96
	Fiestas Patronales en Santa Tecla	7	7	7	7	6	5	3	6.30
	Bolas de fuego	8	7	8	8	7	7	7	7.54

Tabla 17 Valoración de eventos programados del AMSS

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la valoración dada para cada atractivo se presentan a continuación los que tienen una puntuación mayor a 70 que tienen una mayor capacidad para atraer turismo:

ATRACTIVO	VALOR
Fiestas Agustinas	7.82
Bolas de fuego	7.54

ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

- Fiestas Agustinas
- Bolas de fuego

**CAPITULO IV. INVESTIGACIÓN
DE LOS MERCADOS
TURISTICOS PARA EL
TELEFÉRICO**

A. MERCADO CONSUMIDOR DEL TELEFÉRICO

1. Metodología de la investigación

El presente trabajo contendrá la investigación de tres tipos de mercado:

- Mercado de consumo
- Mercado competidor
- Mercado distribuidor

La logística de la distribución no se estructura en función de canales de distribución de producto, al tratarse de la prestación de un servicio recreativo, por ende, se habla de distribución enfocando al marketing y la publicidad que conlleva la difusión del proyecto y una correcta descripción de las prestaciones ofrecidas.

En la siguiente tabla se desglosa la metodología general a seguir del estudio de mercado; teniendo como eje central en este primer apartado al mercado consumidor.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	Se aplicará el método científico para recopilar la información de manera sistemática a través de una secuencia lógica de pasos que dé respuestas a las interrogantes de la investigación.	
TIPO DE INVESTIGACIÓN	La investigación es descriptiva y causal pues el objetivo es proporcionar información concluyente que permitan describir de manera cuantitativa las variables de interés de la población de estudio, así como las razones de las mismas con el fin de obtener información objetiva que permita definir estrategias basadas en la mezcla del marketing.	
FUENTES DE INFORMACIÓN	Primarias	Toda aquella información obtenida mediante el trabajo de campo para lo cual se aplican técnicas como la encuesta, entrevista, observación, e implementación de check-List correspondiente a cada mercado en estudio.
	Secundarias	Informes y reportes de turismo en particular del sector de recreación, estadísticas y censos de la población y turismo, así como otros estudios relacionados.
TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	Entrevista	A través de la cual se busca recopilar información específica de los agentes para los diferentes mercados, en aspectos como políticas y requerimientos de los servicios ofertados.
	Encuesta	El medio más utilizado para obtener información de campo. Este se desarrolla para obtener percepciones de los consumidores de los diferentes segmentos con respecto a sus hábitos y

		motivos de consumo de los servicios turístico. Dada la actual situación de COVID-19 la mayor parte de encuestas del mercado consumidor fueron realizadas en formato online.
	Observación directa	Esta técnica consiste en la observación de los turistas a lo largo de la investigación de campo. Realizada antes de la cuarentena obligatoria decretada a nivel nacional.
	Cliente misterioso (mystery shopper)	Es una técnica utilizada para evaluar y medir la calidad en la atención al cliente. Los clientes misteriosos actúan como clientes comunes que realizan una compra o consumen un servicio y luego entregan un informe sobre cómo fue su experiencia. Realizada antes de la cuarentena obligatoria decretada a nivel nacional.
	Grupo focal (Focus group)	Esta técnica cualitativa permite recopilar opiniones de un tema específico y para el cual se conforma grupos de 8 a 12 personas. Con el apoyo de la contraparte se realizó una visita a la parte baja del teleférico, el área del ex parque del teleférico San Jacinto y posteriormente se realizó una visita a la parte alta del ex teleférico San Jacinto.

Tabla 18 Metodología general

Posteriormente se desarrollarán los siguientes puntos de enfoque:

- ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA
- PROYECCIONES
- ESTRATEGIAS PROPUESTAS DE MERCADO

2. Segmentación del mercado

Para poder definir el consumidor final de interés es necesario segmentar el mercado en grupos que cumplan con características homogéneas y uniformes que se apeguen al estudio realizado y la aceptación de las prestaciones que se pretenden ofrecer por el ex teleférico San Jacinto de ser reactivado.

Segmentación del mercado consumidor joven

Se tomarán en cuenta todas las personas interesadas en incluir parques temáticos, turismo recreacional y turismo de montaña por senderismo extremo y predilección de vistas agradables en sus rutas turísticas dentro del área metropolitana de El Salvador, ello para el área central, y para oriente y occidente se tomarán en cuenta las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate, San Miguel y Usulután.

TIPO SEGMENTACIÓN	DE	DESCRIPCIÓN
Geográfica		Habitantes nacionales del área metropolitana de San Salvador y de los municipios de Santa Ana, Sonsonate, San Miguel y Usulután.
Demográfica		<ul style="list-style-type: none">- Hombres y mujeres- Rango de edades: de 18 a 30 años.- Estudiantes cuya familia tengan ingresos fijos en un nivel de No pobreza.- Personas que poseen ingresos fijos, ya sea de un empleo público, privado o negocio propio.
Psicográfica		Personas que incluyan parques temáticos, turismo recreacional y turismo de montaña por senderismo extremo y predilección de vistas agradables como opción turística en sus tours.

Tabla 19 Tipos de segmentación utilizados para el ratio joven de población

NÚMERO DE PERSONAS A ENCUESTAR

Zona metropolitana de San Salvador y los municipios de Usulután, San Miguel de oriente y Santa Ana y Sonsonate de la zona occidental del país.

La población por encuestar de consumidores es mayor a 250,000 personas por lo que se considerara bajo ese criterio una *población infinita*.

Descripción de los elementos para determinar la muestra para la reactivación del ex teleférico San Jacinto.	
N	Es el tamaño del universo que se desea estudiar, para el caso de este estudio se determinó a partir de los ingresos o muestreo por cuota según el área metropolitana y los municipios de oriente y occidente añadidos, totalizando 18 municipios.
Z	Nivel de confianza: se refiere a la confiabilidad de la muestra, es decir la probabilidad que un valor de la muestra se ubique entre dos puntos específicos bajo la curva normal. Probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad. Para este caso es del 95% equivalente 1.96 para el cálculo.
p	Probabilidad de éxito: es la probabilidad que la muestra sea representativa de la población. Para el caso se ha estimado el valor de p es de 0.5 .
q	Probabilidad de fracaso: es el complemento de la probabilidad de éxito. Para el caso se ha estimado el valor de q es de 0.5 .
d	Error de estimación: Es una medida de la variabilidad de las estimaciones de muestras repetidas en torno al valor de la población, da una noción clara de hasta dónde y con qué probabilidad una estimación basada en una muestra se aleja

Tabla 20 Descripción de los elementos que componen la fórmula de la muestra.

Z_a = Confianza de la Investigación

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de Fracaso

d = Precisión de la investigación

$$n = \frac{z_a^2 * p * q}{d^2}$$

UNIVERSO FAMILIAS	784,069
CANTIDAD DE ENCUESTAS	100

Tabla 21 resultado según proyecciones para segmento familiar

4. Diseño del instrumento

Herramienta utilizada en investigación descriptiva: encuesta de opinión.

Las encuestas tienen como objetivos:

- Medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales.
- Evaluar las estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes.
- Conocer profundamente patrones de las variables demográficas y sus factores asociados como fecundidad y migraciones determinantes.
- Evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución.
- Saber la opinión del público acerca de un determinado tema.
- Investigar previamente de las características de la población para hacer las preguntas correctas.
- Dar una respuesta de los cuales los entrevistados darán una opinión congruente

Según el medio de recepción de datos las encuestas pueden ser:

- Encuesta personal
- Encuesta por correo o en línea.
- Encuesta telefónica

Posibles fuentes de error

- Distorsión de la respuesta, al verse los encuestados influenciados por respuesta de otros.
- Error al contestar por no entender las preguntas.
- Evitar contestar preguntas que no son obligatorias.
- Responder de manera incoherente en preguntas abiertas debido al anonimato.

Con la encuesta se pretende recolectar información que nos permita inferir datos relevantes del mercado, específicamente de los potenciales usuarios de las prestaciones a ofrecer por el teleférico de San Jacinto; para analizarlos y sacar conclusiones en cuanto a la sostenibilidad en el tiempo de dicho proyecto.

DISEÑO DE CUESTIONARIO

SEGMENTO JUVENIL

Municipio: _____

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



TEMA: Reactivación del ex teleférico San Jacinto

Objetivo: conocer su valoración y preferencias de consumo referente a servicios turísticos

Buenos días/tardes,
 Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer preferencias generales de consumo en materia turística, Gracias.

Por favor marce con una "X" en el lugar adecuado para denotar su respuesta.

Género: Hombre Mujer Edad: _____ Ocupación: _____

1. ¿Usted incluye parques temáticos en sus viajes turísticos?

SI NO

2. ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar sus viajes turísticos?

Carro particular
 Ruta de MITUR
 Excursiones
 Transporte publico
 Otro: _____

3. ¿De cuánto fue su gasto promedio, durante su última salida turística?

Menor a \$10 De \$10 a \$20 De \$20 a \$30 De \$30 a \$40 Más de \$40

4. ¿Cuándo usted realiza un viaje a un destino turístico en que condición lo realiza?

Solo
 En familia
 En compañía de amigos
 En pareja
 Otro: _____

5. ¿Cuántas veces ha visitado un centro turístico durante el último año?

Menos de 4 veces De 5 a 10 veces Más de 10 veces Ninguna vez en el año

6. ¿En qué época realiza más sus actividades turísticas?

En semana santa
 En vacaciones de agosto
 En de fin de año
 En cualquier mes del año

7. ¿Qué razones motivan su elección del destino turístico

Paisaje
 Precio
 Actividades locales
 Accesibilidad a la ubicación turística
 Calidad de la experiencia
 Seguridad
 Otro: _____

8. ¿Último medio dónde recuerda haber visto/oído publicidad del teleférico?

En televisión
En radio
Prensa/Revista

Redes sociales
Otro: _____

9. ¿Cuál recuerda que fue el último destino turístico que visito?

R/ _____

10. ¿Qué destino turístico en montaña recuerda?

R/ _____

11. ¿Qué servicios le gustaría ver incluidos en el teleférico?

Canopy
Hotel de montaña
Restaurante
Piscina
Pista de BMX (motocross de bicicleta)
Parqueo para bicicletas/Alquiler de bicicletas

Parque para perros
Espacio de campamento
Instalación deportiva
Senderismo extremo
Otro: _____

12. En concepto de hospedaje ¿Cuánto tiempo suele alojarse?

Una noche
2 días
De 3 a 5 días
1 semana
Otro: _____

13. ¿Qué tipo de alimento le gustaría que se ofreciera en el teleférico?

Platillos típicos nacionales
Platillos exóticos extranjeros
Snacks
Opción de Pizza
Opción de Hamburguesa
Opción de Pastas

Tortas Mexicanas
Chorys
Dulces típicos
Conservas dulces
Otro platillo: _____

14. ¿Cuál de estos destinos turísticos le resulta más conocido?

Plan de la laguna
Puerta del diablo
Eco parque el Boquerón
Linda vista Garden
Complejo Albania
Otro: _____

15. De poseer ingresos personales ¿En cuál de los siguientes rangos se encontraría?

Menor a \$400 De \$400 a \$750 Más de \$750

¡Muchas gracias por su tiempo!

SEGMENTO FAMILIAR

Municipio: _____

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



TEMA: Reactivación del ex teleférico San Jacinto

Objetivo: conocer su valoración y preferencias de consumo referente a servicios turísticos

Buenos días/tardes,
 Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer preferencias generales de consumo en materia turística, Gracias.

Por favor marque con una "X" en el lugar adecuado para denotar su respuesta.
 Género: Hombre Mujer Edad: _____ Miembros de su núcleo familiar # _____

- ¿Usted incluye parques temáticos en sus viajes turísticos?
 SI NO
- En su familia. ¿Usualmente quien elige los destinos turísticos?
 Padre
 Madre
 Uno de los hijos
 Consenso familiar
 Otro: _____
- ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar sus viajes turísticos?
 Carro particular
 Ruta de MITUR
 Excursiones temáticas
 Transporte publico
 Otro: _____
- ¿Cuánto fue su gasto promedio durante su última salida turística?
 Menor a \$20 De \$21 a \$40 De \$41 a \$70 De \$71 a \$100 Más de \$100
- ¿Cuántas veces ha visitado un centro turístico durante el último año?
 Menos de 4 veces De 5 a 10 veces Más de 10 veces Ninguna vez en el año
- ¿En qué época realiza más sus actividades turísticas?
 En semana santa
 En vacaciones de agosto
 En época de fin de año
 En cualquier mes del año
- ¿Qué razones motivan su elección del destino turístico
 Paisaje
 Precio
 Actividades locales
 Accesibilidad a la ubicación turística
 Calidad de la experiencia
 Seguridad
 Otro: _____

8. ¿Último medio dónde recuerda haber visto/oído publicidad del teleférico?

En televisión
En radio
Prensa/Revista

Redes sociales
Otro: _____

9. ¿Visito alguna vez el teleférico del Reino del Pájaro y la nube en Soyapango-San Jacinto?

SI NO

10. ¿Cuál recuerda que fue el último destino turístico que visito?

R/ _____

11. ¿Cuál es el destino turístico en montaña que más recuerda?

R/ _____

12. ¿Qué servicios le gustaría ver incluidos en el teleférico?

Juegos infantiles
Servicio de hotel de montaña
Restaurante
Piscina
Pista de BMX (motocross de bicicleta)
Parqueo para bicicletas/Alquiler de bicicletas

Parque para perros
Espacio de campamento
Instalación deportiva
Caminos para senderismo
Canopy
Otro: _____

13. En concepto de hospedaje ¿Cuánto tiempo suele alojarse?

Una noche
2 días
De 3 a 5 días

1 semana
Otro: _____

14. ¿Qué tipo de alimento le gustaría que se ofreciera en el teleférico?

Platillos típicos nacionales
Platillos exóticos extranjeros
Snacks
Opción de Pizza
Opción de Hamburguesa
Opción de Pastas

Tortas Mexicanas
Chorys
Dulces típicos
Conservas dulces
Otro platillo: _____

15. ¿Cuál de estos destinos turísticos le resulta más conocido?

Plan de la laguna
Puerta del diablo
Eco parque el Boquerón
Linda vista Garden
Complejo Albania
Otro: _____

16. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso familiar?

Menor a \$600 De \$600 a \$1,000 Más de \$1,000

¡Muchas gracias por su tiempo!

CODIFICACIÓN

Se utilizó al momento de ingresar la información para agilizar el ingreso de datos y tabulación de las mismas.

N°	Pregunta	Código
1	¿Usted incluye parques temáticos en sus viajes turísticos?	1.1 Si: <input type="checkbox"/> 1.2 No: <input type="checkbox"/>
2	¿Qué medio de transporte utiliza para realizar sus viajes turísticos?	2.1 Carro particular 2.2 Ruta de MITUR 2.3 Excursiones temáticas 2.4 Transporte público 2.5 Otro
3	¿De cuánto fue su gasto promedio, durante su última salida turística?	3.1 Menor a \$10 3.2 De \$10 a \$20 3.3 De \$20 a \$30 3.4 De \$30 a \$40 3.5 Más de \$40
4	¿Cuándo usted realiza un viaje a un destino turístico en que condición lo realiza?	4.1 Solo 4.1 En familia 4.1 En compañía de amigos 4.1 En pareja 4.1 Otro:
5	¿Cuántas veces ha visitado un centro turístico durante el último año?	5.1 Menos de 4 veces 5.2 De 5 a 10 veces 5.3 Más de 10 veces 5.4 Ninguna vez en el año
6	¿En qué época realiza más sus actividades turísticas?	6.1 En semana santa 6.2 En vacaciones de agosto 6.3 En de fin de año 6.4 En cualquier mes del año
7	¿Qué razones motivan su elección del destino turístico	7.1 Paisaje 7.2 Precio 7.3 Actividades locales 7.4 Accesibilidad a la ubicación turística 7.5 Calidad de la experiencia 7.6 Seguridad 7.7 Otro:
8	¿Último medio dónde recuerda haber visto/oído publicidad del teleférico?	8.1 En televisión 8.2 En radio 8.3 Prensa/Revista 8.4 Redes sociales 8.5 Otro:
9	¿Cuál recuerda que fue el último destino turístico que visito?	Respuesta de carácter abierto
10	¿Qué destino turístico en montaña recuerda?	Respuesta de carácter abierto

11	¿Qué servicios le gustaría ver incluidos en el teleférico?	11.1 Canopy 11.2 Hotel de montaña 11.3 Restaurante 11.4 Piscina 11.5 Pista de BMX (motocross de bicicleta) 11.6 Parqueo para bicicletas/Alquiler 11.7 de bicicletas 11.8 Parque para perros 11.9 Espacio de campamento 11.10 Instalación deportiva 11.11 Senderismo extremo 11.12 Otro:
12	En concepto de hospedaje ¿Cuánto tiempo suele alojarse?	12.1 Una noche 12.2 2 días 12.3 De 3 a 5 días 12.4 1 semana 12.5 Otro:
13	¿Qué tipo de alimento le gustaría que se ofreciera en el teleférico?	13.1 Platillos típicos nacionales 13.2 Platillos exóticos extranjeros 13.3 Snacks 13.4 Opción de Pizza 13.5 Opción de Hamburguesa 13.6 Opción de Pastas 13.7 Tortas Mexicanas 13.8 Chorys 13.9 Dulces típicos 13.10 Conservas dulces 13.11 Otro platillo:
14	¿Cuál de estos destinos turísticos le resulta más conocido?	14.1 Plan de la laguna 14.2 Puerta del diablo 14.3 Eco parque el Boquerón 14.4 Linda vista Garden 14.5 Complejo Albania 14.6 Otro:
15	De poseer ingresos personales ¿En cuál de los siguientes rangos se encontraría?	15.1 Menor a \$400 15.2 De \$400 a \$750 15.3 Más de \$750

Tabla 22 Codificación de preguntas destinadas al segmento juvenil

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DEL INSTRUMENTO PARA CONSUMIDOR

OBJETIVO GENERAL:

- Estimar una tendencia del comportamiento de los usuarios que utilizan las prestaciones brindadas por los parques temáticos, en rutas de senderismo extremo, en restaurantes de montaña y en lugares de vista agradable en el sector turismo para determinar la factibilidad del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer las preferencias de los usuarios en las actividades que desarrollan al visitar un parque temático, en rutas de senderismo extremo, en restaurantes de montaña y en lugares de vista agradable.
- Conocer el ingreso familiar para estimar cuanto están dispuesto a gastar al realizar una visita a un parque temático.
- Cuanto suelen gastar los turistas al hacer uso de dichos servicios.
- conocer la percepción de los usuarios respecto a las prestaciones del que ofrecerá el teleférico.
- Determinar quien toma la decisión en la familia o por persona para visitar un centro turístico de parques temáticos y restaurantes de montaña a fin de desarrollar adecuadas estrategias publicitarias.
- Sondear si el Proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto es de conocimiento general de la población.

5. Fichas técnicas

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO													
Universo:	Infinito												
Marco muestral:	Basado en Centro Nacional de Registro												
Tipo de muestra:	Estadística												
Tamaño de la muestra	193 encuestas												
Error máximo:	7%												
Nivel de confianza:	95 %												
Sistema de consulta:	Encuesta de opinión en la zona del denominado el Gran San Salvador y las cabeceras municipales correspondientes a Santa Ana, Sonsonate, San Miguel y Usulután.												
Características:	Geográfica, Demográfica												
Género:	Indistinto												
Geografía:	<table> <tr> <td>San Salvador</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Tonacatepeque</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>San Martin</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Mejicanos</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Apopa</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Ilopango</td> <td>5%</td> </tr> </table>	San Salvador	8%	Tonacatepeque	6%	San Martin	4%	Mejicanos	5%	Apopa	7%	Ilopango	5%
San Salvador	8%												
Tonacatepeque	6%												
San Martin	4%												
Mejicanos	5%												
Apopa	7%												
Ilopango	5%												

	Soyapango 10%
	San Marcos 3%
	Santa Tecla 5%
	Antiguo
	Cuscatlán 2%
	Cuscatancingo 3%
	Ciudad Delgado 5%
	Nejapa 1%
	Ayutuxtepeque 2%
	Santa Ana 12%
	Sonsonate 8%
	San Miguel 8%
	Usulután 5%
Departamento(s):	San Salvador La Libertad Santa Ana Sonsonate San Miguel Usulután
Fecha:	Del 3 de marzo al 19 de abril del 2,020
Dirección del proyecto:	Flores Meléndez, Oved Isaí López Romero, Santiago Alfredo Ruano Velásquez, Alan Rinaldy
Supervisión:	Alcaldía de Soyapango
Auxiliar de campo:	Ninguno

Tabla 23 Elaboración propia; Ficha técnica del instrumento segmento juvenil

6. Tabulación y análisis de información segmento joven

Investigación de campo para recolección de información primaria

Documentación



Ilustración 12 visita al parque del teleférico



Ilustración 13 miembro del equipo de trabajo en instalaciones del parque del teleférico



Ilustración 14 visita a parque teleférico



Ilustración 15 Encuestas en el parque Bicentenario

Recolección de información fuera del área metropolitana de San Salvador



Ilustración 16 visita al mirador de las cien gradas



Ilustración 17 miembro del equipo de trabajo encuestando en Santa Ana



Ilustración 18 Miembros del equipo de trabajo encuestando en el complejo Albania en Apaneca





Ilustración 19 Visita para entrevista y encuestas en lago de Coatepeque, en uno de los restaurantes que prestan sus servicios en dicha locación

**Cabe destacar que en dicha visita ya se observaban las medidas preventivas adoptadas por el surgimiento del COVID-19 antes de ser decretada la cuarentena.*

Visita guiada al cerro cede de la parte alta del ex teleférico de San Jacinto

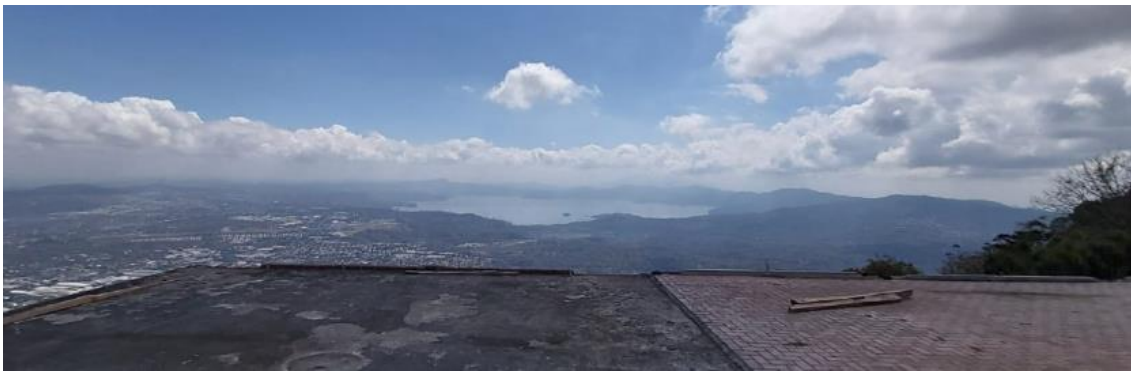


Ilustración 20 Vistas desde la instalación del ex teleférico y su estructura



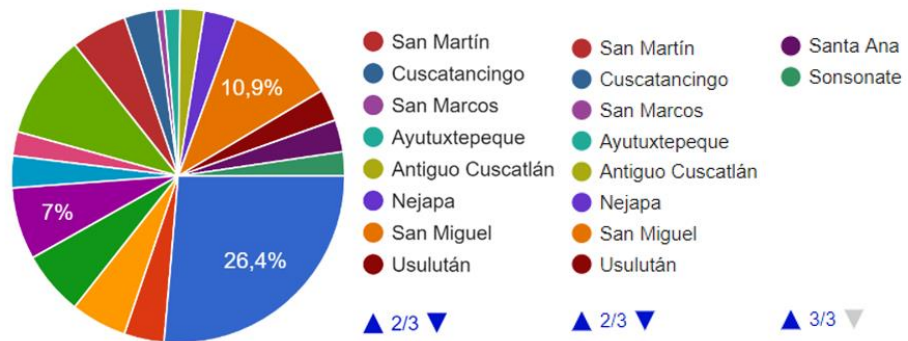
Ilustración 21 acompañamiento por parte de agentes del CAM de la alcaldía municipal de Soyapango

Resumen y análisis de preguntas primarias y esenciales del instrumento tipo encuesta.

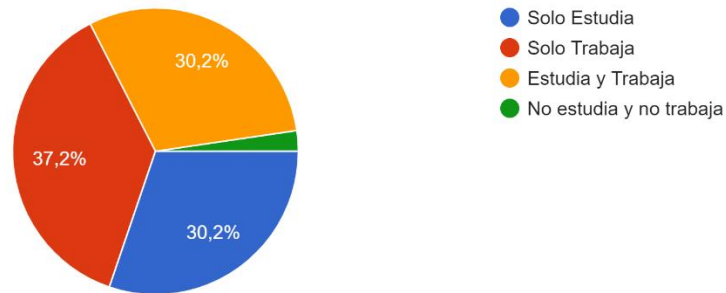
Preguntas demográficas

Residencia

193 respuestas



Ocupación
193 respuestas



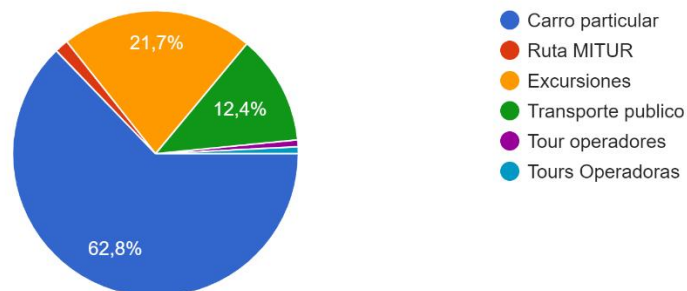
Análisis

Las preguntas de carácter demográfico, representan una muestra adecuada para dar una congruente valoración para satisfacer los objetivos de la investigación de campo en desarrollo del proyecto de reactivación del ex teleférico San Jacinto.

Características del usuario

2. ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar sus viajes turísticos?

193 respuestas



Análisis

La estrategia de marketing y la planificación en el diseño del proyecto debe considerar fuertemente que la mayoría de personas que realizan sus viajes turísticos, lo realizan en transporte particular por lo que se debe considerar un adecuado parqueo con posibilidad de

ser ampliado, y puede gestionar acuerdos y alianzas que faciliten las visitas por excursiones al ser el segundo elemento de mayor incidencia.

Caracterización de uso

8. ¿Último medio dónde recuerda haber visto/oido publicidad del teleférico?

193 respuestas



Análisis

La televisión y las redes sociales se mantienen como la mayor fuente de difusión de información el tener un 86.9% de presencia entre ambos medios, como demuestra el grafico que son los medios donde la gente ha escuchado casi de igual forma conocer de dicho proyecto, se debe destacar que si es indistinto cuál de los medios usar y una limitante es el dinero se debe optar por las redes sociales, pero si no es un factor determinante se debe primar la difusión por ambos medios. Se debe tomar en consideración que aún existe un porcentaje de personas que desconocen del proyecto.

8. Proyecciones de demanda

CAPACIDAD DE CARGA DEL TELEFÉRICO

La capacidad de carga del parque del teleférico establecida para su puesta en marcha es de 835 visitas/ día, en su primer año para la temporada baja y 1,769 visitas/día en temporada alta (vacaciones y fines de semana). Se destaca en este apartado que se tomara el día lunes para como cerrado al público para mantenimiento general.

Actividad	Personas (día) TB	Personas (día) TA
Senderismo	75	125
Área de juegos para niños	150	420
Área de gastronomía	175	175
Área de merchandising	90	130
Área de ciclismo	90	90
Área de ejercicios y gimnasio	60	110
Parque para perros	30	48
Parque acuático	60	270
Cancha multiusos	10	60
Restaurante de montaña	60	130
Hotel de montaña	15	115
Canopy	20	96

Tabla 24 Distribución de la demanda para realizar los cálculos

Actividad	Promedio de personas entre TB y TA (día)
Senderismo	100
Área de juegos para niños	285
Área de gastronomía	175
Área de merchandising	110
Área de ciclismo	90
Área de ejercicios y gimnasio	85
Parque para perros	39
Parque acuático	165
Cancha multiusos	35
Restaurante de montaña	95
Hotel de montaña	65
Canopy	58

Tabla 25 Distribución promedio por día

PROYECCIONES PARA 5 AÑOS PARA EL PROYECTO DEL TELEFÉRICO DE SER REACTIVADO

Considerando el impacto mediático de su apertura, la inversión en publicidad, seguridad y el impulso generado por la fase II del teleférico (hotel y restaurante de montaña) se estima 3 años posteriores a la apertura del parque del teleférico se vea hasta duplicada la afluencia de turistas.

Ahora bien considerando el impacto provocado en el sector turismo provocado por la pandemia del COVID-19, se estima que los números se desplomen en os primeros años de pasada la pandemia, consecuencia directa de las cuarentenas impuestas por los distintos gobiernos, algo palpable en el ámbito salvadoreño y a ello sumada la incertidumbre de realizar turismo en escala internacional, algo que resultaba la apuesta más fuerte del proyecto, en consideración de tener acceso únicamente al mercado nacional y en lo impreciso que resultaría estimar una proyección próxima con los pocos antecedes históricos ante una pandemia mundial de la escala vivida en el corriente año. Se debe proyectar en función de años posteriores donde se espera se comienza a recuperar la economía, la seguridad y la confianza en realizar turismo en gran escala. Ello lleva a tomar la gráfica anterior como una proyección valida desde el año 2,023 cuando se espera exista una mayor estabilidad global.

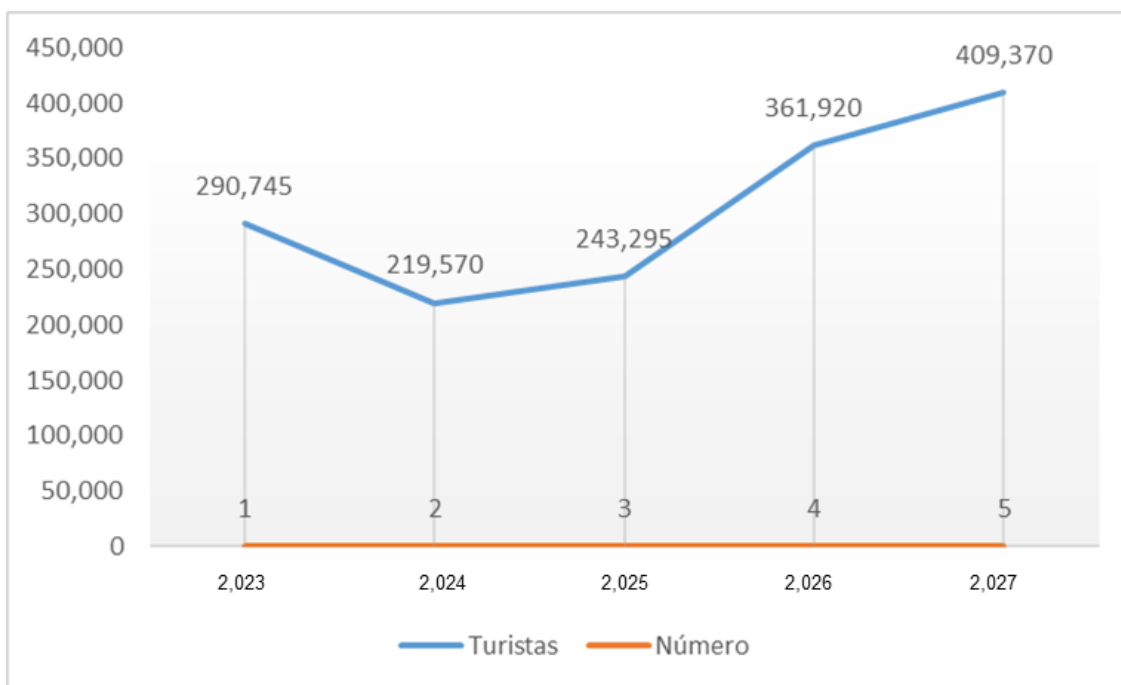


Ilustración 22 Representación gráfica de la demanda turística en crecimiento post covid-19 (2023-2027)

Proyección estimada en apertura de la fase I del proyecto, El parque del teleférico y la posterior inauguración de la fase II del proyecto, Teleférico hotel y restaurante de montaña.

B. MERCADO COMPETIDOR DEL TELEFÉRICO

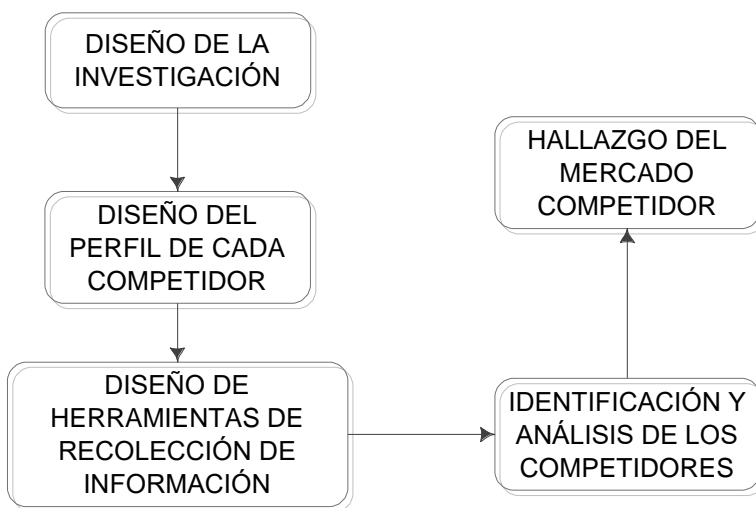
1. Antecedentes del mercado competidor

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

Sin embargo, en las últimas décadas, la diversidad y el equilibrio ecológico del país han sufrido el duro impacto del urbanismo, la contaminación y la solución; la creciente concentración de la población en las áreas urbanas ha llevado a un mayor aglutinamiento de la población en las regiones Sur y Occidental del país (especialmente en el Área Metropolitana de San Salvador). Estas zonas constituyen un ecosistema frágil, ya que en ellas se canalizan y se alimentan los acuíferos del corredor sur del país, limitando la capacidad de abastecimiento de agua a partir de las fuentes subterráneas.

2. Metodología de la investigación

Este capítulo corresponde al análisis del mercado competidor, el cual está conformado por competidores directos, indirectos y sustitutos. Para el caso de estudio, se tomarán municipios que ofrezcan el mismo tipo de turismo que ofrece el municipio de Soyapango y otros servicios complementarios, así como también el factor de éxito en el sector turismo será tomado muy en cuenta para la elección del estudio de un municipio.



Esquema 1 Metodología de investigación de mercado competidor

3. Diseño de la investigación del mercado competidor

<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p>	<p>La investigación es del tipo exploratorio pues el objetivo es obtener la mayor información posible de la competencia identificada para elaborar un perfil por cada uno de los tipos de competencia, con lo cual tener una base de comparación y formular estrategias competitivas.</p>	
<p>FUENTES DE INFORMACIÓN</p>	<p>PRIMARIAS</p>	<p>Toda aquella información obtenida mediante el trabajo de campo para lo cual se realizan visitas a los lugares identificados aplicando técnicas como la entrevista y observación directa.</p>
	<p>SECUNDARIAS</p>	<p>Para investigar a la competencia también se hará uso de sitios web y redes sociales,</p>
<p>TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS</p>	<p>ENTREVISTAS</p>	<p>Reunión con un miembro del personal en los lugares de interés, con el objetivo de caracterizar los servicios que brindan en aspectos como modalidades, precios, frecuencia de consumo</p>
	<p>OBSERVACION DIRECTA</p>	<p>Esta técnica se aplica para medir las apreciaciones de los clientes al recibir el servicio, así mismo permite identificar características de los servicios ofertados y las instalaciones durante las visitas.</p>
	<p>CHECK-LIST</p>	<p>Este instrumento nos permite recolectar la información acerca de los servicios ofertados por la competencia en forma sistemática.</p>
<p>MÉTODO</p>	<p>Se elegirán una serie de lugares a visitar, se procederá a agendar la fecha de visita al establecimiento. En el establecimiento el entrevistador observara el comportamiento de los clientes y los servicios que se ofrecen, posteriormente el entrevistador se presentara como estudiante de la carrera de Ingeniería Industrial y expresara la necesidad de hablar con el dueño o algún encargado para solicitarle la colaboración en la realización de un estudio.</p>	

Tabla 26 Diseño de la investigación del mercado competidor
Fuentes de información

4. Perfil de los competidores

a. Perfil del competidor directo

La identificación de competencia directa se realizará tomando como base la similitud entre los productos y servicios que ofertan, en este sentido la competencia directa será clasificada como tal en función del cumplimiento de los siguientes parámetros:

Recursos del Municipio:

Entendiendo los recursos turísticos como los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y que son los que satisfacen todas aquellas necesidades que demandan los turistas. Estos recursos se pueden clasificar de diversas formas, en el caso del Área Metropolitana de San Salvador, Zona Oriental de El Salvador y la Zona Occidental de El Salvador se clasificarán de acuerdo a sus potencialidades turísticas así:

Perfil del competidor directo	
Turismo de naturaleza-aventura	<ul style="list-style-type: none">• Ecoturismo• Senderismo• Observación de flora y fauna• Clima fresco y agradable• Vista panorámica (del tipo mirador)
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none">• Servicio de hospedaje• Servicio de alimentación• Servicio de entretenimiento• Deportes extremos
Transporte aéreo	<ul style="list-style-type: none">• Teleférico
Zona Geográfica	<ul style="list-style-type: none">• Zona Oriental• Zona Central• Zona Occidental

Tabla 27 Perfil del competidor directo

b. Perfil del competidor indirecto

A continuación, se listan sin ningún orden específico la competencia indirecta, teniendo en cuenta que para ello se tomarán los lugares, municipios o iniciativas que brinden al menos una de las modalidades de turismo de naturaleza – aventura o servicio complementarios, ya que como competencia directa se tomaron a aquellos lugares donde se realizan ambos tipos de turismo.

Perfil del competidor indirecto	
Turismo de naturaleza-aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Senderismo • Observación de flora y fauna • Clima fresco y agradable • Vista panorámica (del tipo mirador)
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de hospedaje • Servicio de alimentación • Servicio de entretenimiento • Deportes extremos
Zona Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Zona Oriental • Zona Central • Zona Occidental

Tabla 28 Perfil del competidor indirecto

c. Perfil del Competidor sustituto

Son los que satisfacen la necesidad principal del servicio, pero tienen otro target y sector. Se estudiarán municipios con factores de éxito en el sector turismo preferidos por los turistas independientemente del tipo de turismo que ofrece.

Perfil del competidor sustituto	
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de hospedaje • Servicio de alimentación • Servicio de entretenimiento • Deportes extremos
Zona Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Zona Oriental • Zona Central • Zona Occidental

Tabla 29 Perfil del competidor sustituto

5. Instrumentos de recolección de la información

Para recolectar la información necesaria de cada negocio considerado competidor se diseñó un check list dirigido directamente al encargado del negocio, el objetivo es conocer los servicios que ofrecen, horarios de atención y los precios de entrada si los hubiere al igual que de los servicios. El check list se usó en todos los sitios que se lograron visitar y se muestra a continuación:


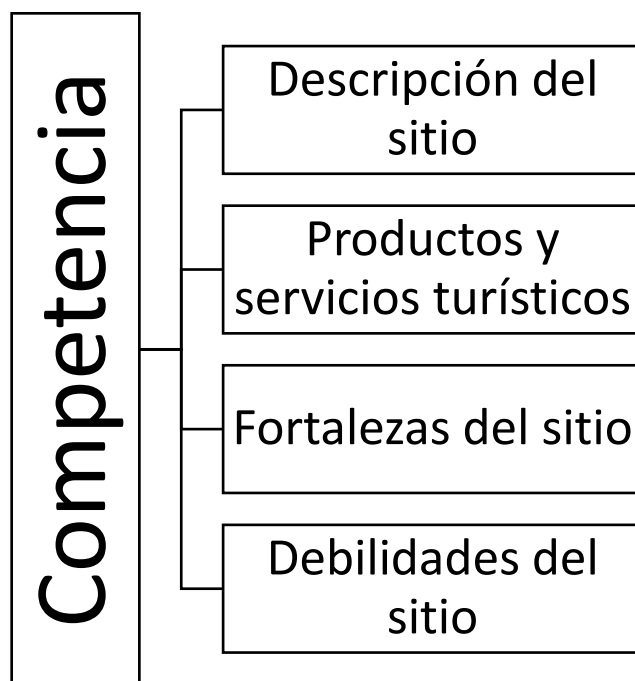
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION DE LA COMPETENCIA						
DATOS GENERALES						
Nombre del negocio:						
Ubicación:						
Horario de Atención:						
SERVICIOS Y ACTIVIDADES						
<input type="checkbox"/>	Eventos culturales	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	Parqueo	
<input type="checkbox"/>	Ciclismo	<input type="checkbox"/>	Juegos mecánicos	<input type="checkbox"/>	Deportes de cancha	
<input type="checkbox"/>	Observación flora y fauna	<input type="checkbox"/>	Gastronomía típica	<input type="checkbox"/>	Contacto con la naturaleza	
<input type="checkbox"/>	Comercio (Franquicias)	<input type="checkbox"/>	Emprendedores	<input type="checkbox"/>	Otros, especifique:	
VERIFICACION DE DATOS						
NEGOCIOS						
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES			
Gastronomía típica						
Emprendedores						
Franquicias de comida rápida						
RECREACION						
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES			
Sala de conferencia						
Museo o exposición						
Tienda de Suvenires						
Espacio recreativo para familia						
Otros						
ESPACIO PARA EVENTOS CULTURALES						
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES			
Equipo y mobiliario						
Servicio de comida típica						
Realización de eventos culturales						
Capacidad	500					
Precio por servicio	Sujeto a restricciones					
COMERCIALIZACION						
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES			
Alianzas con tour operadores						
Tiene paginas web						
Tienes redes sociales						
Recibe turistas Internacionales						
RESTAURANTE						
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES			
Ofrecen algún platillo característico						
Ofrecen alguna bebida característica						
Ofrecen algún servicio extra						
¿Cuál es la capacidad del restaurante ?						
Frecuencia de demanda	Permanente		Esporadica	Fines de semana		Feriado
Tipo de demanda	Internacional					
	Nacional					
	Local					
Tipo de Cocina	CARNES		AVES		MARISCOS	
	COCINA INTERNACIONAL		COMIDA TIPICA SALVADOREÑA		VEGETARIANA	
Tipo de servicio	A LA MESA		BUFFET		A LA VISTA	
Cuál es el ,precio más caro, barato y promedio	Más caro:					
	Más barato:					
	Promedio:					
ALOJAMIENTO						
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES			
Hostal						
Zona de Camping						
Cuántas habitaciones poseen, para cuentas personas y cuanto cuestan	Sencilla	#		\$		
	Doble	#		\$		
	Triple	#		\$		
	Familiar	#		\$		
Frecuencia de demanda	Permanente		Esporadica	Fines de semana		Feriado
Tipo de demanda	Internacional		%	Donde:		
	Nacional		%	Donde:		
	Local		%	Donde:		
Periodo promedio que se alojan						
Alojamiento incluye alimento						
Consumo minino por persona						
Servicio Extra						

Tabla 30 Ficha para mercado competidor

6. Identificación de la competencia



Esquema 2 Metodología de la competencia

a. Competidores identificados

ZONA DE EL SALVADOR	COMPETIDORES
Zona Oriental	<ul style="list-style-type: none"> • Eco parque de Jucuaran • Municipio de Alegría
Zona Central	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Chantecuán • Parque Bicentenario • Parque Nacional el Boquerón • Parque Infantil de diversiones • Centro Recreativo el Cafetalón
Zona Occidental	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante Vista al Lago • Apaneca Tours Canopy • Café Albania

Tabla 31 Sitios turísticos seleccionados para el estudio

b. Clasificación de los competidores

Primer nivel: todo lo que este dentro del color rojo se considera como competidor directo que son los que más se apegan a los servicios que se ofrecerán en el Teleférico San Jacinto.

Segundo Nivel: dentro del color verde esta lo que se considera como competidor indirecto, se apegan al perfil, pero ofrecen otra variedad de servicios.

Tercer Nivel: dentro del color anaranjado se encuentran los competidores sustitutos

7. Tabulación de investigación de campo y secundaria

a. Competencia Directa

FICHA TECNICA DE LA INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA			
DEPARTAMENTO	AHUACHAPAN	MUNICIPIO	APANECA
ESTABLECIMIENTO	CAFÉ ALBANIA		
FECHA DE VISITA	11/03/2020	DURACION	45 MINUTOS
OBSERVADORES: FLORES MELENDEZ, OVED ISAI, LOPEZ ROMERO, SANTIAGO ALFREDO, RUANO VELASQUEZ, ALAN RINALDY			

Tabla 32 Ficha Técnica para el Competidor Directo

NEGOCIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con un establecimiento para la venta de bebidas calientes, frías y comidas • Área de souvenir
RECREACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Laberinto de arboles • Canopy • Bolas locas • Senderos • Vista panorámica
EVENTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Café Albania está disponible para todo tipo de eventos
OTROS RECURSOS
<ul style="list-style-type: none"> • Flora y fauna • Clima fresco • Zonas verdes • Parqueo • Vigilancia

Tabla 33 Información de Café Albania

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE INFORMACION DE LA COMPETENCIA



DATOS GENERALES					
Nombre del negocio:		Café Albania			
Ubicación:		Apaneca, Ahuachapán			
Horario de Atención:		Lunes-Domingo, 8:00 am-6:00 pm			
SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
<input type="checkbox"/>	Eventos culturales	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	Parqueo
<input type="checkbox"/>	Ciclismo	<input type="checkbox"/>	Juegos mecánicos	<input type="checkbox"/>	Deportes de cancha
<input checked="" type="checkbox"/>	Observación flora y fauna	<input type="checkbox"/>	Gastronomía típica	<input type="checkbox"/>	Contacto con la naturaleza
<input type="checkbox"/>	Comercio (Franquicias)	<input type="checkbox"/>	Emprendedores	<input type="checkbox"/>	Otros, especifique: Juegos extremos (Canopy, laberintos y Bola loca)
VERIFICACION DE DATOS					
NEGOCIOS					
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES		
Gastronomía típica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Emprendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Franquicias de comida rápida	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
RECREACION					
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES		
Sala de conferencia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Museo o exposición	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Tienda de Suvenires	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Espacio recreativo para familia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
ESPACIO PARA EVENTOS CULTURALES					
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES		
Equipo y mobiliario	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Servicio de comida típica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Realización de eventos culturales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Capacidad	500				
Precio por servicio	Sujeto a restricciones				
COMERCIALIZACION					
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES		
Alianzas con tour operadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde San Salvador, Costa Rica y Guatemala		
Tiene paginas web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Albania Laberinto		
Tienes redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Facebook e Instagram		
Recibe turistas Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
RESTAURANTE					
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES		
Ofrecen algún platillo característico	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Churrascos		
Ofrecen alguna bebida característica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Café Borbon		
Ofrecen algún servicio extra	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Vista y deportes extremos		
¿Cuál es la capacidad del restaurante ?	500 global y 300 en restaurante				
Frecuencia de demanda	Permanente		Esporádica	Fines de semana	Feriado
Tipo de demanda	Internacional		65%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nacional		30%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Local		30%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tipo de Cocina	CARNES		AVES	MARISCOS	
	COCINA INTERNACIONAL		COMIDA TÍPICA SALVADOREÑA	VEGETARIANA	
Tipo de servicio	A LA MESA		BUFFET	A LA VISTA	
Cuál es el ,precio más caro, barato y promedio	Más caro:				
	Más barato: \$3.00				
	Promedio:				
ALOJAMIENTO					
CONCEPTO	SI	NO	OBSERVACIONES		
Hostal	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
Zona de Camping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Cuántas habitaciones poseen, para cuentas personas y cuanto cuestan	Sencilla	#		\$	
	Doble	#		\$	
	Triple	#		\$	
	Familiar	#		\$	
Frecuencia de demanda	Permanente		Esporádica	Fines de semana	Feriado
Tipo de demanda	Internacional		%	Donde:	
	Nacional		%	Donde:	
	Local		%	Donde:	
Periodo promedio que se alojan					
Alojamiento incluye alimento					
Consumo minino por persona					
Servicio Extra					
NOTA: el precio de entrada no tiene costo, cada servicio tiene su costo al ser consumido.					

Tabla 34 Ficha de Café Albania

b. Competencia indirecta

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA			
DEPARTAMENTO	SAN SALVADOR,	MUNICIPIO	SAN SALVADOR
ESTABLECIMIENTO	PARQUE NACIONAL EL BOQUERÓN		
FECHA DE VISITA	16/03/220	DURACION	50 MINUTOS
OBSERVADORES: FLORES MELENDEZ, OVIED ISAI, LOPEZ ROMERO, SANTIAGO ALFREDO, RUANO VELASQUEZ, ALAN RINALDY			

Tabla 35 Ficha técnica para competidor indirecto

C. MERCADO DISTRIBUIDOR DEL TELEFERICO

1. Objetivo mercado distribuidor

Objetivo general

- Identificar los posibles canales de distribución que permitan acercar los servicios ofrecidos a los consumidores finales y poder abarcar un mayor número de mercados por parte del teleférico San Jacinto de Soyapango.

Objetivos específicos

- Conocer acerca de los principales tour operadores turísticos que actualmente ofrecen sus servicios en El Salvador.
- Distinguir al tour operadores que ofrecen paquetes de servicios turísticos de parques temáticos.
- Definir el perfil del distribuidor para la comercialización de los servicios turísticos que se pretenden ofrecer.
- Establecer proyecciones para los distribuidores de los que se hará uso para ofrecer los servicios turísticos.
- Definir propuestas y estrategias para obtener una buena distribución de los servicios turísticos.
- Para la investigación del mercado distribuidor se utilizó el tipo de investigación exploratoria ya que se pretende explorar la situación actual de dicho mercado para los servicios turísticos que ofrecen las distintas empresas (Tour operadoras) en El Salvador. Esta investigación está orientada a impulsar la rehabilitación del Teleférico de San Jacinto a través de la Alcaldía de Soyapango, sus servicios turísticos de diversión, restaurante, camping, etc.

2. Metodología del estudio

La metodología que se llevara a cabo para la determinación del mercado distribuidor es la que se muestra en la página siguiente:

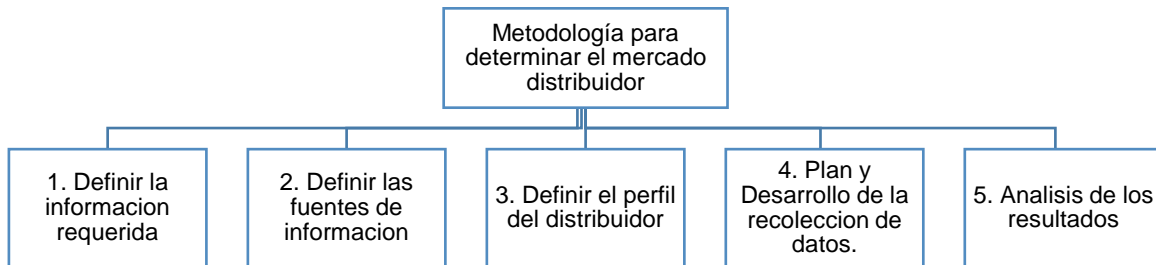


Ilustración 23 Metodología del estudio mercado distribuidor

Fuente: Elaboración propia

1. Identificación del mercado distribuidor

Antecedentes del mercado

Orígenes

Historia de los canales de distribución: Los canales de distribución se definen como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible.

Al inicio los hombres empezaron a dedicarse a la agricultura, pesca o algún oficio, comenzaron a intercambiar sus productos por artículos que hayan sido fabricados por otros. Así aparecieron los primeros canales de distribución que implica un contacto entre dos partes, los fabricantes y los consumidores.

En su evolución es posible diferenciar tres etapas:

1. La logística como distribución física.
2. La logística como integración de las actividades internas del flujo de materiales en la empresa.
3. La logística como integración de las actividades internas y externas del flujo de materiales en la cadena de suministros en la que se halla integrada la empresa.

Las elecciones de los canales de distribución suelen ser a largo plazo y hay que tener ciertas variables en cuenta para una buena elección:

- Naturaleza del producto o servicio
- Precio de venta
- Estabilidad del producto o servicio y del distribuidor en el mercado
- Reputación del intermediario
- Calidad de la fuerza de ventas.

Tipos de canales de distribución turística

La distribución turística se puede emplear de las siguientes formas:



Ilustración 24 Esquema de tipos de canales turísticos

Fuente: Elaboración propia

¿Cuáles operadoras turísticas ofrecen servicios turísticos que incluyan parques temáticos en sus paquetes de servicios?	Conocer los tour operadores que ofrecen servicios turísticos de nuestra naturaleza.
¿Cuáles de las operadoras turísticas que incluyen parques temáticos operan en la zona metropolitana de El Salvador?	Conocer los tour operadores que ofrecen servicios turísticos que incluyen el municipio de Soyapango.
¿Cuáles de estos medios de distribución utiliza la competencia para promocionarse?	Conocer los medios de distribución de la Competencia.
¿Qué tipo de distribución conviene tener?	Determinar el tipo de distribución que le conviene tener al teleférico en Soyapango para dar a conocer sus servicios turísticos.
¿Cuáles son los requisitos y el proceso para que los tour operadores acepten comercializar servicios turísticos de una empresa?	Conocer los requerimientos necesarios para que una empresa pueda ser promocionada por los tour operadores Nacionales.

