

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA PRODUCTOS  
TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE TAMANIQUE,  
DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD**

PRESENTADO POR:

**PATRICIA MARIBEL CHÁVEZ MOLINA**

**GLENDA PATRICIA GÓMEZ PERALTA**

**VERÓNICA YANETH RAMOS**

PARA OPTAR AL TITULO DE:

**INGENIERA INDUSTRIAL**

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO 2015

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR :**

**ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO**

**SECRETARIA GENERAL :**

**DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA**

**FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA**

**DECANO :**

**ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL**

**SECRETARIO :**

**ING. JULIO ALBERTO PORTILLO**

**ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

**DIRECTOR :**

**ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS**

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

**INGENIERA INDUSTRIAL**

Título :

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA PRODUCTOS  
TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE TAMANIQUE,  
DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD**

Presentado por :

**PATRICIA MARIBEL CHÁVEZ MOLINA  
GLENDA PATRICIA GÓMEZ PERALTA  
VERÓNICA YANETH RAMOS**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor :

**ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ**

San Salvador, Febrero 2015

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor :

**ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ**

## **Agradecimientos:**

Una etapa muy importante en mi vida culmina, una meta la cual requirió muchos años de esfuerzo, sacrificio, noches de desvelos, buenos y malos momentos que me han servido para crecer.

Agradezco infinitamente a Dios por bendecirme de mil maneras, darme fuerzas para superar obstáculos y hacer realidad la culminación de mi carrera, por acompañarme en todo momento, por escuchar mis plegarias, por darme fe y esperanza cuando lo creía todo perdido, sé que tú nunca me abandonas y siempre eres y serás mi fortaleza.

A mi madre la persona más importante en mi vida, por ser padre y madre a la vez gracias a sus sacrificios nunca me ha faltado nada, una madre inigualable que creyó en mí aun cuando yo me sentía desanimada, por orar por mí, por cada examen, cada defensa, por el apoyo incondicional, eres la mayor bendición que Dios me ha dado.

A ti querida abuela que te me adelantaste antes de leer esto y ver finalizada mi carrera, pero sin duda tu desde el cielo me cuidas.

A esa persona especial: gracias por comprenderme y brindarme su apoyo.

A mi grupo de tesis y al docente asesor quien nos fue guiando durante el desarrollo de nuestra tesis, por su tiempo, paciencia en cada una de las asesorías.

A todos aquellos amigos y demás personas que en algún momento de la vida se cruzaron en mi camino y formaron parte fundamental de este largo proceso, agradezco de corazón por su ayuda, apoyo y comprensión.

Inmensamente agradecida:

**Verónica Ramos**

## AGRADECIMIENTOS

Doy gracias, primeramente a Dios por darme la vida, salud y fortaleza. Como creyente estoy consciente que nada es posible sin Dios, quien es el motor de nuestras vidas.

A mis padres quienes siempre creyeron en mí, por ser siempre un apoyo, por cuidar de mí, darme educación y servir de ejemplo para mi vida. Gracias por estar siempre a mi lado durante todos estos años y ayudarme con la culminación de un paso más en mi vida.

A mi esposo Francisco por apoyarme, y servir de ejemplo de superación y perseverancia durante todos estos años de lucha y ser parte importante en mi vida.

A Glenda María, mi hija y fiel compañera de “batalla”, mi símbolo de luz, felicidad y esperanza.

A mis hermanos, quienes siempre me han apoyado y querido. Por qué no mencionar al bro, quien siempre ha estado pendiente de mí y dispuesto a ayudarme.

A mi abuela, que aunque ya no está físicamente conmigo, siempre creyó en mí, me sirvió de ejemplo en diferentes aspectos hasta sus últimos días.

A todos mis amigos, mis compañeras de tesis y los docentes de la Universidad por haberme enseñado el camino en la profesión.

*Glenda Gómez*

## AGRADECIMIENTOS

Esta redacción la he esperado con ansias, porque no indica más que la tesis está por concluir y ya solo faltan unos cuantos pasos para alcanzar uno de esos sueños que tengo desde antes de los diecisiete años. Todo se lo debo a Dios, absolutamente todo, desde los pequeños detalles en los que ha cuidado de mí, hasta las bendiciones recibidas día a día en las que incluyo a todos mis amigos y amigas que Dios me ha permitido conocer.

Le doy el mérito a mi madre y a mi hermana: Gracias por todo el apoyo, amor, cuidados, comprensión y orientación. Ustedes me han formado con mucho cariño y espero se sientan orgullosas de la persona que soy, las amo mucho.

Igual para ti Mario: Gracias por todos tus detalles, amo todo lo que eres conmigo. Gracias por el apoyo, amor y paciencia que me has mostrado durante el tiempo que tengo de conocerte.

Para toda mi familia en general, agradezco el apoyo que he recibido y comparto este momento de felicidad.

Ing. Omar Aguilar: Agradezco su paciencia y orientación para con este grupo risueño que tuvo.

Mis compañeras de tesis:

<Verónica Ramos> - Te quiero mucho amiga, gracias por tu comprensión y amistad, me alegra haberte conocido y compartido tantos buenos momentos contigo, entre ellos el trabajo con esta tesis.

<Glenda Gómez> - Me alegra haber compartido con vos momentos agradables de la tesis, entre ellos las caminatas larguísimas que nos hicieron rebajar como mil libras.

A todos mis catedráticos/as: Les agradezco todas las enseñanzas brindadas, desde las ciencias básicas hasta las áreas especializadas, aprendí y me encantaron muchas materias y áreas de conocimiento que no habría sido posible sin su dedicación y vocación. Gracias por todo a mis catedráticos de Ciencias Básicas, ingeniería en sistemas, ingeniería mecánica, ingeniería química, ingeniería eléctrica, ingeniería civil, y a mis catedráticos de la escuela y su secretaria: Ingeniero Benítez, Ing. Rodríguez, Ing. Montejó, Ing. Georgeth, Ing. Santos, Inga. Pocasangre, Inga. Sonia, Ing. Jeremías, Ing. Quique R., Ing. Reyes, Ing. Mayorga, Ing. Pedro Vásquez, Ing. Monge, Ing. Granados, Lic. García, Lic. Galves, Licda. Bautista, Licda. Yanes, Ing. Fernández y los que me falta nombrar con quienes compartí menos tiempo pero que siempre han sido excelentes conmigo.

A las personas especiales que gracias a Dios conocí, les agradezco todo su cariño y sepan que yo los llevo en el corazón eternamente, gracias por estar siempre pendientes de mí. Además, les agradezco la ayuda que me brindaron de sobremanera, los amo: Kriscia, N. Eduardo M., Juan Carlos A., Frank P., Salvador, Felipe, Frank y Luis.

A mis amigos y compañeros de ingeniería en sistemas, ingeniería civil, ingeniería industrial, ingeniería química y alimentos, ingeniería mecánica, ingeniería eléctrica y A.G.U.: les agradezco lo lindos que han sido conmigo, recuerdo mis amigos inseparables de los primeros años: Gaby, Mirna, Evo, Ada, Jorge y los que mencioné en párrafos anteriores.

Finalmente quiero agradecer la Lic. Jeanne Amaya por el cariño y apoyo brindado, guiándome en una nueva etapa de mi vida y siendo un ángel para mí. Le estaré eternamente agradecida y usted sabe que la quiero inmensamente.

Patricia Chávez.-

Contenido	
I. INTRODUCCION .....	19
II. OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	20
III. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	22
CAPITULO I .....	24
1. MARCO CONCEPTUAL .....	25
2. ANTECEDENTES .....	30
2.1 Turismo en El Salvador .....	30
2.2 Estructura del sector turismo.....	31
2.3 Estadísticas de turismo .....	34
2.4 Generalidades del municipio .....	38
2.5 Marco legal.....	52
CAPITULO II DIAGNOSTICO .....	58
3. INVENTARIO DE PRODUCTOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE TAMANIQUE .....	59
4. ANALISIS DE MERCADO.....	70
4.1 Mercado consumidor.....	70
4.2 Mercado competidor.....	147
4.3 Mercado abastecedor.....	182
4.4 Mercado distribuidor.....	200
5. RESULTADO DE DIAGNOSTICO .....	216
6. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO.....	228
CAPITULO III DISEÑO.....	229
7. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	231
7.1. Macro localización.....	231
7.2. Micro localización .....	233
8. DISEÑO DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS.....	239
8.1. Cabañas.....	242
8.2. Camping.....	253
8.3. Caminata a cascadas de Tamanique .....	257
8.4. Visita al Pueblo de Tamanique.....	267



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

8.5.	Moto tour .....	274
8.6.	Diseño de paquetes turísticos .....	278
8.7.	Distribución del área de operación .....	283
9.	CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO .....	292
10.	PROGRAMA DE PROMOCION Y PUBLICIDAD .....	296
11.	COMITE TURISTICO .....	305
12.	SEÑALIZACION TURISTICA .....	317
13.	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SEGURIDAD TURÍSTICA .....	322
	CAPITULO IV EVALUACIONES DEL PROYECTO E IMPLEMENTACION.....	337
14.	INVERSIONES EN EL PROYECTO.....	339
14.1.	Inversiones fijas .....	339
14.1.1.	Inversiones fijas tangibles .....	340
14.1.2.	Inversiones fijas intangibles.....	347
14.1.3.	Total de inversiones fijas .....	349
14.1.4.	Imprevistos .....	350
14.2.	Capital de trabajo.....	352
14.3.	Cuadro de inversiones .....	354
15.	COSTOS DEL PROYECTO .....	354
15.1.	Costos fijos .....	355
15.1.1.	Costos de prestación de servicios.....	355
15.1.2.	Costos de administración .....	363
15.1.3.	Costos de comercialización.....	367
15.1.4.	Costos financieros.....	369
15.2.	Cuadro resumen de costos fijos.....	370
16.	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	381
17.	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	385
17.1.	Ingresos por venta para el primer periodo .....	385
17.2.	Estimación de egresos.....	387
17.3.	Situación de equilibrio.....	388
18.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA .....	393

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

18.1.	Estado de pérdidas y ganancias .....	393
18.2.	Flujo de efectivo .....	398
18.3.	Balance general .....	399
19.	EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	405
19.1.	TIR- TMAR .....	405
19.2.	Van .....	409
19.3.	Razón B/C.....	411
20.	EVALUACION FINANCIERA.....	414
20.1.	TRI .....	414
20.2.	Razones financieras .....	415
20.2.1.	Razones de liquidez .....	415
20.2.2.	Razones de actividad .....	417
20.3.	Análisis de sensibilidad .....	421
21.	EVALUACION ECONOMICA- SOCIAL DEL PROYECTO .....	424
22.	EVALUACION AMBIENTAL .....	427
23.	EVALUACION DE PERSPECTIVA DE GÉNERO .....	441
24.	ADMINISTRACION DEL PROYECTO .....	445
25.	CONCLUSIONES.....	469
26.	RECOMENDACIONES .....	471
27.	BIBLIOGRAFIA.....	472
28.	ANEXOS .....	474

### Índice de tablas

Tabla 1. Evolución histórica del sector turístico en El Salvador.....	31
Tabla 2 Gasto y estadía promedio preliminar.....	37
Tabla 3 Principales cerros del municipio de Tamanique .....	41
Tabla 4 Montañas del municipio de Tamanique .....	43
Tabla 5 Fincas del municipio de Tamanique .....	43
Tabla 6 Cuencas hidrográficas y redes hídricas del municipio de Tamanique .....	46
Tabla 7 Esteros en el municipio de Tamanique.....	48
Tabla 8 Infraestructura del municipio de Tamanique.....	50
Tabla 9 Principales actores de la política nacional de turismo .....	55
Tabla 10 Composición de la ley de turismo de el salvador.....	56
Tabla 11 Características de playa El Tunco ubicada en el municipio de Tamanique .....	60
Tabla 12 Características de playa El Sunzal ubicada en el municipio de Tamanique .....	60
Tabla 13 Características de playa El Palmarcito ubicada en el municipio de Tamanique.	61
Tabla 14 Sendero localizado en la zona norte de Tamanique.....	62
Tabla 15 Caminos para practicar moto tour en Tamanique.....	63
Tabla 16 Características de Cerro La Gloria en el municipio de Tamanique .....	64
Tabla 17 Características de cascadas en Tamanique.....	66
Tabla 18 Características de cuevas en Tamanique .....	66
Tabla 19 Características de Iglesia parroquial en Tamanique.....	67
Tabla 20 Clasificación de los turistas de acuerdo a su lugar de procedencia.....	82
Tabla 21 Frecuencia de visita .....	84
Tabla 22 Pregunta sobre conocimiento del municipio .....	85
Tabla 23 Gustaría visitar de nuevo el municipio.....	86
Tabla 24 Le gustaría conocer el municipio de Tamanique .....	87
Tabla 25 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Tunco.....	88
Tabla 26 Procedencia de turistas.....	89
Tabla 27 Frecuencia de visita .....	89
Tabla 28 Conocimiento del municipio al que pertenece la playa .....	90
Tabla 29 Ha visitado el pueblo de este municipio .....	91
Tabla 30 Preferencias sobre volver a visitar el municipio a personas encuestadas en playa El Tunco.....	92
Tabla 31 Gustaría conocer el municipio, personas encuestadas en playa El Tunco .....	93

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 32 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Sunzal .....	94
Tabla 33 Frecuencia de visita de personas encuestadas en playa El Sunzal.....	95
Tabla 34 Conocimiento del municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal .....	96
Tabla 35 Visita al municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal ..	96
Tabla 36 Preferencias sobre volver a visitar el municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal .....	97
Tabla 37 Le gustaría visitar el pueblo de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal .....	98
Tabla 38 Hipótesis de la investigación. ....	101
Tabla 39 Descripción de páginas de Facebook donde para realizar encuestas .....	108
Tabla 40 Matriz, hipótesis, pregunta .....	111
Tabla 41 Población del área metropolitana de San Salvador .....	121
Tabla 42 Nivel de confianza.....	122
Tabla 43 Resultado de sondeo para determinar p y q.....	123
Tabla 44 Población proyectada según índice de crecimiento poblacional .....	144
Tabla 45 Demanda proyectada.....	144
Tabla 46 Demanda del proyecto .....	146
Tabla 47 Tipos de habitación que ofrece Suites Monkey Lala.....	152
Tabla 48 Tipos de habitación que ofrece HOTEL POSADA LUNA.....	155
Tabla 49 Detalle de precios Hostal La Sombra .....	160
Tabla 50 Tipo de habitación que ofrece TEKUANI KAL .....	162
Tabla 51 Tipos de habitación que ofrece CASA MIRAMAR .....	163
Tabla 52 Precios por persona de Moto tour El Salvador .....	171
Tabla 53 Insumos y proveedores para alojamiento .....	187
Tabla 54 Insumos y proveedores para equipamiento.....	187
Tabla 55 Insumos y proveedores de productos de higiene y limpieza.....	188
Tabla 56 Insumos y proveedores para el área de cocina .....	188
Tabla 57 Insumos y proveedores para caminata.....	189
Tabla 58 Insumos y proveedores para rappel .....	189
Tabla 59 Insumos y proveedores para moto tour .....	190
Tabla 60 Cotización de precios de materiales de construcción .....	191
Tabla 61 Cotización de precios de materiales para equipamiento .....	191

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 62 Cotización de precios de insumo de limpieza .....	192
Tabla 63 Cotización de precios para moto tour .....	193
Tabla 64 Proveedores para equipos de seguridad.....	193
Tabla 65 Proveedores para electrodomésticos y muebles.....	193
Tabla 66 Proveedores para materiales de construcción.....	195
Tabla 67 Proveedores para materiales de construcción.....	196
Tabla 68 Resumen con resultados del sondeo .....	198
Tabla 69 Descripción de Tour operadores .....	212
Tabla 70 Matriz de involucrados .....	222
Tabla 71 Descripción de alternativas para micro localización; información generada Sr. Pablo Talentino unidad de catastro Alcaldía Municipal de Tamanique.....	233
Tabla 72 Factores a considerar para micro localización del proyecto .....	235
Tabla 73 Ponderación de factores .....	236
Tabla 74 Descripción de calificación a asignar a los factores de localización .....	236
Tabla 75 Matriz de evaluación de factores.....	237
Tabla 76 Requerimiento de equipo para cabañas.....	249
Tabla 77 Requerimiento de equipo para cocina de uso común.....	250
Tabla 78 Requerimiento de equipo de primeros auxilios.....	251
Tabla 79 Requerimiento de equipo de transporte .....	251
Tabla 80 Requerimiento de equipo de limpieza .....	252
Tabla 81 Requerimientos para área de camping.....	256
Tabla 82 Tipo de turismo a ofertar .....	258
Tabla 83 Itinerario para caminata a cascadas.....	262
Tabla 84 Requerimientos de equipo para caminata a cascadas .....	264
Tabla 85 Tipos de productos turísticos a ofertar .....	268
Tabla 86 Itinerario a realizar en visita al pueblo .....	271
Tabla 87 Requerimientos para moto tour .....	277
Tabla 88 Espacios para área administrativa .....	283
Tabla 89 Distribución de espacio para cabañas.....	284
Tabla 90 Requerimientos de espacio para cabaña sencilla.....	284
Tabla 91 Requerimiento de espacio para cabañas dobles.....	285
Tabla 92 Requerimiento de espacio para cabañas triples.....	286
Tabla 93 Requerimiento de espacio para área de cocina .....	287

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 94 Distribución de espacio para área de cocina común .....	288
Tabla 95 Requerimiento de espacio para área de camping. ....	288
Tabla 96 Áreas totales por tipo de cabaña.....	289
Tabla 97 Áreas totales de camping.....	290
Tabla 98 Áreas totales .....	290
Tabla 99 Cálculo de NC.....	292
Tabla 100 Cálculo de capacidad instalada cabañas .....	293
Tabla 101 Calculo NC.....	293
Tabla 102 Cálculo de capacidad instalada camping .....	294
Tabla 103 Capacidad instalada para caminata a cascadas.....	294
Tabla 104 Capacidad instalada para visita al casco urbano.....	295
Tabla 105 Capacidad instalada para moto tour.....	295
Tabla 106 Presupuesto del programa promoción y ventas.....	300
Tabla 107 Presupuesto del programa de publicidad .....	302
Tabla 108 Formato para señalización turística.....	318
Tabla 109 Señalización de productos turísticos .....	319
Tabla 110 Señalización de servicios generales.....	320
Tabla 111 Requerimientos para señalización .....	321
Tabla 112 puntuación de faltas .....	326
Tabla 113 Puntos claves calificados como Buenos o Excelentes .....	331
Tabla 114 Inversión de obra civil .....	341
Tabla 115 Inversión de mobiliario y equipo para cascadas .....	341
Tabla 116 Inversión de mobiliario y equipo para camping.....	342
Tabla 117 Inversión de mobiliario y equipo para cabañas.....	342
Tabla 118 Inversión de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común.....	343
Tabla 119 Inversión de mobiliario y equipo para moto tour .....	343
Tabla 120 Cuadro resumen de mobiliario y equipo de instalaciones.....	343
Tabla 121 Inversión de mobiliario equipo de oficina.....	344
Tabla 122 Inversión para primeros auxilios .....	345
Tabla 123 Equipo de transporte.....	345
Tabla 124 Equipo de limpieza.....	345
Tabla 125 Señalización.....	346
Tabla 126 Cuadro resumen de inversiones fijas tangibles .....	346

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 127 Investigación y estudio .....	347
Tabla 128 Administración del proyecto .....	348
Tabla 129 Capacitaciones .....	348
Tabla 130 Sistema contable.....	348
Tabla 131 Cuadro resumen de inversiones fijas intangibles.....	349
Tabla 132 Resumen inversión fija .....	349
Tabla 133 Total inversión fija .....	351
Tabla 134 Cuenta de efectivo .....	353
Tabla 135 Cuadro inversión total del proyecto .....	354
Tabla 136 Costo mano de obra.....	357
Tabla 137 Gasolina para motos y microbús .....	358
Tabla 138 Servicio de energía eléctrica .....	358
Tabla 139 Servicio de agua .....	358
Tabla 140 Servicio de telefonía e internet .....	359
Tabla 141 Costos de mantenimiento.....	359
Tabla 142 Depreciación de obra civil prestación del servicio .....	359
Tabla 143 Depreciación de mobiliario y equipo para caminata a cascadas.....	360
Tabla 144 Depreciación de mobiliario y equipo para camping .....	360
Tabla 145 Depreciación de mobiliario y equipo para cabañas .....	361
Tabla 146 Depreciación de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común .....	362
Tabla 147 Depreciación de mobiliario y equipo para Moto tour .....	362
Tabla 148 Depreciación de equipo de transporte.....	362
Tabla 149 Depreciación de señalización.....	363
Tabla 150 Costos de personal administrativo .....	364
Tabla 151 Telefonía fija e internet área administrativa .....	364
Tabla 152 Consumo de agua prestación de área administrativa .....	365
Tabla 153 Energía de área administrativa.....	365
Tabla 154 Papelería y útiles de oficina .....	365
Tabla 155 Depreciación de mobiliario y equipo de oficina.....	366
Tabla 156 Amortización de inversión fija intangible.....	366
Tabla 157 Costos de personal de comercialización .....	368
Tabla 158 Promoción y publicidad .....	368
Tabla 159 Cuadro de amortización de la deuda debido al crédito .....	369

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 160 Cuadro resumen de costos fijos .....	370
Tabla 161 Asignación de costos fijos a cada paquete .....	370
Tabla 162 Costo de salarios de guías turísticos por temporada .....	371
Tabla 163 Costo variable unitario.....	371
Tabla 164 Costo de visitas.....	372
Tabla 165 Costos variables unitarios paquete 1.....	372
Tabla 166 Costos variables unitarios paquete 2.....	373
Tabla 167 Costos variables unitarios paquete 3.....	373
Tabla 168 Costos variables unitarios paquete 4.....	373
Tabla 169 Determinación de costo total unitario de cada paquete .....	374
Tabla 170 Precio de venta de cada paquete .....	374
Tabla 171 Costo de visitante.....	375
Tabla 172 Costos fijos unitarios por paquete .....	375
Tabla 173 Preferencias de productos turísticos .....	376
Tabla 174 Preferencia de paquete 1 .....	376
Tabla 175 Costo Unitario representativo paquete 1 .....	377
Tabla 176 Preferencia de paquete 2 .....	377
Tabla 177 Costo Unitario representativo paquete 2 .....	378
Tabla 178 Preferencia de paquete 3 .....	378
Tabla 179 Costo Unitario representativo paquete 3 .....	379
Tabla 180 Preferencia de paquete 4 .....	379
Tabla 181 Costo Unitario representativo paquete 4 .....	380
Tabla 182 Precio promedio por producto turístico.....	380
Tabla 183 Precio de venta por producto turístico .....	380
Tabla 184 Centros financieros para crédito bancario .....	381
Tabla 185 Intereses caja de crédito metropolitana.....	382
Tabla 186 Intereses Banco ProCredit, S.A.....	382
Tabla 187 Intereses Banco agrícola, S.A.....	382
Tabla 188 Intereses Banco Davivienda, S.A .....	383
Tabla 189 Intereses Banco Promerica, S.A .....	383
Tabla 190 Intereses Scotiabank El Salvador, S.A.....	383
Tabla 191 Cuadro resumen de intereses por centro de financiamiento.....	384
Tabla 192 Determinación de número de paquetes por año.....	385



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 193 Ingresos por venta .....	386
Tabla 194 Estimación de egresos.....	387
Tabla 195 Determinación de punto de equilibrio en unidades .....	388
Tabla 196 Punto de equilibrio paquete 1 .....	389
Tabla 197 Punto de equilibrio paquete 2.....	390
Tabla 198 Punto de equilibrio paquete 3.....	391
Tabla 199 Punto de equilibrio paquete 4.....	392
Tabla 200 Estado de resultados paquete 1 .....	393
Tabla 201 Estado de resultados paquete 2.....	394
Tabla 202 Estado de resultados paquete 3.....	395
Tabla 203 Estado de resultados paquete 4.....	396
Tabla 204 Estado de resultados consolidado 5 años .....	397
Tabla 205 Flujo neto de efectivo consolidado 5 años.....	398
Tabla 206 Balance general al 1 Enero 2015 .....	399
Tabla 207 Balance general al 31 de Diciembre 2015.....	400
Tabla 208 Balance general al 31 de Diciembre 2016.....	401
Tabla 209 Balance general al 31 de Diciembre 2017.....	402
Tabla 210 Balance general al 31 de Diciembre 2018.....	403
Tabla 211 Balance general al 31 de Diciembre 2019.....	404
Tabla 212 Tasa de inflación El Salvador, Fuente: Banco Central de la Moneda Única Europea (BCE) .....	406
Tabla 213 Tasa de interés pasiva .....	406
Tabla 214 Cálculo de TIR del proyecto .....	407
Tabla 215 Calculo de VAN del proyecto.....	411
Tabla 216 Beneficio- costo paquete 1 .....	412
Tabla 217 Beneficio- costo paquete 2.....	412
Tabla 218 Beneficio- costo paquete 3.....	413
Tabla 219 Beneficio- costo paquete 4.....	413
Tabla 220 Beneficio- costo Total.....	413
Tabla 221 Tiempo de recuperación de la inversión.....	414
Tabla 222 Razón Circulante.....	416
Tabla 223 Rotación de activos totales .....	417
Tabla 224 Margen de utilidad de operación .....	418

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Tabla 225 Rendimiento sobre activos .....	419
Tabla 226 Margen de utilidad neta.....	420
Tabla 227 VAN escenario optimista .....	421
Tabla 228 TIR Escenario optimista .....	422
Tabla 229 VAN escenario pesimista .....	422
Tabla 230 TIR escenario pesimista.....	423
Tabla 231 VAN .....	423
Tabla 232 TIR.....	423
Tabla 233 VAN .....	424
Tabla 234 TIR.....	424
Tabla 235 Aspectos de Saneamiento del municipio de Tamanique. Fuente: Plan de Emergencia Sanitario Local de la Unidad de Salud de Tamanique. ....	431
Tabla 236 Matriz de impactos .....	437
Tabla 237 Valores Límite establecidos para el VIA y su interpretación. ....	438
Tabla 238 Impacto, efecto soluciones.....	439
Tabla 239 Acción mitigante.....	440
Tabla 240 Requerimiento de personal para el proyecto .....	442
Tabla 241 Precedencia de actividades .....	452
Tabla 242 Descripción del Índice de Porcentaje de Ejecución del Proyecto.....	459
Tabla 243 Descripción del Índice de Porcentaje de Avance.....	460
Tabla 244 Descripción del Índice de Porcentaje de Ejecución del Presupuesto.....	461
Tabla 245 Formato para el control de la Ejecución Presupuestal.....	462
Tabla 246 Formato para el control de la Ejecución de Actividades. ....	463
Tabla 247 Puntos de Control del Proyecto por paquete de trabajo. ....	465

### Índice de gráficos

Gráfico 1 Llegadas Internacionales.....	34
Gráfico 2 Porcentaje variación de visitantes .....	35
Gráfico 3 Ingresos turísticos en el periodo (2009-2013).....	36
Gráfico 4 Participación de Llegadas de turistas por Regiones de procedencia .....	73
Gráfico 5 Llegada de Turistas Internacionales por principales regiones de procedencia..	74
Gráfico 6 Participación en Llegadas de turistas, países de procedencia .....	75
Gráfico 7 Llegada de turistas internacionales por país de residencia/Centroamérica.....	76
Gráfico 8 Llegada de turistas internacionales por país de residencia/Norteamérica.....	77
Gráfico 9 Procedencia de los turistas del Malecón puerto de La libertad .....	82
Gráfico 10 Procedencia de turistas nacionales en Malecón puerto de La libertad.....	83
Gráfico 11 Frecuencia de visita, personas del Malecón puerto de La libertad.....	84
Gráfico 12 Conocimiento del municipio de Tamanique, Malecón puerto de La libertad....	85
Gráfico 13 Preferencia de las personas al municipio sobre si les gustaría visitarlo de nuevo, Malecón puerto de La libertad.....	86
Gráfico 14 Le gustaría a las personas conocer el municipio de Tamanique, personas encuestadas en el Malecón puerto de La libertad.....	87
Gráfico 15 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Tunco .....	88
Gráfico 16 Frecuencia de visita de personas encuestadas en playa El Tunco .....	90
Gráfico 17 Conocimiento del municipio, personas encuestadas en playa El Tunco .....	91
Gráfico 18 Visita al pueblo del municipio de Tamanique a personas encuestadas en playa El Tunco .....	92
Gráfico 19 Preferencias sobre volver a visitar el municipio a personas encuestadas en playa El Tunco.....	93
Gráfico 20 Gustaría conocer el municipio, personas encuestadas en playa El Tunco.....	93
Gráfico 21 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Sunzal .....	94
Gráfico 22 Frecuencia de visita de personas encuestadas en playa El Sunzal .....	95
Gráfico 23 Conocimiento del municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal .....	96
Gráfico 24 Visita al municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal	97
Gráfico 25 Preferencias sobre volver a visitar el municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal .....	98

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Gráfico 26 Le gustaría visitar el pueblo de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal .....	98
Gráfico 27 Resumen de lugar de procedencia de las personas que visitan las 3 playas..	99
Gráfico 28 Pregunta 1 de la encuesta en línea .....	125
Gráfico 29 Pregunta 2 de la encuesta en línea .....	126
Gráfico 30 Pregunta 3 de la encuesta en línea .....	127
Gráfico 31 Pregunta 4 de la encuesta en línea .....	127
Gráfico 32 Pregunta 5 de la encuesta en línea .....	128
Gráfico 33 Pregunta 6 de la encuesta en línea .....	128
Gráfico 34 Pregunta 7 de la encuesta en línea .....	129
Gráfico 35 Pregunta 8 de la encuesta en línea .....	129
Gráfico 36 Pregunta 9 de la encuesta en línea .....	130
Gráfico 37 Pregunta 10 de la encuesta en línea .....	130
Gráfico 38 Pregunta 10 de la encuesta en línea (HOSTAL) .....	131
Gráfico 39 Pregunta 10 de la encuesta en línea (HOTEL) .....	131
Gráfico 40 Pregunta 10 de la encuesta en línea (CAMPINGS) .....	132
Gráfico 41 Pregunta 10 de la encuesta en línea (CASAS DE HUESPEDES) .....	132
Gráfico 42 Pregunta 10 de la encuesta en línea (BUNGALOWS) .....	133
Gráfico 43 Pregunta 11 de la encuesta en línea .....	133
Gráfico 44 Pregunta 12 de la encuesta en línea .....	134
Gráfico 45 Pregunta 12a de la encuesta en línea .....	135
Gráfico 46 Pregunta 13 de la encuesta en línea (MOTO TOUR) .....	136
Gráfico 47 Pregunta 13 de la encuesta en línea (Recorrido al pueblo del municipio) .....	136
Gráfico 48 Pregunta 13 de la encuesta en línea (Canopy) .....	137
Gráfico 49 Pregunta 13 de la encuesta en línea (Parapente) .....	137
Gráfico 50 Pregunta 14 de la encuesta en línea .....	138
Gráfico 51 Pregunta 15 de la encuesta en línea .....	139
Gráfico 52 Pregunta 16 de la encuesta en línea .....	139
Gráfico 53 Pregunta 17 de la encuesta en línea .....	140
Gráfico 54 Edad de las personas entrevistadas .....	140
Gráfico 55 Sexo de las personas entrevistadas .....	141
Gráfico 56 Ingreso familiar mensual de las personas entrevistadas .....	141
Gráfico 57 Lugar de procedencia .....	142

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Gráfico 58 Pregunta 16 utilizada para proyectar la demanda.....	143
Gráfico 59 Demanda proyectada para el periodo 2015-2019.....	145
Gráfico 60 punto de equilibrio paquete 1.....	389
Gráfico 61 Punto de equilibrio paquete 2.....	390
Gráfico 62 Punto de equilibrio paquete 3.....	391
Gráfico 63 Punto de equilibrio paquete 4.....	392

### Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Entidades de Gobierno que fomentan el turismo. ....	31
Ilustración 2 Mapa de los principales cerros del municipio de Tamanique .....	42
Ilustración 3 Mapa hidrografía del Municipio de Tamanique.....	47
Ilustración 4 Marco regulatorio relacionado al turismo en el salvador. ....	52
Ilustración 5 Principales ejes de acción de la política nacional de turismo de El Salvador. .....	53
Ilustración 6a. Sendero que conduce a la cabaña; b. Vista panorámica de la cabaña, c. Infraestructura de la cabaña .....	63
Ilustración 7 Mototour en Tamanique.....	64
Ilustración 8 Parapentismo en Tamanique .....	65
Ilustración 9 a. Caminata por el cerro La Gloria, b. Cascadas de Tamanique, c. Poza de una de las cascadas de Tamanique.....	65
Ilustración 10 Celebración de las fiestas patronales en el municipio de Tamanique. ....	68
Ilustración 11 Metodología del mercado consumidor .....	70
Ilustración 12 Segmentación del mercado .....	100
Ilustración 13 Encuesta en línea realizada para estudio de mercado.....	112
Ilustración 14 Pregunta 1 a 5 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado	113
Ilustración 15 Pregunta 12 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado ....	114
Ilustración 16 Pregunta 6-7 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado ...	114
Ilustración 17 Pregunta 8-12 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado .	115
Ilustración 18 Pregunta 13-15 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado	116
Ilustración 19 Pregunta 16 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado ....	117
Ilustración 20 Pregunta 17 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado ....	117
Ilustración 21 Datos personales de encuesta en línea realizada para estudio de mercado .....	118
Ilustración 22 Fin de encuesta online.....	118
Ilustración 23 Le gustaría visitar el municipio de Tamanique .....	123
Ilustración 24 Metodología de mercado competidor .....	147
Ilustración 25 SUITES MONKEY LALA.....	150
Ilustración 26 HOSTAL PAPAYA'S LODGE .....	153
Ilustración 27 HOTEL POSADA LUNA.....	154
Ilustración 28 HOTEL ROCA SUNZAL RESORT .....	156

Ilustración 29 HOTEL LA GUITARRA .....	157
Ilustración 30 HOTEL MOPELIA .....	158
Ilustración 31 HOTEL ECOS DEL MAR .....	159
Ilustración 32 HOSTAL LA SOMBRA.....	160
Ilustración 33 TORTUGA SURF LODGE .....	161
Ilustración 34 TEKUANI KAL .....	162
Ilustración 35 CASA MIRAMAR .....	163
Ilustración 36 HOTEL PUPA .....	164
Ilustración 37 HOTEL LA BOCANITA .....	165
Ilustración 38 FIREWOOD HOTEL, BAR & RESTAURANTE .....	166
Ilustración 39 HOTEL MAMAGUAYA LODGE .....	167
Ilustración 40 Grupo El Salvador Parapente .....	168
Ilustración 41 Moto tour El Salvador .....	169
Ilustración 42 ADVENTURE PARK TUSCANIA .....	172
Ilustración 43 Hostal Villa Limón. Reserva Ecológica & Canopy Tours .....	174
Ilustración 44 Apaneca Canopy .....	175
Ilustración 45 Café Miranda .....	176
Ilustración 46 El pinabete.....	177
Ilustración 47 Reserva natural La Montaña .....	178
Ilustración 48 Área natural protegida complejo Conchagua .....	178
Ilustración 49 Chorros de la calera Juayua .....	179
Ilustración 50 Puerta del diablo.....	180
Ilustración 51 Metodología mercado abastecedor.....	182
Ilustración 52 Clasificación de proveedores .....	184
Ilustración 53 Criterios para seleccionar material y equipo .....	196
Ilustración 54 Metodología mercado Distribuidor .....	200
Ilustración 55 Tipos de comercialización o canales de distribución .....	202
Ilustración 56 Ciclo de vida de un destino turístico.....	215
Ilustración 57 Análisis FODA .....	217
Ilustración 58 Caja negra .....	218
Ilustración 59 Árbol de problemas.....	224
Ilustración 60 Árbol de objetivos .....	226
Ilustración 61 Conceptualización del diseño .....	228

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Ilustración 62 Metodología de etapa de diseño .....	230
Ilustración 63 Ubicación geográfica del municipio de Tamanique. ....	231
Ilustración 64 Ficha de control .....	240
Ilustración 65 Encuesta de satisfacción .....	241
Ilustración 66 Cabañas .....	242
Ilustración 67 Propuesta de diseño de cabañas.....	244
Ilustración 68 Propuesta de diseño de ubicación de cabañas .....	245
Ilustración 69 Diagrama de recorrido de cabañas .....	246
Ilustración 70 Camping .....	253
Ilustración 71 Diseño propuesto para área de camping .....	255
Ilustración 72 Diagrama de recorrido para área de camping .....	255
Ilustración 73 Cascadas de Tamanique .....	257
Ilustración 74 Ficha de indicación al visitante.....	259
Ilustración 75 Diseño de bancas ecológicas .....	263
Ilustración 76 Recorrido para llegar a las cascadas .....	265
Ilustración 77 Proceso para caminata a las cascadas de Tamanique .....	266
Ilustración 78 Pueblo de Tamanique.....	267
Ilustración 79 lugares a recorrer en visita al casco urbano de Tamanique .....	268
Ilustración 80 Recorrido para visita al pueblo de Tamanique .....	272
Ilustración 81 Proceso de recorrido para visita al pueblo de Tamanique.....	273
Ilustración 82 Lugares a visitar por medio de la actividad del Moto tour.....	274
Ilustración 83 Tipo de turismo a ofertar .....	275
Ilustración 84 Ficha de requisitos para requerir el servicio de Moto tour .....	276
Ilustración 85 Área de motos .....	277
Ilustración 86 Paquete turístico 1 .....	279
Ilustración 87 Paquete turístico 2 .....	280
Ilustración 88 Paquete turístico 3 .....	281
Ilustración 89 Paquete turístico 4 .....	282
Ilustración 90 Diseño propuesto para ubicación de área de camping y cabañas.....	291
Ilustración 91 Stickers con logo .....	298
Ilustración 92 Gorras.....	298
Ilustración 93 Camisetas.....	299
Ilustración 94 Cronograma del programa promoción y ventas .....	301



Ilustración 95 Brochure .....	303
Ilustración 96 Brochure .....	304
Ilustración 97 Organigrama de comité turístico .....	310
Ilustración 98 Ficha de encuesta de satisfacción .....	324
Ilustración 99 Formato para lista de problemas.....	325
Ilustración 100 Lista de chequeo de actividades turísticas.....	330
Ilustración 101 Metodología para evaluaciones del proyecto e implementación.....	338
Ilustración 102 Activo fijo .....	339
Ilustración 103 Desglose analítico.....	448
Ilustración 104 Diagrama CPM del proyecto .....	453
Ilustración 105 Gantt de seguimiento.....	454
Ilustración 106 Programación financiera .....	456
Ilustración 107 Programación financiera .....	457
Ilustración 108 Estructura organizativa .....	466
Ilustración 109 Proyección de la Población de El Salvador 1995-2025, página 27. DIGESTYC, San Salvador 1996 .....	478
Ilustración 110 Cotización .....	480
Ilustración 111 Cotización .....	481
Ilustración 112 Cotización .....	481
Ilustración 113 Cotización .....	482
Ilustración 114 Cotización .....	483
Ilustración 115 Cotizaciones de equipamiento de infraestructura.....	484

### **Índice de Anexos**

Anexo 1.....	475
Anexo 2.....	476
Anexo 3.....	478
Anexo 4.....	479
Anexo 5.....	480

### **I. INTRODUCCION**

El turismo en El Salvador forma parte de un sector importante, no solo por satisfacer las necesidades del turista sino también por la cantidad de ingresos que genera, el empleo y por consiguiente un desarrollo socio económico para los receptores.

El departamento de La Libertad posee importante movimiento económico y turístico con reconocimiento principalmente por sus playas. Según estadísticas recientes, al comparar el periodo de enero a marzo de los años 2009 - 2013, se obtiene que los visitantes presentan un crecimiento del 5.2%, los turistas en 3.6% y los excursionistas en 8.8%. Es decir, que en un periodo de cuatro años la cantidad de visitantes, turistas o excursionistas que ingresaron a El Salvador se han visto incrementados, lo cual afecta positivamente en factores como la captación de ingresos y oportunidad de empleo, generando a la larga un impacto del ingreso turístico en el PIB.

En el presente trabajo se presentan diferentes capítulos relacionados con el desarrollo de un estudio de factibilidad para productos turísticos en la zona norte del municipio de Tamanique, departamento de La Libertad. Todo esto con el fin de aumentar el turismo en el municipio ya mencionado aprovechando las bondades tanto de la zona como de la población.

Este estudio contemplará inicialmente el estudio de Diagnóstico, el propósito de esta etapa es realizar un análisis interno y externo del municipio, luego se presenta la conceptualización del diseño con el fin de poseer un esbozo que permita mostrar claramente la propuesta de solución que será desarrollada en la siguiente etapa de diseño; en donde se planteara el desarrollo de la solución de la problemática identificada en la etapa de diagnóstico.

Finalmente se realiza un estudio de evaluaciones del proyecto donde se establecen los requerimientos económicos en materia de costos, inversión, capital necesarios para el proyecto, se efectúa la evaluación económica-financiera para establecer si el proyecto es factible para echar andar

### II. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

#### **Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para productos turísticos, que tome en cuenta no solo las necesidades del turista sino también las del municipio; para el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del municipio de Tamanique y de esta manera contribuir a la generación de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

#### **Objetivos Específicos**

- Realizar un Diagnóstico del potencial turístico del municipio que tome en cuenta sus recursos, con el fin de determinar cuál será la problemática a resolver, realizando un análisis interno de los recursos con los que cuentan y de los factores externos que lo afectan.
- Visualizar las oportunidades de alto posicionamiento turístico de la zona norte del municipio de Tamanique, de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio del mercado consumidor.
- Determinar el perfil del consumidor al que se le ofertarán los productos turísticos para establecer el marco en el que se desarrollará el diseño de los productos turísticos.
- Identificar las preferencias del consumidor, de entre los diversos tipos de turismo, a fin de que contribuya a la creación de estrategias para el acondicionamiento de los productos turísticos a ofertar.
- Analizar los productos turísticos identificados, que se fomentarán y promocionarán como una oferta turística para los turistas que pueda satisfacer a los visitantes, aprovechando al máximo los recursos naturales y culturales con los que cuenta el municipio.
- Diseñar productos turísticos que permitan contribuir al incremento de la demanda turística a través del aprovechamiento de los recursos con los que cuenta Tamanique y la adecuación de factores que contribuyan al desarrollo turístico.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- Determinar la inversión y los costos necesarios para la ejecución del proyecto y su respectiva administración, con el propósito de obtener una base que permita gestionar su financiamiento y al mismo tiempo realizar evaluaciones a través del análisis de los factores económicos, medio ambientales, sociales y de género con el fin de determinar la sostenibilidad del proyecto.
- Determinar la factibilidad económica y financiera de los productos turísticos ofertados.
- Conocer la rentabilidad del negocio por medio de los Ratios financieros.
- Realizar un estudio de género con el fin de contribuir al desarrollo en la zona norte del municipio de Tamanique, en igualdad de condiciones.
- Realizar un estudio del impacto ambiental que genera este proyecto en la zona, para determinar las acciones mitigantes o correctivas que habrán de aplicarse.
- Desarrollar la Administración del Proyecto para brindar a los lectores un esquema conciso de la implementación

### III. ALCANCES Y LIMITACIONES

#### **Alcance de la Investigación**

- El estudio integrará la participación de la Cooperativas ACOPAHT <sup>1</sup>de R.L ubicadas en la jurisdicción del municipio de Tamanique, departamento de La Libertad, en conjunto con el Ministerio de Economía.
- El estudio estará orientado a impulsar el desarrollo turístico y contribuir al crecimiento económico-social de la zona norte del municipio de Tamanique, departamento de la Libertad, no se incluye la zona sur debido a que esta zona se encuentra mejor organizada pudiendo de esta manera ofrecer servicios turísticos ya que este pertenece a la ruta sol y playa.
- El estudio de factibilidad comprenderá cuatro etapas principales que son: Estudio de Mercado, Diseño, Estudio Económico-financiero, y las evaluaciones económicas, sociales y ambientales
- El tiempo estimado para llevar a cabo el estudio es de un año en el cual se desarrollarán las diferentes etapas antes mencionadas, culminando con la entrega de un documento final.

---

<sup>1</sup> Ver contraparte en anexo 1 y Primera página de documento que solicita el otorgamiento de personalidad jurídica y firmas en anexo 2, fotografías 1,2 y 3 respectivamente.

### **Limitaciones**

- No se posee suficiente información general y estadística específica sobre modalidad de turismo a nivel de país, por lo que impide tener un panorama amplio sobre el comportamiento del sector.
- Falta de conocimiento por parte de la población local y de los miembros de la cooperativa ACOPAHT, acerca del tema de Turismo ya que están acostumbrados a realizar actividades agropecuarias de forma rutinaria y con la idea de que es la única forma de subsistencia.
- Escasa accesibilidad a registros formales sobre el lugar de estudio.

# **CAPITULO I**

## **MARCO CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES**

### **1. MARCO CONCEPTUAL**

#### **Producto Turístico**

El producto turístico está conformado por el conjunto de Bienes y Servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista (Cárdenas).

**Todos los elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres:**

- Recursos turísticos: Relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico.
- Infraestructuras: Son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso al destino; por ejemplo, infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud), de seguridad y protección del turista (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas).
- Servicios Turísticos: Está referido a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.).



### **Características principales del producto turístico**

Entre sus características principales se encuentran:

- **Intangibilidad:** Una consecuencia directa de la intangibilidad es que no se puede transmitir la propiedad de los productos turísticos, sino que lo que se transmite es su uso y como mucho la posesión, y en ocasiones ni siquiera se posee. Esta característica implica que el producto comprado sea único, así, al contrario de los productos tangibles, de una estancia vacacional tan sólo queda el recuerdo.
- **Heterogeneidad:** La Calidad depende de quién, cuándo, cómo, dónde y cómo los proporcione.
- **Inseparabilidad:** No se puede separar de sus proveedores. Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, por lo que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto.
- **Caducidad:** No se pueden almacenar o utilizarlos más tarde. Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden.

### **Servicio Turístico**

El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

### **Paquete Turístico**

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

### **Componentes de un Paquete Turístico**

**Atractivos:** son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.

**Facilidades:** son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

**Accesos:** son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

Herencia cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. Es una importante motivación para los turistas.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

**Demanda:** Comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.

**Oferta:** evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean que sean ofrecidos a la clientela de un destino.

### **Mercado**

El mercado es el espacio en el cual confluyen las fuerzas de la demanda y la oferta para intercambiar, vender y comprar bienes y servicios a un determinado precio.

### **La Demanda**

La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad del producto que un individuo compra para diferentes niveles de precios, en un plazo de tiempo determinado.

La demanda total es la suma de las demandas individuales de los individuos que componen el mercado en un periodo determinado de tiempo.

### **La Oferta**

Es la cantidad de un producto que está dispuesta a ofrecer un productor si pudiera vender toda su producción a un precio determinado.

La decisión de la oferta es una decisión que toma la empresa para maximizar la rentabilidad del negocio.

### **Los Mercados del Proyecto**

#### **- Mercado Consumidor**

Los mercados de consumo están integrados por los individuos o familias que adquieren productos/servicios para su uso y satisfacción personal.

#### **- Mercado Competidor**

El mercado competidor, está formado por las empresas que producen y comercializan productos/servicios similares a los del proyecto y por aquellas compañías que sin ofrecer bienes o servicios similares, comparten el mismo mercado objetivo de clientes. Por lo tanto, para la preparación y evaluación del proyecto será imprescindible, conocer la estrategia comercial que se desarrollará para enfrentar de mejor forma la competencia frente al mercado consumidor.

### **- Mercado Proveedor**

El Mercado Proveedor es el conjunto de empresas que en el futuro proporcionarán insumos a la empresa que se crearía con el proyecto. Generalmente el Mercado Proveedor es compartido con la competencia.

### **Oferta Turística**

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

La oferta básica se compone de:

- **Recursos turísticos:** Se basan en los atractivos con los que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.
- **Infraestructuras:** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos.
- **Empresas turísticas:** Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.

### 2. ANTECEDENTES

#### 2.1 Turismo en El Salvador

##### Reseña del turismo en El Salvador

El turismo en El Salvador inicia en el año de 1924, durante la administración de Dr. Alfonso Quiñones Molina, el 20 de junio del mismo año el Gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no solo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores e históricos y establecer además, nuevas relaciones que beneficiaran al comercio.

Desde entonces el turismo ha cobrado importancia en nuestro país y ha ido evolucionando a través de los años como se muestra a continuación:

Año	Descripción
1961	Creación del Instituto Nacional de Turismo enfocado en la promoción del turismo local.
1967	Creación de la Ley de Fomento de la Industria Turística.
1973	El turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos el número de visitantes extranjeros en este año se incrementó en un 35%.
1978	Se definió una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa, y se determinaron las tácticas de mercadeo necesarias para impulsar su inserción en el mapa turístico internacional, especialmente en el mercado de Estados Unidos.
1979	La afluencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás debido al comienzo de la crisis política y el clima de violencia.
1980	En 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años.
1982	Creación de la Comisión Nacional de Turismo.
1992	Los acuerdos de paz firmados en Enero de 1992 trajeron numerosos observadores internacionales que ingresaron al país para presenciar este importante acontecimiento. El “boom” de visitantes fue de tal magnitud y las expectativas acerca de las posibilidades futuras de El Salvador tan optimistas que de nuevo se abrieron las puertas de la esperanza para el sector turismo.
2004	Se constituye el Ministerio de Turismo (MITUR), que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas. El propósito inicial fue de disponer de una Ley de Turismo.
2005	Se crea la Ley de Turismo. Responde a una estrategia económica del sector.
2006	Se lanza el Plan Nacional de Turismo 2014 que dicta las políticas y los lineamientos del sector con metas agresivas pero alcanzables
2008	Se lanza el Plan Nacional de Turismo 2020 siendo éste el resultado de la revisión y actualización del documento Plan Nacional de Turismo 2014 considerado que dicha revisión sirvió, no sólo con el propósito de actualizar dicho documento, sino también al de llevarlo al horizonte temporal del año 2020, para así contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador.
2010	Presentación del tercer Informe de Rendición de Cuentas correspondiente al período Junio 2011 –

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Año	Descripción
	Mayo 2012
2012	El Salvador firma "Libro de oro" de la organización mundial del turismo (OMT).
2013	Arribo del primer crucero desde El Reino Unido con 1300 turistas para realizar uno de los siete recorridos ofrecidos por CORSATUR.

Tabla 1. Evolución histórica del sector turístico en El Salvador.  
Fuente: Investigación bibliográfica de textos relacionados al turismo.

### 2.2 Estructura del sector turismo

A continuación se presenta un esquema de las instituciones con carácter gubernamental que fomentan el desarrollo turístico en El Salvador.



Ilustración 1. Entidades de Gobierno que fomentan el turismo.  
Fuente: elaboración propia

- El Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR): es la entidad gubernamental que le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la política nacional relacionada a esta materia. Fue creada por Decreto Ejecutivo del 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial de esa misma fecha.
- Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR): Institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, que es "gestora de desarrollo turístico del país" y cuyas acciones están orientadas "hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales" que contribuyan a que el sector se convierta en fuentes de empleos e ingresos para la población. Tiene como objetivo

principal colocar al turismo como una de las principales fuentes generadoras de empleo en el país, con el propósito de mejorar las condiciones de vida en una forma sostenible.

- Actualmente CORSATUR ha agrupado los sitios turísticos de El Salvador a través de las llamadas Rutas Turísticas, cada una de estas rutas contempla un tipo de turismo diferente.
- Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU): entidad de utilidad pública encargada de la administración de los parques recreativos de su propiedad. El ISTU se encarga de planificar el desarrollo de los programas de recreación familiar pensando en la recreación y esparcimiento de los salvadoreños.
- En la actualidad, las relaciones del ISTU con CORSATUR se reducen a intercambios de información, material promocional y participación en eventos y capacitaciones.

### **Clasificación del turismo en El Salvador**

El Salvador posee excelentes atractivos naturales, playas, un clima tropical y paisajes exuberantes, a esto se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.

A continuación se presentan los tipos de turismo más comunes que se desarrollan en El Salvador:

- Turismo de aventura: El conjunto de actividades que las personas desarrollan durante sus viajes y estancias en lugares que son distintos a los de su entorno habitual.

- Turismo cultural y científico: Es el turismo que practican individualidades o grupos en función de manifestaciones culturales, festivales de música, de arte, de poesía, de cine, de teatro, o de ciencia y tecnología que visitan y comparten su tiempo con actividades turísticas.
- Turismo de deportes: Este turismo es que mueve más personas jóvenes, su motivo principal es el deporte. Este turismo es de vital importancia para el país porque entretiene a la juventud en actividades y disciplinas sanas.
- Turismo ecológico: El turismo ecológico o ecoturismo, se enfoca en la preservación y apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge a los visitantes.
- Turismo arqueológico: Es una alternativa de turismo cultural, persigue promover la pasión por el pasado histórico arqueológico y la conservación del patrimonio histórico.
- Turismo rural comunitario: Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que, una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.



### 2.3 Estadísticas de turismo

Los datos estadísticos presentados a continuación corresponden al reporte preliminar del primer trimestre del año 2013 realizado por CORSATUR.

#### Llegadas internacionales Enero-Marzo (2009-2013)

A continuación se presenta en el siguiente gráfico las llegadas internacionales en el primer trimestre de los años (2009-2013).

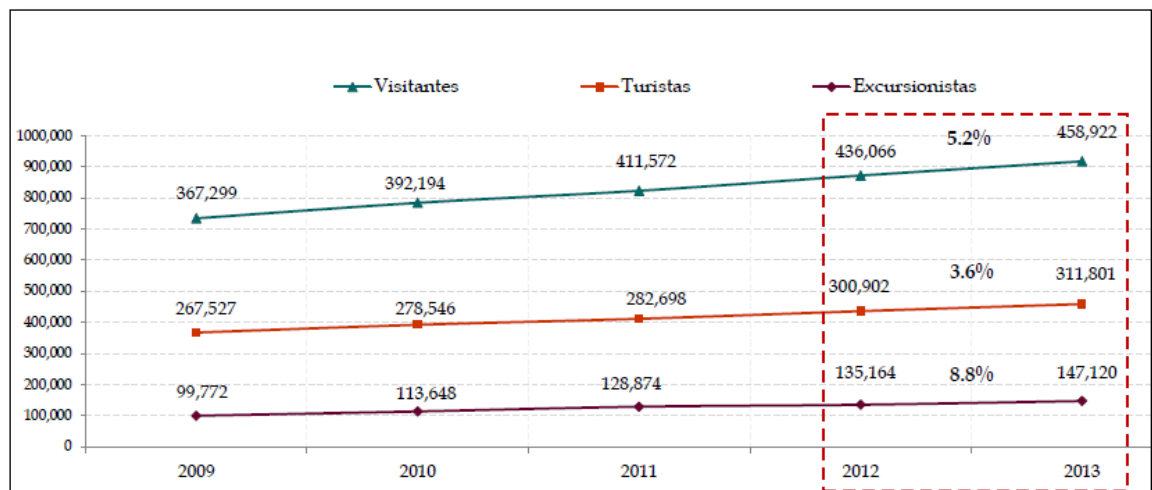


Gráfico 1 Llegadas Internacionales

Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR-ARALDI y datos vía aérea de MIGRACION.

Para el acumulado Enero-Marzo de 2013, El Salvador registró un crecimiento del 3.6% en la llegada de turistas (10,899 turistas más que en el primer trimestre del 2012). Los excursionistas experimentaron un crecimiento del 8.8% con respecto al acumulado a marzo de 2012 (11,956 excursionistas más que en el primer trimestre del 2012). Finalmente, los Visitantes registraron un crecimiento de 5.2% con respecto al acumulado a marzo de 2012 (22,856 visitantes más que en el primer trimestre del 2012).