¿Cuál es el margen de ganancia o comisión que los tour operadores solicitan a la empresa para poder comercializar los servicios turísticos?

Conocer las comisiones que una empresa tiene que pagar a los tour operadores para que puedan ofrecer los servicios turísticos.

Tabla 36 Formulario para definir operadoras Turísticas favorables al proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Primero la alcaldía competente a la gestión lanza una convocatoria mediante sus sitios oficiales, donde las operadoras turísticas se reúnen con sus guías y promotores turísticos para conocer la ubicación y servicio ofrecidos para coordinar y gestionar las visitas y precios pertinentes.



Ilustración 25 Operador turístico contactado en Parque el boquerón

Fuente: Parque el boquerón, fotografía tomada en estudio de campo.

2. Análisis de información

Selección de organización distribuidora

CRITERIO	SIMBOLOGIA	DESCRIPCION
Experiencia	E	La organización debe poseer sólida experiencia en el rubro de servicios turísticos y comprobables
Publicidad	P	Se debe tener mínimo 1 medio para dar a conocer los servicios que la organización brinda
Calidad de servicio	CS	Se debe tener una Buena aceptación por los usuarios de los servicios que brinda la organización
Formas de Pago	FP	La organización debe brindar diversas y accesibles formas de pago
Demanda	D	La organización debe contar con una amplia cartera de clientes que solicitan sus servicios
Facilidad de asocio	FA	Brindar facilidad de asocio con la dirección del parque y que se puedan brindar servicios en el parque
Rutas ofertadas	RO	La organización debe contar con diversidad de rutas turísticas relacionadas a las actividades que se llevaran a cabo en el parque.

Tabla 37 Criterios de selección mercado distribuidor

Fuente: Elaboración propia

La selección del distribuidor a través de los criterios antes mencionados debe ser analizada y la importancia que cada uno de estos criterios puede representar para la organización, es por ello que cada uno de estos criterios tiene una ponderación la cual se muestra a continuación:

CRITERIO	PONDERACION
Experiencia	15%
Publicidad	17%
Calidad de servicio	20%
Formas de Pago	11%
Demanda	10%
Facilidad de asocio	12%
Rutas ofertadas	15%

Tabla 38 Porcentajes de criterios mercado distribuidor

Fuente: Elaboración propia

APLICACION	NOTA
Excelente	10
Muy bueno	8
Bueno	6
Regular	5
Malo	1

Tabla 39 Factores de calificación

Fuente: Elaboración propia

TOUR OPERADOR	CRITERIOS							CALIFICACION
	E	P	CS	FP	D	FA	RO	
	15%	17%	20%	11%	10%	12%	15%	
Geoturismo	10	6	8	10	8	8	8	8.18
Cuzca Tours El Salvador	10	6	8	8	6	6	1	6.47
Tekuani Tours	8	8	8	10	8	6	1	6.93
Maquilishuat Tours	8	8	6	10	8	6	8	7.58
Xpedition	10	10	6	10	10	8	8	8.66

Tabla 40 Calificación de tours operadoras

Fuente: Elaboración propia

3. Proyecciones

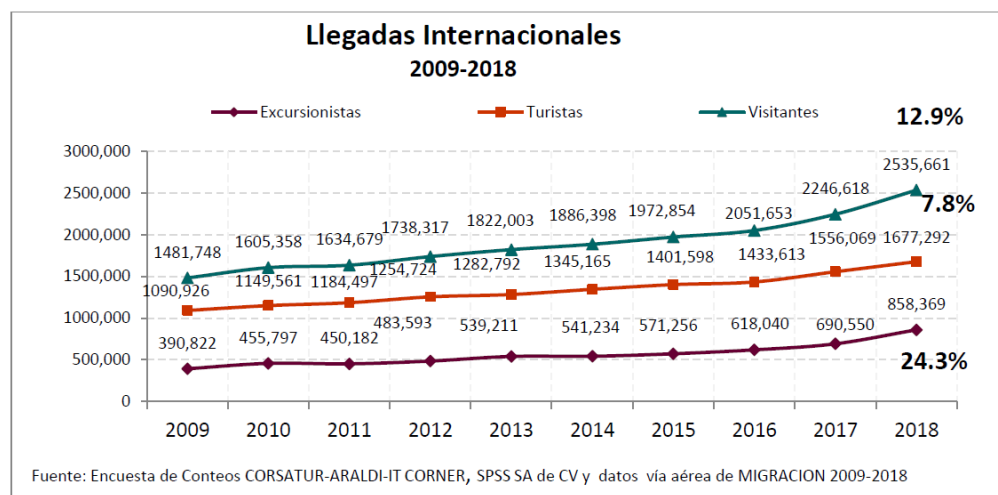


Gráfico 1. Llegada de visitantes internacionales

Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta de forma gráfica los resultados obtenidos:

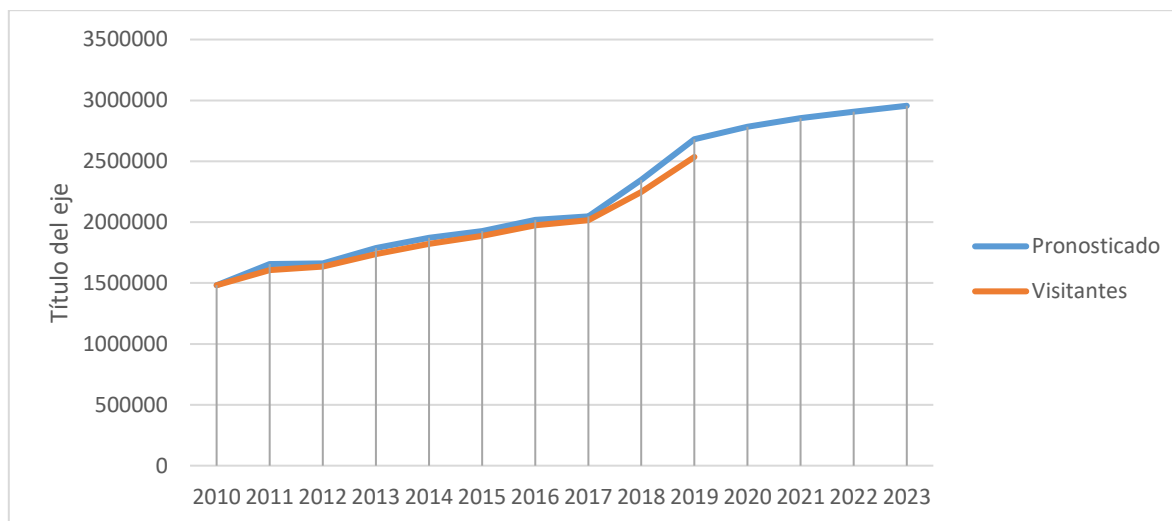


Gráfico 2. Pronóstico de visitantes

Los proyecciones anteriores nos muestran valores muy favorables en cuanto al tema de turismo, pero estos son valores en condiciones normales, debido a la actual pandemia por COVID-19 el sector turismo es el más golpeado en El Salvador desde que el gobierno tomo las primeras medidas para prevenir el desarrollo de la enfermedad, sin duda estas acciones aunque adecuadas para la prevención, golpean fuertemente al sector turismo, las organizaciones del sector actualmente han tenido que afrontar la difícil situación, la falta de visitantes les ha obligado a cerrar en su mayoría los lugares de trabajo.

“Las medidas que ha decretado el gobierno han sido para restringir la movilidad de las personas que vienen del extranjero e internas, estas son: los extranjeros tienen prohibido ingresar al país; los salvadoreños residentes y diplomáticos que ingresen al país pasarán a guardar cuarentena (hasta el 18 de marzo había aproximadamente 2,000 personas resguardadas); se suspendieron clases hasta el 13 de abril o nuevo aviso; suspensión de espectáculos públicos y eventos deportivos; las reuniones tienen un máximo de 50 personas; los duicentros, bares, discotecas y gimnasios deben cerrar por 14 días; se suspenden las consultas médicas privadas y públicas que no sean de emergencia; se decreta control de precios para mascarillas y gel; cuarentena para las actividades de servicios de maquila y call centers (aproximadamente 100,000 trabajadores directos y un 50% de indirectos), y finalmente, se declara la cuarentena en todo el territorio. Todas las medidas fueron paulatinamente disminuyendo la actividad económica, hasta la cuarentena total que prácticamente detuvo la economía. A continuación, un breve resumen de impacto sectorial.” (Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, 2020)

4. Estrategias propuestas

A continuación, se presentan diversas estrategias y propuestas que la dirección puede tomar en cuenta para la distribución de los servicios que se brindarán y además las alianzas que podrán formarse con el tiempo para la atracción turística del Teleférico San Jacinto de Soyapango.

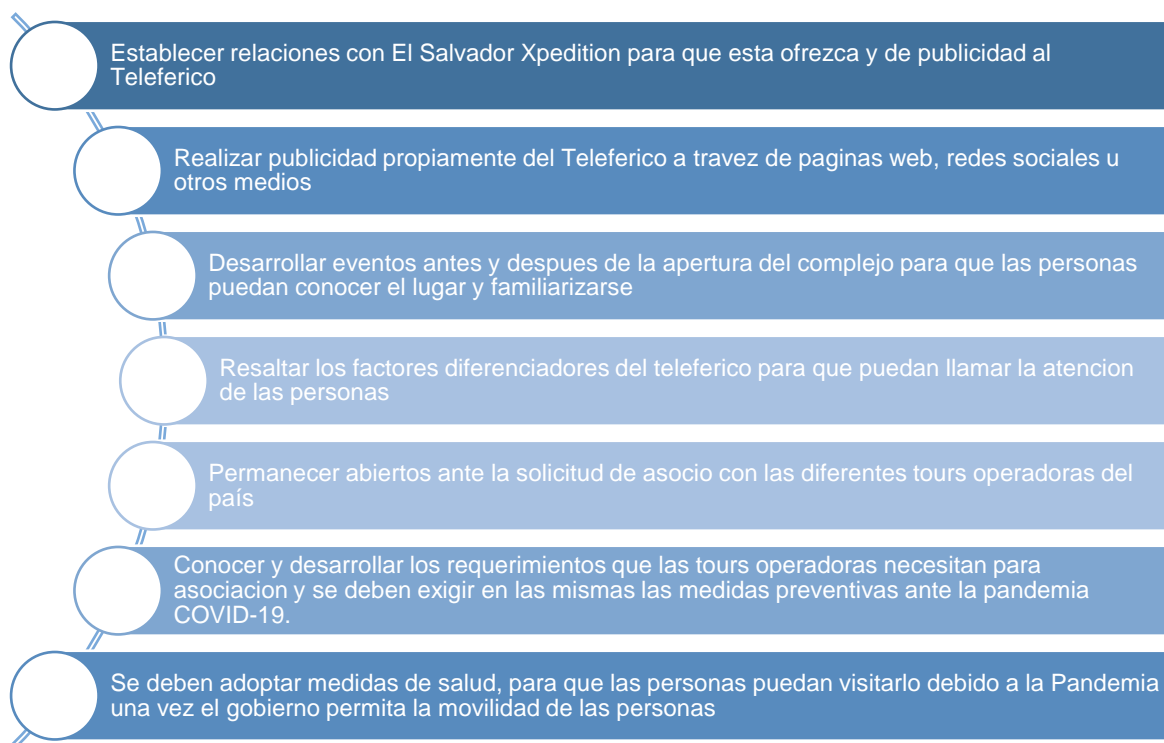


Ilustración 26 Estrategias propuestas del mercado distribuidor

Fuente: Elaboración propia

D. INSTITUCIONES DE APOYO TURÍSTICO EN EL SALVADOR

En este apartado se estudiarán las instituciones u organizaciones que están en la disposición de brindar la ayuda necesaria para fortalecer el desarrollo turístico y que le permitan a la organización del teleférico lograr sus objetivos:

Entre las instituciones necesarias tenemos:

1. Actividades de apoyo al Teleférico San Jacinto

A continuación, se presentarán algunas de las actividades que serán necesarias para el teleférico San Jacinto que se realicen y de acuerdo a la descripción de cada una de las instituciones u organizaciones antes mencionadas, a quien de estas debe solicitarse el apoyo correspondiente:

ACTIVIDAD	ORGANIZACIÓN
Seguridad para visitantes	Policía de Turismo POLITUR
Presentación del proyecto de Interés Turístico Nacional	Ministerio de Turismo MITUR
Inscripción del teleférico como empresa turística	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
Promoción del parque el Teleférico	Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)
Capacitación, asesorías sobre administración de parques	Instituto Salvadoreño de turismo (ISTU)
Certificaciones de Calidad turística	Organismo salvadoreño de normalización OSN
Asistencia técnica administrativa y capacitaciones	Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)

Tabla 41. Actividades y Organizaciones de Apoyo

Fuente: Elaboración propia

**CAPITULO V. DIAGNOSTICO DE
LA SITUACION ACTUAL DEL
TURISMO EN EL ÁREA
METROPOLITANA DE SAN
SALVADOR**

A. ESQUEMA DE DIAGNOSTICO

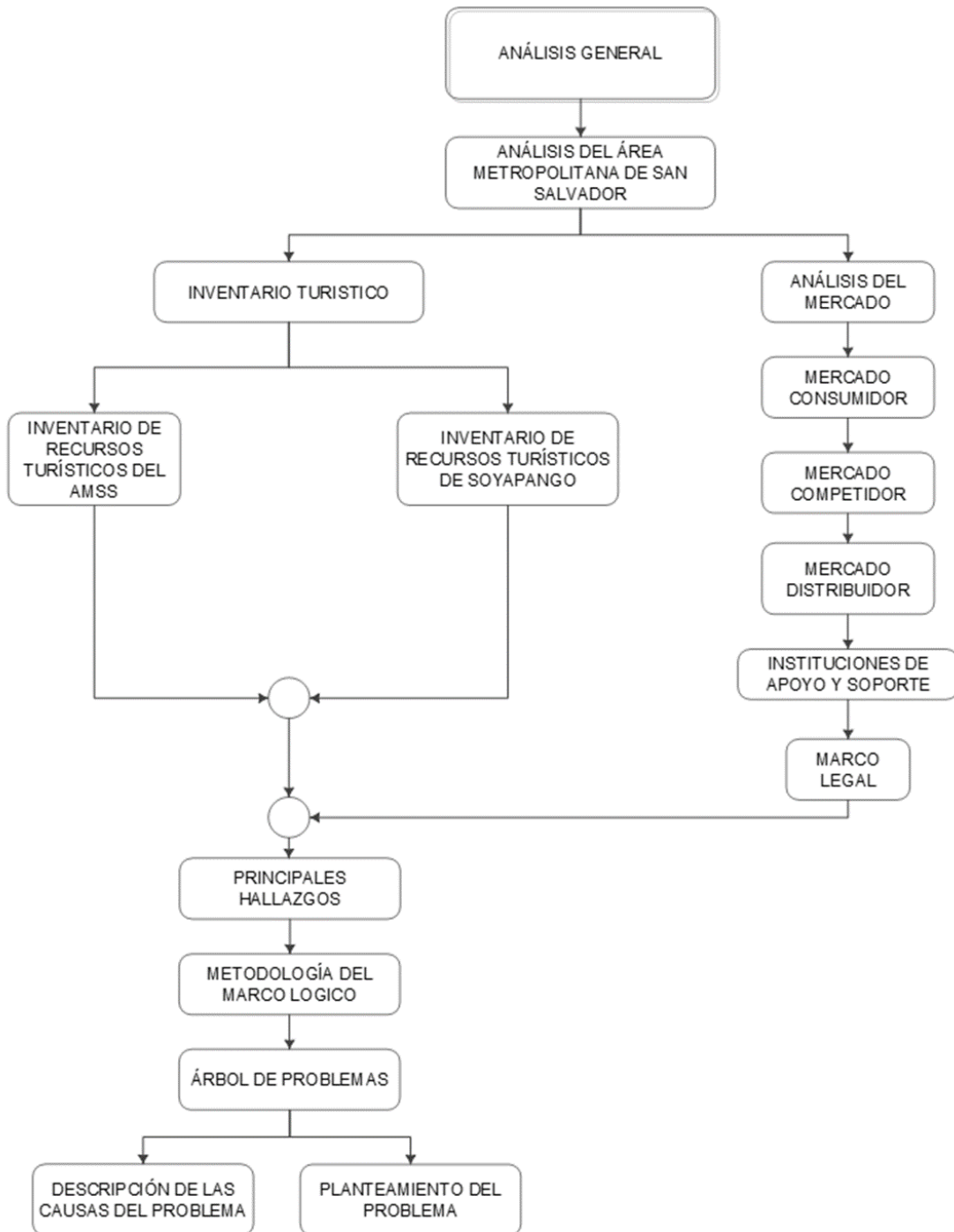


Diagrama 1 Esquema de Diagnostico

Fuente: Elaboración Propia

1. Análisis del Área Metropolitana de San Salvador

Dentro del análisis del área metropolitana de San Salvador se consideran los siguientes elementos como información de suma importancia en cuanto a los esfuerzos actuales, las estrategias que se están ejecutando y los índices de desarrollo actuales para identificar la situación actual del municipio y trazar las líneas de acción para mejorar estos indicadores.

a. Materia turística

- El AMSS cuenta con un lago que atrae la atención de visitantes de todo el país y extranjeros, este está ubicado en el municipio de Ilopango.
- Cuenta con un eco parque en el volcán de San Salvador donde se obtienen vistas panorámicas y contacto directo con flora y fauna.
- Parques con temática en contacto con la naturaleza
- Variedad de centros comerciales
- Teatros, iglesias y palacios nacionales para los amantes de la arquitectura
- El Centro Histórico de San Salvador con nueva imagen lo permite disfrutar de exquisita gastronomía.

b. Datos importantes sobre el desarrollo del AMSS

- Extensión Territorial: 610 Km²
- Densidad Poblacional: 2851.4 Habitantes por Km²

Indicadores de Desarrollo Humano

- Índice de Desarrollo Humano 0.67
- Pobreza: 23%
- Esperanza de vida: 72 años

Indicadores de servicios Básicos

Cobertura del 99.2% (2017 según EHPM)

c. Principales actores del municipio

- COAMSS: Consejo de Alcaldes del Área Metropolitana de San Salvador
- CODEMET: Consejo de Desarrollo Metropolitano
- OPAMSS: Oficina de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador
- COPLAMSS: Comité de Planeación del Área Metropolitana de San Salvador

d. Análisis de la situación turística actual

De acuerdo a la recopilación de información secundaria sobre el análisis interno del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), se plantea un análisis FODA con el objetivo de mostrar las fortalezas que el Área Metropolitana de San Salvador posee y que facilitaran el desarrollo turístico, las debilidades que afronta para hacer cambios y tratar de mejorar, las amenazas que se tienen en cuanto a querer posicionarse como un destino turístico y las oportunidades que se generan en este sector.

2. Inventario turístico

El inventario de recursos turísticos que posee actualmente el Área Metropolitana de San Salvador se muestra a continuación con su respectiva categoría.

FORTALEZAS

- Existe potencial turístico en el AMSS
- Interés por mejorar el desarrollo dentro del AMSS
- Autoridades competentes que velan por el orden en los municipios que conforman el AMSS
- Interés por parte de las empresas privadas, cooperativas, emprendedores para contribuir al desarrollo del turismo.
- Festividades reconocidas a nivel nacional el cual atrae un gran número de turistas durante los eventos.

OPORTUNIDADES

- Gran interés por parte de algunos empresarios y emprendedores para cooperar en planes y estrategias para el desarrollo turístico.
- Crear circuitos turísticos para una mejor experiencia para los visitantes

DEBILIDADES

- Poca efectividad en el cumplimiento de las ordenanzas municipales
- Carencia de promoción del AMSS y su oferta turística.
- Problemas de cantidad de basura, personas indigentes, perros callejeros y personas con problemas alcohólicos.
- Servicio de agua deficiente en el AMSS

AMENAZAS

- Existencia e Incremento de delincuencia al no tomar medidas cuando el flujo turístico aumente.
- Insatisfacción del turista por malas experiencias debido a la calidad de servicios.
- Problemas que conlleva un flujo turístico alto como capacidad instalada en cuanto a estacionamientos, alojamiento, alimentación, servicios básicos, etc.

a. Recursos turísticos del AMSS

Se hizo una evaluación en base a la **guía para la elaboración de inventarios turísticos**¹ del MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia) de los recursos turísticos que se podían jerarquizar para determinar aquellos que tienen mayor potencial para involucrarlos dentro de un producto o corredor turístico.

Una vez realizada la evaluación nos sirvió de base para asignar la jerarquía que le correspondía a cada recurso con lo cual se decidió tomar en consideración únicamente aquel recurso que obtuviera jerarquía mayor a 70 puntos ya que estos son más capaces de motivar un importante flujo de visitantes en el Área Metropolitana de San Salvador.

a. Inventario de recursos turísticos de Soyapango

A continuación, se presentan propuestas en las que los atractivos más representativos del municipio podrían incluirse junto a la oferta del teleférico, esto con el objetivo de dinamizar el teleférico y dar a conocer el municipio, se realizaran propuestas únicamente para los que posean las categorías 4 y 3.

Atractivo-Teleférico	Propuesta
Fiestas Patronales	<p>Las fiestas patronales como se ha mencionado anteriormente son eventos programados que se realizan en los primeros 12 días del mes de octubre de cada año, la propuesta consiste en realizar algunas de las actividades de las fiestas patronales en las instalaciones del teleférico, entre estas actividades que se consideran que podrían realizarse son:</p> <ol style="list-style-type: none">11. Día del niño: Quiebra de piñatas y reparto de refrigerios12. Celebración del día del niño13. Car Show14. Show de moto15. Toro mecánico e inflables16. Cuche encebado17. Palo encebado18. Presentación de payasos y artistas especiales19. Show artístico20. Quema de castillo artesanal <p>Estas y otras que la alcaldía municipal de Soyapango considere se podrían realizar dentro de las instalaciones.</p>
Casa de la Cultura	<p>Como se ha mencionado anteriormente en la casa de la cultura del municipio de Soyapango se realizan diversas actividades para promover la cultura del municipio, entre estas actividades que se realizan son los “Café literarios” que se realizan los miércoles, además talleres, clases, eventos artísticos, son programados y coordinados por la casa de la</p>

¹ Metodología Para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos, 2010- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT)

Atractivo-Teleférico	Propuesta
	cultura, la propuesta consiste en coordinar junto a la casa de la cultura que algunas de estas actividades puedan ser realizadas en las instalaciones del teleférico con el objetivo de que las personas puedan visitar y disfrutar del lugar.
Plaza Mundo	<p>Uno de los mayores centros comerciales en El Salvador es plaza mundo que recibe una importante cantidad de personas al año, esto es una oportunidad importante para la administración del teleférico, pues con las personas que se ven motivadas por visitar Plaza mundo se pueden crear estrategias que nos permitan movilizar una porción de los mismos hacia las instalaciones del Teleférico, esto con el objetivo de que el Teleférico tenga una mayor participación en el entretenimiento de las personas del municipio. La propuesta consiste:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Crear una agencia del teleférico en las instalaciones de plaza mundo en la cual se permita la movilización directa hacia el Teleférico, el objetivo brindar un transporte que a las personas les brinde una mayor seguridad para visitarlo. 4. Crear alianzas con las autoridades de plaza mundo para que se puedan realizar eventos de publicidad del teleférico.
Parque Chantecuan	<p>El parque Chantecuan es administrado por la alcaldía municipal de Soyapango y actualmente se realizan diversas actividades por parte de la alcaldía para dinamizarlo, dada la ubicación del parque se convierte poco atractivo para las personas por la inseguridad.</p> <p>Como propuesta se pueden realizar “circuitos de aventura” entre el parque Chantecuan y el Teleférico, guiados por la alcaldía Municipal de Soyapango.</p>
Castillo de Soyapango	Aunque actualmente El Castillo no se encuentre abierto al público como elemento turístico una de las actividades que se pueden realizar en las instalaciones del teleférico son foros para la presentación de la historia de atractivo, con el objetivo de que las personas conozcan un poco más del municipio.

Tabla 42 Recursos Turísticos en Soyapango

3. Mercado consumidor

Conocer el perfil del turista es de utilidad porque brinda elementos para la mejor planeación y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades de la población visitante. Mientras tanto, el conocimiento de la experiencia de viaje permite diseñar adecuaciones encaminadas a mejorar la vivencia en el destino.

La información que arroja este estudio servirá para formular estrategias de comercialización, desarrollar productos adecuados a los hábitos de viaje, conocer los índices de satisfacción del

cliente que aportan información para mejorar la calidad de los servicios, así como la percepción de los turistas.

En base a los resultados de la encuesta y el estudio de la competencia se determinó los gustos y preferencias de los turistas cuando visitan los destinos turísticos, en los cuales se presenta a continuación el perfil del consumidor tanto para familia como para jóvenes.

a. Perfil del turista Joven

Tipo de turismo que prefiere: Playa, Parques Naturales y montañas

Elementos importantes en un destino turístico: Paisaje, precio, calidad de la experiencia y seguridad.

b. Perfil del turista Familiar

Tipo de turismo que prefiere: Playa y Parques Naturales

Elementos importantes en un destino turístico: Seguridad, Precio y Paisaje.

Medios por los que se informa sobre los destinos turísticos: Redes sociales

Ingresos familiares: El 55% de la muestra tiene ingresos entre \$600.00 y \$1000.00

Servicios que le gustaría encontrar en el Teleférico San Jacinto: Restaurante, Canopy y Hotel de Montaña

Alim

4. Mercado competidor

Con la investigación realizada en los diferentes sitios se recalcan los factores de éxito que hicieron posible el posicionamiento en el mercado consumidor, las siguientes características son las que resaltan en cada uno de los sitios visitados las cuales se deben tomar en cuenta como ejemplo de éxito y también se listan los problemas que tienen a pesar del posicionamiento actual, que aun con ellos los turistas no dejan de preferir visitar y desarrollar las actividades que ofrece cada uno de ellos.

Principales Factores de éxito de los mercados competidores seleccionados
--

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Buen nivel de promoción para los atractivos turísticos y para el municipio en general.• Recursos naturales muy bien desarrollados• Empresarios organizados trabajando por un objetivo en común• Buena señalización de vías de acceso y servicios básicos• Programas de capacitación para calidad de servicios• Planes bien estructurados como base para el desarrollo turístico del municipio• Los medios para promocionar el sitio más eficaz son las redes sociales y material visual como volantes• Infraestructuras vanguardistas• Precios accesibles de los servicios y la gastronomía |
|---|

Principales problemas de los mercados competidores a tomar en cuenta:
<ul style="list-style-type: none"> • Mala señalización dentro del municipio y de servicios básicos • Descontrol en estacionamiento en temporadas altas • Falta de proactividad en el personal que atiende • Falta de Planes turísticos para aumentar la afluencia • Ausencia de presencia en redes sociales • Falta de control en el manejo de los desechos solidos • Servicios ofertados inhabilitados

Estrategia de señalización y ubicación de productos turísticos mediante redes sociales
Existe una estrategia en común en la mayoría del mercado competidor la cual consiste en elaboración de mapas de ubicación geográfica y presentación de toda la oferta turística mediante sus páginas en cada una de las redes sociales, además permite conocer los comentarios o experiencias de otros visitantes y turistas con el sitio. Esta estrategia ayuda a una experiencia más cómoda y segura para que el visitante se anime a explorar todo el sitio y tenga un panorama de toda la oferta turística.

Tabla 43 Diagnostico del mercado competidor

Diagnóstico del mercado competidor

Mercado Competidor	Nombre del sitio
Directo	Café Albania
Indirecto	Restaurante Vista a Lago
	Parque Nacional el Boquerón
	Parque Chantecuan
	Apaneca Canopy Tour
Sustituto	Centro Recreativo el Cafetalón
	Parque Bicentenario
	Parque Infantil de Diversiones
	Eco parque Jucuaran
	Municipio de Alegría

Tabla 44 Resultados del mercado competidor

5. Mercado distribuidor

La distribución turística se puede emplear de dos formas: directa e indirecta.

Dentro de la distribución directa se utiliza el Internet como principal medio de distribución de productos turísticos porque con este medio se llega directamente al cliente evitando las comisiones a los intermediarios.




En la distribución indirecta se vende los productos de turismo con las empresas intermediarias. Estas empresas son las agencias de viajes u operadores de turismo quienes actúan como representantes facilitando toda la información sobre los servicios que se ofrecen.

A continuación, se presentan las tour operadoras que entre sus productos turísticos ofrecen naturaleza y cultura y que fueron tomados en cuenta como posibles distribuidores de los productos turísticos que se pretenden ofrecer en el Teleférico San Jacinto.

A continuación, se presentan los criterios a tomar en cuenta para la selección y las tour operadoras que entre sus productos turísticos ofrecen naturaleza y cultura y que fueron tomados en cuenta como posibles distribuidores de los productos turísticos que se pretenden ofrecer en el Teleférico San Jacinto.

<p>La selección de los canales de distribución deberá plantearse desde una óptica que busque los beneficios de la empresa tanto desde la óptica económica como de prestigio y calidad del servicio.</p> <p>Entre los principales criterios que los empresarios deben considerar en la selección del canal de distribución podemos mencionar:</p>	
Flexibilidad	Es la capacidad de adaptarse ante los cambios de la demanda.
Control	Respecto al control que debe ejercer los productores a los canales de distribución a lo que se refiere información y servicios ofrecidos.
Colaboración	La colaboración se refiere por parte de los intermediarios en lo que corresponde a una información correcta, marketing y necesidades del cliente.
Cobertura	Se refiere a la cobertura del canal de distribución, sobre el mercado meta de la empresa.
Competencia	Esta competencia, es una competencia sana, entre el productor y el canal de distribución, en donde el canal, tendrá que crear un valor agregado tangible o intangible al producto comercializado para tener más éxito en la venta.
Imagen	La imagen del canal de distribución debe estar ligada a la imagen de la empresa dueña del producto o servicio.
Compatibilidad	La compatibilidad se refiere a la afinidad que debe existir entre los distintos canales de distribución al existir una distribución múltiple por parte de la empresa proveedora del servicio.

Tabla 45 Criterios que deberían tomarse para seleccionar una tour operadora

Nombre de la tour operadora	Actividades y destinos que oferta	Datos
<p data-bbox="345 268 500 296">Geoturismo</p> 	<p data-bbox="630 268 948 478">Viajes nacionales e internacionales, gestionando rutas aéreas, terrestres y marítimas (vía cruceros).</p> <p data-bbox="630 485 948 842">Con compromiso medioambiental tiene por rutas turísticas algunos destinos como: cerro el pital, parque el imposible, ruta de las flores, ruta de los naranjos, turismo solidario, Hotel Decamerón, etc.</p>	<p data-bbox="971 268 1341 443">Dirección: Col. Campestre #17, Pje.3, Calle Circunvalación, San Salvador, El Salvador, C.A., San Salvador CP 1101</p> <p data-bbox="971 449 1341 476">Horario: Abierto las 24 horas</p> <p data-bbox="971 483 1240 510">Teléfono: 7016 7238</p> <p data-bbox="971 516 1341 546">Sitio web:</p> <p data-bbox="971 552 1341 579">http://www.geoturismo.org/</p>
<p data-bbox="237 854 561 882">Cuzca Tours El Salvador</p> 	<p data-bbox="630 854 948 1031">Tours a nivel nacional e internacional, con transporte cómodo y de presupuesto variado para amplio alcance.</p> <p data-bbox="630 1073 948 1360">Su visión: Ofrecemos paquetes a diferentes rutas de nuestro país cada fin de semana, estos viajes se convierten a la vez en una fuente de aprendizaje.</p>	<p data-bbox="971 854 1341 957">Dirección: Paseo General Escalón y calle la ceiba 4829 #3, San Salvador</p> <p data-bbox="971 963 1341 1066">Horario: lunes a viernes de 8 am a 7 pm y sábado y domingo de 2:30 pm a 7 pm</p> <p data-bbox="971 1073 1240 1100">Teléfono: 7746 6970</p> <p data-bbox="971 1106 1341 1136">Sitio web:</p> <p data-bbox="971 1142 1341 1211">https://cuzcatours.tripperbs.com/</p> <p data-bbox="971 1218 1341 1287">https://www.facebook.com/cuzcatour/</p> <p data-bbox="971 1293 1341 1396">Correo: mailto:cuzcatours@hotmail.com</p>
<p data-bbox="237 1404 428 1432">Tekuani Tours</p> 	<p data-bbox="630 1404 948 1831">Visita a nivel nacional e internacional de variados destinos turísticos, a niveles nacional algunos destinos y actividades turísticas son: de ruta de las flores, observación de flora y fauna, lago de Coatepeque, visita a parques temáticos, ferias gastronómicas,</p>	<p data-bbox="971 1404 1341 1507">Dirección: únicamente mediante sitio web para contrata servicios.</p> <p data-bbox="971 1514 1341 1541">Horario: abierto las 24 horas</p> <p data-bbox="971 1547 1240 1575">Teléfono: 7576 0226</p> <p data-bbox="971 1581 1101 1608">Sitio web:</p> <p data-bbox="971 1614 1341 1684">https://tekuanitours.wixsite.com</p>

	excursiones al volcán de Santa Ana, etc.	
<p>Maquilishuat Tours</p> 	Brinda experiencias a los viajeros de destinos ricos en flora y fauna y que ofrezcan variedad de actividades; tales como senderismo, gastronomía, rapel, canopy, etc.	<p>Dirección: únicamente mediante sitio web</p> <p>Horario: 6 am a 6 pm</p> <p>Teléfono: 7576 0465</p> <p>Sitio web: https://www.facebook.com/MaquilishuatTours/</p>
<p>Expedición</p> 	<p>Paquetes turísticos dentro y fuera de El Salvador Tours personalizados para empresas, colegios, ONGs, grupos familiares, etc.</p> <p>Viajes de incentivos</p> <p>Traslados al aeropuerto</p> <p>Transporte Turístico y Empresarial</p> <p>Seguros de viaje dentro y fuera de El Salvador</p> <p>Tours de aventura: canopy, rafting, buceo, caminatas, campamentos, etc.</p>	<p>DIRECCION: Avenida Amapola y calle los Abetos No. 23, Colonia San Francisco, San Salvador,</p> <p>TELEFONO: (503) 2526-9248 / 7850 8855</p> <p>FAX: (503) 2526-9201</p> <p>CORREO: info@elsalvadorxpedition.com.sv</p> <p>PAGINA WEB: www.elsalvadorxpedition.com.sv</p>

Tabla 46 Tour operadores que fueron evaluados como posibles distribuidores

6. Instituciones de apoyo y soporte

En la indagación de las instituciones que brindan apoyo y soporte se determinaron aquellas que brindan capacitaciones turísticas, soporte económico, soporte de calidad y seguridad turística dentro de las que se pueden mencionar:

INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	APOYO Y SOPORTE
ALCALDIA MUNICIPAL DE SOYAPANGO	Gobierno municipal encargado de gestionar las actividades económicas, sociales culturales, seguridad, desarrollo de proyectos, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en el desarrollo de proyectos turísticos y la recuperación de los mismos • Gestionar con otras instituciones públicas o privadas actividades de desarrollo para el municipio.

CORSATUR	La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es una institución autónoma, creada con la finalidad de promover los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional. Se relaciona con cualquier entidad pública a través del Ministerio de Turismo.	Asistencias técnicas y capacitaciones. Algunas de las capacitaciones que ofrece: Guías turísticos, para microempresas (finanzas, marketing, inocuidad, etc.), Idiomas, tour operadoras y certificados de cruceros para tour operadoras y guías turísticos.
CASATUR	La Cámara Salvadoreña de Turismo está comprometida con la promoción del desarrollo de la industria turística en El Salvador, dedicada a apoyar y fortalecer a las empresas y gremiales turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> • Mapa Turístico Es el mapa oficial de turismo de El Salvador, incluye el mapa del país y de la zona capitalina con sus principales calles y avenidas. • Mapas por Rutas Los mapas por Rutas nacen con la finalidad de apoyar diferentes sectores del país, destacando su oferta turística y colocando en las manos de los que nos visitan, las diferentes facilidades para llegar a ese lugar y resaltar los diferentes destinos que pueden experimentar en él. Cuenta con una parte informativa en español y en inglés, para garantizar mayor efectividad.
ISTU	Promover y estimular la Recreación Familiar, Social y Excursionismo a través de la red de Parques Recreativos, brindando un servicio eficiente y de calidad para la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas.	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el desarrollo de la recreación familiar y excursionismo brindando en forma integral la recreación y esparcimiento a la familia salvadoreña. • Crear condiciones óptimas en la infraestructura de los parques recreativos bajo nuestra Administración. • Buscar constantemente una mejor calidad del servicio que se brinda a los visitantes. • Diseñar e implementar un programa de diversión familiar en los Centros de Recreación

		<p>que satisfagan las expectativas de los visitantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proteger y conservar el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con que cuentan nuestros parques.
MITUR	<p>El Ministerio de Turismo, surge en junio de 2004, como una muestra de apoyo al sector turismo, este asumió la responsabilidad de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).</p>	<p>MITUR se basa en 5 ejes de mucha importancia en los cuales descansa la actividad turística y esto se encuentra contemplado en la Estrategia Nacional de Turismo: tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El impulso del turismo como una política de Estado, • Desarrollo del destino turístico, • Promoción y mercadeo turístico, • Apoyo a la competitividad turística y • La facilitación turística.
OSN	<p>La certificación de calidad turística es un reconocimiento que permite a los establecimientos demostrar su compromiso con los clientes, ya que asegura el cumplimiento de requisitos de calidad en los servicios ofertados en el mercado, apoyando la decisión de compra de los turistas.</p>	<p>Certificación de calidad para Alojamiento, Restaurante y Operadores de Turismo</p>
ISDEM	<p>Su misión es Fortalecer capacidades y competencias en gestión integral del desarrollo de las municipalidades del país</p>	<p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia técnica y capacitación • Centro de formación municipal • Carrera administrativa municipal • Créditos municipales • Especies municipales <p>En general podrá actuar, cuando las Municipalidades se lo soliciten como agente de compras o suministros</p>
BANDESAL	<p>La Banca de Desarrollo es un mecanismo estratégico que</p>	<p>Para el sector turismo pretende impulsar, la competitividad y el</p>

	tiene como propósito acompañar con recursos financieros a las políticas públicas sectoriales, que se establezcan por el gobierno, para promover el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, las exportaciones, la generación de empleo y en consecuencia el desarrollo económico del país.	mejoramiento de la calidad de servicios ofrecidos en todas las ramas del turismo salvadoreño con énfasis en el turismo de montaña, de sol y de playa, cultural, de negocios, etc., mediante créditos que busquen financiar el establecimiento, ampliación y diversificación de empresas sostenibles en dicha actividad económica.
POLITUR	Es la División especializada en turismo, encargada de brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas, así como la protección del Patrimonio Cultural y turístico de El Salvador	<ul style="list-style-type: none"> • Escoltas a turistas. • Asistencia a guías turísticos locales. • Inducción turística en centros educativos. • Capacitación en seguridad turística. • Seguridad en eventos turísticos nacionales.
GOBIERNOS MUNICIPALES EXTRANJEROS	Apoyo local y extranjero en proyectos que permitan llevar desarrollo en pro de las necesidades de los habitantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyectos en conjuntos a otras municipalidades

Tabla 47 Instituciones de apoyo

A continuación, se presentarán algunas de las actividades que serán necesarias para el teleférico San Jacinto que se realicen y de acuerdo a la descripción de cada una de las instituciones u organizaciones antes mencionadas, a quien de estas debe solicitarse el apoyo correspondiente:

ACTIVIDAD	ORGANIZACIÓN
Seguridad para visitantes	Policía de Turismo POLITUR
Presentación del proyecto de Interés Turístico Nacional	Ministerio de Turismo MITUR
Inscripción del teleférico como empresa turística	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
Promoción del parque el Teleférico	Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)
Capacitación, asesorías sobre administración de parques	Instituto Salvadoreño de turismo (ISTU)

Certificaciones de Calidad turística	Organismo salvadoreño de normalización OSN
Asistencia técnica administrativa y capacitaciones	Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)

Tabla 48 Actividades de soporte de las instituciones de apoyo en el Teleférico San Jacinto

7. Análisis del Marco Legal

CAPÍTULOS DE COMPOSICIÓN DE LA LEY DE TURISMO	ARTÍCULOS
Capítulo I: Objeto y definiciones	Art. 1 a art 3
Capitulo II :Competencias en materia de turismo	Art. 4 a art 8
Capítulo III Del registro nacional de turismo	Art. 9
Capítulo IV De las obligaciones de las personas inscritas en el registro	Art. 10 a art. 15
Capítulo V De los ingresos para la promoción turística	Art.16 a art. 19
Capítulo VI Fomento a la industria turística Sección A De los Beneficios e Incentivos	Art.20 y art. 21
Sección B Condiciones y Regulaciones para el otorgamiento de los Incentivos	Art.22 a art. 24
Capítulo VII De las infracciones y sanciones	Art.25 y art. 28
Capitulo VIII Procedimiento sancionador	Art. 29 a art.35
Capitulo IX Disposiciones transitorias	Art. 36 y art. 37
Capitulo X Disposiciones finales, derogatorias y vigencia	Art. 38 a art. 41

8. Principales hallazgos

- En cuanto al mercado consumidor se identificó que la mayoría de la muestra respondió que realiza turismo en cualquier parte del año, siendo este un dato muy importante para los administradores de sitios turísticos.
- El competidor directo para el parque del teleférico San Jacinto resulto ser Café Albania.

- El inventario turístico dentro del Área Metropolitana de Salvador es muy diverso y los consumidores tienen un amplio abanico para disfrutar de los recursos y servicios que se ofrecen, lo que también representa un amplio mercado competidor en el área.
- Si bien los porcentajes son altos de personas que usan transporte particular para realizar turismo existe otro porcentaje que lo hace por otro medio de transporte. Para este porcentaje se logró identificar a cinco tours operadoras con la disponibilidad de brindar el servicio de transporte a los diferentes destinos turísticos.
- La falta de recurso turístico en contacto con la naturaleza es evidente el municipio de Soyapango, siendo la Finca Chantecuan como único referente.
- En caso de crear un corredor o circuito turístico en el Área Metropolitana de San Salvador que permita aumentar la oferta para los visitantes, el área cuenta con 14 sitios (incluyendo eventos programados) turísticos que incluyen diversidad de servicios.
- Dentro de las instituciones de apoyo y soporte se tienen aquellas que únicamente brindan servicios de capacitación, soporte económico, soporte de calidad y servicios de seguridad
- En cuanto a los servicios de capacitación, hay una gran variedad de empresas gubernamentales y privadas que pueden ofrecer servicios de apoyo a la municipalidad de Soyapango, entre las instituciones que destacan se encuentran: **CORSATUR, CASATUR, ETC.**
- Para el soporte económico se pretendió investigar sobre todo aquellas instituciones que brindan mayor apoyo al sector turístico como el caso de **BANDESAL**.
- Muchas de estas instituciones incluyen dentro de su oferta diversas capacitaciones para el mejoramiento de la calidad que sin duda alguna son de gran importancia para la mejor prestación de servicios. La certificación brindada por la **OSN** es de gran importancia para este propósito.
- En relación a los servicios de seguridad turística, se presenta la **POLITUR** la cual es una institución que vela por la seguridad de la ciudadanía para lo cual solo se debe hacer una solicitud para obtener este servicio.

B. METODOLOGÍA DEL MARCO LÓGICO

Conocido también como marco lógico es una herramienta de gestión de proyectos usada en el diseño, planificación, ejecución y evaluación de proyectos.²

A continuación, se presenta el análisis de marco lógico empezando por la matriz involucrados en el proyecto, el árbol de problemas con sus respectivas causas y efectos para cerrar con el planteamiento de la problemática y la priorización del problema.

² Metodología de Marco Lógico paso a paso, Ingenio Empresa

1. Análisis de involucrados

ACTORES	INTERESES	PROBLEMAS	RECURSOS	ROL O POSICIÓN EN EL PROYECTO
Alcaldía Municipal de Soyapango	Recuperar y reactivar el Teleférico San Jacinto	Falta de fondos para realizar inversión. Desconocimiento de la factibilidad del proyecto de reactivación.	Zonas verdes y montañosas. Apoyo logístico de alcaldías extranjeras. Personal para estudios técnicos	Administrar parcialmente el Teleférico San Jacinto. Gestionar cooperación nacional o internacional. Promover el proyecto de reactivación del teleférico con inversionistas privados
Población local	Conservación de áreas verdes Fuentes de empleo	Invasión a la privacidad Comercio informal	Financieros Mano de obra	Consumidores y a su vez proveedores en caso de emprender un negocio
Visitantes	Experimentar nuevos lugares y servicios Realizar turismos interno Pasar un momento agradable	Pocos sitios turísticos en zona metropolitana de San Salvador con diversidad servicios Inseguridad Rutas de acceso en mal estado	Mano de obra emprendedora Ingresos monetarios	Consumidores y a su vez proveedores en caso de emprender un negocio

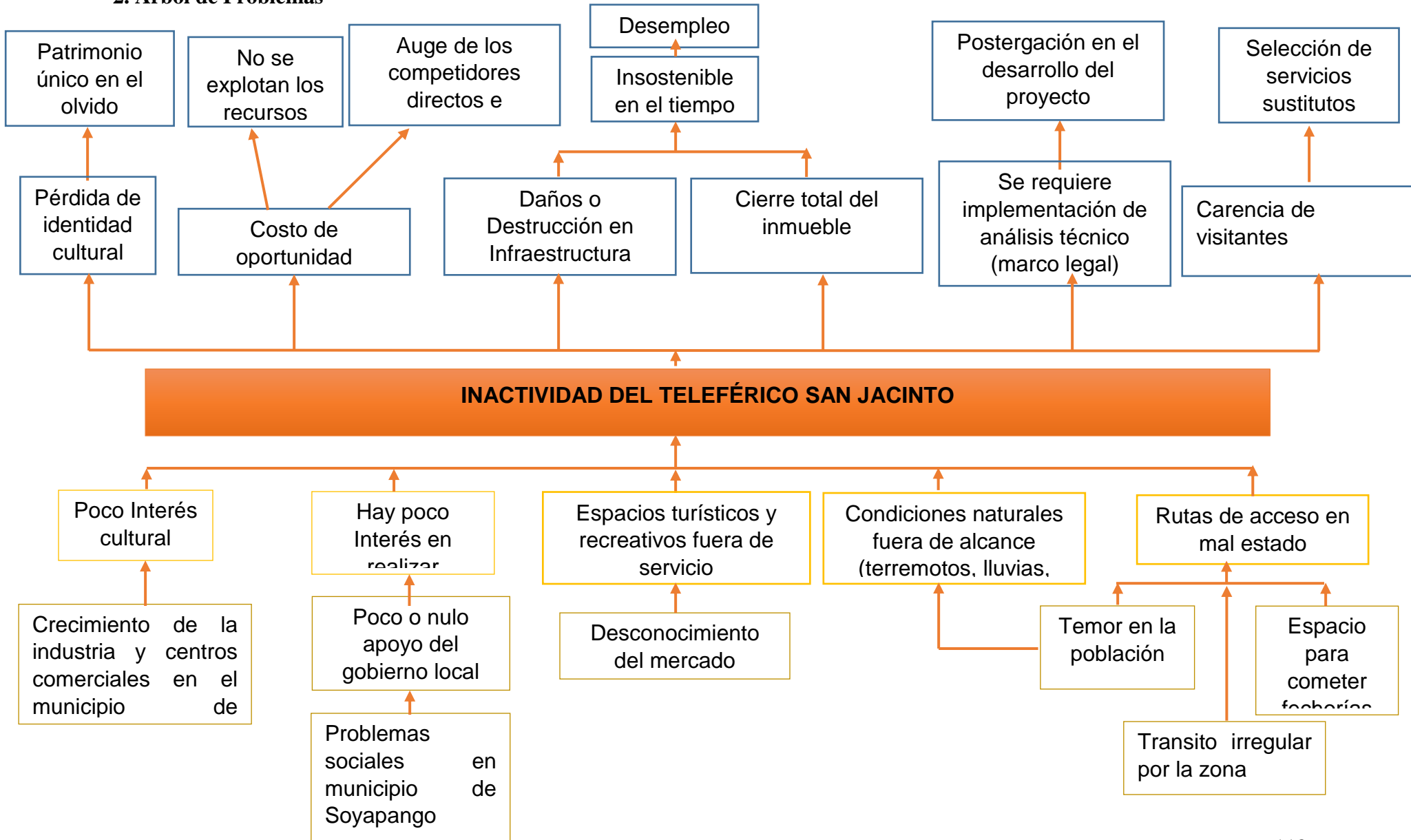
Proveedores	Suministrar los requerimientos para la reactivación y prestación de servicios en el Teleférico	Políticas de negocio impuestas por los clientes Tasas de impuestos elevadas Inseguridad	Materia prima Equipo y Materiales Mano de obra Maquinaria	Gestionar las ordenas de pedido del/los clientes y proveer materiales según condiciones de requerimientos
Ministerio de Turismo	Promover el turismo interno y atraer turistas extranjeros Crear rutas turísticas amplias y variadas	Bajo presupuesto para invertir Competencia de sitios turísticos en la región Priorización de proyectos	Cooperación internacional Personal para asesoría en materia turística Transporte turístico	Encargado de promover el sitio y adherirlo a ruta turística
Ministerio de la Cultura	Conservación de monumentos y patrimonio nacional Promover sitios con legado en la historia del país	Incapacidad de Intervención en proyectos privados	Fondos y apoyo internacional para promover la cultura en el país	Promover sitios históricos y reconocerlo como bien cultural para el país
Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	Ente rector de protección de los recursos naturales Prevención de catástrofes Evaluación de impactos ambientales	Acceso limitado a la información de los proyectos en marcha	Profesionales con sólida experiencia en evaluaciones geológicas sísmicas y ambientales	Dar veredicto final si el proyecto se puede ejecutar en base a los impactos ambientales y la actividad sísmica en la zona Ente regulador y aplicador del marco legal

Instituciones Financieras	Ofrecer paquetes financieros para poner en marcha proyectos pequeños y de gran envergadura	Capital de la institución en riesgo Incumplimiento de los tiempos de pago de los deudores Prestamos mal otorgados	Activos consolidados para responder ante cualquier necesidad de organismos públicos y privados	Ofrecer créditos financieros para la reactivación del teleférico
CORSATUR	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.	Institución gestora del desarrollo turístico del país	Interesado	Mantener informados
ISTU	Ente encargado de la recreación en el país	Tiene a su cargo la planificación, control, registro de la actividad turística y la administración de la red de Turicentros a nivel nacional.	Interesado	Mantener informados, cooperar cumpliendo las normativas, reglamentos y disposiciones

POLITUR	<ul style="list-style-type: none"> • Escortar a turistas. • Asiste a guías turísticos locales. • Capacitación en seguridad turística. 	División de La Policía Nacional Civil de El Salvador para brindar seguridad al turista	Interesado	Otorgar un papel protagónico en las reuniones públicas de difusión
Competencia	Aumentar o mantener el mercado con el que cuenta actualmente.	Productos similares que ofrecen al consumidor. Mercado con el que cuentan. Población	Opositor	Coordinar alianzas Tener bajo observación.
Inversionistas privados	Invertir en proyectos rentables Invertir en proyectos con responsabilidad social y ambiental	Índices de violencia en el país y zona de influencia afectan las inversiones Exceso de burocracia entre instituciones ralentizan los avances del proyecto Actitud de la comunidad afectada por el proyecto Disposiciones legales y fiscales en la zona de influencia	Disponibilidad de capital para realizar inversiones pequeñas y de gran tamaño Convenios de asocio público- privados	Administrar parcialmente o totalmente el Teleférico

Tabla 49 Matriz de Involucrados

2. Árbol de Problemas



3. Descripción de las principales causas del problema

CAUSA	NIVEL	DESCRIPCION
Poco Interés cultural	Primer	En la ciudad de Soyapango se ha visto poco interés en la parte cultural de instituciones encargadas de promoverla. En el municipio se tuvo que recuperar la casa de la cultura en colaboración con la secretaria de cultura del gobierno. Lo que significa que aproximadamente desde el 2017 no se invierte en espacios culturales.
Crecimiento de la industria y centros comerciales en el municipio de influencia	Segundo	Se podría llegar a pensar que Soyapango apuesta por la industria y el comercio y es que son 42 empresas industriales y 80 empresas comerciales que consumen el 36 % y 21% respectivamente de la mano de obra local. Dejando de lado la inversión social, cultural y turística.
Poco Interés en realizar inversión	Primer	Debido a la magnitud de la obra y proporcional a la inversión, pues se habla de más de 13 millones convirtiéndose casi en una obra imposible para la municipalidad. Según datos del gobierno saliente para el año 2018 la inversión en turismo fue de \$91.2 millones³ y que de esos el sector privado invirtió un total de \$79.2 millones mientras que el sector público invirtió \$12 millones . Una inversión menor a lo que costaría el teleférico poniendo a un más difícil la situación a la municipalidad lo que le conlleva a buscar un socio público-privado, a esto sumarle la falta de apoyo del gobierno central.
Poco o nulo apoyo del gobierno central	Segundo	Los gobiernos centrales que han pasado desde su cierre han hecho caso omiso a este proyecto incluso en la actualidad, no se ha promovido recuperar el sitio a través de instituciones públicas ni privadas.
Problemas sociales en municipio de Soyapango	Segundo	El índice delincencial que acongoja a la población e inversionistas hace pensar detenidamente cualquier deseo de realizar una inversión con la duda de si será rentable. Para el año 2018 los homicidios por cada 100 mil habitantes eran de 22, las extorsiones 12, los robos 9 y las violaciones 16. Fuente: DIEP-COPSDG (PNC) y SIGmuni.com
Espacios turísticos y recreativos fuera de servicio	Primero	Hay intereses que predominan unos sobre otros y es que en proyectos de beneficios sociales muchos se hacen del ojo pacho hablando de sectores públicos y privados. Soyapango con una población de más de 200 mil habitantes

³ MITUR (Ministerio de Turismo de El Salvador)

		fácilmente se pueden contar con los dedos de una mano el número de espacios turísticos y recreativos que ofrece y evidenciando la falta de estos para un sano esparcimiento.
Desconocimiento del mercado objetivo	Segundo	La desigualdad salarial, el comercio informal y quienes tienen la humilde oportunidad de salir una vez al mes en familia a lo mucho, es lo que haría pensar a todo inversionista de proyectos sabiendo que debe cumplir con políticas de igualdad e inclusión.
Condiciones naturales fuera de alcance (terremotos, Amenaza por lluvias, etc.)	Primer	Uno de los motivos por su cierre en la segunda y última clausura que sufrió el teleférico y es que la misma naturaleza del proyecto lo han condenado estas condiciones. En El Salvador constantemente se perciben temblores, solo en el año 2001 se tuvieron dos terremotos, las tormentas tropicales golpean mucho más aun en zonas altas que son propensas a deslaves, en los primeros 5 meses del año 2020 se han tenido lluvias torrenciales y dos tormentas tropicales que están dejando saldos fatales.
Ruta de acceso en mal estado	Primer	Los puntos de acceso se encuentran en mal estado lo que dificulta el tránsito por la zona tanto en la parte baja de la finca La Floresta como en la parte de la finca Miramar en el Cerro de San Jacinto.
Transito irregular en la zona	Segundo	Anidado a la causa principal provoca que el transito sea irregular e inclusive en zonas en las que está prohibido por el mal estado.
Temor en la población	Segundo	Las condiciones ambientales en época de invierno, los sismos impredecibles y por las características del proyecto el cual es en zona alta generan pánico en la población a la hora de visitar el Teleférico San Jacinto.
Espacio para cometer fechorías	Segundo	Debido al abandono y a las características de la propiedad esta ha sido propicia para cometer actividades ilícitas y servir de hogar para malhechores.

Tabla 50 Descripción de las causas del problema

4. Planteamiento del problema

Diagnóstico de la problemática

Se entiende que un producto turístico está conformado por los atractivos naturales y/o artificiales, con las debidas facilidades de acceso y oferta de servicios competentes. Si no se cuenta con estas facilidades es como si no existieran y, por lo tanto, no constituyen un producto para la venta.

Actualmente, Soyapango cuenta con una población aproximadamente de 241,403 habitantes (censo 2007) y es innegable que ha sido la industria manufacturera y el comercio uno de los sectores que más se ha desarrollado. Es debido a este crecimiento, que ha surgido la necesidad de crear o potenciar productos que se mantienen inexplorados en la ciudad tal y como es el Teleférico de San Jacinto.

La idea es contar con un equipamiento que permita potenciar el lugar a través de nuevas actividades y servicios, todo esto debidamente inmerso en la elaboración de un plan de desarrollo turístico que incentive la participación de la inversión privada o pública en el municipio de Soyapango.

Hablando de la oferta, habrá que tener en cuenta el grado de concentración existente en el mercado, los canales de distribución utilizados, el ritmo de cambio tecnológico. Existencia de productos y servicios sustitutos y la posibilidad de aparición de otros nuevos en lugares cercanos a la misma.

Desde el punto de vista de la demanda, será necesario cuantificar el volumen del mercado, conocer su evolución en los últimos años y ver las previsiones futuras, su tendencia general, que tanto turismo visita el lugar, que tipo de turismo, que lugares son los que más visitan y que rutas se propondrán para ofrecer a la gente.

Es importante identificar a los principales competidores, sobre todos aquellos instalados en la zona de influencia si es que existen, así como conocer sus cifras de venta, su forma de actuar a los clientes, las características de sus servicios o algo similar que pueda competir con el planteamiento.

C. PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

Modelo GUT (Importancia=G*U*T)					
N°	Problemas	Gravedad	Urgencia	Tendencia	Prioridad
1	Espacios turísticos y recreativos fuera de servicio	4	5	4	80
2	Poco interés en realizar inversión	3	3	4	36
3	Poco apoyo del gobierno central	4	2	4	32
4	Condiciones naturales fuera de alcance (terremotos, lluvias, etc.)	4	3	3	36
5	Desconocimiento del mercado objetivo	3	4	4	48
6	Ausencia de un estudio de mercado	4	4	4	64
7	Problemas sociales en el municipio de Soyapango	4	4	4	64
8	Temor en la población (Problema de inseguridad en área rural)	4	4	4	64
9	Rutas de acceso	3	4	3	36
10	Poco interés cultural	4	3	5	60
11	Crecimiento de la industria y centros comerciales en el municipio de influencia	3	4	4	48

GRAVEDAD	TENDENCIA
1 = Sin gravedad	1 = No cambiará
2 = Poco grave	2 = Empeorará a largo plazo
3 = Grave	3 = Empeorará a medio plazo
4 = Muy serio	4 = Empeorará a corto plazo
5 = Extremadamente grave	5 = Empeorará rápidamente

URGENCIA
1 = Puede esperar
2 = Poco urgente
3 = Urgente, atención a corto plazo
4 = Muy urgente
5 = Necesidad de acción inmediata

Tabla 51 Priorización de problemas

La ausencia de un lugar de sano esparcimiento con facilidades de acceso en el municipio de Soyapango es una problemática bastante grande y sentida en la población, el municipio cuenta apenas con una finca para intentar hacer turismo en contacto con la naturaleza y con poca facilidad de acceso lo demás es netamente centros comerciales. La idea de la reactivación del teleférico gana muchos enteros en el municipio lo que a su vez generaría cadenas de beneficios para municipios aledaños a Soyapango. Haciendo hincapié a las estadísticas del centro comercial Plaza Mundo donde las visitas por año sobrepasan los 20 millones. Enfocar estrategias para captar ese público visitante será la clave para el éxito de la reactivación del teleférico en el municipio.

1. Identificación preliminar

Luego de haber elaborado el árbol de problemas, se procede a la identificación de algunos medios que permitirán contribuir a promover el cambio de la Situación Actual a la Situación Futura “Deseada”.

- Recuperación del espacio del ex teleférico san Jacinto y reactivación del teleférico agregando servicios de hospedaje, áreas recreativas, culturales, ecológicos y gastronómicos.
- Desarrollar un circuito turístico en el Área Metropolitana de San Salvador que involucre actividades de sano esparcimiento y permita posicionar como una ruta turística atractiva para turistas nacionales y extranjeros.
- Crear convenios con alcaldías amigas donde los proyectos del teleférico están bien posicionados que permitan el adiestramiento del personal en general y toda la parte de la logística.
- Gestionar apoyo financiero y promover la inversión en espacios turísticos a instituciones públicas y privadas.
- Campaña publicitaria para dar a conocer el Teleférico San Jacinto con todos los servicios a ofrecer.

D. METODOLOGÍA PARA MEDIR EL DESARROLLO TURISTICO DE AFLUENCIA A UN TELEFÉRICO

Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza.

Los indicadores se utilizan en diversos ámbitos. Un ejemplo básico de indicador es el porcentaje. Otros indicadores comunes pueden ser la tasa de empleo, la tasa de desempleo, la tasa de actividad, la tasa de informalidad, por mencionar algunos.

Una de las ventajas de utilizar indicadores es la *objetividad y comparabilidad*; representan un lenguaje común que facilita una medida estandarizada. Son herramientas útiles porque permiten valorar diferentes magnitudes como, por ejemplo, *el grado de cumplimiento de un objetivo o el grado de satisfacción de un participante en la formación*.

Los indicadores por lo general, se construyen con información cuantitativa, no obstante, y de modo creciente, se usan indicadores cualitativos.

Un indicador debe ser construido con un claro criterio de utilidad, para asegurar la disponibilidad de los datos y resultados más relevantes en el menor tiempo posible y con un menor costo. También es necesario elaborar indicadores que den cuenta de todas las dimensiones sobre las cuales el programa o las acciones de formación se han propuesto intervenir.

PARTE II: ETAPA DE DISEÑO DEL PROYECTO

CAPÍTULO VI. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO



Ilustración 27 Esquema de conceptualización del diseño

A. DETALLES DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

1. Gestión de la seguridad

- Controles de seguridad para el cliente y medidas recomendadas
- Documentación para la gestión de la seguridad ocupacional

2. Ingeniería del proyecto

- Tamaño del proyecto
- Ventaja competitiva de la localización del proyecto
- Diseño de ingeniería del proyecto del teleférico

3. Gestión de la calidad en el Teleférico

- Sensibilidad en áreas de calidad e inocuidad alimentaria (BPM)
- Diseño de un proceso para gestionar la calidad en los servicios turísticos
- Capacitación constante del personal administrativo y operativo para elevar la calidad del servicio.

4. Plan de marketing para el Teleférico

- Diseñar una propuesta de promoción y publicidad que promueva estratégicamente el posicionamiento del Teleférico

5. Gestión de apoyo

- Gestionar convenios para la inversión y recuperación de espacios turísticos con instituciones públicas y privadas
- Generar programas de capacitación del capital humano
- Realizar convenios de promoción con CASATUR

6. Gestión administrativa-organizativa

- Diseño de la estructura organizativa para el teleférico
- Figura legal del teleférico San Jacinto

7. Relación de las instituciones de apoyo

Instituciones de Apoyo

Estrategias Propuestas

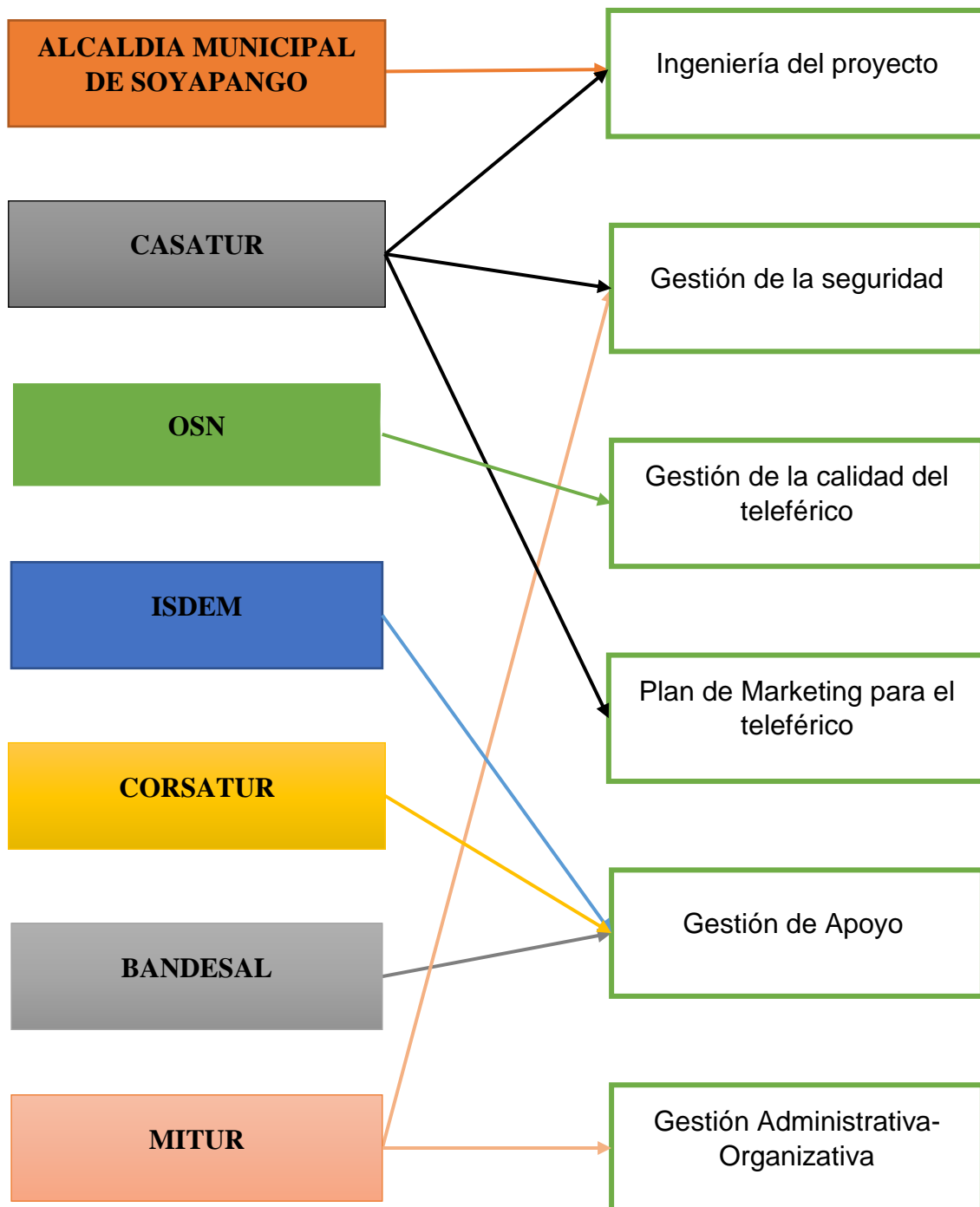


Ilustración 28 Relación entre instituciones de apoyo

B. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Área de problema	Descripción del área problema	Componentes de la solución	Descripción de componentes de solución
Poco interés cultural	A falta de espacios recreativos y turísticos indirectamente se corta la línea para el fomento cultural en el municipio	Ingeniería del proyecto	La reactivación del teleférico va permitir generar diversidad de productos turísticos lo que habilita espacios para la práctica y fortalecimiento de actividades culturales
Poco interés en realizar inversión	La inversión pública en turismo es baja (\$12 millones en el año 2018 con respecto a la privada que fue de \$72 millones) incluso menor al costo proyectado del teleférico.	Gestión de apoyo	En primera instancia la búsqueda debe ser con el sector público para que las captaciones de los ingresos sean canalizadas en un futuro en pro de la población y como segunda instancia un asocio público-privado.
Espacios turísticos y recreativos fuera de servicios	Es un problema que necesita mucha atención más aun en un municipio industrializado e invadido por locales comerciales dejando poco espacio para estar en contacto con la vegetación y espacios para el sano esparcimiento sumado a eso los espacios que han quedado en el olvido hace más difícil la situación para los soyapanecos para encontrar diversidad de productos turísticos en el municipio.	Ingeniería del proyecto	La recuperación del espacio en lo que un día fue el teleférico San Jacinto es por donde se debe comenzar para una eventual reactivación del mismo y que incluya diversidad de productos turísticos para visitantes locales (Soyapango), de todo el país y extranjeros.
Condiciones naturales fuera de alcance	Las características del terreno lo hacen vulnerable ante cualquier evento natural, la parte alta es la que más atención requiere porque	Gestión de la seguridad	Elaboración de manuales-guías para la prevención de riesgos y garantizar la seguridad de los clientes es por donde se deben dirigir los esfuerzos por parte de

	<p>hablamos del cerro san Jacinto justo en la cúspide, un terremoto fue el causante que el teleférico cerrara operaciones a principios de la década del 2000.</p>		<p>los administradores, sin olvidar las propuestas que vengan del gobierno central a través del Ministerio de Medio Ambiente y Recurso Naturales (MARN).</p>
<p>Rutas de acceso en mal estado</p>	<p>Las vías de acceso no tienen la infraestructura adecuada para soportar el flujo constante de visitantes con su medio de transporte, por momentos la calle se vuelve más estrecha que en otros puntos, la iluminación es nula por las noches y sumarle el asiduo de habitantes de las comunidades vecinas en la calle lo que provoca un inseguridad en los visitantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing para el Teleférico • Gestión de apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> • En conjunto con el MOP se debe analizar la ampliación y reparación de las rutas de acceso al teleférico • Mediante un plan de marketing vender una imagen segura para los visitantes mostrando antes y después de la infraestructura vial.

Tabla 52 Matriz de consistencia

C. TIPO DE ADMINISTRACIÓN DEL TELEFÉRICO

De carácter mixto como un asocio público privado, al controlar el parque del teleférico la alcaldía municipal de Soyapango y siendo dicho parque el acceso al cerro mediante un teleférico para la parte privada con el hotel de montaña y el restaurante.

D. BASE LEGAL

DATOS DE LA LEY:			
Fecha de Emisión:	23/05/2013	Materia:	Economía
Número del decreto:	379	Sub-Materia:	Estabilización Económica
		Rama del derecho:	Derecho Económico
RESUMEN:			
TIENE COMO OBJETO ESTABLECER EL MARCO NORMATIVO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE ASOCIO PÚBLICO-PRIVADO PARA LA PROVISIÓN DE INFRAESTRUCTURA Y DE SERVICIOS PÚBLICOS Y DE INTERÉS GENERAL, DE FORMA EFICAZ Y EFICIENTE.			
DATOS DE PUBLICACIÓN:			
No. Diario Oficial:	Número de Tomo:	Fecha de Publicación:	
102	399	05/06/2013	

Tabla 53 Ley especial de asocio público privado

E. FIGURA LEGAL

“*Sociedad Anónima (S.A.)*”. En esta organización la persona jurídica confirmada está conformada por un capital único aportado por accionistas, quienes responden solo por el monto de su aporte. Las S.A. deben ser administradas por un directorio y deben contar con la figura de un presidente y un gerente.

Gestión y administración del departamento de capital humano RRHH

El departamento de RRHH de la alcaldía municipal de Soyapango brindara los siguientes servicios administrativos, competentes a: Capacitaciones del personal de trabajo en materia de las buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos.

- Capacitaciones en materia de atención al usuario.
- Elaboración de planes de contingencia frente a amenazas naturales.
- Creación de comités de auditoría y evaluación del proyecto.

F. PROPUESTA DE LOGO, ESLOGAN Y TIPOGRÁFICA DE MARCA



Ilustración 29 Propuesta de logo, eslogan y tipografía de marca

G. IMAGEN CORPORATIVA

Se espera que la visualización o imagen que poyete el teleférico en los usuarios sea la de un lugar de sana recreación, lleno de diversas actividades y aventuras a realizar, amigable con el medio ambiente y seguro para los usuarios que gocen de sus prestaciones. Instalaciones listas a ofrecer:

- Eventos culturales.
- Centro de celebraciones para graduaciones de promociones de bachilleres o universitarios.
- Abierto a ferias gastronómicas celebradas por emprendedores de Soyapango.

H. PROPUESTA DE MARKETING PROMOCIONAL



Ilustración 30 Propuesta de Imagen promocional del teleférico San Jacinto

1. Promoción válida únicamente para día de apertura

Entrada gratuita para todo público y cupones de descuento de hasta el 40% de descuento en paquetes de hotel de montaña, que incluye mirador con acceso por el teleférico, un plato gourmet del restaurante y varios artículos promocionales en su próxima visita (válido hasta 15 días máximos de su extensión).

2. Promociones generales

- Circuito turístico en alianza con MITUR.
- Miércoles de descuento del 15% en las compras realizadas dentro del parque del teleférico.
- De lunes a viernes promociones especiales con hasta el 30% de descuento en las habitaciones del hotel de montaña.
- Si eres un adulto mayor o un estudiante del sistema público tú entrada al parque del teleférico es gratuita siempre (Menores de 6 años no pagan, sean de escolaridad de sistema público o privado).
- Bufet incluido en la compra de paquetes de parejas que renten habitaciones los fines de semana. (canjeable por barra libre).

I. SERVICIOS A OFRECER

Actividad
• Senderismo
• Área de juegos para niños
• Área de gastronomía
• Área de merchandising
• Área de ciclismo
• Área de ejercicios y gimnasio
• Parque para perros
• Parque acuático
• Cancha multiusos
• Restaurante de montaña
• Hotel de montaña
• Canopy

Lista de instituciones de apoyo

- ALCALDIA MUNICIPAL DE SOYAPANGO
- CORSATUR
- CASATUR
- ISTU
- MITUR
- OSN
- ISDEM
- BANDESAL
- POLITUR
- GOBIERNOS MUNICIPALES EXTRANJEROS

I. Diseño del parque del teleférico, gestionado por la alcaldía municipal de Soyapango



CAPÍTULO VII. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL TELEFÉRICO

Conceptualización del diseño de los componentes del Teleférico San Jacinto



Ilustración 31 Conceptualización del diseño

A. COMPONENTE INGENIERÍA DEL PROYECTO

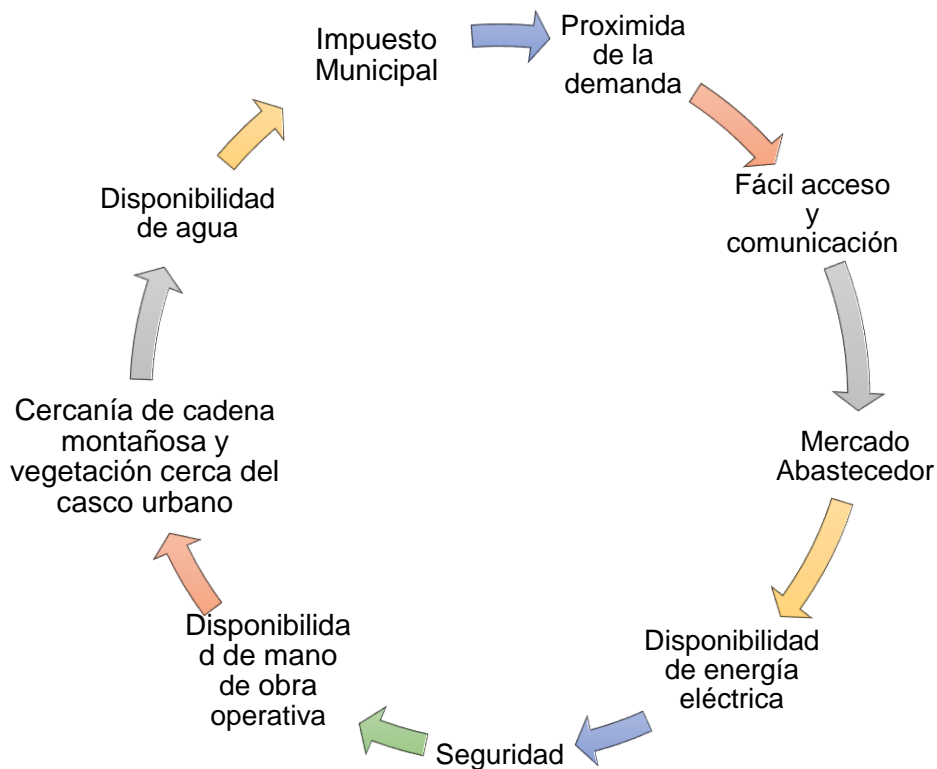
1. Objetivo del componente ingeniería del proyecto

Describir los productos turísticos que se ofrecerán en el Teleférico San Jacinto con su respectiva distribución, capacidad y requerimiento de los recursos.

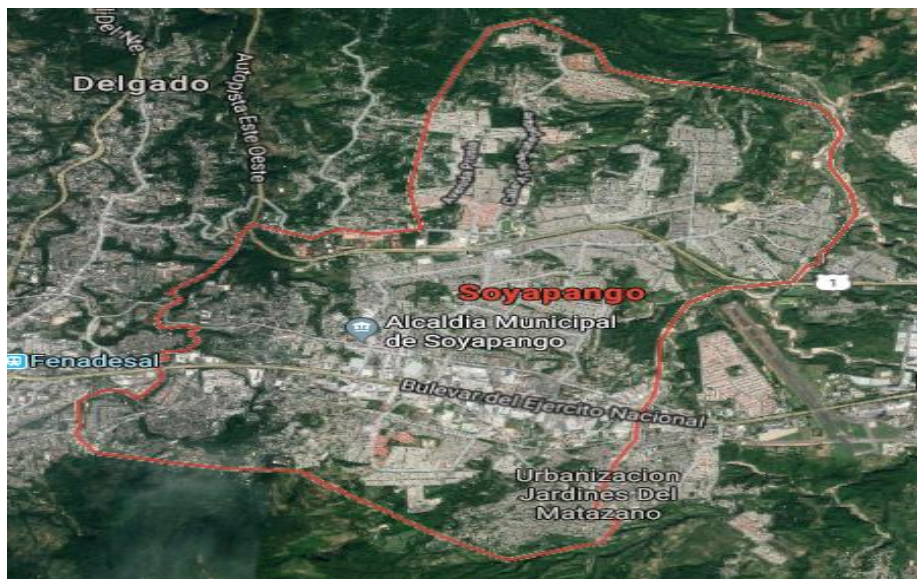
2. Ventaja competitiva de la localización del teleférico

Para efectos del estudio de factibilidad de la reactivación del proyecto del teleférico de San Jacinto, se valorarán las atribuciones y ventajas competitivas del área de localización del terreno del teleférico.

Descripción de factores que intervienen en la ventaja competitiva que presenta la localización:



MUNICIPIO : Soyapango



<p>Factor 1: Proximidad de la demanda</p>	<p>La demanda principal se mueve en este entorno del municipio, que es de interés para la municipalidad tanto en desarrollo económico como social. Ofreciendo un lugar ecológico vecino a las grandes industrias manufactureras y centros comerciales.</p> <p>Kilómetro cero hasta Soyapango: 8.6 km</p>
<p>Factor 2: Fácil acceso y comunicación</p>	<p>El municipio es un corredor de toda la zona oriental y paracentral, teniendo principales vías de acceso al casco urbano desde el área metropolitana de San Salvador que fue sometida al estudio de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bulevar del ejercito • Carretera Panamericana • Bulevar Arturo Castellano
<p>Factor 3: Mercado abastecedor</p>	<p>Emprendedores locales para fomentar el desarrollo económico.</p> <p>Super Selectos, Walmart, Maxi Despensa, Mercado Municipal de Soyapango.</p>
<p>Factor 4: Disponibilidad de energía eléctrica</p>	<p>El suministro de energía eléctrica está a cargo de AES El Salvador.</p>

Factor 5: Seguridad	<p>La Policía Nacional Civil (PNC) inauguró (28/08/2019) este día un complejo de oficinas y celdas en la delegación policial de Soyapango.</p> <p>Soyapango 6 homicidios (2019-febrero) Soyapango 14 homicidios (2018- Julio)</p> <p>Los homicidios con el Gobierno de turno han presentado una baja.</p>
Factor 6: Disponibilidad de mano de obra operativa	<p>- Administrador del parque -Personal de limpieza -Personal de Vigilancia -Guías turísticos -Mantenimiento</p> <p>Índice de Desarrollo Humano y Pobreza⁴</p> <p>Índice de desarrollo humano: 0.807 Pobreza: 5% Esperanza de vida: 73 años Porcentaje de desnutrición estimado: 12.2%</p>
Factor 7: Cercanía de cadena montañosa y vegetación del casco urbano	<p>Cerro Principal</p> <p>San Jacinto. Situado a 3.1 kilómetros al suroeste de la ciudad de Soyapango, cuya cima sirve de mojón para la demarcación de los límites municipales de San Marcos, San Salvador y este municipio. Tiene una elevación de 1,151.93 metros sobre el nivel del mar.</p>
Factor 8: Disponibilidad de agua	<p>Porcentaje y/o el número de viviendas que cuentan con servicio de alcantarillado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de servicios de Alcantarillado Sanitario en Soyapango urbano 67,183 • Habitantes con servicio de Alcantarillado Sanitario urbano 335,915 habitantes. <p>Cobertura de alcantarillado sanitario urbano en Soyapango 88.20%</p>

4

<http://sigm.gob.sv/general/IndicesDesarrollo.xhtml?jsessionid=d4967acf08d501ad6cad52c20857?m=0618&d=SS> SIGM/PFGL (2015)

	Número de pozos con los que cuenta ANDA dentro del Municipio de Soyapango. <i>Soyapango cuenta con un total de 5 pozos.</i>
Factor 9: Impuesto municipal	Actividades económicas dedicadas al comercio, financiero y prestación de servicios con activos mayores de mil dólares (\$1,00.00), pagarán una cuota fija de \$1.50 más 0.15, por cada millar o fracción de millar, que excedan de \$1,000.00

Tabla 54 Valores y atributos del municipio en el cual se localiza el proyecto, objetivo determinar sus ventajas competitivas

FACTOR	PONDERACIÓN
Proximidad de la demanda	20
Fácil acceso y comunicación	15
Mercado abastecedor	10
Disponibilidad de energía eléctrica	10
Seguridad	10
Disponibilidad de mano de obra operativa	10
Cercanía de cadena montañosa y vegetación del casco urbano	10
Disponibilidad de agua	15
TOTAL	100

Tabla 55 Ponderación de factores

FACTOR	DETALLE	CALIFICACIÓN
Proximidad de la demanda	Que la distancia entre la localización y el mercado de consumo este entre 15 min y 30 min.	3
	Que la distancia entre la localización y el mercado de consumo este entre 31 min y 45 min.	2
	Que la distancia entre la localización y el mercado de consumo este entre 45 min y 55 min.	1
Fácil acceso y comunicación	Que tenga más de 2 vías de acceso principal	3
	Que tenga al menos 2 vías de acceso principal	2

	Que tenga 1 vía de acceso principal	1
Mercado abastecedor	Que hayan más de 5 abastecedores	3
	Que hayan entre 3-4 abastecedores en la zona	2
	Que hayan entre 1-2 abastecedores en la zona	1
Disponibilidad de energía eléctrica	Que cuente con suministro de energía eléctrica y tenga una tarifa baja en comparación a las demás	3
	Que cuente con el suministro de energía eléctrica y tenga una tarifa alta en comparación a las demás	2
	Que no cuente con el suministro de energía eléctrica	1
Seguridad Publica	Número de delitos bajo	3
	Número de delitos intermedio	2
	Número de delitos alto	1
Disponibilidad de mano de obra operativa	Índice de desarrollo humano entre 0.9-1.0 y mayor o igual a 6 años de escolaridad.	3
	Índice de desarrollo humano entre 0.7-0.8 y entre 5 y 5.9 años de escolaridad.	2
	Índice de desarrollo humano entre 0.5-0.6 y menos de 5 años de escolaridad	1
Cercanía de cadena montañosa y vegetación del casco urbano	Distancia menor o igual a 3.1 km entre la localización y la cadena montañosa o vegetación.	3
	Distancia menor o igual a 4.1 km entre la localización y la cadena montañosa o vegetación.	2
	Distancia menor o igual a 6.1 km entre la localización y la cadena montañosa o vegetación.	1

Tabla 56 Calificación de factores

3. Productos turísticos en el teleférico

a. Parte Alta

a.1. Teleférico

El teleférico es un sistema de transporte aéreo constituido por cabinas colgadas de una serie de cables que se encargan de hacer avanzar a las unidades a través de las estaciones. Si las cabinas van por tierra se denomina funicular. El sistema de cada teleférico está compuesto por uno o más cables (dependiendo del tipo). El primer cable está fijo y sirve para sostener las cabinas.

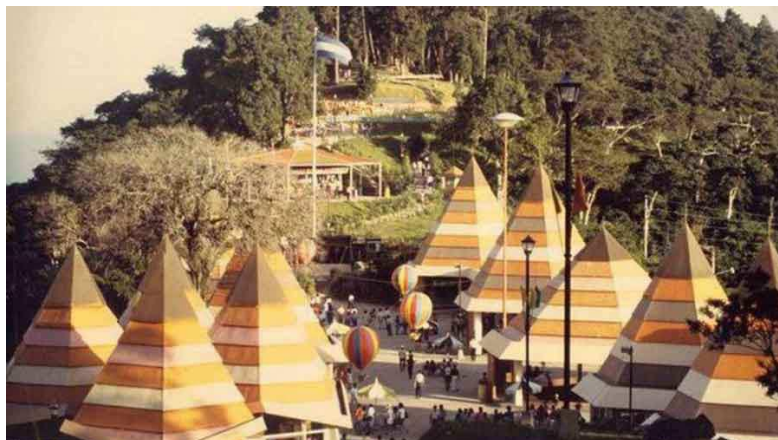


Ilustración 32 Fotografía del Reino del pájaro y la nube, el teleférico antes de su último cierre

El teleférico que será inaugurado una vez finalizadas las 2 etapas de la reactivación del teleférico San Jacinto (Fase I parque del teleférico y Fase II apertura del teleférico en cerro San Jacinto), contará con un sistema moderno y sofisticado con los más altos estándares de calidad y seguridad para su óptima operatividad, con sistemas antisísmicas y con sistema de frenado de emergencia en caso de ser requerido.



Ilustración 33 esquema teleférico moderno

a.2 Hotel de Montaña

En el teleférico se prestará el servicio de alojamiento en un ambiente acogedor acorde a la temática del teleférico, donde los huéspedes puedan disfrutar de esas bondades. La construcción consistirá en un edificio de dos pisos para alojar un total de 12 habitaciones totalmente equipadas, estas unidades habitacionales proveerán a sus huéspedes del ambiente ideal para disfrutar del esplendor y el encuentro con la naturaleza, un clima confortable y la mayor comodidad.

Ahora se procede a denotar la demanda y la capacidad de carga para el uso óptimo de los elementos a utilizar, su distribución, y el requerimiento de mantenimiento que será requerido.

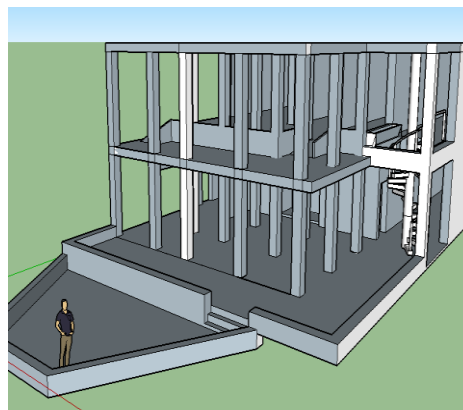


Ilustración 34 Edificio de hotel

a.3. Restaurante

Un restaurante o restorán es un establecimiento de servicio, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local o para llevarla. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.



Ilustración 35 Restaurante de montaña

a.4. Capacidad de carga

Capacidad de Carga del Teleférico

El proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto poseerá una capacidad de carga, en la prestación ofrecida por su servicio estrella (El teleférico), una capacidad de 30 góndolas con capacidad individual por góndola de hasta 4 pasajeros, teniendo así una capacidad de carga de 120 pasajeros desde el parque hasta el hotel y restaurante de montaña, 120 personas cada 15 min. Existirá una ruta de acceso secundaria y directa al hotel y restaurante de montaña mediante una calle de acceso principal de 2 carriles a un sentido único por entrada y salida.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	301,056	294,912	282,624	276,480	261,120
Capacidad de carga	307,200	307,200	307,200	307,200	307,200
NACI	98%	96%	92%	90%	85%

Tabla 57 Aprovechamiento de la prestación del teleférico

Capacidad de Carga del Restaurante

Para poder determinar la capacidad de carga de un restaurante bastara con conocer las medidas de la sala. La matización de anterior de este cálculo dependerá en gran manera de la decoración, tamaño de las mesas, elementos auxiliares, espacio útil disponible y un largo.

Espacio que ocupa un cliente

Se sabe por experiencias, el espacio que ocupa un cliente en términos medio es de 1 m², si a esta cantidad se le suma 20 cm² en concepto de pasillo, muebles auxiliares, decoración y restos de zonas comunes para el servicio, se puede afirmar que se necesita como mínimo, por término medio, 1.20 m² por cada cliente.

Capacidad Estimada

Con estos datos, es decir el espacio necesario por comensal y el área de la sala se puede determinar la capacidad estimada.

$$\text{Capacidad estimada (CE)} = \frac{\text{Área útil para el servicio en m}^2}{1.20 \text{ m}^2 \text{ por comensal}}$$

Mesas para cuatro personas suelen medir 0.75 m por 0.75 m.

Capacidad Productiva

Ahora se trata de determinar la capacidad productiva, que dependerá del número de hora que esté disponible el servicio y el tiempo en que, por término medio, se completa el servicio desde que se da la bienvenida al comensal hasta que se despide.

Calculo de la capacidad productiva

$$\text{Capacidad Productiva máxima en Comensales} = \frac{CE * \text{Tiempo total del servicio}}{\text{Tiempo del ciclo del servicio}}$$

Tiempo del ciclo del servicio: número de horas que se tienen asignadas al desayuno, almuerzo, cena, etc.

Tiempo del servicio: tiempo que por término medio, se completa el servicio desde que se da la bienvenida al comensal hasta que se despide.

CAPACIDAD DE CARGA DEL HOTEL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	7,560	5,709	6,843	7,977	9,245
Capacidad de carga	8,640	8,640	8,640	8,640	8,640
NACI	87.5%	66.1%	79.2%	92.3%	107.0%

Tabla 58 Aprovechamiento del servicio de hotel

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la conceptualización del servicio:

TAMAÑO
Número de unidades habitacionales: 12 habitaciones
Distribución:
3 habitaciones sencillas,
7 Habitaciones dobles,
2 Habitaciones triples
Capacidad de alojamiento en el hotel: 23 plazas. Sin embargo, en las habitaciones sencillas se colocan camas dobles por lo cual podrían funcionar como dobles cuando se requiera para un total de 26 plazas.
SERVICIO

Horario de atención: Todos los días de 7:00 am a 10:00 pm	
Duración del servicio: 24 horas	
AREAS INVOLUCRADAS	
Unidades habitacionales, Recepción, administración y áreas de apoyo	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Decoración coherente al estilo del hotel • Identificación clara de las diferentes áreas de atención a los clientes • Instalaciones y mobiliario en buen estado • Áreas limpias, ventiladas e iluminadas y correctamente señalizadas • Habitaciones aromatizadas y libre de malos olores • El lobby debe contar con mobiliario funcional • baños en el área de lobby limpios y funcionales • Teléfono público dentro de las instalaciones del hotel 	
PROCESOS INTERNOS	
<p>1. Proceso de reservación en forma eficiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con un control de inventario de habitaciones • Contar con ficha de reservaciones manual o electrónica • Conocer las tarifas vigentes aplicables <p>2. Proceso de registro de entrada (check in) en forma ágil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confirmar reservación en caso que exista o verificar disponibilidad de las habitaciones • Completar ficha de registro, confirmar forma de pago y garantía, explicar los servicios del alojamiento <p>3. Proceso registro de salida</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar cargos adicionales, proporcionar el estado de cuenta para revisión y aprobación del huésped • Elaborar comprobante de pago o factura • Aplicar encuesta de satisfacción al cliente <p>4. Limpieza de las habitaciones y áreas públicas y su conservación en buenas condiciones (servicio de apoyo)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un procedimiento de limpieza y mantenimiento de habitaciones y áreas públicas aplicando los estándares de alojamiento <p>5. Establecer los registros contables necesarios (servicio de apoyo)</p> <ul style="list-style-type: none"> • La finalidad es tener un detalle de los movimientos administrativos de la empresa. 	
SERVICIO DE RECEPCION	
Características	Debe estar bien equipado y amueblado (Mostrador, caja para guardar el efectivo de las operaciones diarias, teléfono para comunicación interna y externa, ordenador, pick de cuentas, rack de llaves, etc.)

	además deberá estar ubicado en un lugar donde el cliente tenga fácil acceso a ella
Función	Ofrece los servicios relacionados con la llegada y salida de los clientes además de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de la instalación, es, por lo tanto, donde afluyen las solicitudes, reclamaciones y quejas (oportunidades) directamente relacionados con el servicio de alojamiento.

Tabla 59 Conceptualización del servicio Hotel

Fuente: Elaboración propia

a.5. Distribución en planta Turística

Teleférico

El teleférico como tal tendrá un área dispuesta que involucra tanto la parte baja como la parte alta del cerro San Jacinto, acá se presentaran las diferentes áreas necesarias para la construcción del teleférico:

ELEMENTO	CANTIDAD	AREA/U m ²	TOTAL m ²
Área dispuesta			10,500 .00
Torre de teleférico	7	94.985	664.90
Espacio de circulación*	1	8294.0	8294.00
Estación de llegada	1	330.0	330.00
Cuarto de control	1	48.0	48.00
Total área Teleférico			9,336.90
Área libre			1,163.10

Tabla 60 Elementos del teleférico

A continuación, se muestra la distribución en planta de la parte alta del teleférico san Jacinto:



Ilustración 36 Distribución en planta de parte alta teleférico

a.6. Requerimientos y Especificaciones de los Recursos

REQUERIMIENTOS Y ESPECIFICACIONES DE LOS RECURSOS DE USO DEL TELEFÉRICO

Requerimientos para uso y mantenimiento

Distancia máxima al suelo: distancia optima de 15 M sobre el nivel del suelo, mínimo de altura sugerido 13.14 m.

Distancia mínima al suelo: la distancia media entre el punto más bajo de la góndola y la cota superior del suelo será de 4.65 m.



Velocidad de funcionamiento:

Funcionamiento normal (Máxima)	5 m/s
Funcionamiento con el motor de socorro	1.5 m/s

Tabla 61 Velocidad de transporte

Requerimientos técnicos y de componentes del teleférico

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	ILUSTRACIÓN	CANTIDAD
ESTACIONES PRE ENSAMBLADAS	Los sistemas de teleférico requieren como mínimo dos estaciones. Una estación se construye en el punto de inicio del teleférico y el otro en su punto final. En cuanto a los aspectos técnicos de un teleférico, el motor, los frenos de servicio o el panel de mando no se sitúan en el vehículo sino directamente en la estación.		2
EL GRUPO MOTOR	Dependiendo de las necesidades específicas del proyecto, la motriz se puede ubicar tanto en la estación inferior o superior, en configuración enterrada o aérea, en las variantes motriz fija o motriz tensora. Un grupo motor clásico está formado al menos por un motor, un freno de servicio, un freno de emergencia y el reductor de velocidad.		1
<p>LA LÍNEA: NINGÚN OTRO ELEMENTO COMO LA MORFOLOGÍA DEL TERRENO ES CAPAZ DE INFLUIR TAN CLARAMENTE EN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA LÍNEA DE UN TELEFÉRICO. EN CONSECUENCIA, ES IMPORTANTE EL DESARROLLO DE TODOS LOS ASPECTOS DE LOS COMPONENTES Y SU CORRECTO FUNCIONAMIENTO, LOS CUALES OFRECEN A LOS PASAJEROS EL MÁXIMO CONFORT Y SEGURIDAD. LA LÍNEA TIENE DIFERENTES COMPONENTES, COMO LAS PILONAS, LOS BALANCINES Y EL CABLE.</p>			

<p>LAS PILONAS</p>	<p>Las pilonas deben soportar el peso del vehículo con los pasajeros y, por este motivo, su construcción es robusta. Los vehículos pueden circular por ambos lados de la piona.</p>				<p>8</p>
<p>LOS BALANCINES</p>	<p>Los balancines sirven para dirigir el cable portante a lo largo de la línea. Cada balancín está compuesto por una disposición de poleas. El número de poleas depende del peso que el cable debe transportar. Cada polea está compuesta por un cuerpo base, el anillo giratorio y la rueda con bridas.</p>				<p>384</p>

<p>EL CABLE</p>	<p>El cable da nombre a todos los sistemas de transporte por cable, los teleféricos. Los cables de acero están compuestos de hilos de cable que se retuercen alrededor del núcleo del cable.</p>		<p>6 km de cable</p>
<p>SISTEMA DE CONTROL PRE ENSAMBLADO DEL TELEFÉRICO</p>	<p>El sistema de control del teleférico supervisa la seguridad de la instalación y de los pasajeros. En la interfaz de usuario del sistema de control del teleférico, el maquinista puede ver en tiempo real todos los datos y la información necesarios para el funcionamiento del teleférico y permite al maquinista regular el servicio requerido. Se debe contar con una consola auxiliar secundaria.</p>		<p>2</p>
<p>VEHÍCULOS: LOS VEHÍCULOS SON PARTE DE LA INSTALACIÓN DE UN TELEFÉRICO, LA PARTE QUE LOS PASAJEROS EXPERIMENTAN CON MÁS INTENSIDAD. LA GAMA DE VEHÍCULOS VA DESDE LA SILLA BIPLAZA PARA LOS TELESILLAS DE PINZA FIJA O LA SILLA DE OCHO ASIENTOS PARA DESEMBRAGABLES Y HASTA CABINAS PARA FUNICULARES CON CAPACIDAD PARA 200 PASAJEROS.</p>			




SILLA	Los asientos, independientemente de si se trata de un acoplamiento permanente o desembragable, ofrecen una excelente comodidad. Se pueden equipar con un amplio asiento, respaldo, reposapiés y una barra de seguridad para ofrecer una posición de sentado, un confort y una seguridad óptimos.		120/ 4 por góndola
CABINA	Las cabinas de los teleféricos desembragables tienen una capacidad de transporte de 4 a 35 pasajeros y están disponibles en diferentes diseños		30 góndolas
PINZA	<p>Hay dos tipos de pinzas que se pueden adaptar a las necesidades específicas del sistema correspondiente: la pinza fija y la desembragable. Las pinzas desembragables solo tienen un componente móvil, la mordaza de la pinza. La apertura y el cierre de la pinza se realizan de forma directa sin levas, articulaciones o sistemas de palanca. Cuando no está en funcionamiento, la pinza está cerrada.</p> <p>Las pinzas fijas se han estado utilizando durante décadas y se consideran muy eficaces y seguras. Esta pinza está compuesta por dos partes principales forjadas las cuales se fijan de forma permanente al cable.</p>		16

Tabla 62 Componentes de un teleférico

b. Parte Baja

b.1 Áreas Recreativas

El juego es una actividad inherente al ser humano a través de la cual hemos aprendido a relacionarnos en diferentes ámbitos de nuestra vida social, familiar, etc. Es considerado como parte de la experiencia humana y está presente en todas las culturas. Jugar al aire libre proporciona diferentes beneficios a los niños que favorecen su desarrollo corporal, mental y socio-emocional.

Como todos los niños, los que tienen una discapacidad también necesitan columpiarse, balancearse y jugar en el parque con otros niños. En muchos casos, es una de las mejores maneras de relacionarse con el entorno, fomentar su creatividad y potenciar su personalidad y capacidades.



Ilustración 37 Área de juegos para niños

b.2. Skate Park

Es una instalación deportiva diseñada específicamente para la práctica skate boarding con el objetivo de dar a los jóvenes una zona donde realizar trucos o piruetas en condiciones óptimas. Un skate park está formado por diferentes módulos que imitan estructuras presentes en las calles, dispuestos de una forma coherente que permite a los usuarios moverse a través de ellos realizando trucos.



Ilustración 38 Área de skate park

b.3. Tirolesa

El nombre proviene de la región alpina de Tirol. Son usuales al cruzar ríos durante las crecidas en las marchas de aproximación para el ascenso de montañas en sustitución de las Yolas (caja de madera que discurre por un cable), y en el pasado era el método para transportar cargas entre dos puntos alejados del suelo.



Ilustración 39 Tirolesa

b.4. Parque para Perros

Se prestará el servicio de parque para perros donde los visitantes podrán llevar a sus mascotas para poder pasar momentos agradables, mantener activas a sus mascotas, como sano espacio de esparcimiento en contacto con las mascotas, entre otras distintas actividades de ocio y recreación destinado a dicho servicio. Esta área por seguridad para los niños, deberá ser un área cerrada, el dueño deberá estar pendiente de su mascota en todo momento, la descripción del diseño técnico se presenta a continuación.



Ilustración 40 Parque para perros



Ilustración 41 Representación de posible distribución de espacio para mascotas

b.5. Parque Acuático

El parque acuático estará disponible para los niños que quieran disfrutar un momento con las fuentes, esta área contara con palapas para que los adultos puedan observar a los niños, dispondrá de fuentes bailarinas y para poder hacer uso de la misma los niños deberán poseer la vestimenta adecuada, de igual forma se contara con piscina o alberca para niños; el diseño técnico de este servicio se presentara a continuación:



Ilustración 42 Parque acuático

b.6. Mirador

En el teleférico e san Jacinto se contará con la prestación de un mirador el cual posee una vista panorámica hacia el lago de Ilopango y de una atractiva vista a la ciudad de Soyapango y partes colindantes, esto ofrece un atractivo visual acompañado de un clima agradable del cual se puede disfrutar, en este apartado se detallarán los componentes de seguridad y de uso con los que contará dicha prestación.



Ilustración 43 Conceptos de visualización del mirador



Ilustración 44 Vista original del teleférico San Jacinto, posee vista panorámica al lago de Ilopango y a la ciudad

b.7. Capacidad de carga

ÁREAS RECREATIVAS

Ahora se procede a denotar la demanda y la capacidad de carga para el uso óptimo de los elementos a utilizar, su distribución, y el requerimiento de mantenimiento que será requerido.

La carga de ocupación es la relación del número máximo de personas que pueden ocupar una instalación por metro cuadrado.

ÁREA DE JUEGOS PARA NIÑOS

Espacio que ocupa un cliente: 10 m²

Área de juegos para niños = 10,200 m²

Capacidad estimada (CE) del área de juegos para niños

$$= \frac{\text{Área de juegos para niños}}{\text{Espacio que ocupa un cliente}}$$

$$\text{Capacidad estimada (CE) del área de juegos para niños} = \frac{10,200 \text{ m}^2}{10 \text{ m}^2}$$

Capacidad estimada del área de juegos para niños = 1,020 personas

CANCHA MULTIUSOS

Espacio que ocupa un cliente: 10 m²

Área de merchandising = 608 m²

$$\text{Capacidad estimada (CE) de la cancha multiusos} = \frac{\text{Área de la cancha multiusos}}{\text{Espacio que ocupa un cliente}}$$

Capacidad estimada de la cancha multiusos = 61 personas

CAPACIDAD INSTALADA

Se estima una jornada laboral de 10 horas al día, siendo la apertura del parque a las 8 am y cerrando sus puertas al público a las 6 pm.

ÁREA DE JUEGOS PARA NIÑOS

Para la determinación de la capacidad instalada se hará uso de la siguiente fórmula:

Capacidad instalada = CE x AS x días laborales

Dónde:

CE: Capacidad Estimada

AS: cantidad de ocasiones que puede efectuarse el recorrido en una jornada laboral

Días laborales: 360

$$\text{Capacidad Instalada} = 1020 * \frac{10 \times 60}{90} \times 360$$

Capacidad Instalada = 2,448.0 personas al año

CANCHA MULTIUSOS

Para la determinación de la capacidad instalada se hará uso de la siguiente fórmula:

Capacidad instalada = CE x AS x días laborales

Dónde:

CE: Capacidad Estimada

AS: cantidad de ocasiones que puede efectuarse el recorrido en una jornada laboral

Días laborales: 360

$$\text{Capacidad Instalada} = 61 * \frac{10 \times 60}{60} \times 360$$

Capacidad Instalada = 219,600 personas al año

SKATE PARK

Ahora se procede a denotar la demanda y la capacidad de carga para el uso óptimo de los elementos a utilizar, su distribución, y el requerimiento de mantenimiento que será requerido.

ÁREA DE CICLISMO (INCLUYE LA CICLOVIA, SKATEBOARD Y USO DE PATINES)

Espacio que ocupa un cliente: 15 m²

Área de ciclismo = 5,500 m²

$$\text{Capacidad estimada (CE) del área de ciclismo} = \frac{\text{Área de ciclismo}}{\text{Espacio que ocupa un cliente}}$$

Capacidad estimada del área de ciclismo = 367 personas

ÁREA DE CICLISMO (INCLUYE LA CICLOVIA, SKATEBOARD Y USO DE PATINES)

Para la determinación de la capacidad instalada se hará uso de la siguiente formula:

Capacidad instalada = CE x AS x días laborales

Dónde:

CE: Capacidad Estimada

AS: cantidad de ocasiones que puede efectuarse el recorrido en una jornada laboral

Días laborales: 360

$$\text{Capacidad Instalada} = 367 * \frac{10 * 60}{60} * 360$$

Capacidad Instalada = 1,321.200 personas al año

TIROLESA

Ahora se procede a denotar la demanda y la capacidad de carga para el uso óptimo de los elementos a utilizar, su distribución, y el requerimiento de mantenimiento que será requerido.