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Variación % de visitantes, turistas y excursionistas Base Enero – Marzo 2009 con relación de Enero a Marzo de (2010-2013)

A continuación se presentan los porcentajes de crecimiento acumulados referentes a los visitantes, que se han llevado a cabo en el primer trimestre de los años 2010, 2011, 2012 y 2013, partiendo cada uno de ellos del primer trimestre del año 2009.

De la gráfica se observa un crecimiento ascendente significativo, lo que refleja un buen pronóstico para el sector turismo.

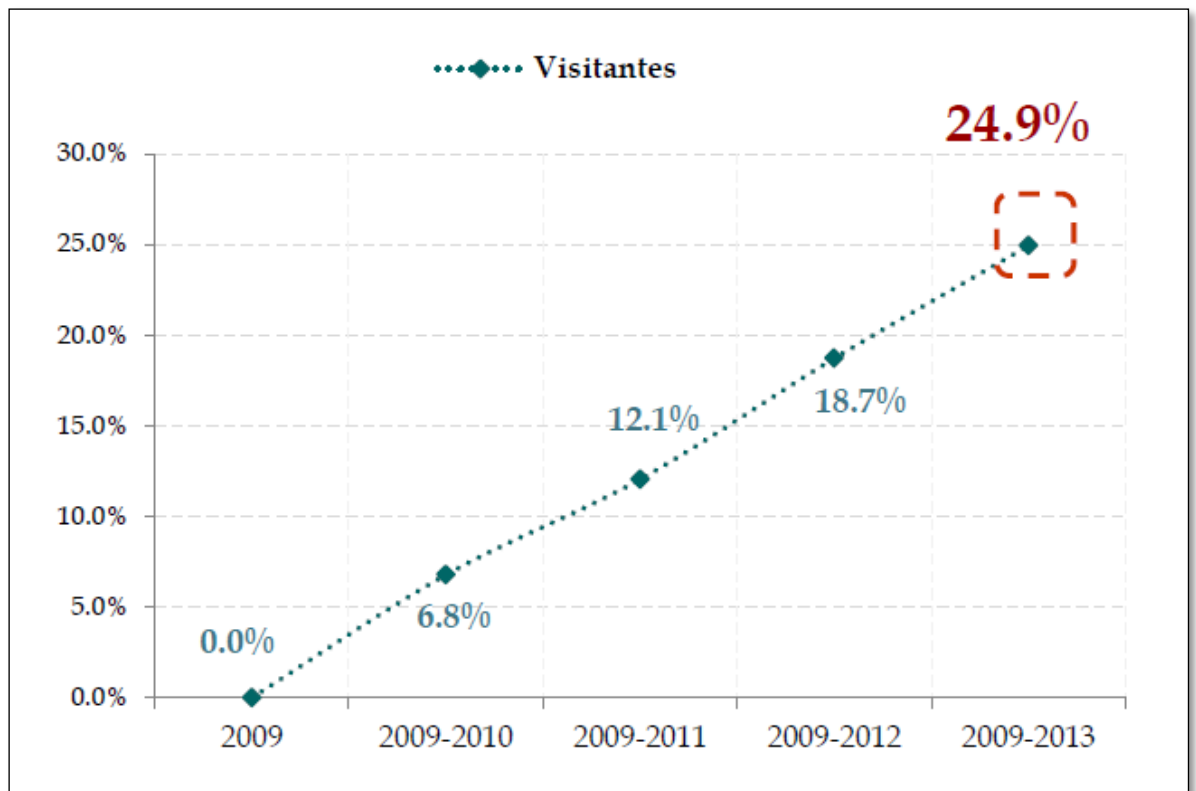


Gráfico 2 Porcentaje variación de visitantes

Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR-ARALDI y datos vía aérea de MIGRACION.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Ingresos Turísticos enero 2009 – 2013 en millones de \$

A continuación se muestra el grafico con los ingresos turísticos:

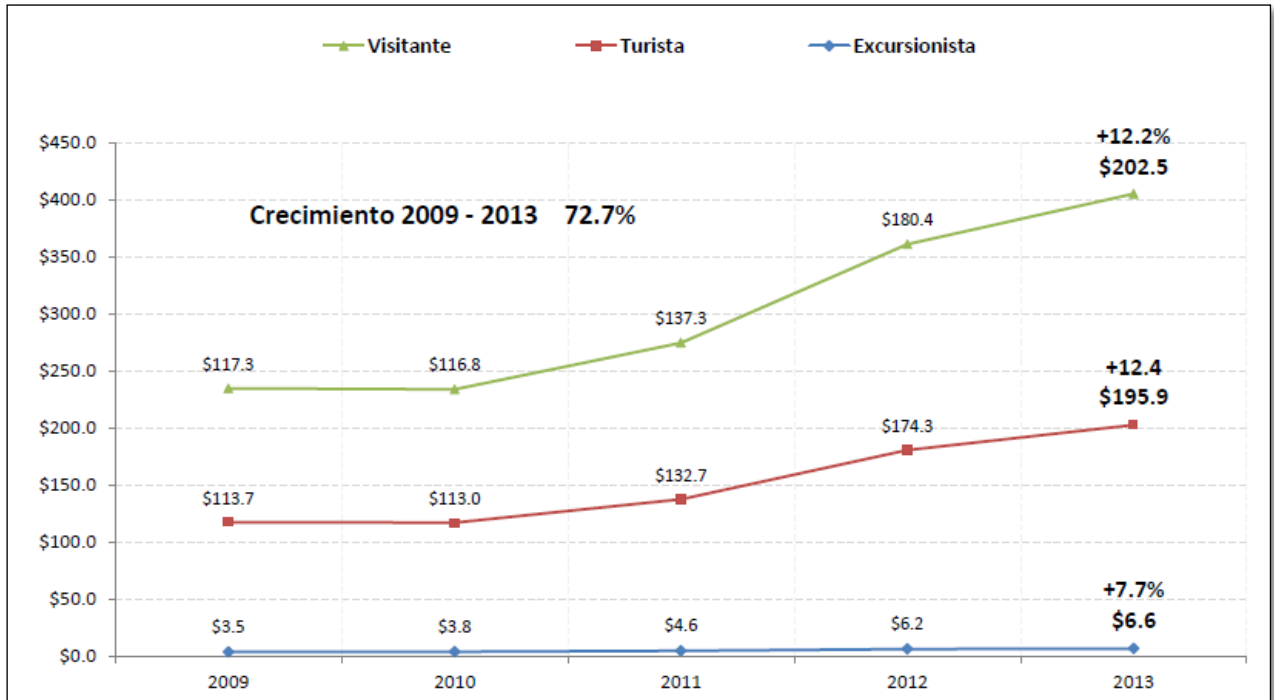


Gráfico 3 Ingresos turísticos en el periodo (2009-2013)  
Fuente: CORSATUR.

De acuerdo a datos preliminares, la actividad turística como tal, durante el periodo 2009-2013 hubo un crecimiento de 72.7% lo que indica una recuperación en términos económicos.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Gasto y estadía promedio por nacionalidad Enero-Marzo 2009-2012

A continuación se muestra la siguiente tabla que muestra el gasto y estadía promedio por nacionalidad:

Gasto y estadía promedio, por nacionalidad, turista y excursionista, 1° Trimestre (2009-2013)	1°T 2009	1°T 2010	1°T 2011	1°T 2012	1°T 2013
<b>Turista salvadoreño</b>					
Estadía Media (noches)	13.8	12.4	9.5	11.4	11.8
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$65.6	\$68.5	\$120.8	\$95.5	\$110.6
<b>Turista extranjero</b>					
Estadía Media (noches)	5.4	5.1	4.8	4.8	4.7
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$64.4	\$63.7	\$77.8	\$102.1	\$97.2
<b>Total Turista</b>					
Estadía Media (noches)	6.9	6.4	5.5	5.7	6.3
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$64.9	\$65.3	\$89.5	\$100.4	\$102.9
<b>Excursionista</b>					
Estadía Media (noches)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$35.5	\$33.3	\$35.8	\$45.7	\$45.2

Tabla 2 Gasto y estadía promedio preliminar  
Fuente: CORSATUR.

El gasto promedio de por persona y día en (US\$) en el primer trimestre del 2009 fue de \$64.9, en cambio en el primer trimestre del 2013 el gasto fue de \$102.9 lo cual indica un incremento de \$38.12 por persona.

### **2.4 Generalidades del municipio**

#### **Ubicación Geográfica**

El municipio de Tamanique, está situado a 28 kilómetros al suroeste de la ciudad de Santa Tecla, con una elevación promedio de 614 metros sobre el nivel del mar. Sus coordenadas geográficas centrales son 13° 39' 12" LN (Extremo septentrional); 13° 29' 27" LN (Extremo meridional) y 89° 22' 04" LWG (Extremo occidental). Con una extensión territorial de 98 Km cuadrados.

#### **Etimología de Tamanique**

Tamanique, proviene del Nauta que significa "Cerro de la Captura". Proviene de las voces Tamami: Capturado, Tepec: cerro, montaña, localidad, cerro capturado. Otros manifiestan que significa Lugar capturado por cerros.

#### **Historia de Tamanique**

El origen de la población de Tamanique, se remonta a la época precolombina. Se dice que posiblemente fue fundada originalmente por pueblos Pokomanes, del grupo Maya-Quichés y que posteriormente fue conquistado por tribus Yaquis o Pipiles del grupo Nohoa o Yuco-Aztecas. Después de la conquista, Tamanique se conoció con el nombre de Santiago Tamanique, y contaba con unos 120 habitantes que se dedicaban al cultivo del maíz. Tamanique es más antiguo que la Republica de El Salvador, pues sus documentos ejidales están sellados con el sello que hace alusión a la confederación centroamericana, cuando el Salvador era un estado de la confederación.

### **Tipo de Clima:**

El Clima es cálido, pertenece a los tipos de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 1600 y 2200 milímetros.

### **Límites Municipales**

El municipio de Tamanique, colinda al NORTE con los municipios de Jayaque y Talnique; al ORIENTE con los municipios de Comasagua y Puerto La Libertad; al SUR con el Océano Pacífico y al PONIENTE con el municipio de Chiltiupán; todos del departamento de La Libertad.

### **Vías de acceso a municipio de Tamanique:**

#### En auto:

- Se debe desplazar hacia el Puerto de La Libertad, al llegar al Puerto se gira a la derecha (al poniente) hasta el kilómetro 41.5 sobre la carretera del litoral allí se encuentra el desvío <sup>2</sup>hacia el casco urbano de Tamanique.
- Acceso al norte en carro por la carretera la Cumbre  
El municipio de Tamanique, se une al norte con la “Carretera de la Cumbre” o comúnmente llamada Calle Real”, por medio de una carretera de tierra de una longitud desde la zona urbana de 9.5 kms. Por medio de esta carretera se puede comunicar con los municipios de Chiltiupan, Jayaque, Talnique, Comasagua y Santa Tecla. Esta carretera le da mantenimiento el Fovial.

#### En autobús:

- En la terminal de San Salvador ubicada sobre la 17 Avenida Sur contigua al cementerio Los Ilustres, se aborda la ruta 102. Al llegar a la zona urbana del municipio de La Libertad (frente al Malecón), debe dirigirse 2 cuadras hacia el norte allí aborde la ruta 187 A, la cual le lleva hasta el casco urbano de Tamanique. El costo total asciende a \$1.20.

---

<sup>2</sup> Ver anexo 2 fotografía 4

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- En la terminal de San Salvador ubicada sobre la 17 Avenida Sur contigua al cementerio Los Ilustres, se aborda la ruta 102 microbús (dicho transporte ofrece servicio de aire acondicionado y televisión), estos se dirigen hacia la playa el Sunzal Una vez se llega al desvío de Tamanique en el kilómetro 41.5, se debe abordar la ruta “187 A” que conduce hasta el casco urbano de Tamanique. El costo total asciende a \$2.10.
- En el punto de buses ubicado frente al mercado que está contiguo al Puerto de La Libertad, se aborda un bus que se dirige hacia Chilitupán (ruta 192 A) u otro que se dirige a Teotepeque (ruta 107), deberá bajarse en el desvío a Tamanique. Luego, se aborda la ruta “187 A” que conduce hasta el casco urbano de Tamanique. El costo total al trasbordar estas unidades es de \$ 1.45.
- Como última opción Ruta 483 o 102: esta ruta es conocida popularmente como “Las Marielas”, su recorrido lo hacen de Tamanique, a San Salvador, específicamente una cuadra al poniente del parque Simón Bolívar (Casa del Repuesto). El número de la Ruta originalmente es 483, pero se incorporó como parte de la Caja Única del Puerto La Libertad de la Ruta 102, es por eso que usa el número de dicha ruta.

### **Recursos turísticos del Municipio de Tamanique**

Como se mencionó anteriormente, los recursos turísticos están relacionados con la naturaleza, con la historia o con la cultura viva de un determinado lugar.

### **Recursos Naturales del municipio de Tamanique.**

Respecto a la naturaleza, a continuación se dividen los recursos con los que cuenta Tamanique, agrupados de acuerdo a su composición geomorfológica:

Principales Cerros del Municipio de Tamanique:

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

El municipio de Tamanique se encuentra al sur de la Cordillera del Bálsamo, por lo tanto sus características topográficas y climáticas se ven afectadas.

A continuación se presenta una lista de los principales cerros del municipio en estudio.

### **Zona Norte**

<b>Nombre del cerro</b>	<b>Cantón en el que se ubica</b>	<b>Altura en metros sobre el nivel del mar</b>
Trigueros:	El Pinal	1,395
El Panteoncito El Ciprés	San Antonio	1,326
Buena Vista	San Emilio	1,300
La Chichicua	Santa Lucía	1,245
Guachipilín	El cuervo	1,745
Santa Lucía	Santa Lucía	1,248
El Capulín	San Antonio	1,122
San Joaquín	San Antonio	1,113
El Zacatares	San Antonio	1,014
La Gloria	Tarpeya	926
El Níspero	Tarpeya,	900
Luminesqui	El Pinal	1,127
El Limo	El Cuervo	1,035
El Gato	El Cuervo	1,059
El Tesoro	El Cuervo	700
Las Yeguas	San Isidro	600

Tabla 3 Principales cerros del municipio de Tamanique



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Mapa de los principales cerros del municipio de Tamanique:



Ilustración 2 Mapa de los principales cerros del municipio de Tamanique

### Montañas del Municipio de Tamanique:

Nombre	Ubicación
Montaña de Huiza	Ubicada entre los cantones El Cuervo y San Isidro, a una distancia de 3 km al poniente de la zona urbana de Tamanique.
Montaña de Taxis	Ubicada en el cantón El Cuervo, a una distancia de 1.5 km al poniente de la zona urbana de Tamanique.
Montaña El Gato	Ubicada en las faldas del cerro el Gato del cantón El Cuervo, a una distancia de 4 km al norponiente de la zona urbana de Tamanique.
Montaña El Guarumal	Ubicada en el cantón Santa Lucia, a una distancia de 3 km. al norte de la zona urbana de Tamanique.
Montaña El Varillal	Ubicada en el cantón Tarpeya, a una distancia de 3.5 km de distancia al nororiente de la zona urbana de Tamanique
Montaña Verde	Ubicada en el Cantón Tarpeya, a una distancia de 1.5 km. de distancia al nororiente de la zona urbana de Tamanique.
Montaña San Benito	Ubicada en el Cantón San Benito, a una distancia de ½ kilómetro al sur poniente de la zona urbana de Tamanique.

Tabla 4 Montañas del municipio de Tamanique

### Fincas del municipio de Tamanique:

Las fincas del municipio de Tamanique, están constituidos principalmente por bosques de café. A continuación el detalle:

Nombre	Ubicación
Finca Los Ángeles	Ubicada en zona de cumbre, específicamente en el cantón El Pinal a una distancia de 12 km. al norponiente de la zona urbana de Tamanique.
Finca El Pinal	Ubicada en la zona de cumbre, específicamente en el cantón el Pinal, a una distancia de 10 km. al norponiente de la zona urbana de Tamanique.
Finca San Emilio	Ubicada en zona de cumbre, específicamente en el cantón San Emilio, a una distancia de 9 kilómetros al norte de la zona urbana de Tamanique
Finca San Antonio	Ubicada en zona de cumbre, específicamente en el cantón San Antonio, a una distancia de 9 kilómetros al norte de la zona urbana de Tamanique.
Finca Santa Lucia	Ubicada en zona de cumbre, específicamente en el cantón Santa Lucía, a una distancia de 6 kilómetros al norte de la zona urbana de Tamanique.

Tabla 5 Fincas del municipio de Tamanique

### **Peñas del municipio de Tamanique:**

- Peña El Gallinero: Bastante mencionada por los lugareños, cuenta la leyenda que por las noches se escuchan cacaraquear un gran número de gallinas.
- Peña Herrada: Comúnmente conocida por la presencia de gravados ancestrales bien marcados.
- Peña Quisnahuít: Situada a 1.5 km al noroeste del casco urbano muy conocida por la cruz en la cima y la presencia de la virgen María. Los visitantes pueden no solamente caminar entre senderos y disfrutar de flora y fauna del lugar sino también de la espléndida vista que desde allí se puede apreciar.

### **Cuevas del municipio de Tamanique:**

- Cueva Santa Lucia: a 6 km del casco urbano (en finca Santa Lucia) cueva descubierta por los indígenas, en donde se encuentran gravados y materiales artesanales.
- Cueva el Murciélago: muy conocida por su valor histórico. En esta cueva en tiempos de guerra estuvo escondida la guerrilla.
- Cueva de San Isidro: situada en el cerro Tecolote.

### **Ríos del Municipio de Tamanique:**

En la zona de estudio se encuentra una gran cantidad de ríos, los cuales desembocan en un río de cauce mayor o primario como lo son el río Sunzal y el río Grande. Estos a su vez, desembocan en la playa.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

A continuación se presenta una tabla con los principales ríos de la zona de estudio así como su respectiva cuenca.

<b>Río</b>	<b>Cuenca</b>	<b>Descripción</b>
Río Tamanique o Santa Lucia	Cuenca el Sunzal	Se forma de la confluencia de las quebradas Santa Lucia y La Cacarica, corre de norte a sur y su recorrido es de 5 km. Se ubica al poniente a 50 metros de distancia de la zona urbana.
Río Las Lajas	Cuenca río Chilama	Se forma de la quebrada el Zope y desemboca en el Río Chulada, corre de norte a sur y su recorrido es de 3 Km. aproximadamente. Se ubica al nororiente de la zona urbana de Tamanique, aproximadamente a 3.5 kilómetros de distancia.
Río Chuluma	Cuenca río Grande	Se forma de la confluencia de la quebrada La Gloria y el Río Las Lajas; corre de norte a sur y su recorrido es de 2.5 Km. y desemboca en el río San Vicente o Río Grande. Se ubica al poniente de la zona urbana, aproximadamente a unos 800 metros de distancia
Río Las Hormigas	Cuenca rio Grande	Nace al poniente del cerro San Rafael, corre de norte a sur y su recorrido es de 4 km. hasta su desembocadura en el Río San Vicente o Río Grande. Su ubicación está al sur oriente de la zona urbana de Tamanique a 2 kilómetros de distancia
Río Taxis	Cuenca el Sunzal	Se forma de la quebrada El Injerto, corre de norte a sur y su recorrido es de 5 km. hasta su desembocadura en el Río Tamanique, su ubicación está poniente de la zona urbana de Tamanique, aproximadamente a 1.5 km de distancia.
Río Grande	Cuenca rio Grande	Se forma de la confluencia de los Ríos Las Hormigas y San Vicente o Cuyanigua, a 6 km al sur oriente del pueblo de Tamanique, recorre de norte a sur y desemboca en el Océano Pacifico, tiene una longitud de 9.5 km
Río Huiza:	Cuenca el Sunzal	Nace con el nombre del río Los Ángeles, 6.9 km. al Noroeste del pueblo de Tamanique, corre de norte a sur, hasta donde sirve de límite con el municipio de Chiltiupan. Desemboca en el Río Tamanique, su longitud es de 10 km.
Río El Tunco	Cuenca El Tunco	Se forma de la confluencia del Río El Cenizo y La Quebrada El Tacuazín, corre de norte a sur y desemboca

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

Río	Cuenca	Descripción
		en el Océano Pacífico; su longitud es de 3 km. está ubicado al sur poniente de la zona urbana de Tamanique, a una distancia de 12 km.
Río El Zunzal o San Benito	Cuenca el Sunzal	Se forma de la confluencia de los ríos Tamanique y Huiza, 1.8 Km. al sur del pueblo de Tamanique; su recorrido es de norte a sur y desemboca en el Océano Pacífico. La longitud de su recorrido es de 13.2 km
Río Acahuaspan	Cuenca El Palmar	Nace a 9 Km. al sur oeste del pueblo de Tamanique, corre de noroeste a sureste, hasta su desembocadura en el río La Lima. Su longitud es de 5.5 km.
Río El Palmarcito	Cuenca El Palmar	También llamado río El Palmar se forma de la confluencia de los Ríos La Lima y Acahuaspan, 7.6 km. al sur del pueblo de Tamanique, su recorrido es de norte a sur y desemboca en el Océano Pacífico. La longitud de su recorrido es de 13.2 km.

Tabla 6 Cuencas hidrográficas y redes hídricas del municipio de Tamanique

En el siguiente mapa se muestran los ríos que se encuentran dentro de la zona de estudio:

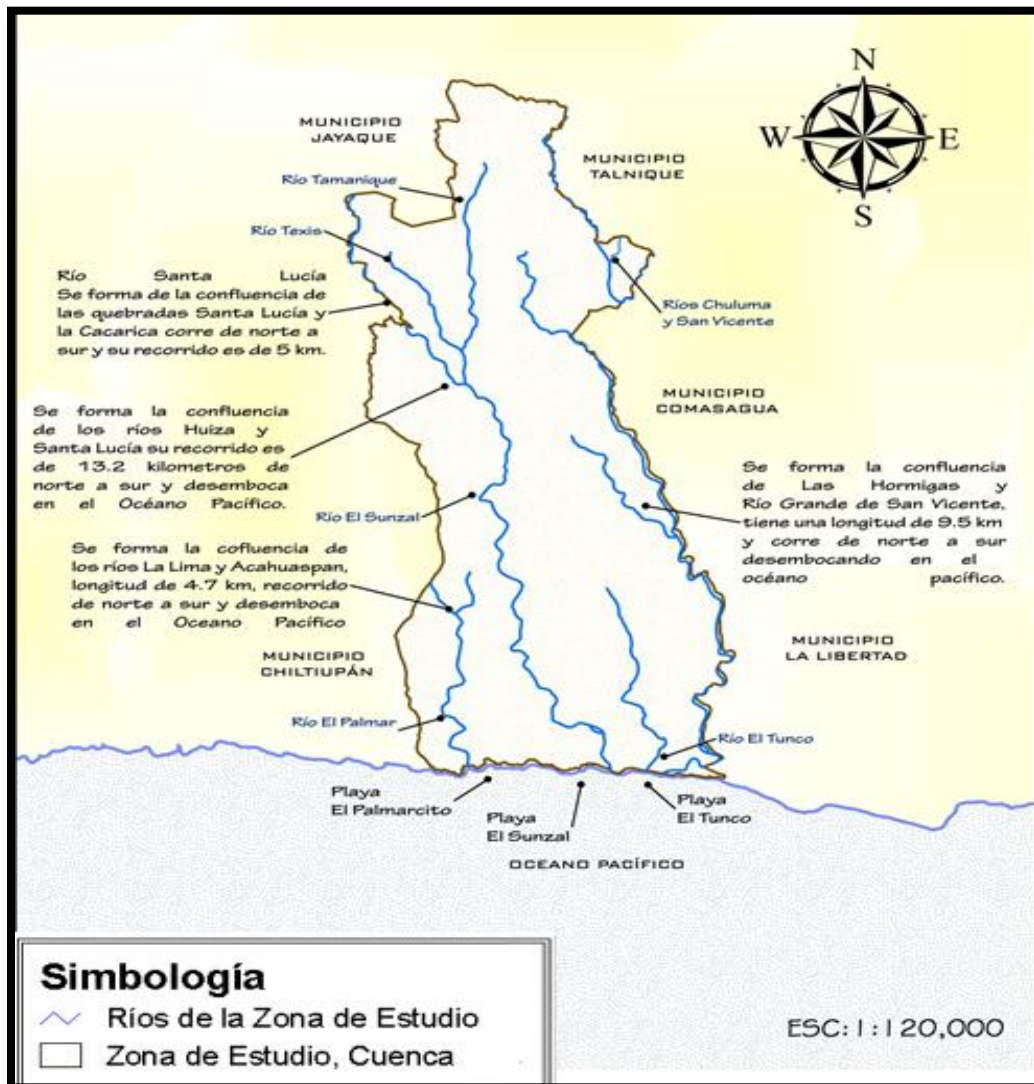


Ilustración 3 Mapa hidrografía del Municipio de Tamanique.

**Esteros del Municipio de Tamanique:**

Los Esteros del municipio de Tamanique que son visitados por Turistas, son los siguientes:

- Estero Río Grande
- Estero El Tunco
- Estero El Sunzal
- Estero El Palmar.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

Nombre	Ubicación
Estero El Tunco	Ubicado en la Playa El Tunco, desembocadura del río El Tunco en el Océano Pacífico.
Estero El Sunzal	Ubicado en la Playa El Sunzal, desembocadura del río El Sunzal en el Océano Pacífico.
Estero El Palmarcito	Ubicado en la Playa El Palmarcito, desembocadura del río El Palmarcito en el Océano Pacífico.

Tabla 7 Esteros en el municipio de Tamanique

### Recursos Culturales del municipio de Tamanique.

La cultura es el conjunto de expresiones y tradiciones de un pueblo y estas consisten de: Costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Cultura turística: es hacer referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística, dedicándole la atención necesaria para convertirla en una actividad prioritaria, sostenible, sustentable y competitiva.

Al tomar conciencia de que los colaboradores del sector no son sólo instrumentos y los turistas no son sólo consumidores, los encuentros y vínculos culturales y sociales que se generan en la experiencia del viaje, se convierten en un recuerdo significativo para ambos grupos.

En el Salvador, la cultura turística está vinculada con el fomento al emprendedurismo, la calidad en el servicio, la inclusión social, el disfrute del patrimonio natural y cultural y la responsabilidad con el entorno.

Entre los recursos culturales del municipio de Tamanique se encuentran:

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- Gastronomía: En Tamanique se realizan festivales gastronómicos y venta de productos cultivados por los lugareños. Todo esto es coordinado por la Alcaldía de Tamanique.
- Tradición oral de historia precolombina: Los habitantes de Tamanique transmiten de generación en generación, la historia precolombina de Tamanique y los hallazgos encontrados a la fecha en muchos lugares situados en las peñas y cerros del municipio.
- Artesanías en madera, coco, piedra, metal: En Tamanique se encuentran hábiles ebanistas, artesanos y herreros.
- Fiestas patronales: Se practican con devoción y solemnidad, a ellas asisten hasta los habitantes que no practican la doctrina católica.

### **Infraestructura de Tamanique**

La infraestructura de soporte representa las bases sobre las cuales se desarrolla el turismo. Pues permite proveer los servicios públicos y urbanos necesarios tanto para las actividades turísticas como para incrementar la calidad de vida los habitantes de las localidades.



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Infraestructuras	Descripción
Carreteras	Una opción para dirigirse al casco urbano de Tamanique, es a través del desvío ubicado en la zona sur de Tamanique. Dicha calle es de estrecha pero cuenta con doble carril.  Si lo que se busca es el acceso al casco urbano de Tamanique sin pasar por la Libertad, existe una carretera en construcción actualmente, que conecta a Santa Tecla con la zona norcentral de Tamanique.
Bancos	El municipio no cuenta con servicios bancarios.
Centro Policial	Tamanique cuenta con un establecimiento policial, situado en el casco urbano.
Centros de Salud	Tamanique cuenta con un establecimiento de salud familiar y con un centro de atención de la Cruz Roja.
Centros Judiciales	El municipio cuenta con un juzgado ubicado en el casco urbano.
Alcaldía	La alcaldía está ubicada en el casco urbano del municipio.
Alumbrado de calles	Tamanique cuenta con el servicio de alumbrado de calles.
Telecomunicaciones	En el municipio de Tamanique predomina la compañía de telecomunicaciones Claro. Esta brinda servicios de internet, cable y teléfono. En cuanto a los teléfonos móviles, están disponibles los de las compañías de claro, Digicel, Tigo y movistar.
Agua potable	El agua potable que consumen los habitantes de Tamanique, es proveniente de nacimientos.
Sistema de alcantarillado	En la zona norte del municipio de Tamanique existen únicamente fosas sépticas.

Tabla 8 Infraestructura del municipio de Tamanique

### Servicios Turísticos

Está referido a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo.

- La zona sur de Tamanique posee una gran cantidad de empresas que ofrecen servicios turísticos, como hostales, restaurantes y bares. Es la zona turísticamente aprovechada.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- La zona central de Tamanique posee desarrollados pequeños negocios como tiendas y centros de artesanías. Su economía tiene poca movilización.
- La zona norte de Tamanique ha desarrollado empresas de servicios muy marcados como: empresa de moto tour, una cabaña para turistas, guías turísticos que ofrecen el servicio de caminatas a las cascadas de Tamanique.

## **2.5 Marco legal**

### **A. Marco regulatorio del turismo en el salvador**

Una de las áreas de trabajo del ministerio de turismo es determinar y velar por el cumplimiento de la política y el plan nacional de turismo, de acuerdo al artículo 45-b así como la formulación de los proyectos normativos relacionados.

En el presente apartado se hace referencia a los diferentes reglamentos, leyes y normas que regulan las actividades turísticas y los productos turísticos.

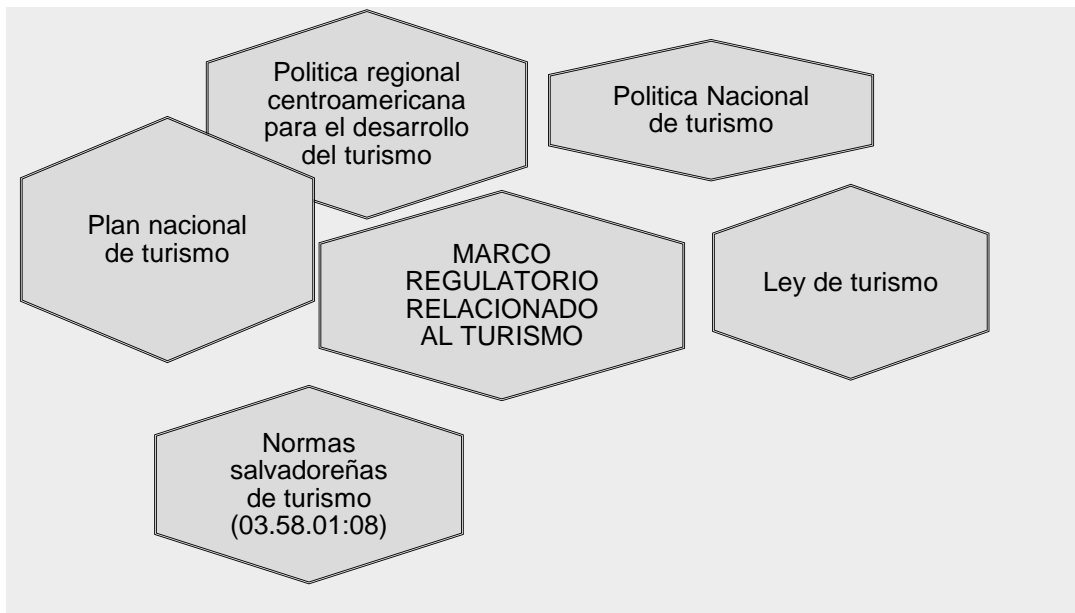


Ilustración 4 Marco regulatorio relacionado al turismo en el salvador.

### **B. Política nacional de turismo**

La Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

La Política Nacional de Turismo de El Salvador, está conformada por siete ejes en los que se organizan los lineamientos que conforman el ámbito operativo del turismo, que al articularse entre sí, potencian los impactos positivos de la actividad en la economía, la sociedad y el medio ambiente del país y fortalecen su posición competitiva en los mercados nacionales, regionales e internacionales.

### Principales ejes de acción de la actividad turística en El Salvador:

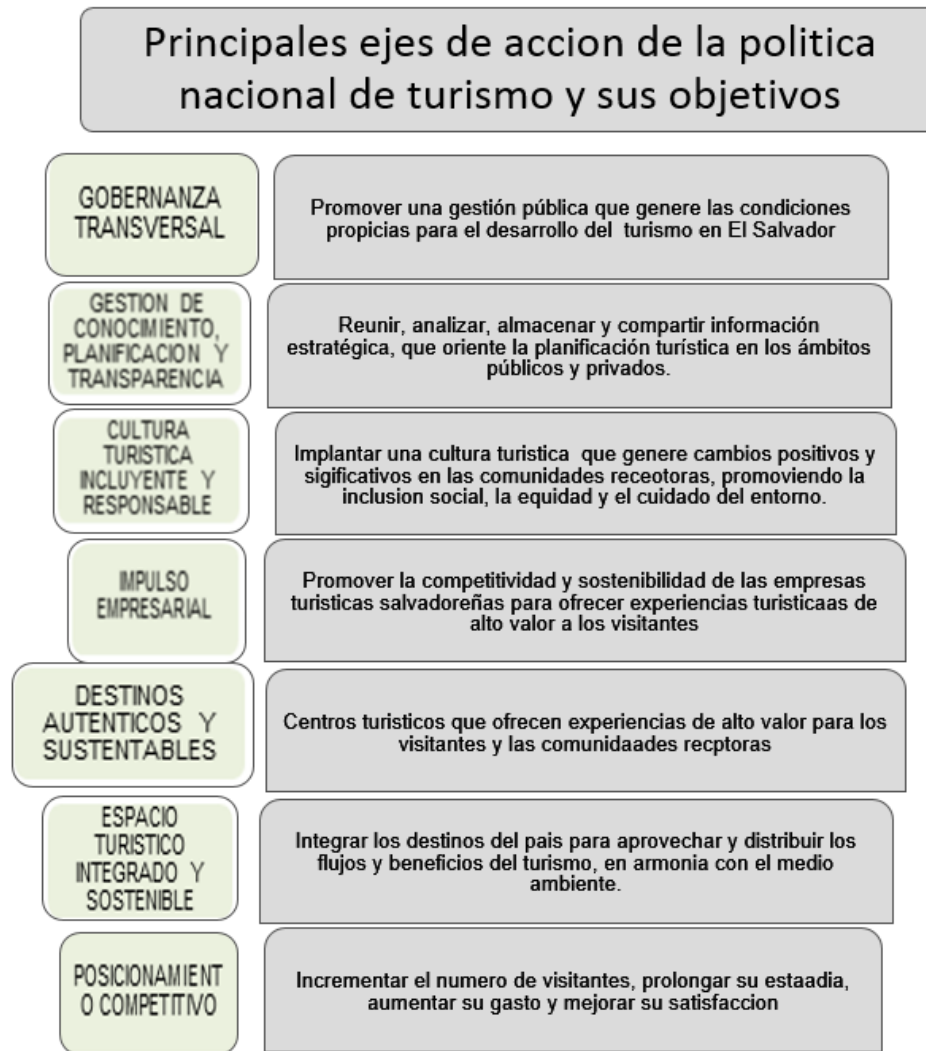


Ilustración 5 Principales ejes de acción de la política nacional de turismo de El Salvador.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Políticas y principales actores:

El Ministerio de Turismo trabaja en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores pero además de ellos existen otros actores con importante participación.

Además de eso la información debe ser manejada de forma confiable y oportuna compartida con los distintos actores que participan en la actividad turística, para facilitar la toma de decisiones acertadas en las distintas coyunturas que afectan el desarrollo y el posicionamiento del país y los destinos que lo conforman.

Políticas	Actores de la política nacional de turismo
Política de disfrute responsable del patrimonio natural y cultural	Ministerio de Turismo, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Economía, Fondo de Desarrollo Productivo,
Política de inclusión social política de impulso a empresas turísticas	Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador , FONDEPRO, ONAMYPE, DICA, Gobiernos Municipales, Banca, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turismo, Buró de Visitantes y Convenciones, CDT, ONG, universidades y organizaciones internacionales, Gobiernos Municipales, empresas.
Política de fortalecimiento y diversificación de localidades turísticas tradicionales y rurales	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Ministerio de Salud, Secretaría de Cultura, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico,
Política de diseño ambiental de las localidades turísticas	Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio de Salud, Secretaría de Cultura, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Fondo de Desarrollo Productivo
Política de	Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo,

Políticas	Actores de la política nacional de turismo
integración de los destinos nacionales a circuitos regionales e internacionales	gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, CDT, ONG, tour operadores, líneas aéreas, organizaciones internacionales, empresas.

Tabla 9 Principales actores de la política nacional de turismo

### C. Plan nacional de turismo

El Plan Nacional de Turismo 2014 fue presentado a principios de 2006 como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador. Se trata de un plan desarrollado en detalle que estaba destinado a convertirse en la guía principal de actuación para todo el sector turístico del país.

### D. Ley de turismo

La asamblea legislativa de la república de el salvador en el decreto No. 899 establece que “ el territorio de la República está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y, con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Que además es “Que es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad, en el respeto al medio ambiente y a los recursos naturales y culturales y en la diversificación del producto y a la mejora de la calidad de los servicios, como condiciones indispensables para asegurar la rentabilidad de la industria turística.”

Es por esta razón que se decretó, bajo la presidencia de Elías Antonio Saca la ley de turismo que tiene como objetivo principal fomentar, promover y regular la

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras

### **Contenido de la ley:**

La ley consta de 41 artículos, con los que se busca apoyar por medio del turismo, al desarrollo económico y social del país, tomando en cuenta los beneficios que la actividad genera en cuanto a fuentes de trabajo, ingresos a la economía nacional e inversión.

A continuación se presenta un cuadro resumen donde se muestra los diferentes capítulos que contempla la ley junto con los artículos correspondientes para cada uno.

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

Tabla 10 Composición de la ley de turismo de el salvador

### **E. Política Regional Centroamericana para el Desarrollo del Turismo**

Programa de acción regional para el desarrollo del turismo La ejecución del Programa de Acción persigue la consolidación y reconocimiento del Sector Turismo como una actividad económica estratégica y prioritaria para el desarrollo sostenible en Centroamérica.

El programa propone incrementar sustancialmente el turismo como un sector relevante generador de empleo y divisas y de un alto impacto social. Pretende, asimismo, dotar a las instituciones nacionales y regionales y al Sector Privado involucrado directamente en esta actividad, de políticas e instrumentos legales que faciliten e incentiven el impulso de la actividad turística.

### **F. Normas de calidad turística en El Salvador**

No se ha tenido tradicionalmente en cuenta a la hora de legislar sobre aspectos que, sin ser de naturaleza propiamente turística, tienen de hecho importantes efectos.

Guiado por sus objetivos, CORSATUR propone la modificación o adopción de la siguiente Norma: “Recopilación de normas de calidad turística salvadoreñas y buenas practicas turísticas de Centroamérica”

Con el fin de garantizar un servicio que cumpla con los estándares de calidad que la norma establece a turistas tanto nacionales como extranjero.



## **CAPITULO II**

# **DIAGNOSTICO**

### **3. INVENTARIO DE PRODUCTOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE TAMANIQUE**

#### **Recursos turísticos**

Los recursos turísticos son todos aquellos factores físicos y culturales de una región determinada potencialmente explotables por el turismo.

En apartados anteriores se describen los recursos turísticos del municipio de Tamanique.

#### **Atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y constituyen la principal atracción para el turista, dando paso al establecimiento de la infraestructura necesaria para llegar a conformar un producto turístico.

Recurso turístico es lo que se puede o debe hacer para atraer turistas; atractivo turístico es lo que se tiene en el entorno para ofrecer a los turistas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### A. Atractivos turísticos encontrados en la zona sur del departamento de La Libertad.

<b>NOMBRE</b>	Playa El Tunco
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Zona Sur de Tamanique, departamento de La Libertad
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio natural
<b>TIPO</b>	Fuente hídrica
<b>SUBTIPO</b>	Playa
<b>CLIMA</b>	Cálido
<b>TEMPERATURA</b>	30° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	15 Km. del casco urbano de Tamanique
<b>VIA DE ACCESO</b>	Vía Pavimentada y carretera destapada
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Es un sitio muy hermoso y visitado por turistas nacionales y extranjeros por sus famosas olas ideales para practicar el deporte surf.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Para el aprovechamiento de este sitio natural es importante tener en cuenta la conservación y preservación, ya que al ser utilizado turísticamente puede deteriorar este hermoso sitio natural.	

Tabla 11 Características de playa El Tunco ubicada en el municipio de Tamanique

<b>NOMBRE</b>	Playa El Sunzal
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Zona Sur de Tamanique, departamento de La Libertad
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio natural
<b>TIPO</b>	Fuente hídrica
<b>SUBTIPO</b>	Playa
<b>CLIMA</b>	Cálido
<b>TEMPERATURA</b>	30° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	25 Km. del casco urbano de Tamanique
<b>VIA DE ACCESO</b>	Vía Pavimentada y carretera destapada
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Es un sitio conocido por sus olas ideales para practicar el surf y sus hermosas vistas.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Para el aprovechamiento de este sitio natural es importante tener en cuenta la conservación y preservación, ya que al ser utilizado turísticamente puede deteriorar este hermoso sitio natural.	

Tabla 12 Características de playa El Sunzal ubicada en el municipio de Tamanique

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

<b>NOMBRE</b>	Playa El Palmarcito
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Zona Sur de Tamanique, departamento de La Libertad
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio natural
<b>TIPO</b>	Fuente hídrica
<b>SUBTIPO</b>	Playa
<b>CLIMA</b>	Cálido
<b>TEMPERATURA</b>	30° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	45 Km. del casco urbano de Tamanique
<b>VIA DE ACCESO</b>	Vía Pavimentada y carretera destapada
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Es un sitio conocido por sus hermosas vistas.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Para el aprovechamiento de este sitio natural es importante tener en cuenta la conservación y preservación, ya que al ser utilizado turísticamente puede deteriorar este hermoso sitio natural.	

Tabla 13 Características de playa El Palmarcito ubicada en el municipio de Tamanique

### Prestadores de servicios turísticos

#### a) Alojamiento.

Es aquel cuya actividad exclusiva o principal es brindar el servicio de alojamiento por períodos de tiempo, contando con recepción y en la mayoría de los casos, servicio de comida. Los alojamientos presentes en la zona, se muestran a continuación:

- Hotel Miramar
- Hotel Tekuani Kal
- Hostal la Sombra
- Hotel Mopelia
- Hotel tortuga surf lodge
- Hotel bar la guitarra
- Hotel el tubo
- Hotel tunco lodge
- Hotel papayas lodge y papayas shop
- Hotel roca Sunzal
- Hotel el mangle
- Hotel casa de mar hotel y villas
- Hotel las Olas beach house
- Hotel Sunzal hills beach resort
- Hotel ver mar
- Hotel club Atami

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### b) Gastronomía

Establecimientos cuya actividad exclusiva o principal consiste en la venta y el servicio de alimentos preparados.

Los restaurantes presentes en la zona se enlistan a continuación:

- Restaurante Erika
- Restaurante la bocana
- Café Sunzal
- Restaurante lo nuestro
- Restaurante mirador palmas
- Restaurante las palmeras
- Restaurante La Bocana li
- Restaurante café iguana
- Restaurante km 51

Como puede observarse, la zona del municipio de Tamanique posee 3 principales atractivos turísticos junto a 16 establecimientos de alojamiento y 9 establecimientos gastronómicos que los acompañan para conformar un producto turístico.

### B. Atractivos turísticos del casco urbano y zona norte de Tamanique

<b>NOMBRE</b>	Sendero a la cabaña
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	En la zona norte del municipio, rodeada de fincas de café.
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio Natural
<b>TIPO</b>	Vegetación
<b>SUBTIPO</b>	Sendero
<b>CLIMA</b>	Templado
<b>TEMPERATURA</b>	19° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	5 Km. del Casco Urbano
<b>VIA DE ACCESO</b>	Senderos de calle empedrada que da acceso a las fincas en donde se encuentra el famoso sendero a la cabaña
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	Cuenta con un extenso recorrido, ubicado entre fincas.
<b>RECOMENDACIONES</b>	Es necesario preservar y señalizar la zona.

Tabla 14 Sendero localizado en la zona norte de Tamanique

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

En este momento se registran algunos proyectos dispersos y de carácter privado, alrededor del sendero a la cabaña:

- Construcción de una cabaña ubicada en el Cerro La Gloria; en dicho lugar se puede disfrutar de la naturaleza, el clima, la vegetación y una excelente vista panorámica.

A continuación se muestra una serie de fotos del lugar:



Ilustración 6 a. Sendero que conduce a la cabaña; b. Vista panorámica de la cabaña, c. Infraestructura de la cabaña

<b>NOMBRE</b>	Camino para practicar moto tour
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	En la zona nor-central del municipio.
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio Construido
<b>TIPO</b>	Pavimentado
<b>SUBTIPO</b>	Camino
<b>CLIMA</b>	Cálido
<b>TEMPERATURA</b>	27° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	15 Km. rodeado de cerros
<b>VIA DE ACCESO</b>	Construcción pavimentada del camino
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Cuenta con un extenso recorrido, se aprovechan las cuevas altas características de la zona.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Es necesario preservar y señalizar la zona.	

Tabla 15 Caminos para practicar moto tour en Tamanique

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Moto tour: como actividad de aventura, se inicia principalmente con la enseñanza para la utilización de motocicletas y cuádrimotos; posteriormente, se brindan recorridos que comprenden diversas rutas de Tamanique y sus alrededores.



Ilustración 7 Mototour en Tamanique

<b>NOMBRE</b>	Cerro La Gloria
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Zona norte
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio Natural
<b>TIPO</b>	Recurso Geológico
<b>SUBTIPO</b>	Cerro
<b>CLIMA</b>	Templado
<b>TEMPERATURA</b>	20° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	5 horas de las cascadas
<b>VIA DE ACCESO</b>	Veredas
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Cuenta con un extenso recorrido, con numerosas cascadas y vegetación.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Señalización de los otros atractivos turísticos.	

Tabla 16 Características de Cerro La Gloria en el municipio de Tamanique

En épocas de Octubre/Noviembre, siempre en el cerro La Gloria, se desarrollan actividades de Parapentismo, el cual hasta la fecha ha sido practicado

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

únicamente por turistas Alemanes que han visitado el municipio en esas temporadas del año.



Ilustración 8 Parapentismo en Tamanique

Caminatas: los turistas dirigidos por un guía que es proporcionado por la alcaldía, disfrutan del medio ambiente, flora, fauna y clima hasta llegar a las cascadas, donde se deleitan de las aguas frescas del municipio.

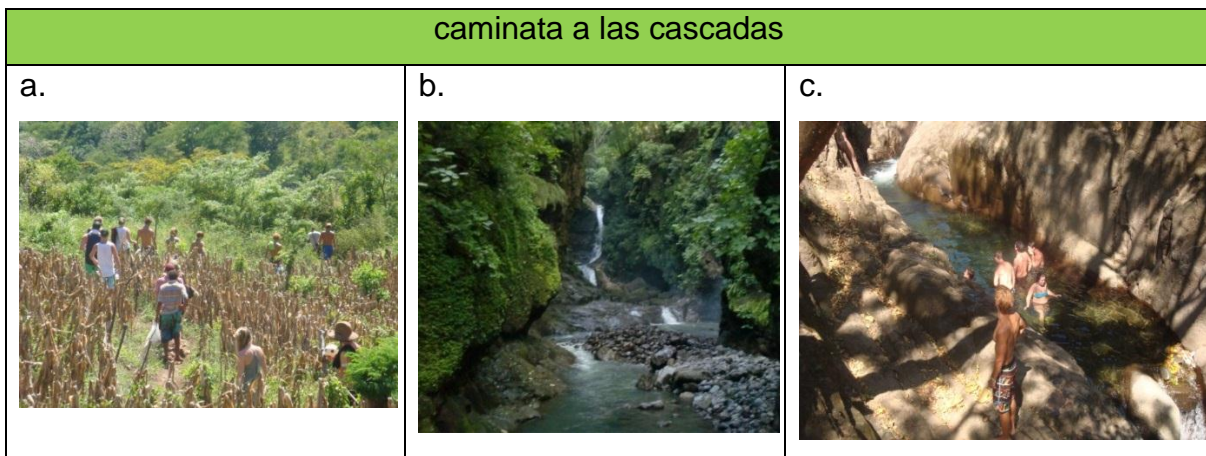


Ilustración 9 a. Caminata por el cerro La Gloria, b. Cascadas de Tamanique, c. Poza de una de las cascadas de Tamanique.



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

<b>NOMBRE</b>	Cascadas de Tamanique
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Zona norte
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio Natural
<b>TIPO</b>	Recurso Hídrico
<b>SUBTIPO</b>	Cascadas
<b>CLIMA</b>	Templado
<b>TEMPERATURA</b>	20° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	5 horas de recorrido
<b>VIA DE ACCESO</b>	Veredas
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Cuenta con un extenso recorrido, se encuentran cinco cascadas y dos pozas.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Señalización y seguridad para acceder a los atractivos turísticos.	

Tabla 17 Características de cascadas en Tamanique

<b>NOMBRE</b>	Cuevas de Tamanique
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Zona norte
<b>CATEGORÍA</b>	Sitio Natural
<b>TIPO</b>	Periodo Cárcico
<b>SUBTIPO</b>	Cueva
<b>CLIMA</b>	Cálido
<b>TEMPERATURA</b>	22° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	Inmersas en los cerros
<b>VIA DE ACCESO</b>	Son de difícil acceso, únicamente se puede llegar a ellas a pie.
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Cuenta con un extenso recorrido, de difícil acceso.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Las cuevas de Tamanique poseen algunos pasos defectuosos o difíciles, por ello es necesario guardar ciertas medidas de precaución.	

Tabla 18 Características de cuevas en Tamanique

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

<b>NOMBRE</b>	Iglesia Parroquial
<b>MUNICIPIO</b>	Tamanique
<b>UBICACIÓN</b>	Casco Urbano
<b>CATEGORÍA</b>	Bienes Culturales
<b>TIPO</b>	Bienes Inmuebles
<b>SUBTIPO</b>	Arquitectura Religiosa
<b>CLIMA</b>	Cálido
<b>TEMPERATURA</b>	27° C
<b>CENTRO MAS CERCANO</b>	Cabecera Municipal de Tamanique
<b>VIA DE ACCESO</b>	Auto y Caminando
<b>CARACTERÍSTICAS RELEVANTES</b>	
Es una iglesia pequeña. El párroco se encarga de organizar las actividades religiosas que definen gran parte de la cultura de Tamanique.	
<b>RECOMENDACIONES</b>	
Es importante reconocer todos los templos religiosos y este templo tiene un significado muy especial para los habitantes del municipio, así que se puede tener en cuenta como atractivo del municipio.	

Tabla 19 Características de Iglesia parroquial en Tamanique

Las actividades que se desarrollan dentro del municipio se enmarcan principalmente en el concepto Sol y Playa debido a que este cuenta con dos de las playas más importantes del país en cuanto a Surf se refiere playa El Tunco y Playa el Sunzal, la mayor afluencia de visitantes a estas playas proviene de países extranjeros.

En cuanto a actividades religiosas que se desarrollan dentro del municipio se encuentran:

La celebración en Honor a Santa Lucia la cual se realiza en los últimos 3 días del mes de febrero y La celebración en honor a la Virgen de la Paz la cual se desarrolla en las fechas del 18 al 23 de noviembre, dentro de estas fiestas las actividades más relevantes son las tradicionales Cofradías.



Ilustración 10 Celebración de las fiestas patronales en el municipio de Tamanique.

### **C. Lista de Chequeo de actividad turística sobre la base de productos turísticos encontrados**

A continuación se muestra una lista de chequeo que muestra la situación actual de desarrollo turístico del municipio de Tamanique, departamento de La Libertad. Dicha lista de chequeo significa un parámetro importante para determinar a grosso modo el nivel de desarrollo turístico en la zona norte del municipio antes referido.

De acuerdo a la lista de chequeo que se muestra a continuación, existe un nivel de actividad turístico del 28.57%, lo cual indica un nivel bajo en la zona norte de Tamanique

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

### CHECK LIST DE DESARROLLO TURÍSTICO EN TAMANIQUE

#### I. Gastronomía

Restaurantes

Ventas ambulantes

Oasis

Bares

Tiendas

Comedores

#### II. Alojamiento

Hoteles

Cabañas

Moteles

Hostales

Zona de Camping

Casa de huéspedes

#### III. Infraestructura

Iglesia

Parques

Hospital o sitios de salud

Plaza o parque

Atractivos turísticos con construcciones llamativas

Zona deportiva

#### IV. Señalización

Rutas de evacuación / emergencia

Sitios para fumar

Zona de peatones

Sitios de restricciones

Señalización para discapacitados

Primeros auxilios

#### V. Seguridad en las zonas

Presencia de PNC

Vigilancia privada

Casilleros privados

Presencia de POLITUR

#### VI. Organizaciones

Comités de desarrollo turístico

ONG's

Asociaciones de lugareños en pro del turismo

Gremios

Cooperativas en pro del turismo

Guías turísticos asociados

Promotores de publicidad

**Total = 10/35**

## 4. ANALISIS DE MERCADO

### 4.1 Mercado consumidor

#### Metodología del mercado consumidor

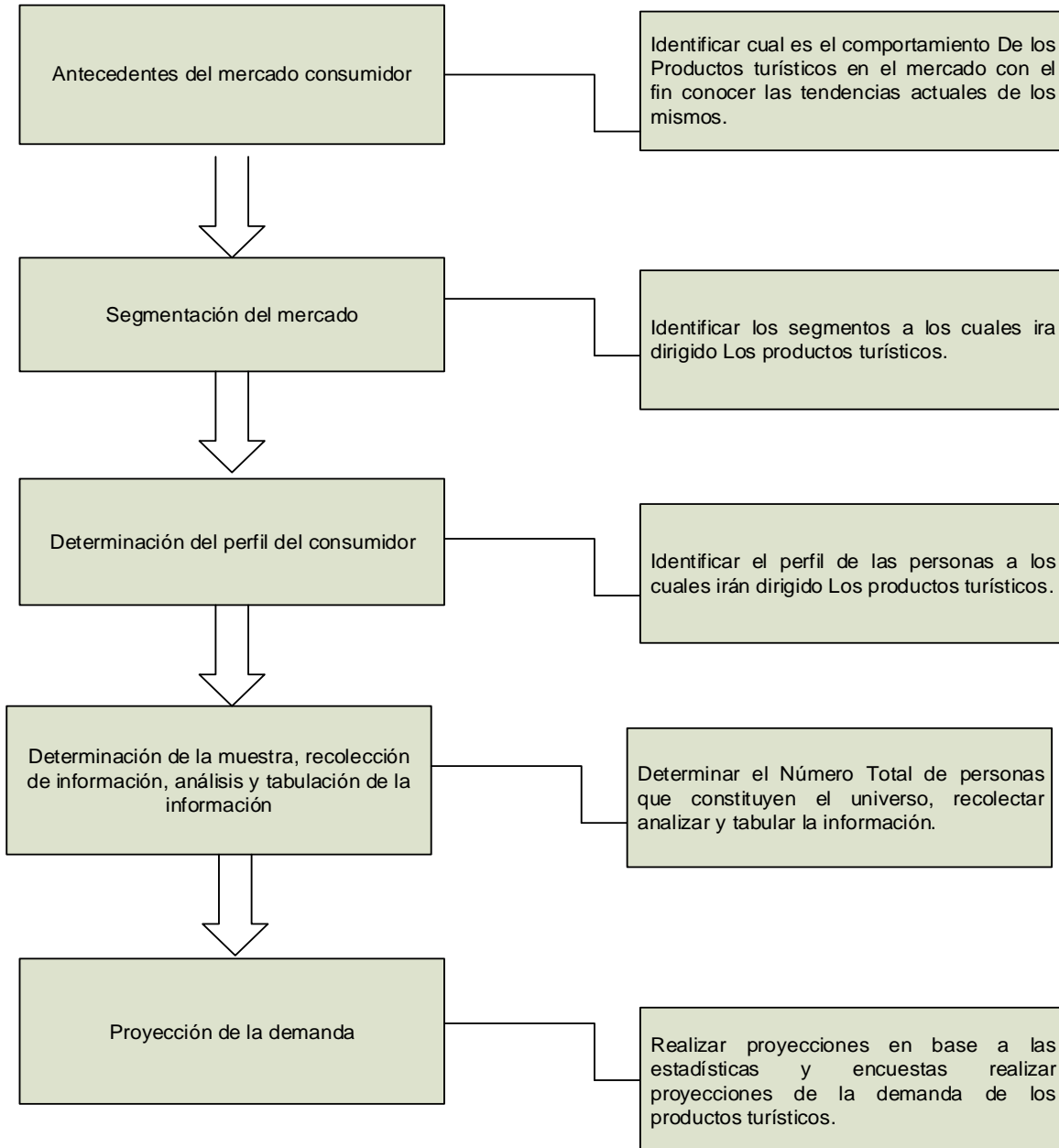


Ilustración 11 Metodología del mercado consumidor

### **D. Antecedentes de mercado consumidor**

Actualmente, El Salvador ha mostrado un progresivo desempeño y desarrollo en el Sector Turismo, generando una mayor atracción a la demanda nacional e internacional.