PARQUE PARA PERROS

Ahora se procede a denotar la demanda y la capacidad de carga para el uso óptimo de los elementos a utilizar, su distribución, y el requerimiento de mantenimiento que será requerido.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	13,897	10,495	11,629	17,299	19,567
Capacidad de carga	140,400	140,400	140,400	140,400	140,400
NACI	10%	7%	8%	12%	14%

Tabla 63 Aprovechamiento del servicio de parque para perros

Áreas deportivas

Las áreas deportivas con las que contara el teleférico San Jacinto están distribuidas en diversas áreas y cada una con elementos para cada tipo de actividad. El área deportiva se compone de los siguientes elementos:

- Pista skate boarding
- Gimnasio al aire libre
- Cancha multiusos

A continuación, se presentará la descripción de cada una:

Cancha multiusos

A continuación, se presenta el diseño de la cancha multiuso que se realizará en el teleférico

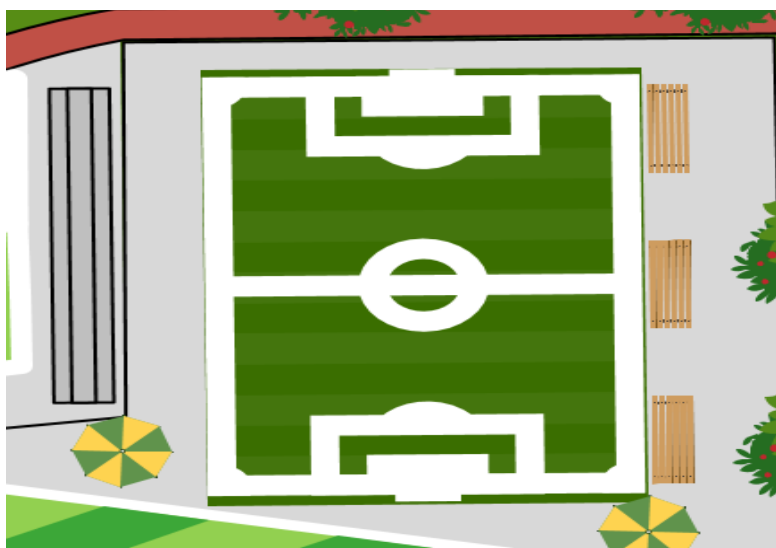


Ilustración 45 área de la cancha multiuso

Los elementos con los que contara son:

ELEMENTO	CANTIDAD	AREA/U m ²	TOTAL m ²
Área dispuesta			243.00
Cancha multiusos	1	200	200
Bancas de madera	3	1.50	4.50
Bancas de cemento	1	19.50	19.50
Total mobiliario y equipo			224.00
Área libre			19.00

Tabla 64 Elementos del área de la cancha multiuso

Fuente: Elaboración propia

Parque acuático

A continuación, se presentará el área de parque acuático y los elementos con los que contará esta área del teleférico:

ELEMENTO	CANTIDAD	AREA/U m ²	TOTAL m ²
área dispuesta			300.00
área de fuentes	1	55.14	55.14
Palapas	7	4.00	28.00
Desvestideros	1	24.00	24.00
Bancas	3	1.06	3.18
Mesas	2	4.00	8.00
Total mobiliario y equipo			111.97
área libre			188.03

Tabla 65 elementos del parque acuático

Fuente: Elaboración propia

Los elementos del parque acuático se presentan a continuación:



Ilustración 46 área del parque acuático

Salto en tirolesa

Este servicio constará de 2 áreas una donde es abordada la tirolesa y la otra sería el punto final del recorrido, a continuación, se presentan las dos áreas, al lado izquierdo se presenta el punto de abordaje, en medio el punto de llegada y a la derecha el recorrido en tirolesa:

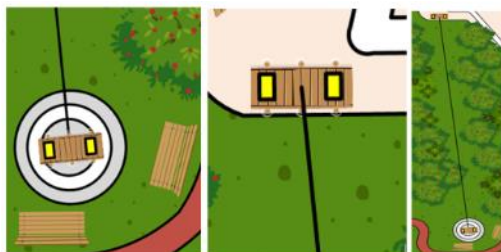


Ilustración 47 área del salto en tirolesa

Los elementos que componen el área para el salto en tirolesa son:

ELEMENTO	CANTIDAD	AREA/U m ²	TOTAL m ²
área dispuesta			200.00
Punto de abordaje	1	4.20	4.20
Punto de llegada	1	4.00	4.00
Cable*	1	150.00	150.00
Bancas	2	1.06	2.12
Total mobiliario y equipo			160.32
área libre			39.68

Tabla 66 elementos del salto en tirolesa

Fuente: Elaboración propia

*Cable: se estimó un área de 3 metros de ancho libre por 50 metros de largo

Estacionamiento

El área de estacionamiento está determinada en dos niveles a continuación se presenta el área de estacionamiento la cual constara de un área aproximada de 2000 metros cuadrados:

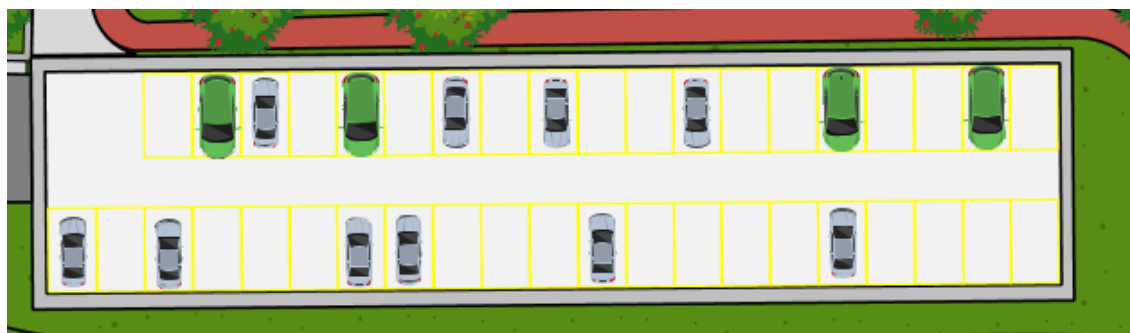


Ilustración 48 área de estacionamientos

Área peatonal construida

Existen diversas áreas que no forman parte de un área específica, pero por motivos de detalle paisajístico en el teleférico se ha previsto construir áreas de descanso o caminos para los visitantes el área total estimada es de 14,500 metros cuadrados, a continuación, se presenta un área de tránsito peatonal libre:



Ilustración 49 Área peatonal construida 1



Ilustración 50 Área peatonal construida 2

Resumen de áreas parte baja

A continuación, se presenta una tabla resumen de las áreas en metros cuadrados de los establecimientos antes mencionados:

ELEMENTO	AREA m ²
área total parte baja*	52,500.00
Juegos infantiles menores	65.50
Juegos infantiles mayores	115.42
Parque para perros	17.00
Comidas típicas	75.14
Food coart	89.45
Salón de exposiciones	114.00
Pista skate boarding	56.00
Gimnasio	44.64

Cancha multiusos	243.00
Parque acuático	300.00
Salto en tirolesa	200.00
Senderismo	4,300.00
Ciclismo	7,500.00
Áreas de merchandising	112.00
Acceso ciudad Credisa	1,000.00
Acceso calle textistepeque	505.00
Estacionamiento	2,000.00
Áreas construidas peatonales*	14,500.00
AREA TOTAL CONSTRUIDA	31,237.15
área libre	21,262.85

Tabla 67 Resumen de áreas de la parte baja del teleférico

Fuente: Elaboración propia

*Terreno del teleférico dispuesto en la parte baja es de 7.5 manzanas aproximadamente, en metros son 52,500 m²

Cálculo de porcentaje de obra civil

ELEMENTO	AREA m ²	PORCENTAJE
área total del teleférico parte baja*	52,500.00	100%
AREA TOTAL CONSTRUIDA	31,237.15	59.49%
área libre	21,262.85	40.51%

Tabla 68 Cálculo de porcentaje de obra civil

Fuente: Elaboración propia

1. Distribución en planta

VALOR DE PROXIMIDAD	
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinario
U	Sin importancia
X	Indeseable

Tabla 69 Valor de proximidad

VALOR DE PROXIMIDAD	
1	Por conveniencia
2	Proceso y tipo de servicio prestado
3	Flujo de información
4	Impacto sobre la imagen del establecimiento

5	Riesgo en la higiene y calidad de los productos
---	---

Tabla 70 Motivos de relación

A continuación, se presentará la matriz de relaciones:

ELEMENTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Juegos infantiles menores																		
Juegos infantiles mayores	A 1,2																	
Parque para perros	A 1,2	O 2																
Comidas típicas	X 5	X 5	O 2															
Food coat	A 1,2	F 12	O 1															
Estación de abordaje	A 1,2	X 1	U 2	O 1														
Pista skate boarding	X 1	X 4	X 1	X 1														
Gimnasio	F 12	F 1	X 1	X 1														
Cancha multiusos	A 1,2	O 1,2	U 2	U 2														
Parque acuático	F 12	U 2	O 2	U 2														
Salto en tirolesa	U 2	F 12	F 12	U 2														
Senderismo	A 1,2	F 12	O 2	X 2														
Ciclismo	F 12	O 2	U 2	X 2														
Áreas de merchandising	X 1	O 1,2	U 2	U 2														
Acceso ciudad Credisa	A 3	U 2	U 2	X 1														
Acceso calle Texistepeque	X 1	X 1	X 2	X 1														
Estacionamiento	X 1	A 1,2	X 1	X 1														

Ilustración 51 Matriz de relaciones de áreas

De la matriz de relaciones se procederá a realizar la hoja de trabajo de relación de actividades como se muestra a continuación:

Nº	ELEMENTO	A	E	I	O	U	X
1	Juegos infantiles menores	2,3,10	8		4,6,11,12,13	5,7,9,14,15,16	17
2	Juegos infantiles mayores	1,3,10	8		4,5,6,11,12,13	7,9,14,15,16,17	
3	Parque para perros	1,2,			6,7,8,9,11,12,13	16,17	4,5,10,14,15
4	Comidas típicas	5	6		1,2,	7,11,12,13,15,16	3,8,9,10,14,17
5	Food coart	4,6		11	2,	1,12,13,15,16	3,7,8,9,10,14,17
6	Salón de exposiciones	5	4,14		1,2,3,	11,12,13,15,16	7,8,9,10,17
7	Pista skate boarding		8,9	14	3,10	1,2,4,11,12,13,15,16	5,6,17
8	Gimnasio	9	7	1,2	3,10,11,15	12,13,16	4,5,6,14,17
9	Cancha multiusos	8	7,10,12,13		3	1,2,11,15,16,17	4,5,6,14
10	Parque acuático	1,2	9,12		7,8,13	11	3,5,4,6,14,15,16,17
11	Salto en tirolesa	12	13	5	1,2,3,8	4,6,7,9,10,14,15,16	17
12	Senderismo	11	9,10,13		1,2,3,14,15,16	4,5,6,7,8,	17
13	Ciclismo		9,11,12		1,2,3,10	4,5,6,7,8,15,16	14,17
14	Áreas de merchandising	15	6	7	12	1,2,11,	3,4,5,8,9,10,13,16,17
15	Acceso ciudad Credisa	14,17			8,12	1,2,4,5,6,7,9,11,13	3,10,16
16	Acceso calle Texistepeque				12	1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,13	10,14,15
17	Estacionamiento	15				2,3,9	1,4,5,6,7,8,10,11,12,13,14,16

A partir de la hoja de trabajo se realizará el diagrama de bloques, la simbología del diagrama se presenta continuación:

La primera aproximación en el diagrama de bloques se presenta a continuación:

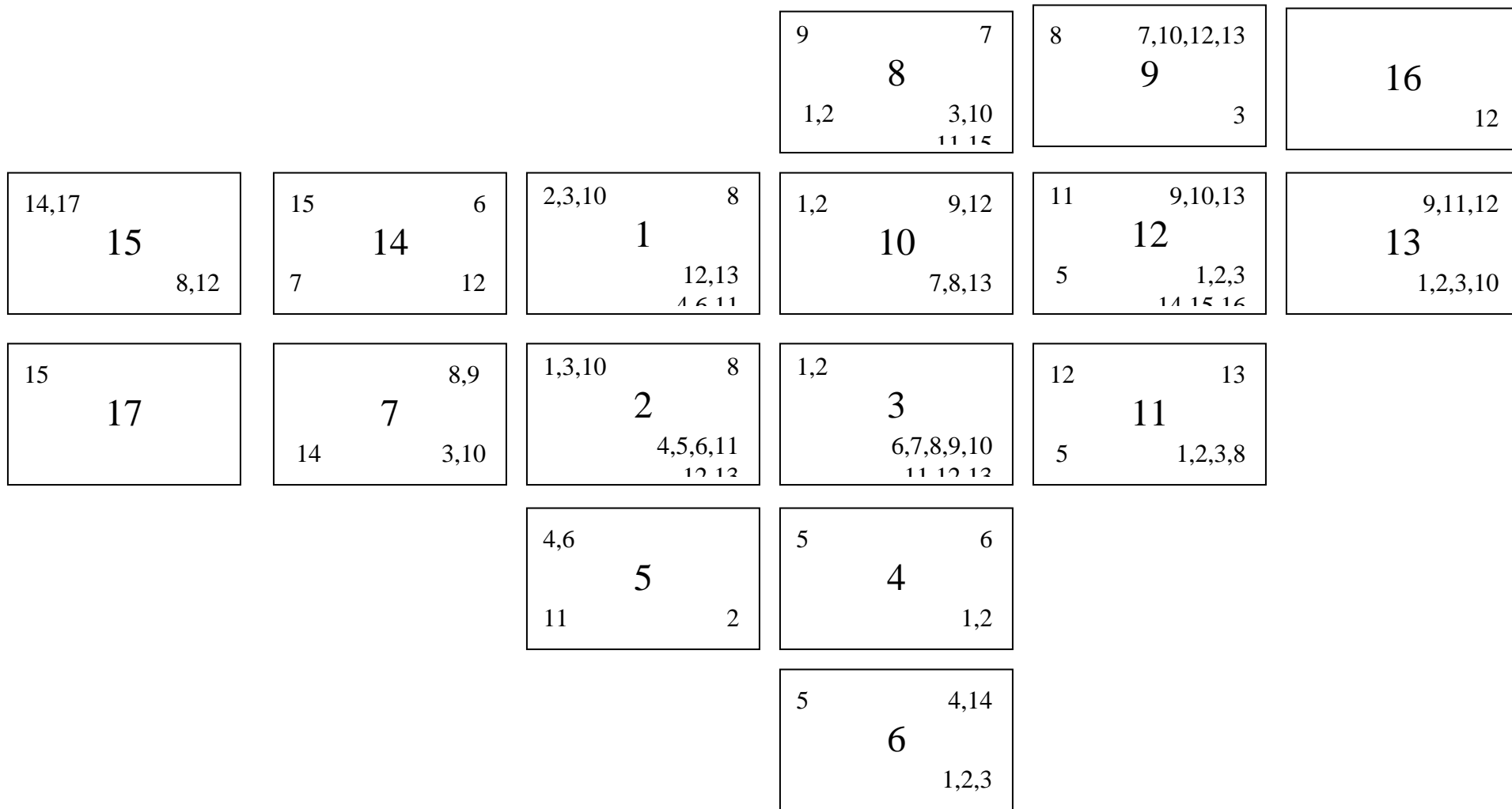


Ilustración 52 Primera aproximación del diagrama de bloques

A continuación, se presenta el diagrama de bloques definitivo:

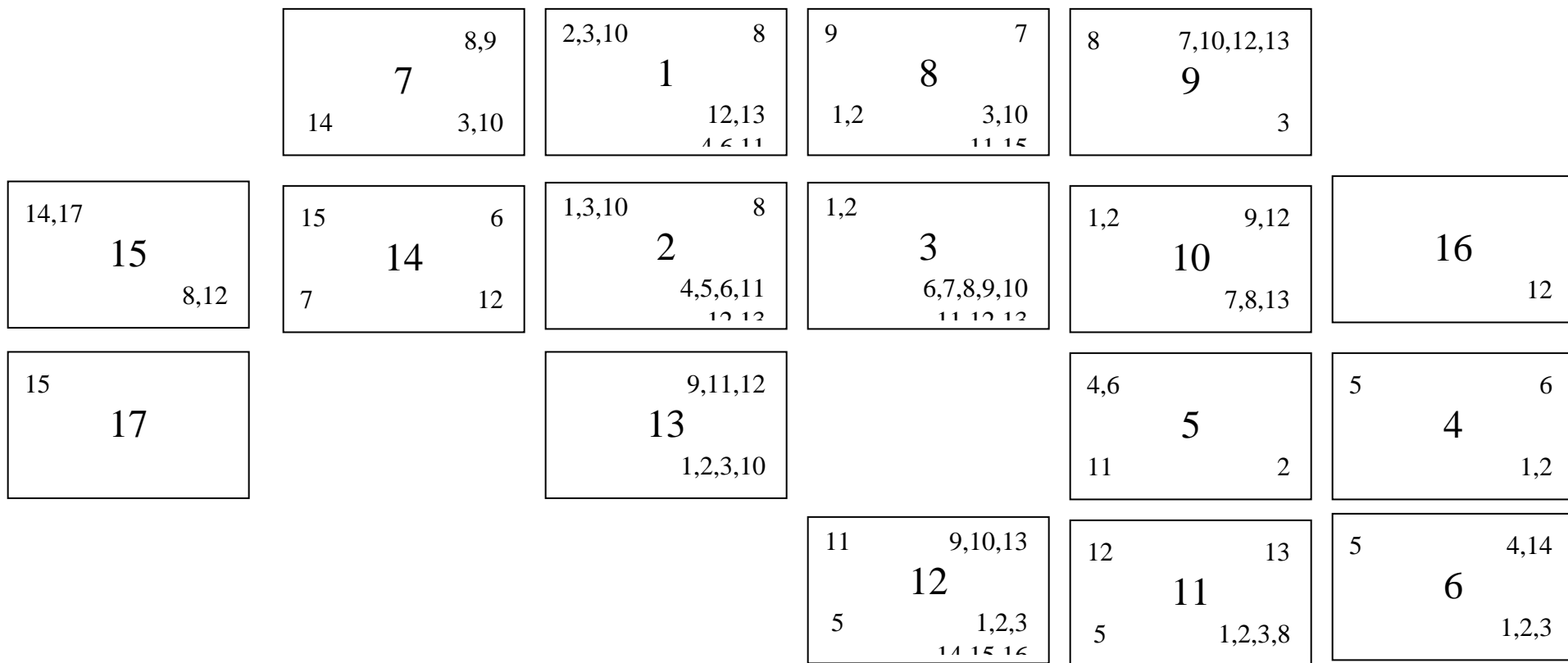


Ilustración 53 Diagrama de bloques definitivo

A partir del diagrama de bloques se desarrollará la distribución en planta del parque:



Ilustración 54 Distribución en planta Teleférico parte baja

b.9. Requerimientos y Especificaciones de los Recursos

ÁREAS RECREATIVAS

Equipo e insumos	Cantidad	Proveedor
Cestas para básquetbol	5 U	Empresa industrial
Marcos para cancha de futbol	3 U	Empresa industrial
Césped sintético	50 m ²	Empresa industrial
Pintura	3 Gal	Almacén o comercial
Red para marcos y cesta	8 U	Almacén o comercial

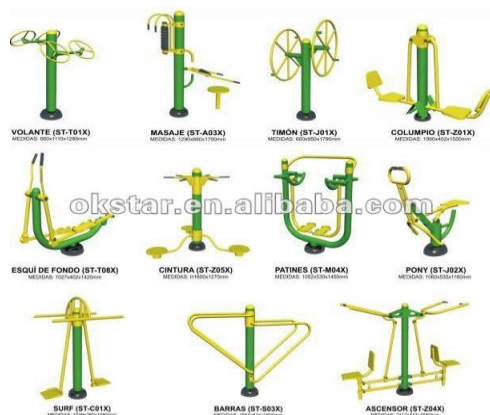
Tabla 71 Equipo e insumos para juegos deportivos

Equipo e insumos	Cantidad	Proveedor
Aparatos para el juegos infantiles	5 U	Empresa industrial
Aceites	3 Gal	Almacén o comercial
Grasas	3 Gal	Almacén o comercial

Tabla 72 Equipo e insumo para juegos recreativos

Equipo e insumos	Cantidad	Proveedor
Aparatos para el gimnasio	5 U	Almacén o comercial
Aceites	3 Gal	Almacén o comercial
Grasas	3 Gal	Almacén o comercial

Tabla 73 Equipo para gimnasio al aire libre



Caños estructurales: serán de acero al carbono (TIPO SAE 1045) de 4 pulgadas de diámetro x 3,2 mm de espesor.
 Caños secundarios: serán de acero al carbono (TIPO SAE 1045) de 1 pulgada de diámetro como mínimo x 2 mm de espesor. Doblado de caños: El doblado de los caños deberá garantizar que todos los caños conserven su sección incluidos los sectores doblados, no cambien su sección en el sector doblado, así como que carezcan de abolladuras e imperfecciones. Terminaciones de los caños: Tapa de acero semiesférica soldada en todo su perímetro.

Tabla 74 Especificación técnica de equipo para gimnasio al aire libre

REQUERIMIENTOS DE SKATE PARK

Material	Cantidad	Proveedor
Cemento	15 Bolsas	Almacén o comercial
Madera	10 U (1x4x3.05m)	Almacén o comercial
Metal (Tubos)	10 U	Almacén o comercial
Luminarias (Reflectores)	4 U	Almacén o comercial
Pintura	5 Gal	Almacén o comercial

Tabla 75 Requerimiento para skatepark

REQUERIMIENTOS DE TIROLESA

Equipo	Cantidad	Proveedor
Casco	3 U	Almacén o comercial
Mosquetones	3 U	Almacén o comercial
Descensores	3 U	Almacén o comercial
Bloqueadores	3 U	Almacén o comercial
Aseguradores	3 U	Almacén o comercial
Poleas	3 U	Almacén o comercial
Arneses	3 U	Almacén o comercial
Cintas cosidas	3 U	Almacén o comercial
Bandolas	3 U	Almacén o comercial
Cuerdas	3 U	Almacén o comercial
Cable	2 U	Almacén o comercial
Guantes	3 U	Almacén o comercial
Torres	2 U	Ferretería

Tabla 76 Equipo para tirolesa

B. COMPONENTE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL TELEFÉRICO

1. Objetivo del componente gestión de la calidad del teleférico

El objetivo del componente de la gestión de la calidad del teleférico radica esencialmente en la creación y el diseño de elementos que garanticen resultados y desempeños óptimos, por parte de las prestaciones a ofrecer en el teleférico San Jacinto, estandarizando un nivel de calidad a ser cumplido por parte del proyecto en ejecución

2. Buenas prácticas de turismo

La sostenibilidad turística se compone de tres grandes ámbitos, complementarios e igualmente importantes. Éstos son el ambiental, el económico-empresarial y el sociocultural. Las buenas prácticas producen efectos positivos en las tres áreas, de manera que si las implementamos en nuestra comunidad, estaremos en el camino correcto para alcanzar la sostenibilidad.

3. Plan de saneamiento ambiental

¿Qué es el ambiente y cómo funciona?

Todo lo que nos rodea es considerado nuestro ambiente. La tierra, el agua, los árboles, las plantas, los animales, el aire, el sol, y todos los elementos de la naturaleza son parte de él, al igual que nuestra casa, la comunidad, o la ciudad en la que vivimos, trabajamos o estudiamos. Existen muchos ambientes diferentes ya que cambian según la región, el clima, las plantas, los animales, el paisaje, la cantidad de agua y los tipos de construcciones, entre otros aspectos.

Se debe hacer uso adecuado del recurso hídrico.

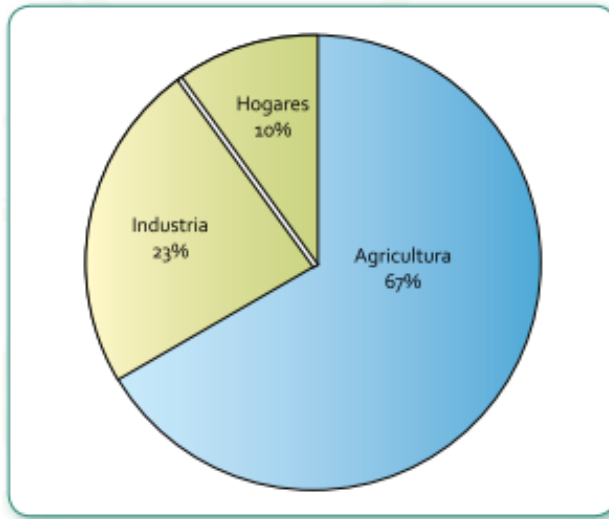


Ilustración 55 Uso general del agua

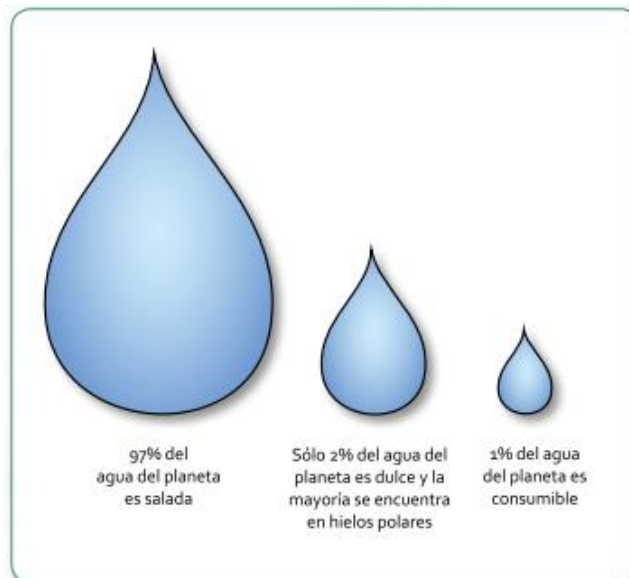


Ilustración 56 El agua potable escasea

Plan de saneamiento básico -PRÁCTICAS DE HIGIENE Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN PERSONAL

- No utilizar joyas, pulseras en el momento de manipular los alimentos.
- No se permite fumar, comer, o masticar chicles en el momento de la manipulación de los alimentos.
- Los trabajadores no deben hablar, toser o respirar sobre los alimentos o utensilios.
- Óptimo estado locativo de enchapes, ventilación, iluminación, superficies, muebles, equipos, dotación, almacenamiento de alimentos e insumos y utensilios.

LA AUTORIDAD SANITARIA VIGILARÁ EL CUMPLIMIENTO DE TODOS ESTOS ASPECTOS EN CUALQUIER MOMENTO.

PLAN DE SANEAMIENTO BASICO -PROGRAMA DE MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS

OBJETIVO: Adecuar e implementar prácticas higiénicas de almacenamiento temporal, recolección, almacenamiento, y disposición final de los desechos que se generan al interior de la empresa.

El programa de residuos del plan de saneamiento básico de sólidos debe incluir:

- **Inventario de canecas** existentes en baterías sanitarias, aulas, oficinas y áreas comunes.

Descripción del tipo de residuos que se generan al interior de la empresa indicando sus características: orgánicos, inorgánicos, reciclables, de riesgos biológicos y/o peligrosos. Indicar en que sitios se generan cada tipo de residuos según corresponda y el manejo interno en cuanto a recolección. Indicar la empresa de servicio público de aseo, días y horarios de recolección.

a. Manejo de Desechos Sólidos y Aguas Residuales

Manejo y Aprovechamiento Integral de Residuos Sólidos y Aguas residuales.

Impactos de Desarrollo Sostenible

La aplicación de esta solución beneficia la seguridad alimentaria por cuanto los productos del manejo de residuos y aguas residuales pueden hacer en pro de la producción local de alimentos brindando fertilizantes y humedad suficiente para el cultivo de hortalizas, bosques comestibles, así como granos y forrajes para las especies menores. Haciendo uso de aguas tratadas para el riego de los cultivos, el resto del agua de lluvia de que la comunidad puede disponer es mayor para consumo y uso doméstico. Mientras que el composteo de desechos

orgánicos y manejos de aguas residuales reducen sustancialmente el potencial de proliferación de fauna nociva por acumulación de residuos así como de bacterias dañinas a la salud.

Existen modelos de manejo de residuos sólidos orgánicos y aguas residuales, tales como el sanitario seco composteo, espacios para la producción de composta y lombricomposta a partir de materia orgánica, producción de Fertilizantes Líquidos Orgánicos y el Sistema Unitario de Tratamiento de Aguas Nutrientes y Energía para tratamiento de aguas negras y biofiltros para tratamiento de aguas grises.

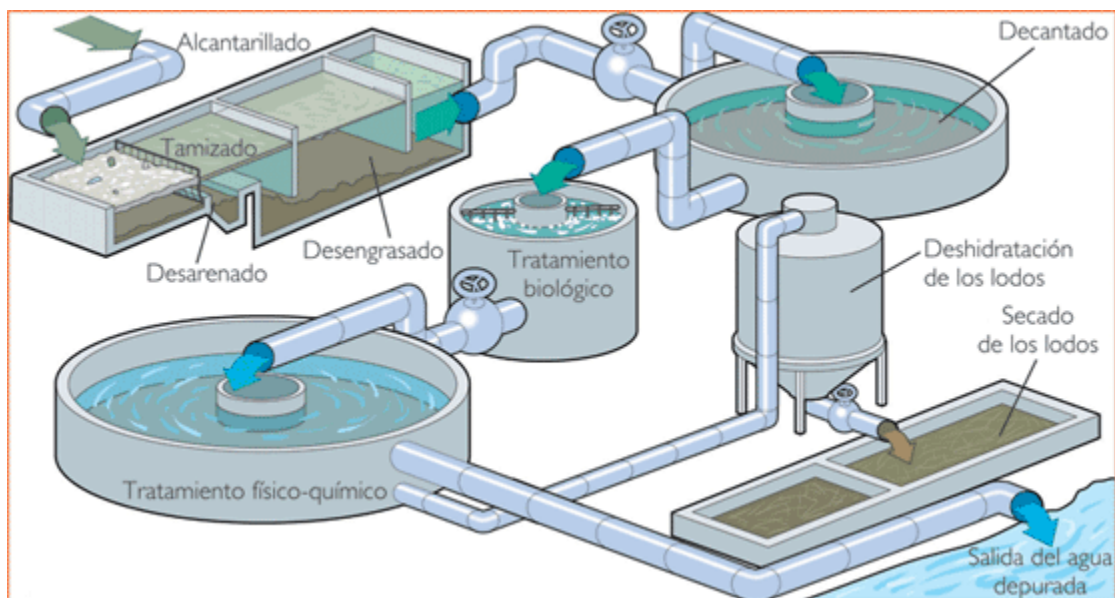


Ilustración 57 Esquema de planta para tratamiento de aguas residuales

4. Diseño de procesos para la gestión de la calidad de los servicios turísticos

Para la adecuada gestión de la calidad para las prestaciones turísticas a ofrecer por el proyecto del teleférico San Jacinto, se deben destacar una serie de pasos a ser considerados para la creación de dichos procesos de gestión de la calidad en el rubro de servicios turísticos.

5. Herramientas de mejora de la calidad para el sector turismo

Las siete herramientas estadísticas de la calidad y las siete de gestión	Otras herramientas	Técnicas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diagrama causa efecto ➤ Hoja de recogida de datos ➤ Gráficos de control ➤ Histograma 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lluvia de ideas ➤ Plan de control ➤ Diagrama de flujo ➤ Toma de muestras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Benchmarking ➤ Diseño de experimentos ➤ Análisis modal de fallos

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diagrama de Pareto ➤ Diagrama de Dispersión ➤ Diagrama de afinidad ➤ Diagrama de flechas ➤ Diagrama de matriz ➤ Matriz de análisis de datos ➤ Árbol de decisión ➤ Diagrama de relación ➤ Diagrama sistemático 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Árbol de análisis de fallos ➤ Poka yoke ➤ Metodología de resolución de problemas ➤ Costes de calidad ➤ Despliegue de la función de calidad ➤ Equipos de mejora de la calidad ➤ Control estadístico de procesos
---	--	--

Tabla 77 Las técnicas y herramientas más usadas y efectivas

Fuente: Dale y McQuater (1998) en Tarí (2005:186)

6. Normalización, auditoría y certificación de calidad

Normas

Reservaciones

- El servicio de reservación debe ser realizado en cinco minutos;
- Debe proporcionarse la información de tarifas disponibles, plan de tarifas, políticas de reservación y políticas de llegada;

7. Diseño de indicadores de gestión de la calidad

Indicadores de Calidad

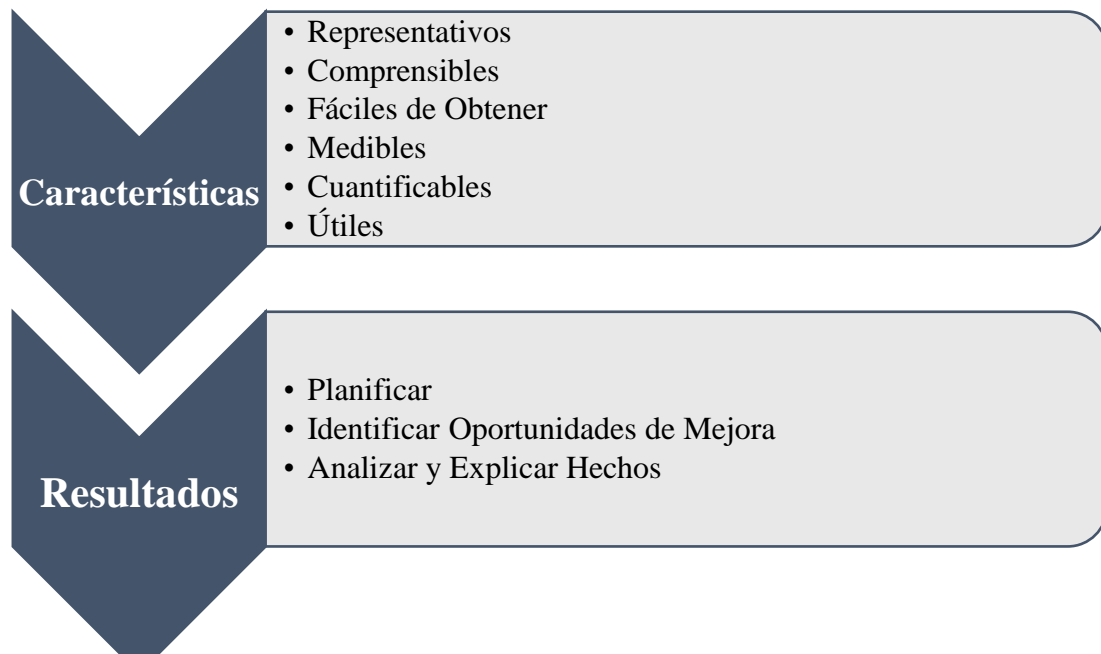


Ilustración 58 Detalle de los indicadores

Cálculo de Indicadores

Resolución de quejas en el tiempo establecido

Conocer el grado de eficiencia en la resolución de las quejas de los clientes por parte de la organización.

$$\text{Resolución de quejas en el tiempo establecido} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de quejas planteadas}}{\text{N}^\circ \text{ de quejas resueltas en el tiempo establecido}}$$

Incidencias en pruebas de aceptación con el cliente

Conocer el porcentaje de fallos que se producen en la prueba realizada con el cliente, habiendo pasado anteriormente las pruebas internas.

$$\text{Resolución de quejas en el tiempo establecido} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de fallos en pruebas de aceptación con el cliente}}{\text{N}^\circ \text{ de requisitos probados (con el cliente)}}$$

Porcentaje de evacuación anual de desechos sólidos

$$\% \text{ de evacuación anual} = \frac{\text{N}^\circ \text{ desalojos de desechos sólidos}}{\text{Meses operativos al año}} * 100$$

Promedio de desechos sólidos por persona

$$\text{Promedio desechos sólidos por personas} = \frac{\text{Total de desechos sólidos}}{\text{N}^\circ \text{ de visitantes}} * 100$$

8. Requerimientos y especificaciones de los recursos

RECURSO	CANTIDAD
Analista de Procesos	1
Asistente de Analista de Procesos	1
Bolígrafos	2 cajas
Resma de Papel Bond	5

C. COMPONENTE PLAN DE MARKETING PARA EL TELEFÉRICO

1. Objetivo del componente plan de marketing para el teleférico

Diseñar una propuesta de promoción y publicidad que promueva estratégicamente el posicionamiento del Teleférico San Jacinto como un destino turístico.

2. Publicidad del teleférico en medios tradicionales y digitales

La publicidad tradicional es la que llega a nosotros a través de medios como prensa, vallas, televisión y radio. La publicidad digital está enfocada en una relación con el cliente a través del internet (redes sociales, buscadores y websites). No podemos decir que uno u otro medio es mejor.



Ilustración 59 Publicidad Tradicional y Digital

La publicidad tradicional es la que llega a nosotros a través de medios como prensa, vallas, televisión y radio. La publicidad digital está enfocada en una relación con el cliente a través del internet (redes sociales, buscadores y websites). No podemos decir que uno u otro medio es mejor. La elección del medio más adecuado depende del enfoque y las estrategias que se tengan en mente para lanzar/publicitar la marca, producto o servicio.

Además, también es posible crear una estrategia combinada, entre medios tradicionales y digitales, de manera que ambos se complementen para llegar a más clientes potenciales, o incluso, que parte de la publicidad en medios tradicionales lleve a una interacción en medios digitales, o que los medios digitales lleven a una actividad de contacto en medios tradicionales, como activaciones. Es por eso que es importante entender las ventajas y desventajas de cada uno.

VENTAJAS

- Tiene un poder de gran alcance. El número de personas que alcanzan la televisión, radio y prensa, sin duda, es su gran potencial.



Ilustración 60 Publicidad Tradicional

- No depende del internet. Aún existen mercados que no se pueden alcanzar por internet, desde aquellas personas mayores que no lo utilizan, hasta jóvenes que son reservados con el uso de internet.
- Permite contacto. Actividades como degustaciones, activaciones en centros comerciales, etc. son parte de los medios tradicionales y siguen siendo de gran impacto por el contacto humano.

D. COMPONENTE GESTIÓN DE APOYO

1. Objetivo del componente Gestión De Apoyo

Investigar las formas de obtención de recursos financieros a través de las diferentes instituciones que brindan apoyo y soporte al sector turístico para la mejora y diversificación de los productos turísticos y formación del recurso humano.

2. Búsqueda de fuentes de financiamiento para el teleférico

Fuentes de Financiamiento Convencionales

Lo que denominamos como la financiación convencional, es lo que hasta no hace mucho tiempo se trataba de las formas de financiamiento (sin el apelativo de convencional), y es que cada vez van apareciendo nuevas formas y métodos de financiación que hacen que a estos anteriores se les denomine “Convencionales”.

E. COMPONENTE GESTIÓN ORGANIZATIVA-ADMINISTRATIVA

1. Objetivo del componente gestión organizativa-administrativa

Desarrollar los pasos para establecer la mejor estructura organizativa, figura legal, manual de funciones dentro de la organización y los requerimientos de los recursos para el funcionamiento del Teleférico San Jacinto.

2. Diseño de la estructura organizativa

Como parte del desarrollo de proyecto del Teleférico, se debe establecer una estructura organizativa que conlleve al alcance de los objetivos y metas propuestas. La organización implica una estructura de funciones o puestos, donde se divida y a la vez se relacione la labor que se desarrolla en el parque, por lo que es importante establecer la estructura organizacional, delinear las relaciones o líneas de enlace que faciliten la coordinación, crear las descripciones de cada puesto de trabajo, donde se indique atribuciones, relaciones, responsabilidades y autoridad, además fijar requerimientos o cualidades requeridas del personal para cada puesto.

a. Importancia de establecer la estructura organizativa para el Teleférico San Jacinto

Las empresas con una clara estructura organizacional se benefician al tener establecida la cantidad de recurso humano que requieren para poder llevar a cabo sus funciones, tener delimitadas las responsabilidades y los responsables de cada área o proceso, así como sus superiores y lograr que la empresa sea más eficiente y más productiva cumpliendo con los objetivos de la misma.

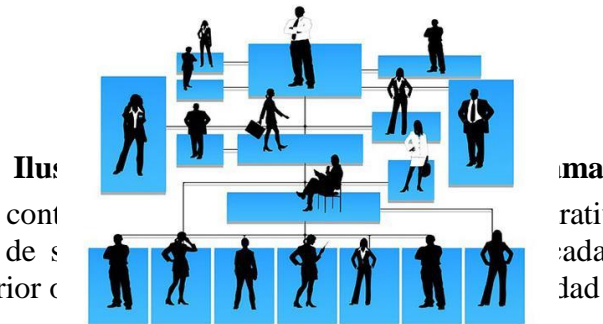
b. Generalidades de las organizaciones Mixtas

Las empresas mixtas son un tipo de empresa cuyo capital proviene de inversores privados y del Estado (nacional, provincial o municipal). Existen grandes, pequeñas y medianas empresas industriales y comerciales de capital mixto.

- Uno es el que representa la participación del Estado, Municipio(s) o institución(es) autónoma(s).

3. Propuesta de organigrama para el teleférico San Jacinto

Es necesario tomar en consideración la importancia que posee el organigrama del parque, ya que la propuesta realizada está basada en los objetivos, metas y proyecciones actuales del mismo. Este factor último crece constantemente al transcurrir los años, por lo tanto será necesario incrementar los colaboradores para brindar un mejor servicio. Es aquí donde se debe evaluar la longitud del tramo de control que se quiere en la estructura organizativa.



Mientras el tramo de control sea más grande, entonces la cantidad de empleados administrativos es inferior a la capacidad de carga.

Si la capacidad de carga es mayor, la estructura organizativa resulte más amplia, es decir, cada jefe puede supervisar a una mayor cantidad de empleados a cargo.

A continuación, se muestran algunas ventajas y desventajas que pueden presentarse al momento de decidir el tipo de longitud del tramo de control a utilizar en la estructura del parque.

Tipos de Tramo de Control

Tramo de Control Amplio

Mientras el tramo de control sea más grande, la organización será más eficaz en lo que se refiere a los costos.

Sin embargo, se puede hallar que un tramo de control que sea demasiado amplio afecta en ciertos aspectos el desempeño de los empleados. Esto sucede porque los supervisores no tendrán tiempo para ofrecer la ayuda y el liderazgo que se necesitan.

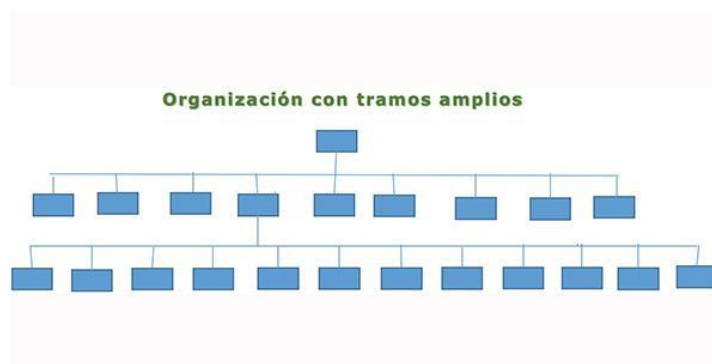


Ilustración 62 Organización con tramos de control

Tramo de control estrecho

Los tramos de control estrechos posibilitan que un gerente pueda tener un control más estricto. Sin embargo, también conllevan ciertas desventajas.

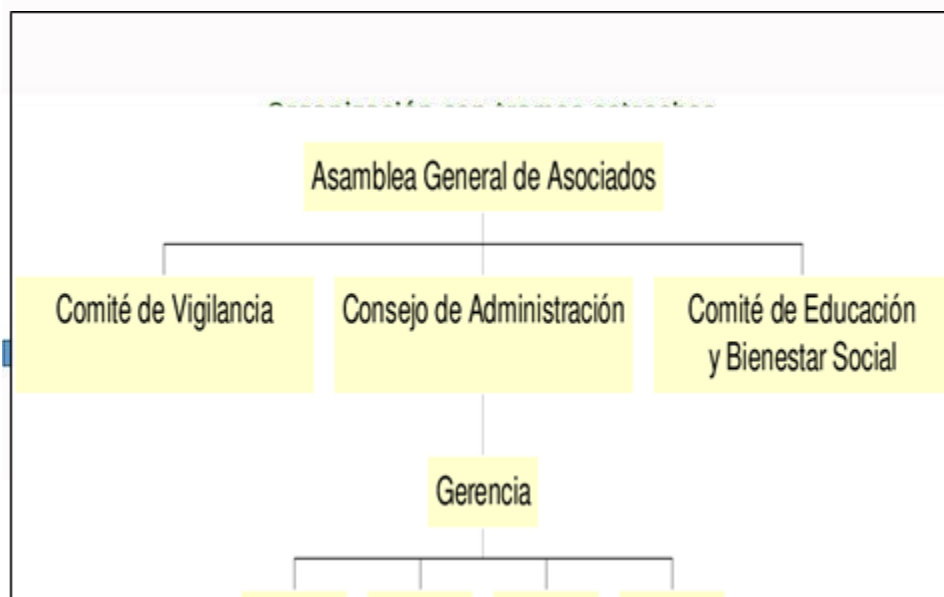


Ilustración 64 Ejemplo de Organigrama de economía mixta

A continuación, veamos un organigrama que es para una organización de economía mixta.

La reactivación del Teleférico San Jacinto involucra la diversificación y operación del producto turístico del mismo, por lo tanto el crear nuevos servicios turísticos requiere del establecimiento de la estructura organizativa que conlleve al cumplimiento de objetivos y metas propuestas; por lo tanto se propone una estructura de manera vertical como el más adecuado, donde un subordinado será directamente dirigido únicamente de un superior, de esta manera se cumple el principio básico de este tipo de diseño organizacional, el cual es evitar conflictos entre cargos, malentendidos y mal uso de recursos.

Es necesario tomar en consideración que el organigrama está desarrollado para el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas, por lo que la actualización del mismo debe ser de forma periódica, basándose en las necesidades de enfrentarse a los desafíos de los años posteriores.

Organigrama Propuesto para el Teleférico San Jacinto

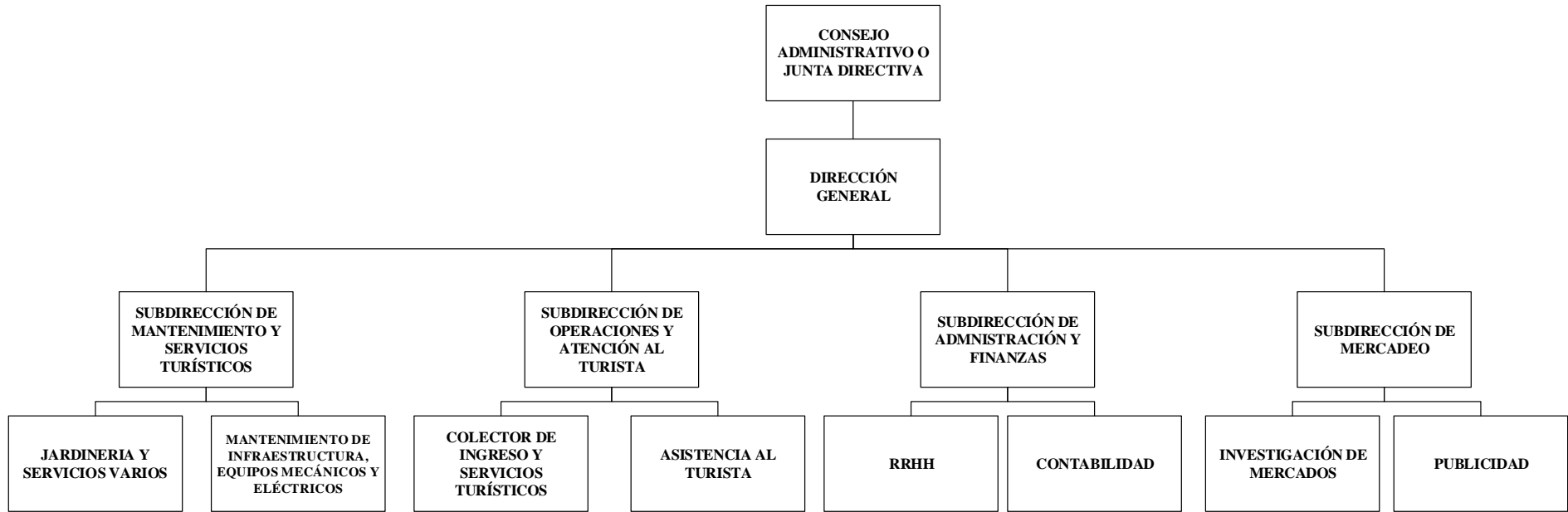


Ilustración 65 Organigrama propuesto para el Teleférico San Jacinto

La longitud del tramo de control bajo el cual se ha elaborado el organigrama del parque es de carácter corto y como se mencionaba anteriormente entre las ventajas está la existencia de una comunicación más rápida y estrecha supervisión y control, a pesar de tal situación el costo de esta estructura tiende a incrementar, pero los valores son menores al hecho de la pérdida de control de los subordinados, razón por la cual se decide utilizar un tramo de control corto.

4. Manual de organización y funciones

La elaboración del manual de organización y funciones responde a una urgente necesidad del Teleférico San Jacinto, para organizar de manera eficaz los trabajos de cada uno de los puestos laborales. Por lo tanto, es importante conocer con toda precisión las funciones que demanda el puesto de trabajo. Para que el Teleférico San Jacinto tenga métodos reforzados para los propósitos que se hayan trazado. Es necesario que cuente con el apoyo de una guía formal, al cual hoy en día se le denomina manual de organización y funciones. El manual de organización y funciones representa a un documento muy bien redactado, planificado y analizado, sobre las necesidades, responsabilidades y estructuras que el parque presenta.

Objetivos del manual

1. Presentar una visión de conjunto de la organización del Teleférico San Jacinto.
2. Precisar las funciones asignadas a cada unidad, para definir responsabilidades y evitar duplicaciones y detectar omisiones.
3. Ayudar en la correcta realización de las labores encomendadas al personal y propiciar la uniformidad del trabajo.
4. Ahorrar tiempo y esfuerzo en la realización del trabajo, evitando la repetición de instrucciones y directrices.
5. Facilitar el reclutamiento, selección e interrelación del personal.
6. Determinar la responsabilidad de cada área del Teleférico San Jacinto.
7. Establecer claramente el grado de autoridad y responsabilidad de los distintos niveles jerárquicos que lo componen.

Además, el manual de organización y funciones desarrollado para el Teleférico San Jacinto (Ver Apéndice 1), muestra el perfil que debe cumplir la persona que este desempeñando las actividades en dicho puesto de trabajo.

5. Requerimientos y especificaciones de los recursos

Antes de presentar los requerimientos, se define la propuesta de personal para el Teleférico San Jacinto.

Puesto	Número de Empleados
Director General	1
Subdirector de mantenimiento y Servicios Turísticos	1
Subdirector de operaciones y Atención al Turista	1

Subdirector de Administración y Finanzas	1
Subdirector de Mercadeo	1
Jardinero y de limpieza	6
Mecánicos	2
Electricistas	2
Colector de ingresos	2
Atención al Turista	4
Encargado de Recursos Humanos	1
Encargado de Contabilidad	1
Encargado de Informática y Tecnología	1
Encargado de Soporte Técnico	1
Analista de Mercado	1
Encargado de Publicidad	1
Secretaria	1
	28

F. COMPONENTE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD OCUPACIONAL

1. Objetivo del componente gestión de la seguridad ocupacional

Diseñar un compendio de procedimientos, normas y requerimientos a seguir para una óptima gestión, de lo referente al proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto en términos de seguridad ocupacional, alcanzando así un adecuado factor de seguridad en las prestaciones a ofrecer en el teleférico.

2. Elaboración de mapa de riesgo

Se debe crear un comité de riesgo y diseñar un mapa de riesgos permite tener información amplia y discriminada para entender mejor las amenazas tanto de la empresa como de sus procesos y proyectos. Lo que ayuda a planear estrategias para prevenir y mitigar los impactos y daños. Identificar esos posibles eventos que pueden afectar a la organización es un compromiso de la alta dirección, de tal manera que debe nombrar un comité que se comprometa con la construcción del mapa.

Para ello se debe crear un manual de funciones y puestos administrativos que ayude a la elección idóneo del personal que realice la elaboración del mapa de riesgo y verifique su aplicación y actualización en acorde a las necesidades existentes del proyecto.

El presente manual de funciones aplica para la parte baja, administrada por la alcaldía municipal de Soyapango, la parte alta tendrá como propuesta homologa la diseñada por la parte publica teniendo libertad de acción en cuanto a la elección del personal y el diseño que se considere pertinente para lo cual puede usar como modelo base el presentado por la alcaldía municipal.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Título de puesto:	Jefe de comisión de riesgo
Jefe inmediato:	Presidente de comisiones
Nombre de la unidad:	Comisiones municipales
Código de la unidad:	0101
Código del cargo:	01010001
Número de cargos:	1
Nivel:	Soporte administrativo

Objetivo:

- Asistir en forma oportuna las funciones y actividades que realizan las diferentes Comisiones formadas por el Concejo Municipal.

Función general:

Apoyar y gestionar en forma oportuna en la detección y prevención de riesgos.

Funciones específicas:

- Brindar apoyo en reuniones de las diferentes Comisiones, levantando memorias en ausencia de Secretarios de las mismas.
- Contribuir en el resguardo y control de documentación inherente a la producción de acciones emanadas por las Comisiones.
- Elaborar y girar memorandos y demás notas sobre instrucciones emanadas y requeridas por las Comisiones.
- Identificar los diferentes riesgos existentes o detección temprana de vulnerabilidades.
- Elaborar y actualizar un mapa de riesgo.
- Recibir y distribuir documentación interna y externa recibida para las diferentes comisiones en ausencia de la Secretaria nombrada para tal efecto.
- Atender y gestionar acciones propias de las Comisiones.
- Otras funciones encomendadas por los Presidentes de las diferentes Comisiones.

Control ejercido por:

- Presidentes de las diferentes Comisiones.

Requisitos del puesto:

- Educación: Técnico o diplomado en gestión de riesgos o grado superior

Experiencia:

- 1 año como mínimo desempeñando puestos administrativos y/o Secretariales.
- Manejo de fax, fotocopiadora, Word y Excel, contómetro y otros.

- Redacción y ortografía.
- Control y resguardo de archivos.
- Habilidad para redactar informes técnicos.

Otros:

- Género: Femenino o masculino
- Edad: 20 años mínimo.

Definir un riesgo

Como siguiente paso se debe definir ahora que es un riesgo, Para recoger la información de forma acertada, los integrantes del comité deben definir qué es un riesgo, y hacer el análisis cuantitativo y cualitativo para unificar los criterios.

Identificar los riesgos

Cada área de la empresa debe analizar los procesos y procedimientos para identificar los posibles riesgos inherentes a sus actividades diarias, los que se interponen en su día a día o en el desarrollo de sus estrategias para lograr sus objetivos. Una vez se identifiquen, se deberá realizar el inventario de los mismos y describir cada uno de ellos para conocer sus posibles consecuencias, esto promueve el trabajo en equipo de la organización, hay mayor nivel de responsabilidad y colaboración, así como conciencia.

Valoración de riesgos

Una empresa debe clasificar cada riesgo con base a la información que obtuvo en la etapa de identificación y descripción para valorarlos y establecer el nivel de riesgo y las acciones que se van a implementar. Para este punto se debe analizar con indicadores (alto, medio o bajo) el grado de probabilidad, el impacto y ocurrencia de cada riesgo.

Asimismo, definir si el riesgo es sistemático, o no. El primero se refiere a la probabilidad de que el sector de la empresa tenga una crisis como una recesión económica, entonces todas las empresas del sector, por ejemplo, floricultor o caficultor, están expuestas, mientras el no sistemático es cuando una compañía específica falla. Hay que considerar todos los riesgos para tener un plan.

Matriz de priorización

Cuando el comité de riesgos clasifique las amenazas, basados en la probabilidad, ocurrencia e impacto que podría traer cada una, si se llegase a presentar, deberá elaborar una matriz de priorización para establecer cuáles requieren un tratamiento inmediato.

Aquí se analiza cada riesgo y se clasifica como alto (es muy factible que se presente), medio (factible) o bajo (muy poco factible) y se identifica el mapa con un color distinto alto (rojo), medio (amarillo) bajo (verde).

También se analiza si cada impacto puede ser interno o externo y si alto, medio o bajo para priorizarlos en ese orden. Este mapa sirve para empezar a trabajar en los riesgos más urgentes y plantear estrategias para mitigarlos o evitarlos.

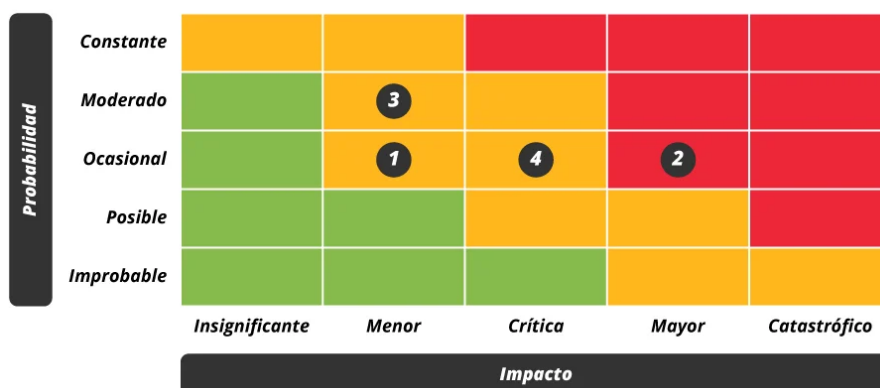


Ilustración 66 Ejemplo de matriz de priorización

Una vez definidos los criterios a utilizar y ya habiendo dejado un esquema a seguir para la creación de manuales de puesto y funciones administrativas se procede a la creación identificación de los riesgos competentes al proyecto y a su respectiva creación de la matriz de priorización pertinente.

Elaboración matriz de priorización

Se entenderá por *riesgo* a la probabilidad de que una amenaza se convierta en un desastre. La vulnerabilidad o las amenazas, por separado, no representan un peligro. Pero si se juntan, se convierten en un riesgo, o sea, en la probabilidad de que ocurra un desastre.

Listado de riesgos potenciales a evaluar:

Riesgos Económicos	➤ Contaminación.	➤ Riesgos Laborales
➤ Política de precios de Algunos productos.	➤ Cultura medioambiental insuficiente.	➤ Fluctuación de fuerza laboral.
➤ Inestabilidad financiera de la parte privada.	➤ Catástrofes naturales.	➤ Condiciones de trabajo deficientes.
➤ Riesgo de Control Interno.	➤ Incendios.	➤ Caída de personas a distinto nivel.
➤ Riesgo de Insolvencia y pérdida de credibilidad crediticia.	➤ Desgaste de infraestructura y equipos.	➤ Caída de personas al mismo nivel.

➤ Insuficiente Calidad de los servicios.	➤ Incumplimiento de leyes medioambientales.	➤ Riesgo eléctrico.
➤ Temporada baja del turismo.	➤ Infraestructuras inadecuadas.	➤ Sobre esfuerzo.
➤ Escasez de recursos financieros en cuentas bancarias.	➤ Ordenamiento ambiental.	➤ Ruido
➤ Insuficiente gestión de venta en las instalaciones turísticas.	Riesgos socio-culturales	➤ Vibraciones.
➤ Crisis económica nacional.	➤ Manifestaciones negativas.	➤ Tensión visual
➤ Crisis económica internacional.	➤ Ofertas culturales deficientes.	➤ Fatiga física
Riesgos medioambientales	➤ Desaprobación de las comunidades aledañas.	➤ Fatiga mental
➤ Falta de agua.	Riesgos políticos	Riesgos Humanos
➤ Deficiencias en el tratamiento de residuales líquidos y sólidos.	➤ Cambio de administración a una negligente con el proyecto.	➤ Accidentes

Propuesta de criterios de evaluación de riesgos (propuestos) identificados para el comité de riesgos

NOTA METODOLÓGICA

La matriz de priorización se ha realizado con una finalidad orientativa, puesto que cada destino presenta características propias que responden a su tipología, tamaño, presupuesto, capacidad de gestión, etc., además de a las prioridades preestablecidas por los responsables de la política turística del mismo. El destino turístico del proyecto del teleférico San Jacinto se basaría en la aplicación de dos criterios no excluyentes:

1. Criterio ranking multivariable
2. Criterio optimización de recursos

1. CRITERIO RANKING MULTIVARIABLE

Para realizar el ranking multivariable se despliegan cinco variables que responden al coste económico, plazo de ejecución, complejidad organizativa, impacto sobre el turista e impacto sobre el territorio. Cada variable adquiere una escala valorativa específica, como se verá.

Variables

- Coste económico. Responde al coste presupuestario que supone al ente gestor la ejecución de las acciones recomendadas.
- Plazo de ejecución. Referido al tiempo estimado que conlleva la ejecución de dichas acciones.
- Organización. Hace referencia al grado de complejidad organizativa que requiere desarrollar, implantar y ejecutar dichas acciones, en términos de implicación y movilización de agentes, entidades y organizaciones.
- Impacto sobre el turista. Se refiere al nivel de impacto que las acciones tienen sobre la experiencia del turista.
- Impacto sobre el territorio. Se refiere al grado de impacto que las acciones tienen sobre el territorio y los recursos del destino, excluyendo en la escala valorativa la construcción de infraestructuras turísticas.

2. CRITERIO OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

El ranking multivariable ofrece grupos de recomendaciones con resultados muy similares y poco esclarecedores. Para ello, se considera necesario establecer un criterio de priorización para las recomendaciones que empaten en puntuación.

En términos generales usando la escala multivariable se suele observar que, en el 51% de los casos, cuando la variable coste económico adopta el valor máximo “3”, la variable impacto sobre el turista adopta el valor máximo “1”. Por lo que, en términos relativos en más de la mitad de los supuestos, un mayor coste económico de la acción a ejecutar implica un mayor impacto sobre el turista. Lo cual resulta lógico puesto que las grandes inversiones tienden a mejorar aspectos relevantes de los destinos turísticos que sin duda tiene su efecto en la experiencia del turista.

3. Señalización de la planta turística

Durante las últimas décadas, la actividad turística nacional ha demostrado ser capaz de generar empleo y riqueza, ofreciendo bienestar y prosperidad, a los habitantes alrededor de todo el país; a pesar de lo cual, muchos lugares producen poca riqueza, con escasa prosperidad y un elevado costo social y ambiental en este proceso.

Esto debido a la carencia de un sistema de gestión turística y ambiental que garantice la sostenibilidad del entorno. Para que un destino logre un desarrollo turístico sostenible, debe orientarse a cuidar al medio ambiente, preservar la riqueza histórico-cultural y proteger las comunidades. El proyecto del teleférico posee un enorme potencial de desarrollo eco-

turístico único en el país, por lo que garantizar el cuidado y la gestión sostenible del producto turístico, debe ser concebida desde la perspectiva de lograr por medios óptimos el desarrollo sostenible en el tiempo, paralelamente unificar esfuerzos en crear la concientización medioambiental en todos los entes involucrados en la gestión turística del teleférico.

Tipos de señalización turística para el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto.

El modelo de gestión turística contempla dos tipos de señales que se utilizaran en el proyecto, esta clasificación está basada en el uso interpretativo que se debe brindar a las señales y en aspectos técnicos relevantes, que generan confort a los turistas y visitantes. La clasificación es la siguiente:

Señalización Dinámica: o señalización para turistas en vehículo, esta principalmente se ubicará de forma externa al proyecto del teleférico, en las principales vías de acceso al teleférico y durante el recorrido de vía que lleva a las instalaciones del mismo.



Ilustración 67 Señal Dinámica Desvío al Teleférico

Diseño de Señalización Estática.

Carretera. Descripción técnica

Diseño y dimensiones

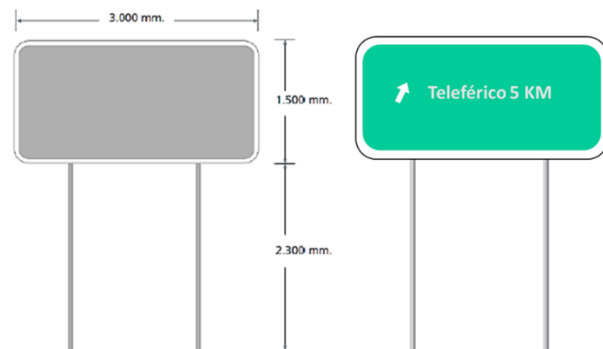


Ilustración 68 Señales para Carretera

Tablero:

Rectangular sin soldaduras de esquinas redondeadas con radio interior de curvatura del margen perimetral de 20 mm fabricación en lámina de acero de calibre 16 con acabado galvanizado por inmersión electrolítica. Fondo con material adhesivo reflectante grado ingeniería en color verde. La calidad del material adhesivo deberá ser 3M o su equivalente. La parte frontal de la señal no debe presentar ningún tipo de tornillos, remaches o unión que pudiera afectar a la adherencia del material reflectante, así como la legibilidad de la misma. Además, deberá ser estructurada por la parte posterior con elementos y tornillería especial fijados en frío, de tal manera que no existan ondulaciones ni deformaciones en la parte frontal de la señal.

Medidas:

3.000 x 1.500 mm, no obstante, las medidas no serán fijas, sino que estarán condicionadas por el texto o mensaje que se quiera transmitir, conforme a las especificaciones técnicas normadas en el apartado 2.1.13 “Dimensiones” del Capítulo 2 “Señales Verticales” del Manual Centroamericano de Dispositivos Uniformes para el control del Tránsito. Cuando se alargue el tamaño de las señales, las dimensiones de la altura de los tableros deberán aumentarse en incrementos de 15 centímetros.

Líneas, dibujos y símbolos:

Material adhesivo reflectante. La calidad del material adhesivo deberá ser 3M o su equivalente.

Postes:

Perfil tubular de acero galvanizado de 50 mm de diámetro en calibre 14. Longitud adecuada para la altura reglamentaria de instalación. Tapón en PVC color gris para remate superior.

Tornillos:

Acero galvanizado con sistema antirrobo.

Anclajes:

Postes ahogados en concreto hidráulico $f_c = 150 \text{ kg/cm}^2$ en dimensiones mínimas de 30x30x50 cm.

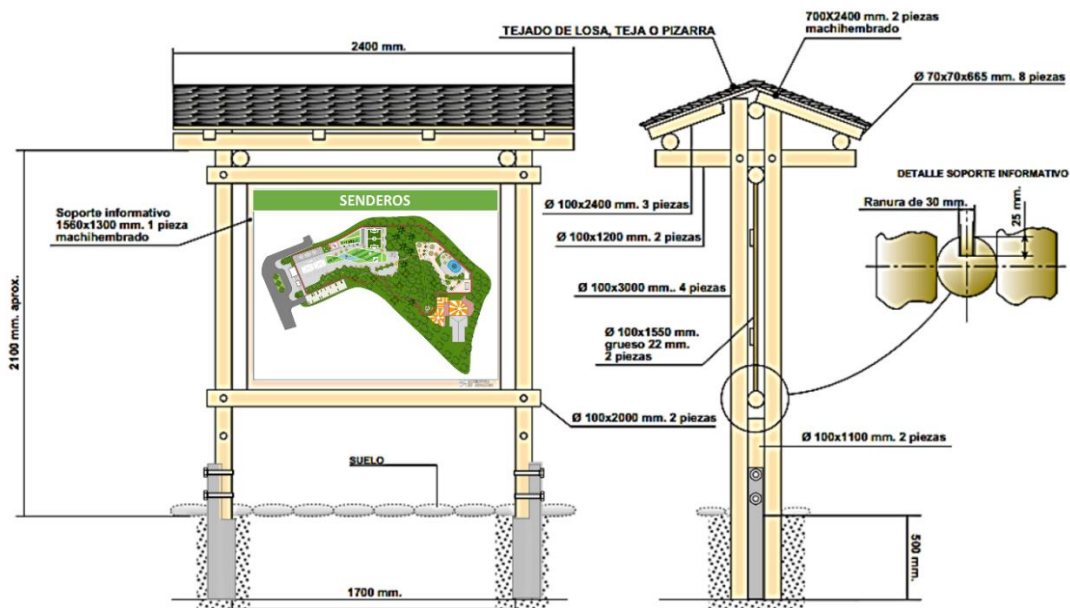
Diseño de Señales Dinámicas.*Señalización Informativa. Descripción Técnica.**Diseño y dimensiones*

Ilustración 69 Señal Informativa de entrada al Teleférico

Cubierta:

Podrá ser de teja, losa, pizarra o similar. La elección vendrá determinada por el entorno (en una zona en la que las construcciones tienen la cubierta de teja árabe, no se debería colocar pizarra, por ejemplo).

Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, por su resistencia a las inclemencias meteorológica.

Superficie Informativa:

Puede ser de policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie: 1560 mm x 1300 mm máximo, y 900 mm x 750 mm mínimo.

Señales Interpretativas – Mesa interpretativa.

Descripción Técnica.

Diseño y dimensiones

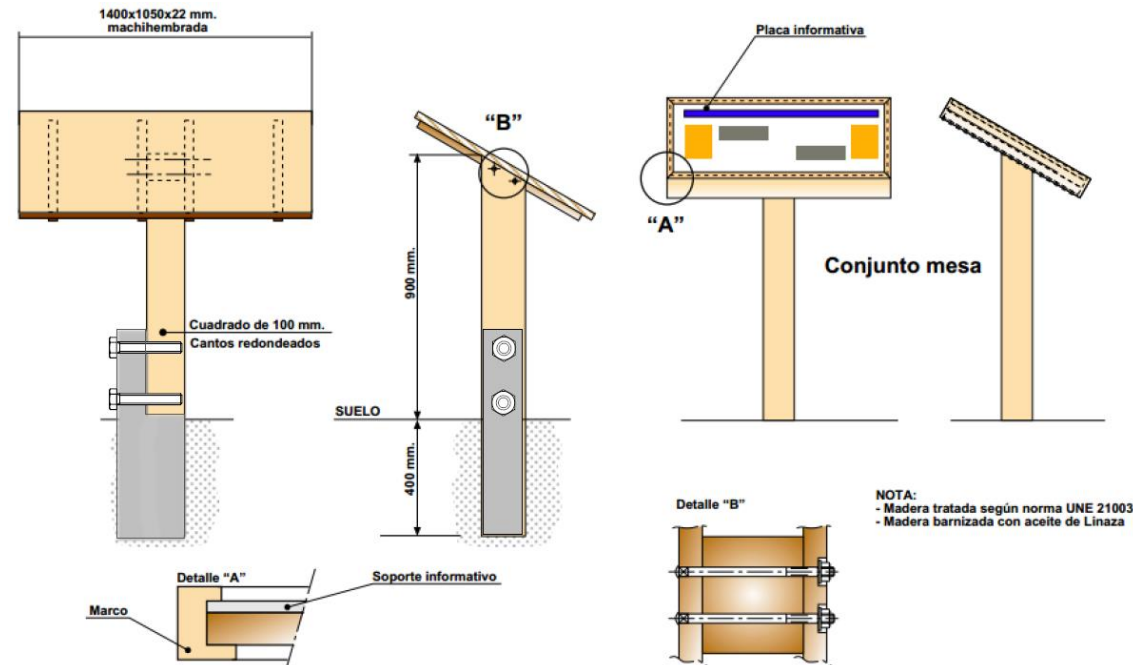


Ilustración 70 Mesa Interpretativa

Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

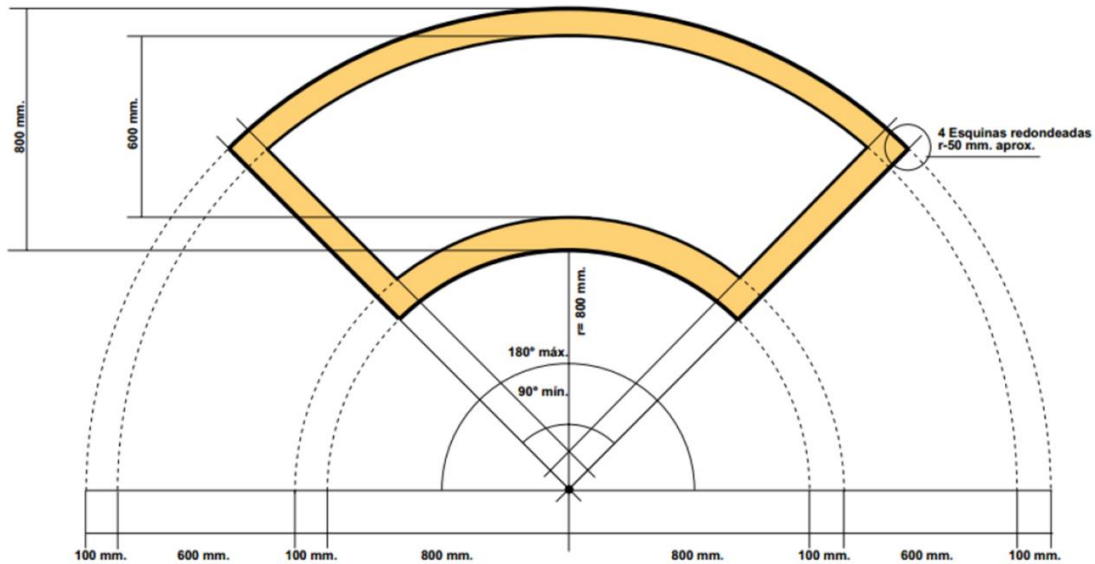
Superficie Informativa:

Puede ser en policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie: 1400 mm x 1050 mm máximo y 675 mm x 500 mm mínimo. La superficie informativa deberá embutirse en la madera, quedando alrededor un cerco de soporte de entre 30 mm y 50 mm de espesor.

Señales Interpretativas – Mesa Panorámica.

Descripción Técnica.

Diseño y dimensiones



Vista lateral

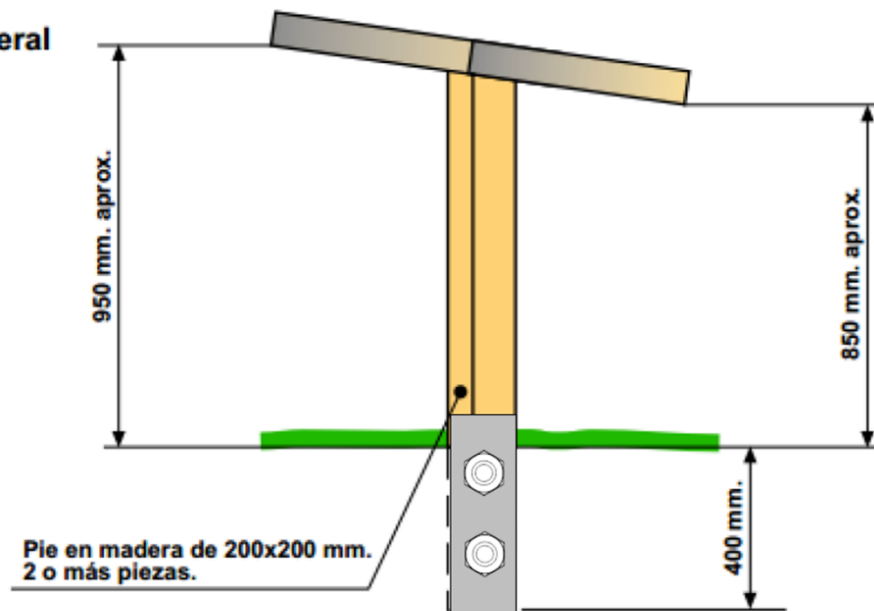


Ilustración 71 Mesa Panorámica

Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas. Se colocará en miradores y su estructura será semicircular de 90° mín. y 180° máx.

Superficie Informativa:

Puede ser en policarbonato o de hierro, si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá de ser de madera, como el resto de la estructura. La superficie informativa será más pequeña para que pueda ser embutida en la madera, quedando así un cerco de madera de

sopORTE alrededor. En ella se reproducirá el paisaje añadiendo los nombres de montañas, poblaciones, etc.

Señales Interpretativas – Pie Interpretativo.

Descripción Técnica.

Diseño y dimensiones

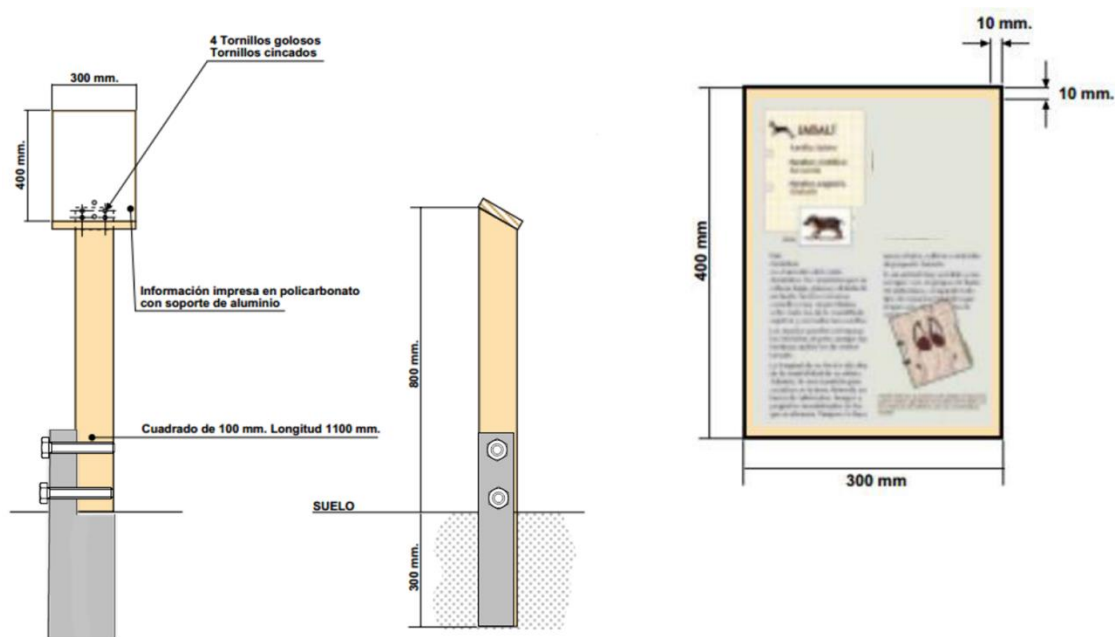


Ilustración 72 Pie Interpretativo

Estructura:

Totalmente de madera tratada con sales, para su resistencia a las inclemencias meteorológicas.

Superficie Informativa:

Puede ser en policarbonato o de hierro si se pinta al horno, pero en ambos casos su parte trasera deberá de ser de madera, como el resto de la estructura. Las dimensiones de la superficie serán de 400 mm x 300 mm máximo y 320 mm x 240 mm mínimo. La superficie informativa deberá embutirse en la madera, quedando un cerco de soporte alrededor de entre 10 mm y 20 mm de espesor. Se utilizará para comentar especies de flora (se coloca junto a un ejemplar) y fauna (se colocará mirando el hábitat del animal). En este tipo de señal se describirán la naturaleza y costumbres de la especie destacada. Ello de ser necesario por especies registradas en la zona del proyecto.

Símbolos y Pictogramas.

Los símbolos y pictogramas son representaciones gráficas, generalmente estandarizadas que regulan las actividades humanas y ayudan a la identificación de lugares o servicios turísticos, facilitando la interpretación de la información. Han de ser lo más sintéticos y expresivos posible con el fin de ser comprendidos por públicos de diferentes culturas e idiomas.

El diseño gráfico de los símbolos es el definido en el Anexo C del Manual Centroamericano de Dispositivos Uniformes para el Control del Tránsito completado con la simbología recogida en el catálogo "Tourism signs & Symbols" de la Organización Mundial del Turismo.

Pictogramas de atractivos naturales

Representan la riqueza y biodiversidad de un área, algunos de ellos eran de utilidad para el proyecto del teleférico. Se reconoce como atractivo natural los tipos de montañas, planicies, ambientes lacustres, ríos, bosques, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, sistemas de áreas protegidas, entre otros. En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante.



Ilustración 73 Pictogramas Atractivos Naturales

Pictogramas de actividades turísticas.

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/demanda de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del turista y visitante.



Ilustración 74 Pictogramas de actividades turísticas

Pictogramas de Servicios de Apoyo.

Son aquellas que indican a los visitantes y turistas la ubicación de servicios de apoyo, tales como información turística, servicios sanitarios, restaurantes y primeros auxilios entre otros. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm.



Ilustración 75 Pictogramas de servicios de apoyo

Pictogramas de Restricción.

Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm



Ilustración 76 Pictogramas de restricción

Propuesta de señalización turística para el acceso en la parte baja del teleférico.

A continuación, se presenta una propuesta de señalización turística, basada en las premisas técnicas y en los pictogramas normalizados descritos en el apartado anterior, por lo que su validez representa un criterio técnico unificado por la OMS y por la secretaría de integración turística del SICA, el cual ha sido aplicado para el diseño de la normalización turística propuesta para el modelo de gestión. Como se ha mencionado con anterioridad, la señalización turística representa un paso fundamental en la mejora de los servicios turísticos, ya que su adecuada y optima utilización garantiza un adecuado flujo de turistas y visitantes, facilitando el movimiento interno de personas en el Teleférico y con ello, generando una mejor experiencia, con el propósito de validar la misión del modelo, creando la mejor experiencia posible en todos los aspectos a los futuros usuarios del proyecto del teleférico.

Como tal el diseño propuesto, responde a las necesidades determinadas durante la etapa de diseño de la solución del mismo, por lo que las mejoras o cambios posteriores, siempre que se apeguen a lo descrito para el modelo, tendrán validez y formarán parte integral del mismo, ya que por cuestiones técnicas o de espacio la señalética propuesta puede ser determinada en diferentes sectores, a excepción de los materiales propuestos, ya que estos están determinados bajo norma y responden al tipo de clima y suelo existente el terreno concerniente al Teleférico.

Se presentan tres esquemas propuestos diferentes para la señalización de atractivos y actividades turísticas, como de los letreros informativos, descritos a detalle en el apartado de las señales dinámicas propuestas para el modelo.

Se diseñó la señalización para la parte baja del teleférico al ser el acceso principal hacia la parte superior mediante un teleférico.



Ilustración 77 Propuesta de señalización para Actividades turísticas

4. Documentación para el control de la seguridad de los turistas

A continuación, se presenta el tipo de normas de seguridad, escritos y formatos requeridos para establecer el control de seguridad de los usuarios de las diferentes prestaciones a ofrecer por parte del proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto.

Apoyo en fundación turismo para todos, aporte fundamental para la estructuración de una adecuada documentación de control para la seguridad de los turistas.

Las responsabilidades se comparten y están descentralizadas. El primer paso que debe darse para establecer esta red es la designación y publicación en Internet de los puntos de contacto nacionales (ANT/ONT) y los servicios de seguridad básica correspondiente a los destinos turísticos nacional y de pequeño tamaño.

A esto seguirá la identificación de puntos de contacto a escala internacional y del sector turístico, de expertos y de servicios auxiliares. Así será más fácil profundizar, a continuación, para encontrar información más precisa sobre seguridad, responsabilidad de los diversos puntos de contacto, y crear servicios especiales personalizados. Uno de los diversos resultados será la identificación de criterios objetivos que permitan a los usuarios de la red evaluar los destinos turísticos en función del grado de seguridad de cada uno de ellos; asimismo, se conseguirá animar a los gestores de los destinos turísticos a alcanzar buenos estándares de seguridad.

5. Plan de seguridad y contingencia en el teleférico

a. Seguridad

Dada la zona de ubicación donde se encuentra localizado el terreno para el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto, se debe trabajar la imagen de seguridad del municipio Soyapango, trabajo en conjunto con fuerzas municipales y nacionales, ello incluye una contundente mejora en las vías de acceso al área del proyecto como una obra civil, adecuadamente señalizada, iluminada y vigilada. Monitoreo de circuito de cámaras de seguridad en el perímetro del terreno en funcionamiento modelo 24/7 para una óptima cobertura. De igual forma se contará con seguridad brindada por agentes de seguridad de seguridad del CAM proporcionados por la alcaldía municipal de Soyapango en colaboración cuerpos de la policía de turismo POLITUR de El Salvador y se contará con seguridad privada en el interior de la infraestructura. Todo ello en conjunto para dar atención al usuario del teleférico.

El personal contará con un plan de capacitaciones en búsqueda de la mejora continua en su adiestramiento en materia de defensa, atención básica al usuario, primeros auxilios, entre otros.

En materia de atención a la bio-seguridad el personal cuenta con el equipo adecuado para tratar con los usuarios y se encuentran en capacitación constante en materia de bio-seguridad.



Ilustración 78 Cuerpos de seguridad al interior del teleférico

b. Parqueo



Ilustración 79 Diseño de parqueo para el proyecto del teleférico San Jacinto



Ilustración 80 Vista superior de sección del plano del parqueo del teleférico San Jacinto

c. Elementos de Primeros Auxilios

Los **primeros auxilios** consisten en la atención inmediata que se le da a una persona enferma, lesionada o accidentada en el lugar de los acontecimientos, antes de ser trasladada a un centro asistencial u hospitalario.

Son medidas terapéuticas urgentes que se aplican a las víctimas de accidentes o enfermedades repentinas. El propósito de los primeros auxilios es aliviar el dolor, la ansiedad del herido o paciente y evitar el agravamiento de su estado.

d. Seguridad Alimentaria

Aplicación BPM

Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos

Las Buenas Prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humanos, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación.

- Son útiles para el diseño y funcionamiento del establecimiento, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.
- Contribuyen al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, saludables e inoocuos para el consumo humano.
- Son indispensable para la aplicación del Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), de un programa de Gestión de Calidad Total, o de un Sistema de Calidad como ISO 9000.
- Se asocian con el Control a través de inspecciones del establecimiento.

Técnicas de las Buenas Prácticas de Manufactura

1. Materias Primas

La calidad de las Materias Primas no debe comprometer el desarrollo de las Buenas Prácticas. Si se sospecha que las materias primas son inadecuadas para el consumo, deben aislarse y rotularse claramente, para luego eliminarlas. Hay que tener en cuenta que las medidas para evitar contaminaciones químicas, física y/o microbiología son específicas para cada establecimiento elaborador.

Las Materias Primas deben ser almacenadas en condiciones apropiadas que aseguren la protección contra contaminantes. El depósito debe estar alejado de los productos terminados, para impedir la contaminación cruzada. Además, deben tenerse en cuentas las condiciones óptimas de almacenamiento como temperatura, humedad, ventilación e iluminación.

El transporte debe prepararse especialmente teniendo en cuenta los mismos principios higiénicos-sanitarios que se consideran para los establecimientos.

2. Establecimientos

Dentro de esta incumbencia hay que tener en cuenta dos ejes:

a. Estructura

b. Higiene

e. Ingreso al Teleférico



Ilustración 81 Entrada principal al teleférico

El ingreso al teleférico se realiza mediante identificación con carnet escolar o DUI para identificar que es estudiante activo del sistema público, o con el documento único de identidad para demostrar ser persona de la tercera edad y así obtener un ingreso gratuito. La segunda modalidad de acceso consta de la compra de tiquete de acceso que puede ser adquirido ya sea en la taquilla de la entrada o validación a una compra previa realizada en un sistema en línea.

Se contará con personal capacitado para a correcta gestión de la revisión de bioseguridad, al tomar medidas de precaución y un ingreso controlado para controlar el distanciamiento social. El personal contara con el equipo necesario. De igual forma no se permitirá el acceso

a personal que no porte mascarilla de uso personal, que presente una temperatura que denote calentura y finalmente se podrá anular el acceso a las personas que no acaten las medidas de seguridad establecidas y denoten un comportamiento adecuado para con los demás usuarios y el personal administrativo.



Ilustración 82 Equipo de seguridad personal para el personal y para los usuarios en acceso al teleférico

f. Servicios Sanitarios

De la mano con el compromiso con el medio ambiente se tiene el plan de proyectos de ahorros energéticos, proyectos de reciclaje, ahorro de agua, utilización de químicos amigables con el medio ambiente de tipo biodegradable, disminución en la generación de desechos. Se contará con equipo especializado para el tratamiento de aguas residuales.

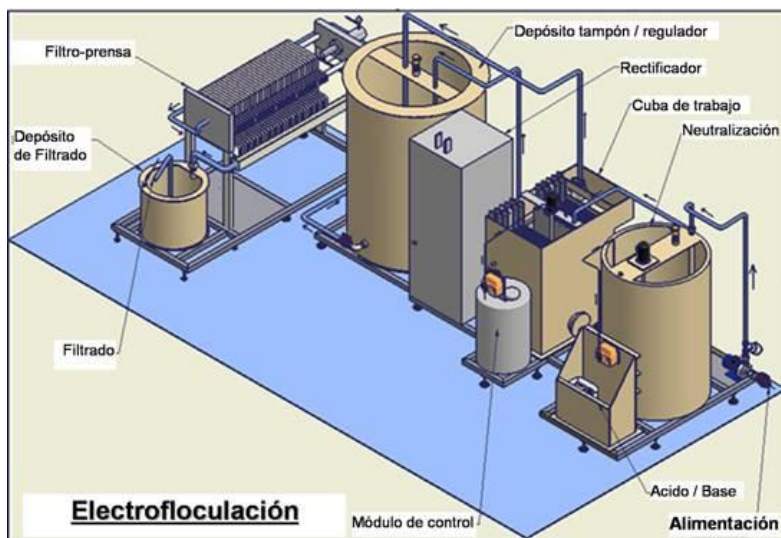




Ilustración 83 Esquema de planta industrial de tratamiento de aguas residuales

En materia de seguridad producto de la pandemia covid-19, se adoptarán las medidas sanitarias pertinentes al contar con limpieza constante del uso de áreas comunes. Con equipo adecuado y el área de servicio sanitarios contara con equipo diseñado para evitar el contacto son superficies que puedan ser focos de posible contaminación, algunos de los equipos a usar son: dispensador de jabón y del gel automático por sensor, secador de manos por sensor, grifo automático, entre otros.



Ilustración 84 Equipo a utilizar en el área de servicios sanitarios

Descripción	Representación grafica
Rollo de papel descartable para limpiar máquinas y uso personal del usuario. 1200 rolos al año.	
Desinfectante para uso de los usuarios, 800 lts al año	



<p>Acceso a bebedero, 100 lts al mes, 10,200 lts al año de agua potable</p>	
<p>Mantenimiento de las maquinas requiere solución de amoniaco, 250 lts al año.</p>	

Tabla 78 Requerimientos del área general de servicio sanitarios


g. Personal de Apoyo

Para el cumplimiento de las distintas prestaciones de servicios que ofrecerá el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto, se requiere un mínimo de soporte; para lo cual se requieren soportes especiales de mantenimiento, técnicos en mantenimiento para las áreas de ofimática de los distintos equipos informáticos con los que contara el teleférico, tales como:

- Técnicos informáticos
- Técnicos en mantenimiento eléctrico
- Técnicos hidráulicos
- Soporte para el mantenimiento de los equipos automotores
- Soporte de conexiones NAS
- Asesores jurídicos

h. Requerimientos y Especificaciones de los Recursos

Para ser operativo se requieren de los siguientes suministros:

Descripción	Representación grafica
<p>Rollo de papel descartable para limpiar máquinas y uso personal del usuario. 120 rolos al año.</p>	




<p>Desinfectante para uso de los usuarios, 200 lts al año</p>	
<p>Acceso a bebedero, 100 lts al mes, 1,200 lts al año de agua potable</p>	
<p>Mantenimiento de las maquinas requiere solución de amoniaco, 30 lts al año.</p>	

Tabla 79 Área de aseo del personal

Mobiliario y equipo	Cantidad	Proveedor
Mostrador	1	Almacén o comercial

G. EVALUACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL TELEFÉRICO

- INDICADORES DEL COMPONENTE INGENIERÍA DEL PROYECTO

Porcentaje de servicios disponibles en la semana

$$\% \text{ de servicios disponibles semanalmente} = \frac{\text{Servicios Disponibles}}{\text{Total de servicios}} * 100$$

Porcentaje de Días disponibles de los servicios prestados

$$\% \text{ de días disponibles semanalmente} = \frac{\text{Días Disponibles}}{7 \text{ días}} * 100$$

- INDICADORES DEL COMPONENTE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL TELEFÉRICO

Resolución de quejas en el tiempo establecido

Conocer el grado de eficiencia en la resolución de las quejas de los clientes por parte de la organización.

$$\text{Resolución de quejas en el tiempo establecido} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de quejas planteadas}}{\text{N}^\circ \text{ de quejas resueltas en el tiempo establecido}}$$

Incidencias en pruebas de aceptación con el cliente

Conocer el porcentaje de fallos que se producen en la prueba realizada con el cliente, habiendo pasado anteriormente las pruebas internas.

$$\text{Resolución de quejas en el tiempo establecido} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de fallos en pruebas de aceptación con el cliente}}{\text{N}^\circ \text{ de requisitos probados (con el cliente)}}$$

$$\text{Porcentaje de satisfacción de turistas por los servicios prestados} = \frac{\text{Turistas satisfechos}}{\text{Total de turistas}} * 100$$

$$\text{Incremento en la afluencia de turistas} = \frac{(\text{Turistas del año T} - \text{Turistas del año T} - 1)}{(\text{Turista del año T} - 1)} * 100$$

- INDICADORES DEL COMPONENTE PLAN DE MARKETING PARA EL TELEFÉRICO

Indicadores de fan page en Facebook

Indicador Me gusta

Es posible observarlo en el panel de administración de Facebook donde se puede ver el total de personas a las que les gusta la página, los cambios que ha habido y de donde proceden los likes, la ecuación se presenta a continuación.



Ilustración 85 Indicador Me gusta

Ecuación:

$$\text{Numero Neto de me gusta} = \text{Me gusta nuevos} - \text{Ya no me gusta}$$

Indicador Alcance

Es el número de personas que han visto tu publicación en su página de inicio. Esto se refiere a que la publicación ha llegado a su sección de noticias.

El alcance se divide en orgánico y pagado. Dentro de esta variable se pueden ver los comentarios, me gusta y veces que se ha compartido una publicación.

También se tiene la posibilidad de ver las acciones negativas que se han generado, tales como denunciar spam, ya no me gusta u ocultar la publicación (este dato te puede mostrar si los usuarios están interesados en ver las publicaciones).



Ilustración 86 Indicador Alcance de publicación

Ecuación:

$$\text{Alcance de publicación} = \# \text{ de personas que ven una publicación en su inicio}$$

Indicador Visitas

Permite saber que pestañas o secciones de la fan page han visitado los seguidores. También permite ver de dónde proceden esas visitas, si de la web donde se crea contenido o de las redes sociales.

Es importante tener en cuenta las acciones que se están desarrollando para poder interpretar los datos que ofrece la plataforma, a continuación, se presenta una gráfica del indicador que proporciona la plataforma donde se puede observar que la página de inicio (Azul) es la que genera más visitas.



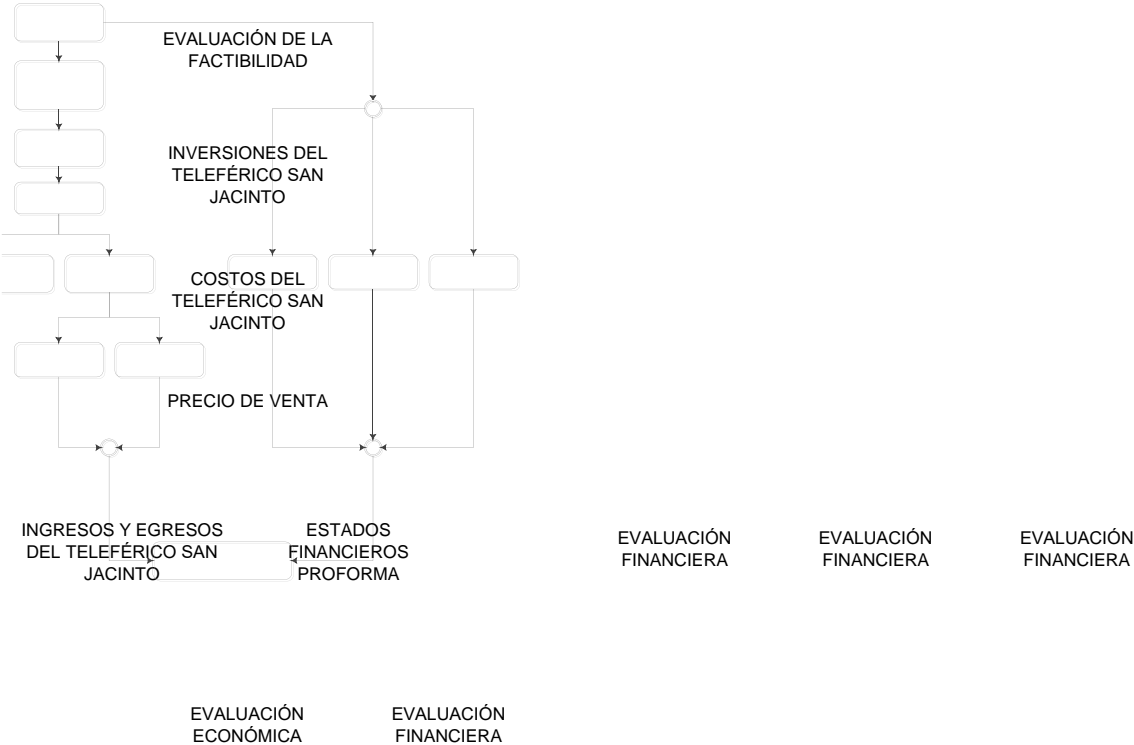
Ilustración 87 Indicador de visitas en Facebook

PARTE III: EVALUACIONES

**CAPITULO VIII.
EVALUACIONES DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO**

A. METODOLOGIA DE LA ETAPA DE EVALUACIONES DEL TELEFERICO SAN JACINTO

Para poder llevar a cabo la propuesta de modelo de parque es necesario asignarle recursos para su ejecución y operación, pero estos recursos deben ser costeados y evaluados y esto se hará a través del detalle de inversiones fijas tangibles e intangibles, capital de trabajo, punto de equilibrio para el cálculo del costo de los diferentes servicios, además de las respectivas evaluaciones económicas y financieras para el proyecto.



ADMINISTRACIÓN DEL
PROYECTO DE REACTIVACIÓN
DEL TELEFÉRICO SAN JACINTO

Ilustración 88 Esquema de inversión para proyecto

B. INVERSIÓN DEL TELEFERICO SAN JACINTO

1. Inversiones Fijas

a. Inversiones Fijas Tangibles

A continuación, se detallan las inversiones fijas intangibles:

- Terrenos
- Obra Civil

Mobiliario y Equipo

A continuación, se detallan los aspectos que se incluyen dentro de la inversión fija tangible:

a.1. Terreno

Este rubro se refiere al costo en la adquisición del terreno. Es importante aclarar que en este proyecto se hace uso de dos propiedades, una en la parte baja que es la Finca La Floresta y en la parte alta del cerro San Jacinto la finca Miramar.

Concepto	Monto
Terreno 1 (Finca la Floresta)	\$ 1,179,000.00
Terreno 2 (Finca Miramar)	\$ 3,275,000.00

Tabla 80 Detalles de la Inversión en Terrenos

a.2. Obra Civil

Este rubro comprende todas las actividades de construcción de la obra civil, desde análisis y preparación del terreno (sí lo requiere) hasta la infraestructura externa e interna de todas sus áreas tanto en la parte baja y alta. A continuación, se presentan el detalle de estos costos:

Consideraciones a tomar en cuanto a costos de construcción:

\$100 M2 por Remodelación

\$130 M2 Nuevo

a.3. Mobiliario y Equipo

Este rubro comprende lo relacionado a la adquisición de la maquinaria, equipo, que son indispensables para la fabricación de productos de bambú, y que previamente fueron considerados en el diseño.

Son todos los mobiliarios y equipos que pertenecen a la compañía; como por ejemplo: Muebles, escritorios, archivos, estantes, mostradores, sillas, mesas, retroproyectors, fotocopiadoras, etc.

b. Inversiones Fijas Intangibles

En la inversión fija intangible se toman en cuenta todos aquellos rubros no materiales en la fase pre operativa del proyecto y que no están sujetos a amortización. Los rubros analizados se mencionan a continuación:

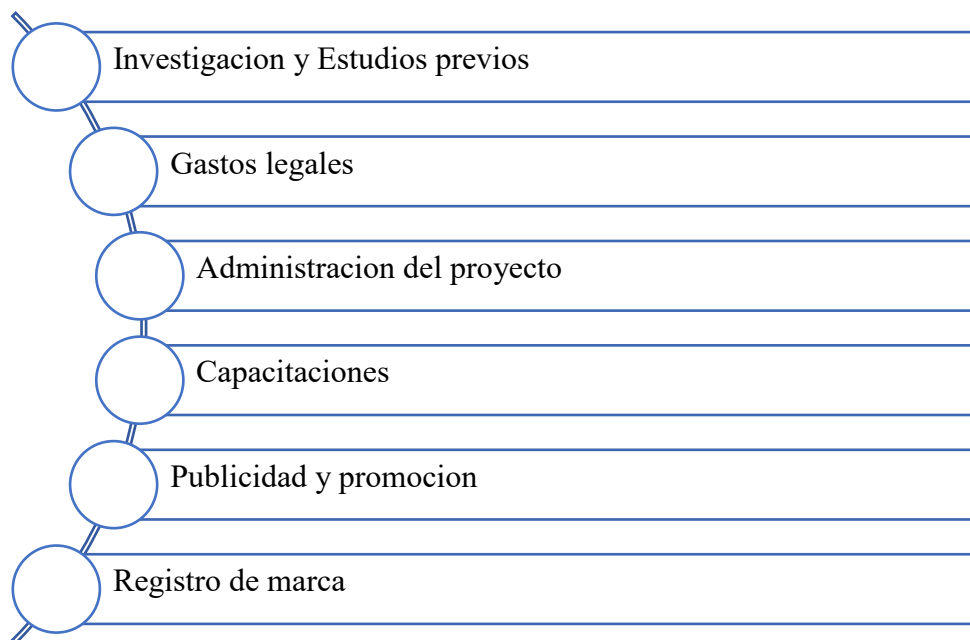


Ilustración 89 Elementos de inversión intangible

Fuente: Elaboración propia

b.1. Investigación y estudios previos

Incluyen los costos de realizar el anteproyecto, estudio de diagnóstico, etapa de diseño y el estudio económico necesarios para llevar a cabo el proyecto del Teleférico San Jacinto. En el proyecto se establece los estudios previos para un periodo de 9 meses, el detalle de los costos se muestra a continuación:

ELEMENTO	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL
Pago por honorario 9 meses (\$400 mensual)	3	\$ 400.00	\$10,800.00
Viáticos	3 Personas	\$ 40.00	\$ 1,080.00
Útiles de oficina			\$ 30.00
Impresiones			\$ 50.00
Papelería	3	\$ 5.25	\$ 15.75
Fotocopias			\$ 15.00
Anillado	2	\$ 5.00	\$ 10.00

Internet	9	\$ 10.00	\$ 90.00
Otros (Agua, energía, teléfono)	8	\$ 12.00	\$ 96.00
Diseño Arquitectónico del proyecto*	-	-	\$9,500.00
TOTAL			\$21,686.75

*Costo estimado realizado por la alcaldía

Tabla 81 Costos de investigación y estudios previos

Fuente: Elaboración propia

b.2. Documentación del proyecto

En la implementación del proyecto se deberá hacer réplicas de los manuales que han sido desarrollados en la etapa de diseño y a la vez ser distribuidos en las diferentes áreas, de tal manera que los colaboradores tengan acceso directo a estos documentos; a continuación, se muestran los costos respectivos:

TIPO DE DOCUMENTO	PAG.	COPIAS	T. PAG	C.U	C. ANILL.	TOTAL
Manual de organización y funciones	10	8	80	\$ 0.02	\$ 2.00	\$ 17.60
Manual de puestos	15	20	300	\$ 0.02	\$ 2.00	\$ 46.00
Procedimientos de limpieza	5	4	20	\$ 0.02	\$ 2.00	\$ 8.40
Procedimientos de desechos solidos	7	4	28	\$ 0.02	\$ 2.00	\$ 8.56
Impresión de BPT	4	4	16	\$ 0.02	\$ 2.00	\$ 8.32
Programa de actividades	10	4	40	\$ 0.02	\$ 2.00	\$ 8.80
TOTAL						\$ 97.68

Tabla 82 Costos de documentación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

b.3. Capacitaciones para colaboradores

Las capacitaciones para los colaboradores se deben realizar para explicarles la operación del Teleférico San Jacinto y hacer notar la importancia de cada uno de ellos como parte de este. Los encargados del desarrollo de estas capacitaciones serán instituciones a las cuales se les haya solicitado las capacitaciones, a continuación se presentan las diversas capacitaciones propuestas y el costo en el que se incurrirá para relizar cada una de ellas:

ACTIVIDAD	# de personas	Días de capacitación	Costo unitario	Costo total
------------------	----------------------	-----------------------------	-----------------------	--------------------

Capacitación: Gestión de Empresas Turísticas	3	4 días	\$ 75.00	\$ 225.00
Capacitación: Operación y mantenimiento del teleférico	15	1 semana	\$ 65.00	\$ 975.00
Capacitación: Atención y Servicio al cliente	11	3 días	\$ 60.00	\$ 660.00
Capacitación: Calidad y Buenas Prácticas de Turismo Sostenible	6	2 días	\$ 45.00	\$ 270.00
Capacitación: Operación y Marketing Turístico	2	2 días	\$ 45.00	\$ 90.00
Capacitación: Operatividad de Servicios turísticos	7	2 días	\$ 60.00	\$ 420.00
Refrigerio	125	-	\$ 3.00	\$ 375.00
Utilería	-	-	\$ 43.00	\$ 43.00
TOTAL				\$ 3,058.00

Tabla 83 Costo de capacitaciones colaboradores

Fuente: Elaboración propia

b.4. Administración del proyecto

En la administración del proyecto se requiere personal que se encargue de controlar e inspeccionar que se cumplan todos los requerimientos y parámetros establecidos en el desarrollo del parque. Este rubro incluye el salario del personal que se encargara de llevar a cabo la ejecución del proyecto, siendo una duración total de 3 años 4 meses 10 días.

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO POR PROYECTO
Depreciación de equipo	\$ 24.36	\$ 986.58
Servicios	\$ 65.60	\$ 2,656.80
Salarios administrativos	\$ 2,856.69	\$ 115,695.95
TOTAL	\$ 2,946.65	\$ 119,339.33

Tabla 84 Costos de la administración del proyecto

Fuente: Elaboración propia

b.5. Publicidad y promoción

Incluye aquellas inversiones necesarias para dar a conocer el proyecto del Teleférico a la Población.

PUBLICIDAD Y PROMOCION			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Volantes	7500	\$9.99/100 unid	\$ 749.25
Volantes para ferias	1000	\$9.99/100 unid	\$ 99.90
Almuerzos	45	\$ 3.00	\$ 135.00
Botellas con agua	45	\$ 0.25	\$ 11.25
Diseño de pagina web	1	\$ 249.00	\$249.00
Stand para ferias	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
Pulseras de recuerdo	60000	\$ 0.20	\$ 12,000.00
Mapas de recorrido	70000	\$ 0.07	\$ 4,900.00
TOTAL			\$ 21,144.40

Tabla 85 Costos de publicidad y promoción

Fuente: Elaboración propia

Además, se considera conveniente que en el proyecto se presenten spots publicitarios en los canales de mayor audiencia y en el periódico de mayor circulación estas publicaciones solo tendrán una cantidad definida según se considere pues solo se realizaran por un periodo para dar a conocer el parque e teleférico, los gastos en esto son:

TIPO DE MEDIO	CANT. DE PUBLICACION	SEGUNDOS	PRECIO UNIT.	COSTO TOTAL
Canal 4 (18:00 - 21:00) L - V	10	30.00	\$ 545.00	\$ 5,450.00
Canal 6 (12:00 - 13:30) L - V	10	30.00	\$ 520.00	\$ 5,200.00
Periódico	15		\$ 27.90	\$ 418.50
TOTAL				\$ 11,068.50

Tabla 86 Costos de medios de promoción en tv

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presentan los gastos totales para el rubro de publicidad y promoción:

Concepto	Costo unitario
Publicidad	\$ 21,144.40
Publicidad en medios	\$ 11,068.50
TOTAL	\$ 32,212.90

Tabla 87 Resumen de costos indirectos Publicidad y promoción

b.6. Registro de marca

El monto del registro de marca consiste en los pagos que exige el Centro Nacional de Registros, la publicación en el Diario Oficial, como también los gastos por combustible. En la tabla siguiente se presentan los costos en los que se deberá incurrir para registrar la marca del Teleférico San Jacinto.