Este esfuerzo es perceptible por el Sector, por medio del trabajo desarrollado en conjunto con el Sector Público y Privado, en los últimos años.

El mercado surge por la existencia de un producto, en este caso los productos turísticos, que son ofrecidos en forma diferenciada por una diversidad de agentes económicos y son demandados por un grupo heterogéneo que integra la demanda turística.

El mercado turístico tiene una oferta y una demanda. Por una parte, la oferta es la producción turística y por otra parte la demanda es el consumo de los servicios turísticos.

A diferencia del mercado de bienes consumibles, el mercado de turismo tiene los elementos específicos siguientes:

- El lugar de la oferta es el mismo lugar del consumo, pero puede ser distinto del lugar de la demanda.
- La oferta del turismo es el resultado de una imagen mental que el consumidor potencial (el turista) tiene a través de información recibida directa o indirectamente.
- La oferta turística no es flexible, lo que significa que no es elástica ni en tiempo ni en espacio y no puede ser almacenada ni transformada.
- La demanda del turismo es muy elástica y está bajo una dinámica permanente generada por varios factores de naturaleza: económica, social y circunstancial.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- Esto se dirige, momentáneamente, a un segmento de mercado restringido (nicho de mercado) y que llega a los consumidores de productos y servicios turísticos.

En realidad el mercado turístico debe ser visto como una relación de cambio permanente entre la demanda y la oferta turística. El éxito del equilibrio de las dos partes será la consecuencia indirecta de la segmentación permanente del mercado.

### **Demanda turística**

El escenario turístico mundial está experimentando una serie de cambios, motivados por las nuevas exigencias de la demanda.

El perfil del turista se está transformando, debido a las nuevas tendencias sociales y económicas.

En el mercado turístico actual se advierten nuevas preferencias en la demanda, de lo cual se deduce la necesaria adaptación de los productos y servicios turísticos en destino.

### **Estadísticas de turismo internacional en El Salvador**

Efectivamente, la actividad turística ha contribuido de manera notable al desarrollo de las economías de los países centroamericanos, pudiéndose convertir, a corto plazo, en el sector generador de mayores ingresos de divisas a dichos países, por encima incluso de la producción agrícola. Dicha situación ha favorecido que la presencia de turistas de Centroamérica en el cómputo total de llegadas internacionales al continente americano sea significativa.

Las positivas previsiones sobre la evolución del turismo en Centroamérica tienen su origen en dos factores; en primer lugar el incesante flujo de turistas desde los países desarrollados y, en segundo lugar, la mejora de la situación socio-política,

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

con el consiguiente incremento de las condiciones de seguridad de los destinos turísticos centroamericanos.

Según datos preliminares de la Encuesta de conteos CORSATUR-ARALDI se muestran las estadísticas de los visitantes turistas a EL Salvador en el periodo enero a marzo 2013:

### **Participación de Llegadas de turistas por Regiones de procedencia, Enero-Marzo 2013**

El grafico que se muestra a continuación nos muestra la participación de llegadas de turistas de acuerdo al lugar de procedencia:

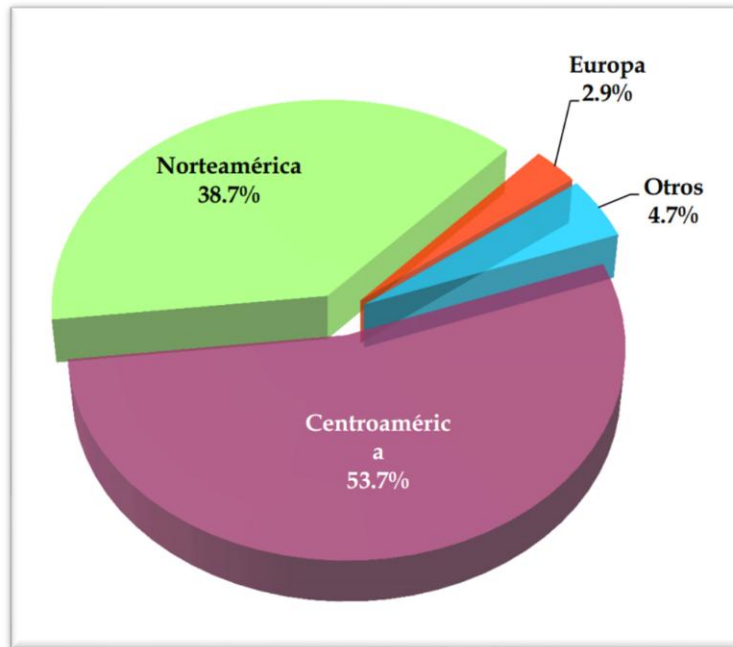


Gráfico 4 Participación de Llegadas de turistas por Regiones de procedencia

Se observa que Centroamérica sigue siendo el mercado más grande para El Salvador con un (53.7%) de llegadas, seguido de Norteamérica con un (38.7%).



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Llegada de Turistas Internacionales por principales regiones de procedencia, enero-marzo 2009-2013 (% de crecimiento).

El siguiente grafico nos permite observar el crecimiento de llegadas turísticas internacionales por región de procedencia:

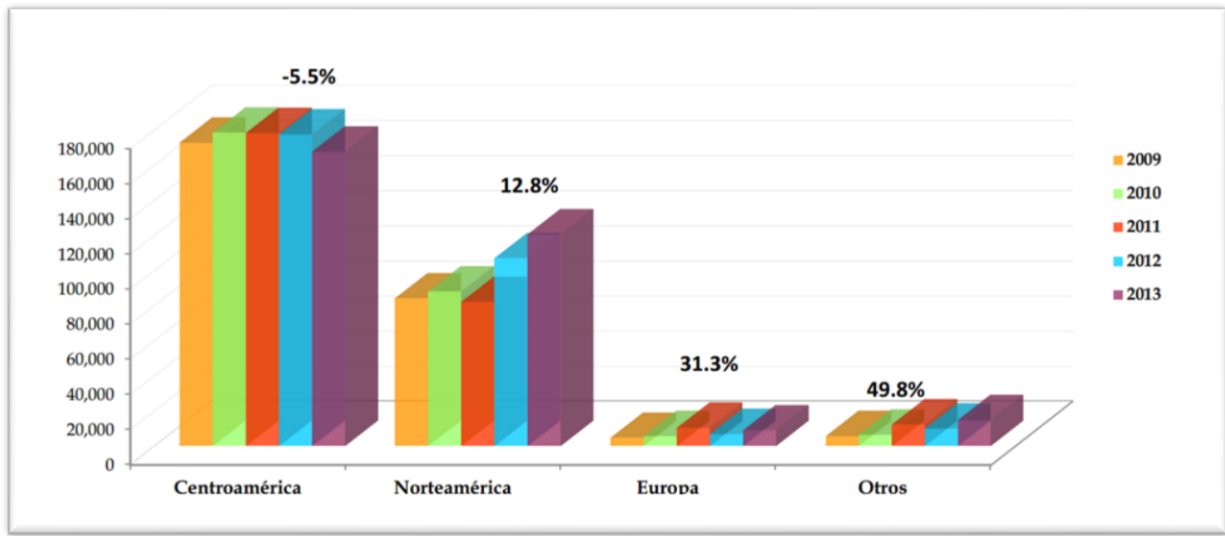


Gráfico 5 Llegada de Turistas Internacionales por principales regiones de procedencia

Según el grafico anterior , se observa que aunque la región Centroamérica sea el mercado de oportunidad más grande para El Salvador, al acumulado de Marzo de 2013 hay un decrecimiento (5.5%), no obstante Norteamérica y Europa presentan crecimientos positivos para la región.

**Participación en Llegadas de turistas, países de procedencia- Enero-Marzo 2013**

En el siguiente grafico se observa el porcentaje de participación de Llegadas de acuerdo país de procedencia:

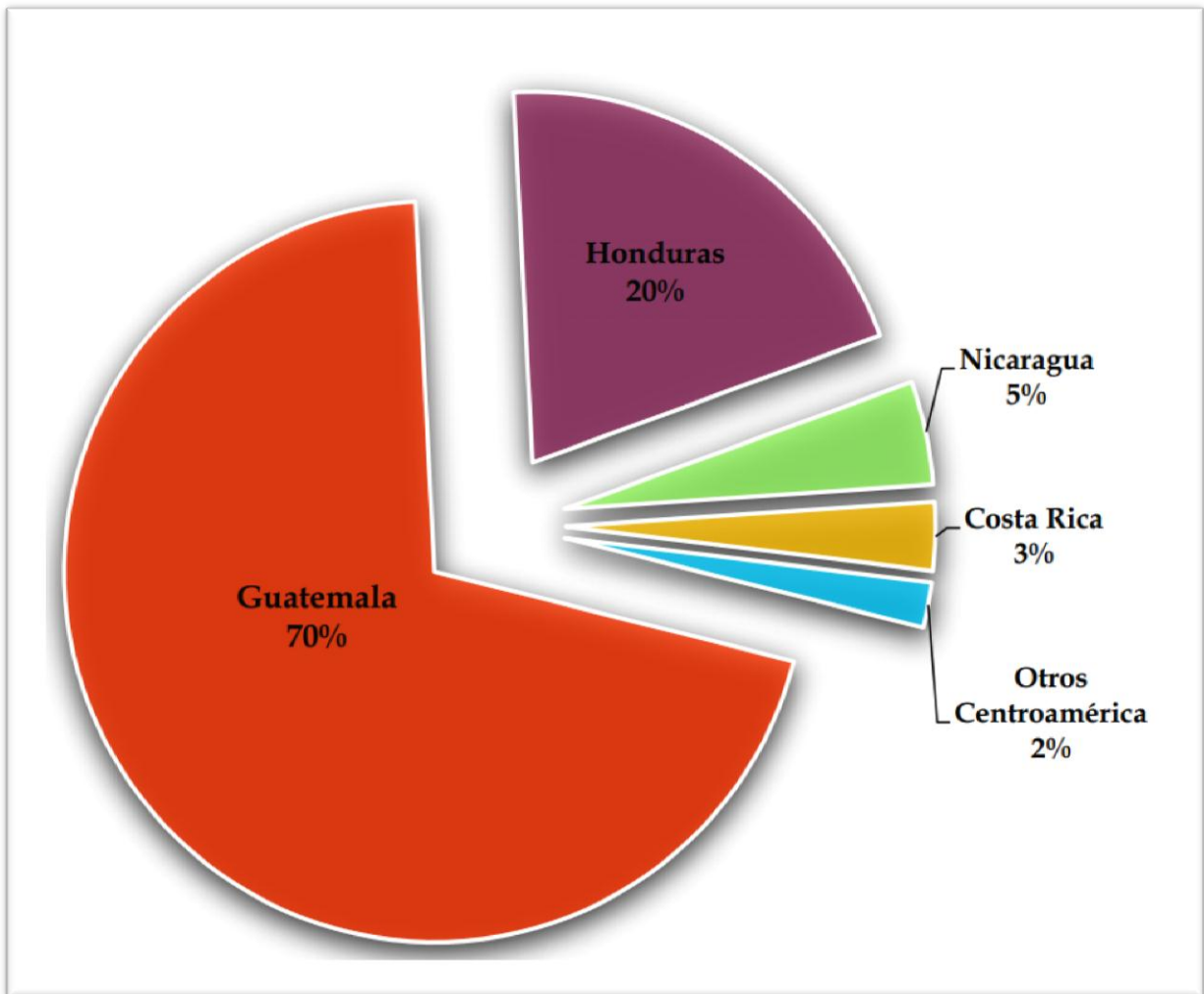


Gráfico 6 Participación en Llegadas de turistas Centroamericanos.

En lo que respecta a Centroamérica, Guatemala con un 70%, representa el mercado de oportunidad más alto para El Salvador; seguido de Honduras con un 20%.

**Llegada de turistas internacionales por país de residencia/Centroamérica  
Enero-Marzo 2009-2013.**

A continuación se muestra el siguiente gráfico con las llegadas de turistas por país de residencia/ Centroamérica:

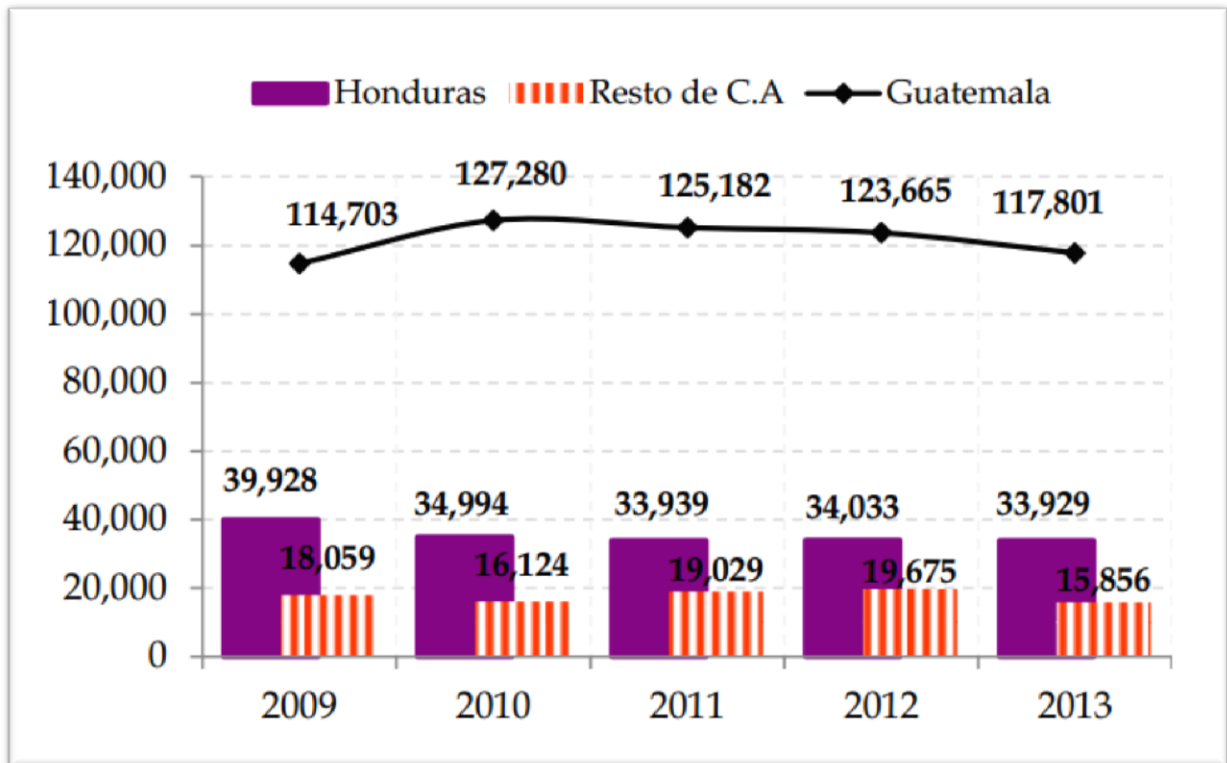


Gráfico 7 Llegada de turistas internacionales por país de residencia/Centroamérica

La región Centroamericana al acumulado de marzo 2013 ha experimentado un decrecimiento (-5.52%). Del total de llegadas de turistas a El Salvador C.A participa con el 53.7%, mostrándose gráficamente que la mayor parte provienen de Guatemala (37.8%); seguido de Honduras (10.9%).

**Llegada de turistas internacionales por país de residencia/Norteamérica  
Enero-Marzo 2009-2013**

A continuación se muestra el siguiente gráfico con las llegadas de turistas por país de residencia/ Norteamérica:

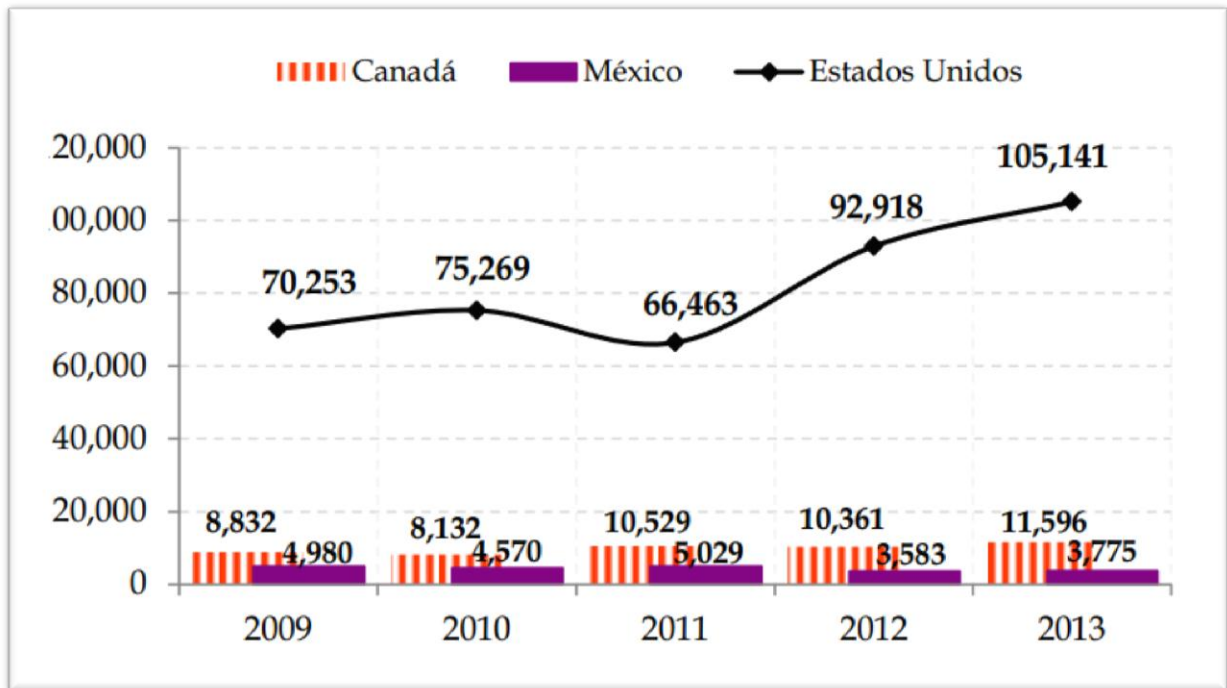


Gráfico 8 Llegada de turistas internacionales por país de residencia/Norteamérica

La región de Norteamérica al acumulado de marzo de 2013 ha experimentado un crecimiento de (12.77%). Del total de llegadas de turistas a El Salvador, N.A participa con el 38.7%.

Estados Unidos representa el 87.2% del total de esa región, 0.3% más de crecimiento en comparación con la participación del año 2012 para ese mismo período

### **Mercado extranjero:**

Nuestro país tiene una mezcla de mercados. El 53.7% de mercado regional, especialmente Guatemala, Honduras y Nicaragua, que son nuestros mercados más importantes 38.7% corresponden a EE.UU. y Canadá, el 2.9% es correspondiente a Europa y el 4.7% los demás países.

Nuestro país cuenta con cuatro ejes estratégicos: EE.UU, España, Guatemala y Colombia. Allí se están destacando las estrategias para diferentes zonas y mercados. Esto ha producido un crecimiento de divisas internacionales: desde el año 2009, se pasó de 530 millones de dólares a 771 millones en 2012. Esperándose para el 2013 830 millones de dólares al cierre del año.

En estos mercados que se están desarrollando, nuestro país ha recibido varias nominaciones como país. Una se recibió en 2010 como uno de los 10 países “top” para ser visitados por una revista muy importante a nivel mundial, Lonely Planet, y una nominación de turismo en la Feria de España que se llama “Mención en Destino Emergente”.

### **Mercado estadounidense**

El turista potencial de los Estados Unidos tiene como principal motivo para la realización de un viaje de larga distancia, las vacaciones, recreo u ocio. Su destino preferido sigue siendo Europa Occidental, seguido de Asia. Realiza viajes internacionales con una frecuencia de uno o dos desplazamientos cada tres años y con una estancia media entorno a las dos semanas.

Entre los aspectos determinantes en la elección del destino se encuentran que el lugar posea una cultura interesante y que sea un destino seguro, éste factor es fundamental ya que una gran proporción no viajaría si no considera que el destino presenta una situación segura.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Los estadounidenses que viajan en familia prefieren hacerlo en los meses de julio y agosto, mientras que los que viajan en pareja, no presentan una temporada fija de viaje.

En cuanto a la forma de organizar el viaje, la mayoría realiza la búsqueda de información a través de Internet, destacando portales como “Google” “Travelocity” y “Expedia”, aunque también utilizan las recomendaciones e información de familiares y amigos, así como guías de viajes, entre las que destacan Fodor’s, Frommer’s y Lonely Planet. Las agencias de viajes son otro medio ampliamente utilizado por los estadounidenses.

**E. Pre diagnóstico**

La forma de proceder para determinar el segmento de personas al que ira dirigido el estudio, será a través de un sondeo realizado a las personas que se encuentran en las playas de la Libertad. El objetivo principal es dirigirse a un mercado objetivo, el mercado que disfruta del turismo.

Una de las hipótesis tal como se muestra posteriormente, es que aquella persona que le gusta y disfruta de una clase de turismo, generalmente disfrutará de las demás variedades, aunque sea en menor escala.

Se plantean dos tipos de sondeos para turistas que varíen en sus circunstancias:

- a) **Turistas de las playas de la Libertad que no pertenezcan al municipio de Tamanique (Puerto de La Libertad-Malecón)**

**Sondeo de Turismo para las playas de la Libertad que no pertenezcan al municipio de Tamanique (Personas Nacionales y Extranjeras)**

**Objetivo: Determinar las preferencias del turista y la aceptación y/o conocimiento del municipio de Tamanique, departamento de La Libertad.**

1. Lugar de procedencia  
\_\_\_\_\_
2. Frecuencia de visita a las playas \_\_\_\_\_
3. Ha visitado el municipio de Tamanique: Sí  No   
Si su respuesta es **Sí**, pase a la pregunta 4.; si es **No**, pase a la pregunta 5.
4. Le gustaría visitar de nuevo el municipio: Sí  No
5. Le gustaría conocer el pueblo de Tamanique: Sí  No

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**b) Turistas de las playas que pertenezcan al municipio de Tamanique  
(Tunco y Sunzal)**

**Sondeo de Turismo para las playas de la Libertad que pertenecen al  
municipio de Tamanique (Personas Nacionales y Extranjeras)**

**Objetivo: Determinar las preferencias del turista y la aceptación y/o conocimiento del municipio de Tamanique, departamento de La Libertad.**

1. Lugar de procedencia

\_\_\_\_\_

2. Frecuencia de visita a las playas

\_\_\_\_\_

3. Conoce el municipio al que pertenece esta playa: Sí  No

Si su respuesta es **Sí**, pase a la pregunta 4.; si es **No**, pase a la pregunta 6.

4. Ha visitado el pueblo de este municipio: Sí  No

Si su respuesta es **Sí**, pase a la pregunta 5; si es **No**, pase a la pregunta 6.

5. Le gustaría visitar de nuevo el pueblo de este municipio: Sí  No

6. Le gustaría conocer el pueblo de Tamanique: Sí  No

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**



**Tabulación de resultados de entrevistas realizadas para pre diagnostico**

Lugar de encuesta: Malecón Puerto de la Libertad.

**Pregunta 1: Lugar de procedencia**

<b>Clasificación de turistas de acuerdo a su procedencia</b>		
<b>Turistas Extranjeros</b>		
Estados Unidos	5	16.67%
Inglaterra	1	3.33%
Argentina	1	3.33%
Guatemala	2	6.67%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>30.00%</b>
<b>Turistas nacionales</b>		
Santa Ana	2	6.67%
San Salvador	13	43.33%
La Libertad	5	16.67%
La Paz	1	3.33%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>70.00%</b>
	<b>30</b>	<b>100.00%</b>

Tabla 20 Clasificación de los turistas de acuerdo a su lugar de procedencia

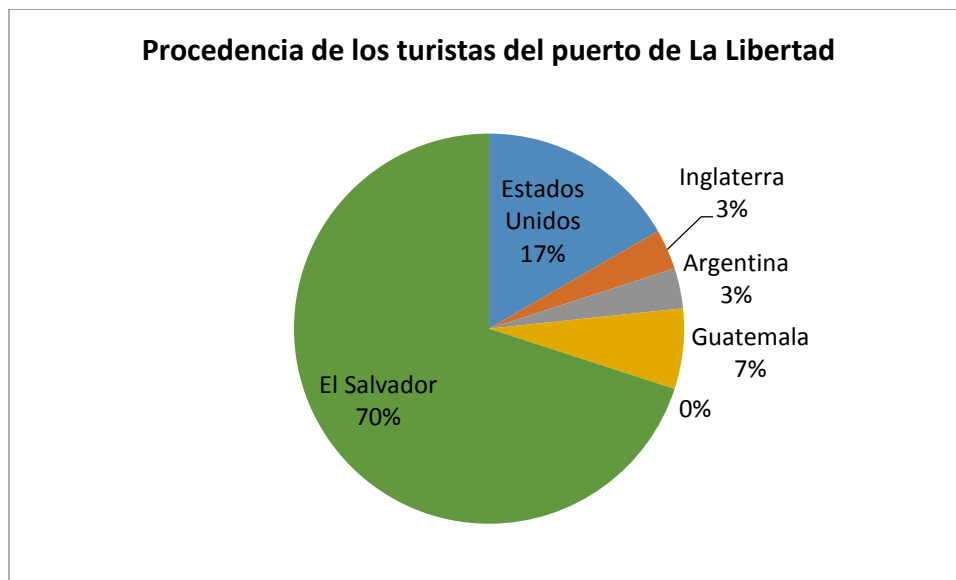


Gráfico 9 Procedencia de los turistas del Malecón puerto de La libertad

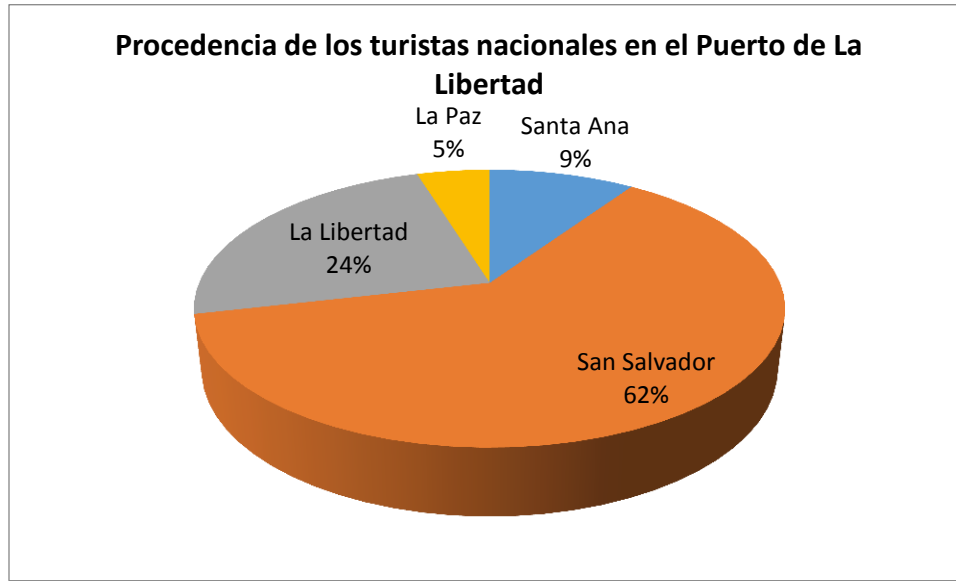


Gráfico 10 Procedencia de turistas nacionales en Malecón puerto de La libertad

El 70% de los turistas entrevistados en el Puerto de La Libertad, provienen de El Salvador; de ellos, el 62% pertenece al municipio de San Salvador.

**Pregunta 2.**

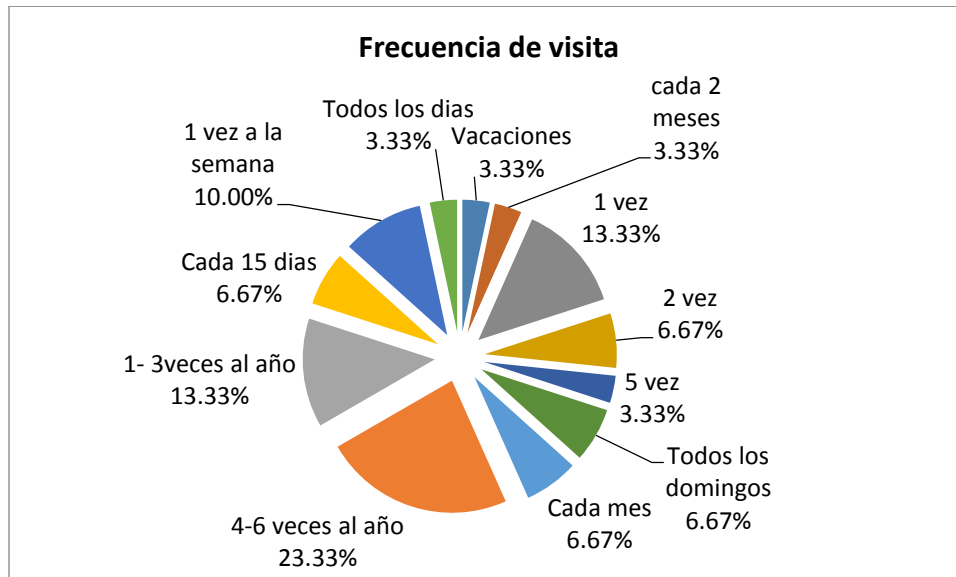


Gráfico 11 Frecuencia de visita, personas del Malecón puerto de La libertad

Descripción	Frecuencia de visita
Vacaciones	1
cada 2 meses	1
1 vez	4
2 vez	2
5 vez	1
Todos los domingos	2
Cada mes	2
4-6 veces al año	7
1- 3 veces al año	4
Cada 15 días	2
1 vez a la semana	3
Todos los días	1

Tabla 21 Frecuencia de visita

La mayoría de personas encuestadas visitan las playas con una frecuencia de 4 a 6 veces en el año.

**Pregunta 3: ¿Conoce el municipio de Tamanique?**

Respuesta	Conocimiento del municipio de Tamanique
Si	11
No	19

Tabla 22 Pregunta sobre conocimiento del municipio

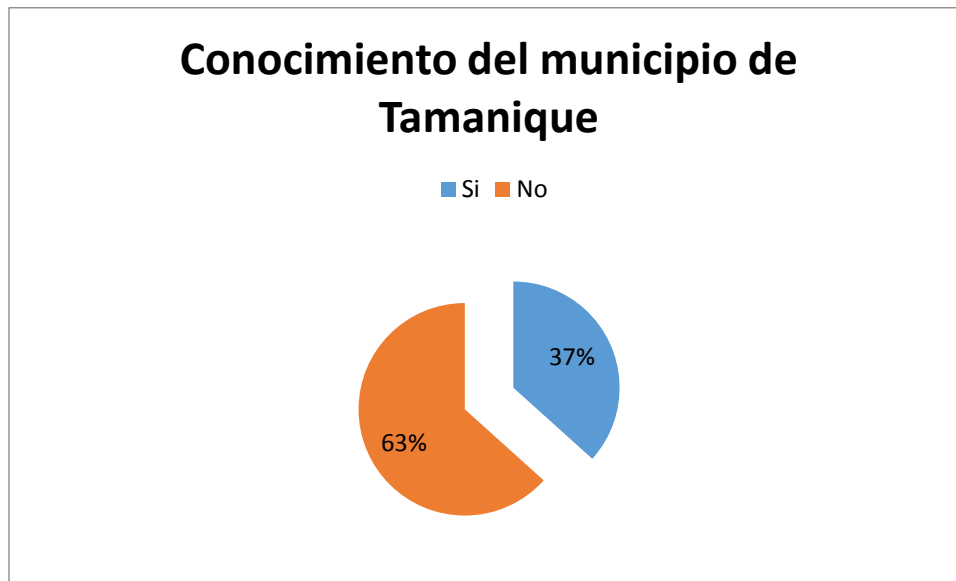


Gráfico 12 Conocimiento del municipio de Tamanique, Malecón puerto de La libertad

El 63 % de los turistas encuestados no conoce el municipio de Tamanique, mientras un 37% señalo si conocer el municipio.

**Pregunta 4:**

¿Le gustaría visitarlo de nuevo?



Gráfico 13 Preferencia de las personas al municipio sobre si les gustaría visitarlo de nuevo, Malecón puerto de La libertad

Respuesta	Le gustaría visitarlo de nuevo
Si	7
No	4

Tabla 23 Gustaría visitar de nuevo el municipio

De las personas que respondieron que si conocen el municipio de Tamanique un 64% respondió que si le gustaría visitarlo de nuevo, mientras un 36% respondió que no le gustaría volver al municipio.

**Pregunta 5:**

Le gustaría conocer el municipio de Tamanique

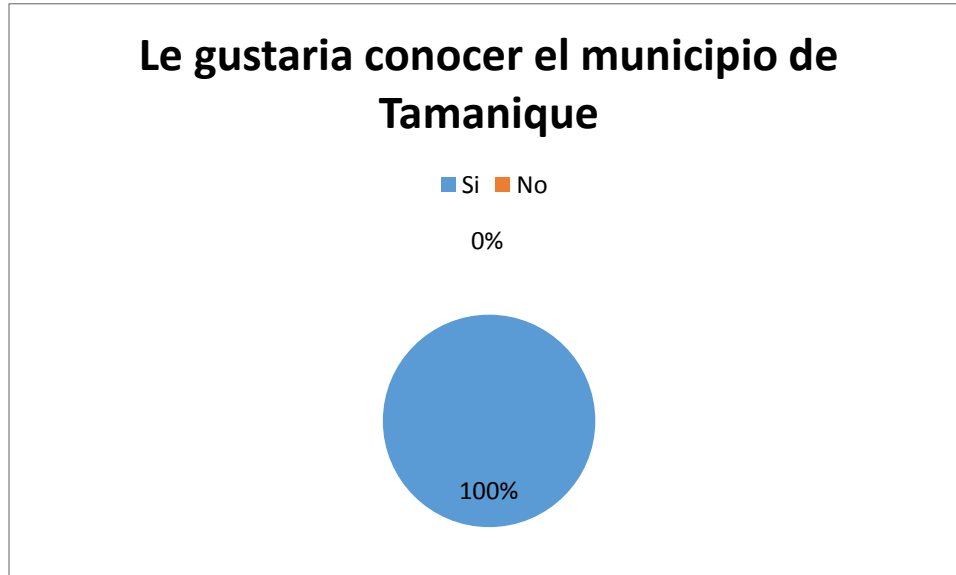


Gráfico 14 Le gustaría a las personas conocer el municipio de Tamanique, personas encuestadas en el Malecón puerto de La libertad

Respuesta	Le gustaría conocer el municipio de Tamanique
Si	19
No	0

Tabla 24 Le gustaría conocer el municipio de Tamanique

De las personas que respondieron que no conocían el municipio de Tamanique, el 100% de las personas respondió que si le gustaría visitar el municipio.

**Tabulación Playa el Tunco**

A continuación se presenta la tabulación y análisis de los resultados para las encuestas realizadas en la playa el Tunco:

**Pregunta 1: Lugar de Procedencia**

<b>País</b>	<b>Frec</b>	<b>%</b>
Escocia	1	3.33
España	1	3.33
Estados Unidos de Norteamérica	2	6.67
Guatemala	1	3.33
Inglaterra	1	3.33
Israel	1	3.33
El Salvador	21	70.00
Nueva Zelanda	2	6.67
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

Tabla 25 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Tunco

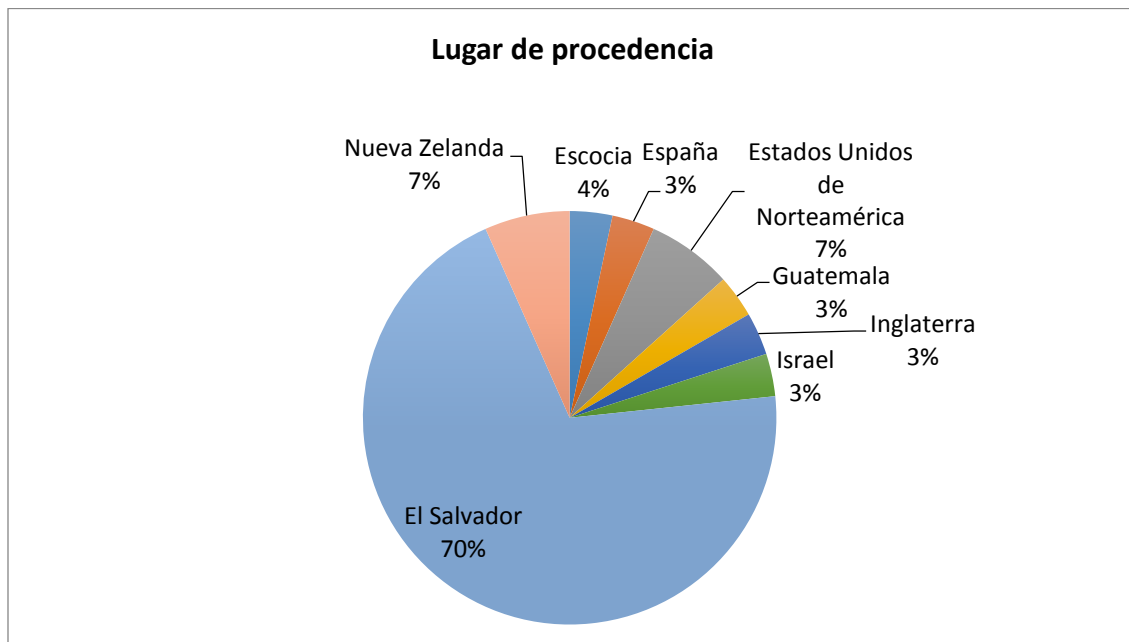


Gráfico 15 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Tunco

Se observa que el 70% de las personas encuestadas provienen de El Salvador, seguido por Estados Unidos y Nueva Zelanda con un 6.67% cada uno.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

En vista que el 70% de los turistas encuestados pertenecen a El Salvador, se elabora un segundo cuadro para determinar el departamento de procedencia de los mismos:

Departamento-Municipio	Frec	%
San Salvador	13	61.90
La Paz	1	4.76
La Libertad - Municipio: Santa Tecla	7	33.33
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>

Tabla 26 Procedencia de turistas

Por su parte, El Salvador estuvo dividido por los departamentos de San Salvador quienes fueron los entrevistados en su mayoría, representando el 61.90% de las encuestas; seguidos por los departamentos de La Libertad y La Paz, con 33.33% y 4.76% respectivamente.

### Pregunta 2: Frecuencia de Visita.

Frecuencia de Visita	f	%
1 vez al año	2	6.67
2 veces al año	4	13.33
3 veces al año	0	0.00
4 veces al año	0	0.00
1ra vez	5	16.67
Cada 3 meses	3	10.00
Cada 15 días	3	10.00
Cada semana	11	36.67
3 veces por semana	2	6.67
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Tabla 27 Frecuencia de visita



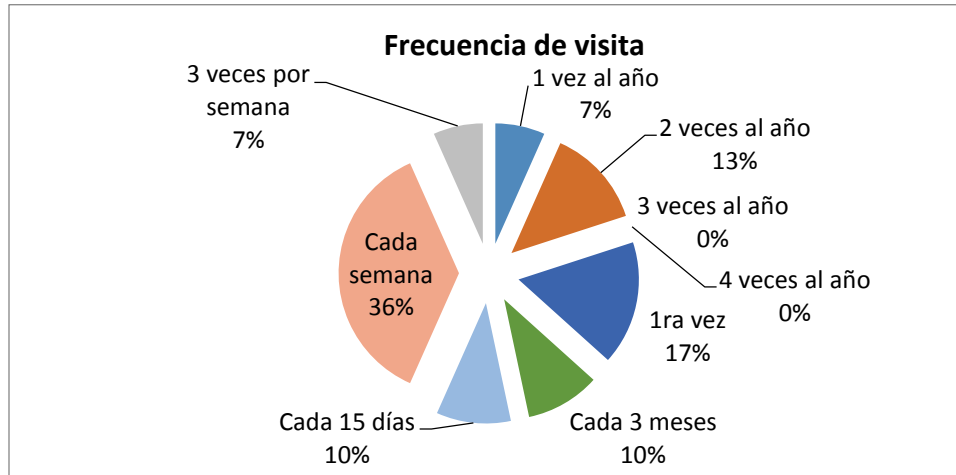


Gráfico 16 Frecuencia de visita de personas encuestadas en playa El Tunco

La mayoría de las personas encuestadas en la playa El Tunco, visitan la playa semanalmente.

**Pregunta 3: ¿Conoce el municipio al que pertenece esta playa?**

Conocimiento del Municipio	f	%
Sí	7	23.33
No	23	76.67
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

Tabla 28 Conocimiento del municipio al que pertenece la playa

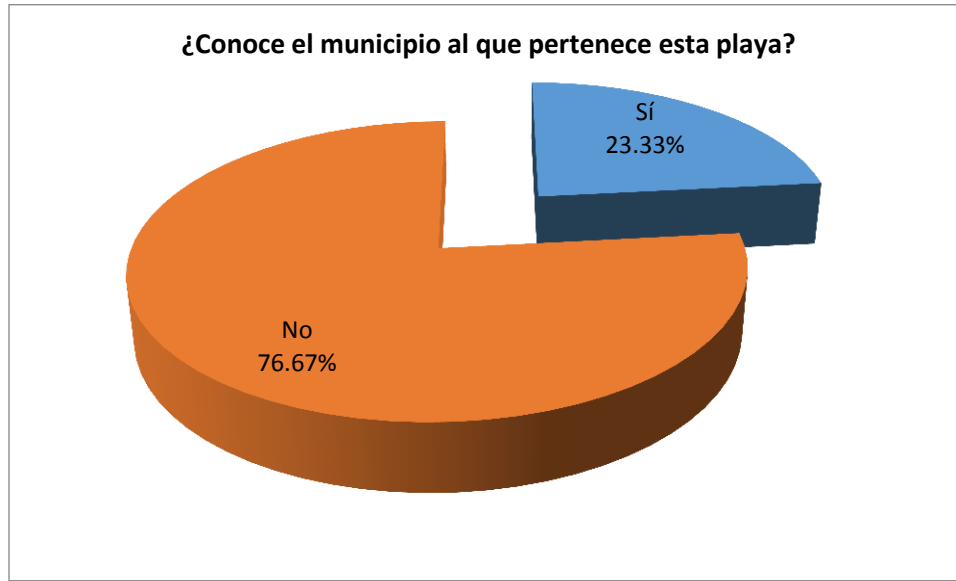


Gráfico 17 Conocimiento del municipio, personas encuestadas en playa El Tunco

El 76.67% de los encuestados, no tiene conocimiento de que la Playa El Tunco pertenece al municipio de Tamanique; por lo tanto, se infiere que no conocen el pueblo del municipio de Tamanique.

**Pregunta 4: ¿Ha visitado el pueblo de este municipio?**

¿Ha visitado el pueblo de Tamanique?	f	%
Sí	2	28.57
No	5	71.43
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>

Tabla 29 Ha visitado el pueblo de este municipio

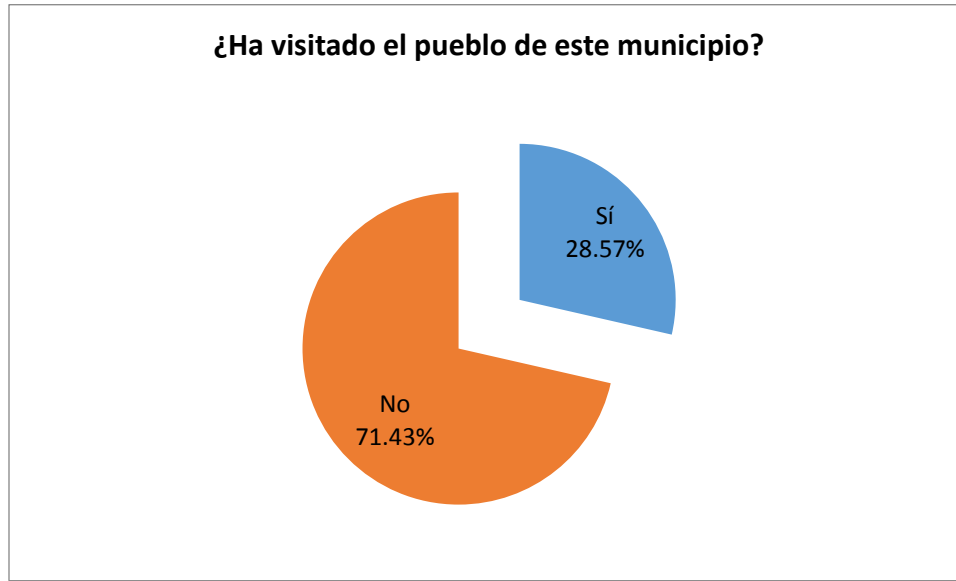


Gráfico 18 Visita al pueblo del municipio de Tamanique a personas encuestadas en playa El Tunco

Del 23.33% de entrevistados que dijeron conocer que la playa El Tunco pertenece al municipio de Tamanique, el 71.43% resultó no haber visitado el pueblo del municipio. El 28.57% restante sí lo había visitado y por ello se les realizó la siguiente pregunta:

**Pregunta 5: ¿Le gustaría visitar de nuevo el municipio de Tamanique?**

¿Visitaría nuevamente el municipio?	f	%
Sí	1	50.00
No	1	50.00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>

Tabla 30 Preferencias sobre volver a visitar el municipio a personas encuestadas en playa El Tunco



Gráfico 19 Preferencias sobre volver a visitar el municipio a personas encuestadas en playa El Tunco

Del 28.57% anterior, el 50% de personas dijo que volvería a visitar el pueblo; el 50% restante expresó su negatoria a la hora de visitar nuevamente el pueblo, por factores diferentes como la seguridad y la presencia de mareros.

**Pregunta 6: ¿Le gustaría conocer el pueblo de Tamanique?**

¿Le gustaría conocer el municipio de Tamanique?	f	%
Sí	20	86.96
No	3	13.04
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>

Tabla 31 Gustaría conocer el municipio, personas encuestadas en playa El Tunco

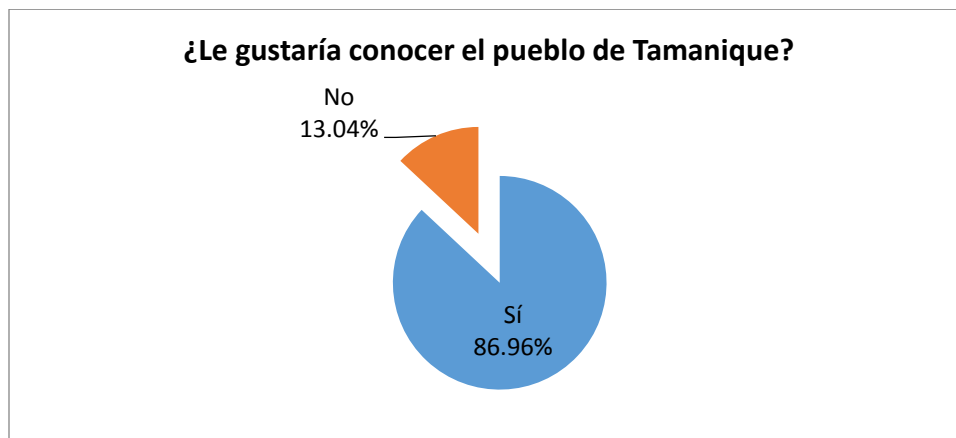


Gráfico 20 Gustaría conocer el municipio, personas encuestadas en playa El Tunco

Del 76.67% de personas que expresaron no conocer el municipio de Tamanique, el 86.96% de ellas se mostró interesado en conocerlo; el 13.04% sin embargo,

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

mostró que no tenía deseos de conocerlo por diferentes motivos como el gusto por el turismo de playa o que esperaban conocer opiniones de otras personas.

### **Tabulación Playa el Sunzal**

A continuación se presenta la tabulación y análisis de los resultados para las encuestas realizadas en la playa el Sunzal:

#### **Pregunta 1: Lugar de Procedencia**

<b>Departamento de El Salvador</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
San Salvador	19	63.33
La Libertad	11	36.67
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Tabla 32 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Sunzal

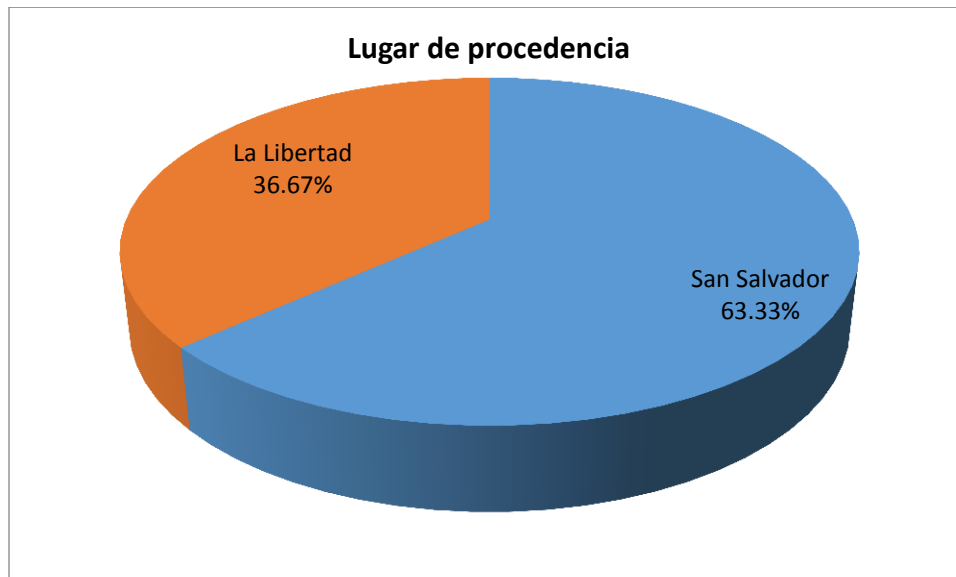


Gráfico 21 Lugar de procedencia de personas encuestadas en playa El Sunzal

Se observa que todos los encuestados de la playa El Sunzal, provienen de El Salvador, el 63.33% del departamento de San Salvador y el 36.67% del departamento de La Libertad con los municipios de Santa Tecla, Puerto de La Libertad, Comasagua y El Palmar.

**Pregunta 2: Frecuencia de Visita.**

Frecuencia de visita	Cantidad	%
1 vez al año	2	6.67
2 veces al año	4	13.33
3 veces al año	3	10.00
4 veces al año	3	10.00
1 vez que lo visita	4	13.33
Cada 3 meses	5	16.67
Cada 15 días	5	16.67
Cada semana	3	10.00
3 veces por semana	1	3.33
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

Tabla 33 Frecuencia de visita de personas encuestadas en playa El Sunzal

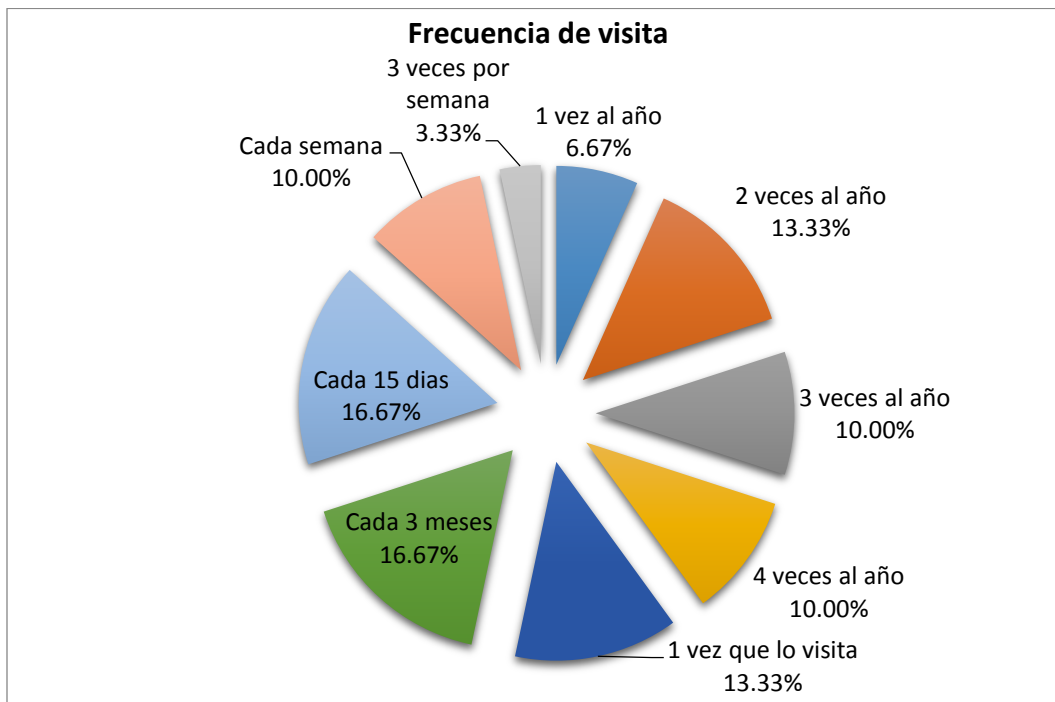


Gráfico 22 Frecuencia de visita de personas encuestadas en playa El Sunzal

**Pregunta 3: ¿Conoce el municipio al que pertenece esta playa?**

¿Conoce el municipio al que pertenece la playa El Sunzal?	f	%
Sí	7	23.33
No	23	76.67
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

Tabla 34 Conocimiento del municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal

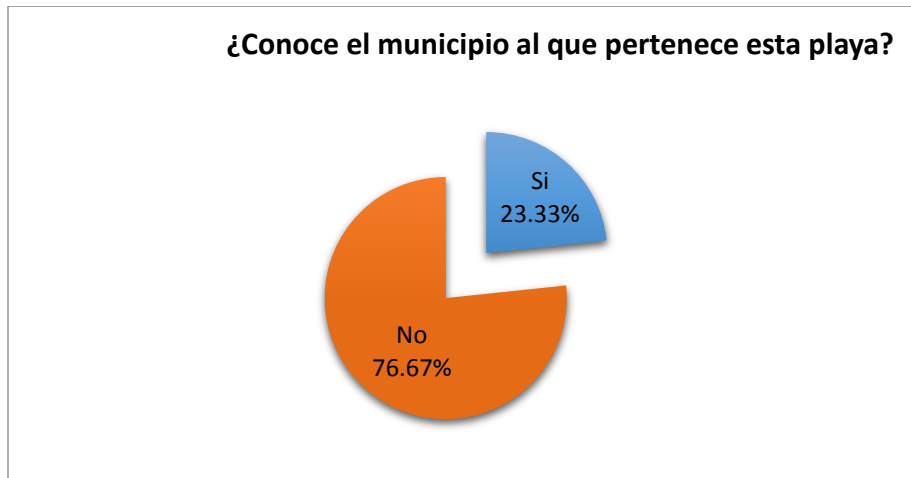


Gráfico 23 Conocimiento del municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal

El 76.67% de los encuestados, no tiene conocimiento de que la Playa El Sunzal pertenece al municipio de Tamanique.

**Pregunta 4: ¿Ha visitado el pueblo de este municipio?**

¿Ha visitado el pueblo de este municipio?	f	%
Sí	6	85.71
No	1	14.29
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>

Tabla 35 Visita al municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal

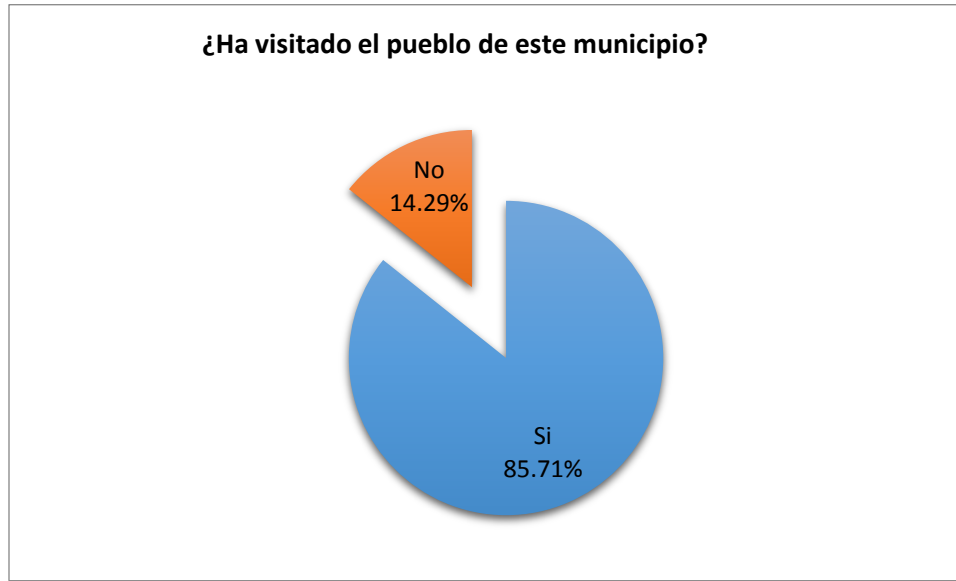


Gráfico 24 Visita al municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal  
Del 23.33% de entrevistados que dijeron conocer que la playa El Sunzal pertenece al municipio de Tamanique, el 14.29% resultó no haber visitado el pueblo del municipio.

El 85.71% restante sí lo había visitado y por ello se les realizó la siguiente pregunta:

**Pregunta 5: ¿Le gustaría visitar de nuevo el municipio de Tamanique?**

¿Le gustaría visitar de nuevo el municipio de Tamanique?	f	%
Sí	6	100.00
No	0	0.00
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00</b>

Tabla 36 Preferencias sobre volver a visitar el municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal



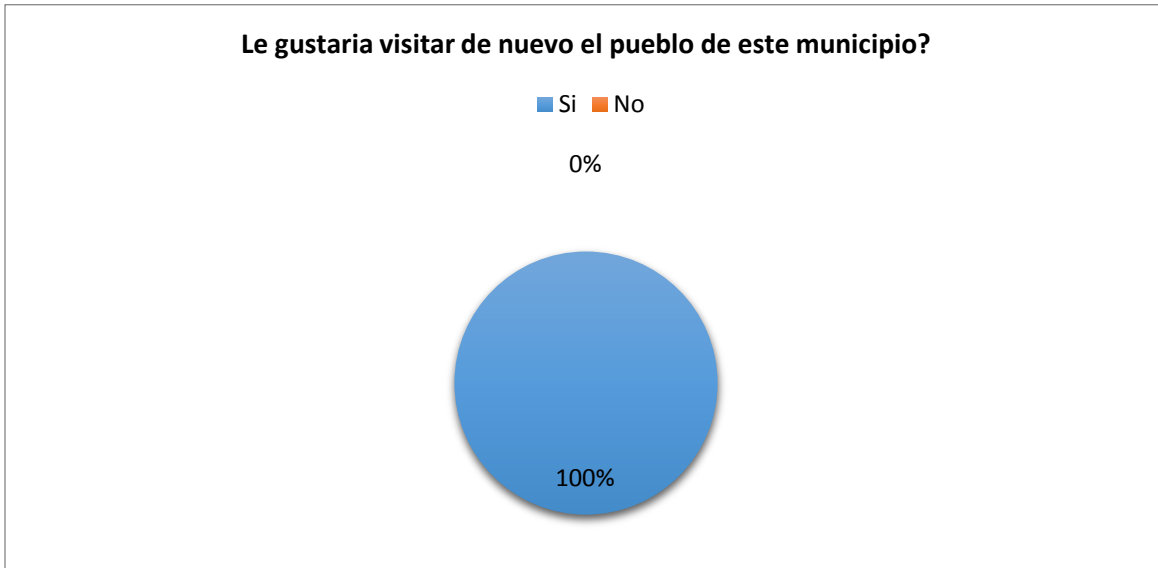


Gráfico 25 Preferencias sobre volver a visitar el municipio de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal

Del 85.71% anterior, el 100.00% de personas dijeron que volverían a visitar el pueblo.

**Pregunta 6: ¿Le gustaría conocer el pueblo de Tamanique?**

¿Le gustaría conocer el pueblo de Tamanique?	f	%
Sí	19	82.61
No	4	17.39
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>

Tabla 37 Le gustaría visitar el pueblo de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal

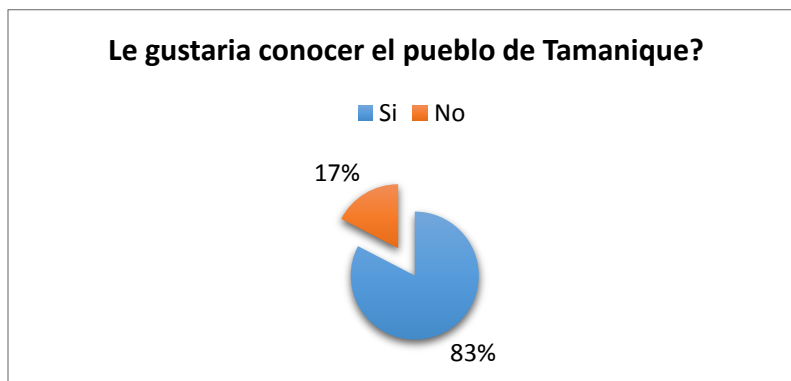


Gráfico 26 Le gustaría visitar el pueblo de Tamanique, personas encuestadas en playa El Sunzal

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Del 14.29% de personas que expresaron no haber visitado el pueblo de Tamanique, el 82.61% se mostró interesado en conocerlo; el 17.39% sin embargo, mostró que no tenía deseos de conocerlo por diferentes motivos como el gusto por el turismo de playa o por la posible presencia de mareros en la zona.

### Análisis estadístico del sondeo realizado en las playas de La Libertad.

De las tres playas sondeadas, el resultado final del lugar de procedencia se muestra a continuación en el gráfico:

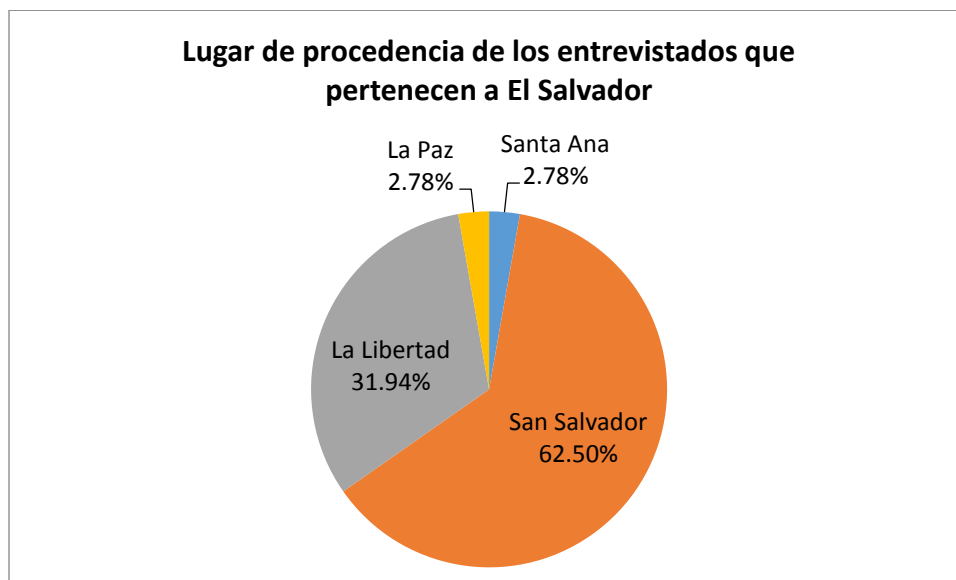


Gráfico 27 Resumen de lugar de procedencia de las personas que visitan las 3 playas

El resultado de los turistas nacionales es que su procedencia es del municipio de San Salvador obteniendo un puntaje de 62.50%, seguido del departamento de La Libertad con un porcentaje de 31.94%.

En relación al resultado anterior cuyo fin es determinar el segmento del mercado a estudiar, y en base a la encuesta de hogares de propósitos múltiples 2011, que muestra entre otras áreas el estudio de desarrollo urbanístico en El Salvador, se determina que el segmento de mercado a estudiar será proveniente del Área Metropolitana de San Salvador.

**F. Segmentación del mercado**



Ilustración 12 Segmentación del mercado

Actualmente, el AMSS se constituye en el centro direccional del país en materia política, financiera, económica y cultural, y donde además se concentra el 27% de la población y contiene un alto indicador de ingresos correspondiente a \$670.53 ingreso por hogar mensual.

Por lo tanto el segmento al que ira dirigido este estudio es al de personas que residen en el área metropolitana de San Salvador.

### G. Hipótesis del estudio de mercado

Nº de hipótesis.	Hipótesis
1	El desconocimiento de los recursos que posee Tamanique en la zona norte, evitan que sea visitado el pueblo.
2	La zona norte de Tamanique no es reconocida por los turistas porque carece de promoción y publicidad.
3	No se proyectan actividades orientadas a la afluencia de turistas en la zona norte y centro del municipio de Tamanique.
4	Los guías turísticos de la zona norte de Tamanique no son reconocidos.
5	La población habitante de la zona norte de Tamanique es conformista en cuanto a su desarrollo económico.
6	No se cuenta con actividades culturales más allá de las fiestas patronales.
7	No existe una medición de la ventaja económica-social-cultural que atraería el turismo en la zona norte del municipio.
8	La mayoría de turistas que visitan el departamento de La Libertad están interesados solo en sus playas.
9	La mayoría de turistas que visitan el departamento de la Libertad provienen de Santa Tecla y San Salvador.
10	Los turistas anteponen entre sus prioridades la seguridad del lugar a visitar.
11	Una persona que guste del turismo, le atraen todos los tipos de turismo.
12	La mayoría de personas que gustan de las actividades turísticas, son los jóvenes.
13	No se cuenta con capital para invertir en la creación de productos turísticos que sean llamativos y generen actividad turística.
14	Se tiene una mayor incertidumbre debido a la falta evaluación del entorno del mercado objetivo.
15	Se carece de un estudio de la competencia.

Tabla 38 Hipótesis de la investigación.

### **H. Perfil del consumidor.**

El estudio se centra en los turistas reales y potenciales de los productos turísticos de la zona norte de Tamanique, que cumplan con el siguiente perfil:

“Personas que gusten de la actividad turística o de la visita a lugares fuera de su entorno habitual.”

**Turista:** Habitantes del Área Metropolitana de San Salvador.

**Preferencias:** Productos turísticos llamativos que cubran las necesidades de los turistas, precio aceptable, paquetes turísticos, calidad de servicio, seguridad, promociones.

**Frecuencia de visita:** Turistas que salgan de paseo cualquier día o época del año, fines de semana y/o en las semanas de vacaciones.

**Prioridades:** Aceptación y captación de la atención con los productos turísticos.

**Servicio:** Cubre las expectativas del cliente.

**Volumen de visita:** Variable según temporada.

### **I. Delimitación del universo.**

Para la respectiva selección del universo se consideraron los turistas potenciales.

Tamanique es un municipio del departamento de La Libertad que es conocido por sus playas; en el municipio de Tamanique están las playas El Palmarcito, El Sunzal y El Tunco, que son muy famosas para la práctica del deporte de Surf.

La zona norte del municipio no es reconocida; por lo tanto, se pretende en primera instancia que los visitantes de las playas del municipio suban y conozcan los recursos con los que se cuenta en la zona norte y al quedar satisfechos y admirados, transmitan a los demás su experiencia positiva.

### **Unidad de muestreo.**

La unidad de muestreo corresponde a la “sección” de donde se obtendrá a los sujetos a estudiar de acuerdo a algún procedimiento de selección.

Para definir la unidad de muestreo hay que referirse a la entidad básica por medio de la cual se accederá a la unidad de análisis. Es decir, en el caso del presente estudio de mercado, la unidad de muestreo son los turistas que habitan el Área Metropolitana de San Salvador y que según un estudio previo realizado, visitan a menudo el departamento de La Libertad con fines de esparcimiento.

### **Exclusiones.**

Para determinar el tamaño de la muestra se excluyó al siguiente tipo de población:

- Habitantes del municipio de Tamanique
- Trabajadores de negocios del municipio de Tamanique

Las anteriores exclusiones se dieron a cabo porque este tipo de personas no contribuyen a los fines de creación de actividad turística.

### **Marco muestral.**

El marco muestral tiene como finalidad la delimitación o identificación de los elemento de la población, de una manera adecuada. Por lo tanto, trata de representar a los elemento de la población objetivo.

En el caso de este estudio, se cuenta con los datos del nombre y número de habitantes del Área Metropolitana de San Salvador que será la zona que se tomará para la realización de las encuestas.

### **Descripción del instrumento para la recolección de información**

Para la recopilación de información se realizarán encuestas on-line debido a que es una forma de recopilar información mucho más rápida y barata y evita tener que diseñarlas en papel y tener que repartirlas después entre todos los encuestados.

Los resultados son más fáciles de interpretar, ya que el ordenador los muestra de una forma clara y ordenada.

Las encuestas en línea permite reducir considerablemente los costos de transporte, de tabulación de datos y ahorra tiempo de procesamientos de datos ya que es suficiente con realizar la encuesta online y enviarla mediante correo electrónico, Facebook u otras redes sociales de mayor impacto.

Entre las ventajas que tiene este instrumento tenemos:

- Inmediatez en el envío de las encuestas vía correo electrónico, Facebook, entre otros de mayor impacto.
- La amplia cobertura a la que se puede llegar (incluso a encuestados en varios países y al mismo tiempo).
- Reducción drástica de costos de envío: manipulación, sobres.
- Anonimato en las respuestas.
- Menor tiempo de respuesta (y por lo tanto mayor número de respuestas).
- Inmediatez de resultados.

**Estudio de factibilidad para productos turísticos.**


La metodología para este proceso es diseñar la encuesta con una cuenta de Google Drive y posteriormente, se procede a enviar la encuesta vía correo electrónico y/o redes sociales.

A continuación se muestran páginas de la red social Facebook en donde se colocará el link de la encuesta, para posteriormente pedir ayuda para el llenado de la encuesta en línea:

PÁGINA DE FACEBOOK	DESCRIPCION
<p><b>1-Turismo El Salvador</b></p>	<p>Esta página postea videos y artículos para que la gente tenga varias opciones al elegir en sus vacaciones, así como también comparte información sobre eventos culturales que se llevan a cabo en distintos lugares del país. Le siguen 13 411 personas.</p> 



**Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

PÁGINA DE FACEBOOK	DESCRIPCION
<p><b>2-El Salvador Turismo</b></p>	<p>En esta página se postean anuncios, precios y promociones sobre tour a diferentes lugares turísticos del país. Esta página posee 188,119 likes.</p> 
<p><b>3-Turismo Salud Integral</b></p>	<p>Esta página postea imágenes sobre lugares, atractivos turísticos del país así como artículos culturales. Cuenta con 100 amigos en FB.</p> 
<p><b>4-Tour</b></p>	<p>Postea imágenes sobre comida típica en el país, ferias, eventos</p>

**Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

PÁGINA DE FACEBOOK	DESCRIPCION
<p><b>Guacamaya Solo Turismo</b></p>	<p>gastronómicos en el país, pueblos vivos, entre otros. Cuenta con 2854 amigos en FB.</p> 
<p><b>5-Ministerio Trabajo El Salvador</b></p>	<p>Esta página cuenta con 4842 amigos en FB.</p> 
<p><b>6-Ministerio</b></p>	<p>Postea noticias sobre lanzamiento de pueblos vivos y todo lo relacionado al</p>

**Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

PÁGINA DE FACEBOOK	DESCRIPCION
de Turismo	<p>tema de turismo en el país. Cuenta con 113 amigos en FB.</p> 

Tabla 39 Descripción de páginas de Facebook donde para realizar encuestas

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

A continuación se presenta la siguiente tabla que se realizó previo al diseño del cuestionario para tener una idea más clara de la realización del mismo:

HIPÓTESIS	OBJETIVO	PREGUNTA	INDICADOR
Una persona que guste del turismo, le atraen todos los tipos de turismo.	Determinar la frecuencia de visita promedio esperada a través de proyecciones.	1. ¿Con qué frecuencia sale de paseo?	Cantidad de veces al año, si es frecuente aumenta las posibilidades de visita a la zona norte del municipio
La mayoría de personas que gustan de las actividades turísticas, son los jóvenes.	Determinar necesidades en base a preferencias.	2. Cuando decide ir de paseo a un lugar turístico, ¿con quién lo realiza?	No. de personas para identificar capacidad turística
Los turistas anteponen entre sus prioridades la seguridad del lugar a visitar.	Conocer los gustos predominantes del consumidor	3. ¿Qué factores definen que usted vaya de paseo a un determinado lugar?	Calificación de factores de cumplimiento
La mayoría de turistas que visitan el departamento de La Libertad están interesados solo en sus playas.	Conocer los gustos predominantes del consumidor	4. ¿Qué lugares son de su preferencia al ir de paseo?	Calificación de factores de cumplimiento
El desconocimiento de los recursos que posee Tamanique en la zona norte, evitan que sea visitado el pueblo.	Determinar factibilidad de la creación de un alojamiento.	5. ¿Cuánto dura su estadía en esos lugares?	Identificar capacidad turística
No existe una medición de la ventaja económica-social-cultural que atraería el turismo en la zona norte del municipio.	Conocer el gasto que las personas están dispuestas a incurrir en actividades turísticas.	6. Cuando va de paseo, ¿Cuánto gasta diariamente por persona?	Gasto promedio diario para identificar factibilidades
La población habitante de la zona norte de Tamanique	Determinar el tipo de alojamiento aceptable.	7. ¿En qué lugar se aloja regularmente?	-

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

HIPÓTESIS	OBJETIVO	PREGUNTA	INDICADOR
es conformista en cuanto a su desarrollo económico.			
La mayoría de turistas que visitan el departamento de La Libertad están interesados solo en sus playas.	Determinar la ubicación preferida del alojamiento aceptable.	8. ¿Cuál de las siguientes ubicaciones prefiere para un servicio de alojamiento?	-
Se tiene una mayor incertidumbre debido a la falta evaluación del entorno del mercado objetivo.	Determinar el tipo de alojamiento aceptable.	9. ¿De acuerdo a su respuesta anterior, ¿Qué tipo de alojamiento le parece conveniente?	-
	Determinar el precio que el consumidor está dispuesto a pagar cada noche por un establecimiento	10. Para las opciones que seleccionó en la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojarse una noche?	Gasto promedio diario para identificar factibilidades
Se tiene una mayor incertidumbre debido a la falta evaluación del entorno del mercado objetivo.	Investigar sobre las características mínimas que debe poseer un establecimiento para llamar la atención del consumidor.	11. ¿Qué características considera de importancia en el establecimiento de su preferencia?	Calificación de factores de cumplimiento
No se cuenta con capital para invertir en la creación de productos turísticos que sean llamativos y generen actividad turística.	Conocer las preferencias del consumidor en cuanto a productos turísticos.	12. Si el lugar de alojamiento le ofreciera un paquete de productos turísticos, ¿cuál preferiría?	Conocimiento de factibilidades
Una persona que guste del turismo, le atraen todos los tipos de turismo.	Conocer las preferencias del consumidor en cuanto a productos turísticos.	12. ¿Cuáles de los siguientes productos turísticos le llaman la atención?	-
Se carece de un estudio de la competencia.	Determinar el precio que el consumidor está dispuesto a pagar cada producto turístico del que goce.	13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el/los productos turísticos que seleccionó anteriormente?	Gasto promedio diario para identificar factibilidades

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

HIPÓTESIS	OBJETIVO	PREGUNTA	INDICADOR
La zona norte de Tamanique no es reconocida por los turistas porque carece de promoción y publicidad.	Identificar los medios promocionales adecuados	14. ¿Le gustaría enterarse de promociones y/o paquetes turísticos para alojarse cuando vaya de paseo? (Sí su respuesta es No, especifique por qué en la opción Otros)	-
Se carece de un estudio de la competencia.	Identificar los medios promocionales adecuados	15. Si su respuesta anterior fue Si, ¿A través de que medio le gustaría enterarse?	-
La zona norte de Tamanique no es reconocida por los turistas porque carece de promoción y publicidad.	Conocer la preferencia y/o conocimiento del municipio	16. ¿Le gustaría que El producto turístico de su preferencia estuviera ubicado en el municipio de Tamanique, departamento de La Libertad	% de población que conoce el municipio.
	-	17. Si su respuesta anterior fue NO, responda en el siguiente espacio por qué	-
La mayoría de personas que gustan de las actividades turísticas, son los jóvenes.	Identificar el rango de edades que gustan del turismo	Edad	Rango de edades que gozan del turismo
La mayoría de personas que gustan de las actividades turísticas, son los jóvenes.	Identificar las cantidades de hombres y mujeres que gustan del turismo, para efectuar productos turísticos orientados a sus necesidades.	Sexo	% de población masculina y femenina
No existe una medición de la ventaja económica-social-cultural que atraería el turismo en la zona norte del municipio.	Conocer los ingresos promedios para ofrecer productos turísticos accesibles.	Ingreso familiar mensual	Rango de ingresos promedio

Tabla 40 Matriz, hipótesis, pregunta

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

A continuación se muestra la encuesta en línea que se diseñó para el estudio de mercado consumidor:



**PRODUCTOS TURISTICOS**

Encuesta para determinar la Factibilidad de Productos Turísticos ubicados en el municipio de Tamanique, departamento de La Libertad

\*Obligatorio



Seleccione su municipio de residencia \*

Continuar »

Con la tecnología de  Google Forms

Google no creó ni aprobó este contenido.

[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Ilustración 13 Encuesta en línea realizada para estudio de mercado

En la siguiente encuesta aparecen dos preguntas con el número 12, dependiendo de lo que la persona conteste, con alojamiento la primera de esas preguntas o sin alojamiento la segunda.

### PRODUCTOS TURISTICOS

**\*Obligatorio**

#### Encuesta

**1. ¿Con qué frecuencia sale de paseo? \***

Una vez al año

Dos veces en el año

Solo en temporada de vacaciones

Cada semana

Otros:

**2. Cuando decide ir de paseo a un lugar turístico, ¿con quién lo realiza? \***

Voy solo

Con mi pareja

Con mi familia

Con mis amigos

Otros:

**3. ¿Qué factores definen que usted vaya de paseo a un determinado lugar? \***  
(Puede seleccionar más de una opción)

Precio

Tipo de diversión

Facilidad de servicios

Cercanía

Clima

Vías de acceso al lugar

Seguridad de la zona

Otros:

**4. ¿Qué lugares son de su preferencia al ir de paseo? \***  
(Puede seleccionar más de una opción)

La playa

Balnearios

Montañas

Ríos

Lagos

Zonas protegidas (Bosques)

Otros:

**5. ¿Cuánto dura su estadía en esos lugares? \***

Ilustración 14 Pregunta 1 a 5 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado



**PRODUCTOS TURISTICOS**

**\*Obligatorio**

**12. ¿Cuáles de los siguientes productos turísticos le llaman la atención? \***

- Caminata a cascadas
- Rapell: Es una manera de descender dejando deslizar el cuerpo por la cuerda
- Recorrido al pueblo de un municipio
- Canopy: Consiste deslizarse a través de polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación entre las copas de los árboles
- Mototour: Travesías por sitios definidos realizados en motos
- Parapente: Modalidad de paracaidismo
- Otros:

« Atrás   Continuar »

Con la tecnología de Google Forms   Google no creó ni aprobó este contenido.  
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Ilustración 15 Pregunta 12 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

**PRODUCTOS TURISTICOS**

**\*Obligatorio**

**6. Cuando va de paseo, ¿Cuánto gasta diariamente por persona? \***

- Más de \$100
- \$65- \$100
- \$25 - \$65
- Menos de \$25
- Otros:

**7. ¿En qué lugar se aloja regularmente? \***  
(Puede escoger más de una opción)

- CABAÑAS: Construcción rustica que se elabora con materiales diversos, generalmente ubicada en áreas rurales o semi-rurales
- HOSTAL: Consiste en la renta de un dormitorio donde se comparte con el resto de los huéspedes el baño, cocina y salón de estar
- HOTEL: Establecimiento de hostelería que ocupa un edificio total o parcialmente con uso exclusivo de sus servicios entradas, ascensores, escaleras, etc. Y que ofrece alojamiento y servicio de comedor.
- CAMPINGS: Son espacios de terreno acondicionados para su ocupación temporal, utilizando como residencia o albergues móviles.
- CASAS DE HUÉSPEDES: Establecimiento donde los clientes pagan por ocupar habitaciones y opcionalmente reciben alimentación
- BUNGALOWS: Casa pequeña y sencilla de un piso, construida generalmente de madera
- Otros:

Ilustración 16 Pregunta 6-7 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

**8. ¿Cuál de las siguientes ubicaciones prefiere para un servicio de alojamiento? \***

Alojamiento ubicado en el pueblo de un municipio

Alojamiento ubicado en zona montañosa, en contacto con la naturaleza

Otros:

**9. ¿De acuerdo a su respuesta anterior, ¿Qué tipo de alojamiento le parece conveniente? \***  
(Puede seleccionar más de una opción)

CABAÑAS

HOSTAL

HOTEL

CAMPINGS

CASAS DE HUÉSPEDES

BUNGALOWS

Otros:

**10. Para las opciones que seleccionó en la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojarse una noche?**

	\$12 a \$35	\$36-\$60	\$61 a \$100	\$100 a \$200	\$200 a más
CABAÑA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
HOSTAL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
HOTEL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CAMPINGS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CASAS DE HUÉSPEDES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BUNGALOWS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. ¿Qué características considera de importancia en el establecimiento de su preferencia? \***  
(Puede seleccionar más de una opción)

Buen servicio


Precios accesibles

Comodidad

Ubicación

Otros:

**12. Si el lugar de alojamiento le ofreciera un paquete de productos turísticos, ¿cuál preferiría? \***

Con la tecnología de  Google Forms

Google no creó ni aprobó este contenido.

[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Ilustración 17 Pregunta 8-12 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

### PRODUCTOS TURISTICOS

**\*Obligatorio**

**13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el/los productos turísticos que seleccionó anteriormente?**

	\$20- \$30	\$30- \$60	\$60 a mas
Caminata a cascada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mototur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recorrido al pueblo de un municipio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canopy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parapente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. ¿Le gustaría enterarse de promociones y/o paquetes turísticos para alojarse cuando vaya de paseo? \***  
(Si su respuesta es No, especifique por qué en la opción Otros)

Si

No

Otros:


**15. Si su respuesta anterior fue Si, ¿A través de que medio le gustaría enterarse?**

Radio

Televisión

Redes sociales

Otros:

Con la tecnología de  Google Forms

Google no creó ni aprobó este contenido.

[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Ilustración 18 Pregunta 13-15 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

**PRODUCTOS TURISTICOS**

\*Obligatorio

**ACEPTACIÓN DE UBICACIÓN DE PRODUCTOS TURISTICOS**

16. ¿Le gustaría que El producto turístico de su preferencia estuviera ubicado en el municipio de Tamanique, departamento de La Libertad \*

Con la tecnología de Google Forms

Google no creó ni aprobó este contenido.  
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Ilustración 19 Pregunta 16 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

**PRODUCTOS TURISTICOS**

\*Obligatorio

17. Si su respuesta anterior fue NO, responda en el siguiente espacio por qué \*

Con la tecnología de Google Forms

Google no creó ni aprobó este contenido.  
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

Ilustración 20 Pregunta 17 de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

The screenshot shows a Google Forms survey titled "PRODUCTOS TURISTICOS". At the top, it says "\*Obligatorio". Below that, the section is titled "DATOS PERSONALES" with the instruction "Complete los siguientes datos para finalizar la encuesta". There are three sections of radio button questions:

- Edad \***
  - de 18 a 30
  - de 31 a 50
  - de 51 a más
- Sexo \***
  - F
  - M
- Ingreso familiar mensual \***
  - de \$1000 a mas
  - de \$700 a \$1000
  - de \$500 a \$1000
  - de \$300 a \$500
  - Menos de \$300

At the bottom, there are buttons for "« Atrás" and "Enviar", a warning "Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.", and footer text including "Con la tecnología de Google Forms" and "Google no creó ni aprobó este contenido."

Ilustración 21 Datos personales de encuesta en línea realizada para estudio de mercado

The screenshot shows the end of the survey. It features the title "PRODUCTOS TURISTICOS" and a thank you message: "Muchas gracias por tu tiempo en responder las preguntas...". Below this, it says "Este formulario se creó con Formularios de Google." and includes the Google Forms logo and the text "Crea uno propio".

Ilustración 22 Fin de encuesta online

### Determinación del plan de muestreo

A continuación se realizara la determinación del plan de muestreo para el segmento antes definido.

### Selección del método de muestreo

Para la elección del método de muestreo se evaluará entre el muestro probabilístico y el muestreo no probabilístico. A continuación el concepto de cada uno de ellos ya que nos servirán de guía para dicha evaluación sobre el tipo de muestreo a utilizar:

**Muestreo probabilístico:** Se eligen de tal manera que todo elemento de la población tenga una probabilidad de ser elegido conocida y diferente de cero.

**Muestreo no probabilístico:** Se obtienen seleccionando elementos específicos de la población de manera no aleatoria. La no aleatoriedad se produce por accidente cuando los elementos de la población se eligen por conveniencia.

### **Elección del método de muestreo.**

En base a los conceptos anteriores se escoge el método de **muestreo probabilístico aleatorio simple**, ya que en este método, se elige de manera que cada miembro o elemento de la población tenga una probabilidad conocida e igual de ser incluido.

### **Determinación y cálculo del tamaño de la muestra.**

Es importante la determinación del tamaño de la muestra, ya que estos datos deben representativos de la población a que se está enfocado. Se estima un parámetro con el nivel de confianza deseado.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra, cuando se conoce el tamaño de la población, es la siguiente:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

En donde:

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Tamaño de la población.

**k** = Nivel de confianza

**p**= Probabilidad de éxito, o proporción esperada

**q** = (1-p) o probabilidad de fracaso.

**e** = Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

### Determinación del tamaño de la población

Según los resultados obtenidos en el sondeo realizado, se tiene que San Salvador es el departamento con mayores visitantes a las playas de donde se realizó el sondeo, del cual la mayoría provenían del área metropolitana del departamento.

De acuerdo a lo anterior, se presenta el siguiente cuadro que describe la población de los municipios que forman parte del Área Metropolitana de San Salvador:

Municipio	Población <sup>3</sup>
Cuscatancingo	73834
Soyapango	271183
Mejicanos	150917
San Marcos	64648
Ayutuxtepeque	34320
San Salvador	333055
Ciudad Delgado	127898
Ilopango	108904
Apopa	140774
Antiguo Cuscatlán	37325
Tonacatepeque	100362
San Martín	79432
Santa Tecla	128983
Nejapa	32091
<b>Total AMSS</b>	<b>1683726</b>

Tabla 41 Población del área metropolitana de San Salvador

Se obtiene que el universo para nuestro estudio es de:

El tamaño de la población (N) es de: **1,683,726**

---

<sup>3</sup> Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2012



### Nivel de confianza

El nivel de confianza es la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza.

Los niveles de confianza más usuales son: 90%; 95% y 99%.

El grupo de trabajo considerará un nivel de confianza de 95% con un valor de error muestral correspondiente  $e=5\%$  que afecta el nivel de confianza  $K$ ; se considera aceptable este nivel de error en el muestreo, por lo cual se utiliza en dicho cálculo.

El valor del error muestral correspondiente al nivel de confianza se muestra en la siguiente tabla:

K	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2	2.58
NIVEL DE CONFIANZA	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

Tabla 42 Nivel de confianza

### Determinación de p y de q

En la aplicación de la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra suele presentarse el problema de determinar el valor de p.

Esta dificultad se puede solventar de una de las siguientes formas:

- Si existen estudios anteriores sobre la misma temática, podemos obtener, a través de ellos, una idea aproximada del valor de p.
- Se puede realizar un sondeo previo, con una muestra pequeña, para estimar el valor de p.

Según la teoría de probabilidad se sabe que la suma de probabilidades tiene que ser igual a 1.

En el caso de este estudio, hay dos posibilidades:

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Que los turistas quieran visitar el municipio de Tamanique o que no estén interesados en visitar el municipio (Probabilidad q).

Aplicando lo anterior tendremos que  $p + q = 1$ . Como lo que nos interesa es conocer el valor de  $p$  y  $q$ , se realizó una prueba piloto de 20 encuestas que consistía en una sola pregunta, dicha pregunta se realizó por medio del Internet, dichas encuestas arrojaron los siguientes resultados tal como se presenta a continuación:

Para esto se creó una pregunta directa, tal como se presenta a continuación.



The image shows a digital survey interface. At the top, there are two buttons labeled 'SI' and 'NO'. Below them is a question in a green box: '¿Le gustaría visitar el municipio de Tamanique?'. To the right of the question are two light green buttons, one for 'SI' and one for 'NO'.

Ilustración 23 Le gustaría visitar el municipio de Tamanique

En el sondeo se obtuvo el siguiente resultado:

Prueba piloto	N de respuestas	%	Valores
¿Le gustaría visitar el municipio de Tamanique?	18	0.9	P
No se encuentra interesado en visitar el municipio de Tamanique	2	0.1	Q
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	

Tabla 43 Resultado de sondeo para determinar p y q

$$P = \frac{\text{respuestas positivas}}{\text{total de respuestas}} = \frac{18}{20} = 0.9$$

**q= proporción en que la variable estudiada no se da en la población**

$$q = (1 - p) = (1 - 0.9) = 0.1$$

### **d= precisión**

En este caso nos apoyamos de la tabla donde están los niveles de confianza que se mostró anteriormente el cual a un nivel de certeza del 95% le corresponde un error del 5%, el cual es un valor permisible además para este estudio se puede dar el caso de que algunas personas seleccionadas en la muestra no estén dispuestas a colaborar con el estudio o que sus respuestas no sean reales.

### **Cálculo de la muestra.**

$$n = \frac{1.96^2 * 0.9 * 0.1 * 1683726}{(0.05^2 * (1683726 - 1)) + 1.96^2 * 0.9 * 0.1}$$

$$n = 138.28 \equiv \mathbf{138 Encuestas}$$

Como resultado se obtiene que se debe que realizar 138 encuestas en los distintos municipios señalados en la segmentación realizada.

**Análisis y tabulación de los resultados**

A continuación se presenta el resultado de las encuestas realizadas en línea, con su respectivo análisis:

**Pregunta 1**

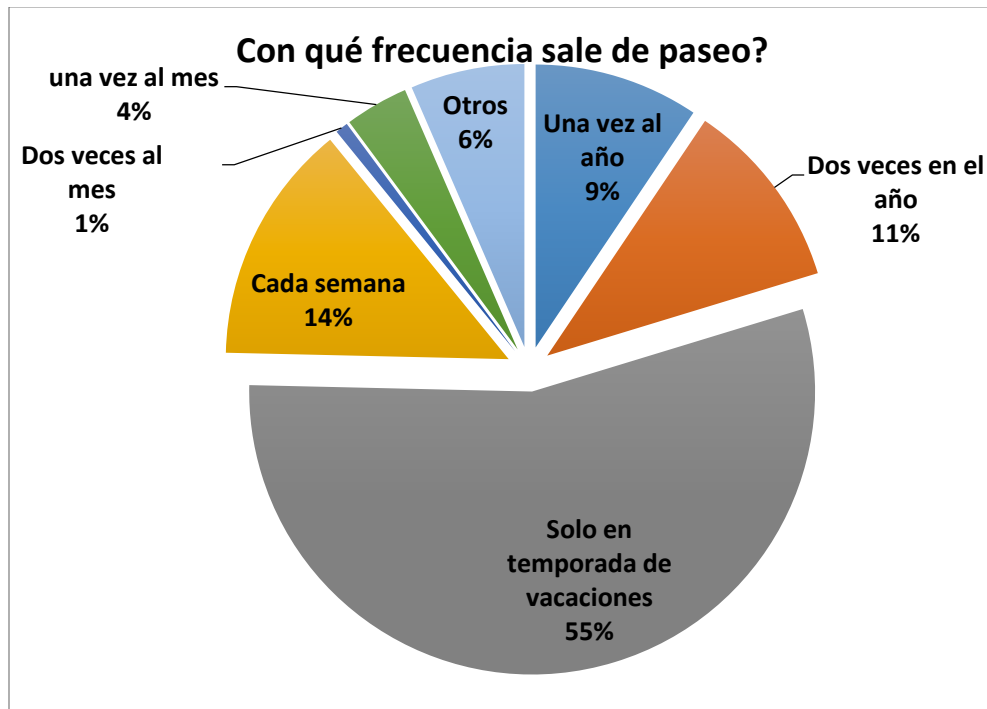


Gráfico 28 Pregunta 1 de la encuesta en línea

**ANÁLISIS:** Del total de encuestas se deduce que gran parte de la población (55%) sale de su entorno habitual para vacacionar solo en temporada de vacaciones; otra gran parte de la población (14%), por el contrario, gusta de destinos turísticos con más frecuencia, lo que arrojan las encuestas es una frecuencia semanal. Sin embargo, el tercer lugar del total de encuestados (11%), nos aleja de la frecuencia de visitas ya que solo dijeron salir de paseo dos veces al año.

**Pregunta 2:**

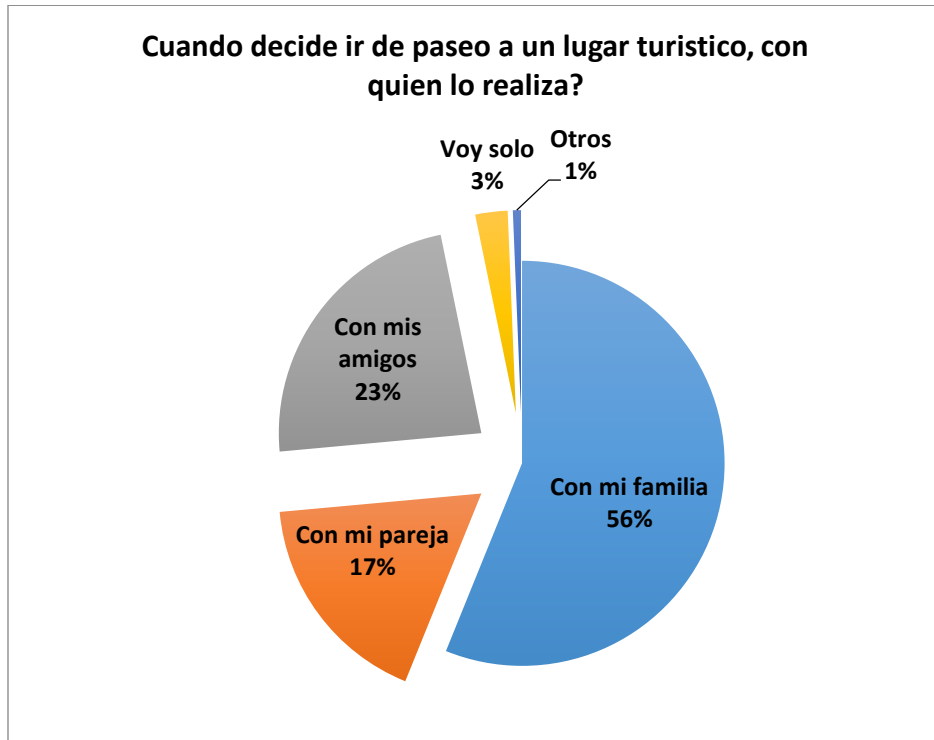


Gráfico 29 Pregunta 2 de la encuesta en línea

**ANÁLISIS:** El total de encuestados presenta gran dominancia a realizar sus paseos turísticos con gran cantidad de personas. Esto podría ser un factor a favor de la implementación de sitios de alojamiento u otros productos turísticos que se disfrutan en grupo.

El 56% dijo realizar sus paseos a lugares turísticos, con su familia; el 23% con amigos, el 17% con su pareja, el 3% va solo y el 1% realiza sus viajes a sitios turísticos con otras personas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Pregunta 3:

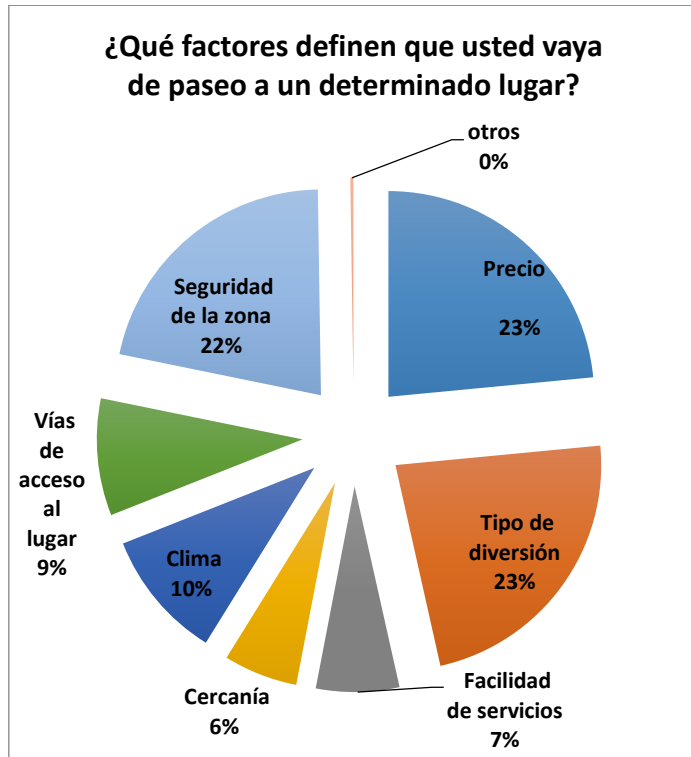


Gráfico 30 Pregunta 3 de la encuesta en línea

ANÁLISIS: Esta pregunta es clave en el estudio del mercado consumidor, ya que debe hacerse de la zona norte del municipio de Tamanique un lugar que cumpla con los factores principales elegidos por el consumidor para visitar un determinado lugar.

Entre los factores principales que prevalecen a la hora de escoger entre visitar un lugar u otro, se encuentran: El precio, el tipo de diversión que ofrece y la seguridad de la zona.

Pregunta 4:

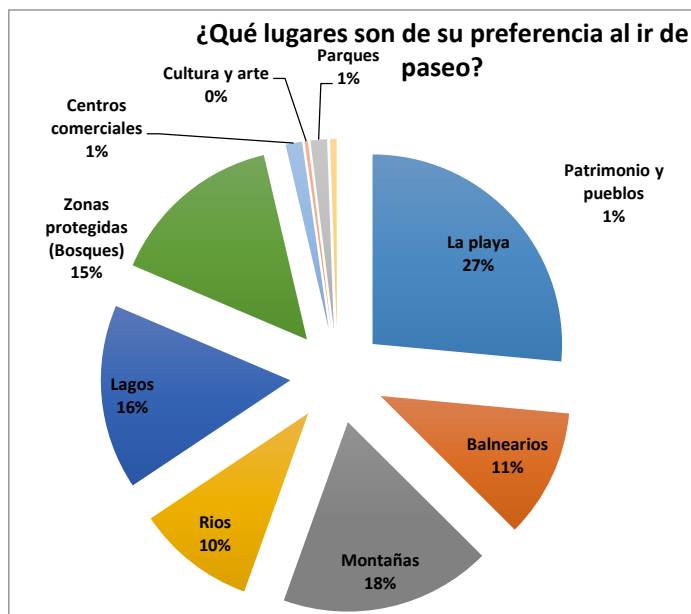


Gráfico 31 Pregunta 4 de la encuesta en línea

ANÁLISIS: Los resultados de la encuesta reflejan el gusto de las personas por visitar en primer lugar (27%) la playa, en segundo lugar (18%) las montañas, en tercer lugar (16%) los lagos, seguido de los bosques (15%), los balnearios (11%), los ríos (10%) y otros.

Dichos resultados resultan favorables para la visita de la zona norte del municipio de Tamanique, ya que a pesar que en la zona sur se encuentran famosas playas, en la zona norte hay diversidad de recursos naturales como montañas, zona boscosa, ríos y cascadas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Pregunta 5:

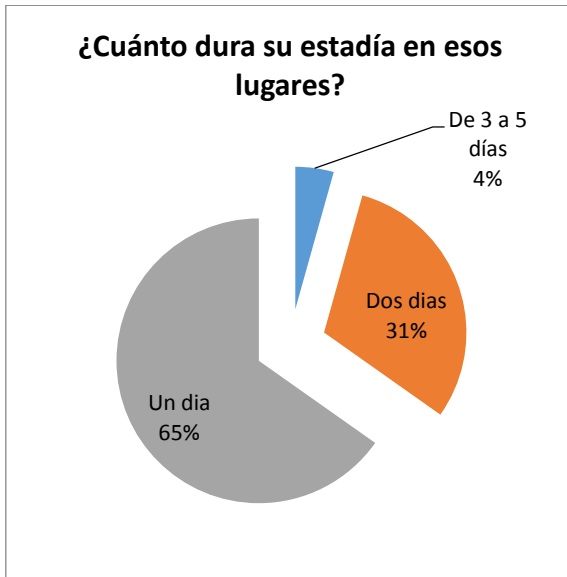


Gráfico 32 Pregunta 5 de la encuesta en línea

ANÁLISIS: Cerca de dos tercios de la población encuestada (65%), realizan sus viajes turísticos en un día, esto significa que no incurren en gastos de estadía. Debido a lo anterior, hay que considerar presentar una oferta atractiva a los turistas para que consideren subir al municipio solo por gozar de los productos turísticos y de ser posible, habrá que despertar en ellos la necesidad de requerir de un sitio de alojamiento.

### Pregunta 6:

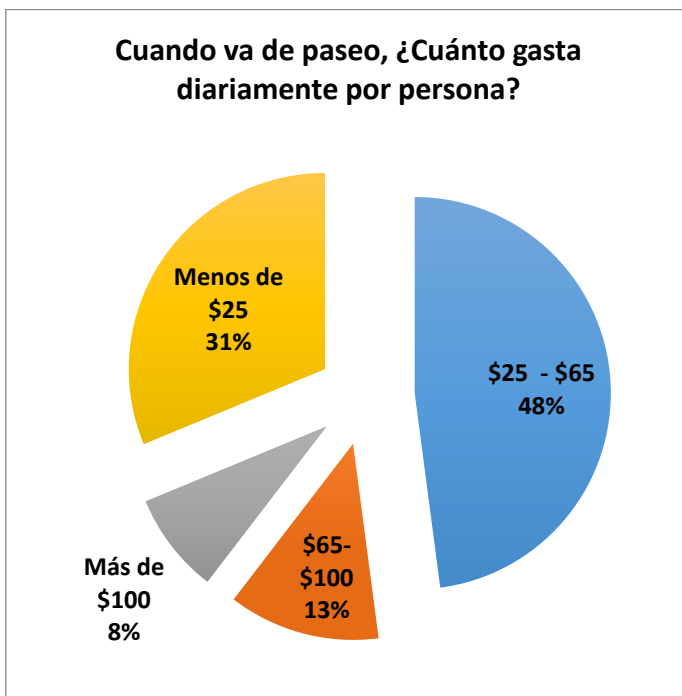


Gráfico 33 Pregunta 6 de la encuesta en línea

ANÁLISIS: Las encuestas reflejan dos franjas dominantes de gastos: Están aquellas personas que gastan entre \$25 a \$65 diariamente por persona y aquellas que gastan menos de \$25 diariamente por persona.

Para este porcentaje de encuestados que representan el 79% del total, habrá que encontrar un equilibrio entre presentar productos turísticos atractivos y de calidad, sumando a ello gastos alimenticios, sin sobrepasar el presupuesto reflejado en las encuestas.

**Pregunta 7:**

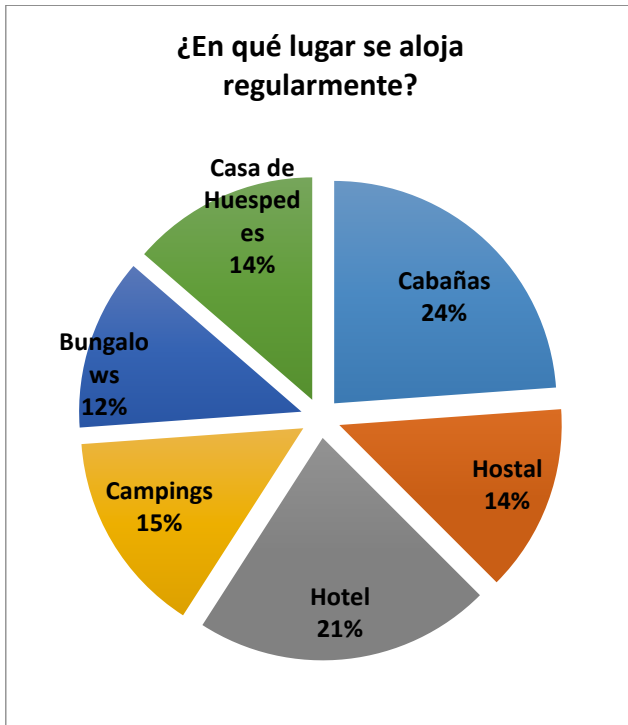


Gráfico 34 Pregunta 7 de la encuesta en línea

**ANÁLISIS:** Para las personas que respondieron que necesitan de un sitio de alojamiento, las preferencias se centran en cabañas con un 24%, hoteles con un 21%, campings con un 15%, hostel y casa de huéspedes con un 14% y finalmente en bungalós con un 12%.

Esta respuesta da lugar al conocimiento del tipo de establecimiento a crear para ofrecer alojamiento a los turistas, en caso de centrarse en el tercio de la población representativa, que requiere de sitios de alojamiento.

**Pregunta 8:**

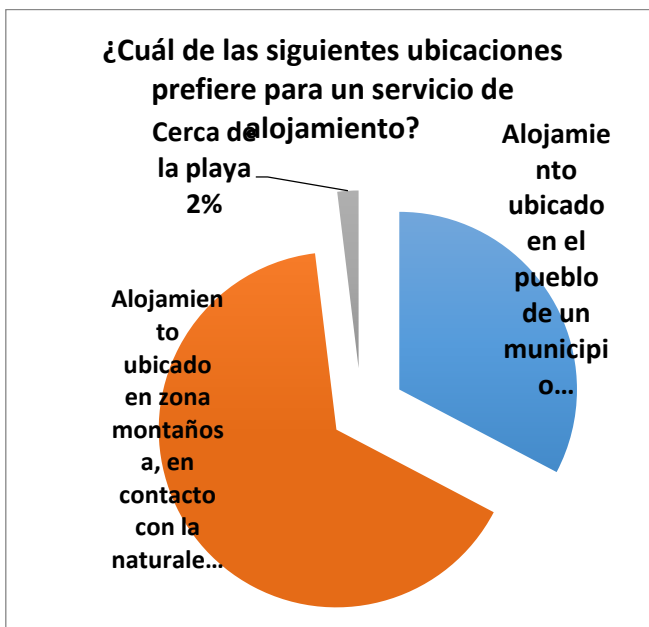


Gráfico 35 Pregunta 8 de la encuesta en línea

**ANÁLISIS:** Un servicio de alojamiento se presenta más atractivo en una zona montañosa, según el 65% de los encuestados.

La zona norte de Tamanique presenta una ventaja dominante al respecto, ya que cuenta con espacio y recursos naturales para ofrecer un alojamiento rodeado de zona montañosa.

De no ser factible la construcción en este sitio, los resultados son favorables, ya que en segundo lugar, las personas prefieren un alojamiento ubicado en el pueblo de un municipio.



Pregunta 9:

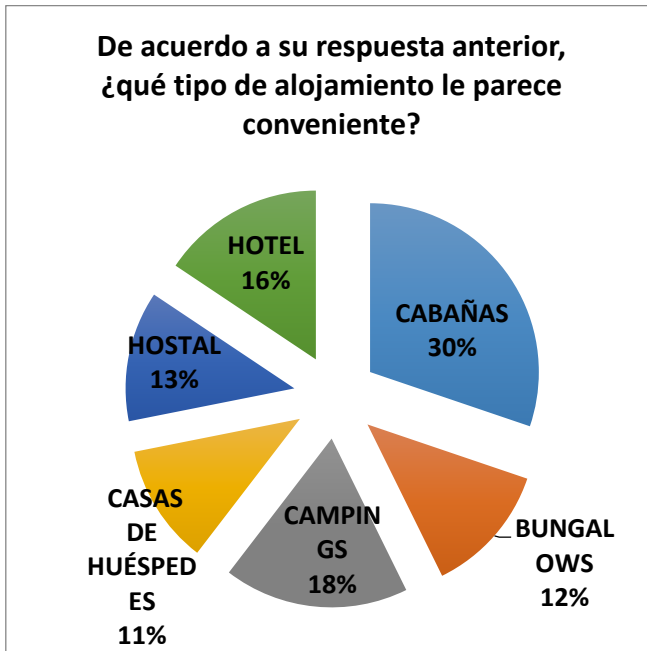


Gráfico 36 Pregunta 9 de la encuesta en línea

**ANÁLISIS:** En definitiva, los resultados para el tipo de alojamiento que prefieren aquellos turistas cuya visita dura más de un día, apoyan a las cabañas con un 30% del total, seguido por los campings con un 18%.

Habrá que buscar estrategias para combinar ambas opciones atractivas al público.