Concepto	Costo unitario
Búsqueda de anterioridad	\$ 20.00
Publicación en diario oficial	\$ 24.00
Derechos de registros	\$ 100.00
Combustible y viáticos	\$ 125.00
TOTAL	\$ 269.00

Tabla 88 Gastos por registro de marca

Fuente: Elaboración propia

b.7. Gastos legales

Los gastos legales incluyen todos aquellos necesarios para que las operaciones del proyecto puedan realizarse, entre estas tenemos el estudio de impacto ambiental, los gastos por licitación, entre otros:

GASTOS LEGALES	
CONCEPTO	COSTO TOTAL
Servicios profesionales	\$ 1,500.00
Adjudicación o licitaciones	\$ 200.00
Permisos ambientales	\$ 8,500.00
Contratos	\$ 500.00
Legalización del terreno	\$ 850.00
TOTAL	\$ 11,550.00

Tabla 89 Gastos legales

Fuente: Elaboración propia

b.8. Resumen Inversión Intangible

A continuación, se presenta el resumen de los costos de inversión intangible mencionada anteriormente:

CONCEPTO	VALOR
Inversión y estudios previos	\$ 21,686.75
Documentación del proyecto	\$ 97.68
Capacitaciones	\$ 3,058.00
Administración del proyecto	\$ 119,339.33

Publicidad y promoción	\$ 32,212.90
Registro de marca	\$ 269.00
Gastos legales	\$11,550.00
TOTAL	\$ 120,762.91

Tabla 90 Resumen de costos de inversión intangible

Fuente: Elaboración propia

2. Capital de trabajo

a. Resumen de capital de trabajo

A continuación, se presenta la tabla resumen para el capital de trabajo de los rubros considerados para el Teleférico San Jacinto (Ver Apendice 2)

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR \$
Senderismo	\$ 55.80
Areas recreativas*	\$ 635.85
Parque para perros	\$ 107.35
Parque acuático	\$ 401.95
Hotel	\$ 445.79
Elementos de servicios generales	\$ 309.37
Salarios	\$ 18,092.13
Servicios básicos	\$ 292.57
Utensilios de oficina	\$ 133.24
TOTAL	\$ 20,474.05

*Área de juegos, Cancha multiusos, gimnasio

Tabla 91 Resumen de costos para capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia.

3. Monto de Riesgo

En los proyectos debe considerarse un porcentaje de monto de riesgo por las variaciones que puedan existir en el mercado, a continuación, se presentan los rubros en los que se considera puedan existir las mayores variaciones del mercado.

Concepto	Riesgo 5%	
Obra Civil	\$11,928,755.00	\$596,437.75
Mobiliario y Equipo	\$60,221.40	\$3,011.07

Capacitaciones	\$3,058.00	\$152.90
Administración del proyecto	\$119,339.33	\$5,966.97
Publicidad y promoción	\$32,212.90	\$1,610.65
Gastos legales	\$11,550.00	\$577.50
Capital de trabajo	\$20,474.05	\$1,023.70
MONTO DE RIESGO		\$608,780.53

Fuente: Elaboración propia

4. Monto total de la inversión

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTA EL CUADRO DE INVERSIONES PARA EL TELEFERICO SAN JACINTO:

Concepto	Inversión	
Terreno	\$4,454,000.00	
Obra Civil	\$11,928,755.00	
Mobiliario y Equipo	\$60,221.40	
Inversión Fija Tangible	\$16,442,976.40	
Inversión y estudios previos	\$21,686.75	
Documentación del proyecto	\$97.68	
Capacitaciones	\$3,058.00	
Administración del proyecto	\$119,339.33	
Publicidad y promoción	\$32,212.90	
Registro de marca	\$269.00	
Gastos legales	\$11,550.00	
Inversión Fija Intangible	\$188,213.66	
INVERSION FIJA TOTAL		\$16,631,190.06
CAPITAL DE TRABAJO		\$20,474.05
MONTO DE RIESGO		\$608,780.53
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO		\$17,260,444.64

C. COSTOS DEL TELEFERICO SAN JACINTO

El coste del proyecto es el proceso de analizar los proyectos con los componentes de una actividad de negocios para poder descubrir cuál es el costo de todos sus elementos. El costeo es unir costos específicos a las variables apropiadas en la actividad y no es lo mismo que calcular un estimado.

El costear nos ayuda a saber si ganamos o perdemos con el negocio o actividad que realizamos, y es por ello que costear se hace accesible y aplicable.

Costos y gastos

Son todos los desembolsos y deducciones necesarios para producir y vender los productos o servicios ofertados, en este caso para prestar sus servicios el proyecto turístico de reactivación del teleférico San Jacinto.

- Costos: Es la salida de dinero aplicada directamente en un producto o servicio, es decir son pesos, dólares o euros, que se pueden “palpar” en el producto o servicio que se produce u ofrece.
- Gastos: Es un desembolso para mantener en marcha el proyecto, aunque es muy importante, no se suelen ver reflejados directamente en el producto o servicio.

1. Clasificación de costos

Sistema de costeo por órdenes de trabajo.

Sistema de costeo por procesos.

2. Sistema de costeo a utilizar para el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto

Para el presente estudio se utilizará costeo por absorción, ya que el costeo por absorción permitirá mezclar los diferentes rubros de costos directos e indirectos con el fin de determinar el costo unitario para cada paquete y estos serán agrupados en 4 rubros, que permitirán determinar el costo total del servicio a prestar en el teleférico, estos rubros son:

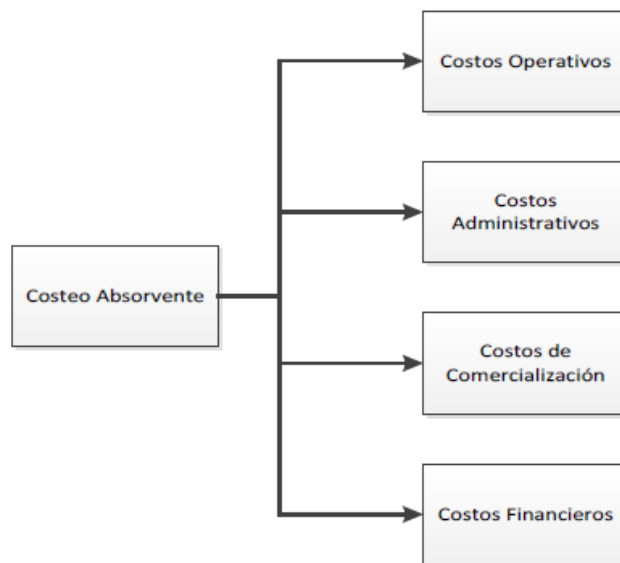


Ilustración 90 Desglose de costos

3. Costos fijos

a. Costos de operación

Costo Variable Total de "INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA "				
CVT = CV Parte Alta+ CV Parte Baja				
\$800.02	=	\$470.60	+	\$329.42

Tabla 92 Costos Variables Totales en Infraestructura Turística

Costo total en infraestructura turistica			
MES	C.F.	C.V.	C.T.
Enero	\$4,300.00	\$52.69	\$4,352.69
Febrero	\$4,300.00	\$27.00	\$4,327.00
Marzo	\$4,300.00	\$38.54	\$4,338.54
Abril	\$4,300.00	\$178.79	\$4,478.79
Mayo	\$4,300.00	\$26.57	\$4,326.57
Junio	\$4,300.00	\$19.40	\$4,319.40
Julio	\$4,300.00	\$41.07	\$4,341.07
Agosto	\$4,300.00	\$117.88	\$4,417.88
Septiembre	\$4,300.00	\$23.51	\$4,323.51
Octubre	\$4,300.00	\$23.07	\$4,323.07
Noviembre	\$4,300.00	\$31.28	\$4,331.28
Diciembre	\$4,300.00	\$220.21	\$4,520.21
TOTAL	\$51,600.00	\$800.02	\$52,400.02

Tabla 93 Consolidado Costos Totales de Infraestructura Turifica

Concepto	Parte Baja	Parte Alta	TOTAL
AÑO 1			
Demanda	290,745	0	290,745
% de Participación	100%	0%	100%
AÑO 2			
Demanda	219,570	0	219,570
% de Participación	100%	0%	100%
AÑO 3			
Demanda	243,295	0	243,295
% de Participación	100%	0%	100%
AÑO 4			
Demanda	250,050	111,870	361,920
% de Participación	69%	31%	100%
AÑO 5			
Demanda	235,027	174,343	409,370
% de Participación	57%	43%	100%
AÑO 6			
Demanda	235,027	284,343	519,370
% de Participación	45%	55%	100%
AÑO 7			
Demanda	235,027	364,343	599,370
% de Participación	39%	61%	100%
AÑO 8			
Demanda	235,027	394,343	629,370
% de Participación	37%	63%	100%

Tabla 94 Participación de absorción de costos por bloque de prestaciones en los primeros 5 años del proyecto

Durante los primeros 5 años del proyecto que se inicie la puesta en marcha la parte alta no estará completa si no es hasta finalizado el tercer año, por lo cual se proyecta 3 años adicionales para completar 8 años desde la puesta en marcha de la Parte Alta del Teleférico San Jacinto.

Concepto	Operativo	Administrativo	Comercialización	Financiero
% de Participación	70%	14%	15%	1%

Tabla 95 Porcentaje de Participación de Costos

COSTOS GLOBALES ASIGNADOS AL CIRCUITO PARQUE DEL TELEFÉRICO (PARTE BAJA)															
COSTOS DE OPERACIÓN															
AÑO 1		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL	
Marketing	CF	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$2,780.00	\$33,360.00
	CV	\$19.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$13.00	\$12.00	\$15.00	\$30.00	\$10.00	\$10.50	\$25.00	\$20.00	\$20.00	\$208.50
Infraestructura y desarrollo turístico	CF	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$7,200.00
	CV	\$10.85	\$5.56	\$7.93	\$36.81	\$5.47	\$3.99	\$8.46	\$24.27	\$4.84	\$4.75	\$6.44	\$45.34	\$45.34	\$164.71
Gestión de apoyo turístico	CF	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$600.00
	CV	\$15.00	\$15.18	\$15.23	\$15.41	\$15.45	\$15.64	\$15.69	\$15.87	\$15.92	\$16.11	\$16.16	\$16.35	\$16.35	\$188.01
DEPRECIACIÓN															
Instalaciones	CF	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$24,851.57	\$298,218.88
Mobiliario y Equipo	CF	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$536.03	\$6,432.30
Cuota Préstamo	CF	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
CF		\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$28,817.60	\$345,811.18
CV		\$44.85	\$38.74	\$41.16	\$70.22	\$33.92	\$31.63	\$39.14	\$70.14	\$30.76	\$31.36	\$47.60	\$81.69	\$81.69	\$561.22
CT		\$28,862.45	\$28,856.34	\$28,858.76	\$28,887.82	\$28,851.52	\$28,849.23	\$28,856.74	\$28,887.74	\$28,848.36	\$28,848.96	\$28,865.20	\$28,899.29	\$28,899.29	\$346,372.39

Tabla 96 Costos Globales Operativos Parte Baja del Teleférico

COSTOS GLOBALES ASIGNADOS AL CIRCUITO PARQUE DEL TELEFÉRICO (PARTE BAJA)														
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN														
AÑO 1		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Marketing	CF	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$1,112.00	\$13,344.00
	CV	\$7.60	\$7.40	\$7.40	\$7.20	\$5.20	\$4.80	\$6.00	\$12.00	\$4.20	\$4.40	\$10.00	\$8.00	\$84.20
Infraestructura y desarrollo turístico	CF	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$2,880.00
	CV	\$4.34	\$2.22	\$3.17	\$14.72	\$2.19	\$1.60	\$3.38	\$9.71	\$1.94	\$1.90	\$2.58	\$18.14	\$65.88
Gestión de apoyo turístico	CF	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$42.63	\$511.56
	CV	\$16.00	\$16.19	\$16.24	\$16.43	\$16.48	\$16.68	\$16.73	\$16.93	\$16.98	\$17.19	\$17.24	\$17.44	\$200.54
DEPRECIACIÓN														
Instalaciones	CF	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$9,940.63	\$119,287.55
Mobiliario y Equipo	CF	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$214.41	\$2,572.92
Cuota Préstamo	CF	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
CF		\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$11,549.67	\$138,596.03
CV		\$27.94	\$25.82	\$26.81	\$38.36	\$23.87	\$23.08	\$26.11	\$38.64	\$23.12	\$23.49	\$29.81	\$43.58	\$350.63
CT		\$11,577.61	\$11,575.48	\$11,576.48	\$11,588.03	\$11,573.54	\$11,572.75	\$11,575.78	\$11,588.31	\$11,572.79	\$11,573.15	\$11,579.48	\$11,593.25	\$138,946.66

Tabla 97 Costos Globales de Comercialización Parte Baja del Teleférico

COSTOS GLOBALES ASIGNADOS AL CIRCUITO PARQUE DEL TELEFÉRICO (PARTE BAJA)														
COSTOS FINANCIEROS														
AÑO 1		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Marketing	CF	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$556.00	\$6,672.00
	CV	\$3.80	\$3.70	\$3.70	\$3.60	\$2.60	\$2.40	\$3.00	\$6.00	\$2.10	\$2.20	\$5.00	\$4.00	\$42.10
Infraestructura y desarrollo turístico	CF	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$1,440.00
	CV	\$2.17	\$1.11	\$1.59	\$7.36	\$1.09	\$0.80	\$1.69	\$4.85	\$0.97	\$0.95	\$1.29	\$9.07	\$32.94
Gestión de apoyo turístico	CF	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$45.00	\$540.00
	CV	\$10.78	\$10.91	\$10.94	\$11.07	\$11.11	\$11.24	\$11.27	\$11.41	\$11.44	\$11.58	\$11.61	\$11.75	\$135.11
DEPRECIACIÓN														
Instalaciones	CF	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$4,970.31	\$59,643.78
Mobiliario y Equipo	CF	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$107.21	\$1,286.46
Cuota Préstamo	CF	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
	CF	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$5,798.52	\$69,582.24
	CV	\$16.75	\$15.72	\$16.23	\$22.04	\$14.80	\$14.44	\$15.96	\$22.26	\$14.51	\$14.73	\$17.90	\$24.82	\$210.16
	CT	\$5,815.27	\$5,814.24	\$5,814.75	\$5,820.55	\$5,813.32	\$5,812.96	\$5,814.48	\$5,820.78	\$5,813.03	\$5,813.25	\$5,816.42	\$5,823.34	\$69,792.39

Tabla 98 Costos Globales Financieros Parte Baja del Teleférico

AÑO 1 En su funcionamiento		COSTOS GLOBALES ASIGNADOS AL CIRCUITO HOTEL Y RESTAURANTE DE MONTAÑA (PARTE ALTA)												
		COSTOS DE OPERACIÓN												
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Marketing	CF	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$1,521.99	\$18,263.82
	CV	\$10.40	\$10.13	\$10.13	\$9.85	\$7.12	\$6.57	\$8.21	\$16.42	\$5.75	\$6.02	\$13.69	\$10.95	\$115.24
Infraestructura y desarrollo turístico	CF	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$848.59	\$10,183.07
	CV	\$8.48	\$4.35	\$6.21	\$28.79	\$4.28	\$3.12	\$6.61	\$18.98	\$3.79	\$3.71	\$5.04	\$35.46	\$128.82
Gestión de apoyo turístico	CF	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$51.00	\$612.00
	CV	\$20.90	\$21.15	\$21.21	\$21.47	\$21.53	\$21.79	\$21.85	\$22.12	\$22.18	\$22.45	\$22.52	\$22.79	\$261.96
DEPRECIACIÓN														
Instalaciones	CF	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$13,605.66	\$163,267.90
Mobiliario y Equipo	CF	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$293.46	\$3,521.53
Cuota Préstamo	CF	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
CF		\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$16,320.69	\$195,848.33
CV		\$39.79	\$35.63	\$37.55	\$60.11	\$32.93	\$31.48	\$36.68	\$57.52	\$31.72	\$32.19	\$41.24	\$69.19	\$506.02
CT		\$16,360.48	\$16,356.32	\$16,358.24	\$16,380.81	\$16,353.62	\$16,352.18	\$16,357.37	\$16,378.22	\$16,352.41	\$16,352.88	\$16,361.93	\$16,389.89	\$196,354.35

Tabla 99 Costos Globales Operativos Parte Alta del Teleférico

AÑO 1 En su funcionamiento		COSTOS GLOBALES ASIGNADOS AL CIRCUITO HOTEL Y RESTAURANTE DE MONTAÑA (PARTE ALTA)												
		COSTOS DE ADMINISTRACIÓN												
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Marketing	CF	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$608.79	\$7,305.53
	CV	\$4.16	\$4.05	\$4.05	\$3.94	\$2.85	\$2.63	\$3.28	\$6.57	\$2.30	\$2.41	\$5.47	\$4.38	\$46.10
Infraestructura y desarrollo turístico	CF	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$339.44	\$4,073.23
	CV	\$3.39	\$1.74	\$2.48	\$11.52	\$1.71	\$1.25	\$2.65	\$7.59	\$1.51	\$1.49	\$2.01	\$14.18	\$51.53
Gestión de apoyo turístico	CF	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$54.00	\$648.00
	CV	\$18.80	\$19.03	\$19.08	\$19.31	\$19.37	\$19.60	\$19.66	\$19.89	\$19.95	\$20.19	\$20.25	\$20.50	\$235.64
DEPRECIACIÓN														
Instalaciones	CF	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$5,442.26	\$65,307.16
Mobiliario y Equipo	CF	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$117.38	\$1,408.61
Cuota Préstamo	CF	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
CF		\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$6,561.88	\$78,742.53
CV		\$26.35	\$24.82	\$25.62	\$34.77	\$23.93	\$23.48	\$25.59	\$34.06	\$23.77	\$24.09	\$27.74	\$39.06	\$333.26
CT		\$6,588.23	\$6,586.69	\$6,587.49	\$6,596.65	\$6,585.80	\$6,585.36	\$6,587.47	\$6,595.93	\$6,585.64	\$6,585.97	\$6,589.62	\$6,600.94	\$79,075.79

Tabla 100 Costos Globales Administrativos Parte Alta del Teleférico

Resumen de Costos Totales Año 1 "CIRCUITO PARQUE DEL TELEFÉRICO (PARTE BAJA)"													
MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Costos Operativos	\$28,862.45	\$28,856.34	\$28,858.76	\$28,887.82	\$28,851.52	\$28,849.23	\$28,856.74	\$28,887.74	\$28,848.36	\$28,848.96	\$28,865.20	\$28,899.29	\$346,372.39
Costos Administrativos	\$11,840.88	\$11,838.99	\$11,840.00	\$11,851.78	\$11,839.30	\$11,838.95	\$11,840.79	\$11,847.35	\$11,839.64	\$11,839.85	\$11,840.58	\$11,856.39	\$142,114.50
Costos de Comercialización	\$11,577.61	\$11,575.48	\$11,576.48	\$11,588.03	\$11,573.54	\$11,572.75	\$11,575.78	\$11,588.31	\$11,572.79	\$11,573.15	\$11,579.48	\$11,593.25	\$138,946.66
Costos Financieros	\$5,815.27	\$5,814.24	\$5,814.75	\$5,820.55	\$5,813.32	\$5,812.96	\$5,814.48	\$5,820.78	\$5,813.03	\$5,813.25	\$5,816.42	\$5,823.34	\$69,792.39
TOTAL	\$58,096.20	\$58,085.05	\$58,089.99	\$58,148.18	\$58,077.68	\$58,073.88	\$58,087.79	\$58,144.19	\$58,073.81	\$58,075.21	\$58,101.68	\$58,172.27	\$697,225.94

Tabla 101 Resumen de Costos Globales (Circuito Parte Baja)

Resumen de Costos Totales Año 1 "HOTEL Y RESTAURANTE DE MONTAÑA (PARTE ALTA)"													
MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Costos Operativos	\$16,360.5	\$16,356.3	\$16,358.2	\$16,380.8	\$16,353.6	\$16,352.2	\$16,357.4	\$16,378.2	\$16,352.4	\$16,352.9	\$16,361.9	\$16,389.9	\$196,354.4
Costos Administrativos	\$6,588.2	\$6,586.7	\$6,587.5	\$6,596.6	\$6,585.8	\$6,585.4	\$6,587.5	\$6,595.9	\$6,585.6	\$6,586.0	\$6,589.6	\$6,600.9	\$79,075.8
Costos de Comercialización	\$6,585.4	\$6,583.8	\$6,584.6	\$6,593.7	\$6,582.9	\$6,582.4	\$6,584.5	\$6,592.9	\$6,582.6	\$6,582.9	\$6,586.5	\$6,597.8	\$79,040.2
Costos Financieros	\$3,312.5	\$3,311.8	\$3,312.2	\$3,316.8	\$3,311.4	\$3,311.3	\$3,312.4	\$3,316.7	\$3,311.5	\$3,311.8	\$3,313.6	\$3,319.3	\$39,761.3
TOTAL	\$32,846.6	\$32,838.7	\$32,842.6	\$32,888.0	\$32,833.8	\$32,831.2	\$32,841.7	\$32,883.7	\$32,832.2	\$32,833.5	\$32,851.7	\$32,908.0	\$394,231.6

Tabla 102 Resumen de Costos Globales (Circuito Parte Alta)

5. Costos anuales proyectados

Costos Totales del Proyecto	
AÑO	CT
1	\$1,091,457.58
2	\$1,113,286.73
3	\$1,146,030.46
4	\$1,203,331.98
5	\$1,102,372.15

Tabla 103 Costos Totales Proyectados

D. FINANCIAMIENTO DEL TELEFERICO SAN JACINTO

FUENTE DE FINANCIAMIENTO EXTERNA ANALIZADA

En este apartado se describe dicha institución por la cual se realizó el análisis ya que ofrece soluciones financieras flexibles a sus países miembros para financiar el desarrollo económico y social a través de préstamos y donaciones a entidades públicas y privadas en América Latina y el Caribe, siendo esta institución el BID.

Los productos financieros del grupo BID incluyen: préstamos, donaciones, garantías e inversiones (estas últimas disponibles en BID Invest y BID Lab).

TASAS DE INTERES Y CARGOS FINANCIEROS

Tasas de interés y cargos financieros vigentes
Aplicables a todos los productos financieros
3er Trimestre 2020 y 2do Trimestre 2020

Productos Vigentes - Capital Ordinario

	Tasas aplicables al 3er trimestre 2020				Tasas aplicables al 2do trimestre 2020			
	Base LIBOR LIBOR 3-meses	Márgen de Fondeo ¹	Márgen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés	Base LIBOR LIBOR 3-meses	Márgen de Fondeo ¹	Márgen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés
FFF ³	0,28%	0,08%	0,80%	1,16%	1,22%	0,09%	0,80%	2,11%

Ilustración 91 Tasas de interés y cargos financieros vigentes

PRESTAMOS

Los préstamos pueden ser otorgados como:

- Préstamos de Garantía Soberana: El BID ofrece financiamiento a los gobiernos y a las instituciones controladas por el gobierno para apoyar el desarrollo y proyectos sociales.
- Préstamos sin Garantía Soberana: El BID ofrece financiamiento para proyectos del sector privado que contribuyan al desarrollo.

FINANCIACIÓN DEL SECTOR PRIVADO

Los préstamos y garantías se pueden hacer directamente a las empresas privadas sin garantías soberanas sobre la base de fijación de precios basados en el mercado, por lo general destinadas a la infraestructura, energía, transporte, saneamiento o comunicaciones y para el desarrollo de mercados de capital y proyectos de financiación de las exportaciones.

Préstamos Convertidos - Capital Ordinario									
Tasas aplicables al 3er trimestre 2020					Tasas aplicables al 2do trimestre 2020				
		Base LIBOR		Márgen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés	Base LIBOR		Márgen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés
		LIBOR 3-meses	Márgen de Fondeo ¹			Tasa Fija	LIBOR 3-meses		
SCM Conversión Agosto 2009	LIBOR ³	0,28%	1,43%	0,80%	2,51%	1,22%	1,43%	0,80%	3,45%
	Fija			4,03%	4,83%			4,03%	4,83%
SCM Conversión Agosto 2010	LIBOR ³	0,28%	1,08%	0,80%	2,16%	1,22%	1,08%	0,80%	3,10%
	Fija			3,48%	4,28%			3,48%	4,28%
FU Conversión Agosto 2009	LIBOR ³	0,28%	1,05%	0,80%	2,13%	1,22%	1,05%	0,80%	3,07%
	Fija			4,59%	5,39%			4,59%	5,39%
FU Conversión Agosto 2010	LIBOR ³	0,28%	0,84%	0,80%	1,92%	1,22%	0,84%	0,80%	2,86%
	Fija			3,69%	4,49%			3,69%	4,49%

- Empresas grandes
- Pequeñas y medianas empresas
- Micro y pequeñas empresas
- Negocios con la base de la pirámide
- Subvenciones con cargo al Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)
- ➔ • Para entidades de capital mixto y público

 **PARA LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS**

Ilustración 92 Financiación al sector privado

E. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

Dado que el precio es la única variable de marketing que reporta ingresos, es sumamente importante definir un precio acorde a todos los elementos que intervienen en la operación turística del Teleférico; es decir, el determinar adecuadamente el precio de venta de los servicios turísticos propuestos para el teleférico, estos deben ser competitivos, diferentes y atractivos al mercado objetivo como el resto de la población que hará uso de las instalaciones del teleférico. Para los fines del análisis de la determinación del precio de venta es vital tomar en cuenta la opinión de los clientes recolectada en la etapa de mercado, donde se consideran aspectos tales como el gasto turístico que el mercado consumidor indica tener y lo que este está dispuesto a pagar por la prestación de los servicios turísticos definidos para el teleférico. Además de considerar muy de cerca el nivel de precios de la competencia y por supuesto los costos en que se incurre para la prestación de los servicios turísticos, los cuales han sido determinados en apartados anteriores, pero que cobran mucha relevancia en los apartados subsiguientes.

1. Análisis del mercado consumidor

El mercado consumidor, plantea dos líneas de análisis fundamentales, que sirven de directrices para determinar oportunamente el precio de venta que en el teleférico se propone para los servicios turísticos. La primera línea de análisis tiene que ver con el gasto turístico promedio que los encuestados en el estudio de mercado manifestó estar dispuesto a pagar por vivir una experiencia como la ofrecida por el teleférico; mientras que la segunda línea de análisis radica, evidentemente, en el estudio de mercado en el cual los encuestados

manifestaban el rango de ingresos familiares y su disposición de gastar para conocer y disfrutar de los atractivos presentados por el teleférico.

¿De cuánto fue su gasto promedio, durante su última salida turística?

193 respuestas



De poseer ingresos personales ¿En cuál de los siguientes rangos se encontraría?

93 respuestas

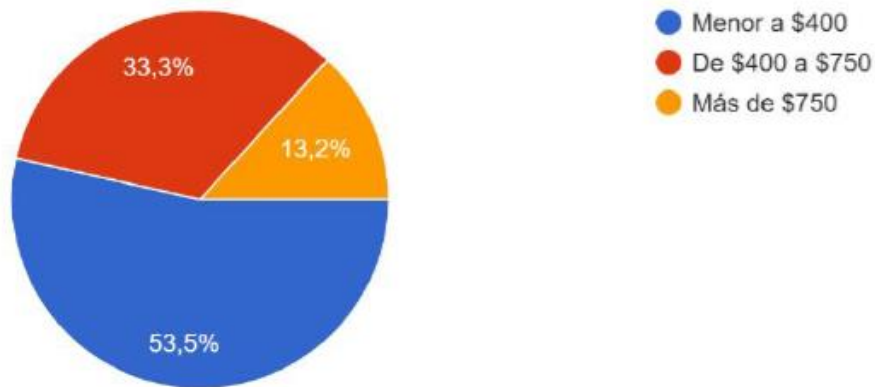


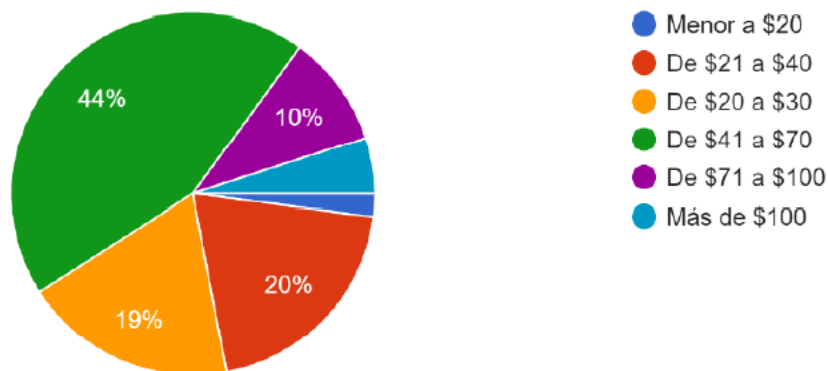
Grafico 2 Ingresos Personales (Segmento Joven)

Una vez procesados los datos recolectados en las encuestas los resultados arrojan un sesgo mínimo entre cada alternativa planteada de acuerdo al gasto promedio por parte del sector joven, un 29.5% respondió que durante su última salida turística tuvo un gasto máximo de \$30 y un 26.4% respondió que \$40 como máximo.

igual que la pregunta anterior son claves para definir precios de los servicios que se pretenden ofrecer en el teleférico

¿De cuánto fue su gasto promedio, durante su última salida turística?

193 respuestas



Una vez procesados los datos recolectados en las encuestas los resultados para el segmento familiar arrojan que el 44% tuvo un gasto promedio de \$55 en su última salida turística y un 20% tuvo un gasto promedio de \$30, los gastos son aproximadamente similares a los del segmento joven por tanto la tarifa de precio de los servicios en el teleférico que se va definir no afectara a ninguno de los segmentos.

2. Análisis del mercado competidor

Para el análisis de este apartado es necesario conocer los precios que posee la competencia, específicamente los precios de la competencia directa, la cual fue determinada en la etapa de diagnóstico, al conocer los servicios que cada uno presta y el rango de precios en los cuales el teleférico debe competir, de forma tal que se establezca para el teleférico y para los servicios diversificados y mejorados, precios competitivos y realistas que puedan entrar de forma correcta en el mercado turísticos nacional, los precios y servicios de la competencia se presentan a continuación la siguiente tabla:

¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso familiar?

respuestas

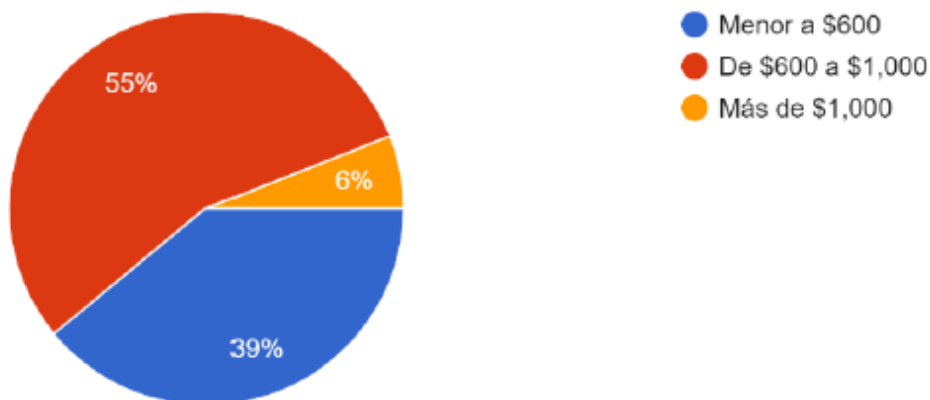


Gráfico 4 Ingresos familiares

SERVICIOS	COMPLEJO ALBANIA	RESTAURANTE VISTA AL LAGO	CENTRO RECREATIVO EL CAFETALÓN	ALQUILERES
RESTAURANTE	N/A	N/A	N/A	\$ 3,000.00
ESTACIONAMIENTO	\$ 2.00	\$ -	\$ 1.50	N/A
TIROLESA	\$ 4.00	N/A	N/A	N/A
HOTEL	N/A	N/A	N/A	\$ 5,000.00
PARQUE ACUATICO	N/A	N/A	\$ -	N/A
TELEFÉRICO	N/A	N/A	N/A	N/A

SERVICIOS	COMPLEJO ALBANIA	RESTAURANTE VISTA AL LAGO	CENTRO RECREATIVO EL CAFETALÓN	ALQUILERES
RESTAURANTE	N/A	N/A	N/A	\$ 3,000.00
ESTACIONAMIENTO	\$ 2.00	\$ -	\$ 1.50	N/A
TIROLESA	\$ 4.00	N/A	N/A	N/A
HOTEL	N/A	N/A	N/A	\$ 5,000.00
PARQUE ACUATICO	N/A	N/A	\$ -	N/A
TELEFÉRICO	N/A	N/A	N/A	N/A
ENTRADA	\$ 2.00	\$ -	\$ 0.75	N/A

Tabla 104 Precio de venta de los competidores

En la tabla anterior se detallan precios de venta de los servicios fijados por la competencia se directa e indirecta. El teleférico como tal no tiene un competidor directo a nivel local ni regional, también se toma en cuenta el costo de alquiler de locales debido a que se llegó a la conclusión que resulta mucho mejor para la organización poner en alquiler el servicio de Restaurante y Hotel.

3. Precios de venta para el Teleférico San Jacinto

Conociendo los factores que más influyen para la determinación de precios de los servicios turísticos propuestos, además también siguiendo los lineamientos sugeridos por la contraparte, se presenta a manera de resumen los precios propuestos para los servicios ofertados por el teleférico, siempre siguiendo la premisa de que la administración debe mantener tasas accesibles y competitivas para toda la población.

SERVICIOS	TELEFÉRICO SAN JACINTO
RESTAURANTE	\$ 3,000.00
ESTACIONAMIENTO	\$ 1.50
TIROLESA	\$ 1.50
HOTEL	\$ 5,000.00
PARQUE ACUATICO	\$ 1.00
TELEFÉRICO	\$ 5.00
ENTRADA	\$ 1.00

Tabla 105 Precio de venta de servicios turísticos para el Teleférico San Jacinto

**La administración del Teleférico San Jacinto pondrá en alquiler los locales para cualquier franquicia o inversionista.*

F. INGRESOS Y EGRESOS DEL TELEFERICO SAN JACINTO

La cantidad de ingresos monetarios que el Teleférico San Jacinto perciba a través de la reactivación, determinará en gran medida la sostenibilidad económica del teleférico y el tiempo de retorno de la inversión realizada. El estudio establece las entradas de dinero por los servicios que propone el estudio. Para determinar la cantidad de personas que harán uso de las instalaciones del Teleférico San Jacinto y de los servicios turísticos, se hará uso de las proyecciones estimadas previamente en la etapa de diseño de la solución.

Los egresos del modelo, están calculados en base a los costos previamente establecidos en apartados anteriores y a forma de síntesis se presentan como parte esencial del presupuesto proyectado de egresos para el Teleférico San Jacinto.

1. Ingresos proyectados para el teleférico San Jacinto

Parte esencial para asegurar la sostenibilidad económica del teleférico y de las operaciones que el conlleve, es conocer de primera mano los ingresos que se percibirán en concepto de prestación de servicios turísticos, con el propósito de identificar el rango de acción económica en que el parque deberá gestionar los recursos con los que cuente. Los ingresos que se presentan a continuación representan el extracto del análisis individual de los ingresos que cada servicio que el modelo contempla genera durante la operación.

Se presentan proyecciones de ingreso por cada servicio que se va ofrecer en el teleférico San Jacinto, solamente se muestran aquellos que van a generar ingresos.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR ENTRADA			
Mes	Proyección de población que entra al teleférico	Proyección de población que paga entrada al teleférico (40%)	Ingreso por entrada al teleférico (\$1.00)
Año 1	290,745	218059	\$ 218,058.75
Año 2	219,570	164678	\$ 164,677.50
Año 3	243,295	182471	\$ 182,471.25
Año 4	361,920	271440	\$ 271,440.00
Año 5	409,370	307028	\$ 307,027.50
Año 6	519,370	389528	\$ 389,527.50
Año 7	599,370	449528	\$ 449,527.50
Año 8	629,370	472028	\$ 472,027.50

Tabla 106 proyección de ingresos por entradas

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR ESTACIONAMIENTO			
Mes	Proyección de población que entra al teleférico	Proyección de población que lleva vehículo propio	Ingreso por estacionamiento (\$1.50)
Año 1	290,745	58149	\$ 87,223.50
Año 2	219,570	43914	\$ 65,871.00
Año 3	243,295	48659	\$ 72,988.50
Año 4	361,920	72384	\$ 108,576.00
Año 5	409,370	81874	\$ 122,811.00
Año 6	519,370	103874	\$ 155,811.00
Año 7	599,370	119874	\$ 179,811.00
Año 8	629,370	125874	\$ 188,811.00

Tabla 107 proyección de ingresos por estacionamiento

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR USO DE LA TIROLESA			
mes	proyección de población que entra al teleférico	proyección de población que utiliza la tirolesa	ingreso por uso de la tirolesa (\$2.50)
Año 1	290,745	872235	\$ 1,308,352.50
Año 2	219,570	658710	\$ 988,065.00
Año 3	243,295	729885	\$ 1,094,827.50
Año 4	361,920	1085760	\$ 1,628,640.00
Año 5	409,370	1228110	\$ 1,842,165.00
Año 6	519,370	1558110	\$ 2,337,165.00
Año 7	599,370	1798110	\$ 2,697,165.00
Año 8	629,370	1888110	\$ 2,832,165.00

Tabla 108 proyección de ingresos por uso de tirolesa

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR USO DEL PARQUE ACUÁTICO			
mes	proyección de población que entra al teleférico	proyección de población que usa el parque acuático	ingreso por uso del parque acuático (\$1.50)
Año 1	290,745	130835	\$ 130,835.25
Año 2	219,570	98807	\$ 98,806.50
Año 3	243,295	109483	\$ 109,482.75
Año 4	361,920	162864	\$ 162,864.00
Año 5	409,370	184217	\$ 184,216.50
Año 6	519,370	233717	\$ 233,716.50
Año 7	599,370	269717	\$ 269,716.50
Año 8	629,370	283217	\$ 283,216.50

Tabla 109 proyección de ingresos por uso del parque acuático

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR USO DEL TELEFÉRICO			
Mes	Proyección de población que entra al teleférico	Proyección de población que usa el teleférico	Ingreso por uso del teleférico (\$5.00)
Año 1	290,745	0	\$ -
Año 2	219,570	0	\$ -
Año 3	243,295	0	\$ -
Año 4	361,920	111,870	\$ 559,350.00
Año 5	409,370	174343	\$ 871,715.00
Año 6	519,370	284343	\$ 1,421,715.00
Año 7	599,370	362343	\$ 1,811,715.00
Año 8	629,370	394343	\$ 1,971,715.00

Tabla 110 proyección de ingresos por uso del teleférico

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR ALQUILER DE HOTEL	
MES	INGRESOS POR ALQUILER DE HOTEL
Año 1	\$0.00
Año 2	\$0.00
Año 3	\$0.00
Año 4	\$60,000.00
Año 5	\$60,000.00
Año 6	\$60,000.00
Año 7	\$60,000.00
Año 8	\$60,000.00

Tabla 111 proyección de ingresos por alquiler del hotel

Proyección mensual de ingresos Año 1									
Mes	Entrada	Estacionamiento	Tirollesa	Parque Acuático	Teleférico	Hotel	Restaurante	Servicios comunes	Total
Enero	\$ 17,716.53	\$ 7,250.00	\$ 106,299.16	\$ 11,025.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 142,290.69
Febrero	\$ 17,996.26	\$ 7,300.00	\$ 107,977.57	\$ 10,912.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 144,186.33
Marzo	\$ 19,208.45	\$ 7,500.00	\$ 115,250.67	\$ 11,250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 153,209.12
Abril	\$ 18,276.00	\$ 7,400.00	\$ 109,655.98	\$ 11,025.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 146,356.98
Mayo	\$ 17,530.04	\$ 6,473.50	\$ 105,180.23	\$ 9,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 138,183.76
Junio	\$ 17,716.53	\$ 7,250.00	\$ 106,299.16	\$ 10,910.25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 142,175.94
Julio	\$ 16,784.08	\$ 7,000.00	\$ 100,704.47	\$ 11,025.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 135,513.55
Agosto	\$ 19,208.45	\$ 7,500.00	\$ 115,250.67	\$ 11,250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 153,209.12
Septiembre	\$ 18,089.51	\$ 7,350.00	\$ 108,537.04	\$ 11,137.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 145,114.05
Octubre	\$ 17,716.53	\$ 7,250.00	\$ 106,299.16	\$ 11,025.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 142,290.69
Noviembre	\$ 18,462.49	\$ 7,450.00	\$ 110,774.92	\$ 11,025.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 147,712.41
Diciembre	\$ 19,353.91	\$ 7,500.00	\$ 116,123.45	\$ 11,250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 154,227.35
Total	\$ 218,058.75	\$ 87,223.50	\$ 1,308,352.50	\$ 130,835.25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,744,470.00

Proyección anual de ingresos al Teleférico San Jacinto									
Año	Entrada	Estacionamiento	Tirollesa	Parque Acuático	Teleférico	Hotel	Restaurante	Servicios comunes	Total
Año 1	\$ 218,058.75	\$ 87,223.50	\$ 1,308,352.50	\$ 130,835.25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,744,470.00
Año 2	\$ 164,677.50	\$ 65,871.00	\$ 988,065.00	\$ 98,806.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,317,420.00
Año 3	\$ 182,471.25	\$ 72,988.50	\$ 1,094,827.50	\$ 109,482.75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,459,770.00
Año 4	\$ 271,440.00	\$ 108,576.00	\$ 1,628,640.00	\$ 162,864.00	\$ 559,350.00	\$ 60,000.00	\$ 36,000.00	\$ -	\$ 2,826,870.00

Año 5	\$ 307,027.50	\$ 122,811.00	\$ 1,842,165.00	\$ 184,216.50	\$ 871,715.00	\$ 60,000.00	\$ 36,000.00	\$ -	\$ 3,423,935.00
Año 6	\$ 389,527.50	\$ 155,811.00	\$ 2,337,165.00	\$ 233,716.50	\$ 1,421,715.00	\$ 60,000.00	\$ 36,000.00	\$ -	\$ 4,633,935.00
Año 7	\$ 449,527.50	\$ 179,811.00	\$ 2,697,165.00	\$ 269,716.50	\$ 1,811,715.00	\$ 60,000.00	\$ 36,000.00	\$ -	\$ 5,503,935.00
Año 8	\$ 472,027.50	\$ 188,811.00	\$ 2,832,165.00	\$ 283,216.50	\$ 1,971,715.00	\$ 60,000.00	\$ 36,000.00	\$ -	\$ 5,843,935.00
Total	\$ 2,454,757.50	\$ 981,903.00	\$ 14,728,545.00	\$ 1,472,854.50	\$ 6,636,210.00	\$ 300,000.00	\$ 180,000.00	\$ -	\$ 26,754,270.00

Tabla 112 proyección anual de ingresos al teleférico San Jacinto

La primera tabla destaca el ingreso mensual esperado para el año 1 de operación, también es posible visualizar la estacionalidad del mercado turístico en El Salvador; se espera un ingreso por el orden de los \$ 1,744,470.00 para el primer año de operación del teleférico y posteriormente se prevé un aumento de los ingresos en base a las proyecciones y datos analizados acerca del incremento en el rubro turístico nacional, los cuales reflejan un aumento sostenido, en concordancia con las proyecciones de la cartera de estado que gestiona el que hacer turístico nacional.

2. Egresos del año 1

Se presentan los costos del Teleférico San Jacinto, estos costos fueron calculados de forma mensual en apartados anteriores haciendo uso del prorrateo para definir un estimado mensual en el cual la reactivación del teleférico deberá incurrir para operar con normalidad.

Servicios	COSTOS ANUALES				
	Costos Comerciales	Costos Operativos	Costos Financieros	Costos Administrativos	Costos Totales
Teleférico	\$ 33,647.40	\$ 83,588.05	\$ 16,926.40	\$ 33,662.57	\$ 167,824.41
Hotel	\$ 14,424.83	\$ 35,834.67	\$ 7,256.44	\$ 14,431.33	\$ 71,947.27
Restaurante	\$ 964.29	\$ 2,395.52	\$ 485.09	\$ 964.72	\$ 4,809.63
Tirolesa	\$ 13.89	\$ 34.64	\$ 6.98	\$ 14.21	\$ 69.72
Parque Acuático	\$ 1,389.47	\$ 3,463.72	\$ 697.92	\$ 1,421.14	\$ 6,972.26

Estacionamiento	\$ 4,335.14	\$ 10,806.82	\$ 2,177.52	\$ 4,433.97	\$ 21,753.45
Servicios comunes	\$ 47,241.86	\$ 117,766.61	\$ 23,729.41	\$ 48,318.93	\$ 237,056.82
Total	\$ 102,016.88	\$ 253,890.03	\$ 51,279.77	\$ 103,246.88	\$ 510,433.56

Tabla 113 costos del teleférico San Jacinto año 1

3. Egresos del Horizonte del Proyecto

Para la determinación de los costos anuales proyectados para todo el horizonte del proyecto, se utilizará como base los costos del año 1, los cuales se verán afectados por la inflación, por tal motivo se utilizan los índices de inflación para los próximos 8 años a partir de 2020.

Inflación	2.6%	1.1%	1.0%	0.8%	1.2%	1.10%	1.2%	1.3%
Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Costos Operativos	\$ 253,890.03	\$ 256,682.82	\$ 259,249.65	\$ 261,323.65	\$ 264,459.53	\$ 267,368.59	\$ 270,577.01	\$ 274,094.51
Costos Administrativos	\$ 103,246.88	\$ 104,382.60	\$ 105,426.42	\$ 106,269.83	\$ 107,545.07	\$ 108,728.07	\$ 110,032.80	\$ 111,463.23
Costos Comerciales	\$ 102,016.88	\$ 103,139.06	\$ 104,170.45	\$ 105,003.82	\$ 106,263.86	\$ 107,432.77	\$ 108,721.96	\$ 110,135.35
Costos Financieros	\$ 51,279.77	\$ 51,843.85	\$ 52,362.28	\$ 52,781.18	\$ 53,414.56	\$ 54,002.12	\$ 54,650.14	\$ 55,360.59
Costos Anuales	\$ 510,433.56	\$ 516,048.33	\$ 521,208.81	\$ 525,378.48	\$ 531,683.02	\$ 537,531.54	\$543,981.92	\$ 551,053.68

Tabla 114 costos anuales proyectados

Fuente: CEPAL

G. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del nivel mínimo de ventas o punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios del Teleférico San Jacinto. El Punto de Equilibrio de un servicio turístico, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales.

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CV}{VENTAS}\right)}$$

SERVICIOS	CFT	CV	VENTAS	PE
Teleférico	\$ 167,245.89	\$ 578.52	\$ 1,308,352.50	\$ 167,319.87
Tirolesa	\$ 69.29	\$ 0.43	\$ 1,308,352.50	\$ 69.29
Parque Acuático	\$ 6,929.20	\$ 43.06	\$ 130,835.25	\$ 6,931.48
Estacionamiento	\$ 21,619.10	\$ 134.35	\$ 87,223.50	\$ 21,652.45

Tabla 115 Punto de equilibrio por servicio

La tabla anterior muestra de forma pormenorizada el P.E para cada uno de los servicios turísticos que se propone, define cual es el monto en unidades financieras que es necesario vender para lograr cubrir los costos del modelo sin sacrificar financieramente los resultados esperados. Este P.E es la base para medir los resultados de los ingresos y que los gestores pongan los esfuerzos necesarios para alcanzar al menos este margen de maniobrabilidad y mantener la premisa fundamental de la sostenibilidad económica.

El hotel y restaurante estarán en calidad de alquiler para cualquier franquicia e inversionista.

H. DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE SEGURIDAD

Servicios	PE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Proyección de ventas	Margen de seguridad	Proyección de ventas	Margen de seguridad	Proyección de ventas	Margen de seguridad	Proyección de ventas	Margen de seguridad	Proyección de ventas	Margen de seguridad
Teleférico	\$ 167,319.87	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ 559,350.000	70.1%	\$ 871,715.000	80.8%
Hotel*	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ 60,000.000	100.0%	\$ 60,000.000	100.0%
Restaurante*	\$ -	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ 36,000.000	100.0%	\$ 36,000.000	100.0%
Tirolesa	\$ 69.29	\$ 1,308,352.500	100.0%	\$ 988,065.000	100.0%	\$ 1,094,827.500	100%	\$ 1,628,640.000	100.0%	\$ 1,842,165.000	100.0%
Parque Acuático	\$ 6,931.48	\$ 130,835.250	94.7%	\$ 98,806.500	100.0%	\$ 109,482.750	94%	\$ 162,864.000	95.7%	\$ 184,216.500	96.2%
Estacionamiento	\$ 21,652.45	\$ 87,223.500	75.2%	\$ 65,871.000	100.0%	\$ 72,988.500	70%	\$ 108,576.000	80.1%	\$ 122,811.000	82.4%

Servicios	PE	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8	
		Proyección de ventas	Margen de seguridad	Proyección de ventas	Margen de seguridad	Proyección de ventas	Margen de seguridad
Teleférico	\$ 167,319.87	\$ 1,421,715.000	88.2%	\$ 1,811,715.000	90.8%	\$ 1,971,715.000	91.5%
Hotel*	\$ -	\$ 60,000.000	100.0%	\$ 60,000.000	100.0%	\$ 60,000.000	100.0%
Restaurante*	\$ -	\$ 36,000.000	100.0%	\$ 36,000.000	100.0%	\$ 36,000.000	100.0%
Tirolesa	\$ 69.29	\$ 2,337,165.000	100.0%	\$ 2,697,165.000	100.0%	\$ 2,832,165.000	100.0%
Parque Acuático	\$ 6,931.48	\$ 233,716.500	97.0%	\$ 269,716.500	97.4%	\$ 283,216.500	97.6%
Estacionamiento	\$ 21,652.45	\$ 155,811.000	86.1%	\$ 179,811.000	88.0%	\$ 188,811.000	88.5%

El margen de seguridad, hace referencia al porcentaje en que las ventas pueden caer, sin que esto comprometa de alguna manera entrar en la zona de pérdidas, por debajo del P.E en unidades monetarias, el margen de seguridad calculado es fluctuante para cada servicio, lo positivo es que en todos los márgenes de seguridad es alentador en donde los servicios y las ventas pudiesen disminuir, sin que esto comprometa el horizonte de operación del teleférico.

I. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros pro forma son las proyecciones financieras del proyecto de inversión que se elaboran para la vida útil estimada del modelo. Dichos estados financieros revelan el comportamiento que tendrá el modelo de gestión en el futuro en cuanto a las necesidades de fondos, los efectos del comportamiento de costos, gastos e ingresos, el impacto del costo financiero, los resultados en términos de utilidades, la generación de efectivo y la obtención de dividendos. Es importante señalar que los estados financieros pro forma sirven de base para los indicadores financieros que se elaboran al realizar la evaluación financiera del proyecto. Los estados financieros pro forma fundamentales son: el estado de resultados, el flujo de efectivo y el balance general (o estado de situación financiera). Los estados financieros proforma permiten pronosticar o conocer de manera aproximada los valores que se pueden obtener con la puesta en marcha del proyecto, estos resultados pueden arrojar cifras favorables o desfavorables, esto dependiendo de las proyecciones realizadas de la demanda y de los costos de prestación del servicio que se obtengan en un periodo dado, lógicamente con la implementación de un proyecto se pretenden obtener resultados favorables, los cuales se pueden conocer de manera aproximada mediante las proyecciones realizadas en los estados financieros proforma, para el modelo se realizan los siguientes:

- a. Estado de Resultados
- b. Flujo de Efectivo
- c. Balance General

Se presentarán para su análisis los estados financieros mencionados anteriormente, se presentarán pormenorizados para el primer año de gestión, haciendo notar la estacionalidad de la demanda de los servicios turísticos en El Salvador, pero también se presentarán para conocer los primeros ocho años de operación del teleférico, proyectando los ingresos y variables financieras que intervengan.