Pregunta 10:

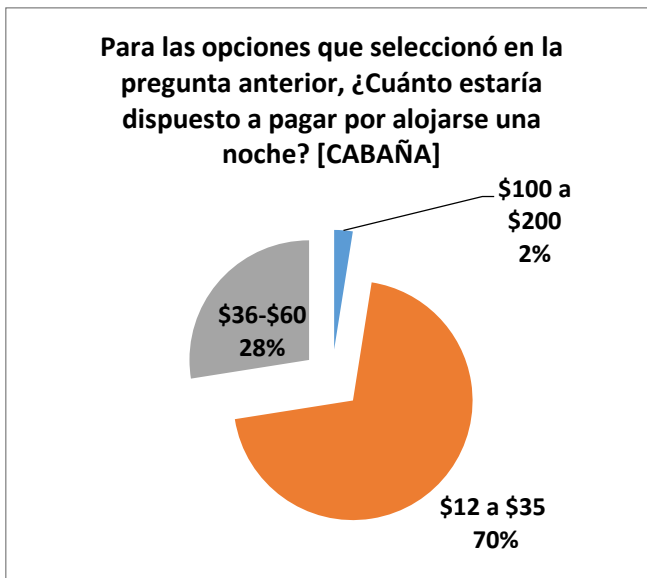


Gráfico 37 Pregunta 10 de la encuesta en línea

**ANÁLISIS:** Los precios de alojamiento para las cabañas, no rebasan el rango de \$12 a \$35. Debido a que éste es el tipo de alojamiento dominante, se debe encontrar un equilibrio entre este precio y un producto turístico de calidad.

Es importante, no olvidar la posibilidad de ofrecer como sitios de alojamiento, tanto las cabañas, como los campings.

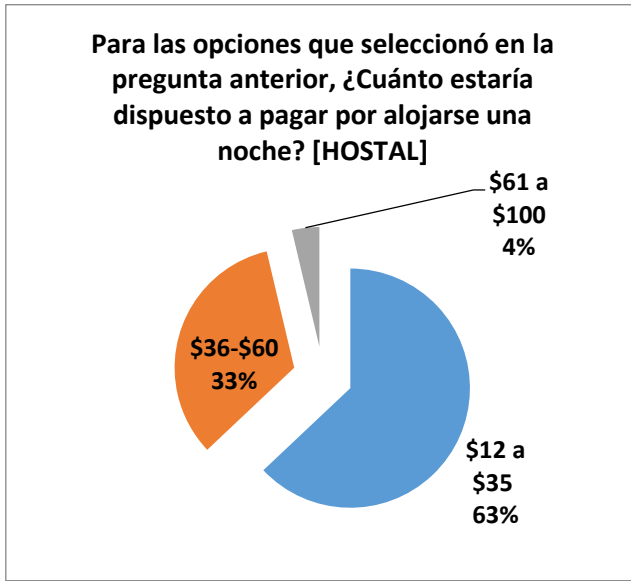


Gráfico 38 Pregunta 10 de la encuesta en línea (HOSTAL)

ANÁLISIS: Los resultados de aquellas personas que preferían un hostel como sitio de alojamiento, están en el rango de \$12 a \$35 como gasto por estadía en una noche. Éste rango es el mismo que por las cabañas, por lo que ofreciendo un producto atractivo, se podría conquistar a este sector de la población.

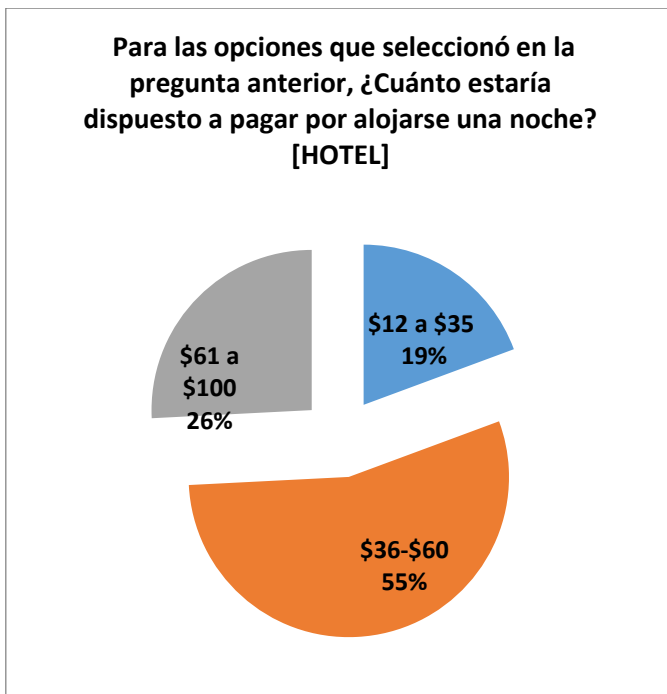


Gráfico 39 Pregunta 10 de la encuesta en línea (HOTEL)

ANÁLISIS: La población que escogió como lugar para alojarse un hotel, conoce que el gasto de alojamiento por noche es mayor. Ésta población presenta como gasto a que están dispuestos a pagar, el rango de \$36 a \$60 por noche.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

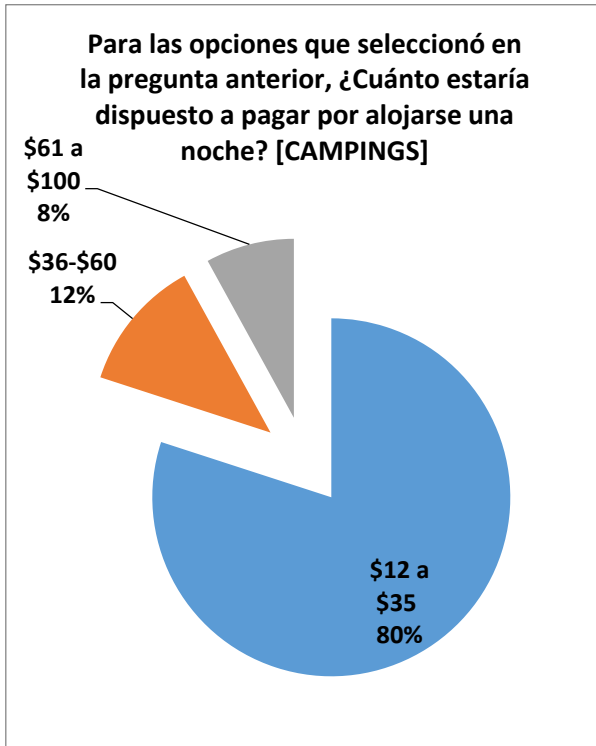


Gráfico 40 Pregunta 10 de la encuesta en línea (CAMPINGS)

ANÁLISIS: Con el sector de la población entrevistada, cuya preferencia de alojamiento son los campings, el 80% estaría dispuesto a pagar entre \$12 a \$35 por noche de estadía.

En vista de que las preferencias por las cabañas y los campings representan el 48%, y el rango de precio a que la población estaría dispuesta a pagar, es el mismo, resulta conveniente una combinación de ambos establecimientos que abarquen mayor parte de la población dispuesta a alojarse en ambientes rodeados de zona montañosa.

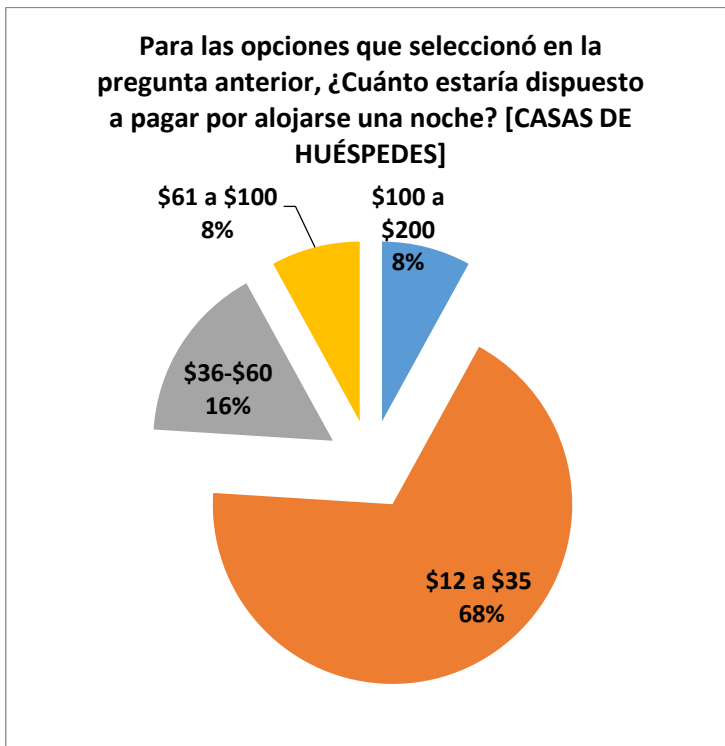
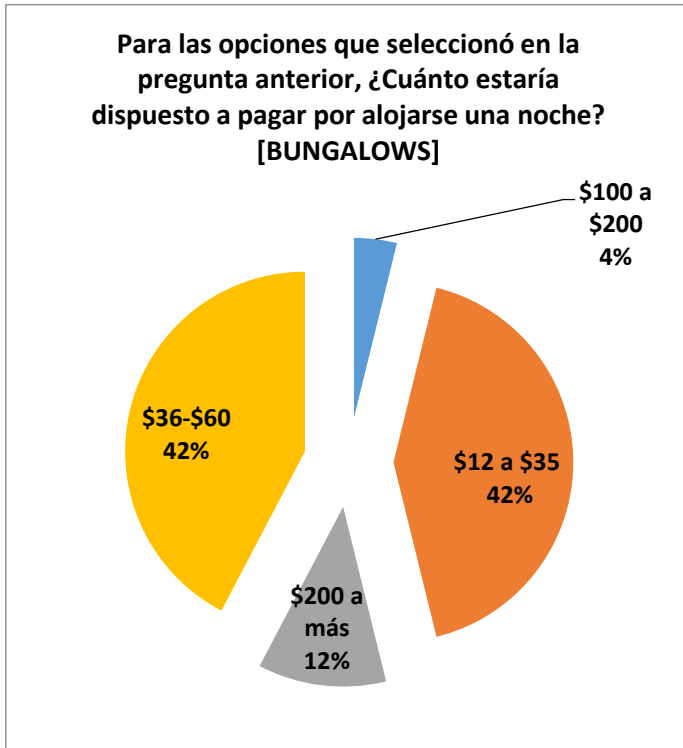


Gráfico 41 Pregunta 10 de la encuesta en línea (CASAS DE HUESPEDES)

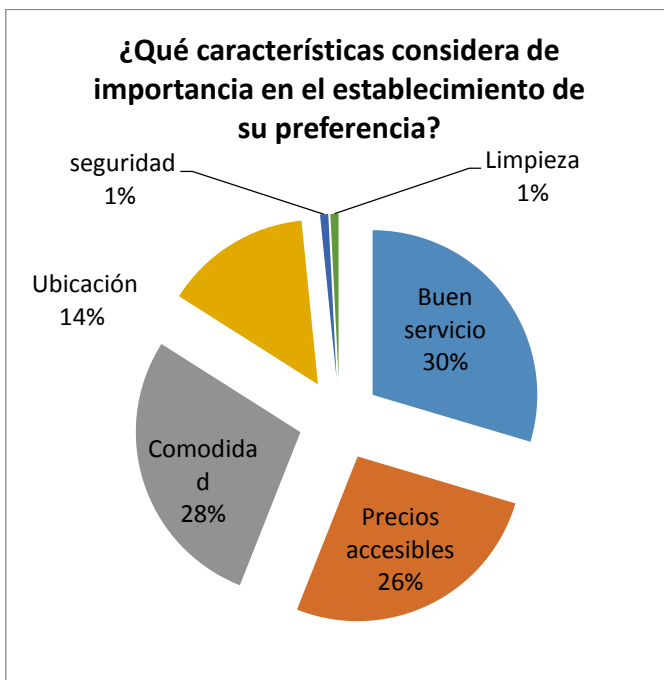
ANÁLISIS: El 11% de los encuestados que prefieren establecimientos en zonas montañosas, seleccionaron como sitio de alojamiento de su preferencia, las casas de huéspedes. El rango de precios a que están dispuestos a pagar por una noche de estadía, es de \$12 a \$35.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.



ANÁLISIS: El 12% de los encuestados que prefieren establecimientos en zonas montañosas, seleccionaron como sitio de alojamiento de su preferencia, los bungalows. El rango de precios a que están dispuestos a pagar por una noche de estadía, es de \$12 a \$35 o de \$36 a \$60.

Gráfico 42 Pregunta 10 de la encuesta en línea (BUNGALOWS)  
Pregunta 11:



ANÁLISIS: Por otra parte, independientemente del sitio de alojamiento seleccionado como preferencia, este debe cumplir con las siguientes características, por orden de importancia:

- 1º. Buen servicio
- 2º. Comodidad
- 3º. Precios accesibles
- 4º. Ubicación oportuna
- 5º. Limpieza y seguridad

Gráfico 43 Pregunta 11 de la encuesta en línea

Pregunta 12:

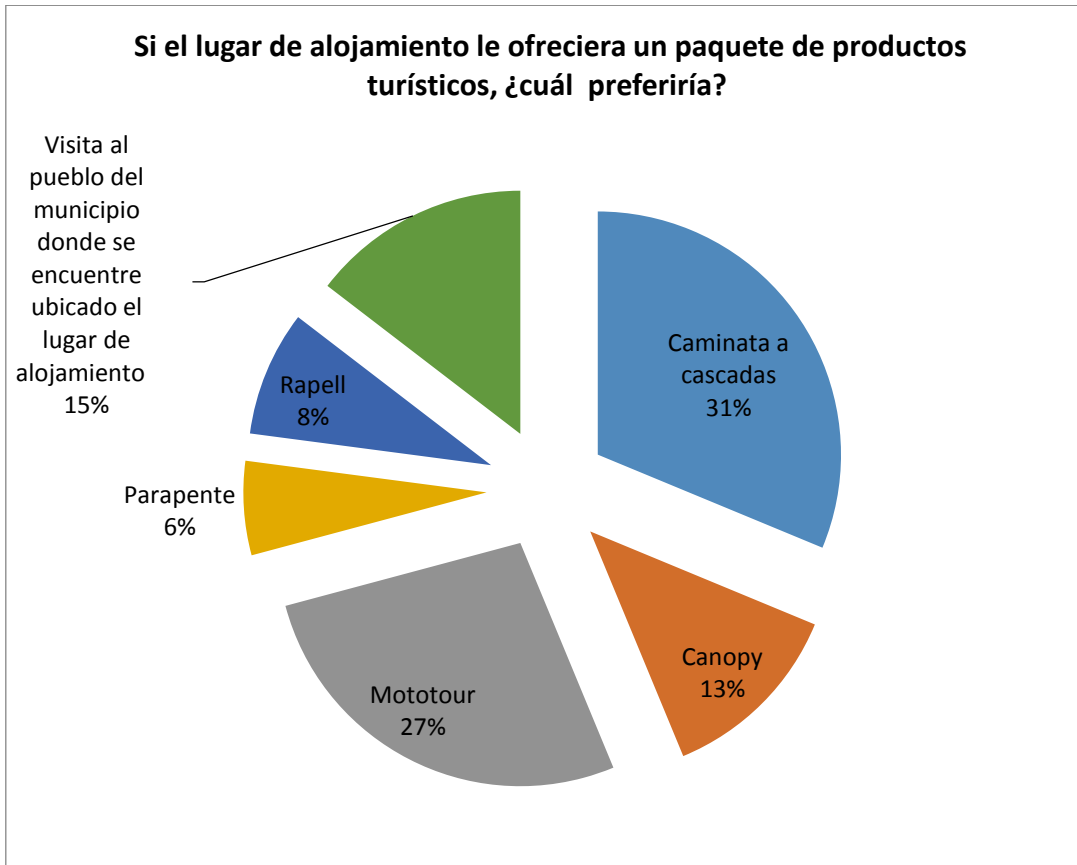
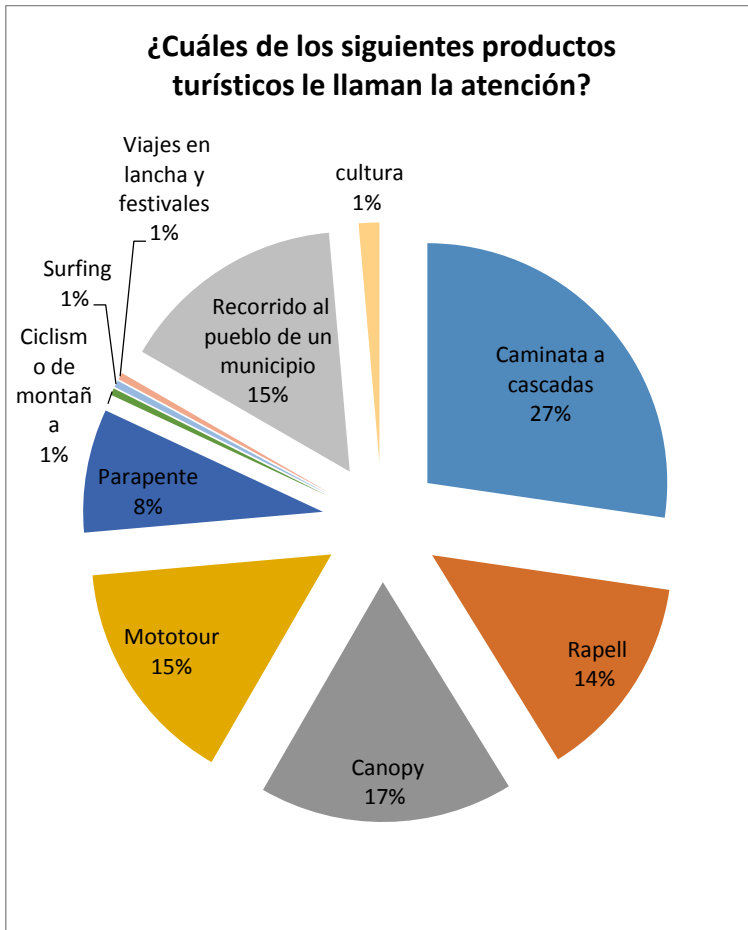


Gráfico 44 Pregunta 12 de la encuesta en línea

ANÁLISIS: Para finalizar, se presentan los resultados de productos turísticos factibles de acuerdo a las preferencias del consumidor, en conjunto al establecimiento que servirá para hospedar a los turistas, éstos son principalmente:

- 1º. Caminata a cascadas
- 2º. Moto tour
- 3º. Visita al pueblo del municipio donde se encuentre el lugar de almacenamiento.

Pregunta 12a



**ANALISIS:**

De las personas que respondieron que su estadía en los lugares turísticos es de 1 día, se obtuvo el siguiente resultado:

Las caminata a cascadas es el primer lugar en llamar la atención en los clientes potenciales obteniendo un 27% de preferencia, en segundo lugar se encuentra el canopy con un 17%, en tercer lugar empatan mototour junto con recorrido al pueblo de un municipio con un 15% cada uno.

Gráfico 45 Pregunta 12a de la encuesta en línea

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Pregunta 13:

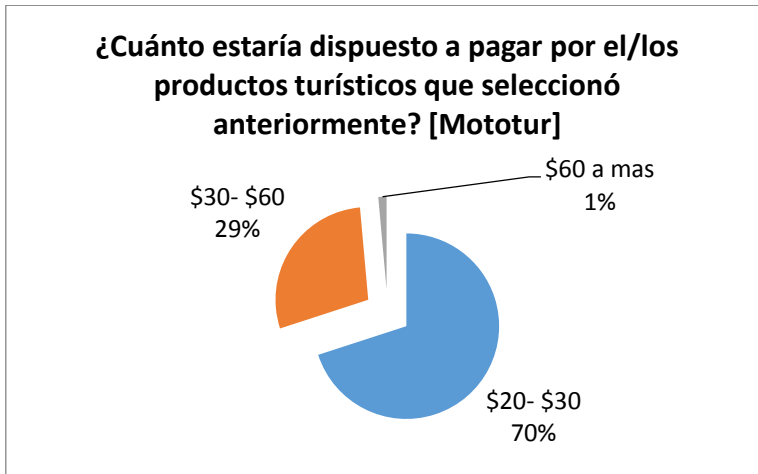


Gráfico 46 Pregunta 13 de la encuesta en línea (MOTO TOUR)

ANALISIS:

De las personas que escogieron moto tour como producto turístico que mayor les llama la atención, el 70% estaría dispuesto a pagar entre \$20-\$30 por este producto, un 29% pagaría entre \$30-60, mientras que solo 1% pagaría más de \$60 dólares

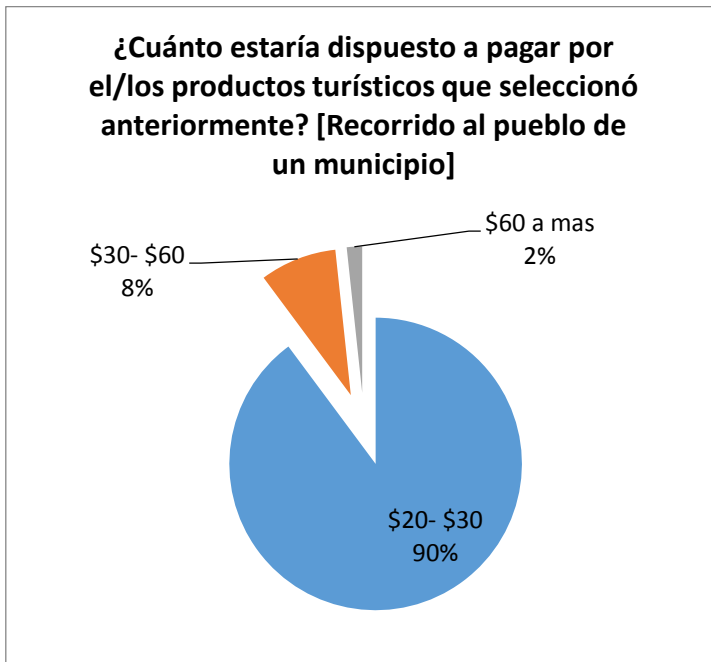


Gráfico 47 Pregunta 13 de la encuesta en línea (Recorrido al pueblo del municipio)

ANALISIS:

De las personas que escogieron Recorrido al pueblo de un municipio como producto turístico que mayor les llama la atención, el 90% estaría dispuesto a pagar entre \$20-\$30 por este producto, un 8% pagaría entre \$30-60, mientras que solo 2% pagaría más de \$60 dólares

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el/los productos turísticos que seleccionó anteriormente? [Canopy]

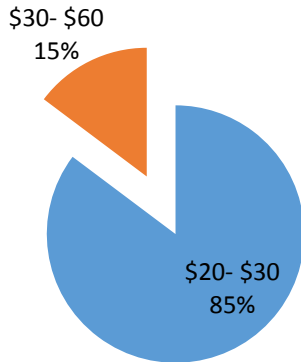


Gráfico 48 Pregunta 13 de la encuesta en línea (Canopy)

ANALISIS:

De las personas que escogieron Canopy como producto turístico que mayor les llama la atención, el 85% estaría dispuesto a pagar entre \$20-\$30 por este producto, un 15% pagaría entre \$30-60.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el/los productos turísticos que seleccionó anteriormente? [Parapente]

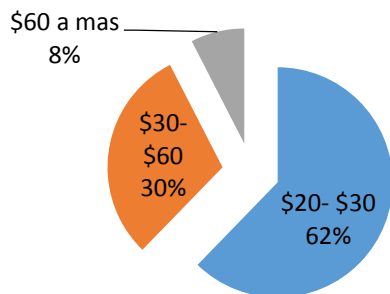


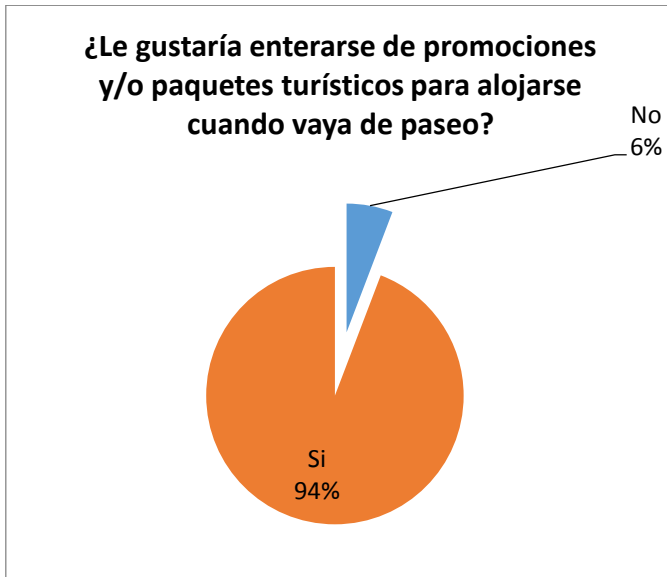
Gráfico 49 Pregunta 13 de la encuesta en línea (Parapente)

ANALISIS:

De las personas que escogieron parapente como producto turístico que mayor les llama la atención, el 62% estaría dispuesto a pagar entre \$20-\$30 por este producto, un 30% pagaría entre \$30-60, mientras que solo 8% pagaría más de \$60 dólares



Pregunta 14:



ANALISIS:

El 94% de las personas encuestadas contestó que si les gustaría enterarse de promociones de paquetes turísticos para alojarse cuando vaya de paseo, mientras que un 6% afirmó que no le gustaría.

Gráfico 50 Pregunta 14 de la encuesta en línea

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Pregunta 15:

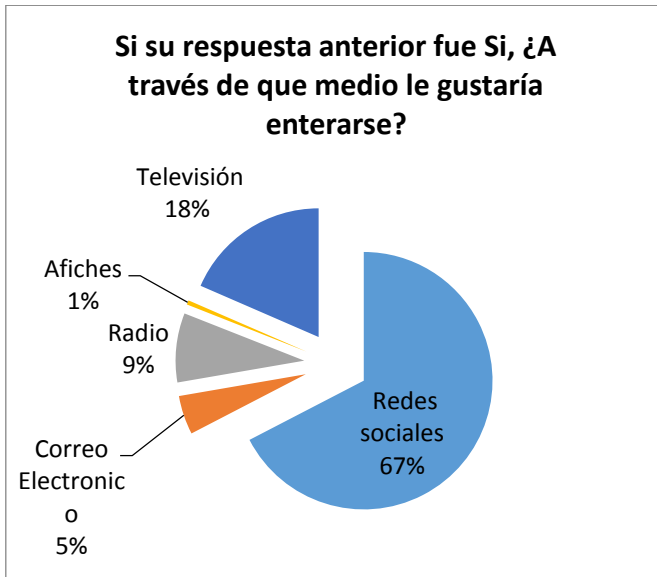


Gráfico 51 Pregunta 15 de la encuesta en línea

ANALISIS:

Del total de personas que respondieron que si les gustaría enterarse de promociones de paquetes turísticos para alojarse cuando vaya de paseo, un 67% respondió que le gustaría enterarse por medio de redes sociales, el 18% respondió que por medio de televisión y un 9% a través de radio.

Pregunta 16:

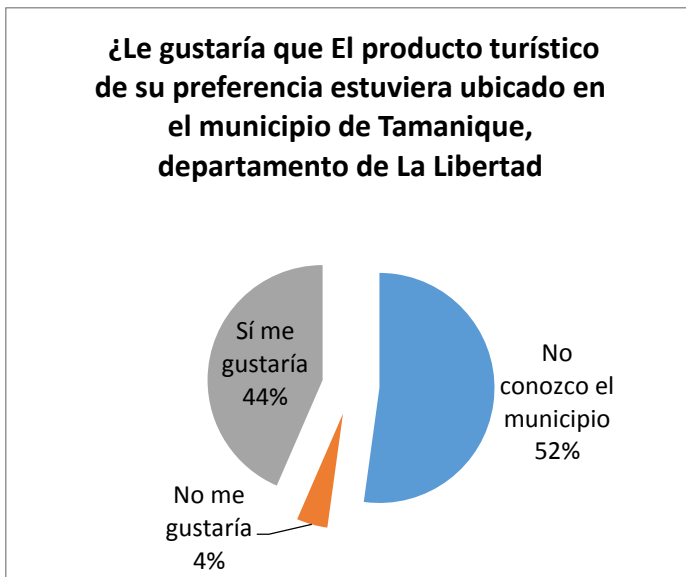


Gráfico 52 Pregunta 16 de la encuesta en línea

ANALISIS:

La mayoría de personas respondió que no conocen el municipio de Tamanique, un 44% respondió que si le gustaría que el producto turístico de su preferencia estuviera ubicado en el municipio de Tamanique, mientras que un 4% dijo que no le gustaría que estuviera ubicado en Tamanique

Pregunta 17:

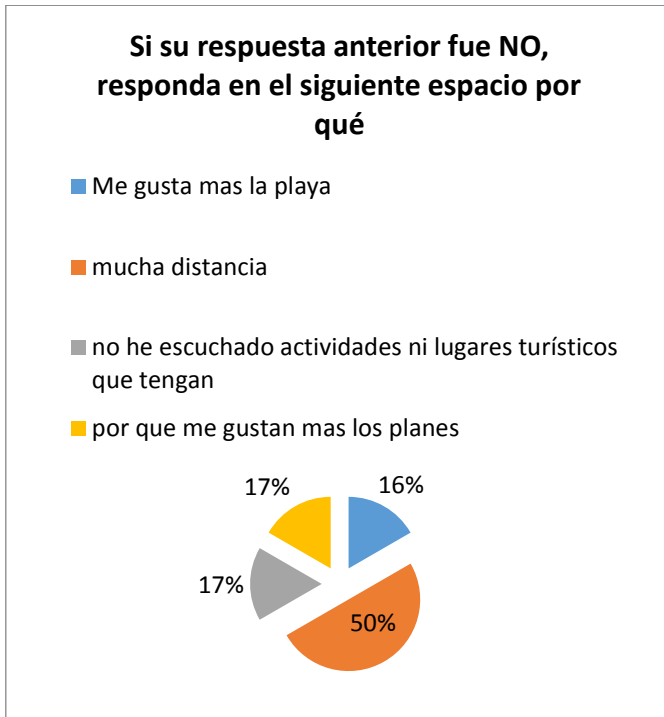


Gráfico 53 Pregunta 17 de la encuesta en línea

**ANALISIS:**

La razón por la que respondieron las personas que no les gustaría que los productos turísticos estén ubicados en Tamanique, es 50% debido a la distancia, preferencia a la playa y los planes con un 17% cada uno, un 16% respondió jamás haber escuchado promociones

Datos Personales:

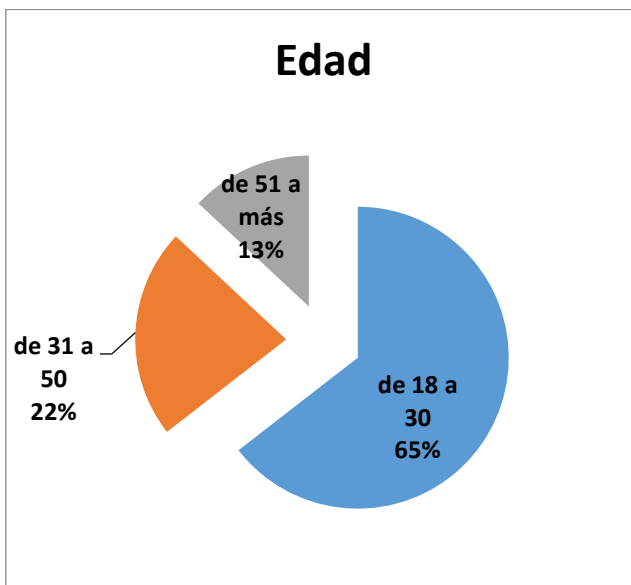
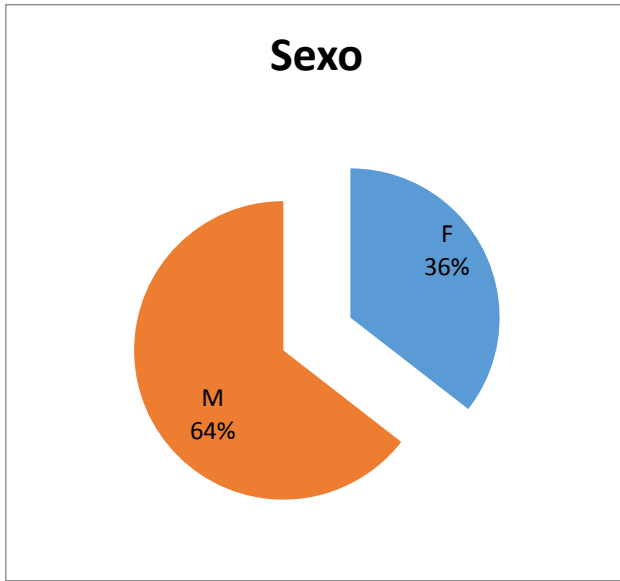


Gráfico 54 Edad de las personas entrevistadas

**ANALISIS:**

El 65% de personas encuestadas están entre las 18 y 30 años, 22% entre los 31 y 50 años, mientras un 13% tiene más de 51 años



**ANALISIS:**

El 64% de las personas que llenaron la encuesta en línea son del sexo masculino y el 36% son sexo femenino

Gráfico 55 Sexo de las personas entrevistadas

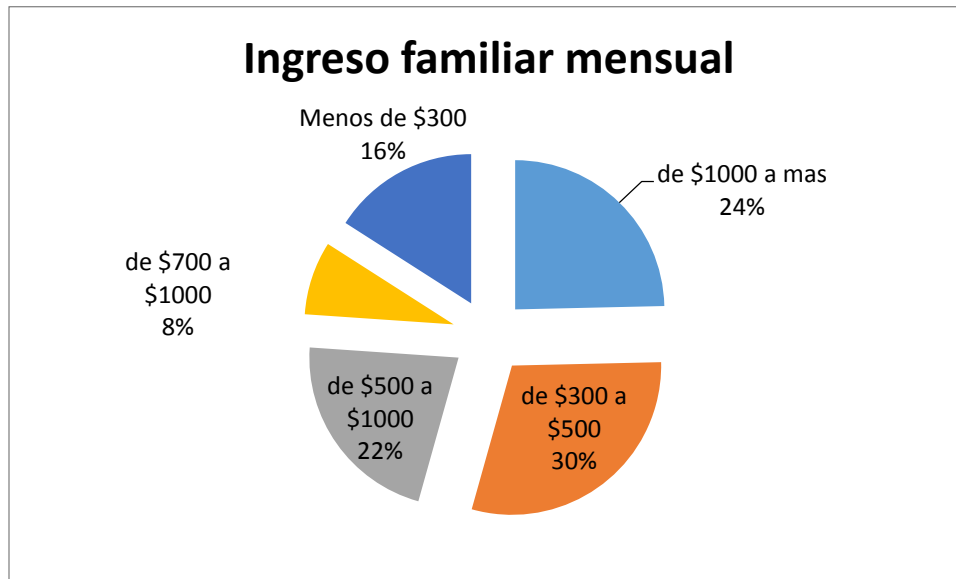


Gráfico 56 Ingreso familiar mensual de las personas entrevistadas

**ANALISIS:**

La mayoría de personas tiene ingresos familiares mensuales entre \$300 y \$500, el 24% de las personas entrevistadas posee ingresos de \$100 a más; mientras un 22% obtiene de \$500 a \$100 de ingreso familiar mensual

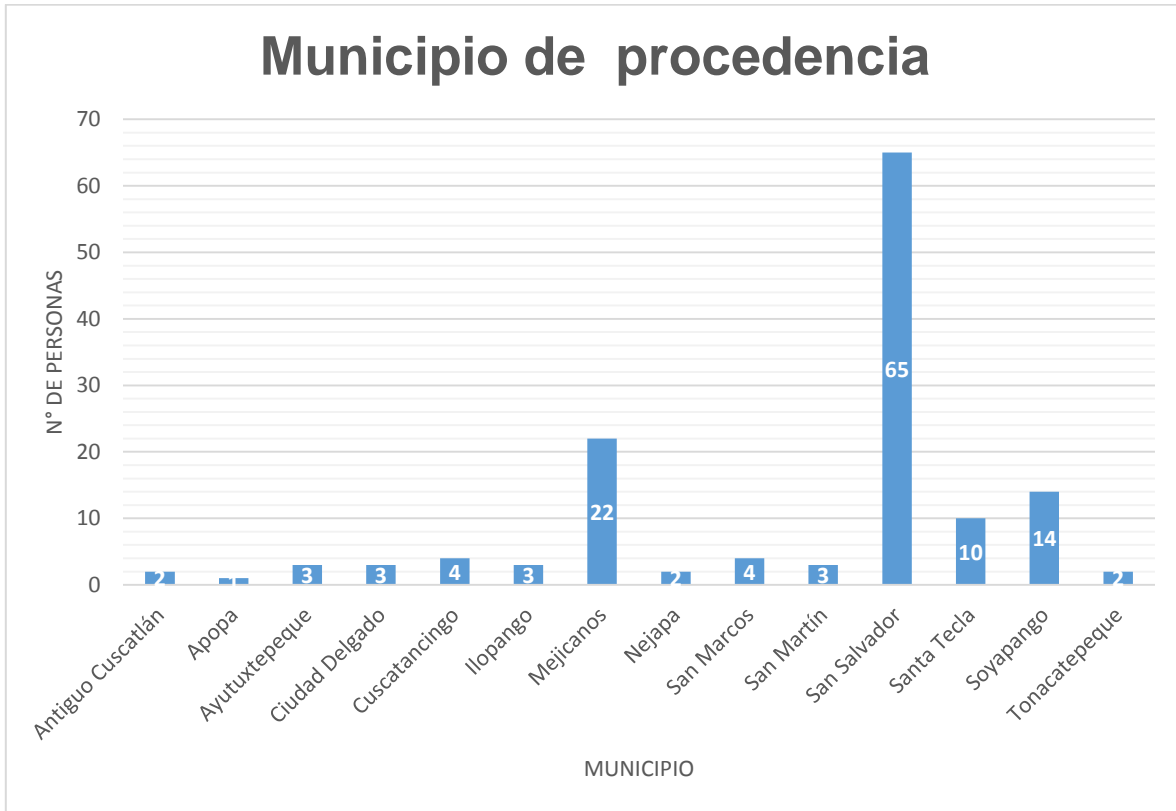


Gráfico 57 Lugar de procedencia

**ANALISIS:**

La mayoría de personas que completaron las encuestas residen en el municipio de San Salvador, en segundo lugar se encuentra el municipio de Mejicanos con 22 personas y en tercer lugar Soyapango con 14 personas residentes en ese municipio

### Proyección de la demanda

Para la cuantificación de la demanda de este segmento se tomaran en cuenta el dato obtenido en la pregunta 16 realizada en la encuesta:



Gráfico 58 Pregunta 16 utilizada para proyectar la demanda.

El porcentaje que respondió que Si a esa pregunta se tomara en cuenta para obtener la demanda proyectada, dicho porcentaje corresponde al 44%, el cual se consideraran como posibles clientes que están dispuestos a visitar Tamanique y disfrutar de los productos turísticos que ofrezca.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

En base a índices de crecimiento poblacional se tiene la siguiente tabla con la proyección de la población que se determinó:

Año	Población proyectada <sup>4</sup> según índice de crecimiento poblacional
2015	1707430.54
2016	1712074.75
2017	1716731.59
2018	1721401.1
2019	1726083.31

Tabla 44 Población proyectada según índice de crecimiento poblacional

Para encontrar la demanda se multiplicara el 0.44 por los años 2015-2019 que corresponden la proyección de la población en estudio

Año	Demanda proyectada
2015	751269.44
2016	753312.89
2017	755361.90
2018	757416.49
2019	759476.66

Tabla 45 Demanda proyectada

---

<sup>4</sup> Ver anexo 3 Proyección de la Población de El Salvador 1995-2025

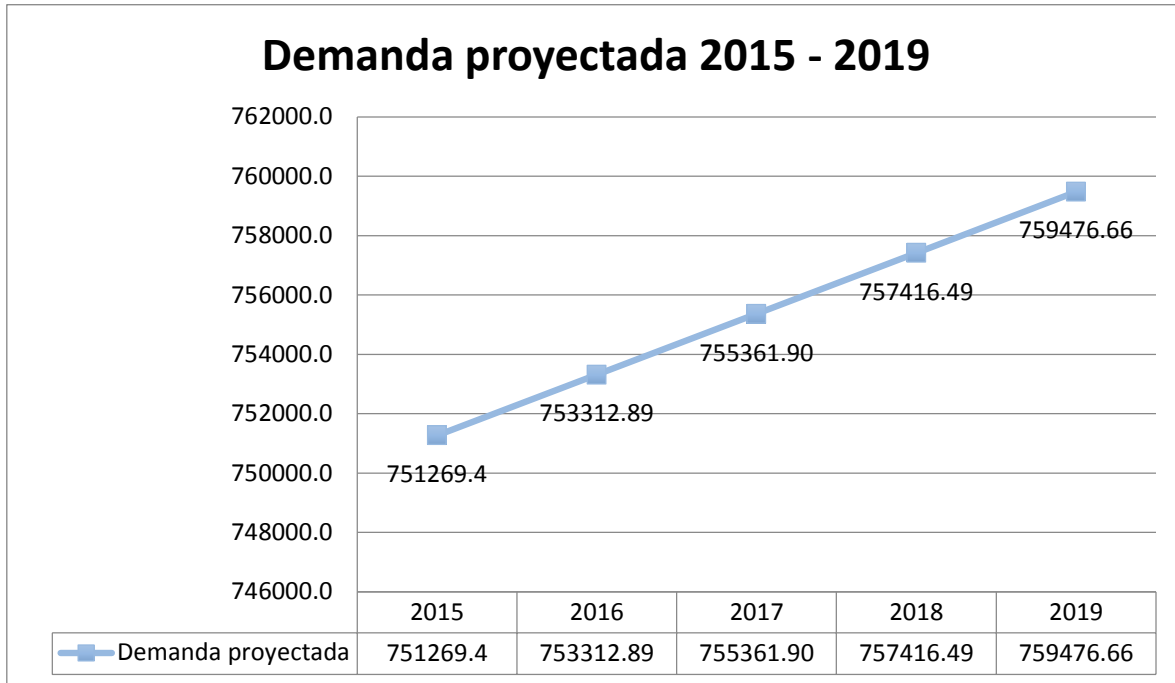


Gráfico 59 Demanda proyectada para el periodo 2015-2019



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Debido a que es un proyecto nuevo y como se observa en el gráfico anterior las proyecciones son altas para poder cumplir completamente; por lo que se tomara en cuenta el dato de la afluencia turística del municipio de Tamanique como referencia, el cual se cumplirá con el 65% de dicha afluencia ya que específicamente en la zona norte de Tamanique la competencia es mínima, a continuación se presenta los datos de la afluencia turística del municipio de Tamanique:

Mes	Afluencia del municipio	Demanda a cumplir 65%	Proyección de demanda Año 1	Proyección de demanda Año 2	Proyección de demanda Año 3	Proyección de demanda Año 4	Proyección de demanda Año 5
Enero	700	455	475	497	519	543	567
Febrero	650	422.5	442	461	482	504	527
Marzo	600	390	408	426	445	465	486
Abril	400	260	272	284	297	310	324
Mayo	160	104	109	114	119	124	130
Junio	160	104	109	114	119	124	130
Julio	160	104	109	114	119	124	130
Agosto	100	65	68	71	74	78	81
Septiembre	160	104	109	114	119	124	130
Octubre	600	390	408	426	445	465	486
Noviembre	650	422.5	442	461	482	504	527
Diciembre	700	455	475	497	519	543	567
Total afluencia anual	5040	3276	3423	3577	3738	3907	4082

Tabla 46 Demanda del proyecto

## 4.2 Mercado competidor

### Metodología del mercado competidor

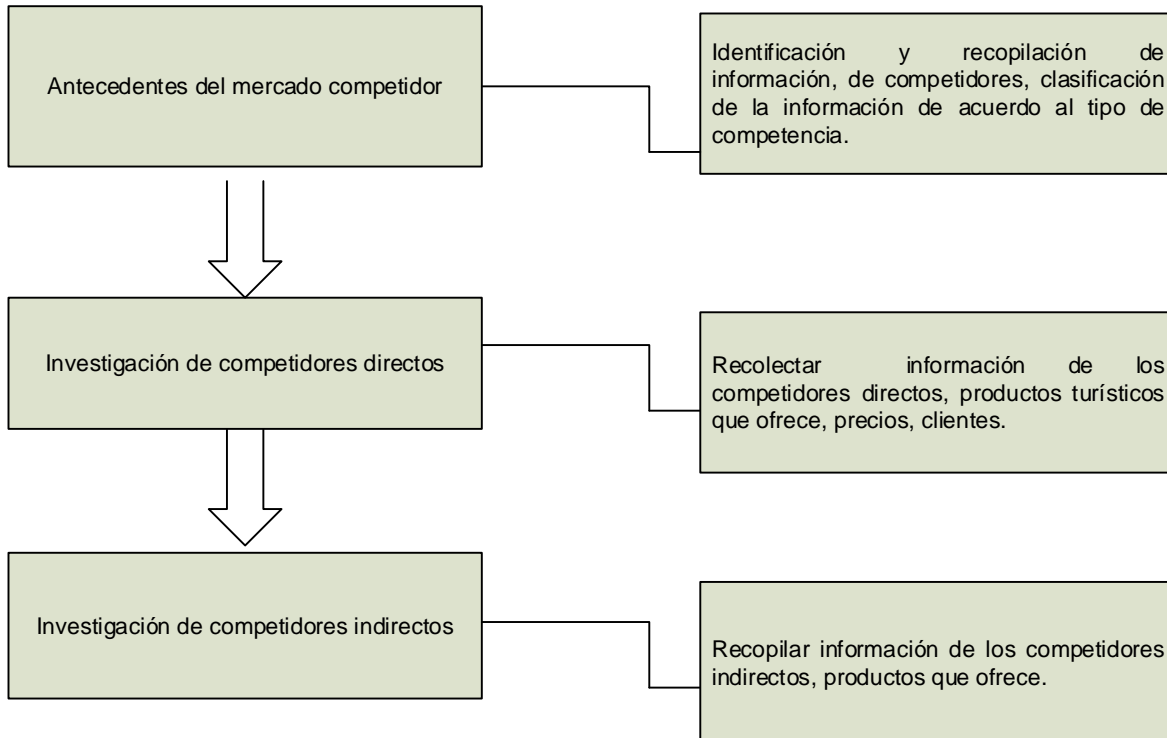


Ilustración 24 Metodología de mercado competidor

### **Generalidades del mercado competidor**

El turismo en general constituye una de las más importantes actividades económicas debido a que crea experiencias de vida en los que lo practican. Por lo tanto, para las diversas poblaciones que cuentan con atractivos suficientes para motivar a las personas a viajar, esto representa una oportunidad de desarrollo.

En El Salvador, el turismo ha logrado sobresalir en ciertos lugares en donde existen muchos proyectos que aprovechan al máximo los recursos naturales.

- Zona norte del país.

Se destaca el departamento de Chalatenango por sus más de 2,000 kilómetros cuadrados, con un clima templado y abundante vegetación. Chalatenango posee atractivos naturales únicos.

La región como tal cuenta con una larga lista de sitios para visitar y practicar turismo de aventura, rappel y bici montaña.

Además, dos de sus municipios, La Palma y San Ignacio, forman parte de la Ruta del Paraíso Artesanal, donde se elaboran artesanías en madera, usando colores llamativos.

En Las Pilas y Miramundo abundan los cultivos de hortalizas, frutas y flores, en donde los turistas pueden adquirir productos frescos y de buena calidad, a precios módicos. En la misma zona se encuentra el punto más alto del país, el Cerro El Pital, con una elevación de 2,730 metros sobre el nivel del mar. El clima es muy fresco, debido a la cantidad de árboles de pino, roble, encino y ciprés que hay.

Otros destinos son el templo colonial de El Pilar, en Citalá, y los ríos El Sumpul y Nunuapa. También el turicentro Agua Fría, que se caracteriza porque sus aguas son heladas.

En Concepción Quezaltepeque se hacen hamacas en hilo de algodón, mantos y cortinas en crochet.

- Zona sur del país

Respecto a la zona sur del país, ésta se encuentra en el lado del océano pacífico; por lo tanto, dicha zona posee playas en su mayoría.

### **Identificación De La Competencia.**

Para identificar el tipo de competencia al que estará sometido el trabajo de graduación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA ZONA NORTE DEL MUNICIPIO DE TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”, se deberá tener conocimiento de los diferentes establecimientos y productos turísticos que se ofrecen en el país y que están relacionados directa o indirectamente a los productos turísticos que se pretenden ofrecer en la zona norte del municipio de Tamanique.

### **Competencia directa**

En una competencia directa, los ofertantes de turismo se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe cierta cantidad de ofertantes que realizan el mismo servicio y la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y el servicio que se brinda al consumidor.

Definiremos a la competencia directa como todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que buscan a los mismos clientes para venderles lo mismo.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Para llevar a cabo la identificación de estos sitios a continuación se presenta un listado de lugares con sus respectivos precios de servicios ofertados, ubicación del sitio y contacto:

- a) Lugar de alojamiento

### SUITES MONKEY LALA



Ilustración 25 SUITES MONKEY LALA

Suites Monkey Lala se encuentra ubicada en El Tunco, forma parte de "Turística Punta Mango", una compañía hotelera de propiedad y operación salvadoreña con dos locaciones en la zona East y West de El Salvador.

Cuenta con suites en playa el tunco donde se encuentran olas para todos los niveles, desde principiante hasta avanzado.

Ofrece servicio de snack bar que sirve desayuno, almuerzo y cenas ligeras los 7 días a la semana.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Tipos de habitaciones que ofrece:

Tipo de habitación	Descripción
SUITE DE CORAL (Capacidad de hasta 5 personas)	1 cama Queen 1 cama de matrimonio B 1 cama unk Aire acondicionado Apartamento Sceen TV y cable WiFi Baño privado con un alto Ducha de agua caliente a presión Servicio de limpieza diario Personal Caja de Seguridad
SUITE DE ICACO (Diseñado para alojar a 2 personas)	1 cama Queen Aire acondicionado Piso Sceen TV y cable WiFi Cuarto de baño privado con ducha de alta presión de agua caliente Servicio diario de mucama Caja de Seguridad Personal
LA OCEAN SUITE (Capacidad de hasta 4 personas)	1 cama Queen Size Aire acondicionado TV de pantalla plana con cable Wi-Fi Cuarto de baño privado con ducha de agua caliente a alta presión Servicio diario de mucama Caja de Seguridad Personal
SUITE DE MYSTICA (Capacidad de hasta 4 personas)	2 camas Queen Terraza Privada Aire acondicionado TV de pantalla plana con cable Wi-Fi Cuarto de baño privado con una alta Presión de la ducha de agua caliente Servicio diario de mucama
MASTER SUITE NATURA (Capacidad de hasta 4 personas)	2 camas Queen Terraza Privada

Tipo de habitación	Descripción
	Aire acondicionado TV de pantalla plana con cable Wi-Fi Cuarto de baño privado con ducha de agua caliente a alta presión Servicio diario de mucama Caja de Seguridad Personal.

Tabla 47 Tipos de habitación que ofrece Suites Monkey Lala

**Servicios que ofrece:**

- Snack-bar
- Cubierta frontal beach
- Jardín
- Piscina
- Escuela de surf
- Alquiler board
- Tours
- Clases de yoga

## HOSTAL PAPAYA'S LODGE



Ilustración 26 HOSTAL PAPAYA'S LODGE

Nació a principios del año 2000, dedicada al hospedaje de turistas que disfrutaban del surf en Playa El Tunco en el departamento de La Libertad en El Salvador, América Central.

Papaya surf Lodge, ofrece diferentes servicios entre los que

podemos mencionar: Renta de habitaciones, surf shop, renta de tablas de surf, clases de surf y también tienen tablas de surf nuevas fabricadas 100% en El Salvador, así como también poseen un taller de fabricación y reparación de tablas de surf.

El hostel Papaya surf Lodge se encuentra ubicado sobre la carretera Litoral, Km. 42, Playa El Tunco, en el Departamento de La Libertad a 30 minutos del aeropuerto internacional de Comalapa y a 40 minutos de la ciudad capital, teniendo la ventaja de estar en el centro de las diferentes playas salvadoreñas que se pueden recorrer o visitar en pocos minutos.

Actualmente es atendida por su propietario Jaime "Papaya" Delgado, shaper y surfer local, con más de 16 años de experiencia en el ámbito del surf.

Teléfono de contacto (503) 2389-6027 y 2389-6231.



## HOTEL POSADA LUNA



Ilustración 27 HOTEL POSADA LUNA

Posada Luna es una opción para empezar travesía o para disfrutar de una vacación tranquila, económica y sin problemas.

Posada Luna cuenta con 9 habitaciones cómodamente distribuidas para maximizar la independencia y privacidad del huésped.

Cuentan con 5 cuartos dobles y 4 cuartos para cuatro personas. 4 cuartos poseen balcón privado. Cada cuarto posee aire acondicionado, baño privado y ventilador.

La piscina es perfecta para toda la familia. También hay estacionamiento gratis, servicio de lavandería para huéspedes, e internet gratis para huéspedes. Posada Luna esta bordeada por un hermoso manglar que puede ser disfrutado desde los balcones de madera de los cuartos superiores, el deck de la piscina y la cocina comunitaria.

Posada Luna está situada en playa el Tunco, La Libertad, a 2 cuadras del centro turístico el tunco y las famosas playas que hacen de este lugar un paraíso.

Habitaciones:

Tipo de habitación	Descripción
5 habitaciones dobles 4 cuádruples	Aire acondicionado y ventilador Piscina con deck. Balcón con vista al estero y manglares Cada cuarto con baño privado Cocina compartida completa con refrigeradora, cocina a gas, cafetera, etc. Aire acondicionado y ventilador Piscina con deck. Balcón con vista al estero y manglares Cada cuarto con baño privado Cocina compartida completa con refrigeradora, cocina a gas, cafetera, etc.

Tabla 48 Tipos de habitación que ofrece HOTEL POSADA LUNA

**Reservaciones y Precios**

Tarifas: Desde \$15 a \$60

Tarjetas de crédito aceptadas VISA

Descuentos por estadías prolongadas

Números de teléfono: (503) 2389-6147 / (503) 7721-3420

Email: [posadaluna@hotmail.com](mailto:posadaluna@hotmail.com)

HOTEL ROCA SUNZAL RESORT:



Ilustración 28 HOTEL ROCA SUNZAL RESORT

Hotel Roca Sunzal Resort dispone de 11 habitaciones, 7 suites, 2 apartamentos

Dirección: Dirección: km 42, Playa El Tunco (Carretera Del Litoral), Municipio Tamanique, Departamento de La Libertad.

- Aire acondicionado
- Televisor, en todas las habitaciones.
- Caja de Seguridad
- Lavandería
- Piscina

Cuentan con:

- Bar
- Restaurante
- Agua Caliente
- Wi-fi Internet
- Rent a car

Meta: Ofrecer una experiencia salvadoreña segura y tranquila donde el cliente se sienta satisfecho.

Teléfono: 23896126

HOTEL LA GUITARRA



Ilustración 29 HOTEL LA GUITARRA

Dirección: Dirección: km 42, Playa El Tunco (Carretera Del Litoral), Municipio Tamanique, Departamento de La Libertad.

Teléfono: 23896398

Cuentan con:

- Habitaciones con aire acondicionado
- Internet Wi-fi
- Piscina
- Mesa de Ping Pong y Pool
- Con acceso a cocina

Una semana: \$100

Un mes: \$250

HOTEL MOPELIA



Ilustración 30 HOTEL MOPELIA

Dirección: Dirección: km 42, Playa El Tunco (Carretera Del Litoral), Municipio Tamanique, Departamento de La Libertad.