1. Estado de resultados proforma

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO POR VENTAS	\$ 142,290.69	\$ 144,186.33	\$ 153,209.12	\$ 146,356.98	\$ 138,183.76	\$ 142,175.94	\$ 135,513.55	\$ 153,209.12	\$ 145,114.05	\$ 142,290.69	\$ 147,712.41	\$ 154,227.35
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50	\$ 21,157.50
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 121,133.19	\$ 123,028.83	\$ 132,051.62	\$ 125,199.48	\$ 117,026.26	\$ 121,018.44	\$ 114,356.05	\$ 132,051.62	\$ 123,956.55	\$ 121,133.19	\$ 126,554.91	\$ 133,069.85
(-) COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91	\$ 8,603.91
(-) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41	\$ 8,501.41
(-) COSTO FINANCIEROS	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31	\$ 4,273.31
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 99,754.56	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81	\$ 86,139.81
(-) IMPUESTOS (ISR)	\$ 24,938.64	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95	\$ 21,534.95
(=) UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 74,815.92	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86	\$ 64,604.86

Tabla 116 Estado de resultados año 1 de operación

El estado de resultados muestra en resumen la utilidad neta que el modelo reporta período a período, demostrando para el primer año la estacionalidad que se espera cumpla la afluencia de turistas y visitantes; es posible observar que en todos los meses de operación para el primer año el modelo reporta ganancias.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
INGRESO POR VENTAS	\$ 1,744,470.00	\$ 1,317,420.00	\$ 1,459,770.00	\$ 2,826,870.00	\$ 3,423,935.00	\$ 4,633,935.00	\$ 5,503,935.00	\$ 5,843,935.00
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 253,890.03	\$ 256,682.82	\$ 259,249.65	\$ 261,323.65	\$ 264,459.53	\$ 267,368.59	\$ 270,577.01	\$ 274,094.51
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 1,490,579.97	\$ 1,060,737.18	\$ 1,200,520.35	\$ 2,565,546.35	\$ 3,159,475.47	\$ 4,366,566.41	\$ 5,233,357.99	\$ 5,569,840.49
(-) COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 103,246.88	\$ 104,382.60	\$ 105,426.42	\$ 106,269.83	\$ 107,545.07	\$ 108,728.07	\$ 110,032.80	\$ 111,463.23
(-) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 102,016.88	\$ 103,139.06	\$ 104,170.45	\$ 105,003.82	\$ 106,263.86	\$ 107,432.77	\$ 108,721.96	\$ 110,135.35
(-) COSTO FINANCIEROS	\$ 51,279.77	\$ 51,843.85	\$ 52,362.28	\$ 52,781.18	\$ 53,414.56	\$ 54,002.12	\$ 54,650.14	\$ 55,360.59
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,234,036.44	\$ 801,371.67	\$ 938,561.19	\$ 2,301,491.52	\$ 2,892,251.98	\$ 4,096,403.46	\$ 4,959,953.08	\$ 5,292,881.32
(-) IMPUESTOS (ISR)	\$ 308,509.11	\$ 200,342.92	\$ 234,640.30	\$ 575,372.88	\$ 723,062.99	\$ 1,024,100.87	\$ 1,239,988.27	\$ 1,323,220.33
(=) UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 925,527.33	\$ 601,028.75	\$ 703,920.89	\$ 1,726,118.64	\$ 2,169,188.98	\$ 3,072,302.60	\$ 3,719,964.81	\$ 3,969,660.99

Tabla 117 estado de resultados horizonte

Conocer año tras año la evolución en las ventas y la utilidad reportada en el estado de resultados, es fundamental para asegurar que la toma de decisiones que se realice sea hecha en base a los resultados arrojados por los estados financieros, y decidir sobre las generación de las utilidades esperadas es parte de la información que el estado de resultados aporta.

Al visualizar la prospección del horizonte del proyecto, es posible notar que en ningún año se reporta perdidas, por el contrario la sólida estructura financiera con la que se cuenta es capaz de resistir las dificultades propias del desarrollo de la industria turística nacional, en el primer año de operación se reportan utilidades por el orden de \$ 925,527.33. Al cabo de ocho años en que se crean las condiciones favorables para aumentar el flujo turístico y mantener las proyecciones lo más cercanas a la realidad posible, es que el modelo reporta utilidades superiores a los \$3, 000,000.00 lo cual solo demuestra que las proyecciones realizadas apuntan a la sostenibilidad económica del teleférico.

2. Estado de flujo de efectivo

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo Inicial	\$629,254.58	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		591,115.35	563,932.66	550,312.73	534,958.67	517,313.22	507,073.27	494,396.51	498,160.62	494,912.39	490,358.71	486,943.45
(+) Ingresos por ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	142,290.69	144,186.33	153,209.12	146,356.98	138,183.76	142,175.94	135,513.55	153,209.12	145,114.05	142,290.69	142,290.69	147,712.41
(-) Costos de operación	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50	21,157.50
(=) Utilidad Bruta	\$750,387.77	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		714,144.18	695,984.27	675,512.20	651,984.94	638,331.66	621,429.32	626,448.13	622,117.17	616,045.59	611,491.90	613,498.35
(-) Costos de administración	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91	8,603.91
(-) Costos de comercialización	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41	8,501.41
(-) Costos Financieros	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31	4,273.31
(+) Depreciación y Amortización	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15	49,703.15
(-) Impuesto ISR	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	187,596.94	178,536.05	173,996.07	168,878.05	162,996.23	159,582.92	155,357.33	156,612.03	155,529.29	154,011.40	152,872.98	153,374.59
(-) Amortización al capital												
(=) Saldo Final	\$591,115.35	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		563,932.66	550,312.73	534,958.67	517,313.22	507,073.27	494,396.51	498,160.62	494,912.39	490,358.71	486,943.45	488,448.28

Tabla 118 flujo de efectivo año 1 de operación

Esta tabla representa la variación de a entrada y salida de efectivo para el primer año de operación del teleférico en el cual se observa solo valores positivos. El flujo de efectivo para el teleférico, ayuda a los gestores a definir la capacidad de convertir las operaciones turísticas en activos líquidos de fácil realización, lo que genera certidumbre para la administración y genera el ambiente financiero para la toma oportuna de decisiones, incluso de reinversión de los activos.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Saldo Inicial	\$629,254.58	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		1,929,770.18	2,579,952.81	3,169,833.51	4,629,353.90	6,166,217.60	8,221,193.32	10,409,220.81
(+) Ingresos por ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1,744,470.00	1,317,420.00	1,459,770.00	2,826,870.00	3,423,935.00	4,633,935.00	5,503,935.00	5,843,935.00

(-) Costos de operación	\$ 253,890.03	\$ 256,682.82	\$ 259,249.65	\$ 263,916.15	\$ 267,083.14	\$ 270,021.05	\$ 273,261.31	\$ 276,813.70
(=) Utilidad Bruta	\$ 2,119,834.55	\$ 2,990,507.36	\$ 3,780,473.16	\$ 5,732,787.37	\$ 7,786,205.76	\$ 10,530,131.55	\$ 13,451,867.02	\$ 15,976,342.10
(-) Costos de administración	\$ 103,246.88	\$ 104,382.60	\$ 105,426.42	\$ 107,324.10	\$ 108,611.99	\$ 109,806.72	\$ 111,124.40	\$ 112,569.02
(-) Costos de comercialización	\$ 102,016.88	\$ 103,139.06	\$ 104,170.45	\$ 106,045.52	\$ 107,318.07	\$ 108,498.57	\$ 109,800.55	\$ 111,227.96
(-) Costos Financieros	\$ 51,279.77	\$ 51,843.85	\$ 52,362.28	\$ 53,304.80	\$ 53,944.46	\$ 54,537.85	\$ 55,192.31	\$ 55,909.81
(+) Depreciación y Amortización	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80	\$ 596,437.80
(-) Impuesto ISR	\$ 529,958.64	\$ 747,626.84	\$ 945,118.29	\$ 1,433,196.84	\$ 1,946,551.44	\$ 2,632,532.89	\$ 3,362,966.75	\$ 3,994,085.53
(-) Amortización al capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Saldo Final	\$ 1,929,770.18	\$ 2,579,952.81	\$ 3,169,833.51	\$ 4,629,353.90	\$ 6,166,217.60	\$ 8,221,193.32	\$ 10,409,220.81	\$ 12,298,987.60

Tabla 119 flujo de efectivo horizonte del teleférico San Jacinto

El flujo de efectivo que el modelo reporta para los cinco años de análisis proyectados representa un escenario clave para el identificar de la situación de liquidez del modelo, a parte que se conocen los gastos en que se incurren y los rubros en que se está movilizand más el efectivo que genera el teleférico. Es fundamental conocer la posición en que el teleférico se encontrará a futuro para crear los planes de gasto y reinversión que aseguren la permeancia de las operaciones en el tiempo y por ende identificar concienzudamente y realizar las previsiones adecuadas para las proyecciones del teleférico, lo que hace fundamental conocer a profundidad la rapidez con que se puede contar con efectivo para cubrir estas previsiones o incluso para afrontar situaciones fuera de los planes que exijan acciones inmediatas y liquidez operacional, por lo que se cuenta con un aceptable margen de efectivo que haga frente a los cambios; al cabo de ocho años operativos el modelo contará de forma proyectada con \$ 12,298,987.60 como activos líquidos disponible.

3. Balance general

	Año 0	Año 1	año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
ACTIVOS									
Circulante									
Caja	\$629,254.58	\$ 1,999,024.57	\$ 2,579,952.81	\$ 3,169,833.51	\$ 4,629,353.90	\$ 6,166,217.60	\$ 8,221,193.32	\$ 10,409,220.81	\$ 12,298,987.60
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activo circulante	\$629,254.58	\$ 1,999,024.57	\$ 2,579,952.81	\$ 3,169,833.51	\$ 4,629,353.90	\$ 6,166,217.60	\$ 8,221,193.32	\$ 10,409,220.81	\$ 12,298,987.60
No circulante									
Mobiliario y Equipo	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40	\$ 60,221.40
Terreno	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00	\$ 4,454,000.00
Infraestructura	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00	\$ 11,928,755.00
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 596,437.80	\$ 1,192,875.60	\$ 1,789,313.40	\$ 2,385,751.20	\$ 2,982,189.00	\$ 3,578,626.80	\$ 4,175,064.60	\$ 4,771,502.40
Total activo no circulante	\$ 16,442,976.40	\$ 15,846,538.60	\$ 15,250,100.80	\$ 14,653,663.00	\$ 14,057,225.20	\$ 13,460,787.40	\$ 12,864,349.60	\$ 12,267,911.80	\$ 11,671,474.00
Diferido									
Administración del Proyecto	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33	\$ 119,339.33
Gastos legales para la Operación	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00	\$ 11,550.00
Investigación y estudios previos	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75	\$ 21,686.75
Capacitaciones	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00	\$ 3,058.00
Publicidad	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90	\$ 32,212.90
Total activo diferido	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98	\$ 187,846.98
TOTAL ACTIVO	\$17,260,077.96	\$ 18,033,410.15	\$ 18,017,900.59	\$ 18,011,343.49	\$ 18,874,426.08	\$ 19,814,851.98	\$ 21,273,389.90	\$ 22,864,979.59	\$ 24,158,308.58
PASIVO									
Pasivo circulante									
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84
Otros pasivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total pasivo circulante	\$ -	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84	\$ 921,975.84
Pasivo no circulante									
Deuda a largo plazo	\$16,630,823.38	\$15,708,847.54	\$ 14,786,871.70	\$ 13,864,895.86	\$ 12,942,920.02	\$ 12,020,944.18	\$ 11,098,968.34	\$ 10,176,992.50	\$ 9,255,016.66

Total pasivo no circulante	\$ 16,630,823.38	\$15,708,847.54	\$ 14,786,871.70	\$ 13,864,895.86	\$ 12,942,920.02	\$ 12,020,944.18	\$ 11,098,968.34	\$ 10,176,992.50	\$ 9,255,016.66
Total pasivo	\$ 16,630,823.38	\$ 16,630,823.38	\$ 15,708,847.54	\$ 14,786,871.70	\$ 13,864,895.86	\$ 12,942,920.02	\$ 12,020,944.18	\$ 11,098,968.34	\$ 10,176,992.50
PATRIMONIO									
Capital	\$629,254.58	\$629,254.58	\$ 1,554,781.91	\$ 2,263,721.62	\$ 3,095,353.58	\$ 4,566,318.21	\$ 6,082,494.09	\$ 7,977,535.23	\$ 9,965,058.69
Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ -	\$ 925,527.33	\$ 601,028.75	\$ 703,920.89	\$ 1,722,209.57	\$ 2,165,233.01	\$ 3,068,303.11	\$ 3,715,917.33	\$ 3,965,560.89
TOTAL PASIVO+CAPITAL	\$ 17,260,077.96	\$ 18,033,410.15	\$ 18,017,900.59	\$ 18,011,343.49	\$ 18,874,426.08	\$ 19,814,851.98	\$ 21,273,389.90	\$ 22,864,979.59	\$ 24,158,308.58

Tabla 120 balance general consolidado para 8 años del teleférico San Jacinto

J. EVALUACIONES DEL TELEFERICO SAN JACINTO

1. Evaluación económica

En este apartado se realiza una evaluación Económica para el modelo, la cual busca identificar los méritos propios del mismo, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera. Entre los aspectos a evaluar se encuentra:

1. La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR).
2. Valor Actual Neto (VAN).
3. Tasa Interna de Retorno (TIR).
4. Relación Beneficio-Costo (B/C).
5. Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI)

a. Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona o entidad gubernamental, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). La referencia para que ésta tasa sea determinada es el índice inflacionario.

Por lo tanto, la TMAR para el inversionista se calcula de la siguiente manera:

$$TMAR = i + R + (i * R)$$

Dónde:

R: Premio al riesgo.

i: Tasa de inflación (%)

Tasa de Inflación	
año	%
2015	1%
2016	1.70%
2017	1.8%
2018	1.80%
2019	1.90%
i Promedio	1.71%

$$TMAR = 1.71\% + (9.36\%) + (1.71\% * 9.36\%)$$

$$TMAR = 11.23\%$$

La tasa mínima aceptable de rendimiento es 11.23%, y se tomará de referencia para efectos de comparación de la conveniencia o no del proyecto económicamente hablando, con esta tasa se espera cubrir o ganar un rendimiento por lo menos igual al índice inflacionario, sin

embargo como inversionistas no solo se espera mantener el poder adquisitivo de la inversión (al cubrir la inflación) sino que se espera tener un rendimiento que haga crecer el monto invertido además de haber compensado la inflación.

b. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto se define como la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. Es decir, que comparan en el tiempo cero del proyecto las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producirlas. La tasa que se utiliza para descontar los flujos de fondos, es la rentabilidad mínima aceptable.

5 AÑOS	Inversión Inicial	\$17,260,444.64
	VAN	-\$ 5,575,368.13
8 AÑOS	VAN	\$ 8,834,738.99

Tabla 121 van obtenida mediante hojas de Excel

- El resultado de la VAN para 5 años que arroja es negativo esto quiere decir que el proyecto no es aceptable por las consideraciones tomadas anteriormente VAN<0
- La VAN para los 8 años es de \$ 8,834,738.99 lo que significa que el proyecto puede aceptarse ya que de acuerdo al cuadro anterior la VAN es mayor que cero, esto significa que la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

c. Tasa Interna de Retorno (TIR)

	FEN 0	FEN 1	FEN 2	FEN 3	FEN 4	FEN 5	FEN 6	FEN 7	FEN 8
Inversión Inicial	-\$ 17,260,444.64	\$ 1,929,770.18	\$ 2,579,952.81	\$ 3,169,833.51	\$ 4,629,353.90	\$ 6,166,217.60	\$ 8,221,193.32	\$ 10,409,220.81	\$ 12,298,987.60
5 AÑOS	INVERSIÓN INICIAL		-\$17,260,444.64						
	TMAR		11.23%						
	TIR		-0.3%						
	VAN		-\$ 5,575,368.13						
8 AÑOS	TIR		20%						
	VAN		\$ 8,834,738.99						

Tabla 122 TIR obtenida con hojas de cálculo de Excel

Debido a que la Tasa Interna de retorno es mayor a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno, conviene llevar a cabo el modelo desde el punto de vista económico. Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento de la VAN y la inversión inicial.

d. Relación beneficio costo

El análisis beneficio/costo es una herramienta financiera que mide la relación entre los beneficios y costos asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

La relación Beneficio/costo conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos entre el valor actual de los costos de inversión o costos totales de un proyecto.

El análisis de la relación B/C, toma los valores mayores, menores o iguales a 1, lo que significa lo siguiente:

- Si $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- Si $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- Si $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Año	B	C	B/C
1	\$ 1,744,470.00	\$ 510,433.56	3.4
2	\$ 1,317,420.00	\$ 516,048.33	2.6
3	\$ 1,459,770.00	\$ 521,208.81	2.8
4	\$ 2,826,870.00	\$ 530,590.57	5.3
5	\$ 3,423,935.00	\$ 536,957.66	6.4
6	\$ 4,633,935.00	\$ 542,864.19	8.5
7	\$ 5,503,935.00	\$ 549,378.56	10.0
8	\$ 5,843,935.00	\$ 556,520.48	10.5
Consolidado	\$ 26,754,270.0	\$ 4,264,002.2	6.3

El resultado obtenido del cálculo anterior es: 6.3 lo que nos indica que por cada dólar invertido estamos esperando \$6.3. El valor obtenido es mayor que lo que implica que los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto, el proyecto es aconsejable.

c. Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI)

Tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto. Para obtener el tiempo de recuperación de la inversión se utiliza el índice obtenido de la inversión total entre la utilidad promedio. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversión Total}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

UTILIDAD NETA	INVERSIÓN INICIAL	TRI
\$ 925,527.33	\$17,260,444.64	8.2
\$ 601,028.75		
\$ 703,920.89		
\$ 1,722,209.57		
\$ 2,165,233.01		
\$ 3,068,303.11		
\$ 3,715,917.33		
\$ 3,965,560.89		
PROMEDIO \$ 2,108,462.61		

Tabla 123 Tiempo de recuperación de la inversión

El tiempo de recuperación de la inversión es de 8 años con aproximadamente 3 meses. El resultado obtenido se considera atractivo debido a que se espera recuperar la inversión en un periodo de tiempo tal que es factible alargar las operaciones del teleférico más allá del horizonte de estudio y teniendo en cuenta que es una inversión considerable.

2. Evaluación financiera

La evaluación financiera del teleférico se realiza con la finalidad de determinar la rentabilidad de la inversión inicial, además genera información que nos permite comparar el plan en diferentes escenarios. La evaluación financiera juzga el plan desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el teleférico.

Para llevar a cabo la evaluación financiera es esencial el uso de las razones financieras que nos permitirán identificar puntos fuertes y débiles en la prestación de servicios de paquetes turísticos

a. Ratios de actividad

Volumen de negocios que el modelo genera con su inversión en activos. Rotación del activo total o índice de eficiencia operacional o Volumen de negocios que la empresa genera con su inversión en activos. Es el número de veces que, en un determinado período de tiempo, un dólar invertido se convierte en una venta. Este índice muestra que por cada dólar invertido en el activo en operación se obtiene una cantidad como ventas netas.

Rotación de Activos Totales								
Información	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ventas Anuales	\$ 1,744,470.00	\$ 1,317,420.00	\$ 1,459,770.00	\$ 2,826,870.00	\$ 3,423,935.00	\$ 4,633,935.00	\$ 5,503,935.00	\$ 5,843,935.00
Activos Totales	\$ 17,260,077.96	\$ 17,576,824.76	\$ 17,675,461.55	\$ 17,754,514.21	\$ 18,681,804.12	\$ 19,670,385.51	\$ 21,165,040.05	\$ 22,783,717.20
Rotación de Activos Totales	0.10	0.07	0.08	0.16	0.18	0.24	0.26	0.26

Análisis:

De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla, desde el año 1 al año 5 no se utiliza más del 0.2 de los recursos que se tienen, para los siguientes años se utilizan más de 0.2 los recursos que se tiene para generar ventas que es cuando ya entra en juego la parte alta. Esto indica que las ventas se aprovechan de manera eficiente y compensan la inversión de activos que se posee.

b. Ratios de rentabilidad

Rentabilidad sobre ventas: Utilidad después de impuestos por dólar de ventas o también es el porcentaje de utilidad de las ventas después de impuestos.

Información	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Utilidad Netas	\$ 925,527.33	\$ 601,028.75	\$ 703,920.89	\$ 1,726,118.64	\$ 2,169,188.98	\$ 3,072,302.60	\$ 3,719,964.81	\$ 3,969,660.99
Ventas Netas	\$ 1,744,470.00	\$ 1,317,420.00	\$ 1,459,770.00	\$ 2,826,870.00	\$ 3,423,935.00	\$ 4,633,935.00	\$ 5,503,935.00	\$ 5,843,935.00

Rentabilidad sobre ventas	0.53	0.46	0.48	0.61	0.63	0.66	0.68	0.68
----------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Análisis:

Se están generando utilidades para la sostenibilidad económica del teleférico San Jacinto.

Rentabilidad sobre los activos.

Utilidad después de impuestos por dólar de activos, a este ratio se le conoce también como rendimiento sobre la inversión.

Rendimiento sobre Activos								
Información	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Utilidad Neta	\$ 925,527.33	\$ 601,028.75	\$ 703,920.89	\$ 1,722,209.57	\$ 2,165,233.01	\$ 3,068,303.11	\$ 3,715,917.33	\$ 3,965,560.89
Activos Totales	\$ 17,260,077.96	\$ 17,576,824.76	\$ 17,675,461.55	\$ 17,754,514.21	\$ 18,681,804.12	\$ 19,670,385.51	\$ 21,165,040.05	\$ 22,783,717.20
ROA	5%	3%	4%	10%	12%	16%	18%	17%

Análisis: Es fácilmente observable el hecho de que la inversión empieza a rendir frutos a partir del primer año de operación, aunque de forma discreta, pero empieza a despuntar a partir del año 4 cuando se pone en funcionamiento la fase dos o parte alta del teleférico, ya que los activos fijos totales están presentando el rendimiento adecuado y el índice del rendimiento sobre la inversión avala el funcionamiento financiero, al mantenerse sobre el promedio esperado de la industria.

c. Ratios de Solidez y Solvencia

Índice de Solvencia (IS): Este considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier instancia del tiempo y es comparable con diferentes entidades de la misma actividad.

Índice de Solvencia								
Información	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8

Activo Circulante	\$ 1,542,439.18	\$ 2,237,513.77	\$ 2,913,004.23	\$ 4,441,295.90	\$ 6,029,792.83	\$ 8,123,544.28	\$ 10,340,709.60	\$ 12,252,391.20
Pasivo Circulante	\$ 308,509.11	\$ 200,342.92	\$ 234,640.30	\$ 575,372.88	\$ 723,062.99	\$ 1,024,100.87	\$ 1,239,988.27	\$ 1,323,220.33
IS	5.0	11.2	12.4	7.7	8.3	7.9	8.3	9.3

Análisis: existe una solvencia por parte del Teleférico San Jacinto en el tiempo, los índices son mayores que uno lo cual significa por ejemplo para el año que tenemos \$5.00 por cada dólar representativo en deuda. Esto no es positivo del todo pues es interesante conocer las escalas de índice de solvencia por sector, un índice mayor que uno puede resultar en una improductividad del activo en un determinado sector y será necesario efectuar acciones correctivas.

3. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se realiza para considerar los posibles escenarios que pueden surgir en el desarrollo del proyecto, proporciona información para la toma de decisiones, dentro de los riesgos que se pueden presentar se encuentran los siguientes:

Riesgos de costo, sobrepasar los costos de desarrollo previstos, cambios en el alcance y los requerimientos de la parte del cliente, mala estimación de los costos durante la fase de inicialización

Riesgos externos, cambios de preferencias en el mercado, inflación, problemas con proveedores, etc.

Para cada uno de los escenarios, se consideró una evaluación para los 8 años considerados para evaluar el modelo. Se utiliza el estado de resultados para realizar las variaciones que se pueden presentar y de algunos indicadores financieros.

a. Escenario 1: Ventas disminuyen 40%

VENTAS DISMINUYEN 40%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
INGRESO POR VENTAS	\$ 1,046,682.00	\$ 790,452.00	\$ 875,862.00	\$ 1,696,122.00	\$ 2,054,361.00	\$ 2,780,361.00	\$ 3,302,361.00	\$ 3,506,361.00
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 253,890.03	\$ 256,682.82	\$ 259,249.65	\$ 263,916.15	\$ 267,083.14	\$ 270,021.05	\$ 273,261.31	\$ 276,813.70
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 792,791.97	\$ 533,769.18	\$ 616,612.35	\$ 1,432,205.85	\$ 1,787,277.86	\$ 2,510,339.95	\$ 3,029,099.69	\$ 3,229,547.30
(-) COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 103,246.88	\$ 104,382.60	\$ 105,426.42	\$ 107,324.10	\$ 108,611.99	\$ 109,806.72	\$ 111,124.40	\$ 112,569.02
(-) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 102,016.88	\$ 103,139.06	\$ 104,170.45	\$ 106,045.52	\$ 107,318.07	\$ 108,498.57	\$ 109,800.55	\$ 111,227.96
(-) COSTO FINANCIEROS	\$ 51,279.77	\$ 51,843.85	\$ 52,362.28	\$ 53,304.80	\$ 53,944.46	\$ 54,537.85	\$ 55,192.31	\$ 55,909.81
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 536,248.44	\$ 274,403.67	\$ 354,653.19	\$ 1,165,531.43	\$ 1,517,403.34	\$ 2,237,496.81	\$ 2,752,982.44	\$ 2,949,840.52
(-) IMPUESTOS (ISR)	\$ 134,062.11	\$ 68,600.92	\$ 88,663.30	\$ 291,382.86	\$ 379,350.84	\$ 559,374.20	\$ 688,245.61	\$ 737,460.13
(=) UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 402,186.33	\$ 205,802.75	\$ 265,989.89	\$ 874,148.57	\$ 1,138,052.51	\$ 1,678,122.61	\$ 2,064,736.83	\$ 2,212,380.39
Promedio Utilidad	\$ 1,105,177.48							
TRI	\$ 15.62							

5 AÑOS	Inversión Inicial	-\$17,260,444.64
	TMAR	11.23%
	TIR	-2.8%
	VAN	-\$6,818,532.29
8 AÑOS	TIR	19%
	VAN	\$7,451,963.45

Conclusión: con la disminución del 40% de las ventas la rentabilidad del proyecto se ve afectada para un periodo de 8 años, pues con este escenario el tiempo de recuperación de la inversión aumenta hasta 15.62 años, este escenario es posible dada la reciente pandemia del COVID-19 tendría que realizarse una evaluación mayor a 8 años para determinar la rentabilidad del proyecto.

b. Escenario 2: Ventas aumentan 20%

VENTAS AUMENTAN 20%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
INGRESO POR VENTAS	\$ 2,093,364.00	\$ 1,580,904.00	\$ 1,751,724.00	\$ 3,392,244.00	\$ 4,108,722.00	\$ 5,560,722.00	\$ 6,604,722.00	\$ 7,012,722.00
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 253,890.03	\$ 256,682.82	\$ 259,249.65	\$ 261,323.65	\$ 264,459.53	\$ 267,368.59	\$ 270,577.01	\$ 274,094.51
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 1,839,473.97	\$ 1,324,221.18	\$ 1,492,474.35	\$ 3,130,920.35	\$ 3,844,262.47	\$ 5,293,353.41	\$ 6,334,144.99	\$ 6,738,627.49
(-) COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 103,246.88	\$ 104,382.60	\$ 105,426.42	\$ 106,269.83	\$ 107,545.07	\$ 108,728.07	\$ 110,032.80	\$ 111,463.23
(-) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 102,016.88	\$ 103,139.06	\$ 104,170.45	\$ 105,003.82	\$ 106,263.86	\$ 107,432.77	\$ 108,721.96	\$ 110,135.35
(-) COSTO FINANCIEROS	\$ 51,279.77	\$ 51,843.85	\$ 52,362.28	\$ 52,781.18	\$ 53,414.56	\$ 54,002.12	\$ 54,650.14	\$ 55,360.59
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,582,930.44	\$ 1,064,855.67	\$ 1,230,515.19	\$ 2,866,865.52	\$ 3,577,038.98	\$ 5,023,190.46	\$ 6,060,740.08	\$ 6,461,668.32
(-) IMPUESTOS (ISR)	\$ 395,732.61	\$ 266,213.92	\$ 307,628.80	\$ 716,716.38	\$ 894,259.74	\$ 1,255,797.62	\$ 1,515,185.02	\$ 1,615,417.08
(=) UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 1,187,197.83	\$ 798,641.75	\$ 922,886.39	\$ 2,150,149.14	\$ 2,682,779.23	\$ 3,767,392.85	\$ 4,545,555.06	\$ 4,846,251.24
Promedio Utilidad	\$ 2,612,606.69							
TRI	\$ 5.37							

5 AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	-\$17,260,444.64
	TMAR	11.23%
	TIR	1.0%
	VAN	-\$ 4,953,786.05
8 AÑOS	TIR	21%
	VAN	\$9,526,126.77

Conclusión: con el aumento del 20% de las ventas el tiempo de recuperación de la inversión se reduce a 5.37 años lo cual resulta ser atractivo.

4. Evaluación socio-económica

La evaluación socio-económica busca identificar, cuantificar y valorar todos los costos y beneficios que genera una inversión para la sociedad en su conjunto; se apoya de algunas disciplinas como: la economía, finanzas, estadística, ingeniería, entre otras y emite recomendaciones basadas en indicadores de rentabilidad, utilizando metodologías específicas y particulares según el tipo de proyecto, generando resultados comparables entre sí, que permiten a quien toma decisiones jerarquizar entre varias ideas de inversión de diferentes sectores.

El bienestar social de una comunidad depende de muchos factores como la cantidad de bienes y servicios disponibles, de la libertad política, del respeto al derecho de la propiedad, a las instituciones y al ejercicio de otros derechos humanos, además de alianzas y convenios con otros países entre otros factores.

La evaluación socio económica mide la contribución del proyecto en cuanto al desarrollo social y económico de la zona objeto de estudio. Los beneficios y costos sociales intangibles, aunque no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en la evaluación con respecto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el bienestar y la calidad de vida de la población en la zona.

a. Geografía

El municipio de Soyapango está ubicado en la zona central del país, en el centro de la región metropolitana del departamento de San Salvador, con una extensión territorial de 29.72 km². La ciudad abarca casi la totalidad del municipio.

El centro de Soyapango, está situado a 648 msnm a 7 km al este de la ciudad de San Salvador, limita al norte con los municipios de: Ciudad Delgado y Tonacatepeque, al sur colinda con Santo Tomas y San Marcos, al este con el municipio de Ilopango y al oeste con Ciudad Delgado y San Salvador Soyapango tiene una extensión territorial de 29.72 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 243 mil habitantes y se encuentra a 650 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1969 y se encuentra a una distancia de 6 kilómetros de San Salvador.

b. Recursos naturales

Los ríos que cruzan el territorio de Soyapango son, El Acelhuate, El Cañas, Tapachula, Chantecuan, El Sumpa, El Sauce y el Chagüite. Además de los ríos mencionados existen dos quebradas que son: El Arenal y El Aposento y otras de menor impacto. Debido al crecimiento poblacional, comercial e industrial estas fuentes presentan un alto índice de contaminación por residuos industriales, desechos y aguas residuales que se vierten en estos.

El municipio de Soyapango posee una finca convertida en un parque natural donde se pueden disfrutar de un clima agradable, vistas panorámicas de zonas montañosas, juegos extremos, senderos y mucho más.

Los rasgos orográficos más notables son los cerros San Jacinto y El Mirador que está ubicado en sierra morena II, Soyapango presenta una topografía con características que van de

onduladas montañas accidentadas en su costado sur, siendo menos pronunciadas en el resto del municipio.

c. Variables demográficas

Población

06-SAN SALVADOR	1,567,156	728,797	838,359
Aguilares	21,267	9,844	11,423
Apopa	131,286	61,172	70,114
Ayutuxtepeque	34,710	17,076	17,634
Cuscatancingo	66,400	30,782	35,618
Delgado	120,200	56,297	63,903
El Paisnal	14,551	7,084	7,467
Guazapa	22,906	11,116	11,790
Ilopango	103,862	47,726	56,136
Mejicanos	140,751	64,509	76,242
Nejapa	29,458	14,290	15,168
Panchimalco	41,260	19,957	21,303
Rosario de Mora	11,377	5,546	5,831
San Marcos	63,209	29,617	33,592
San Martín	72,758	34,050	38,708
San Salvador	316,090	144,217	171,873
Santiago Texacuangos	19,428	9,351	10,077
Santo Tomás	25,344	12,151	13,193
Soyapango	241,403	111,234	130,169
Tonacatepeque	90,896	42,778	48,118

Tiene una población estimada de 241,403 personas en un área de 29,12 km², siendo la tercera ciudad más poblada del país.

Ilustración 93 Censo poblacional 2007 (DIGESTYC)

Nivel de empleo

En este municipio se desarrollaba la actividad industrial más fuerte e importante del país, existen 42 grandes empresas, las que absorben el 36% de la mano de obra local, destacándose los siguientes: productos alimenticios (pastas, café, harinas, boquinas, bebidas, jugos enlatados, etc.), textiles, artículos de cuero, cerillos, pasta dental, mobiliario casero y de oficina, cosméticos, equipos de aire acondicionado, productos farmacéuticos, pinturas, detergentes, lejías, productos avícolas, así como objetos de papel y carbón.

Generación de empleos directos

Según los datos obtenidos en la etapa de Diseño, para que el Teleférico San Jacinto se pueda administrar de forma eficiente, es necesario contratar 28 personas para las diferentes actividades que se necesitan realizar. La generación de estos empleos beneficia tanto a los involucrados directos, como al núcleo familiar de cada persona.

Generación de Empleos Indirectos

El desarrollo de inversión en la reactivación del Teleférico San Jacinto traerá beneficios a los pequeños comerciantes que tendrán actividades dentro de las instalaciones o en las afueras del mismo, lo que se traducirá en mejora para la economía de cada uno de sus núcleos familiares. El Ministerio de Turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector

de turismo se generan tres empleos indirectos. Esto significa que si al año el Teleférico genera 28 empleos directos, se estará generando a su vez 84 empleos indirectos, entre los cuales están los comerciantes de diferentes productos con los que se abastece el parque, las personas del transporte público de la zona, negocios pequeños de los pobladores, entre otros.

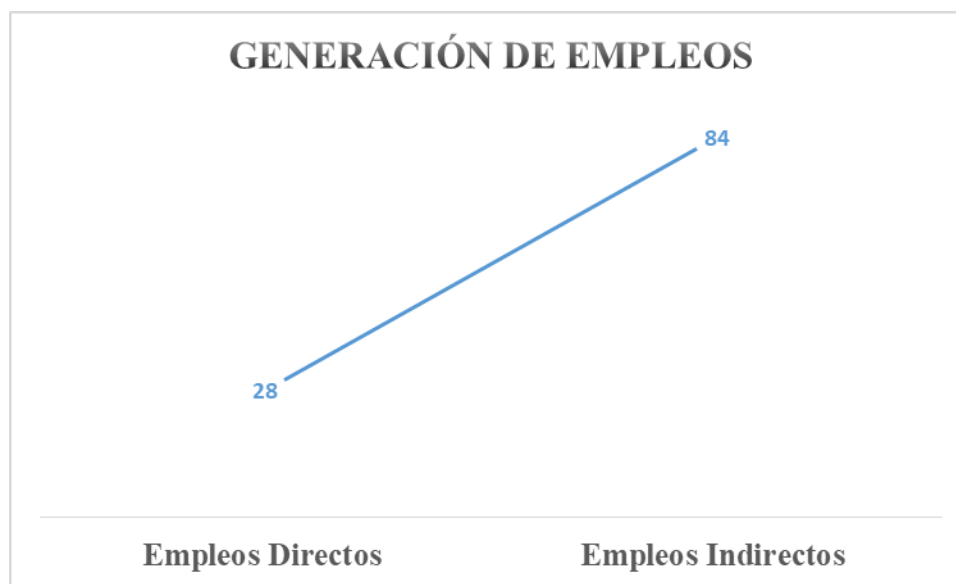


Gráfico 1 Generación de empleos directos e indirectos

Fuente: Elaboración propia

Educación

Según estadísticas se define que del total de la población del municipio de Soyapango un 97.9% ⁵ es alfabetizada.

Con la reactivación del Teleférico San Jacinto se contratarán 28 personas, las cuales serán capacitadas y se especializaran en la rama donde se preste el servicio, de tal manera se contribuye en la generación de ingresos en los 84 empleados indirectos, obteniendo ingresos para educación de sí mismo y de los miembros del núcleo familiar. Si se considera que por cada persona empleada, dos de los miembros del dicho núcleo familiar tendrán acceso a la educación, se calcula que en total 224 personas serán beneficiadas y de tal manera mejorara la calidad de vida de cada uno de ellos.

Incremento de la participación ciudadana

Evidentemente, el turismo contribuye en el crecimiento de la economía, esto hace que el sector servicios, en general, y el turismo en particular sea una actividad cada vez más importante dentro de la economía y la sociedad. Es por ello que con la reactivación del Teleférico San Jacinto se espera el aumento de la afluencia de turistas y visitantes motivados por el producto turístico brindado, así también las zonas aledañas al teleférico generen inversiones en nuevos negocios o en la mejora de los ya existentes. Además es importante

⁵ Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología (MINEDUCYT)

mencionar que con la reactivación del teleférico la infraestructura vial en las zonas aledañas será remodelada.

Conservación del Patrimonio Natural

Todos los esfuerzos enfocados en dar una nueva imagen al teleférico con la reactivación deben contribuir a conservar los recursos naturales con que se cuenta y a mejorar la infraestructura del parque y el teleférico, lo que permitirá que las generaciones futuras tengan acceso a la recreación y sano esparcimiento, buscando la sostenibilidad ambiental y fomentando de tal manera el turismo a nivel nacional. El proyecto de reactivación del Teleférico San Jacinto comprende dos áreas en contacto con la naturaleza, en la parte alta del cerro San Jacinto en la finca Miramar y la parte baja donde funcionara el parque Metropolitano de Soyapango en la actual finca La Floresta, ambas rodeadas de mucha vegetación por lo cual es importante crear políticas de conservación de áreas verdes.

5. Evaluación ambiental

La evaluación ambiental es un proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta de desarrollo. Dicha evaluación tiene como propósito asegurar que las acciones a ejecutar sean ambientalmente aceptables, viables, adecuadas y sustentables con medidas ambientales.

Cada vez que se emprende el estudio de una propuesta de inversión se debe ser consciente de los efectos externos que generen cambios irreversibles sobre fauna, flora y también sobre las organizaciones sociales.

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), según el Art. 18 de la Ley de Medio Ambiente, es el proceso que incluye el conjunto de acciones que aseguran que las actividades, obras o proyectos que puedan tener un impacto negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y se recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del ambiente y la sostenibilidad de la inversión.

La evaluación del impacto ambiental tiene como propósito asegurar que el plan sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural: mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que los costos no sean mayores que los beneficios esperados.

La evaluación ambiental se centra principalmente en dos temas que son:

- El análisis del impacto que pueda causar el proyecto sobre el medio ambiente con la finalidad de reducir o evitar dicho impacto, por ser un área protegida; y
- El análisis del efecto del entorno sobre el proyecto.

a. Objetivos

- Determinar si se cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador, la reactivación del Teleférico San Jacinto.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la reactivación del Teleférico provocaría en el cerro San Jacinto y la finca La Floresta.
- Buscar la viabilidad del Proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental.
- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permitan la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento.

b. Legislación

Por lo tanto la evaluación del impacto ambiental tiene como propósito asegurar que el proyecto sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural.

Además al momento de realizar la evaluación ambiental se debe tomar en cuenta que es importante conocer las leyes que se tienen que cumplir según el tipo de proyecto en estudio, dentro de estas leyes tenemos las siguientes:

- Ley del Medio Ambiente de El Salvador
- Ley de Áreas Naturales Protegidas decreto No.579

La Constitución de la República de El Salvador, a través del Art. 117, estipula lo siguiente:

“Se declara de interés social la protección, restauración, desarrollo y aprovechamiento de los recursos naturales. El Estado creará los incentivos económicos y proporcionará la asistencia técnica necesaria para el desarrollo de programas adecuados. La protección, conservación y mejoramiento de los recursos naturales y del medio serán objeto de leyes especiales.”

Este artículo delega la responsabilidad al Estado Salvadoreño, a través de las leyes y acciones, a cumplir con lo siguiente:

- Promover y apoyar las iniciativas que pretendan proteger y desarrollar los recursos naturales.
- Controlar y sancionar a las personas y a las empresas que contaminen el medio ambiente.

c. Identificación de impactos ambientales del Teleférico San Jacinto

Para realizar una evaluación del impacto ambiental que generara la reactivación del teleférico, se seguirá la metodología de la Guía de evaluación ambiental, en la cual se establece que cada uno de los impactos ambientales debe ser calificado basándose en criterios.

d. Metodología

La identificación de los aspectos ambientales y la evaluación de los impactos ambientales asociados es un proceso que se puede tratar en 3 etapas, las cuales se mencionan a continuación:

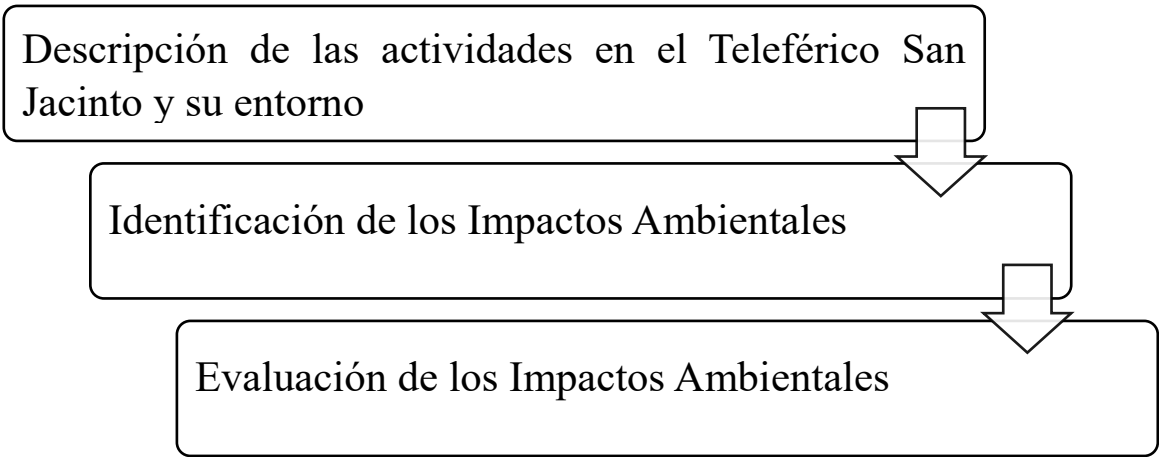


Ilustración 94 Mitología de Evaluación de Impacto Ambiental

Descripción de las actividades en el Teleférico San Jacinto y su entorno

Etapa de construcción

- Construcción de bases para torres de la Tirolesa
- Construcción de Áreas recreativas, Deportivas y Skate park
- Construcción de Parqueo y caseta administrativa
- Construcción de parque para perros, Parque acuático y Mirador
- Construcción e instalación de Teleférico, Hotel y Restaurante
- Instalación de tuberías
- Pintura para señalización
- Adecuación de senderos
- Manejo de residuos sólidos
- Manejos de aguas negras y grises
- Poda de arboles

Etapa de Operación

- Servicio de alojamiento
- Servicio de restaurante
- Recreación
- Mirador panorámico
- Servicio de Deportes extremos

Identificación de los Impactos Ambientales

De acuerdo a la Norma ISO 14000, la identificación de los aspectos ambientales es un proceso dinámico que determina el impacto pasado, actual y futuro (positivo o negativo) de las actividades de la empresa sobre el medio ambiente.

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN	
ACTIVIDAD	IMPACTO

Construcción de bases para torres de la Tirolesa	Desechos de materiales de construcción
Construcción de áreas recreativas, deportivas y skate park	
Construcción de Parqueo y caseta administrativa	
Construcción de parque para perros, Parque acuático y Mirador	
Construcción e instalación de Teleférico, Hotel y Restaurante	
Instalación de tuberías	Desechos de materiales de tuberías, plásticos, PVC en los cimientos de la construcción
Pintura para señalización	Desechos tóxicos por esparcimiento de pintura
Adecuación de senderos	Desechos de materiales
Manejo de residuos sólidos	Foco de infección
Manejo de aguas negras y grises	
Poda de arboles	Daños en la Flora y Fauna

Tabla 124 Identificación de impactos ambientales. Etapa de construcción

ETAPA DE OPERACIÓN	
ACTIVIDAD	IMPACTO
Servicio de Alojamiento	Contaminación por residuos de basura y ruido
Servicio de Restaurante	
Servicio de recreación	
Mirador panorámico	Daños en la Flora y Fauna
Servicio de deportes extremos	Contaminación por residuos de basura no depositada correctamente y ruido

Tabla 125 Identificación de impactos ambientales. Etapa de operación

e. Evaluación de los impactos ambientales

Los criterios considerados en la matriz de calificación de impacto ambiental para la valoración, son los siguientes:

- Variación de la calidad Ambiental
- Escala del Impacto
- Momento en que se manifiesta
- Gravedad del Impacto
- Dificultad para cambiar el impacto

- Duración del Impacto

Criterios para la evaluación de impacto

La valoración cuantitativa de los impactos ambientales se determina con el Valor Índice Ambiental (VIA). Dicho valor (VIA) se calcula mediante la ecuación siguiente:

$$VIA = \frac{V + E + G + D + C + M}{6}$$

Donde:

V= Variación de la calidad Ambiental

E= Escala del Impacto

G= Gravedad del Impacto

D= Duración del Impacto

C= Dificultad para cambiar el impacto

M= Momento en que se manifiesta

La valoración se realiza con la ayuda de la matriz de calificación de Impacto Ambiental considerando los siguientes criterios.

Variación de la calidad ambiental (V)

Es una medida de los cambios experimentados por cada componente ambiental debido al impacto generado.

Tipo	Descripción	Escala
Positivo	Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente.	0
Negativo	Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente.	3

Escala de Impacto (E)

Se considera en este criterio las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas.

Tipo	Descripción	Escala
Minimo bajo	El impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera.	0
Medio y/o alto	El impacto está dentro de la zona de la empresa.	1

Notable o muy alto	El impacto trasciende de la zona de la empresa y es de interés municipal.	2
--------------------	---	---

Gravedad del Impacto (G)

Indica la utilización de recursos naturales, la cantidad y calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la empresa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana.

Tipo	Descripción	Escala
Intrascendente	El impacto generado no produce cambios sobre el medio ambiente.	0
Moderado	El impacto produce cambios ya sea directos como indirectos sobre el medio ambiente, pero no son trascendentes.	1
Severo	El impacto produce cambios tanto directos como indirectos sobre el medio ambiente que urgen se solución, pero están bajo los límites permisibles.	2
Critico	Efecto cuya magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, que requiere atención inmediata.	3

Tabla 126 Gravedad del Impacto Ambiental (G)

Duración del Impacto (D)

Tiempo de duración del impacto, considerando que no se apliquen medidas correctivas del impacto.

Tipo	Descripción	Escala
Fugaz	Menos de un año	0
Temporal	1-3 años	1
Prolongado	4-10 años	2
Permanente	Alteración definida	3

Dificultad para cambiar el impacto (C)

Grado en que los efectos sobre el medio ambiente resulten polémicos o dudosos e involucren riesgos desconocidos. Es el grado de reversibilidad del impacto y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre.

Tipo	Descripción	Escala
Recuperable	Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente éste desaparece.	0
Mitigable	Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un lapso de tiempo corto (1 a 6 meses) para que este desaparezca.	1
Reversible	Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo (6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca.	2
Irreversible	Nunca desaparece el impacto, aunque se apliquen medidas correctivas.	3

Momento en que se manifiesta (M)

Es la probabilidad de ocurrencia de un impacto como consecuencia de una actividad u operación industrial, esto en la búsqueda de su prevención.

Tipo	Descripción	Escala
Inmediato	Los efectos del impactos son inmediatos	0
Corto plazo	Los efectos se prevenen a corto plazo (1 a 4 años)	1
Meiano Plazo	Debe de transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años) para que se observen los efectos.	2
Largo plazo	El tiempo para observar los efectos es de lago plazo (mayor de 10 años).	3

En la evaluación de los impactos que se realiza se comparar el **VÍA** obtenido con las categorías mostradas en la siguiente tabla.

Categoría	Valores limites del VIA Minimos-Máximos	Calificación
1	0.00-0.6	Impacto insignificante
2	0.61-1.2	Impacto minimo
3	1.21-1.80	Mediano Impacto
4	1.81-2.40	Impacto considerable
5	2.41-3.00	gran impacto

Etapa de construcción

IMPACTOS AMBIENTALES	CRITERIOS							IMPACTO
	V	E	G	D	C	M	VIA	
Contaminación del aire y agua	0	1	1	0	0	0	0.3	Mínimo
Generación de desechos sólidos	2	2	3	2	2	2	2.2	Impacto Considerable
Generación de ruidos	3	2	1	1	1	1	1.5	Mediano
Deforestación	0	1	0	1	2	1	0.8	Mínimo
Movimientos de tierra	0	1	1	1	1	1	0.8	Mínimo
Riesgo para las comunidades vecinas al Teleférico	0	2	1	3	0	0	1.0	Mínimo
Alteración del hábitat natural	3	1	2	1	1	1	1.5	Mediano
Desechos tóxicos por desparramamiento de pintura	3	1	2	1	1	0	1.3	Mediano
Foco de infección	3	1	2	1	1	0	1.3	Mediano

Según la calificación resultado de la evaluación que se realiza, se observa la existencia de impactos negativos y el de mayor calificación está relacionado con la generación de desechos sólidos ya sea por la utilización de todos los servicios por parte de los turistas o los generados por los negocios dentro del Teleférico San Jacinto. Por lo tanto, la utilización de materiales ecológicos es de suma importancia y de esta manera reducir o evitar totalmente la contaminación que generan estos residuos.

Además, la implementación de nuevos servicios ecoturísticos, conlleva al acercamiento e incursión de los turistas en el hábitat natural, por lo tanto, se debe hacer conciencia sobre la protección al medio ambiente, para no generar un desequilibrio y contribuir a su conservación.

f. Mitigación de los impactos negativos

Etapa de construcción

- Las construcciones que se realicen serán hechas en lo posible, con materiales que no perjudiquen el medio ambiente de tal manera que esto genere cantidades mínimas de residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades en la parte de construcción, lo cual deberá ser acordado con la empresa contratada para la obra civil, y de esta manera se logre una armonía con el entorno natural.
- Se debe generar conciencia en los trabajadores de la obra acerca de la importancia de cuidar el hábitat donde se encuentran desempeñando sus labores.
- Se debe brindar mantenimiento constante a las áreas verdes para disminuir los daños causados por la utilización del espacio.

- Se realizarán supervisiones diarias durante la construcción de la obra civil, por el administrador del proyecto, de modo que se pueda constatar que no se esté generando contaminantes en la zona.
- Deberá ser supervisada la generación de residuos y escombros, los cuales deben ser extraídos para su correcto tratamiento o trasladados a lugares destinados para su depósito.
- Brindar una capacitación básica sobre el manejo de materiales y el uso de estos, para evitar el desparramamiento y como resultado la contaminación.
- No dejar los materiales para la construcción y remodelación ubicados al aire libre, principalmente las pinturas utilizadas, las cuales deberán ser lo menos toxicas posible.

Etapa de operación

- Se debe capacitar al personal para que genere conciencia ambiental.
- Colocar basureros para separar la basura en orgánica e inorgánica, estos deben estar ubicados en lugares accesibles y visibles a las personas
- Es importante incentivar a los turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el parque.
- Durante cada visita se debe practicar la técnica de aprender haciendo, lo que favorece los cambios necesarios de actitud y aptitud en las personas que visiten el parque.
- Hacer uso de materiales en pro del medio ambiente.
- Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.
- Mantener información sobre hábitos de higiene y de protección ambiental en general, esto puede ser mediante rótulos, de manera que puedan ser libremente observador por los turistas para crear conciencia y acatar las recomendaciones para no dañar el ambiente de la zona.

g. Sostenibilidad ambiental

Educación medio ambiental La educación ambiental es fundamental para conducir al país a un nivel distinto de encuentro con el medio ambiente. Es un desafío de gran envergadura que significa transformar el comportamiento y prácticas que, a todo nivel, favorecen la degradación, la contaminación y el abuso de los recursos naturales en el país. La educación ambiental es por sobre todas las cosas una educación para la acción ambiental en beneficio de la misma, facilitando así, un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales. La educación ambiental debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental y el turismo puede contribuir en esto a través de sus iniciativas de concientización e información sobre el cuidado del ambiente y todos los recursos naturales tanto a la población local como a los turistas que visitan el lugar.

Actividades encaminadas a la sostenibilidad ambiental.

El aprendizaje que los turistas se llevan a casa es un aspecto importante en un tour, ya que muchos comparten su aprendizaje al regresar a su lugar de origen. El comunicar datos

interesantes es darle un valor agregado al producto turístico pues enriquece la experiencia del visitante.

El turismo puede ser una forma muy efectiva de incrementar la conciencia ambiental. Con la guía adecuada, los turistas pueden aprender a ser viajeros responsables y a disfrutar sin causar daños en el ambiente.

Dentro de las actividades que fomentan y mantienen una sostenibilidad ambiental en el teleférico son las siguientes:

- Cuando un turista se tenga que deshacer de un residuo, deberá hacerlo de la manera más limpia posible, es decir en los basureros más cercanos, si en un momento preciso no se encuentra cerca de uno, debe guardar la basura momentáneamente hasta encontrar el lugar respectivo para su depósito.
- Se deben realizar actividades de reforestación, a fin de fomentar la concientización ambiental y la participación por parte del turista y visitante.
- Se debe evitar el consumo de tabaco y cualquier elemento que sea perjudicial para la salud y que contamine o cause destrucción al entorno natural.
- Se les facilitara a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales, para que este tenga conciencia de la importancia de protegerlos.
- Se deben colocaran materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente.

6. Evaluación de género

a. Generalidades

La equidad de género es la capacidad de ser equitativo, justo y correcto en el trato de mujeres y hombres según sus necesidades respectivas. La evaluación de género permite conocer los obstáculos a la participación equilibrada de hombres y mujeres en la sociedad, evidenciando origen y consecuencias de las discriminaciones sobre las que intervenir para conseguir la igualdad de oportunidades. La equidad de género se abordará a través de la participación de la mujer y hombre en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizarán en el Teleférico San Jacinto podrán ser desempeñados por ambos.

Evaluar con un enfoque de género supone considerar, de un modo integral, todos los elementos que explican las desigualdades laborales en hombres y mujeres, los diferentes efectos de las políticas aplicadas a equilibrar la posición de ambos sexos. Implica, por otra parte, ser sensor de los espacios emergentes de oportunidad y de nuevas estrategias y prácticas que sean más útiles y pertinentes para potenciar la inserción profesional de las mujeres en el marco de una radical y profunda transformación en el empleo.

El género es un término técnico específico en ciencias sociales que alude al “conjunto de características diferenciadas que cada sociedad asigna a hombres y mujeres”. Entonces, al hablar de género se está remitiendo a una categoría relacional y no a una simple clasificación de los sujetos en grupos homogéneos; según la Organización Mundial de la Salud, se refiere a “los roles socialmente construidos, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad considera como apropiados para hombres y mujeres”, orientado a visibilizar aquellas diferencias y desigualdades sociales entre hombres y mujeres que provienen del

aprendizaje, así como los estereotipos, los prejuicios y la influencia de las relaciones de poder en la construcción de los géneros.

Se trata entonces de una construcción social y no de una separación de roles natural e inherente a la condición biológica de los sujetos, características anatómico-fisiológicas, por lo que la analogía o sinonimia semántica entre los términos “género” y “sexo” es errónea.

b. Políticas PÚBLICAS de Género en El Salvador

En la actualidad en El Salvador se está promoviendo la equidad de género, se intenta disponer de una igualdad de oportunidades de empleo a mujeres y hombres, debe evaluarse entonces los roles que cada uno puede desempeñar en el desarrollo de actividades en una empresa.

A nivel nacional, el país cuenta con un marco que promueve políticas públicas para la igualdad de género:

Entre ellas están:

c. Normativa Nacional para la Igualdad de Género

Esta normativa incluye:

- Política Nacional de las Mujeres
- Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres
- Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres
- Ley contra la Violencia Intrafamiliar

Ley del Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU)

La Política Nacional de las Mujeres tiene como ejes temáticos: autonomía económica, participación ciudadana y política, salud integral, vida libre de violencias, educación incluyente y protección social. Esto sumado a compromisos internacionales adquiridos por el Estado: convenios de la OIT, CEDAW, entre otros.

Los objetivos principales que tiene esta normativa se citan a continuación:

- a) a mujeres en puestos de trabajo que sean dignos y que estos puedan desempeñar de acuerdo a las condiciones establecidas en los manuales.

d. Beneficios de la evaluación de género

En base a las consideraciones realizadas anteriormente, el modelo busca contribuir a:

- Generar fuentes de empleo en iguales condiciones al género femenino.
- Que los géneros femeninos tengan acceso a puestos laborales de importancia, donde se tenga el poder de decisión y manejo de los recursos.
- Crear un ambiente de igualdad entre los géneros, con compañerismo, respeto y sin discriminaciones entre todos los miembros.
- Crear un clima organizacional agradable.

CAPITULO IX. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

A. PLANIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN O IMPLANTACIÓN

Todo proyecto debe tener una administración para la implantación de cada uno de los proyectos diseñados. El plan de desarrollo está compuesto por programas que a su vez contienen proyectos, para los cuales se debe administrar para su correcta ejecución y el logro de los objetivos y metas establecidas en cada proyecto.

La administración del proyecto es el proceso de planificar y dirigir el proyecto desde el principio hasta su terminación en un plazo determinado y a un costo dado para obtener un producto final determinado.

A partir de lo anterior se fijan las siguientes acciones para la ejecución del plan:

- La Jornada de trabajo será de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., sábados de 8:00 am a 12:00 pm. En casos que fuese necesario que se labore tiempo extra se dispondrá del personal con previo aviso de un día de anticipación.
- El pago de la obra se realizará paulatinamente, y según acuerdo de financista.
- El constructor absorberá los costos de reparación y/o ajustes si las instalaciones no llegarán a realizarse acorde a los planos y programa establecidos.
- El control de los desembolsos se hará mediante formatos específicos que deberán ser autorizados por medio de la firma del Director del proyecto quien deberá conservar un registro del mismo.
- La contratación del personal se realizará exclusivamente por la administración y se tomará como prioridad a los habitantes del municipio de Soyapango.
- El administrador del proyecto asumirá la labor de llevar a cabo los trámites legales del financiamiento y legalización, y constatar que se efectúen con total transparencia, para evidenciar y justificar el destino de los fondos solicitado.

1. Objetivo

Desarrollar y equipar el proyecto del Teleférico San Jacinto del municipio de Soyapango con un costo de \$ **16, 664,006.89** y una duración estimada de 970 días hábiles; para contribuir a la generación de ingresos y empleos a través del ofrecimiento de servicios de recreación y mejoramiento de la seguridad en el municipio de Soyapango.

a. Objetivos específicos

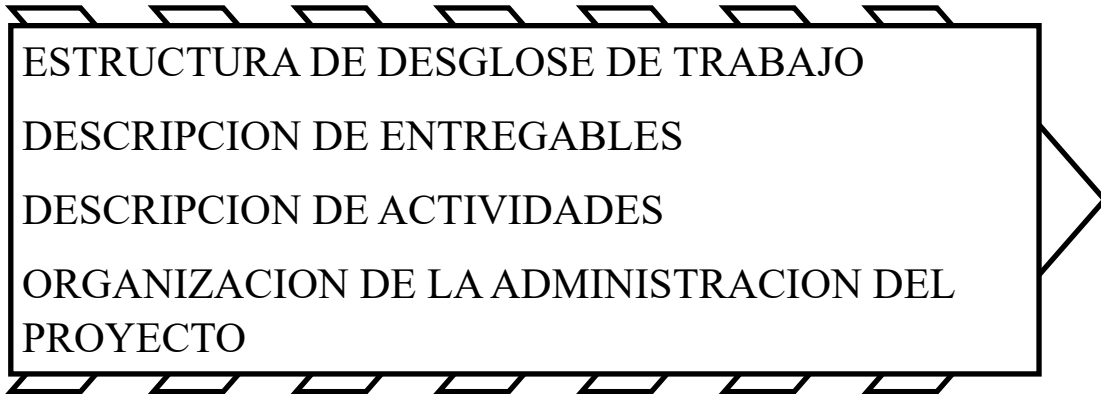
- Determinar los paquetes de trabajo que se tendrán para separar adecuadamente las actividades a realizar en la implementación del proyecto.
- Establecer las políticas y estrategias como acciones para la administración del proyecto con el fin de dirigir el trabajo que se llevará a cabo durante la implementación del mismo antes de su funcionamiento normal.
- Gestionar la compra de mobiliario y equipo para el equipamiento del proyecto, así como de instalar el mobiliario y equipo del servicio.
- Establecer el calendario de trabajo con la programación de las actividades a realizar para la implantación del proyecto.

- Determinar la dependencia de cada actividad y la duración de las mismas.

2. Metodología

A continuación, se presenta la metodología a seguir en la administración del proyecto:

ADMINISTRACION DEL PROYECTO



B. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO EDT



Ilustración 95 EDT

Fuente: Elaboración propia

1. Diccionario EDT

Descripción de entregables y paquetes.

a. Obra civil:

Este entregable consiste en el diseño y la construcción de la infraestructura necesaria para brindar los servicios de recreación en el Teleférico San Jacinto.

El entregable de Obra Civil posee los siguientes paquetes:

Adjudicación: Establece las bases de la licitación y evaluarlas, realizara los términos de referencia de las bases de competencia.

Lineamientos: Define todas las especificaciones que se requieren según la etapa de diseño y se analiza para las condiciones actuales del lugar.

Construcción: Se realiza la infraestructura arquitectónica de los servicios de recreación en el teleférico y las mejoras respectivas de las instalaciones existentes, para brindar una mejor atención al visitante.

Recepción: En este paquete se hará la documentación para la recepción de la obra en base al contrato y los procedimientos que rige la UACI de la alcaldía municipal de Soyapango

b. Cotización:

En este entregable se hará toda la selección, evaluación y adquisición de los bienes e insumos necesarios por medio de las gestiones respectivas para la ubicación de los mismos.

El entregable de cotización está comprendido por los siguientes paquetes:

Evaluación: Se realiza una evaluación e inventario de los lugares que requieren la construcción de infraestructura y el tipo de infraestructura requerida, según el estudio de diagnóstico y la propuesta de diseño; luego se realizará la búsqueda de todos los proveedores, en base a los procedimientos establecidos por la UACI y al cumplimiento de las especificaciones.

Selección: Contendrá los métodos de evaluación y selección para la adquisición de bienes e insumos y las diferentes ofertas, donaciones o reasignaciones que se haga por parte de la alcaldía municipal de Soyapango para economizar parte de los recursos de la inversión.

Compra: Comprende los procedimientos de la UACI de la alcaldía para agilizar la adquisición de los bienes e insumos.

Instalación: Para este paquete se contempla todo el almacenaje temporal, inventario y despacho de bienes e insumos para lo que requiera el proyecto del Teleférico San Jacinto de Soyapango.

c. Aspectos legales

Contempla los trámites necesarios para no caer en ninguna ilegalidad al momento del desarrollo de la obra, ya que el teleférico está dentro de un área natural.

Permisos: Comprende todas las diligencias que se requieren para poder llevar a cabo el proyecto sin inconveniente o retraso alguno en la ejecución.

Legalización terreno ex teleférico: Comprende las actividades necesarias para que el terreno donde se construirá teleférico San Jacinto pase a derecho de la alcaldía municipal de Soyapango y la empresa asociada.

Contratos: Se elaboran los contratos siguiendo los procedimientos jurídicos y de la UACI de la alcaldía de Soyapango.

d. Coordinación

El entregable de coordinación contempla todas las actividades a realizar con el personal del teleférico previo a iniciar operaciones una vez contratados, para que adquieran las destrezas y los conocimientos necesarios del servicio.

Reunión: En este paquete se tendrá el perfil de todo el personal que se requiere para los puestos y se definirá todos los formularios y evaluaciones a realizar para los colaboradores del teleférico.

Capacitaciones: Coordina todas las capacitaciones que se dará al personal actual y a los aspirantes a ocupar una plaza en el teleférico, mediante los procedimientos de los expertos en cada capacitación.

Publicidad: Define la campaña de publicidad, el diseño y los tipos de promocionales que se van a tener como Teleférico San Jacinto de Soyapango.

e. Cierre

El entregable denominado cierre, maneja todos los informes y reportes de las actividades previas a la operación y de la obra civil en cuanto al objetivo planeado, además de ponerlo en marcha y hacer las respectivas pruebas para las correcciones necesarias.

Operación inicial: Se realizan las revisiones y preparación de todo lo necesario para llevar cabo de una forma óptima el servicio.

Puesta en marcha: Se contempla una prueba piloto y puesta en marcha en base a las garantías definidas en los contratos y las evaluaciones respectivas que se hagan, asegurándose de entregar una obra según los términos de referencia con los cuales se desarrollaron las bases de competencia para el modelo.

Entrega: Se tiene en este paquete la entrega a la organización del teleférico San Jacinto formada por la alcaldía municipal de Soyapango y la empresa socio, todos los reportes y las garantías de ley, por medio de la UACI para la respectiva entrega del proyecto.

2. Descripción de los entregables

a. Descripción de actividades por paquete

A continuación, se presentarán en desglose las actividades correspondientes a cada paquete de trabajo y su respectiva duración en cada actividad.

Entregable: Obra Civil

ENTREGABLE	PAQUETE	ACTIVIDAD	DURACION (DÍAS)		
OBRA CIVIL	Adjudicación	Establecer las bases de competencia	12	20	
		Realizar los términos de referencia	6		
		Pagar por la publicación de licitación	2		
	Lineamientos	Analizar diseño del parque	30	52	
		Revisar las condiciones del lugar	16		
		Ubicar puntos críticos del parque	6		
	Construcción	Preparación del terreno	40	432	
		Adecuación de bodegas temporales	15		
		Ejecución	377		
	Recepción	Gestión de supervisión	12	47	
		Visitas de campo	15		
		Elaborar reportes	20		

Tabla 127 Actividades por paquete Obra civil

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Cotización

ENTREGABLE	PAQUETE	ACTIVIDAD	DURACION (DÍAS)	
COTIZACION	Evaluación	Gestionar búsqueda de empresas	22	47
		Elaborar formularios de evaluación	10	
		Verificar propuestas	12	

		Elaborar reportes	3	
	Selección	Seleccionar propuestas	5	21
		Analizar cotizaciones	12	
		Realizar evaluación por puntos	4	
	Compra	Gestión de compras de bienes e insumos	31	36
		Elaboración de reportes	5	
	Instalación temporal	Elaborar formularios de control de inventarios	10	79
		Gestión de almacenamiento	14	
		Elaboración de inventario	8	
		Gestión de supervisión	40	
		Elaboración de informes	7	

Tabla 128 Actividades por paquete Cotización

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Aspectos legales

ENTREGABLE	PAQUETE	ACTIVIDAD	DURACION (DÍAS)	
ASPECTOS LEGALES	Permisos	Gestión de evaluación de impacto ambiental en el MARN	15	19
		Gestión legal ante consejo municipal de Soyapango	12	
		Elaborar reportes	4	
	Legalización de terreno ex teleférico	Reunión con FOSAFI	4	83
		Elaborar plan de pago	20	
		Gestión de acuerdos	6	
		Firma de contratos	4	
		Gestión de acuerdos con finca parte alta	32	

		Elaboración de contratos de participación	12	
		Firma de contratos de participación	5	
	Contratos	Elaboración de contratos	6	20
		Asesoría jurídica	5	
		Supervisión de clausulas	3	
		Gestión de supervisión de contratos	6	

Tabla 129 Actividades por paquete Aspectos legales

Entregable: Coordinación

ENTREGABLE	PAQUETE	ACTIVIDAD	DURACION (DÍAS)		
COORDINACION	Reunión	Gestión administrativa	15	64	
		Establecimiento de perfiles laborales	14		
		Diseño de evaluaciones al personal	30		
		Elaborar reportes	5		
	Capacitación	Coordinar capacitaciones	30	45	
		Asesoría técnica	15		
		Supervisar capacitaciones	20		
		Gestionar insumos	10		
	Publicidad	Seleccionar tipo de publicidad	6	31	
		Definir promocionales del parque	10		
		Diseñar publicidad	15		

Tabla 130 Actividades por paquete de Coordinación

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Cierre

ENTREGABLE	PAQUETE	ACTIVIDAD	DURACION (DÍAS)	
CIERRE		Gestión de supervisión del proyecto	24	49

	Operación inicial	Recoger escombros	15	
		Retirar bodega temporal	10	
	Puesta en marcha	Gestión de puesta en marcha	20	66
		Limpieza total en obra civil	25	
		Aseo del área total del parque	15	
		Elaborar informes	6	
	Entrega	Gestión de entrega	5	19
		Gestión con entidades a participar	10	
		Elaborar informes	3	
		Realizar entrega	1	

Tabla 131 Actividades por paquete Cierre

Fuente: Elaboración propia

3. Duración del proyecto

A continuación, se presenta el listado resumen de paquetes y entregables con su respectiva duración:

ENTREGABLE	PAQUETE	DURACION
OBRA CIVIL	Adjudicación	20
	Lineamientos	52
	Construcción	432
	Recepción	47
SUBTOTAL		551
COTIZACION	Evaluación	47
	Selección	21
	Compra	36
	Instalación temporal	79
SUBTOTAL		183
ASPECTOS LEGALES	Permisos	19
	Legalización de terreno	83
	Contratos	20
SUBTOTAL		122
COORDINACION	Reunión	64
	Capacitaciones	45
	Publicidad	31

SUBTOTAL		140
CIERRE	Operación inicial	49
	Puesta en marcha	66
	Entrega	19
SUBTOTAL		134

Tabla 132 Duración del proyecto

Fuente: Elaboración propia

a. Dependencia de las actividades

A continuación, se presenta las dependencias entre paquetes de trabajo necesarias para la realización de la red PERT-CPM:

N°	PAQUETE	ENTREGABLE	DURACION	PRECEDENCIA
A	Legalización terreno	Aspectos legales	83	-
B	Lineamientos	Obra civil	52	A
C	Permisos	Aspectos legales	19	B
D	Adjudicación	Obra civil	20	B, C
E	Evaluación	Cotización	47	C
F	Selección	Cotización	21	D, E
G	Compra	Cotización	36	F
H	Contratos	Aspectos legales	20	G
I	Reunión	Coordinación	64	C
J	Capacitaciones	Coordinación	45	I
K	Publicidad	Coordinación	31	C
L	Instalación temporal	Cotización	79	G, H
M	Construcción	Obra civil	432	L
N	Recepción	Obra civil	47	M
O	Operación inicial	Cierre	49	N, K, J
P	Puesta en marcha	Cierre	66	O
Q	Entrega	Cierre	19	P

Tabla 133 Precedencia de actividades

Fuente: Elaboración propia

b. Red del proyecto

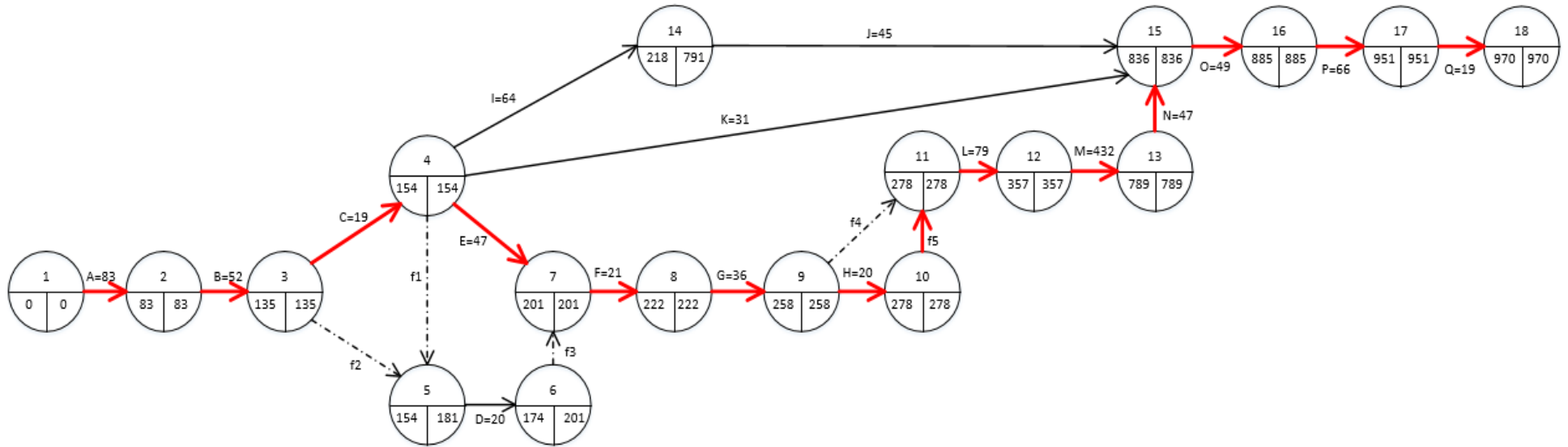


Ilustración 96 Diagrama de Red del Proyecto

Fuente: Elaboración propia

En la red resultante de la aplicación de la técnica PERT-CPM se determinó la duración del proyecto lo cual muestra que la duración del proyecto es de 970 días, considerando que se trabajará con una política de lunes a sábado lo cual requerirá de 3 años 4 meses 10 días.

4. Organización para la implementación

a. Organización

Las organizaciones son estructuras administrativas y sistemas administrativos creados para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Son entidades sociales que permiten la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante sus experiencias y relaciones al logro de objetivos y metas determinadas.

Principios

Objetivo

Todas y cada una de las actividades establecidas en la organización deben relacionarse con los objetivos y propósitos de la empresa.

Especialización

Fue establecido por Adam Smith hace 200 años. El trabajo se realizará más fácilmente si se subdivide en tareas o actividades claramente relacionadas y delimitadas.

Jerarquía

Es necesario establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes.

Paridad de autoridad y responsabilidad

A cada grado de responsabilidad conferido, debe corresponder el grado de autoridad necesarios para cumplir dicha responsabilidad.

Unidad de mando

Establece determinar un centro de autoridad y decisión para cada función.

b. Estructura organizativa funcional del proyecto

La presente estructura incluye las áreas involucradas en la etapa de ejecución del proyecto. El alcance del organigrama de funciones es el aprovechamiento de la mano de obra del proyecto de forma óptima delimitando funciones, además de reducir retrasos en la mala asignación de responsabilidades por área. Se propone una estructura organizativa por proyecto.

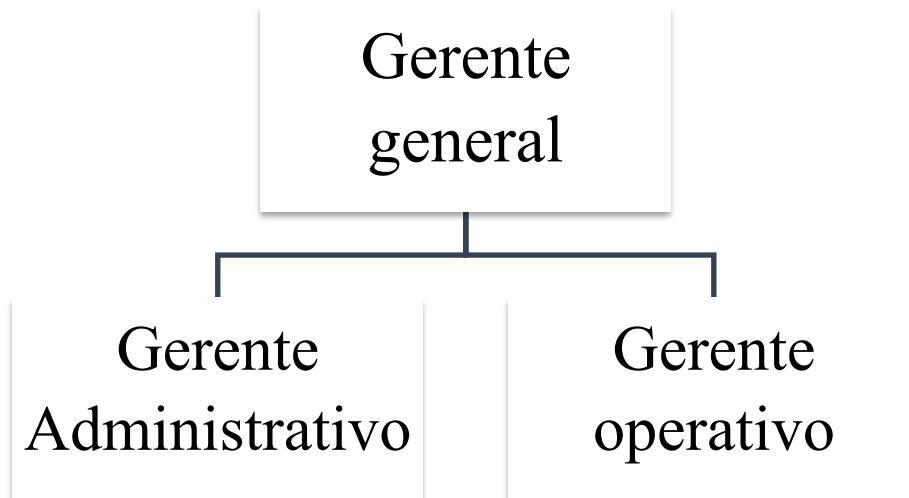


Ilustración 97 Estructura organizativa para la administración de proyectos

Ver Apéndice 3 Manual de Proyecto para ver las funciones de cada uno de los involucrados en el diagrama anterior.

5. Presupuesto de la administración del proyecto

A continuación, se presentan los diversos gastos en los que incurrirá en el proyecto por la administración del mismo, recordando la duración del proyecto en 3 años 4 meses y 10 días, para estos últimos se considerará el 50% del valor mensual:

a. Depreciación de equipo

Un equipo portátil por cada integrante del grupo, la depreciación de este se calcula mediante el método de la línea recta, expresado en la siguiente tabla.

Equipo	CARGO	Costo de Adquisición	Vida Útil	Valor de recuperación	Depreciación mensual
1	Gerente	\$450.00	4 años	\$ 60.25	\$ 8.12
2	Operaciones	\$450.00	4 años	\$ 60.25	\$ 8.12
3	Administrativo	\$450.00	4 años	\$ 60.25	\$ 8.12
TOTAL MENSUAL					\$ 24.36
TOTAL POR PROYECTO					\$ 986.58

Tabla 134 Depreciación de equipo para administración de proyecto

Fuente: Elaboración propia

Depreciación total por mes \$ 24.36. Tomar en cuenta 40.5 meses del proyecto, esto da una depreciación total para el proyecto de \$ 986.58

b. Servicios

Servicios referidos a medios de comunicación. Telefonía e internet, referido a un plan. En donde el equipo de trabajo mantenga el plan activo durante la duración del proyecto tanto de telefonía como de internet. Se agrega los gastos de transporte aproximados a los que el equipo de implementación puede hacer uso:

Nombre costos	Costos mes
Telefonía / internet	\$25.00
Transporte	\$35.00
Papelería	\$5.60
Total mes	\$65.60
Total proyecto	\$ 2,656.80

Tabla 135 Gastos por servicios necesarios para la ADP

Fuente: Elaboración propia

c. Salarios

A continuación, se presenta el detalle de los salarios correspondientes al personal encargado de la administración del proyecto, dado que la administración del proyecto realiza un cobro por proyecto los salarios que a continuación se presentan son una estimación del valor a lo largo del proyecto:

DESCRIPCION	SALARIO/MES
Gerente del proyecto	\$ 1034.45
Gerente operativo	\$920.23
Gerente administrativo	\$902.01
Total salarios por mes	\$ 2,856.69
Total salarios por proyecto	\$ 115,695.95

Tabla 136 Descripción salarial

Fuente: Elaboración propia

d. Resumen de costos para la administración del proyecto

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO POR PROYECTO
Depreciación de equipo	\$ 24.36	\$ 986.58
Servicios	\$ 65.60	\$ 2,656.80
Salarios administrativos	\$ 2,856.69	\$ 115,695.95
TOTAL	\$ 2,946.65	\$ 119,339.33

Tabla 137 Resumen de costos de la ADP

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Con ayuda de los distintos instrumentos de muestra se establecieron parámetros, donde de primera mano se pudo documentar la información proveniente de los usuarios, ver su interés y poder cuantificarlo mediante un test. Se estimó la proyección de potenciales usuarios para el Teleférico siendo para su año de inauguración de 290,745 visitantes y para el quinto año de su puesta en marcha 409,370 visitantes.
- Mediante una adecuada investigación de campo, obteniendo información primaria y secundaria, ha sido factible para el equipo de trabajo, recolectar y segmentar los hábitos de consumo del usuario de parques, evaluando su preferencia, su conocimiento del proyecto de rehabilitación del parque el teleférico, sus hábitos de gastos en parques temáticos, etc. Para poder determinar la viabilidad del proyecto. Arrojando como resultado que existe un interés de las personas en este proyecto turístico, habiendo un amplio número de usuarios, donde lo principal a destacar es la inversión en los accesos a la ubicación del Teleférico y la importancia del factor seguridad, que es catalogado como el factor principal a fin de hacer viable el proyecto en conjunto con los atractivos a ofrecer por el teleférico San Jacinto.
- Después de realizar la investigación de la competencia dentro del área metropolitana de San Salvador se lograron identificar los competidores directos e indirectos.
- Logrando identificar fortalezas en cada uno de los parques visitados y la mayoría enfocados en la conservación del medio ambiente y pensados para ofrecer un sano esparcimiento en familia sin poner en riesgo a cada uno de sus integrantes. La seguridad garantizada en cada uno de ellos.
- La municipalidad de Soyapango tiene un reto considerable con el proyecto que se está ejecutando que incluye la creación de un espacio de diversiones y en contacto con la naturaleza dentro de una de las zonas industriales más grande del departamento de San Salvador. Uno de los lugares más visitados en el municipio vecino de Soyapango cuenta con los servicios que se pretenden ofrecer el teleférico San Jacinto que comprende la rehabilitación de lo que un día fue, considerándolo como un competidor directo. Los competidores clasificados como indirectos la única diferencia con el teleférico San Jacinto radican que existe ausencia de juegos mecánicos o incluyen un servicio diferente al propuesto en el sujeto de estudio.
- La administración del proyecto debe trabajar en el tema de seguridad para que el municipio sea bien visto por los distribuidores y que estos puedan ofertar el Teleférico San Jacinto cuando se encuentre completamente finalizado.
- Las proyecciones de turistas al país muestran una tendencia favorable para el país con la cantidad de aproximadamente 2, 681,795 para el año uno y llegando a la cantidad estimada de 2, 905,818 turistas en el año 5, esto representa una gran oportunidad para el turismo salvadoreño y para que el teleférico pueda darse a conocer con turistas internacionales.
- Se identificaron algunas instituciones que brindan apoyo y soporte al sector turístico en materia de capacitaciones, soporte económico, soporte de calidad y servicios de seguridad turística en El Salvador las cuales son clave para poder alcanzar los objetivos propuestos, cabe destacar que muchas de ellas son gubernamentales.
- Después de levantar el inventario turístico se puede concluir que el municipio de Soyapango posee pocos recursos turísticos tanto en la zona urbana como en la zona

rural por lo que es necesario encontrar un sitio con potencial de ser convertidos en atractivos turísticos, y de esta manera generar alternativas para el desarrollo turístico, dinamizando la economía y mejorando la calidad de vida de las familias. En cuanto al Área Metropolitana de San Salvador se concluye que posee diversidad de recursos turísticos con potencial para atraer visitantes nacionales y extranjeros.

- Se identificaron algunas instituciones que brindan apoyo y soporte al sector turístico en materia de capacitaciones, soporte económico, soporte de calidad y servicios de seguridad turística en El Salvador las cuales son clave para poder alcanzar los objetivos propuestos, cabe destacar que muchas de ellas son gubernamentales.
- Los segmentos de mercado prefieren las redes sociales como medio para informarse de los lugares turísticos. Es importante entonces contar presencia en los medios, ser fáciles de ubicar y brindar experiencias memorables que fomenten la publicidad boca a boca que sin dudas es una de las más complicadas.
- Es menester recordar que debido a la pandemia producto del COVID-19 las proyecciones turísticas se verán mermadas los primeros 2 años (según proyecciones internacionales), una vez pasado ese lapso de tiempo se espera una recuperación paulatina pero exponencialmente elevada, en cuanto al turismo nacional se espera se de en un periodo menor de tiempo.
- Una vez diseñado y planteado los diferentes componentes del diseño del proyecto del teleférico se destacan la importancia del cuidado en el cumplimiento de los requerimientos de uso para poder prestar servicios seguros para el usuario final del proyecto. De igual manera se destaca la importancia en la inversión en materia de seguridad, publicidad y estructura segura y estéticamente atractiva sin dejar a un lado la funcionalidad de la misma, como un conjunto de elementos intrínsecos para una óptima prestación de servicios por parte del teleférico.
- El plan de marketing consta de publicidad en medios tradicionales (Radio y TV), Digitales (Redes sociales), volantes, vallas publicitarias, ferias familiares y eventos turísticos, la gestión se hará un mes antes de cada época de vacación, lo que significa que el plan de marketing se intensificara tres veces en el año.
- Las fuentes de financiamiento disponibles para los encargados de ejecutar el proyecto de reactivación del teleférico son de dos tipos; tradicionales y no tradicionales, ambas descritas con sus ventajas y desventajas.
- Se determinó un itinerario de capacitaciones con los respectivos temas a desarrollar para todos los empleados del teleférico con el fin de empoderar el recurso humano y ofrecer la mejor atención a los visitantes.
- La estructura organizativa es del tipo economía mixta siendo el ente rector el consejo administrativo formado por los respectivos delegados como establece la Ley sobre Constitución de Sociedades por Acciones de Economía Mixta, el cargo del Teleférico San Jacinto será por un Director General del cual se desprenden las diferentes subdirecciones.
- El tamaño de los servicios es una aproximación, por causa de la actual pandemia las visitas y toma de medidas en la zona quedaron suspendidas.
- El tipo de organización por la que se opta es del tipo economía mixta avalado por el marco legal de El Salvador, donde la Alcaldía Municipal de Soyapango compartirá un 50% de la inversión total con otra Organización de carácter privado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda contar con un registro de la afluencia turística, de esta manera se puede llevar un control de la demanda y sería un indicador clave para ver cuantitativamente el avance que se está consiguiendo el Teleférico turísticamente, de esta manera proyectarse de mejor manera para futuros proyectos turísticos que se quieran desarrollar en el municipio. Así como tomar la opinión del turista para poder mejorar cada vez los servicios y tener un ciclo en la mejora continua.
- La municipalidad debe darle seguimiento y actualizar el inventario turístico de forma constante con el objetivo de facilitar información para la toma de decisiones o para estudios posteriores y se debe tener presente la protección y conservación de los mismos.
- Usar las redes sociales comunes y medios electrónicos para abarcar un mercado potencial amplio mediante estrategias de publicidad digital.
- Mantener una tarifa de precios de entrada similar a la competencia que manejan un precio máximo de \$2.00 USD.
- Crear paquetes con precios especiales para familiares los fines de semana que es cuando la demanda aumenta.
- Disponer de transporte para facilitar el acceso al teleférico a los visitantes que no cuentan con transporte propio.
- Inversión por parte de la alcaldía focalizada en mejorar accesos y seguridad en las entradas al teleférico.
- El cliente es la razón de ser de las empresas, brindarle la mejor atención posible es una de las mejores estrategias sobre todo en este tipo de proyectos turísticos que es el cliente quien busca el servicio por lo tanto se debe aprovechar la oportunidad de contar con su presencia para lograr visitas posteriores.
- Se debe reconocer y aplicar las prácticas que promuevan la conservación del medio ambiente.
- Es de mucha importancia tomar en cuenta los lineamientos sobre la prestación de servicios, así como también aplicar las buenas prácticas de manufactura y hacer controles periódicos de calidad en todos los servicios.
- Se debe acatar todas y cada una de las normas de seguridad planteadas en los requerimientos de uso de las diferentes prestaciones de servicios con los que contara el proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto, ello con motivo de resguardar la integridad física de los usuarios de teleférico. Al estar explícitamente indicada en las normas el cuidado y el mantenimiento que se debe dar; ello aplica para usuarios como para equipo de mantenimiento del servicio.
- A los gestores del proyecto se les recomienda no ahorrar costos en inversión en materiales o equipos que no cumplan con el mínimo de requerimientos planteados en los diferentes componentes de diseño del proyecto de reactivación del teleférico San Jacinto.
- Mantener constantemente activas las redes sociales del Teleférico San Jacinto, sumado a esto todo el plan de marketing se debe respetar para generar un mayor impacto en la población y ser una opción a la hora de seleccionar un sitio para vacacionar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). (20 de Febrero de 2019). Informe estadístico 2018. El Salvador. Disponible en:
<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/279001/download>
- Rendición de cuentas 2016. Ministerio de Turismo. Disponible en:
<http://www.mitur.gob.sv/estructuraorganizativa>
- Resultados económicos El Salvador 2018 y proyecciones. (29 de marzo 2019). Banco Central de Reserva. El Salvador. Disponible en:
<https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/913587768.pdf>
- Estadísticas de influencia en los parques 2010-2018. (06 de mayo 2019). Instituto Salvadoreño de Turismo. El Salvador. Disponible en:
<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/istu/documents/291969/download>
- Ministerio de la cultura
<http://www.cultura.gob.sv/>
- Ministerio de Turismo
<http://www.mitur.gob.sv/>
- Alcaldía municipal de Soyapango
<http://alcaldiasoyapango.com/>
- Informes El Salvador
<https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/teleferico-volvera-a-la-vida-con-un-proyecto-municipal/569586/2019/>
- METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/inventarios-turisticos/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-atractivos-2010.pdf.aspx>
- PLAN ESTRATÉGICO DE COAMSS/OPAMSS 2016-2020
file:///media/fuse/drivefs79fd82403f9813aac95079bf772f67ea/root/ALAn/Plan_Estrategico_COAMSS-OPAMSS_2016_2020.pdf
- Encuesta de hogares de propósitos múltiples
<http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/ehpm.html>
- Cómo realizar un buen análisis de la competencia
<https://www.entrepreneur.com/article/295911>
- Informe de calidad de vida 2018
<http://fusades.org/node/7816>
- Como hacer un proyecto con la metodología de marco lógico
<https://ingenioempresa.com/metodologia-marco-logico/>
- Matriz Gut
<https://blog.luz.vc/es/que-es/matriz-gut-gravedad%2C-urgencia-y-de-la-tendencia/>

- EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE TRANSPORTE MASIVO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR. (2003)

<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/4625/1/Evaluaci%C3%B3n%20de%20alternativas%20de%20transporte%20masivo%20en%20el%20Area%20Metropolitana%20de%20San%20Salvador.pdf>

- Directorio de Unidades Económicas 2011 -2012

file:///home/chronos/ud7d37b8034911d64d1fece57b6de812895c581c5/MyFiles/Downloads/Directorio_de_Unidades_Economicas_2011_2012.pdf

- Guízar Montúfar, Rafael. (2013). Desarrollo organizacional, Principios y aplicaciones 4ª Ed. C. D. Mexico: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Ministerio de turismo, E. S. (2,019). Manual de procediminetos. San Salvador, El Salvador: Manual de procediminetos institucional de la Dirección de Contraloria Sectorial.
- Ropeways, L. (2.019). Componentes de telefericos. Bergen, Noruega: Gyldendal Barn & Ungdom, Editorial.
- Zabala, I. (2,017). Guia practia para la dirección de proyectos, 20 pasos para gestionar con éxito tus proyectos. California: Project Management Institute (PMI).
- Gerencia De Administración Y Finanzas (Municipalidad de la MOLina)

<http://www.munimolina.gob.pe/index.php/organos-de-apoyo/gerencia-de-administracion-y-finanzas#:~:text=Son%20funciones%20y%20atribuciones%20de,servicios%20internos%20y%20de%20mantenimiento>

- UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE VALENCIA

<https://www.universidadviu.com/director-de-marketing-funciones-responsabilidades-y-requisitos/>

- BARCELONA TREBALL

<https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/A/fitxa5610/analista-en-investigacion-de-mercado.do>

- MARKETING and WEB

<https://www.marketingandweb.es/marketing/tipos-de-publicidad/>

- rm ruben mañez.


<https://rubenmanez.com/publicidad-en-redes-sociales-que-es-tipos-y-ventajas-consejos/>

GLOSARIO

- Actividad turística: Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas.
- Administración del proyecto: Es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas para realizar proyectos efectiva y eficientemente.
- Atractivos turísticos: Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo.
- Alcaldía: corporación compuesta de un alcalde y de varios concejales para la administración de los intereses de un municipio.
- Autónoma: libertad de gobernarse por sus propias leyes, condición del pueblo que tiene independencia política.
- Calidad: se refiere a que un producto o servicio es bueno para el fin que fue creado; en otras palabras, que es adecuado para su uso. Un producto o servicio tiene calidad en la medida que satisface las expectativas del cliente. Un producto o servicio es de calidad cuando satisface las necesidades del cliente o usuario en cuanto seguridad, fiabilidad.
- Contingente: parte proporcional con que uno contribuye en unión de otros para un mismo fin.
- Cliente: respecto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios. Respecto a un comerciante, la persona que habitualmente compra en su establecimiento.
- Congruencia: conveniencia, oportunidad; ilación o conexión de ideas, palabras, etc.
- Diseño: arte y técnica de crear objetos, procedimientos que luego serán fabricados e implementados en la realidad, a partir de un bosquejo de alguna cosa hecho por palabras hasta su finalización en resultados.
- Eficiencia: es la razón entre la producción real obtenida y la producción estándar esperada. es un índice adimensional que permite conocer la capacidad de utilización de los recursos a nuestra disposición.
- Estrategia: arte de dirigir un asunto.
- Eficaz: que tiene la virtud de producir el efecto deseado.
- Gestión: acción y efecto de administrar una empresa.
- Impuesto: cantidad de dinero que se ha de pagar al estado para contribuir a la hacienda pública.
- Incentivo: estímulo directo o indirecto que se ofrece a un elemento o a un sector de la economía para elevar su contribución a la actividad económica.
- Inherente: que por su naturaleza está unido inseparablemente con otra cosa.
- Método: modo ordenado de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.
- Municipio: conjunto de habitantes de un término jurisdiccional, regido por una alcaldía o municipalidad.
- Municipalidad: municipio, ayuntamiento de una ciudad.

APÉNDICE

Apéndice 1:

<p>TELEFÉRICO SAN JACINTO</p>	 <p><i>El Reino del Pájaro y la Nube</i> TELEFÉRICO SAN JACINTO</p>
<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</p>	
<p>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA REACTIVACIÓN DEL TELEFÉRICO SAN JACINTO, MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN SALVADOR</p>	

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO,
MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Pág. 1

CONTENIDO	PÁGINA
Introducción	2
Misión	3
Visión	3
Valores Corporativos	3
Objetivo	4
Ámbito de Aplicación	4
Políticas del Teleférico San Jacinto	5
Normas de Conducta del Personal del Teleférico San Jacinto	7
Estructura Organizativa	9
Descripción de los Puestos de Trabajo	10

**Fecha de
elaboración:**
14/07/2020

Revisado por:

Aprobado por:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO,
MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Pág. 2

INTRODUCCIÓN

El manual de Organización y Funciones es utilizado como medio de comunicación y coordinación y permite registrar y transmitir de forma sencilla, ordenada y sistemática la información relacionada a la organización.

El siguiente documento ha sido diseñado para establecer y definir la estructura organizativa que regirá al Teleférico San Jacinto y a cada uno de los colaboradores encargados de la administración y operatividad del mismo. Por lo tanto el presente manual tiene como finalidad principal definir y establecer la dependencia y las funciones que se le atribuyen a cada puesto de trabajo perteneciente a la estructura organizativa del parque.

El presente manual puede ser sujeto a revisión una vez al año, con el fin de mantenerlo actualizado y según sea las exigencias de los altos cargos de la institución.

**Fecha de
elaboración:**
14/07/2020

Revisado por:

Aprobado por:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO,
MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Pág. 3

MISION

“Que nuestros visitantes tengan la oportunidad de disfrutar, descansar, degustar y compartir responsablemente en nuestra institución , mediante una excelente atención rodeados de un ambiente agradable”

VISION

“Posicionarnos y consolidarnos como el mejor destino turístico de El Salvador, promoviendo la práctica de turismo responsable, contribuyendo al desarrollo local y brindando experiencias únicas e inolvidables en nuestros servicios turísticos”

VALORES

COMPROMISO: para el cumplimiento de la misión y visión de la asociación y para con la satisfacción de los clientes.

COMPAÑERISMO: enfocado en el logro de los objetivos de la asociación en armonía y trabajo en equipo.

RESPONSABILIDAD: plena con el cumplimiento del trabajo, enfocados en la calidad y la satisfacción de los clientes.

AMABILIDAD: una sonrisa en el rostro abre muchas posibilidades con los clientes y con el equipo de trabajo

HONESTIDAD: siendo transparentes con el trabajo realizado y con los clientes

RESPECTO: trabajando con clientes actuales y clientes potenciales, de una manera abierta, honesta y sincera.

**Fecha de
elaboración:**
14/07/2020

Revisado por:

Aprobado por:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO,
MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Pág. 4

OBJETIVO

Establecer una guía que permita a los miembros de la Organización del Teleférico San Jacinto, el conocimiento oportuno en materia de organización para que sirva como control de las distintas actividades a realizar y los resultados a obtener.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este Manual es aplicación obligatoria a todas las unidades organizativas del Teleférico San Jacinto.

**Fecha de
elaboración:**
14/07/2020

Revisado por:

Aprobado por:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TELEFÉRICO SAN JACINTO,
MUNICIPIO SOYAPANGO, SAN
SALVADOR**



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Pág. 5

POLÍTICAS DEL TELEFÉRICO SAN JACINTO

Políticas para los inversionistas del Teleférico San Jacinto

1. La administración del Teleférico San Jacinto le corresponde al inversionista que mayor porcentaje maneje dentro de la organización mixta (Alcaldía Municipal de Soyapango –Inversionista Privado).
2. No se podrán contemplar inversiones parciales por parte de los inversionistas una vez iniciada las operaciones del Teleférico San Jacinto.
3. Las futuras inversiones en el Teleférico San Jacinto serán de mutuo acuerdo dentro de la Junta Directiva de la organización.
4. Los dividendos percibidos por la organización serán repartidos de acuerdo al porcentaje de la organización que maneje cada inversionista.
5. Dentro del asocio público-privado, a la **Alcaldía Municipal de Soyapango** siempre le pertenecerá el porcentaje participación acordado desde el inicio del proyecto hasta un eventual cierre de operaciones.
6. En caso que el inversionista privado desee vender su porcentaje la Alcaldía Municipal de Soyapango tendrá derecho de tanteo para igualar dicha oferta antes que otro inversionista.

POLÍTICAS DEL PERSONAL

- El colaborador deberá cumplir el reglamento interno Teleférico San Jacinto
- El colaborador devengara el salario acorde al cargo que posea y el cumplimiento de sus responsabilidades.
- El salario del personal será entregado respetando la fecha estipulada.
- El horario de trabajo extra será asignado exclusivamente por un subalterno.

- Al colaborador se le entregaran uniformes de trabajo debidamente identificados con la institución.
- Se proporcionara el equipo y herramientas necesarias al personal, para el desarrollo de sus funciones.
- El colaborador debe ser una persona ordenada, imparcial, responsable, honesta y confiable en el desarrollo de sus funciones.
- Los colaboradores deben poseer conciencia y sentido de responsabilidad ambiental reflejado en su desempeño laboral.
- Cada colaborador debe poseer alto grado de servicio al turista y compromiso con la institución.
- Cada colaborador debe velar por que se mantenga el respeto entre compañero y realizar las labores en equipo.
- Acudir al desarrollo de las funciones presentable y con predisposición del buen servicio al turista.
- Hacer cumplir la normativa de ingreso y uso de las instalaciones del Teleférico San Jacinto.
- Los colaboradores deben ser amigables, agradables y prestar cuidadosa disposición hacia los turistas.

Fecha de elaboración: 14/07/2020	Revisado por:	Aprobado por:
--	----------------------	----------------------

Apéndice 2

DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO

INSUMOS POR SERVICIOS

La determinación de insumos o materiales necesarios se realizará por cada servicio, en el caso de aquellos que no requieran de un mayor uso de insumos, si no que de un mantenimiento se realizara las especificaciones de insumos necesarios para el mantenimiento:

Parque acuático

A continuación, se presentarán los elementos necesarios para el funcionamiento del parque acuático:

Elemento	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Frec. de compra
Lubricante para bomba	1	\$ 24.50	\$ 24.50	8 meses
Filtros	3	\$ 27.00	\$ 81.00	3 meses
Desinfectante de cloro	2	\$ 5.30	\$ 10.60	mensual
Limpiador multiuso amoníaco puro 2.5 Litros	1	\$ 5.90	\$ 5.90	mensual
Compuestos oxidantes	3	\$ 0.35	\$ 1.05	3 meses
Ajustadores de alcalinidad	1	\$ 66.21	\$ 66.21	3 meses
Medidor de pH	1	\$ 30.00	\$ 30.00	1 año
Equipo probador de acidez y alcalinidad	1	\$ 4.95	\$ 4.95	5 meses
Pastillas de cloro	90	\$ 0.90	\$ 81.00	mensual
Red para limpiar piscina	1	\$ 14.85	\$ 14.85	6 meses
Ajustadores de pH	6	\$ 7.25	\$ 43.50	mensual
Alguicidas	1	\$ 38.39	\$ 38.39	mensual
TOTAL			\$ 401.95	

Tabla 138 Elementos para el mantenimiento del parque acuático

Hotel

A continuación, se presentarán los elementos necesarios para el funcionamiento del hotel en la parte alta del teleférico:

Elemento	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual
Sábanas	24	\$ 10.00	\$240.00
Sachet Shampoo	40	\$ 0.20	\$8.00
Jabón de tocador	40	\$ 0.12	\$4.80
Papel higiénico	6	\$ 4.90	\$29.40
Desinfectante	2	\$ 10.99	\$21.98
Jabón líquido galón	2	\$ 7.67	\$15.34
Alcohol Gel Galón	3	\$ 17.28	\$51.84
Botes de basura	15	\$ 2.45	\$36.75
Aromatizador	12	\$ 3.14	\$37.68
TOTAL			\$445.79

Tabla 139 Elementos para el hotel

Fuente: Elaboración propia

Teleférico

En el caso del teleférico se considera que la obra o instalación del mismo poseería todo lo necesario para su funcionamiento cuyos costos deben ir reflejados en la instalación fija tangible.

Restaurante

En el caso del restaurante no se consideran costos para el capital de trabajo dado que estas instalaciones se pretenden sean arrendadas y por lo cual cada organización o persona incurrirá en propios costos, lo referente a las instalaciones ya es considerado en la inversión fija tangible.

ELEMENTOS DE USO COMÚN

A continuación, se presentan los elementos que son necesarios para el mantenimiento, estos se colocan en un apartado distinto ya que se asume que podrán ser utilizados por el personal para los diversos servicios cuando así lo requieran:

Elemento	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Frec. de compra
Escoba	3	\$ 2.90	\$ 8.70	5 meses
Trapeador	8	\$ 1.00	\$ 8.00	4 meses
Pala	3	\$ 3.75	\$ 11.25	5 meses
Lejía galón	1	\$ 2.83	\$ 2.83	mensual
Machete	3	\$ 4.25	\$ 12.75	6 meses
Kit de herramientas	1	\$ 34.95	\$ 34.95	1 año
Rastrillo	3	\$ 2.87	\$ 8.61	5 meses
Palo de trapeador	3	\$ 3.20	\$ 9.60	8 meses
Paños para limpiar	15	\$ 0.60	\$ 9.00	mensual
Detergente en polvo 1.5 kg	1	\$ 2.77	\$ 2.77	mensual
Desinfectante	5	\$ 5.30	\$ 26.50	mensual
Jabón líquido para mano galón	1	\$ 6.90	\$ 6.90	mensual
Cesto de basura	4	\$ 14.25	\$ 57.00	8 meses
Cesto de basura grande	3	\$ 20.56	\$ 61.68	8 meses
Papel higiénico 4 unidades	18	\$ 2.25	\$ 40.50	mensual
Guantes de hule	1	\$ 1.70	\$ 1.70	mensual
Bolsas de basura	3	\$ 2.21	\$ 6.63	mensual
TOTAL			\$ 309.37	

Tabla 140 Elementos de uso común en el parque

SALARIOS

Puesto	Empleados	Salario	T. Prestaci.	T/Persona	T. Mensual
Director general	1	\$1,000.00	\$194.20	\$1,194.20	\$1,194.20
Subdirector de mantenimiento y servicios	1	\$900.00	\$174.78	\$1,074.78	\$1,074.78
Subdirector de operaciones y atención al turista	1	\$900.00	\$174.78	\$1,074.78	\$1,074.78
Subdirector de Administración y Finanzas	1	\$900.00	\$174.78	\$1,074.78	\$1,074.78
Subdirector de Mercadeo	1	\$900.00	\$174.78	\$1,074.78	\$1,074.78
Jardinero y de limpieza	6	\$400.00	\$77.68	\$477.68	\$2,866.08
Mecánicos	2	\$450.00	\$87.39	\$537.39	\$1,074.78
Electricistas	2	\$450.00	\$87.39	\$537.39	\$1,074.78
Colector de ingresos	2	\$400.00	\$77.68	\$477.68	\$955.36
Atención al Turista	4	\$400.00	\$77.68	\$477.68	\$1,910.72
Encargado de Recursos Humanos	1	\$600.00	\$116.52	\$716.52	\$716.52
Encargado de Contabilidad	1	\$550.00	\$106.81	\$656.81	\$656.81
Encargado de Informática y Tecnología	1	\$650.00	\$126.23	\$776.23	\$776.23
Encargado de Soporte Técnico	1	\$650.00	\$126.23	\$776.23	\$776.23
Analista de Mercado	1	\$600.00	\$116.52	\$716.52	\$716.52
Encargado de Publicidad	1	\$500.00	\$97.10	\$597.10	\$597.10
Secretaria	1	\$ 400.00	\$77.68	\$477.68	\$477.68
	28				\$18,092.13

Tabla 141 Salarios de personal para el primer mes

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS



Ilustración 98 Equipo de trabajo en parque del teleférico

Material para anexo

Principios base que rigen las herramientas a utilizar en apoyo a la gestión y administración en prestación de servicios turísticos.

PRINCIPIOS		
La GCT implica la adopción de unos principios clave, de un sistema de valores, que guían la forma de gobernar la organización y el comportamiento de sus miembros		
PRÁCTICAS Y TÉCNICAS		
Los principios anteriores se implantan mediante prácticas que aportan los instrumentos para asegurar que los principios se tienen en cuenta en la estrategia y en cada actividad diaria de la organización		
HERRAMIENTAS DE MEJORA	SISTEMAS DE MEDICIÓN	PROCESOS ORGANIZATIVOS Y DIRECTIVOS
Investigación de defectos de prestación de servicios Investigación sistemática averías Recopilación estadísticas calidad Control estadístico de procesos Documentación de procesos y del Sistema de Gestión de la Calidad Manual de calidad Gestión de procesos Dinámica de grupos Técnicas de resolución de problemas 7 herramientas de la calidad Benchmarking Autoevaluación Evaluación de proveedores Utilización del ciclo PDCA Análisis AMFE Despliegue de la función de calidad	Contar con un sistema de medición capaz de aportar información sobre los hechos relevantes Costes de calidad y no calidad Investigación regular del cliente (necesidades y satisfacción) mediante encuestas o reuniones periódicas Medidas de la variación y eficiencia de los procesos Medición continua de resultados Investigación regular de la satisfacción de los empleados	Creación de comités de calidad Creación departamento de calidad Programas de formación en calidad Delegación de responsabilidades Participación de empleados e decisiones estratégicas Programas de sugerencias Equipos de mejora y círculos de calidad Equipos interfuncionales Remuneración según la satisfacción de los clientes Sistemas comunicación vertical y horizontal Organización por procesos Planificación de carreras Técnicas de planificación de calidad Desarrollo de servicio postventa Gestión eficaz de quejas y reclamaciones Relación cooperación a L/P con proveedores y clientes Creación de unidades organizativas descentralizadas (autonomía en el trabajo) Reducción de los niveles jerárquicos Planes de carreras basados en competencias

Matriz de apoyo en la interpretación de resultados en el análisis de riesgo

LA MATRIZ DE RIESGOS

		Impacto				
		Muy Bajo (1)	Bajo (2)	Moderado (3)	Alto (5)	Muy Alto (10)
Probabilidad	Muy baja (1)	Aceptar	Aceptar	Aceptar	Aceptar	Transferir /Mitigar
	Baja (2)	Aceptar	Aceptar	Aceptar	Transferir /Mitigar	Evitar
	Moderada (3)	Aceptar	Aceptar	Aceptar	Transferir /Mitigar	Evitar
	Alta (4)	Aceptar	Aceptar	Transferir /Mitigar	Evitar	Evitar
	Muy alta (5)	Aceptar	Transferir /Mitigar	Transferir /Mitigar	Evitar	Evitar

Conglomerado de normas que rigen la norma Q de la calidad turística

Las normas detrás de la Q de Calidad Turística