- 4 habitaciones con baño compartido \$10.00
- 2 habitaciones con baño privado \$15.00
- 1 habitación con aire acondicionado y baño privado \$30.00

**Servicios:**

- Mini Agencia de Viajes
- Transporte
- Servicio de información al turista

**Servicios del Hotel:**

- Internet Wi-fi gratis
- Servicio de Lavandería
- Cambio de Libros
- Mini Tienda de Suvenires
- Clases de Surf
- Mesas de Ping Pong

HOTEL ECOS DEL MAR



Ilustración 31 HOTEL ECOS DEL MAR

Dirección: Dirección: km 42, Playa El Tunco (Carretera Del Litoral), Municipio Tamanique, Departamento de La Libertad.

Página web: <http://ecosurfelsalvador.com/web/>

- Habitaciones sencillas, dobles, triples y cuádruples.
- Habitaciones incluye:
- Una cama semi-matrimonial
- Un camarote
- TV LCD con cable
- DVD
- Internet Inalámbrica
- Aire Acondicionado
- Baño privado
- Desayunador
- Refrigeradora
- Horn

**HOSTAL LA SOMBRA**

La Sombra en un hostel ubicado en la playa el Tunco departamento de la Libertad, El Salvador.



Ilustración 32 HOSTAL LA SOMBRA

Características Transporte gratuito de recogida saliendo desde la colonia San Benito, TICA BUS, Zona Rosa o San Salvador que lo transporta a los turistas directamente al Hostal La Sombra. El transporte es gratuito y está disponible

los martes de 2: 30 pm en adelante.

Las reservas deben hacerse antes y la estadía mínima es de 2 noches para

poder hacer uso del servicio de transporte.

Transporte en autobús desde el Parque Bolívar, San Salvador:(los autobuses y minibuses salen de El Tunco) se puede tomar la carretera 102, 107 o 177. El costo es de \$1.50; El viaje dura 1 hora y los autobuses salen cada veinte minutos de 6AM a 7 PM.

Detalle	1 persona	2 personas	3 personas
Habitaciones con ventilador y baño compartido	\$10.00	\$14.00	\$18.00
Habitaciones con A/C y baño compartido	\$18.00	\$20.00	\$24.00
Habitaciones con ventilador y baño privado	\$14.00	\$16.00	\$21.00

Tabla 49 Detalle de precios Hostal La Sombra

TORTUGA SURF LODGE



Ilustración 33 TORTUGA SURF LODGE

Tortuga Surf Lodge and Tours operadores una de las primeras compañías de turismo de surf salvadoreños registrados establecidas en 1998. El personal está compuesto por los surfistas locales bilingües que conocen los entresijos de cada salto de

surf en el país.

El albergue se encuentra en una propiedad frente a la playa privada en la playa El Tunco, a 10 minutos en coche de La Libertad. Las instalaciones se encuentran a pocos pasos de la playa para practicar surf de clase mundial.

**Servicios que ofrece:**

Restaurante/Bar

Piscina

Alquiler de Tablas

Tour opcionales:

- Navegar por la costa este

- Recorrido de Montaña

- Plantaciones de Café

- Arqueología

- Ciudades Coloniales

Zona Comunitaria/Comedor (los clientes pueden comer, relajarse, ver videos o estar entre amigos)

Clases de Surf

Internet Café

Alquiler equipo de Sur

Transporte

La flota que poseen consiste en vehículos 4 x 4 en buen estado que transporta al huésped para practicar surf breaks y otros tours ofrecidos por Tortuga Surf Lodge.



### TEKUANI KAL



Ilustración 34 TEKUANI KAL

El Hotel Tekuani Kal es un establecimiento ecológico situado en la playa de El Tunco, en la costa del Pacífico de El Salvador.

Todas las habitaciones disponen de aire acondicionado, terraza, TV por cable y baño privado completo con bañera o ducha. Algunas ofrecen vistas al océano.

El restaurante del hotel sirve cocina de la zona y cocina internacional, mientras que el

bar ofrece bebidas.

A continuación se muestran los precios de las habitaciones:

Tipo de habitación	Personas	Precio
Habitación triple	3	\$113.50
Habitación cuádruple	4	\$125.50
Habitación individual	1	\$140
Habitación Doble	2	\$98

Tabla 50 Tipo de habitación que ofrece TEKUANI KAL

#### Condiciones del hotel tekuanikal

Entrada-. A partir de las 14:00

Salida: Hasta las 13:00

Condiciones sobre niños y camas supletorias: Gratis hasta 2 menores de 11 años se pueden alojar gratis utilizando las camas existentes. 1 niño mayor de esa edad se puede alojar por \$15 por persona y noche en una cama supletoria.

Número máximo de camas supletorias y/o cunas están disponibles bajo petición y deben ser confirmadas por el alojamiento

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### CASA MIRAMAR



Ilustración 35 CASA MIRAMAR

Hotel Casa Miramar se encuentra ubicado frente a la bocana de El Tunco, los propietarios son una familia salvadoreña que vive en la capital, las instalaciones del hotel son de una casa antigua de playa, hace unos 20 años.

Internet gratuito

Parqueo Gratis

Restaurante

Servicio de Habitación

Piscina

Ventilador, A/C

Precio de las habitaciones por noche:

Tipo de habitación	Precio
Sencilla	\$20
Doble	\$35
Triple	\$45
Habitación con A/C	\$55

Tabla 51 Tipos de habitación que ofrece CASA MIRAMAR

## HOTEL PUPA



Ilustración 36 HOTEL PUPA

El hotel es propiedad del reconocido surfista Oscar "Pupa" Amaya. El personal es amable y muy cómodamente ubicado en Playa El Tunco. Ofrece habitaciones privadas, bastidores de surf, Aire acondicionado o ventilador, baño limpio y una gran cocina, zona común con TV, DVD, aparcamiento, café y agua

incluidos en el precio.

Tranquilo por la noche, a pocos pasos de la calle principal.

Además brindan clases de surf y disponen de viajes para surfear que se pueden organizar a otros puntos de quiebre en la zona.

## HOTEL LA BOCANITA



Ilustración 37 HOTEL LA BOCANITA

Hotel La Bocanita está situado en la playa el tunco del departamento de la libertad en el salvador con una propuesta muy interesante que incluye las clases de surf profesionales con más de 8 años de experiencia y funcionando desde 1999, este hotel también cuenta con servicio de

restaurante especializados en marisco como muchos de los restaurantes de la zona.

El hotel Bocanita está abierto las 24 horas del día y cuenta con servicios de restaurante, cocina común para clientes, piscina, paqueo privado, wi-fi, Clases de Surf, tablas de Surf, Tours a cualquier parte del país y Transferencias de hotel al aeropuerto y del aeropuerto al hotel.

Se encuentran ubicados en el km 42 Playa El Tunco, Tamanique, La Libertad, El Salvador o llamar a los Teléfonos: (503) 2389-6283 y (503) 7211-9519.

Cuentan con 14 Habitaciones a disposición.

Habitaciones con a/c

Habitaciones con baño compartido

Habitaciones con ventilador

Habitaciones dobles

Habitaciones con baño propio

Habitaciones sencillas

Con precios desde USD\$ 10.00 la noche por persona hasta USD\$ 80.00 una habitación por noche.

## FIREWOOD HOTEL, BAR & RESTAURANTE



Ilustración 38 FIREWOOD HOTEL, BAR &  
RESTAURANTE

Este hotel posee un ambiente de montaña en una de las playas más concurridas para hacer surf de todo el salvador, Hotel Firewood forma parte de los pequeños hoteles de El Salvador, ubicado en playa El Tunco km. 42 1/2, La Libertad, ofrece a sus visitantes una variedad única de olas serenas en todo su litoral y recepciones desde \$25 en habitación sencilla y doble desde \$35.

Una de las características de este hotel rústico es su discreción para los visitantes.

El Hotel Firewood también cuenta con un mini restaurante y bar donde su especialidad son sus mariscos como muchos de los hoteles de la costa , la carta de este hotel siempre ofrece comida acorde a la temporada y sugerencias de su chef sin olvidar su magistrales bebidas frías que son realmente exquisitas.

Este Rustico pero discreto hotel consta de 10 habitaciones todas con aire acondicionado y ventanas que permiten la entrada de la luz exterior generando un relax incomparable. Abierto las 24 horas del día. Tel: (503) 7198-8498

### HOTEL MAMAGUAYA LODGE



Ilustración 39 HOTEL MAMAGUAYA LODGE

Hotel Mamaguaya Lodge está ubicado en Playa El Tunco dentro del departamento de La Libertad en El Salvador. Mamaguaya es un hotel con un toque hasta cierto punto artesanal con sus estilo rustico y acogedor que encanta a sus visitantes de todo el mundo;

Mamaguaya Lodge es un pionero

en la zona con más de 30 años de experiencia en el trato al turista.

Las habitaciones de Mamaguaya Lodge son amplias y luminosas con una decoración rustica pero cálida, en todas las habitaciones hay aire acondicionado y lámparas decorativas con materias autóctonos.

Mamaguaya también cuenta con 4 habitaciones que tiene baño compartido, una con 2 camas dobles, 2 con 2 camas individuales y un bungalow con tres camarotes y una impresionante vista a la bocana de la playa además de la sala de estar, cable TV, sofás, teléfono, internet y una sala de lectura .

Precio: desde \$35

Teléfono: (503) 2389-6231

url: <http://www.mamaguayalodge.com>

Horario: Todos los días desde las 7:00

Formas de pago: Visa, MasterCard, American Express

b) Parapente

**Grupo El Salvador Parapente**



Ilustración 40 Grupo El Salvador Parapente

Grupo El Salvador Parapente, realiza vuelos tours desde 2007. Julio Vega, miembro del grupo, explicó que esta disciplina consiste en deslizarse a través de ráfagas de viento en el paracaídas, que puede alcanzar hasta unos mil doscientos metros sobre el nivel del mar, a una velocidad promedio de unos 25 kilómetros por hora.

Debido al riesgo que conlleva, el piloto debe cuidar su seguridad, por lo que algunos elementos indispensables son casco protector, paracaídas de emergencia, altímetro, equipo de radio comunicador y sistema GPS.

Ofrecen este servicio de vuelos en parapente sobre diferentes lugares en el salvador como el lago de Ilopango, la libertad, tamanique, entre otros.

Precio: \$85 por vuelo de parapente con remolque en la costa del sol, san diego

Horario Jue - dom: 11:00 - 17:00

Información de contacto:

Teléfono: 7127 9386

Dirección de correo electrónico: [elsalvadorparagliding@gmail.com](mailto:elsalvadorparagliding@gmail.com)

### c) Moto tour

#### Moto tour El Salvador



Ilustración 41 Moto tour El Salvador

Moto tour El Salvador está ubicado muy cerca de la carretera al litoral de El Salvador, a tan solo 45 minutos del Aeropuerto Internacional y a pocos kilómetros de San Salvador.

Moto tour El Salvador también se encuentra a un paso del Puerto de la Libertad y de los reconocidos pueblos surfistas de El Tunco y El Zunzal, en donde se pueden encontrar restaurantes, bares y vida nocturna con excelente ambiente. Turistas de todo el mundo son muy frecuentes en los alrededores de toda el área.

El Sr. Guillermo Muyschondt también conocido como “Guichi” con vasta experiencia en el deporte del motociclismo y el enduro, es el propietario de Moto tour El Salvador.

La base del negocio se encuentra dentro de una gran propiedad en donde se guardan motocicletas desde los 100 cc para principiantes, hasta KLX 250 y KLR 250 para expertos que deseen sentir la adrenalina pura de este deporte. Además, el terreno cuenta con una pequeña pista de aprendizaje para todas aquellas personas interesadas en aprender a manejar una motocicleta.



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Servicios que ofrece:

Para Profesionales: Viajes en Moto / Cuadri-Moto

Específicamente para clientes expertos en el manejo de cualquier motocicleta

Moto tour El Salvador ofrece viajes en moto y cuadrimoto clasificados en tiempo de recorrido. Estos viajes pueden ser para clientes individuales o hasta para un grupo conformado por 5 personas.

- Viaje corto de 2.5 horas
- Viaje Intermedio (medio día) de 4 horas
- Viaje de día completo (7 horas). Dentro del recorrido se realizara una parada en algún restaurante

Para Novatos: Clases de Manejo en Moto / Cuadri-Moto

(Específicamente para principiantes)

Estas sesiones tendrán una duración de dos horas y media o hasta cuatro horas (dependiendo de lo que solicite el cliente).

Pueden impartirse en motocicleta o cuadrimoto. Individual o para un grupo máximo de tres personas. Las sesiones pueden ofrecerse a clientes que no saben para nada manejar motocicleta o cuadrimoto, pero también para aquellos clientes que saben un poco y que únicamente desean perfeccionar la técnica.

- Clases de Manejo en Moto o Cuadrimoto de (2.5 horas)

- Clases de Manejo en Moto o Cuadrimoto de (4 horas)

**Super Combo MotoTour : Viaje de Día Completo en Motocicleta / Cuadrimoto**

(Viaje de 7 horas, con Hospedaje en Casa de Campo y uso de Piscina) para los clientes más aventureros, también está disponible la opción del Super Combo,

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

este incluye viaje de día completo en motocicleta o cuádrimotor más el hospedaje por la noche en la cabaña con piscina.

### **Servicio de Taller**

En Moto tour El Salvador es el mismo Guillermo Muyschondt y su asistente los encargados de brindarle mantenimiento y reparación a cada motocicleta disponible.

Precios: La siguiente tabla muestra los precios por persona de Moto tour El Salvador:

	<b>Tour 1 Persona</b>	<b>Tour 2 Personas</b>	<b>Tour 3 Personas</b>	<b>Tour 4 Personas</b>	<b>Tour 5 Personas</b>
<b>Viaje Corto o Clase de Manejo</b>	\$30.00	\$28.50	\$27.00	\$26.00	\$26.00
<b>Viaje Intermedio</b>	\$60.00	\$56.00	\$55.00	\$55.00	\$54.00
<b>Viaje de Día Completo</b>	\$80.00	\$76.00	\$74.00	\$72.00	\$72.00
<b>Super MotoTour Combo</b>	\$120.00	\$114.00	\$111.00	\$109.00	\$106.00
<b>To Relax</b>	\$50.00	\$50.00	\$45.00	\$45.00	\$40.00

Tabla 52 Precios por persona de Moto tour El Salvador

d) Canopy

ADVENTURE PARK TUSCANIA



Ilustración 42 ADVENTURE PARK TUSCANIA

Adventure park es una opción de proyecto ecológico integral, de sano esparcimiento para compartir en familia y amigos en un ambiente natural y seguro; despertando en los visitantes una conciencia ecológica que los sensibilice y comprometa a vivir en armonía con la naturaleza.

Ofrece celebraciones para todo tipo de ocasión: cumpleaños, bodas, primera comunión, bautizos, capacitaciones, seminarios, retiros espirituales y cualquier momento que desees se convierta en un momento inolvidable.

**Descripción de las opciones de entretenimiento:**

**Juegos de feria:** Son 7 diferentes juegos que incluyen actividades de ensarte, pesca, tiro, puntería, boliche, golfito etc.

- **Circuito canopy Extremo:** Un circuito de 8 cables en los que el turista recorre el bosque y un río desde lo alto. Este tour es totalmente seguro ya que colocan al cliente equipo profesional, que incluye arneses, eslabones, poleas y cuerdas.

- **Circuito de cuerdas altas:** que consta de 10 juegos, entre ellos: puentes colgantes, telas de araña y pared escalada, en el cual los niños y adultos disfrutan

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

entre árboles y arbustos; entran en un contacto con la naturaleza, rodeado de árboles y aire puro.

- **Tour de café:** Este tour comienza con una charla sobre datos importantes del café: historia, tipos de café, épocas de fertilización, diferentes procesos etc. Y continua con una visita al beneficio de café para dar la oportunidad a los alumnos de conocer más de una forma objetiva sobre este cultivo, un valioso aporte para la economía de nuestro país.
- **Senda ecológica:** Es un recorrido por la finca de café, donde los niños y jóvenes podrán aprender sobre las distintas especies de árboles, plantas y arbustos de la zona, y los beneficios que nos aportan para una vida más saludable, así como diferentes tipos de suelos. También podrán observar el nacimiento de agua natural de un río y pozas de agua.
- **Muro de escalada Y Rappel:** Es una atracción divertida, que implica retos y desarrollo de habilidades, en las cuales los visitantes podrán escalar y bajar en un muro natural con inclinaciones, que lleva más de 100 presas de agarre y ganchos para descender; la elevación es de aproximadamente 14 mts de altura por tres mts de ancho.
- **Péndulo:** Es un columpio gigante de 12 mts de altura, en el cual pone la adrenalina al máximo;
- **GYRO:** Rueda Para flotar como los astronautas.

Horarios: martes a domingo: 8:30 am a 5:30 pm.

**Metapán**

**Hostal Villa Limón. Reserva Ecológica & Canopy Tours**

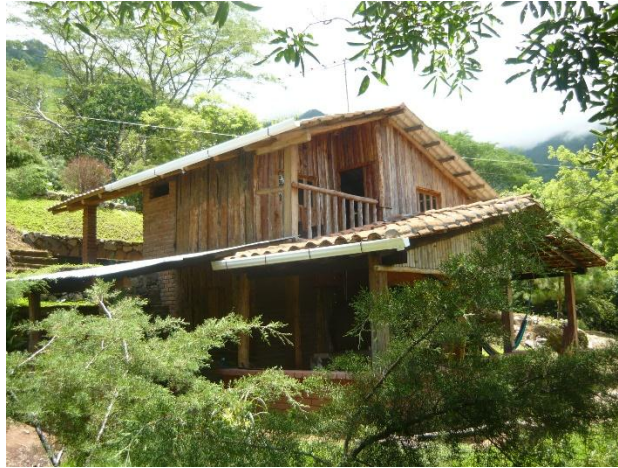


Ilustración 43 Hostal Villa Limón. Reserva Ecológica & Canopy Tours

En este lugar aparte de ofrecerle el servicio de hostel en tres modernas cabañas y caminatas a cascadas, también ofrece el mejor atractivo de aventura extrema en la montaña y un canopy tour con el que se vive al máximo la adrenalina.

Los cables pasan por los principales árboles del bosque en un recorrido de 1,200 metros y con ocho estaciones, algunas de ellas con 500 metros de largo.

Dirección: Cerro El Limo, Metapán, Santa Ana. Para llegar a este lugar se debe tomar la carretera que conduce a la frontera Anguiatú. En el km 121 tomar un desvío.

Información: 2442-0149 y 7871-9783

[hostalvillalimon@hotmail.com](mailto:hostalvillalimon@hotmail.com)

Tiempo desde San Salvador: 1 hora, 20 min.

Precio: \$55.00 para 5 personas, 24 Horas

*Apaneca*

**Apaneca Canopy**



Ilustración 44 Apaneca Canopy

Es la primera operación que nació de este tipo. En el tour, que dura un aproximado de dos horas, de Apaneca los clientes pueden recorrer más de 2,000 metros de cable en 14 plataformas de 280 metros de largo y suspendidas en los árboles que van desde los 10 hasta 150 metros de altura, dándole así el toque de adrenalina y aventura sobre

el bosque nebuloso de Apaneca.

Dirección: Villa de Apaneca y las oficinas

están ubicadas sobre la avenida 15 de Abril y calle central, Villa Adelita.

Incluye: Tour, guías certificados, agua en descanso y equipo.

Horario: 9:30 a. m., 11:30 a. m. y 3 p. m.

Información: 2433-0554

Precio: \$35.00 Por persona, pago en efectivo.

Contacto: EcoExperiencias El Salvador

Teléfono: 2243-7432

[mercadeo@ecoexperienciaselsalvador.com](mailto:mercadeo@ecoexperienciaselsalvador.com)

## El Boquerón

Lugar: **Café Miranda**



Ilustración 45 Café Miranda

Son nueve cables, cuatro de ellos de unos 400 metros de largo y 60 metros de profundidad aproximadamente, que vuelan por los cielos del majestuoso volcán de San Salvador entre montañas y cafetales de una forma divertida y segura, ya que las plataformas están adheridas en tierra.

En la primera sección del tour se hace un recorrido donde se puede contemplar la flora y la fauna propia del volcán, majestuosos pinos, robles y diferentes variedades de árboles centenarios. También se conoce de cerca una plantación de café.

Dirección: Ruta Boquerón. Kilómetro 25½, cantón Macanese, volcán de San Salvador, Quezaltepeque.

Incluye: Guías certificados y entrenados en el exterior, agua en descanso en el Tour y equipo.

Costo: Los costos por persona ascienden a 25 dólares

Horario: De martes a domingo. (9 a. m., 11 a. m., 2 p. m. y 4 p. m.)

Información: 2508-0398

w: <http://www.cafemiranda.com.sv>

e: [info@cafemiranda.com.sv](mailto:info@cafemiranda.com.sv)

*Chalatenango*

**Lugar: El Pinabete**



Ilustración 46 El pinabete

Son 10 manzanas y en su entorno se encuentran extensos bosque de ciprés y en su mayoría pinos, además posee acceso al río Chiquito. Tiene un trayecto de 250 metros, los cuales se dividen en dos cables: uno de 100 metros de largo y otro de 150 metros con alturas desde 6 metros hasta 9 metros, también cuenta con tres plataformas donde es anclado al cable y se traslada a la siguiente plataforma que es esperado por guías y anclado al siguiente cable para bajar en la siguiente plataforma.

Cuenta con área de camping, practica de juegos extremos como de mesa, kareoke, ricos platos típicos de un restaurante, además el cliente puede compartir en un ambiente acogedor a la luz de una hermosa fogata, durante el día se pude realizar paint ball, en área de campo o de tiro, caminatas al bosque Pinabete en un ambiente de montaña donde se vive una experiencia única disfrutando junto a la naturaleza a una altura de 2400 metros sobre el nivel del mar.

Contacto: •[elpinabete@hotmail.com](mailto:elpinabete@hotmail.com)

- Oficina 2276-1852
- Oficina 2276-3349
- Hotel 7741-7837
- <http://www.elpinabete.com>



## **Chalatenango**

### **Lugar: Reserva Natural La Montaña**



Ilustración 47 Reserva natural La Montaña

Está ubicado en la cordillera del norte y cuenta con el juego de cables canopy tour, el más alto de Centroamérica. Está ubicado a 2,400 m.s.n.m. y la única diferencia es que consta de dos estaciones de 225 metros cada una y al tirarse tiene literalmente a El Salvador a sus pies.

Dirección: De río Chiquito vire a mano derecha con dirección a Miramundo y Los Planes, después de recorrer aproximadamente 7 kilómetros y antes de llegar a Los Planes toma una desviación a mano derecha y aproximadamente 2½ kilómetros adelante está la entrada principal.

Horario: Solo domingos

Información: 2284-1801

## **La Unión**

### **Lugar: Área natural protegida complejo Conchagua**



Ilustración 48 Área natural protegida complejo Conchagua

Ubicado en el pleno cerro de Cochagua este lugar administrado por la Asociación Coordinadora de Comunidades para el Desarrollo de Cacahuatique, CODECA, da la oportunidad de que aparte de alojarse en sus cinco cabañas totalmente equipadas, puedan iniciar en este juego extremo y vivir este tipo

de adrenalina sin temor, ya que solamente cuenta con 100 metros de longitud. Son dos cables, uno de 10 metros de largo y el otro de 100. También ofrece

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

tres miradores con una de las más bellas vistas de la costa salvadoreña, las islas del golfo de Fonseca, así como la ciudad de La Unión y diversas playas.

Dirección: Este camino se puede tomar ya sea desde la ciudad de La Unión o desde la ciudad de Conchagua. Debe conducirse hasta llegar al punto conocido como cantón El Faro, a 3½ kilómetros de La Unión.

Precio: por persona y uso de canopy, pero solo por acceder a la reserva ecológica se cancela .50 para turistas nacionales y para extranjeros.

Horario: Todos los días de la semana, pero debe reservar un día antes.

Información: 2656-0286

e) Rapell

### **Chorro de La Calera, Juayua:**

El comité turístico de este lugar renta el equipo necesario para este deporte, el cual puede practicarse en los despeñaderos de sus cascadas.



Ilustración 49 Chorros de la calera Juayua

Los Chorros de la Calera son bellas cascadas que se encuentran en Juayúa, departamento de Sonsonate. Es un lugar ideal para practicar el rappel y darse un refrescante baño. Están ubicadas a 2 Km de Juayúa.

La caída de agua de los Chorros de la Calera es de unos 20 metros y sus aguas son recogidas en dos piscinas de unos quince metros de largo por siete de ancho, de donde siguen su curso por otras caídas pequeñas. Las pozas no son profundas las de arriba llegan a la cintura y las pozas de abajo llegan a las rodillas, por ende los niños son felices en estas pozas.

## **Puerta del Diablo**



Ilustración 50 Puerta del diablo

La puerta del diablo es uno de los lugares más adecuados para practicar rapel según uno de los miembros de la Federación de Montañismo y Escala

La Federación salvadoreña de montañismo fijó anclajes para descender, facilitándoles a los deportistas la práctica de éste deporte.

Se puede acudir a la Federación y acompañarlos a sus viajes. Normalmente los grupos deben ser de un mínimo de cinco personas y cada una cancela \$15.

Si es primera vez practicando rapel se descenderá de una altura de 12 ó 15 metros de altura. Es preferible practicarlos con pants para movilizarse mejor y estirar las piernas al máximo. Para más información llama al 2224-1627.

### **Competencia indirecta**

Entenderemos que la competencia indirecta, la forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos.

Por lo tanto, los competidores indirectos serán todos aquellos destinos turísticos que poseen características diferentes a las que ofrezcan los posibles productos turísticos ubicados en la zona norte del municipio de Tamanique y que representen una oferta atractiva al turista.

En este sentido, entre esta competencia están las playas y los balnearios (centros turísticos o parques acuáticos), mismos que se encuentran en la zona sur del municipio, en el departamento de la Libertad y en otros departamentos.

Este tipo de competencia no se analizara debido al perfil del turista que se desea atraer, el cual va orientado al turismo de aventura, cultural y de montaña el cual son analizados en la competencia directa del estudio.

### 4.3 Mercado abastecedor

#### Metodología del mercado Abastecedor

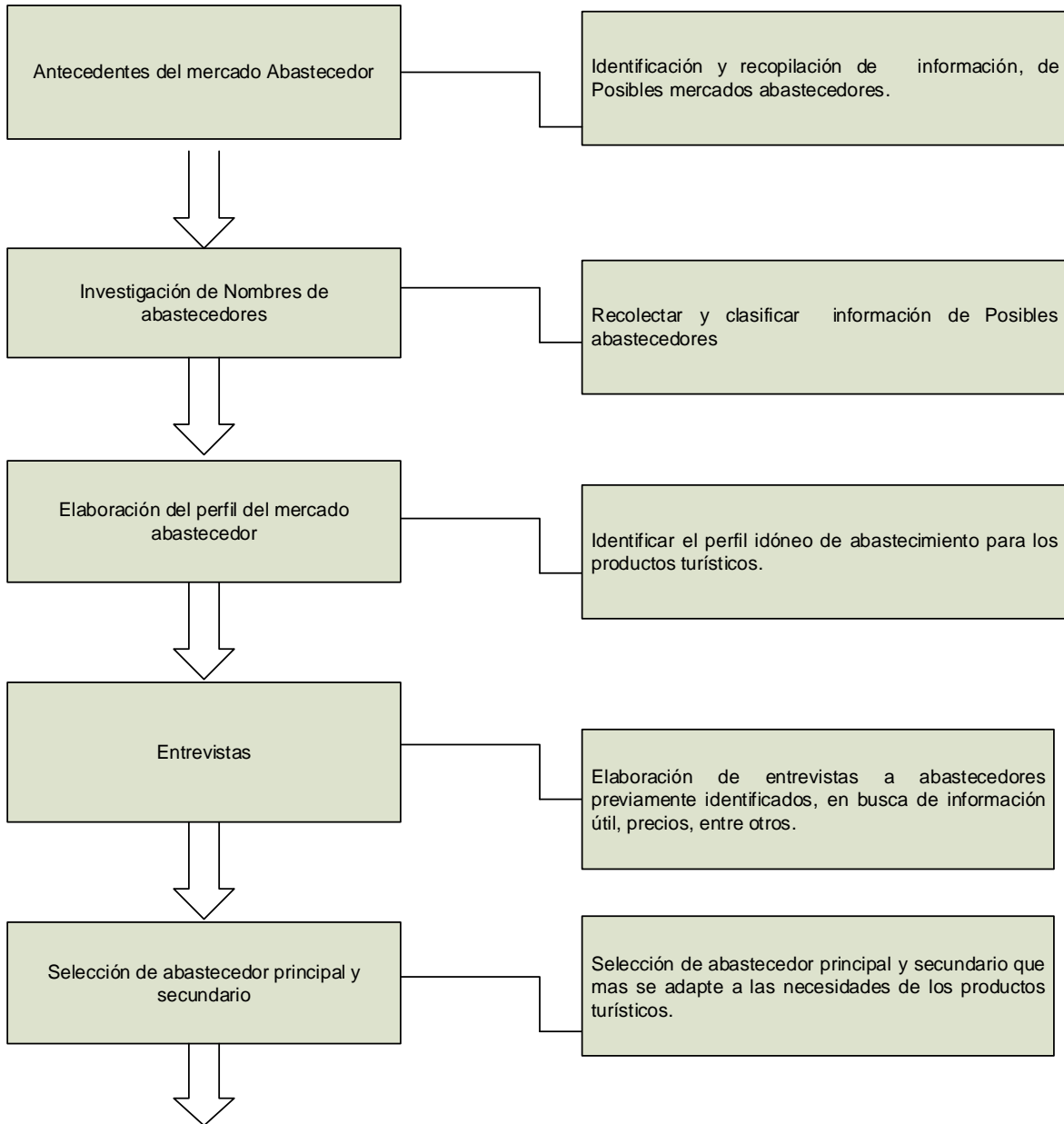


Ilustración 51 Metodología mercado abastecedor

### **Antecedentes del mercado abastecedor**

El mercado abastecedor, está constituido por todas aquellas que proporcionan insumos, materiales y equipos. También comprende a quienes proporcionan servicios financieros y de mano de obra.

Se debe tener presente que para obtener los productos que se van a ofrecer, se requiere contar con los insumos necesarios, en las cantidades, calidades y oportunidad requeridas.

Por tanto, el mercado proveedor constituye muchas veces un factor tanto o más crítico que el mercado consumidor. Cabe mencionar que para este proyecto que no se posee un producto tangible sino más bien es un servicio.

Para determinar el procedimiento de cálculo del costo de abastecerse, es fundamental la disponibilidad de insumos. Pero también el precio de los insumos es importante,

Las áreas de comercialización de las materias primas e insumos en estudio están relacionadas con el abastecimiento en mercados municipales en el área.

De igual manera se han considerado los municipios de Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán, La Libertad y San Salvador por considerarse que tienen un comercio más fuerte y por la cercanía al municipio, esto sin descartar algunos proveedores locales que pueden brindar insumos en un momento determinado.

### **Perfil del mercado abastecedor:**

A continuación se presenta una clasificación de los diferentes insumos para la implementación de productos turísticos requeridos para el siguiente proyecto.

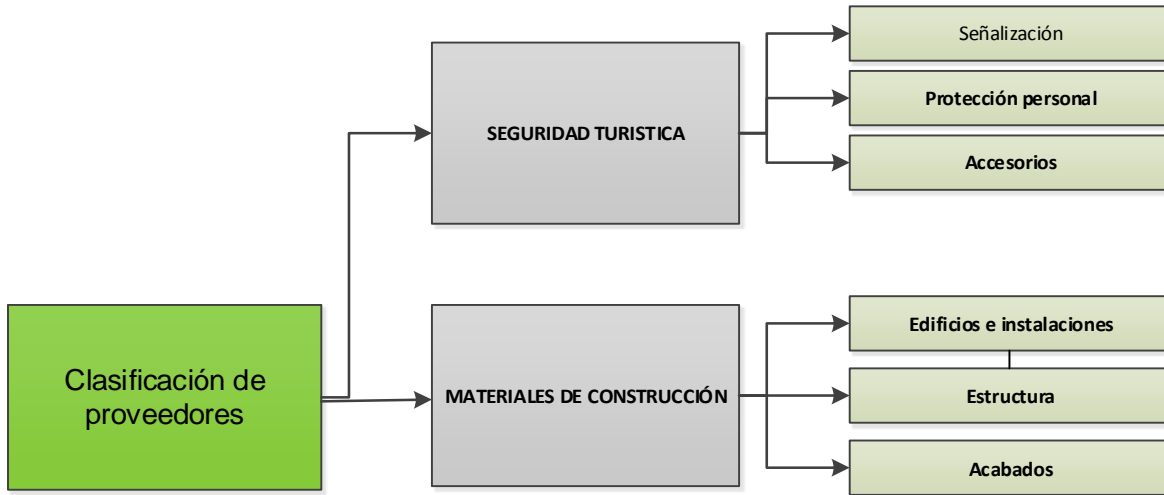


Ilustración 52 Clasificación de proveedores

### Seguridad Turística:

Entendemos por Seguridad turística, la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades.

#### Señalización

Sistema de información que, mediante vallas ubicadas en lugares estratégicos, permite la identificación de atractivos y bienes de interés turístico. Para tal fin, la Organización Mundial del Turismo ha establecido y recomendado una simbología y las características básicas de diseño, de tal manera que puedan ser reconocidos por los viajeros en cualquier lugar del mundo. (VALENCIA.2003). Autor: Arq. Jorge Valencia.

#### Protección personal

En cuanto a los equipos de protección personal tenemos que un equipo de protección deberá:

- Ser adecuado a los riesgos de los que haya que protegerse, sin suponer de por sí un riesgo adicional
- Responder a las condiciones existentes en el lugar
- Tener en cuenta las exigencias ergonómicas y de salud

d) Adecuarse al portador, tras los necesarios ajustes.

### **Accesorios**

Se entenderá en el caso particular como accesorio el uso de elementos de fijación externos al equipo de protección personal en lo relativo a canopy, tirolesa y arborismo (ascendedor, cordín, descendedor, deysi, estribo, línea de vida, mosquetón, etc.) también se consideran como accesorios elementos de seguridad en alojamientos como extintores.

### **Materiales de Construcción**

#### **Edificios e instalaciones**

Este tipo de proveedores se han considerado para la construcción del alojamiento con el fin de proporcionar comodidades de alojamiento a los turistas.

#### **Acabados**

Aquí se considerara todo tipo de acabados en interiores y exteriores sea este rustico o moderno tomando en cuenta las necesidades, los requerimientos, calidad y confiabilidad.

#### **Estructuras**

En este apartado se consideran las estructuras requeridas para el desarrollo de las actividades.

#### **Servicios**

- **Capacitaciones**

De acuerdo a las normas NSR 03.55.01:08 los prestadores de servicio turístico deben ser capacitados de acuerdo a las competencias técnicas específicas establecidas en la misma.



- **Financieras y cooperativa**

Se han considerado como proveedores las instituciones financieras para poder adquirir materiales, equipos y edificaciones.

- **Municipales**

La alcaldía municipal juega un papel importante en cuanto a la promoción de la organización de las comunidades si bien no debería considerarse como un proveedor pero si es un facilitador de múltiples servicios.

- **Básicos**

En el municipio los servicios de energía y agua residencial son prestados por Del Sur y Anda.

### **Identificación de insumos y materias primas, con sus posibles proveedores**

A continuación se enlistan los posibles proveedores o abastecedores para los diferentes productos turísticos para equipamiento y construcción de los mismos.

La investigación de campo se realizó en cuatro municipios: La Libertad, Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán y San Salvador. Es importante aclarar que Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán se tomaron en cuenta por cercanía al municipio en estudio y San Salvador, se consideró por ser la capital del país y tener variedad en productos y proveedores

Antes de iniciar con la recolección de precios, se identificaron qué insumos se comprarán y los lugares identificados como fuente de abastecimiento para los siguientes productos turísticos:

- a. Alojamiento
- b. Caminata
- c. Rapel
- d. Moto Tour

### Alojamiento

Para la construcción y funcionamiento del alojamiento es necesario definir tanto los insumos como los proveedores. Tomando en cuenta que se prestara servicio exclusivamente de alojamiento y que este tendrá una cocina solo para uso interno de los empleados.

Alojamiento	
INSUMOS EN INFRAESTRUCTURA	PROVEEDORES
Madera	Aserradero y venta de madera de La Libertad, Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán o San Salvador
Lamina #26	Ferretería de La Libertad, Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán o San Salvador
Cemento	
Arena	
Chapas de puertas	
Barniz	
Fibrolit	
Materiales para tuberías	
Inodoros	
Materiales eléctricos (conexiones eléctricas )	
Pernos todo rosca.	

Tabla 53 Insumos y proveedores para alojamiento

Insumos para equipamiento	
Camas	Tiendas Comerciales y almacenes
Toallas	
Almohadas	
Sobre fundas	
Sábanas	

Tabla 54 Insumos y proveedores para equipamiento

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

Tomando en cuenta que el lugar de alojamiento debe presentar condiciones de higiene y seguridad se enlistaron los siguientes insumos.

Insumos para la Higiene y Limpieza	
INSUMO	PROVEEDOR
Jabón de baño	Supermercados y minisuper
Jabón de mano	
Jabón de lavar ropa	
Basurero (depósitos)	
Detergentes	
Shampoo	
Suavizante	
Papel higiénico	
Servilletas	
Desinfectante de piso	

Tabla 55 Insumos y proveedores de productos de higiene y limpieza

La cocina es un espacio pensado para ser utilizado exclusivamente por los empleados, en caso que un cliente desee calentar un alimento podría hacer uso de ella.

Área de Cocina (Uso Colectivo)	
INSUMOS EN COCINA	PROVEEDOR
Microondas	Tiendas Comerciales y almacenes
Cafetera	
Licadora	
Cocina	

Tabla 56 Insumos y proveedores para el área de cocina

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Caminata

A continuación se enlistan los diferentes proveedores encontrados para satisfacer las necesidades de equipo para la realización de los productos propuestos.

Caminata	
INSUMO	PROVEEDOR
Capacitación de guías turísticos.	Instituciones especializadas en capacitación de personal, MITUR ; FUSADES, INSAFORP
Cursos de educación ambiental que permitirán la valoración de los recursos naturales.	
Delimitación de caminos y señalización	

Tabla 57 Insumos y proveedores para caminata

### Rappel

Los insumos requeridos para desarrollar el RAPPEL se detallan a continuación

Rappel	
Material y Equipo para Desarrollar la Actividad	
INSUMO	PROVEEDOR
Capacitación de guías turísticos.	Instituciones especializadas en capacitación de personal, MITUR ; FUSADES, INSAFORP
Arnés, mosquetones, cuerdas (nylon o gemelas de 7.7 y 8.1 mm de diámetro), guantes finos de cuero, anclas (sistema de anclaje 2 chapas con argollas), descendedor, casco, un cordino de 3 o 4 m,	Ferretería local, o FREUND Santa Tecla, VIDRI Santa Tecla, General Safety.

Tabla 58 Insumos y proveedores para rappel

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Moto Tour

Los requisitos para desarrollar el Moto tour se presentan en el siguiente cuadro

Moto Tour	
Material y equipo para desarrollar la actividad	
INSUMO	PROVEEDOR
Capacitación de guías turísticos.	Instituciones especializadas en capacitación de personal, MITUR ; FUSADES, INSAFORP
Motocicleta	Moto tour El Salvador (proveedor especializado en el país), vcr
Casco	Moto tour El Salvador, vcr, KN motors
Botas	
Guantes	

Tabla 59 Insumos y proveedores para moto tour

### Comparación de precios con algunos proveedores

En este apartado se hace un primer sondeo sobre los precios que actualmente se encuentran en el mercado, con el fin de poder hacer comparaciones y así seleccionar el proveedor más adecuado

Los datos de los precios que se presentan a continuación se obtuvieron directamente de las fuentes de abastecimiento. Para ello, se realizó una visita a cada una de las fuentes y se tomó nota de los precios que ofrece para cada producto.

INSUMOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
<b>Madera</b>	Aserradero y venta de madera.; \$125/10 tablonos equivalentes a 1 árbol.	Familiares aledaños; \$100/árbol
<b>Lamina #26</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri; \$10.78/unidad.	Freund, Santa tecla; \$12/lamina
<b>Cemento</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador; \$8.63/bolsa	Freund, Santa tecla; \$8.50/bolsa Casa Agrícola: \$8.25
<b>Arena</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador; \$21.15/mt.	Freund, Santa tecla; \$20/mt. Casa Agrícola: \$ 16.0 mtr.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

INSUMOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
<b>Chapas de puertas</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.;\$16.78/unidad.	Freund, Santa tecla;\$18/unidad;4chapas
<b>Barniz</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.; \$58.75/cubeta.	Viduc, Plaza Merliot; \$60/cubeta; 3 cubetas
<b>Fibrolit</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.; \$41.04/pliego.	Viduc, Plaza Merliot; \$40/pliego
<b>Materiales para tuberías</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.; \$18.15/tubo.	Viduc, Plaza Merliot; \$18/tubo
<b>Inodoros</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.; \$45.78/unidad.	Viduc, Plaza Merliot; \$60/unida
<b>Materiales eléctricos (conexiones eléctricas )</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.; \$304.16/ equipamiento completo.	Viduc, Plaza Merliot; \$300/ equipamiento completo.
<b>Pernos todo rosca.</b>	Ferretería de Santa Tecla; o San Salvador o Vidri.; \$3.56/varillas.	Viduc, Plaza Merliot; \$3.50/varilla

Tabla 60 Cotización de precios de materiales de construcción

## Comparación de precios para insumos en equipamiento de infraestructura

Cotización de Precios		
INSUMOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
<b>Camas</b>	Cualquier otra comercial que brinda un bajo precio.; \$340.25/unidad.	Comercial Lupita, Santa Tecla.; \$700/2 camas
<b>Toallas</b>	Cualquier otra comercial que brinda un bajo precio.; \$9.50/unidad.	Comercial Lupita, Santa Tecla.; \$10/unidad.
<b>Almohadas</b>	Cualquier otra comercial que brinda un bajo precio.; \$8.75/unidad.	Comercial Lupita, Santa Tecla.; \$10/unidad.
<b>Sobre fundas</b>	Cualquier otra comercial que brinda un bajo precio.; \$29.50/juego.	Comercial Lupita, Santa Tecla.; \$35/juego.
<b>Sábanas</b>	Cualquier otra comercial que brinda un bajo precio.; \$13.67/juego	Comercial Lupita, Santa Tecla.; \$15/juego

Tabla 61 Cotización de precios de materiales para equipamiento

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Comparación de precios para insumos para limpieza e higiene.

INSUMOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
<b>Jabón de baño</b>	Super Selector \$2.50/3 unidades	Mercado Santa Tecla; \$2.95/3 unidades
<b>Jabón líquido para manos</b>	Super Selectos; \$5.75/Galón	Mercado Santa Tecla; \$6/galón.
<b>Jabón de lavar ropa</b>	Super Selectos; \$2.34/3 barras.	Mercado Santa Tecla; \$2.45/3 barras. Xedex.
<b>Jabón para lavar trastes</b>	Super Selectos; \$5.95/Galón	Mercado Santa Tecla; GALON \$ 6.00
<b>Lejía Pura.</b>	Super Selectos; \$1.90/Galón	Mercado Santa Tecla; GALON \$ 2.00
<b>Basurero (depósitos)</b>	Super Selectos; \$3.11/undiad	Mercado Santa Tecla; \$3.15/unidad.
<b>Detergentes</b>	Super Selectos; \$1.28/bolsa 350gr.	Mercado Santa Tecla; \$1.46/bolsa 345gr.
<b>Shampoo</b>	Super Selectos; \$6.35/unidad.	Mercado Santa Tecla; \$7.89/unidad.
<b>Suavizante</b>	Super Selectos; \$2.90/unidad 300gr	Mercado Santa Tecla; \$2.85/unidad 300gr.
<b>Papel higiénico</b>	Super Selectos; \$4.85/paquete de 24 rollos.	Mercado Santa Tecla; \$5.76/paquete de 24 rollos.

Tabla 62 Cotización de precios de insumo de limpieza

### Comparación de precios para moto tour

INSUMOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
<b>Moto</b>	VRC \$1 595 RR200CC Marca AHM AÑO 2014	KN motors \$ 9850 Ktm 250 ex
<b>Spider</b>	VRC \$2 195 Spider 200 CC Marca AHM	KN motors \$ 9850 Renegade 500cc año 2013
<b>Pantalón</b>	VRC \$ 81 Pantalón Fly F16	KN motors \$63.28 Pantalón troy lee
<b>Jersey</b>	VRC \$ 36	KN motors \$-

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

INSUMOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
	Jersey Fly F16	
<b>Casco</b>	VRC \$ 148.5 Casco Fly trekkey	KN motors \$ 313.0 Casco comp light
<b>Guantes</b>	VRC \$ 31.5 Guantes Fly	KN motors \$ 49.0 Guantes KTM

Tabla 63 Cotización de precios para moto tour

### Listado de proveedores:

A continuación se presenta una tabla resumen de los diferentes proveedores tanto en el municipio como en los municipios aledaños considerados.

#### Equipos de seguridad

PROVEEDOR	MUNICIPIO
General Safety Mototour El Salvador	San Salvador

Tabla 64 Proveedores para equipos de seguridad.

#### Electrodomésticos y muebles

PROVEEDOR	MUNICIPIO
Comercial Don Amado	La Libertad
Comercial Amor es	
El Mundo de los Muebles	
Bazar y calzado el nuevo Arco Iris	
Pretty house	
Almacenes Tropigas	
Amacenes Prado	
Comercial Portillo	Santa Tecla

Tabla 65 Proveedores para electrodomésticos y muebles.



**Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Ferreterías y Materiales de Construcción

PROVEEDOR	MUNICIPIO
Venta De Madera Y Carpintería	La Libertad
Fábrica De Block Santa Cruz	
Agro Ferreteria San Rafael	
Agro Ferreteria Del Pacifico	
Casa Agrícola	
Ferreteria El Constructor	Santa Tecla
Omnipack S.A. De C.V.	
Repelec	
Sacuanjoche ,S.A De C.V	
Ferreteria Santa Marta	
Ferreteria La Favorita	
Cofesal, S.A. De C.V.	
Prelo, S. A. De C. V.	
Suministros Chiltiupan	
Ferreteria Automotriz, S. A De C. V.	
Ferrominera, S. A. De C. V.	
Soluciones Y Herramientas, S.A. De C.V.	
Inbau, S.A. De C.V.	
Suministros De Material Fatima, S.A. De C.V.	
Mini - Ferreteria " El Progreso "	
Industrias Plasticas Grace	
Ferretodo	
Ferreteria La Favorita	
Distribuidora B Y P	
Casa De La Herramienta Y Agroferreteria El Paso	Antiguo Cuscatlán
Powercon , S.A. De C.V.	
Casa De La Herramienta	
Francisco Humberto Bolaños Posada	
Amaya Corleto, S.A. De C.V.	
Mayoreo Ferretero Centroamericano S. A. De C.V.	
Ferreteria Rudy, S.A. De C.V.	
Distribuidora Monolit, S. A. De C. V.	
Sacha, S.A De C.V	
Improfersosa	
Casa Rivas S. A. De C. V.	

**Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

PROVEEDOR	MUNICIPIO
Repuestos Para Electronica, S.A. De C.V	San Salvador
Opciones El Salvador. S.A De C.V.	
Prodimco S.A De C.V.	
Ferreterias Vikingo S.A De C.V.	
Ceramix, S.A De C.V.	
Viduc Ferreterias	
Surtielectric Energia, S.A. De C.V.	
Ferrodepot, S.A. De C.V.	
La Casa Del Soldador, S.A. De C.V.	
Inversiones La Fuente, S. A. De C. V.	
Ferreteria La Campana	
Didema	
Dimarti , S. A. De C. V.	
Cecofesa. De C.V.	
Distribuidora De Acero S.A De C.V	
Caposa, S.A. De C.V.	
Negocios Asociados, S. A. De C. V.	
Radio Parts, S .A. De C. V.	
Esco De El Salvador, S.A. De C.V.	
Suministros Tierra Nuestra, S. A. De C. V.	
Josnab	
Didelco, S.A De C.V.	
Almacenes Vidri, S. A. De C. V.	
Castella Sagarra,S .A De C.V	
Panades S. A. De C. V.	
Cotace De J.F.	

Tabla 66 Proveedores para materiales de construcción.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Tiendas y supertiendas

PROVEEDOR	MUNICIPIO
Despensa familiar	La Libertad
Súper Selectos	
Tienda El Mercadito	
" Ezer Isaac"	
Tienda Y Variedades Karlita	
Tienda El Sinaí	
Tienda El Ángel	
Price mart	Antiguo Cuscatlán

Tabla 67 Proveedores para materiales de construcción.

### Especificaciones de compra

Al momento de la compra es necesario tomar en cuenta diversos aspectos que sirven como parámetro para realizar la compra, la elección debe ser realizada por personal capacitado y requerirá un amplio conocimiento de los posibles riesgos en el lugar de uso.

A continuación se presentan algunos elementos a considerar.

		
<p><b>Criterios de Calidad:</b>                      El empaque debe estar completamente sellado                      No debe haber fuga del contenido                      El contenido no debe presentar grumos                      Para los artículos que contengan olores, debe tomarse en cuenta que este no sea ofensivo.</p>	<p><b>Criterios de calidad:</b>                      Los materiales de construcción deben ser resistentes al fuego de larga duración.                      Las bolsas de cemento no deben estar húmedas, abiertas o con material endurecido.                      Los sintéticos como el PVC, no deben estar agrietados.</p>	<p><b>Criterios de calidad:</b>                      Los diferentes elementos deben revisarse y no contener grietas, decoloración en el material, no haber sufrido ningún tipo de daño, es importante tomar en cuenta la naturaleza del equipo así como el riesgo a cubrir.</p>

Ilustración 53 Criterios para seleccionar material y equipo

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Entrevistas a proveedores

Para la investigación de campo se realizó una pequeña entrevista a los diferentes proveedores de material y equipo, con el fin de registrar información que será útil al momento de la evaluación y selección de los mismos. En algunos casos se obtuvieron las cotizaciones respectivas, sobre todo para el caso de ferretería y almacenes.

A continuación el siguiente cuadro muestra las preguntas realizadas con su respectiva respuesta:

Proveedor encuestado	Respuestas obtenidas
Supermercados	1. ¿Dispone usted de estos productos? <b>Si estaban</b> 2. ¿Cuál es el precio unitario? <b>Ver cuadro comparativo de precios</b> 3. ¿Ese precio incluye transporte, garantía? <b>Si</b> 4. ¿Cuál es el tiempo de entrega? <b>El mismo día</b> 5. ¿Existe siempre disponibilidad de productos? <b>Si únicamente para en el caso de Super Selectos.</b> 6. ¿Existe respuesta en caso de existir reclamos? <b>Si</b>
Ferreterías: entrevistados VIDRI, FREUND Y Casa Agrícola de La Libertad	1. ¿Dispone usted de estos productos? <b>Si estaban</b> 2. ¿Cuál es el precio unitario? <b>Ver cuadro y cotización comparativo de precios</b> 3. ¿Ese precio incluye transporte, garantía? <b>Si</b> 4. ¿Cuál es el tiempo de entrega? <b>El mismo día</b> 5. ¿Existe siempre disponibilidad de productos? <b>Si</b> 6. ¿Existe respuesta en caso de existir reclamos? <b>Si</b>
Ventas de equipos de	1. ¿Dispone usted de estos productos? <b>Si estaban</b>

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Proveedor encuestado	Respuestas obtenidas
protección	2. ¿Cuál es el precio unitario? <b>Ver cuadro y cotización comparativo de precios</b> 3. ¿Ese precio incluye transporte, garantía? <b>Si</b> 4. ¿Cuál es el tiempo de entrega? <b>El mismo día</b> 5. ¿Existe siempre disponibilidad de productos? <b>Si</b> 6. ¿Existe respuesta en caso de existir reclamos? <b>Si</b>
Casas comerciales, almacenes Prado, Tropigas	1. ¿Dispone usted de estos productos? <b>Si estaban</b> 2. ¿Cuál es el precio unitario? <b>Ver cotización</b> 3. ¿Ese precio incluye transporte, garantía? <b>Si</b> 4. ¿Cuál es el tiempo de entrega? <b>El mismo día solamente si el producto no se encuentra en el almacén solicitado deberá esperar 2 días para su envío.</b> 5. ¿Existe siempre disponibilidad de productos? <b>Si</b> 6. ¿Existe respuesta en caso de existir reclamos? <b>Si, garantías de un año.</b>

Tabla 68 Resumen con resultados del sondeo

### Selección de proveedores

Para la selección de posibles proveedores se presenta una serie de criterios a considerar para seleccionar al más conveniente.

### Criterios de comparación de las fuentes de abastecimiento

A continuación se presentan los criterios que servirán para seleccionar a los proveedores idóneos.

### **Calidad del Producto**

Se debe evaluar si los productos cumplen a cabalidad o no los criterios de calidad establecidos.

### **Precio**

Este criterio es muy importante ya que las iniciativas no cuentan con un capital amplio por lo que se debe evaluar este criterio con mucho detenimiento pero tomando en cuenta que se quiere calidad de producto.

### **Condiciones de Entrega**

Se evaluará la capacidad de la fuente de abastecimiento de ofrecer el transporte de los insumos hasta las iniciativas.

### **Disponibilidad de la Presentación de Compra**

Se evalúa si la fuente ofrece la presentación de compra que se requiere.

### **Condiciones de Pago**

Se deben analizar las condiciones de pago si existe o no financiamiento o si solamente se hacen los pagos al contado.

### **Localización**

Se pretende que las fuentes de abastecimiento estén cercanas a las iniciativas ya que así se reducirán costos de transporte y los insumos llegarán en mejores condiciones.

Para la evaluación de los criterios se realizará en la etapa de diseño detallado una visita a cada una de las fuentes de abastecimiento y se tomará nota de cuales cumplen o no con los criterios establecidos.

#### 4.4 Mercado distribuidor

### Metodología del mercado distribuidor

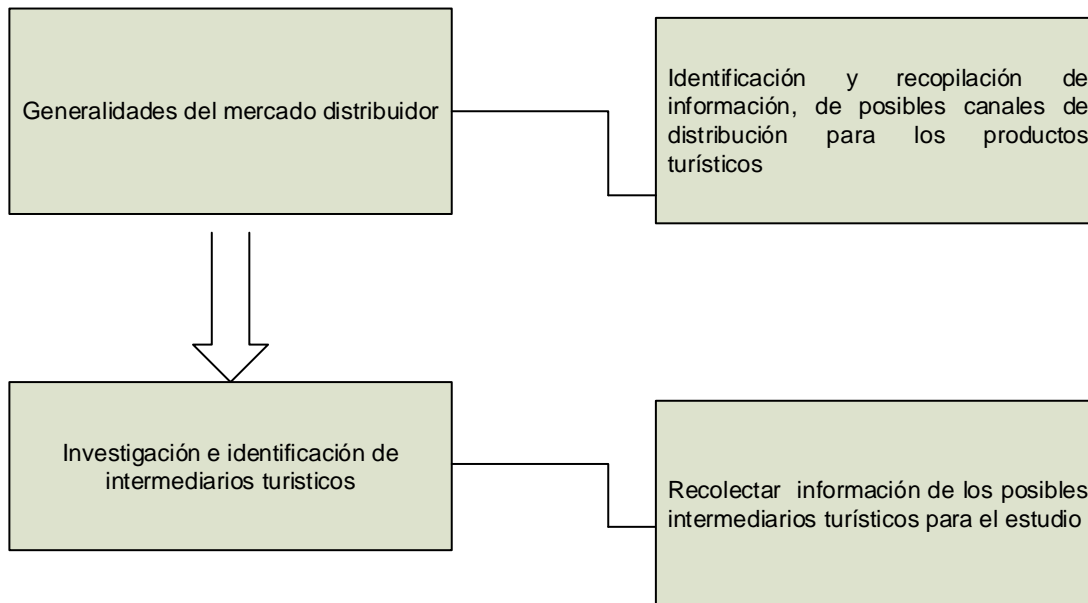


Ilustración 54 Metodología mercado Distribuidor

### **Antecedentes de Mercado distribuidor:**

Se entiende que la distribución física de los productos, consiste en acercar el producto al cliente. Al aplicar al Turismo este concepto, se hace referencia al acercamiento del consumidor al producto.

En cuanto a los canales de distribución turística, la localización o punto de venta es importante; sin embargo, la localización no es suficiente y es necesario tener una red de ventas que actúe lejos del lugar de producción debido a la distancia entre consumidor y prestatario, al deseo de captar nuevos clientes y a la necesidad de generar ventas anticipadas.



### **Distribución Turística**

El objetivo básico de la distribución turística es poner el producto a disposición del consumidor, en el lugar y en el momento en que dicho consumidor lo necesita, se trata de un desplazamiento del consumidor hacia el producto.

En el sector turístico, por su carácter de servicio, es imprescindible que se cuente con la presencia del turista en la zona receptiva.

La primera y gran diferencia entre la distribución de bienes de consumo y los servicios, radica en que el desplazamiento físico no lo realiza el servicio sino el consumidor-turista.



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

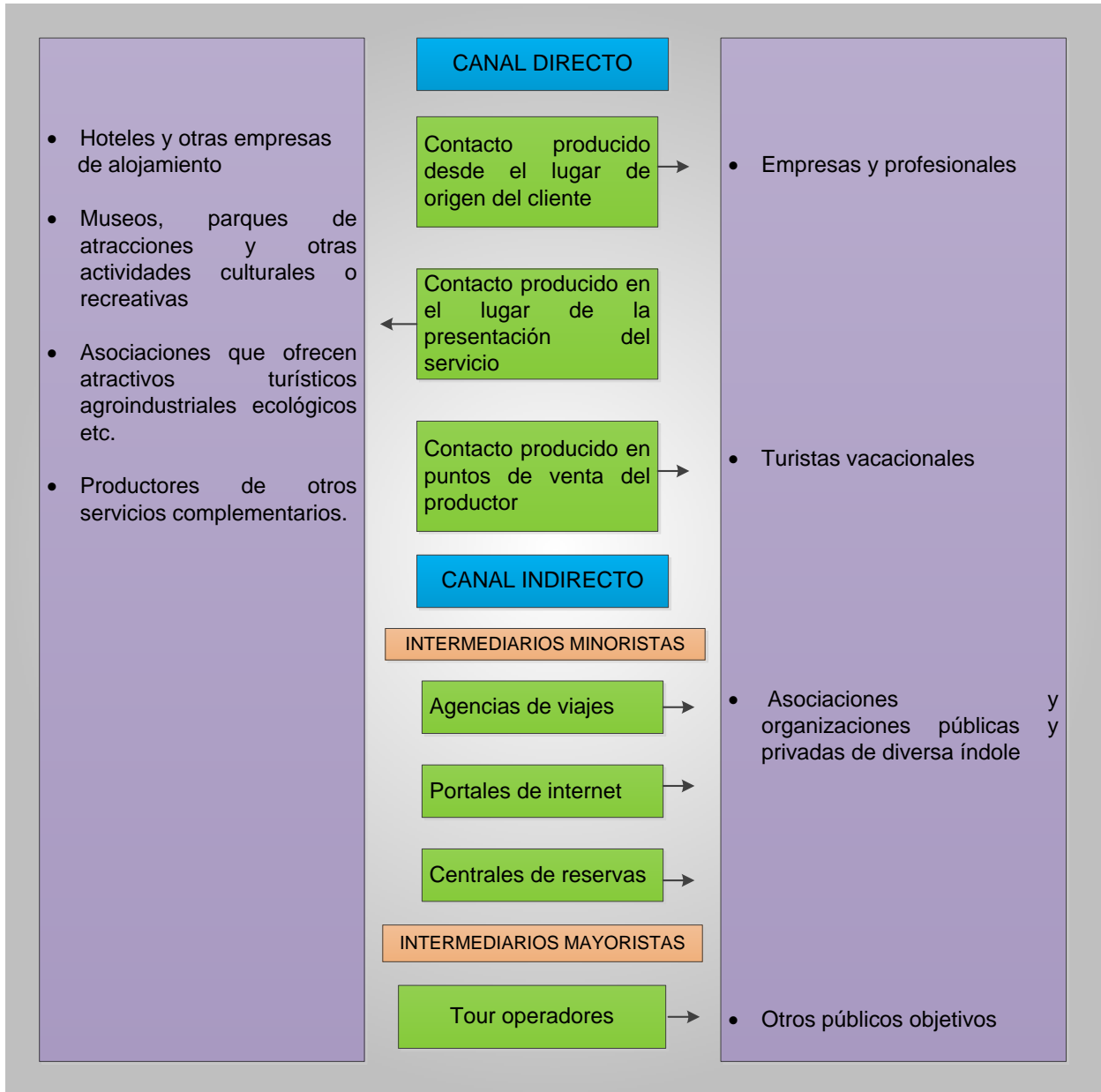


Ilustración 55 Tipos de comercialización o canales de distribución

### **Distribución Indirecta**

Implica la existencia de intermediarios entre el consumidor y los productos, supone establecer acuerdos entre las partes para el buen funcionamiento de las mismas. Al igual que con los bienes consumibles puede elegir entre distribuciones extensivas, intensivas y selectivas o exclusivas.

Los intermediarios básicos son los mayoristas o Tour-operadores y los minoristas o AAVV (agencias de viajes), no obstante, se ha de considerar también la figura del mayorista / minorista. Las funciones de estos son vender servicios turísticos, asesorar a los clientes potenciales, organizar combinaciones de servicios turísticos y mediar con sus prestadores.

En la actualidad las nuevas tecnologías cobran importancia en la labor de intermediación la función de asesoramiento.

- **La agencia de viajes mayorista o Tour-operador:** encargada de fabricar, componer o agrupar los distintos elementos heterogéneos que configuran lo que denominamos y conocemos como paquete turístico para el consumidor y se pone a su disposición a través de un distribuidor antes de que los consumidores expresen sus necesidades y deseos.
- **La agencia de viajes minorista:** intermediario entre la mayorista y el consumidor final, y su función es concretar en su establecimiento la adquisición de cualquier clase de producto turístico, desde los confeccionados por los mayoristas hasta los demandados a medida por el cliente, tanto de forma global como de forma individual; a diferencia con la mayorista la minorista no puede distribuir sus productos entre otras agencias.

La forma en que consiguen los minoristas los beneficios, es mediante la obtención de una comisión incluida en el precio de venta al público y que en consecuencia la agencia cobra del proveedor, mientras que en el comercial

esta compra al proveedor a precio de costo y vende al cliente a precio de venta, siendo la diferencia el beneficio

En el ámbito de los intermediarios dependiendo de la extensión que este abarque en el servicio que presta y lo requerido por el propietario del producto turístico este puede ser de dos tipos:

- **Canal Largo:** Número de intermediarios elevado. Como mínimo intervienen desde el prestatario, los Tour Operadores, la Agencia Mayorista, la Agencia minorista hasta llegar al consumidor.
- **Canal Corto:** Número de intermediarios reducido. Está constituido por el prestatario, Agencia minorista y consumidor. Se elige esta forma cuando el número de detallistas es muy reducido o tiene un alto potencial de compra.

### **Intermediarios minoristas o agencias de viajes**

Las agencias de viajes minoristas son el colectivo más cuantioso dentro del canal de distribución.

Entre los productos comercializados que comercializan se incluyen:

- **Servicios**

Paquetes provenientes de tour-operadores, donde el producto viene totalmente definido o definido en muy alto grado, si bien cada vez es mayor la flexibilidad en algunos aspectos como el tipo de alojamiento o extensiones del viaje.

Productos básicos que generalmente son requeridos ante una demanda específica y explícita de un cliente: transporte, alojamiento, u otros.

Productos complementarios: seguros, espectáculos, visitas y excursiones, renta de autos, cambio de moneda extranjera.

- **Características básicas de las agencias de viajes minoristas:**

- Actúan como intermediarios de las agencias mayoristas en la comercialización de paquetes turísticos.
- Elaboran productos específicos (ensamblan) bajo demanda y, en ocasiones, para su oferta, contactando con una gran variedad de proveedores con los cuales deben contratar para poder combinar los diferentes servicios de alojamiento, transporte, seguros y otros.
- Están en contacto con el cliente final y por tanto pueden ejercer un papel determinante orientando la decisión del turista hacia unos u otros destinos o productos.

Los tours operadores en muchos casos, acuden a estas agencias para poder ofrecer un servicio completo al turista con los servicios complementarios que se necesitan y que estas agencias ofrecen, pero en muchos casos los tours operadores poseen la capacidad en recurso para ofrecer también algunos de estos servicios sin acudir exclusivamente a las agencias de viajes, aunque algunos de ellos siempre son necesarios contratarlos, más que todo en el caso de los tours operadores receptivos en los que se maneja más turista extranjero que nacional.

En el caso de los canales directos en que los propietarios de la región turística y que está impulsándolo quiere realizar por su cuenta la distribución de su oferta turística, contrata a los minoristas para concretar elementos como transporte, y otros servicios que estos ofrecen y que necesitan sean brindados al consumidor turístico.

### **Intermediarios emisores y receptores**

Los intermediarios mayoristas en el mayor de los casos tours operadores también pueden clasificarse en Emisores y Receptivos, en nuestro país muchos están catalogados como operadores receptivos, ya que la mayor parte de turistas que

buscan su servicio son extranjeros, pero también se le brinda el servicio a turista interno aunque estos operadores son buscados muy poco por el turista nacional, por lo que los intermediarios pueden ser específicamente receptivos, tomar los dos papeles o ser exclusivamente emisores, pero lo que más puede percibirse en muchos casos es que se brinde un servicio que combina las dos clasificaciones . Las diferencias entre ellas se exponen en el cuadro siguiente:

Las agencias de viajes receptivas son las que más información y mejor conocen el destino de ahí que pueden darle un valor diferencial a éste, y las que mantienen un contacto más estrecho con el cliente durante gran parte de la experiencia turística de éste, por lo que en definitiva son las principales responsables de convertir en realidad los sueños que el vacacionista tiene cuando contrata un viaje. Su actividad principal es integrar todos los servicios en el destino, ya sean el alojamiento, la transportación, la asistencia y la alimentación, entre otros, garantizando que en su conjunto sean atractivos, variados, económicos y accesibles.

- **Agencias de viajes emisoras:**

Las agencias de esta categoría se enfocan en enviar viajeros a áreas geográficas distintas del lugar donde se encuentra la propia agencia o también de atender a personas que pertenecen a la misma región en los lugares turísticos que posee ese país.

- **Agencias de viajes virtuales**

Aquellas que sólo existen en Internet. Su novedad radica en la posibilidad de cruzar las distintas opciones y precios de gran número de proveedores, dando la “sensación” al viajero de hacerse uno mismo el viaje.

Los productos turísticos en general y los hoteleros en particular usualmente no se venden por separado.

Mientras que los sitios de los suministradores tienden a enfocarse a un solo producto, las mega agencias en línea ofrecen una experiencia de compra más completa que incluye la reserva de hotel, alquiler de vehículo, transporte aéreo y una amplia variedad de otros servicios turísticos en una sola transacción.

Estas agencias también ofrecen un espectro mayor de marcas que cualquier suministrador individual y tienden a competir entre ellas en términos de precios y métodos de operación.

### **Funciones de los intermediarios**

1. Como punto de venta detallista, incrementan la accesibilidad del potencial consumidor a la información de nuestros servicios.
2. Representan un considerable apoyo en las acciones promocionales.
3. Informan, asesoran y aconsejan al cliente sobre el producto y su compra.
4. Cobran y tramitan el importe de la venta.
5. Son una fuente potencial de información de mercado.
6. Reciben, asisten y gestionan las quejas de los clientes.
7. El cobro de comisiones por los detallistas.
8. Venta capacidad en grandes grupos.

### **Aspectos que se consideraran para seleccionar un canal de Distribución.**

1. Características del mercado analizando los segmentos a los que está dirigido el turoperador.
2. Características del producto que determinen la necesidad de intermediarios, que tan amplio o extenso se necesitara el servicio, ya que algunos servicios que ofrecen los tours operadores serán realizados por el personal de los propietarios dentro de los comités que se realizan como los guías turísticos.
3. Características de los intermediarios, considerando su disponibilidad y eficacia.
4. Posicionamiento que se desea, cobertura del mercado que se pretende alcanzar.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

5. Limitaciones legales: si es restrictiva y limita la distribución y venta de productos- servicios.

6. Relación con otros canales de distribución, para poder hacer alianzas y realizar una red más amplia del servicio.

### **Canales de distribución en El Salvador.**

#### **Tour-Operadores**

En nuestro país existe variedad de empresas de tour operadores, debido al tema que se está trabajando, se buscaron agencias que ofrecen y/o venden productos turísticos, tal como se muestra a continuación.

Es importante mencionar que el orden en que se encuentran las empresas, es por prioridad debido a factores discriminantes como la cercanía al municipio de Tamanique y la variedad de servicios ofertados. A la hora de establecer un trato con una de estas empresas, se recomienda seleccionarlas en el orden que aparece.


<b>Información de la empresa</b>	<b>Descripción</b>
<p><b>Nombre de la empresa:</b> Explore El Salvador</p>  <p><b>Dirección:</b> Calle El Nispero, Residencial Bosques de Santa Elena II, #26-H, La Libertad, El Salvador. <b>Teléfonos:</b> (503) 2257-7273, (503) 7736-6583 <b>Fax:</b> (503) 2257-7273 <b>Url:</b> www.exploresalvador.com <b>Email:</b> info@exploresalvador.com</p>	<p>Es una empresa dedicada a prestar servicios turísticos en El Salvador cumpliéndolos más altos estándares de calidad. Se adaptan a todas las exigencias: culturales, naturaleza, historia, aventura, playa, deportes extremos, etc. Con extensiones a Guatemala y Honduras disponibles.</p> <p>Experiencia en turistas individuales, grupos, familias, delegaciones.</p> <p>Cuentan con guías y conductores capacitados.</p> <p>Vehículos recientes, cómodos y en óptimas condiciones.</p>
<p><b>Nombre de la empresa:</b> CADISI Tours Operador</p>	<p>Empresa de turismo receptivo enfocada en ofrecer servicios y productos turísticos regulares, tours diarios, tours de estudiantes y tours hechos a la medida. Los tours</p>

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Información de la empresa	Descripción
 <p><b>NOMBRE</b></p> <p><b>DE CONTACTO :</b> José Antonio Méndez  <b>TELEFONO :</b> (503) 2243-3584 / 7729-5887  <b>FAX :</b> (503) 2243-3660  <b>CORREO</b>  <b>ELECTRONICO:</b> <a href="mailto:info@cadisitours.travel">info@cadisitours.travel</a>,  <a href="mailto:invertures@yahoo.es">invertures@yahoo.es</a>  <b>PAGINA WEB :</b> <a href="http://www.cadisitours.travel">http://www.cadisitours.travel</a>  <b>DIRECCION :</b> Jardines de Guadalupe Av.  Mississippi 29, Antiguo Cuscatlán,  La Libertad, El Salvador C.A</p>	<p>incluyen recorridos por: Montañas, Pueblos Coloniales, Museos, Playas, Ciudades, Sitios Arqueológicos, Volcanes, Lagos y Ríos por El Salvador. Con programa Multidestinos, ofrecen extensiones a la Antigua, Chichicastenango, Ciudad de Guatemala, Copán, Granada, León, Masaya y Managua, conectando todos con San Salvador.</p>
<p><b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> Epic Tours El Salvador</p>  <p><b>NOMBRE DE CONTACTO:</b> Esther van Dort  <b>TELEFONO:</b> (503) 2252-7822 y 7890-4751  <b>FAX:</b> (503) 22527822  <b>CORREO</b>  <b>ELECTRONICO:</b> <a href="mailto:info@epictourselsalvador.com">info@epictourselsalvador.com</a>/  <b>PAGINA</b>  <b>WEB:</b> <a href="http://www.epictourselsalvador.com/">http://www.epictourselsalvador.com/</a>  <b>DIRECCION:</b> Res Palo Alto, Calle el Alcazar #A1, Zaragoza, La Libertad</p>	<p>Epic Tours es una compañía especializada en turismo de aventura, con más de 8 años de experiencia. Epic Tours ofrece viajes a la medida, adaptados al gusto e interés de nuestros clientes hacia todos los destinos de interés turístico en El Salvador y sus alrededores en C.A., incluyendo transporte, guía bilingüe, excursiones, entradas y alojamiento. Ofreciendo un servicio más personal y altamente interactivo. Los grupos pueden ser de todas las edades, el interés y el tamaño. Tienen una división en la compañía enfocado en turismo de surf, Epic Surfing Adventures. Son miembros de la cámara de turismo de El Salvador (CASATUR), de la asociación salvadoreña de operadores de turismo (ASOTUR) y de Adventure Travel Trade Association (ATTA)</p>
<p><b>NOMBRE DE LA EMPRESA:</b> NAHUAT TOURS</p>	<p>NAHUAT TOURS es una empresa que se dedica al turismo receptivo a través de la</p>



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Información de la empresa	Descripción
 <p><b>NOMBRE DE CONTACTO:</b> Lic. Mario Domínguez  <b>TELEFONO:</b> 2257-4895 y 2533-8952  <b>CEL:</b> 7874-8402 y 7160 -6139.  <b>CORREO ELECTRONICO:</b> <a href="mailto:info@nahuatours.com">info@nahuatours.com</a>  <b>PAGINA WEB:</b> <a href="http://www.nahuatours.com">http://www.nahuatours.com</a>  <b>DIRECCION:</b> Concepción de Ataco, localizado al norte departamento de Ahuachapán, a una altura de 1,300 metros sobre el nivel del mar, y a una distancia de 96 Km. de la ciudad de San Salvador.</p>	<p>promoción de los principales atractivos naturales e históricos de El Salvador y Centroamérica. Para tal desarrollan una gama de tours clasificados en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tours de ciudad.</li> <li>○ Ecoturismo.</li> <li>○ Tours de Playa.</li> <li>○ Tours arqueológicos.</li> <li>○ Tours panorámicos.</li> <li>○ Pesca.</li> <li>○ Canopy</li> <li>○ Tours en Buggy.</li> <li>○ Rafting.</li> <li>○ Tours en bici montaña.</li> <li>○ Tours Gastronómicos.</li> <li>○ Ruta artesanal.</li> <li>○ Ruta de La Paz.</li> <li>○ Servicios de transporte ejecutivo.</li> </ul> <p>Guías bilingües, (Inglés, Francés y Portugués), capacitados para brindar el mejor servicio. Vehículos año reciente con aire acondicionado y seguro con cobertura nacional e internacional.</p>
<p><b>Nombre de la empresa:</b> El salvador Xpedition.  <b>Dirección:</b> Condominio Puerta de Altamira No.26, apto. 111, San Salvador, El Salvador.  <b>Teléfonos:</b> (503) 2531-0105, (503) 7838-5883  <b>Fax:</b> (503) 2124-8918  <b>Url:</b> <a href="http://www.elsalvadorxpedition.com.sv">www.elsalvadorxpedition.com.sv</a></p>	<p>Turismo emisor y receptivo, venta de paquetes turísticos personalizados a empresas, colegios, grupos familiares, nacionales y extranjeros, a nivel nacional e internacional, turismo de aventura, deportes extremos, reservación de hoteles, servicio de guías calificados. Transporte turístico, traslados al aeropuerto. Precio varía de acuerdo al número de personas.</p>
<p><b>Nombre de la empresa:</b> Salvadorean Tours, S. A. de C.V.</p>	<p>Salvadorean Tours es una compañía orientada a la excelencia en el servicio en la realización de tours, congresos, eventos y transporte. Ofrecemos tours en todo el país, visitando ciudades coloniales; caminatas ecológicas a cascadas; naturaleza; volcanes y sol y playa: Costa del Sol y</p>

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Información de la empresa	Descripción
 <p><b>NOMBRE DE CONTACTO:</b> Lic. Rodrigo Moreno Gerente de Mercadeo y Lic. Cecilia de Moreno - Gerente General  <b>TELEFONO:</b> 2243-6113 / 2243-6074  <b>FAX:</b> 2243-6159  <b>CORREO ELECTRONICO:</b> <a href="mailto:salvadoreanontours@gmail.com">salvadoreanontours@gmail.com</a>  <b>PAGINA WEB:</b> <a href="http://www.salvadoreanontours.com">http://www.salvadoreanontours.com</a>  <b>DIRECCION:</b> Centro Comercial Feria Rosa 1ra. Planta Local 118-B Carretera a Santa Tecla</p>	<p>Trimaran "Fiesta del Sol" paseo por el Estero de Jaltepeque; rutas de Turismo Rural, visitando Cooperativas, fábricas de artesanías y la experiencia de nuestras tradiciones; Están promoviendo la Ruta Colonial y de Los Volcanes en Centro América; Tours y paquetes a la medida en Centro América.</p>
<p><b>Nombre de la empresa:</b> Eva tours  <b>Dirección:</b> 3a. Calle poniente No.3737, Col. Escalón, San Salvador, El Salvador.  <b>Teléfonos:</b> (503) 2209-8888  <b>Fax:</b> (503) 2209-8882  <b>Url:</b> <a href="http://www.evatours.com.sv">www.evatours.com.sv</a></p>	<p>Eva Tours es un Tour Operador establecido en San Salvador, El Salvador desde el año 2000. Cuentan con guías especializados, transporte propio, acuerdos concadenas hoteleras y hoteles independientes en todo El Salvador y la región.</p>
<p><b>Nombre De La Empresa :</b> Shuttles &amp; Tours, S. A. de C.V.  <b>Nombre De Contacto :</b> Luis Méndez Lacayo  <b>Teléfono :</b> 2263 - 5062  <b>Fax :</b>  <b>Correo Electrónico :</b> <a href="mailto:informacion@pullmantur.com">informacion@pullmantur.com</a>  <b>Página Web :</b> <a href="http://www.shuttlesntours.com">www.shuttlesntours.com</a>  <b>Dirección :</b> Calle Padres Aguilar # 2, col Escalón, S.S.</p>	<p>Especializados en Traslados Privados, Turismo de Aventura sitios históricos y natural para intercambios culturales, Pesca Deportiva de Marlín, Pez Vela y Dorado y Turismo de Nostalgia para aquellos Salvadoreños que desean regresar a visitar sus Raíces.</p>
<p><b>Nombre de la empresa:</b> eco maya tours.  <b>Contactos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Leonor de Castellanos</li> <li>· Leonor Padilla</li> <li>· Teresa de Pacheco</li> </ul>	<p>Servicios que brinda:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Tour de Artesanías</li> <li>· Pueblos Coloniales</li> <li>· Ruta Maya</li> <li>· Playas</li> <li>· Aventuras</li> </ul>

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Información de la empresa	Descripción
<p><b>Dirección:</b> Paseo General Escalón No.3658, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador, Centro América.  <b>Tel:</b> (503) 2298-2844 ó Tel: (503) 2283-0220  <b>Fax:</b> (503) 2223-5889  <b>E-Mail:</b> <a href="mailto:dmc@ecomayantours.com">dmc@ecomayantours.com</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Tour Rurales</li> <li>· Tour de Ciudad</li> <li>· Tour aéreos</li> <li>· Ruta de las Flores y del café</li> <li>· Pre y Post Tours</li> <li>· Turismo de Salud</li> </ul>
<p><b>Dirección:</b> 67 Av. Sur, Pasaje no. 2 , no. 24 Col. Escalón, San Salvador, El Salvador  <b>PBX:</b> (503) 2210-4000 y línea de fax: (503)2210-4010  <a href="mailto:info@rinsatours.com">info@rinsatours.com</a></p>	<p>Rinsa es miembro de la Asociación de Tour operadores y mayoristas de turismo, y cuenta con un departamento especializado en la promoción del Turismo Nacional. Cuenta con contratos especiales, con la mayoría de hoteles a nivel Nacional, Contactan servicio de tours locales, con asistencia de guías Especializados.</p>

Tabla 69 Descripción de Tour operadores

Para el presente estudio se sugiere utilizar Distribución Directa en este tipo no hay intermediarios entre prestatario y consumidor final; debido a que es un proyecto nuevo el incurrir en costos de contratación de tour operador podría resultar bastante alto, a medida se establezca el negocio se podría considerar otro tipo de canal distribuidor. Sin embargo hoy en día gracias a los avances tecnológicos la distribución directa puede ser una buena opción ya que se pueden crear medios de publicidad gratuita sin necesidad de contratar servicios de un tour operador, como por ejemplo crear una fan page en Facebook.

### **Ciclo de vida de un destino turístico**

Desde el momento en que se inician las actividades turísticas en un espacio geográfico ya se está empezando el ciclo de vida del destino turístico y por tanto de los productos que se encuentran dentro de este.

El ciclo de vida de los destinos turísticos está íntimamente ligado al desarrollo de productos, ya que en un sistema turístico todo está interrelacionado, y todos los elementos deben trabajar al mismo ritmo y en óptimas condiciones para funcionar.

Los destinos turísticos se desarrollan siguiendo un proceso compuesto por una serie de fases que determinan su éxito y su longevidad. El desarrollo turístico consta de seis etapas:

- Inicialmente, en la fase de EXPLORACIÓN solamente unos pocos turistas visitan el destino.
- La fase siguiente, de IMPLICACIÓN, se inicia cuando el lugar empieza a ser visitado por grupos numerosos de turistas.
- Una vez que la zona reconoce los beneficios reales del turismo, el destino alcanza la fase de DESARROLLO. Es la fase en la que tienen lugar los cambios más importantes, en la que se construyen nuevas atracciones y equipamientos en función de las necesidades de los turistas.

Debido al incremento de la construcción, y a los cambios que conlleva, esta fase es especialmente delicada y deben tenerse en cuenta no solo los impactos económicos, sino también los impactos medioambientales y sociales.

Además es importante asegurar que la población local se beneficie del desarrollo turístico.

- A continuación, sigue el “boom” que supone la fase de CRECIMIENTO. El turismo alcanza su techo máximo en función de la infraestructura disponible y del potencial de mercado.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- Así se llega a la fase de CONSOLIDACIÓN. En este punto se introducen controles, planificación territorial y otras estrategias de gestión para controlar el crecimiento y sus efectos.
- El destino alcanza la fase de MADUREZ y el turismo empieza a estabilizarse o declinar.

Normalmente, los impactos negativos del turismo se hacen evidentes mientras el destino entra en un periodo de estancamiento.

\_ Si no se toman las medidas oportunas para rectificar la situación, el destino entrará en una fase de DETERIORO, que supondrá la destrucción y pérdida del atractivo del destino y de su producto turístico.

\_ Si, por el contrario, un destino decide reforzar los productos y servicios existentes y llevar acabo las acciones necesarias para mantener a los segmentos de mercado existentes, o atraer segmentos sustitutivos, habrá entrado en un periodo de ESTABILIZACIÓN.

\_ Pero los destinos pueden escoger también una estrategia de REJUVENECIMIENTO, uniendo esfuerzos para introducir cambios y mejoras sustanciales que permitan atraer nuevos mercados.

Los destinos turísticos y, en particular, aquellos que se encuentran en la fase de consolidación o madurez, deben estar alerta a cualquier signo que indique la entrada en la fase de declive.



Ilustración 56 Ciclo de vida de un destino turístico

El estudio de productos turísticos en el municipio de Tamanique se encuentra en la primera fase de EXPLORACIÓN debido a que los atractivos turísticos que se encuentran en la zona norte del municipio son poco conocidos por los turistas; debido a eso pocos turistas visitan el destino.

Para poder alcanzar las fases de desarrollo y crecimiento será necesario especificar cuáles son los principales componentes los producto turístico a ofrecer, ya que ahí es donde se concentran los esfuerzos de innovación y mejora continua.

El desarrollo de productos es importante para que el destino se adapte a los cambios del mercado y se mantenga en una fase de consolidación.

La modificación en la estructura y funcionamiento del mercado ha acelerado el ritmo del ciclo de vida de los productos turísticos, derivando en una permanente necesidad de innovación y mejora continua para incrementar y fortalecer su posición competitiva.

En general, un producto turístico está conformado por todos los elementos tangibles e intangibles que logran atraer los flujos de turistas a una región con la esperanza de satisfacer sus expectativas para el aprovechamiento del tiempo libre.

## **5. RESULTADO DE DIAGNOSTICO**

Esta etapa de diagnóstico permite, comparar los resultados del estudio de mercado, los resultados del análisis de la situación, ya que esto nos ayudara a identificar los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y amenazas identificadas en el municipio de Tamanique.

Al tener identificados estos aspectos, se hará uso de la herramienta del Marco Lógico que es uno de los métodos más utilizado para la planificación y gestión de proyectos de desarrollo y ayuda a facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos.

Tomando en cuenta lo anterior se obtiene por parte de la información recolectada el siguiente análisis FODA.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Análisis FODA

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La mayor parte de los atractivos naturales se encuentran conservados.</li> <li>-El municipio cuenta con un excelente escenario para la práctica de deportes como rapell, canopy, parapente entre otros.</li> <li>-Las vías que conducen al municipio se encuentran en buen estado</li> <li>-Variedad de recursos naturales(cascadas, ríos, cerros, caídas de agua, reserva natural)</li> <li>-Condiciones climatológicas son estables y agradables a lo largo del año.</li> <li>-El municipio está considerado dentro de los Pueblos Vivos</li> <li>- Desarrollo turístico aprovechando las bondades de recursos naturales con que cuenta el municipio.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ausencia de capacitaciones en ámbitos como turismo, ambiente, agricultura, etc.</li> <li>-No existe señalización turística en el municipio</li> <li>-Limitada difusión y promoción turística</li> <li>-Ausencia de conciencia medioambiental</li> <li>- Pobre desarrollo económico en el pueblo del municipio.</li> <li>- Bajos niveles educacionales.</li> <li>- La cooperativa no posee una visión integral que les permita desarrollarse en un ámbito empresarial.</li> <li>- Poco apoyo de entidades financieras hacia pequeños y medianos emprendedores</li> <li>-Desaprovechamiento del potencial de las propiedades hacia actividades que permitan el desarrollo local</li> <li>- Falta de conocimiento del potencial turístico que poseen sus propiedades.</li> <li>- No existen fuentes alternativas de ingresos</li> <li>- No existen fuentes de empleo permanente</li> <li>- Exceso de tierras ociosas ya que no son cultivadas</li> <li>- Desaprovechamiento de cultivos de frutas tropicales, café entre otros en la zona.</li> <li>- Desaprovechamiento de las características turísticas que se poseen en la zona</li> <li>-Mal uso de las tierras (deforestación)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Apoyo del ministerio de economía al municipio para trabajar en el ámbito turístico</li> <li>-Vender paquetes turísticos todo incluido al mercado nacional e internacional.</li> <li>-Fluencia de turismo extranjero</li> <li>-Carpetas de fomilenio</li> <li>-Apoyo de CORSATOUR</li> <li>-Existencia y de ley y política nacional de turismo</li> <li>-Existencia de una imagen de marca del país a nivel internacional</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Inestabilidad económica, política y social del país</li> <li>-Cambio climático</li> <li>-Falta de recursos económicos para llevar a cabo la implementación.</li> <li>-Iniciativas de desarrollo turístico en otras áreas aledañas</li> <li>-Bajo nivel de inversión en el país</li> </ul>

Ilustración 57 Análisis FODA



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Al tener identificados los diferentes puntos fuertes y débiles que posee el municipio, se debe determinar un problema para continuar con el análisis. Este problema deberá tener una visión más amplia de toda la problemática que está afectando al municipio de Tamanique y que no le permite desarrollarse en el ámbito turístico.

A continuación se realiza el método de la caja negra:



Ilustración 58 Caja negra

### **Variables del Problema**

Variables de entrada:

- Infraestructura sin mantenimiento
- Escasas estrategias de promoción, publicidad y mercadeo
- Bajo interés de la población en el desarrollo turístico de la zona
- Deforestación

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Las anteriores variables de entrada dificultan el desarrollo turístico de la zona norte del municipio de Tamanique, son variables a las que debe mostrárseles especial interés porque tienen gran impacto en la solución del problema principal.

### **Variables de proceso:**

- Apoyo del Ministerio de Economía
- Apoyo del Ministerio de Turismo
- Apoyo de la Universidad de El Salvador

Durante el desarrollo del problema, ciertos factores se consideran de especial importancia debido a su contribución para generar grandes cambios. El apoyo de grandes instituciones significa un incremento en la moral de los habitantes de la zona norte del municipio de Tamanique; así mismo, significa contar con los recursos necesarios para emprender un proyecto.

Por su parte, el ministerio de economía ayuda con la inclusión de la zona norte del municipio de Tamanique a un programa de desarrollo local a través del turismo, el ministerio de Turismo proporciona los medios necesarios para establecer una ruta turística y demás aportes en la materia; finalmente, la Universidad de El Salvador, colabora con la obtención de estudios a nivel técnico para el desarrollo de la zona basados en estudios confiables.

### **Variables de salida:**

Mecanismos de desarrollo turístico en la zona norte del municipio de Tamanique, tales como la creación de productos turísticos factibles y aceptables por el consumidor, creación de paquetes turísticos, entre otras estrategias que atraigan al turista a la zona norte del municipio.

### **Definición del problema.**

“Actualmente la zona norte del municipio de Tamanique posee niveles bajos de actividad turística”.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Análisis de marco lógico:

Las dos herramientas para diagnosticar de la manera más objetiva posible la Situación Actual son:

- El análisis de involucrados.
- El análisis de problemas.

Las dos herramientas para especificar la Situación Deseada son:

- El análisis de objetivos.
- El análisis de alternativas.

El resultado de estos pasos es la identificación de un proyecto.

### **Análisis de involucrados**

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS</b>
<b>Miembro de cooperativa de ACOPATH</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incrementar sus ingresos a través de la creación de fuentes alternativas de empleo con el fin de generar empleos directos en la zona.</li><li>• Utilizar de una forma óptima sus recursos con el fin de generar mayores oportunidades de ingreso.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pobladores viven en condiciones de pobreza.</li><li>• No existe una actividad económica dinámica que permita mejorar los productos locales.</li></ul>
<b>Familiares de los Socios de ACOPATH</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoramiento de la calidad de vida.</li><li>• Percibir mayores ingresos a</li><li>• Nivel familiar y poder involucrarse e insertarse a las actividades que les permitan desenvolverse en el ámbito laboral de una forma permanente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impotencia al no encontrar modo de apoyarlos actualmente.</li><li>• No se involucran en el desarrollo de actividades que generen ingresos fijos a sus familias.</li><li>• Sus ingresos familiares son bajos.</li><li>• Las mujeres no tienen Oportunidades de desarrollarse en actividades agropecuarias.</li></ul>

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

INVOLUCRADOS	INTERESES	PROBLEMAS
<b>Alcaldía Municipal de Tamanique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribución al desarrollo local del municipio.</li> <li>• Captación de dinero relacionado a permisos e impuestos devengados por futuras actividades económicas que se desarrollen en la zona.</li> </ul>	
<b>Habitantes de Tamanique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener nuevas oportunidades a través de una fuente de trabajo estable especialmente para su población joven.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No ven oportunidades de empleo dentro del municipio</li> </ul>
<b>Ministerio de Turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar el proyecto como otra alternativa de turismo en El Salvador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitar el desarrollo de una oferta turística alternativa</li> </ul>
<b>Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales</b>	Cumplimiento legal de los requisitos y condiciones que permitan la sostenibilidad del mismo.	No se mejora las condiciones ecológicas de la zona
<b>Ministerio de Salud Pública</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de los requerimientos básicos necesarios exigidos para mantener las condiciones de salubridad en la zona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco interés de las comunidades en el manejo de los desechos sólidos.</li> <li>• Falta del cumplimiento de normativas que ayuden a la prevención de epidemias.</li> </ul>
<b>Instituciones que brinden apoyo financiero a ACOPATH</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la cooperativa cuente con los fondos necesarios para realizar el proyecto</li> </ul>	

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS</b>
<b>Instituciones que brinden asistencia técnica a ACOPATH</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la cooperativa cuente con capacitaciones en el ámbito de turismo, medio ambiente, agricultura etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cooperativa no posee una visión que le permita desarrollarse en un ámbito empresarial</li> </ul>
<b>ANDA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministrar el servicio de agua a los sectores que aún no han sido abastecidos en la zona.</li> </ul>	
<b>Distribuidora Eléctrica Del Sur.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministrar el servicio de tendido eléctrico a los sectores que aún no han sido abastecidos en la zona.</li> </ul>	
<b>Clientes potenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener servicios que satisfagan sus expectativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimiento del municipio o de sus bondades.</li> </ul>

Tabla 70 Matriz de involucrados

Árbol de problemas:

El árbol de problemas es una técnica participativa que ayuda a desarrollar ideas creativas para reforzar el problema central y organizar toda la información recolectada, generando un modelo de relaciones causales que lo explican.

Ésta técnica facilita la identificación y organización de las causas y consecuencias del problema central.

A continuación se detallan los problemas identificados, en forma esquemática mediante la técnica del árbol de problemas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Análisis árbol de Problemas

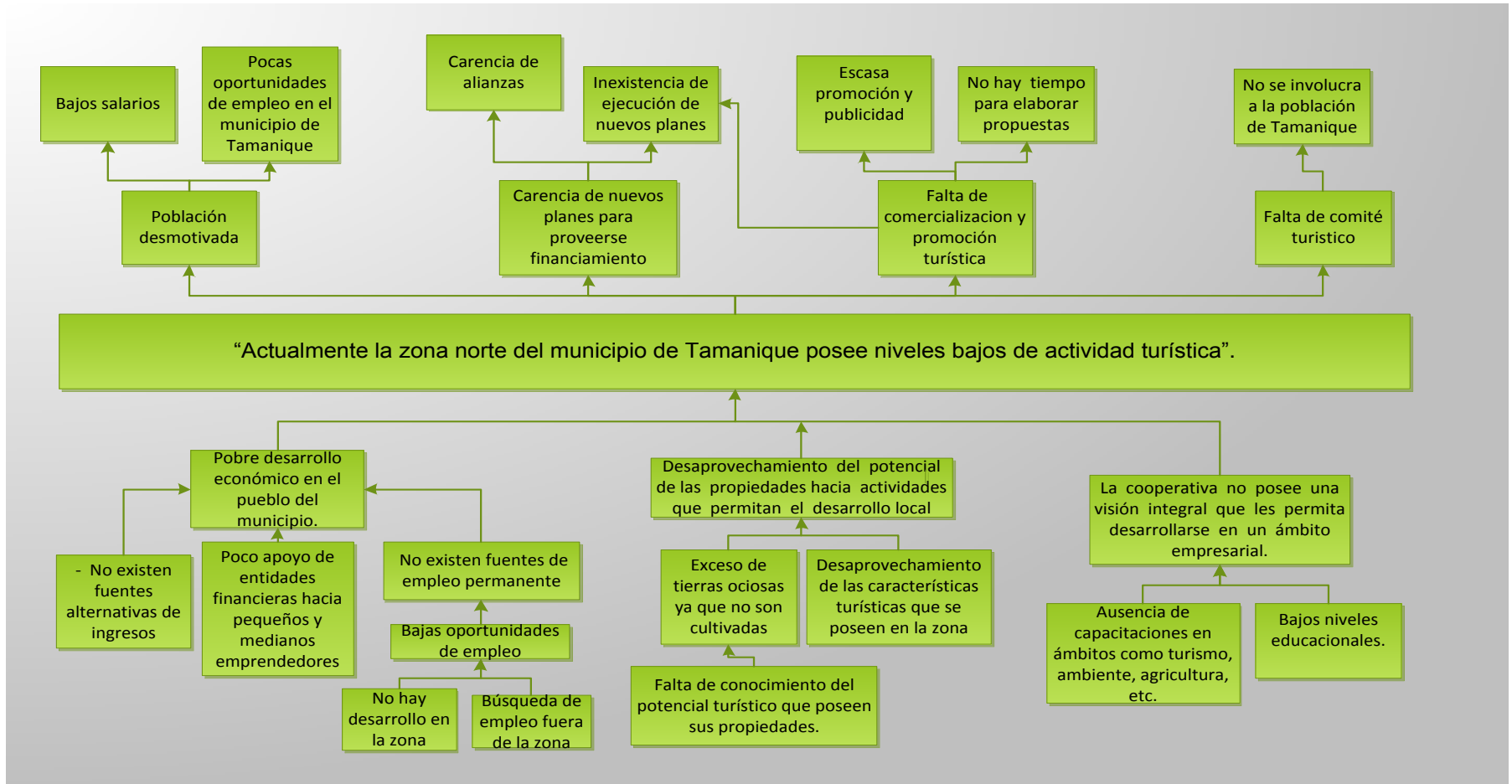


Ilustración 59 Árbol de problemas

### **Árbol De Objetivos**

El Árbol de Objetivos es la versión positiva del Árbol de Problemas. Permite determinar las Áreas de intervención que plantea el proyecto. El propósito es utilizar el árbol de problemas para identificar las posibles soluciones al problema, las cuales podrían ser expresadas como manifestaciones contrarias del mismo.

Los medios fundamentales se especifican en el nivel inferior: constituyen las raíces del árbol.

Los fines se especifican en la parte superior: son las ramas del árbol.

Más propiamente son los objetivos del posible proyecto.

El árbol de objetivos es un procedimiento metodológico que permite:

- Describir la situación futura que prevalecerá una vez resueltos los problemas;
- Identificar y clasificar los objetivos por orden de importancia; y
- Visualizar en un diagrama las relaciones medios-fines.



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Árbol de objetivos

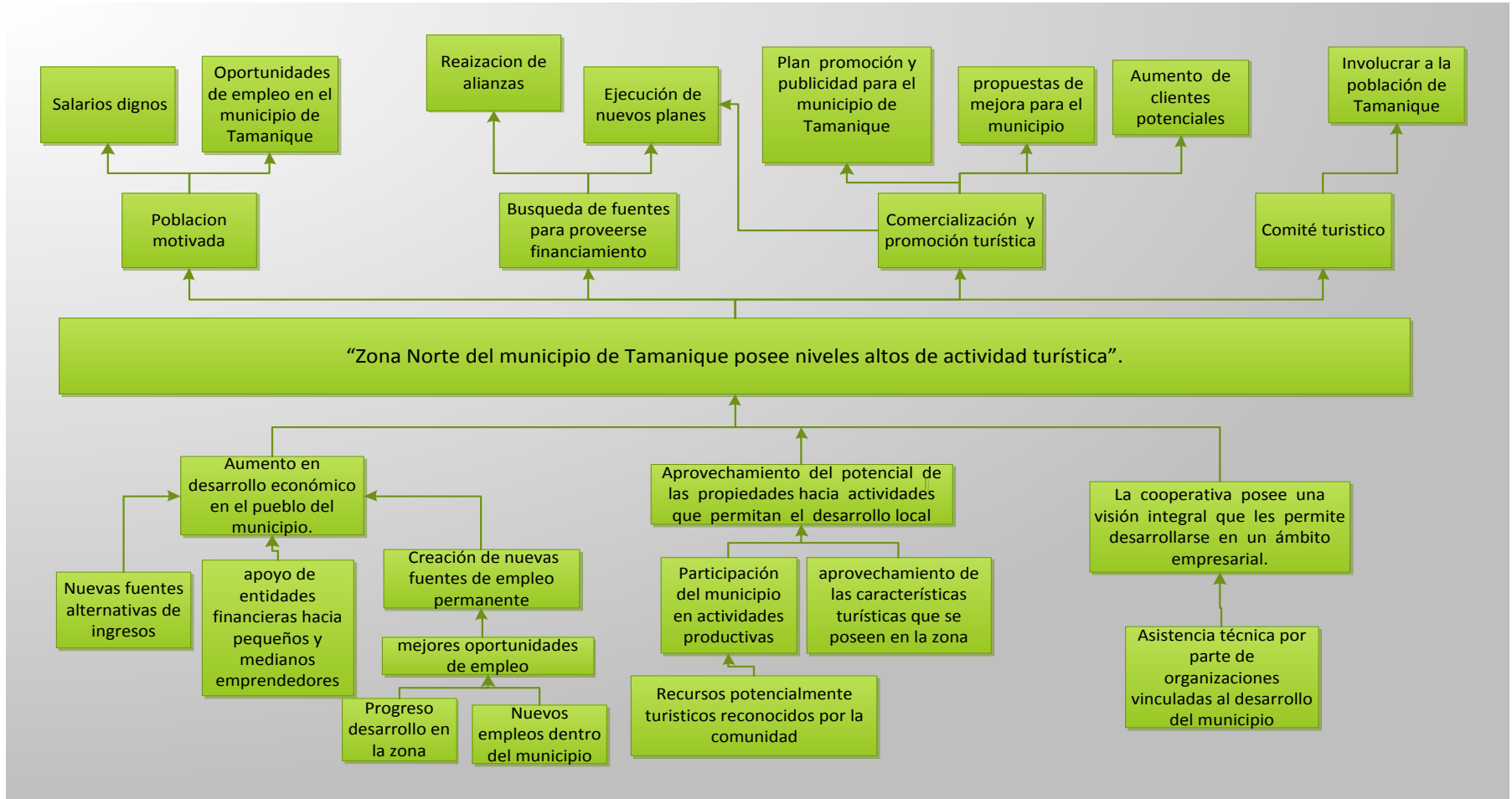


Ilustración 60 Árbol de objetivos

### Estrategias propuestas

Luego de haber elaborado el árbol de objetivos, se procederá a la generación de estrategias que permitirán contribuir a promover el cambio de la Situación Actual a la Situación Futura “Deseada”.

A continuación se presentan estrategias que podrían ser empleadas con el fin de dar cumplimiento a los objetivos identificados en el árbol de objetivos:

### Estrategias:

1. Diseñar productos turísticos que sean atractivos para los turistas y que podrían desarrollarse en la zona.
2. Realización de actividades que den la pauta para promocionar y comercializar los productos turísticos
3. Diseñar y establecer un Comité Gestor de turismo que permita la coordinación de la cooperativa, la participación de la comunidad y el apoyo de la municipalidad
4. Señalización turística para los productos turísticos ofrecidos en el municipio de Tamanique

## 6. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

Para poder llevar a cabo la conceptualización del diseño se tomará como punto de partida las estrategias definidas en el apartado anterior.

A continuación se presenta un esquema de la conceptualización del diseño, esto se describirá de una forma detallada en la siguiente etapa.

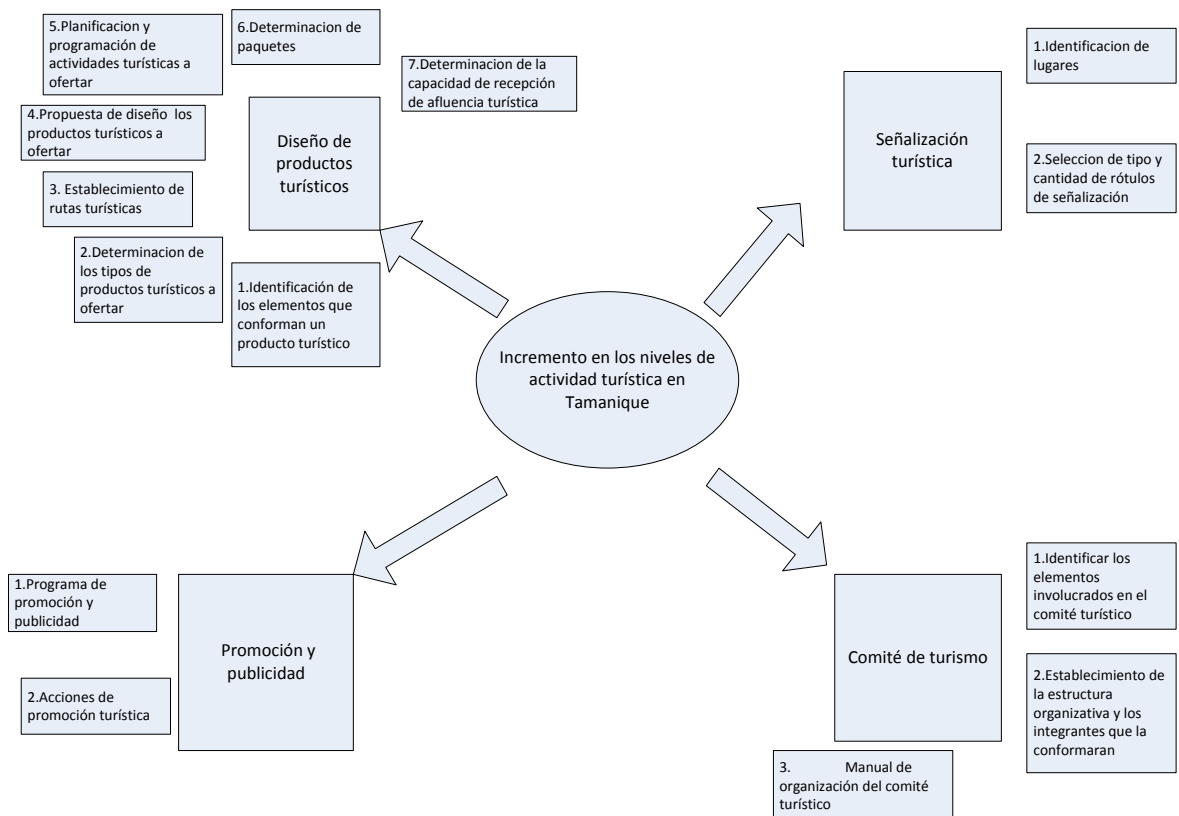


Ilustración 61 Conceptualización del diseño

# **CAPITULO III**

## **DISEÑO**

A continuación se muestra en el siguiente esquema la metodología que se ha de seguir para la elaboración de la etapa de diseño:

## Metodología de etapa de diseño

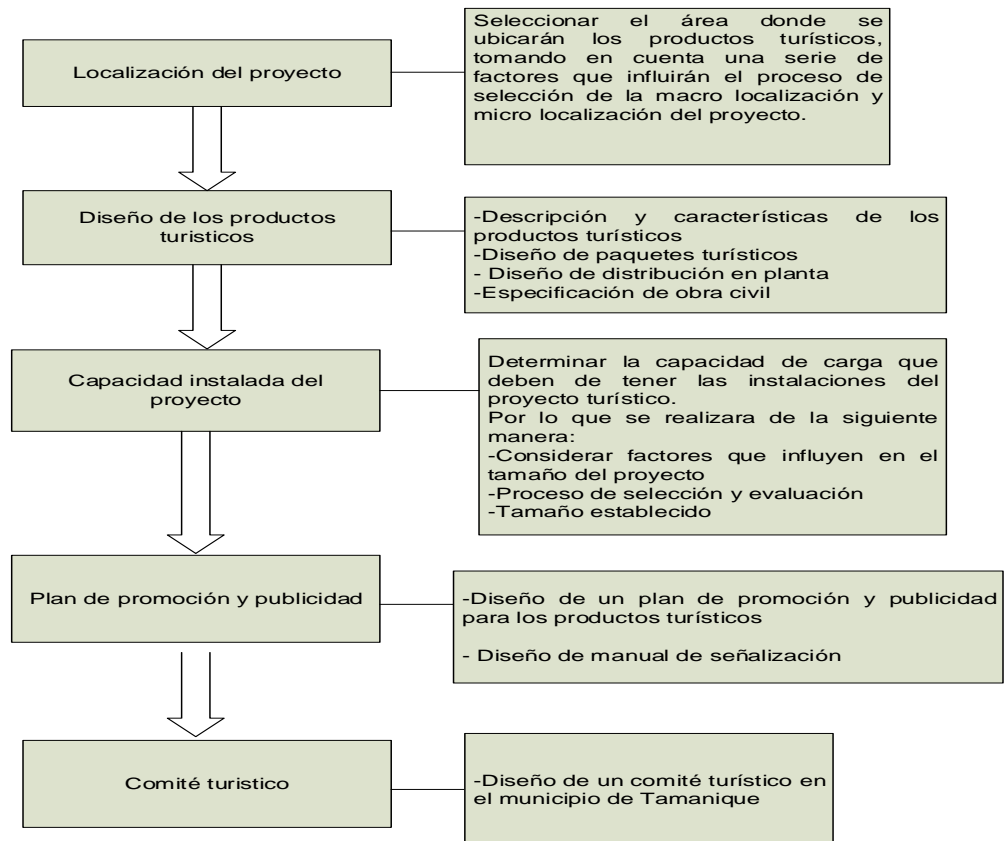


Ilustración 62 Metodología de etapa de diseño



### **Factores a considerar en la macro localización del proyecto**

Los factores que influyen en la localización del proyecto son diversos estos pueden ser de índole social, económica y ambiental. A continuación se muestran los factores considerados.

- **La disponibilidad de la mano de obra:** Se refiere a la mano de obra que con la que se dispondrá en el proyecto, es conveniente considerar la cercanía al lugar debido que se reducen los costos de mano de obra y tiempo de llegada al lugar del proyecto.
- **Factores ambientales:** relacionado con el medio ambiente del lugar, debe ser un lugar alejado de la contaminación y con presencia de atractivos naturales que llamen la atención de los visitantes
- **Dinamismo económico del área:** se refiere al de crecimiento económico del lugar

### 7.2. Micro localización

Una vez que hemos definido a la zona de localización se determinara el terreno conveniente para la ubicación definitiva para el proyecto.

A continuación se presentan y se describen las posibles alternativas para la micro localización.

Lotificaciones disponibles	Datos preliminares
Opción 1	<b>Dirección:</b> a 1 KM. Al noroeste del casco en el Jobo. (9 manzanas) <b>Contacto:</b> Juan Alas ( frente al molino) <b>Costo:</b> 65,000
Opción 2	<b>Dirección:</b> Polígono A lote 8 col. Montecristo 4 (3 manzanas) <b>Contacto:</b> Ruth Aida Bertrán <b>Costo:</b> 50,000
Opción 3	<b>Dirección:</b> cantón el palmar, lotificación buenos aires <b>Contacto:</b> 74 26 83 46 1750 varas cuadradas <b>Oscar portillo</b> <b>Costo:</b> 60,000
Opción 4	<b>Dirección:</b> Lote 6 pol. C caserío El Tunco Cantón Buenos Aires. (1 manzana) <b>Contacto:</b> Umberto Zelaya <b>Costo:</b> 45,000
Opción 5	<b>Dirección:</b> finca el Tesoro col. El Cocal cantón El Cuervo ( después del rio, 7 manzanas) <b>Contacto:</b> David Cornejo 71 990115 o 74 95 27 28 (Guillermo Antonio 70 35 35 98) <b>Costo:</b> 35,000

Tabla 71 Descripción de alternativas para micro localización; información generada Sr. Pablo Talentino unidad de catastro Alcaldía Municipal de Tamanique



### Factores a considerar para la micro localización

Los factores que se presentan en la siguiente tabla serán los principales pilares al momento de evaluar la micro localización del proyecto.

ASPECTO	IMPORTANCIA
<b>1. Características del terreno</b>	Este aspecto busca denotar las características más sobresalientes del lugar donde se planea hacer la edificación y las ventajas o desventajas que dispone. (forma y tamaño del sitio, características topográficas y condiciones del suelo)
<b>2. Servicio de agua</b>	Factor a considerar ya que se debe contar con el servicio de agua potable y de uso humano para poder brindar condiciones adecuadas para mantener un servicio de calidad en las instalaciones de las cabañas, tanto de clientes como del personal participante en el proyecto.
<b>3. Servicio de energía eléctrica</b>	Uno de los aspectos para el buen funcionamiento de las instalaciones es un servicio de energía eléctrica óptimo que permita dar a los clientes la satisfacción necesaria que esperan.
<b>4. Vías de acceso</b>	Este factor evalúa la proximidad que se tiene con respecto a las vías de acceso además se debe considerar si se tiene una calle pavimentada, empedrada o balastada en buenas condiciones.
<b>5. Otros servicios públicos</b>	Aquí se evalúa la importancia de tener disponibilidad de servicios básicos que los turistas puedan tener en determinada situación. (Incluyendo servicio telefónico, internet, servicio de salud, recolección de basura y residuos.)

<b>ASPECTO</b>	<b>IMPORTANCIA</b>
<b>6. Seguridad</b>	Este es uno de los aspectos importantes ya que si el turista no se siente seguro en el lugar de alojamiento y de diversión no se atreve a llegar.
<b>7. Cercanía con el casco urbano</b>	Factor importante ya que de esto depende la calidad del servicio así como la regulación de costos de los mismos
<b>8. Atractivo turístico del lugar</b>	Presencia en el lugar de recursos excepcionales y de gran significado capaces por si solos de motivar una importante corriente de visitantes.
<b>9. Cercanía con los atractivos turísticos</b>	Factor importante ya que de esto depende el tipo de servicio que se debe prestar así como la regulación de costos de los mismos.
<b>10. Costo de adquisición</b>	Factor económico, decisivo sobre la selección ya que mientras el Costo unitario sea menor este permitirá destinar mayores montos a edificaciones, mobiliario y equipo del inmueble

Tabla 72 Factores a considerar para micro localización del proyecto

Cabe recalcar que las ponderaciones son el resultado del nivel de importancia que los evaluadores asignaron a cada criterio. Para ello se entrevistaron: un miembro de la cooperativa Ricardo Sanchez, una concejala de alcaldía municipal Delmy Marroquín Henríquez, el jefe de la unidad de desarrollo productivo territorial del Ministerio de Economía (MINEC), Ing. Carlos Melara y el equipo analista de la Universidad de El Salvador.

Estos se detallan en la siguiente tabla:

Aspecto	Cooperativa	Alcaldía	MINEC	Analistas	Total	%
1. Características del terreno	3	3	2	4	12	9,16%
2. Servicio de agua	4	3	3	3	13	9,92%
3. Servicio de energía eléctrica	1	1	2	3	7	5,34%
4. Vías de acceso	2	3	3	4	12	9,16%
5. Otros servicios públicos	1	3	2	2	8	6,11%
6. Seguridad	4	4	4	5	17	12,98%
7. Cercanía con el casco urbano	3	3	3	3	12	9,16%
8. Atractivo turístico del lugar	4	3	5	5	17	12,98%
9. Cercanía con los atractivos turísticos	4	3	5	5	17	12,98%
10. Costo de adquisición	5	3	4	4	16	12,21%

Tabla 73 Ponderación de factores

### Proceso de selección y evaluación

Se utilizara la evaluación por puntos utilizando método de factor preferencial para la selección y evaluación de la micro localización del proyecto.

La evaluación por punto es una técnica que consiste en asignar una serie de factores que se consideran relevantes para la localización del proyecto; se pondera cada uno de estos factores y se establece una misma escala de calificación para cada factor con el fin de evaluar a cada alternativa de igual manera; aunque su naturaleza es cualitativa permite obtener una evaluación con base sólida. Como método de decisión el sistema de calificación será el siguiente:

Descripción	Calificación
EXCELENTE	5
MUY BUENA	4
BUENA	3
REGULAR	2
MALA	1

Tabla 74 Descripción de calificación a asignar a los factores de localización

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

CRITERIOS	PONDERACION	OPCION 1		OPCION 2		OPCION 3		OPCION 4		OPCION 5	
		PUNTAJE OBTENIDO	PUNTAJE PONDERADO	PUNTAJE OBTENIDO	PUNTAJE PONDERADO	PUNTAJE OBTENIDO	PUNTAJE PONDERADO	PUNTAJE OBTENIDO	PUNTAJE PONDERADO	PUNTAJE OBTENIDO	PUNTAJE PONDERADO
1.CARACTERISTICAS DEL TERRENO	9,16%	4	0,37	4	0,37	3	0,27	3	0,27	4	0,37
2.SERVICIO DE AGUA	9,92%	3	0,30	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30
3.SERVICIO DE ENERGIA ELECTRICA	5,34%	3	0,16	4	0,21	4	0,21	4	0,21	3	0,16
4.VÍAS DE ACCESO	9,16%	3	0,27	4	0,37	5	0,46	4	0,37	4	0,37
5.ACCESO A SERVICIOS PUBLICOS	6,11%	2	0,12	2	0,12	3	0,18	3	0,18	4	0,24
6.SEGURIDAD	12,98%	1	0,13	2	0,26	2	0,26	3	0,39	4	0,52
7.CERCANÍA CON EL CASCO URBANO	9,16%	1	0,09	2	0,18	1	0,09	1	0,09	3	0,27
8.ATRACTIVO TURÍSTICO DEL LUGAR	12,98%	2	0,26	3	0,39	1	0,13	1	0,13	3	0,39
9.CERCANIA CON LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	12,98%	3	0,39	3	0,39	1	0,13	1	0,13	3	0,39
10. COSTOS	12,21%	2	0,24	2	0,24	2	0,24	1	0,12	3	0,37
<b>TOTALES</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,34</b>		<b>2,83</b>		<b>2,28</b>		<b>2,30</b>		<b>3,37</b>	

Tabla 75 Matriz de evaluación de factores

Como podemos ver utilizando evaluación por puntos para las opciones encontradas hasta el momento la mejor alternativa es la opción 5. Este cumple con los requisitos planteados tanto de presencia recursos, accesos, costos de adquisición, sobre todo alcanzando así un puntaje total de 3.37.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Localización establecida**

La localización que se estableció para establecer los productos turísticos es la siguiente:

Finca el Tesoro col. El Cocal cantón El Cuervo (después del río)

El Terreno tiene una extensión de 7 manzanas es decir de aproximadamente 49 308 m<sup>2</sup> de los cuales para este proyecto no será utilizado en su totalidad pero presenta las siguientes ventajas.

- Situado al norponiente del pueblo
- Contiene nacimientos de agua
- Presencia de cultivos de café
- Arboles de madera (cortes blanco, cedro, guachipilín)
- Precio actual \$ 35 000
- Posibilidad de desarrollo de actividades turísticas como canopy y senderismo dentro de la finca.

### **8. DISEÑO DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS**

Se desarrollara el diseño a los productos turísticos que de acuerdo al estudio de mercado obtuvieron mayor preferencia de las personas que los cuales se enlistan a continuación:

- Cabañas
- Camping
- Moto tour
- Caminata a cascadas
- Visita al pueblo de Tamanique

Se desarrollarán distintos paquetes turísticos con los anteriores productos turísticos con el fin ofrecer más actividades a desarrollar en la zona de estudio, el diseño conlleva a enlistar todos aquellos requerimientos y elementos que serán necesarios para su desarrollo como: la cantidad de equipo necesario y de las instalaciones físicas para ofrecer el servicio, la programación de las actividades que se realizarán, diseño de rutas y paquetes.

Por tanto, previendo el desarrollo de este componente, se especificó anteriormente sobre información relacionada al conocimiento de las propiedades en desuso, las características geográficas y las diferentes actividades de la zona donde se llevará a cabo la oferta turística.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Cuando el turista llega al Casco Urbano del municipio de Tamanique, debe completar una ficha de control, misma que se presenta a continuación:

<b>Cooperativa de Turismo en Tamanique</b>	
Nombre del visitante:	_____
Número de Documento de Identidad (números):	_____
Correo electrónico:	_____
Teléfono(s) de contacto:	_____
Fecha de visita:	_____
Hora:	_____
No. de visitantes a su cargo:	ADULTOS__ NIÑOS__ ADULTO MAYOR__
Tiempo de visita:	DÍA _____ NOCHE _____
Producto(s) turísticos a visitar:	
1.	_____
2.	_____
3.	_____
4.	_____
5.	_____
Nombre(s) de Guía(s) turístico(s) asignado(s):	_____ _____
Nombre de encargado de seguridad:	_____
Firma del turista:	_____

Ilustración 64 Ficha de control

Es importante destacar que cuando el turista va a abandonar el municipio, se le solicita completar una pequeña encuesta de satisfacción por los servicios ofrecidos, misma que se presenta a continuación:

<p style="text-align: center;"><b>Cooperativa de Turismo en Tamanique</b> <u>Encuesta de satisfacción</u> <i>Una ficha por servicio turístico</i></p> <p>Qué producto turístico utilizó: _____</p> <p>¿Cómo calificaría nuestros servicios en la escala del 1 al 10? _____</p> <p>¿Qué podríamos mejorar? _____</p> <p>_____</p> <p>Volvería a visitarnos, ¿por qué? _____</p> <p>_____</p> <p>Correo electrónico: _____</p> <p>¿Le gustaría recibir promociones de nuestros servicios, a través de correo electrónico?: _____</p> <p>Nombre(s) de Guía(s) turístico(s) asignado(s): _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>¿Qué opina del precio ofertado? _____</p> <p>_____</p> <p>¿Cómo califica la seguridad de la zona?: _____</p> <p>_____</p> <p>Sugerencias y/o comentarios: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---

Ilustración 65 Encuesta de satisfacción



### **8.1. Cabañas**



Ilustración 66 Cabañas

Las Cabañas estarán situadas en Tamanique, un pueblo tranquilo en el departamento de La Libertad, ideal para el descanso y con el objetivo de aprovechar el clima fresco de la zona, las cabañas resultan un verdadero atractivo turístico. Hoy en día, son muchas las personas que gustan de tomar vacaciones y eligen cabañas ubicadas en lugares de clima fresco.

La construcción de cabañas en el municipio de Tamanique, brindaría las siguientes ventajas:

- Proporcionar al turista un lugar de descanso con clima fresco.
- Brindar al turista un lugar de descanso, en ambiente libre de la actividad y ruido de la ciudad.
- La oportunidad de hospedarse en un lugar que posee otros atractivos turísticos.
- Descansar en un lugar sin delincuencia.
- Conocer cultura y tradiciones del municipio.
- Disponibilidad de ropa blanca de cama, toallas y útiles básicos de aseo para la comodidad del cliente.
- Panorámicos paisajes y ambiente ecológico para estar en armonía con la naturaleza.

Las cabañas contarán con vistas panorámicas agradables; también se ofrecen espacios para caminar y para recreación. Resulta de vital importancia, que en las cabañas se le brinde al cliente el servicio de conexión a Internet; ya que muchas personas buscan este medio de comunicación, información y entretenimiento.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Los turistas requieren un lugar donde asearse, descansar y tomar sus alimentos y estos lugares son instalaciones que deben reunir ciertos requisitos para que sean cómodas, limpias y que no tengan impactos negativos en el medio ambiente.

Otras instalaciones como el área de cocina o los sanitarios deben reunir ciertas características y los desperdicios que se generen tienen que estar bien controlados para evitar que haya plagas, malos olores o se filtren en el suelo o contaminen la atmósfera.

No es permitido cocinar dentro de las cabañas o sus alrededores pues esta un área de cocina de uso común ya determinado

### **Materiales ecológicos para construcción de cabañas**

En un proyecto de turismo rural se deben rescatar los conocimientos ancestrales de las comunidades sobre el uso que le dan a sus recursos: utilizar madera, rocas, adobe, y otros elementos de construcción que se obtienen de la misma naturaleza, para que el paisaje se mantenga en armonía y no se impacte el ecosistema.

### **Diseño bioclimático**

El diseño bioclimático, es importante considerarlo porque ayuda a la reducción en la utilización de energía al establecer sistemas pasivos de enfriamiento y calentamiento de los espacios de alojamiento.

Por otra parte, en la construcción de instalaciones se debe tener en cuenta los materiales y el color en el diseño arquitectónico. Con estos criterios se logrará que los servicios funcionen de una manera limpia, económica y ecológicamente adecuada.

La adecuada orientación, la utilización de los materiales y colores idóneos proporcionarán un mayor confort térmico y una menor utilización de artefactos acondicionadores de clima. Deben existir dentro de las instalaciones, espacios en donde se aproveche lo más que se pueda la luz natural del día: en los climas calurosos puedes construir ventanas, ubicadas en la dirección de los vientos,

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

entradas de luz en el techo y techos altos, que además permitirán tener buena ventilación.

### **Modelo de alojamiento turístico.**

Las cabañas se encontrarán ubicadas alrededor del área central de la reserva natural y están lo suficientemente distantes unas de las otras para mantener privacidad, cuentan con un pequeño corredor ideal para platicar o compartir en familia o para descansar en hamacas.

En el área central se encuentra ubicada un área de cocina común en el cual los visitantes podrán preparar sus alimentos.

En la zona se pueden conocer las plantaciones de café, flores y frutas, el cual se puede realizar senderismo.

A continuación se proponen el siguiente diseño para las cabañas donde se alojaran los visitantes, cabe mencionar que el diseño será el mismo tanto para las cabañas triples, dobles y sencillas:



Ilustración 67 Propuesta de diseño de cabañas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Todos los diseños están constituidos en base a materiales amigables con el medio ambiente. La construcción de las cabañas está elaborada principalmente de madera.

La imagen que se presenta a continuación muestra como estarán distribuidas las 10 cabañas en el terreno:



Ilustración 68 Propuesta de diseño de ubicación de cabañas

Se ofrecerá al público tres tipos diferentes de cabañas, clasificadas de acuerdo al tamaño de turistas que se alojen en ella:

- 2 Cabañas simple, capacidad: 2 personas.

Compuesta por una cama individual, baño privado, sala de estar, corredor para ubicar hamacas.

- 4 Cabañas dobles, capacidad: 3 personas.

Compuesta por una cama, camarote, sofá cama, baño privado, sala de estar, corredor para ubicar hamacas.

- 4 Cabañas triple, capacidad: 5 personas.

Compuesta por una cama individual y dos camarotes, sofá cama, baño privado, sala de estar, corredor para ubicar hamacas, área de cocina.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

El proceso de inscripción se lleva a cabo dentro de las instalaciones de la oficina central, ahí el turista llena una ficha de ingreso y cancela por el servicio a recibir.

**Diagrama de recorrido para reserva de cabañas:**









Ilustración 69 Diagrama de recorrido para reserva de cabañas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Requerimiento de equipo para cabañas**

A continuación se presentan los requerimientos necesarios para el equipamiento de las 10 cabañas:

Descripción	Cantidad
Cama matrimonial (1.60*1.97 ) 	4
Sofá-cama (0.8*1.30 ) 	10
Mesa- silla	4
Cama (1.40*1*97) 	6
Camarote (1.20*1.97 ) 	10
comedor 	4
cocina de mesa 	4

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Descripción	Cantidad
Mesas 	4
Accesorios de baño (paquetes) 	10
mesa de noche con lámpara 	2
Televisión 	10
manteles 	10
Juego de cubrecamas 	24
Juegos de sábanas 	24

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Descripción	Cantidad
almohadas 	28
Hamacas de lona 	20
espejo 	10
ventilador de torre 	10

Tabla 76 Requerimiento de equipo para cabañas

### Requerimiento de equipo para cocina de uso común

Descripción	Cantidad
Cocina de mesa 	4
Alacena 	1



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Descripción	Cantidad
Refrigeradora CETRON 	1
mesa 	3
microondas 	1
Sillas 	4

Tabla 77 Requerimiento de equipo para cocina de uso común

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Requerimiento de equipo de primeros auxilios:**


Descripción	Cantidad
Botiquín equipado 	8
Extinguidor 	11
Camilla De Primeros auxilios para trasporte a heridos 	1

Tabla 78 Requerimiento de equipo de primeros auxilios.

### **Requerimiento de equipo de Transporte:**


Descripción	Cantidad
Microbús kia pregio de 12 asientos 2005 doble aire acondicionado 	1

Tabla 79 Requerimiento de equipo de transporte

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Requerimiento de equipo de limpieza:**

Descripción	Cantidad
<p>Basureros plásticos 20 GL</p> 	24
<p>Trapeadores</p> 	5
<p>Escobas</p> 	5
<p>Pala para basura con mango</p> 	5

Tabla 80 Requerimiento de equipo de limpieza

### **8.2. Camping**



Ilustración 70 Camping

La zona de Camping estará ubicada contiguo a las Cabañas, su objetivo principal será brindar al visitante o turista, la sensación de contacto con la naturaleza.

Con el fin de establecer un orden en el área de acampado, se recomienda llevar a cabo una división del área, para determinar la superficie que será utilizada para instalar cada tienda de campaña, la cual será asignada al visitante al momento de su llegada de acuerdo a las características de su tienda. De esta forma se evita el impacto sobre otras áreas con importancia natural, así como rebasar la capacidad del campamento y, por lo mismo la capacidad de carga del ecosistema.

A continuación se presentan los elementos que se consideraron para la ubicación del área de acampado:

#### **Zonas para colocar las tiendas de campaña**

Es importante definir qué zonas son aptas para la colocación de tiendas de campaña, en general deben presentar las siguientes características:

- a) Zonas que presenten poco arbolado, de tal forma que las tiendas puedan colocarse a una distancia de al menos 3 metros del árbol más cercano.
- b) Superficies planas o con poca inclinación
- c) En zonas de alta precipitación es necesaria la conformación de zanjas para conducir el agua, con fin de evitar la erosión y prevenir la inundación de las zonas de acampado. Las zanjas se deberán cubrir con piedra laja acomodada, para así retener la tierra. Se puede dejar que la hierba y los

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

pastos crezcan en las zanjas, siempre y cuando no obstruya el paso del agua. Una o dos veces al año será necesario un deshierbe, sobre todo antes y después de la época de lluvia.

- d) Suelos blandos, que permitan instalar el anclaje de las tiendas. No se recomienda delimitar las zonas de acampar en terrenos pedregosos o rocosos.

### **Zonas de fogata**

A cada área de camping se le asignara una zona de fogata, tomando en cuenta medidas de seguridad para evitar incendios forestales o accidentes:

- a) Construcción en claros, al menos a 3-5 metros del árbol más cercano.
- b) Colocación de un tambo de arena y una pala al alcance para apagar el fuego.
- c) Construcción de una zona de pavimento pedregoso alrededor de la zona en donde se hará el fuego.

El espacio asignado a las tiendas de campaña será cerca del área donde estarán ubicadas las cabañas, pero con suficiente área de privacidad ya que se debe pensar en que las personas que acampan necesitan un área libre privada cercana a la tienda, en donde puedan poner sus hamacas, su mesa de día de campo o simplemente una manta para descansar.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

A continuación se presenta un diseño propuesto para el área de camping:

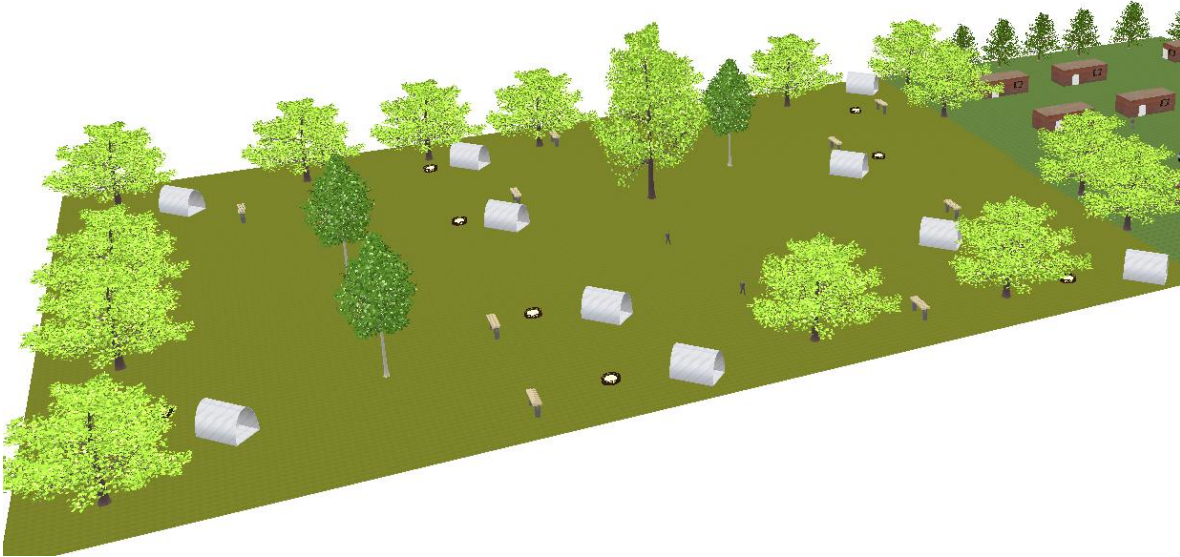


Ilustración 71 Diseño propuesto para área de camping

Diagrama de recorrido para área de camping:



Ilustración 72 Diagrama de recorrido para área de camping

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Requerimientos para área de camping:





Descripción	Cantidad
Tienda de campaña pequeña 	4
Tienda de campaña mediana 	4
Tienda de campaña grande 	2
Bancas para área de camping 	10

Tabla 81 Requerimientos para área de camping

### **8.3. Caminata a cascadas de Tamanique**

La zona norte de Tamanique posee además de otros recursos naturales, cinco cascadas que representan un gran atractivo para los visitantes.



Ilustración 73 Cascadas de Tamanique

La caminata a las cascadas es un hermoso paseo por un sendero frondoso que entrega una vista magnífica al océano pacífico para llegar a un lugar para saltos de diferentes alturas y pozas de aguas frías para refrescarse después de la caminata.

#### **El recorrido a las cascadas:**

Se necesita llegar al pueblo de Tamanique, para luego dirigirse a la aventura entre un bosque tropical seco caminando entre vegetación y cultivos de agricultores locales hasta llegar a las primeras saltos y pozas, para luego disfrutar las cascadas entre 15 y 20 metros de altura adonde se puede bañar en sus aguas cristalinas. Para los más aventureros el reto es llegar al salto más grande de 40 metros de altura.

Desde el casco urbano a la primera cascada, el tiempo en llegar es 40 min.

Desde la primera cascada a la segunda, el tiempo en llegar es de 10 minutos.

Se le suman 10 min de toma de fotografías.

Desde la segunda cascada a la tercera, el tiempo en llegar es de 10 minutos.



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Desde la tercera cascada a la cuarta y quinta, el tiempo en llegar es de 20 minutos.

Tiempo total de recorrido = 1 horas, 30 minutos.

Se consumen aproximadamente 1 hora con 20 minutos en el camino de retorno, sin hacer paradas.

### **Determinación del tipo de turismo a ofertar**

El tipo de turismo a ofertar es **Ecoturismo y Aventura**. A continuación se presenta una descripción de los componentes del Ecoturismo y del turismo de Aventura:

<b>ECOTURISMO</b>	
	<b>Observación de Fauna y flora:</b> Por medio de esta actividad recreativa, donde el turista puede presenciar la vida animal en su hábitat natural; así como también la vegetación del lugar.
	<b>Paisajismo</b> El visitante podrá apreciar los hermosos paisajes con que cuenta el municipio de Tamanique.
<b>TURISMO DE AVENTURA</b>	
	<b>Caminata:</b> La forma para llegar a las cascadas de Tamanique es por medio de una caminata observando la vegetación y recorriendo sus caminos empinados y estrechos, sin duda es recomendado para las personas que les gusta la aventura

Tabla 82 Tipo de turismo a ofertar

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Indicaciones al visitante:**

Los turistas deben tomar en cuenta ciertos requisitos que harán de su viaje una experiencia divertida.

A continuación se presenta una ficha que se proporciona al turista, antes de emprender la caminata:



Ilustración 74 Ficha de indicación al visitante

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Itinerario de visita a las cascadas**

Para la formación de los productos turísticos se procede a integrar los diferentes recursos, actividades y servicios identificados de acuerdo al inventario turístico realizado en la etapa de Diagnóstico.

### **Jornada matutina. Grupos con un máximo de 10 personas por guía turístico.**

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
08:00	Salida de Desvío de Tamanique	Reunión con el guía turístico en el desvío de Tamanique, mismo que los conducirá en todo el recorrido a las cascadas.
08:15	Llegada a Casco Urbano de Tamanique	El Transporte proporcionado, conducirá hasta el Casco urbano del municipio. El recorrido dura 15 minutos.
08:16 – 08:31	Espacio para desayuno en el parque	Una vez arribando en el casco urbano del municipio, los turistas tienen un espacio de 15 minutos para degustar de algún alimento o tomar un desayuno ligero previo a la caminata.  Si por otra parte, el turista no desea ingerir más alimentos, puede disfrutar de este espacio para tomar fotografías a la zona, disfrutar de un tiempo de esparcimiento con su equipo o hacer uso de este tiempo como mejor le parezca.
08:32	Salida de Casco Urbano	El primer destino es la visita a la primera cascada de Tamanique. Los turistas deberán hacer uso de todas las indicaciones brindadas por el guía, de tal manera que su recorrido se torne agradable y libre de complicaciones.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
09:12	Llegada a primera Cascada de Tamanique	La duración promedio del recorrido a la primera cascada de Tamanique, es de 40 minutos.
09:13	Salida a segunda cascada de Tamanique	El camino a la segunda cascada de Tamanique tiene una duración aproximada de 10 minutos.
09:23	Llegada a segunda cascada	En la segunda cascada de Tamanique hay dos pozas, en una de las cuales se pueden hacer clavados perfectos debido a su profundidad de más de 15 m.
09:24-09:34	Espacio para toma de fotografías	Se brindan 10 minutos principalmente para descanso en las grandes piedras que rodean las pozas y la segunda cascada de Tamanique.
09:35	Salida de segunda cascada	El tiempo en llegar a la tercera cascada es también de 10 minutos.
09:45	Llegada a tercera cascada	La tercera cascada de Tamanique está ubicada en un punto inaccesible; es por ellos que pocos se aventuran a llegar hasta ella.
09:46	Salida de tercera cascada para cuarta y quinta cascadas	
10:06	Llegada a cuarta y quinta cascadas	La quinta cascada es la que tiene una caída de 40 m. Este hecho representa uno de los mayores atractivos de la zona.
10:07 – 12:39	Espacio de esparcimiento, almuerzo y descanso	Las personas disfrutan de un baño en las aguas frías de la cascada, tomando fotografías, departiendo entre sus familiares.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
12:40	Salida de cascadas cuarta y quinta	El guía avisa con anticipación a los turistas, que pronto retomarán el camino de retorno.
2:00	Retorno a Casco Urbano	El camino de retorno es de cuevas con una inclinación de aproximadamente 15° a 30°.

Tabla 83 Itinerario para caminata a cascadas

### Consideraciones:

- El camino por el que transitarán los turistas, debe estar preferentemente seco y su ancho no debe ser menor a la mitad de la estatura del turista. La erosión del suelo y el crecimiento de hierbas que tornan deslizable el piso, son factores que se deben controlar con periodicidad para evitar accidentes.
- El camino que rodee abismos, debe estar asegurado con guías de acero inoxidable, recubiertas con material biodegradable.
- La basura inorgánica deberá ser transportada por los turistas, hasta que encuentren el sitio adecuado para deshacerse de ella.
- En los sitios destinados a hacer paradas de descanso o de esparcimiento, deben existir bancas ecológicas, con pegamento no dañino al medio ambiente. El diseño de la banca se presenta a continuación:

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

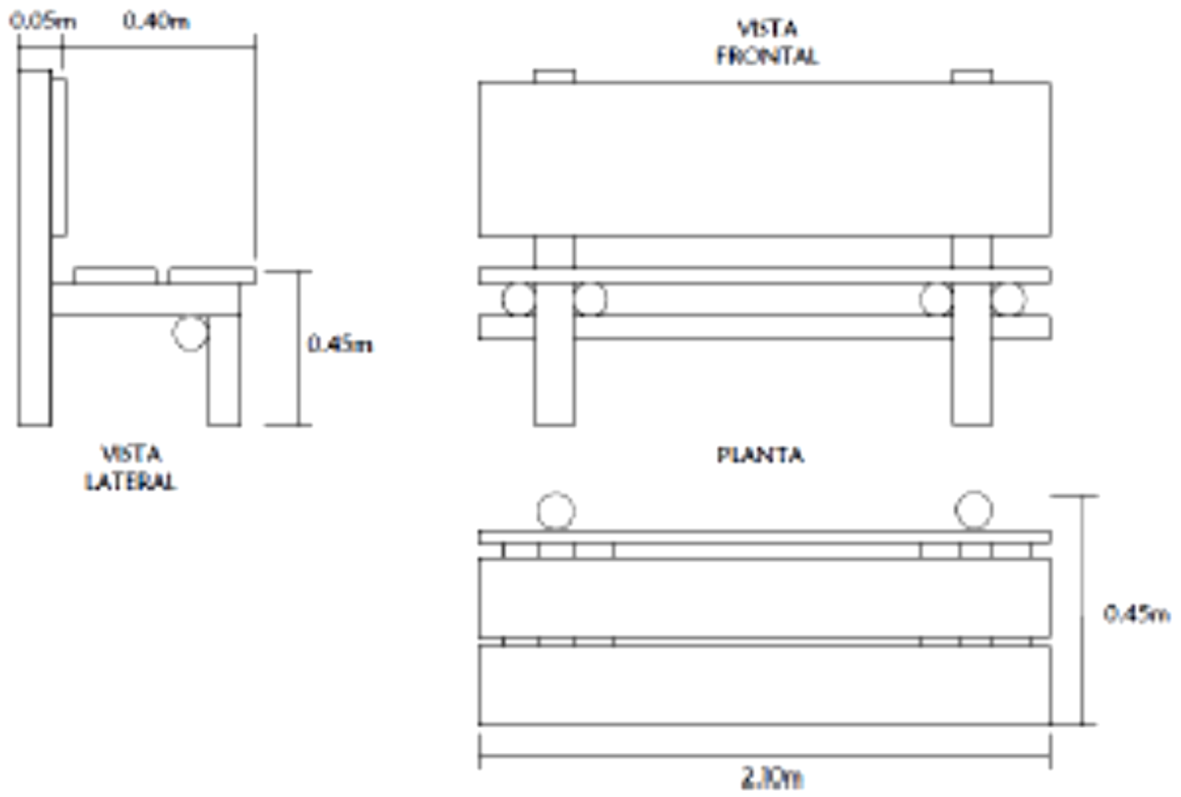


Ilustración 75 Diseño de bancas ecológicas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Requerimientos de equipo para caminata a cascadas:**

Descripción	Cantidad
Lazo de henequén 	6
Machete 11in (Hoja de un filo, material de acero inoxidable) 	6
Salvavidas 	9
Arnés 	3
Bancas para turistas 	5
Mochila para el guía turístico 	7

Tabla 84 Requerimientos de equipo para caminata a cascadas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Diseño de recorrido del destino turístico**

La siguiente ilustración muestra el recorrido desde el desvío de Tamanique hasta llegar a las cascadas

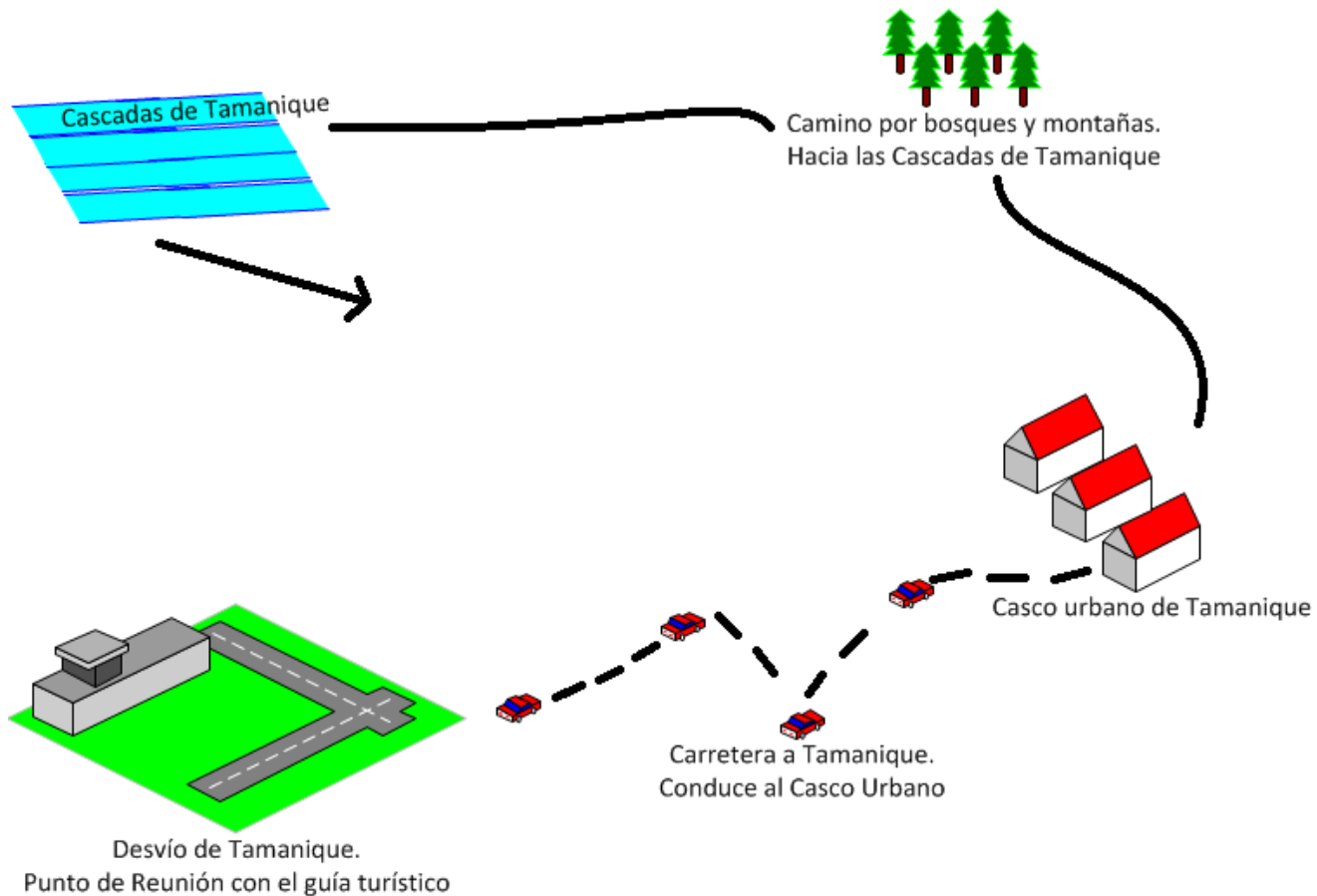


Ilustración 76 Recorrido para llegar a las cascadas



# Estudio de factibilidad para productos turísticos.

## Proceso para caminata a las cascadas de Tamanique

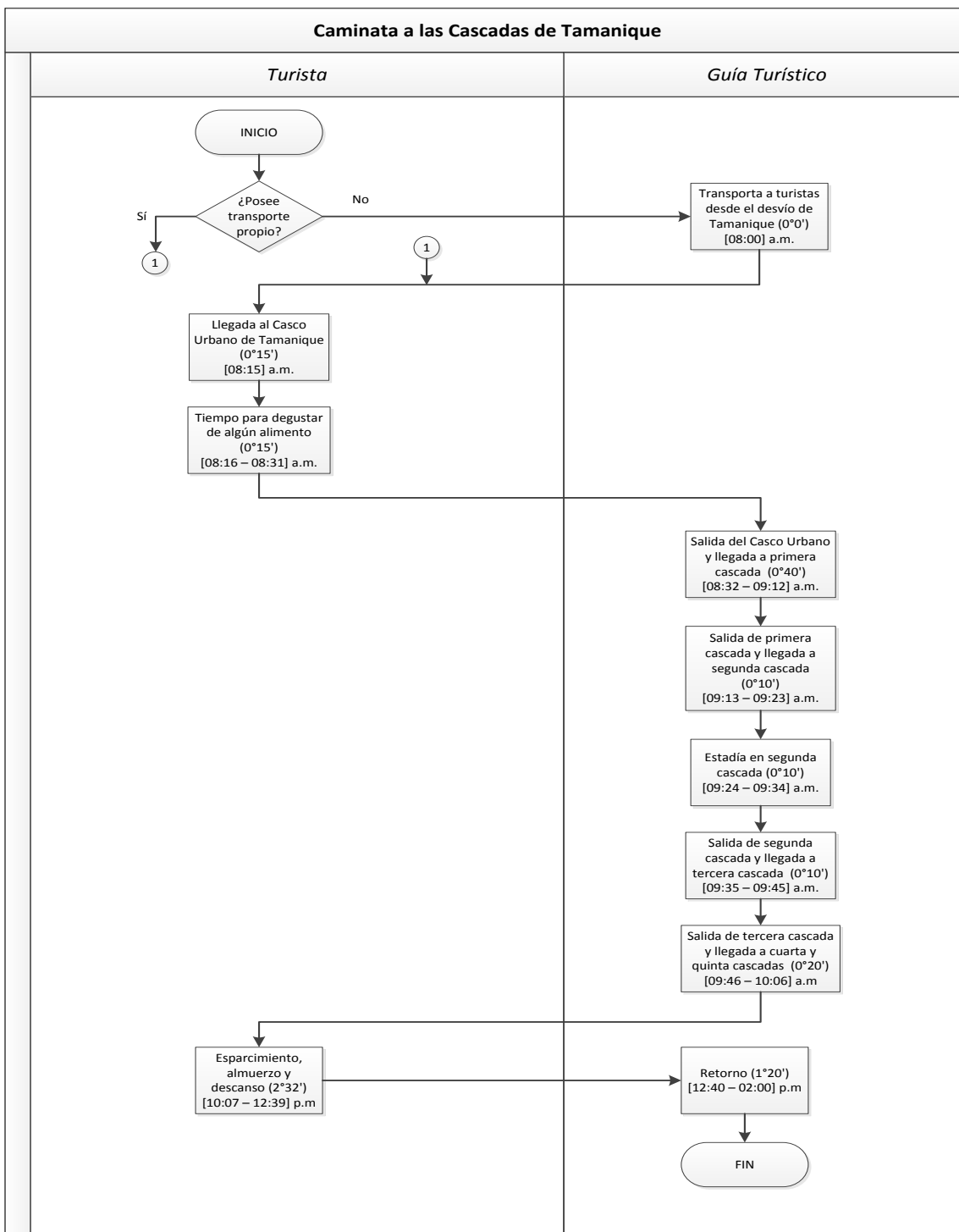


Ilustración 77 Proceso para caminata a las cascadas de Tamanique

### **8.4. Visita al Pueblo de Tamanique**

El recorrido por el pueblo de Tamanique tiene por objetivo ofrecer al turista la oportunidad de conocer sobre la cultura, historia y gastronomía del municipio y específicamente proporcionar un acercamiento de los turistas con el pueblo de Tamanique.



Ilustración 78 Pueblo de Tamanique

Se realizara un recorrido en el casco urbano del pueblo de Tamanique partiendo del parque central en donde se encuentra la Iglesia, en donde el guía explicara el significado cultural que posee la iglesia, la historia de su edificación, el tiempo que tardo en construirse, además de lo anterior es muy importante mencionar a que corriente arquitectónica pertenece su diseño, el visitante podrá además observar vestigios arqueológicos que se encuentran en el parque central. Posterior se hará un recorrido en el pueblo a las casas más antiguas del municipio, se visitara posteriormente a los artesanos, ebanista del municipio donde el turista podrá ver de cerca como los habitantes realizan sus obras y podrán comprar recuerdos si lo desean. Está planificada para una duración de 3 horas, y tiene un cupo de 8-15 personas por guía.

#### Actividades a desarrollar:

1. Conocer la iglesia católica situada en el parque
2. Conocer parque central
3. Observación de vestigios arqueológicos situados en el parque
4. Visita a casas antiguas hechas de bajareque situadas en la zona.
5. Visita a artesano y ebanista
6. Degustación de platillos (comedor Gaby)

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Parque	Iglesia	Ebanista	Artesanía Y elaboración de alboroto	Arte y culturales
				

Ilustración 79 lugares a recorrer en visita al casco urbano de Tamanique

### Determinación del tipo de producto turístico a ofertar

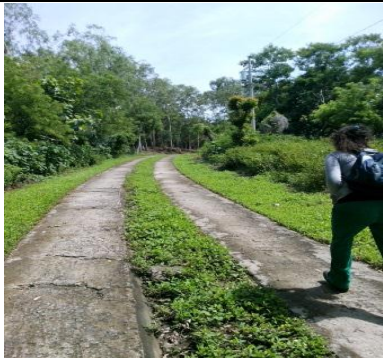
TURISMO AVENTURA	
	<p><u>Caminata:</u> Se realizara un recorrido por los alrededores del casco urbano del pueblo acompañados del guía turístico</p>
TURISMO CULTURAL	
	<p><u>Eco arqueología:</u> En el parque central del pueblo de Tamanique se encuentran ubicadas piezas arqueológicas encontradas por los habitantes en las diferentes cuevas correspondientes al municipio; algunas ha sido colocadas en los alrededores del parque de esta manera los visitantes pueden observarlas y conocer . la importancia del patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación.</p>

Tabla 85 Tipos de productos turísticos a ofertar

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Antes de iniciar el recorrido por el pueblo de Tamanique, los turistas llenan la ficha de ingreso y reciben indicaciones básicas del guía para efectuar el recorrido de forma ordenada y provechosa.

### **Itinerario:**

A continuación se presenta el itinerario para la visita al pueblo:

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
08:00	Salida de Desvío de Tamanique	Reunión con el guía turístico en el desvío de Tamanique, mismo que los conducirá en toda la caminata por el pueblo.
08:15	Llegada a Casco Urbano de Tamanique	El Transporte proporcionado, conducirá hasta el Casco urbano del municipio. El recorrido dura 15 minutos.
08:16 – 08:30	Reunión de turistas e introducción a la historia, por parte del guía turístico. Destino a la primer parada.	El guía turístico reúne a los turistas y les comenta sobre la historia de Tamanique, sus ancestros, entre otros temas de relevancia. Esquema de guión: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Orígenes de Tamanique</li> <li>- Historia de los ancestros</li> <li>- Reliquias encontradas</li> <li>- Composición del municipio</li> <li>- Fiestas patronales</li> <li>- Costumbres de los lugareños</li> <li>- Generalidades del clima</li> <li>- Recursos naturales con los que cuenta el municipio</li> <li>- Apoyo recibido por parte de otras instituciones</li> </ul>
08:31- 08:51	Visita al primer destino, la Iglesia de Tamanique.	La iglesia de Tamanique se encuentra ubicada en el parque central del casco urbano de

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
		Tamanique. El guía turístico explica sobre historia de la edificación de la iglesia, fiestas patronales, santos de devoción, entre otros; mientras, los turistas toman fotografías en las afueras del templo sagrado.
08:52- 09:02	Salida del parque hacia la casa del ebanista.	Durante este recorrido, se aprecian las casas antiguas, su arquitectura o su edificación sencilla
09:03- 09:20	Llegada a casa del Ebanista	En este instante, los turistas ingresan a la casa del Ebanista y observan las creaciones del mismo y otros trabajos. El ebanista explica los procesos de creación de sus obras. El turista puede encargar o comprar productos.
09:21- 09:30	Salida de casa de Ebanista y llegada a casa de artesano Luna y Sola	Se parte a la casa del artesano Luna y Sola que vende artesanías realizadas en coco, concha de nácar, madera, entre otros materiales.
09:31- 09:45	Visita a artesano Luna y Sola y salida a casa de artesana que elabora alborotos	Los turistas pueden comprar de sus productos si desean, tomar fotografías con las creaciones del artesano, etc. Mientras el guía turístico se detiene a contar un poco sobre la historia de los artesanos emprendedores y el apoyo recibido por la municipalidad.
09:46- 10:05	Visita a artesana que elabora alborotos	Se conoce un poco sobre el proceso de elaboración de alboroto, un producto distintivo de la zona. Al final del recorrido, los turistas degustan de un delicioso alboroto.
10:06-	Retorno a parque	Salida de la casa de la artesana que realiza

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
10:15	central	alborotos y regreso a Parque central.
10:16- 11:00	Degustación de alimentos típicos para desayunar, agromercado y otras ventas innovadoras.	Se da un espacio de 44 minutos para que el turista aproveche en la degustación de algún platillo, comprar elementos innovadores o alimentos agronómicos, entre otras variedades que ofertan los lugareños.

Tabla 86 Itinerario a realizar en visita al pueblo

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Recorrido del destino turístico

A continuación la imagen muestra el recorrido que se realizara en la visita al pueblo de Tamanique:

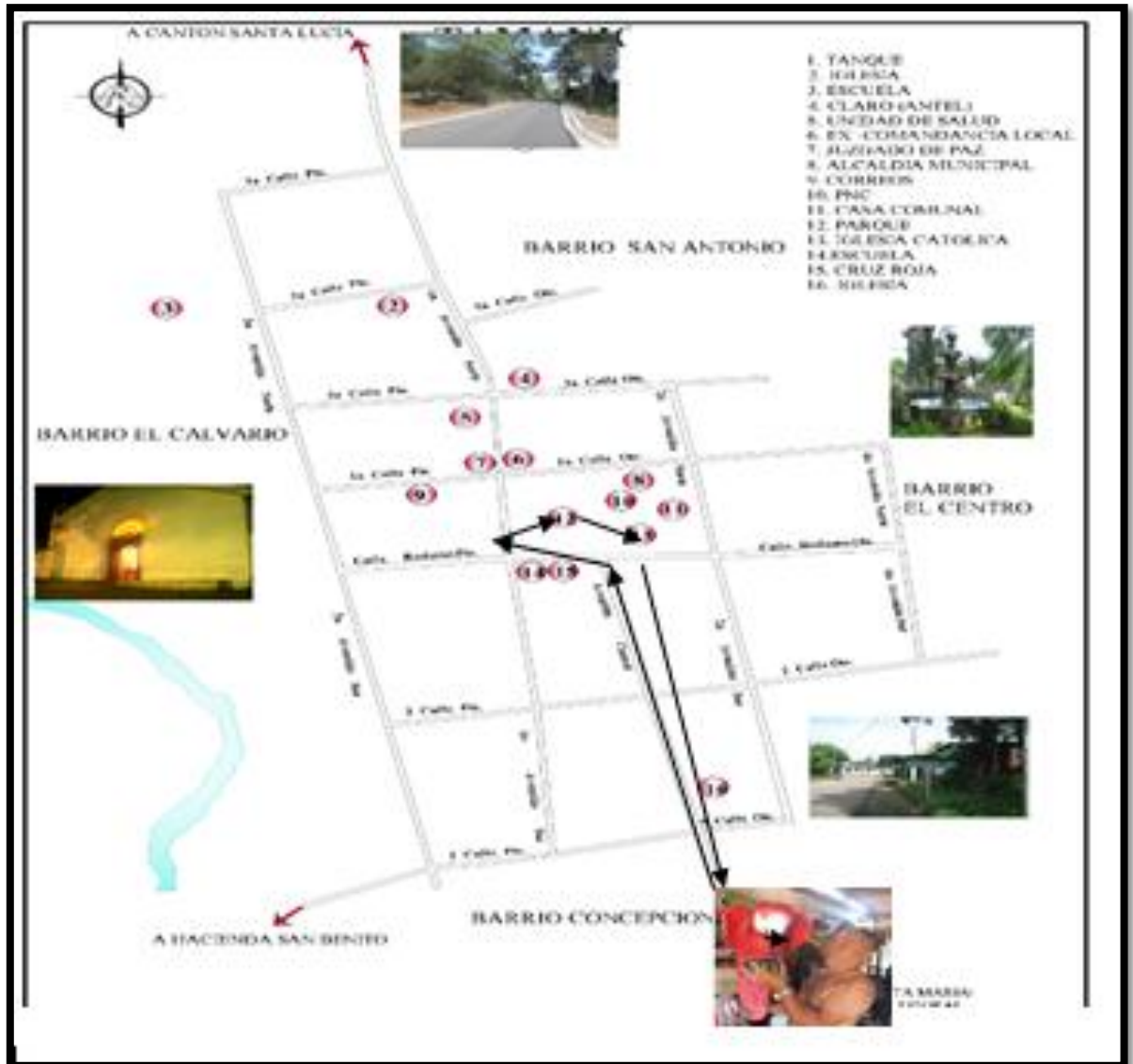


Ilustración 80 Recorrido para visita al pueblo de Tamanique

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Proceso para recorrido por el pueblo de Tamanique

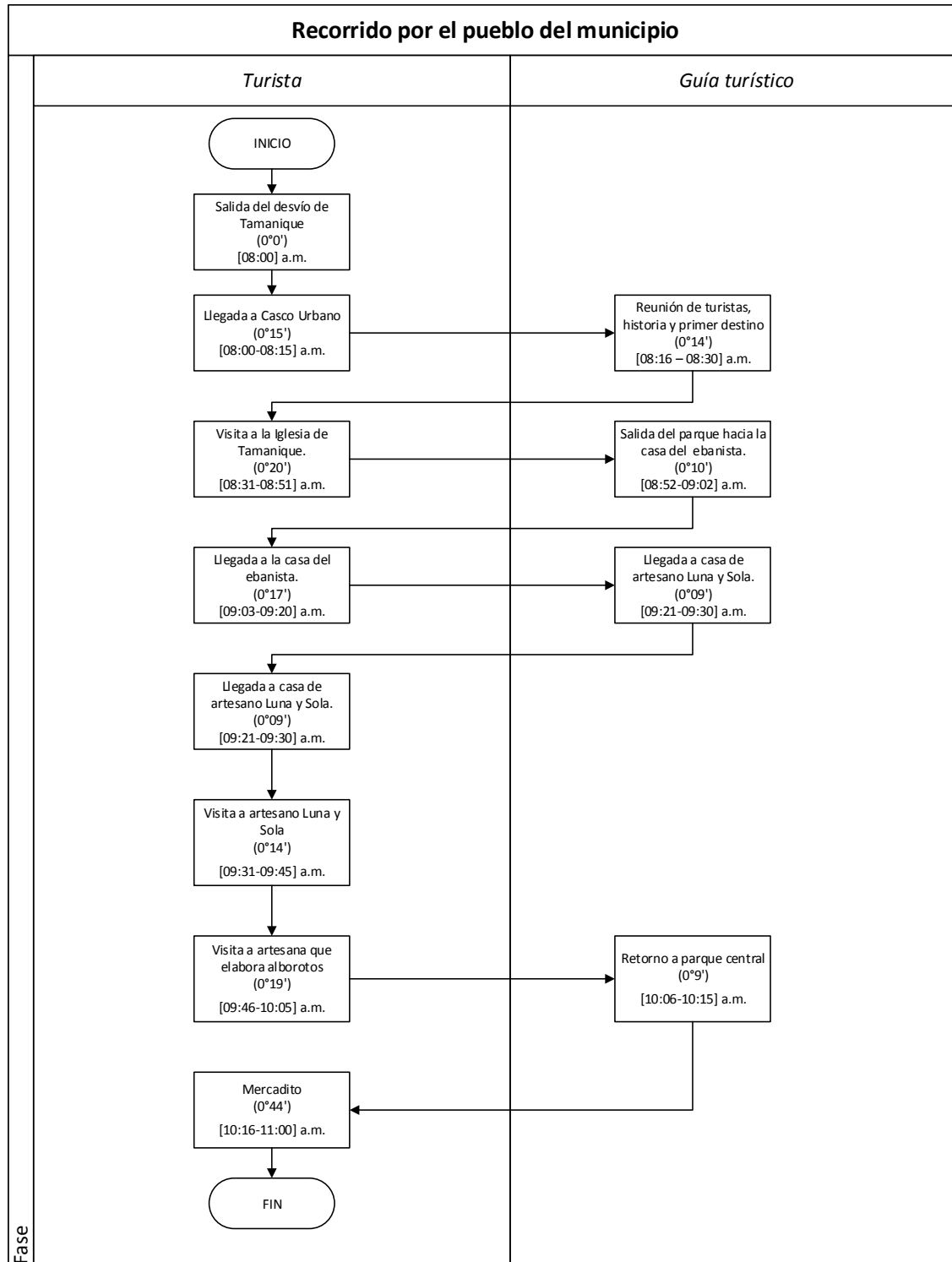


Ilustración 81 Proceso de recorrido para visita al pueblo de Tamanique



### 8.5. Moto tour



Ilustración 82 Recorrido en moto

Se pretende ofrecer a los turistas actividades como recorrido en moto y apreciación del lugar en puntos claves.

Está dirigida a un público joven y enérgico, visitante nacional o internacional con preferencias de actividades extremas y emocionantes, respetuoso con el entorno.

#### Zonas a recorrer:

Generalmente para este tipo de producto turístico, los turistas llegan al lugar donde se guardan las motocicletas, y de ahí se parte para el recorrido.

- ✓ El primer recorrido previsto desde la cede hasta el casco urbano con
- ✓ El segundo recorrido que va desde la cede hasta el tanque contiguo a rio
- ✓ El tercer recorrido esta dirigido a turistas que les gusta recorrer el municipio este parte de la cede y retorna por la calle que divide a Tamanique con Chiltiupan hasta llegar al litoral a la altura de la playa El Palmar.



Ilustración 83 Lugares a visitar por medio de la actividad del Moto tour

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Determinación del tipo de turismo a ofertar**


<b>TURISMO AVENTURA</b>	
	<p><u>Mototour:</u> Un viaje en motocicleta con Moto tour es una aventura completa. Se tiene la oportunidad de conocer bellísimos lugares del interior del municipio de Tamanique, plantaciones de café, vistas panorámicas entre otros.</p>

Ilustración 84 Tipo de turismo a ofertar

#### Actividades a desarrollar:

1. Recorrido en moto
2. Disfrute de flora y fauna durante el trayecto
3. Disfrute de vistas panorámicas en miradores y paradas a realizar para toma de fotografías.

Tiene un cupo de 1-8 personas por guía.

### **Ficha de requisitos a cumplir para Mototour:**

En un inicio se entrega al turista una ficha con los requisitos mínimos a cumplir para llevar a cabo el recorrido en mototour, misma que se presenta a continuación:



Ilustración 85 Ficha de requisitos para requerir el servicio de Moto tour

### **Ubicación de mototour:**

Con respecto a la localización del mototour, se contara con un pequeño lugar ubicado en el terreno ya establecido dentro del cual se guardarán las motos y también se contara con un pequeño taller de reparación y mantenimiento de motocicletas, También se puede considerar que en Tamanique ya existe un establecimiento equipado que ofrece este servicio, por lo que podría crear una alianza con el dueño, en la que los costos y las ganancias se repartan, así como también, la afluencia turística se vea incrementada en gran medida.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

A continuacion se muestra como quedara ubicada el area de motos en el terreno establecido:



Ilustración 86 Área de motos

### Requerimientos para moto tour:

Descripción	Cantidad
 motos	9
 Casco Fly trekker	9
 Guantes KTM	9

Tabla 87 Requerimientos para moto tour

### **8.6. Diseño de paquetes turísticos**

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Tamanique ofrecerá en su zona norte, cinco diferentes productos turísticos que permitirán al turista disfrutar de la belleza del municipio y de la riqueza natural con que este cuenta; dichos paquetes son una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción.

Se planea el ofrecimiento de paquetes en donde contenga de 2 a más productos turísticos para turistas que deseen vacacionar por un día, y para turistas que deseen vacacionar por dos días como se muestra a continuación:

# PAQUETE 1

## ***“CULTURA Y ADRENALINA SOBRE RUEDAS”***

### **Paquete 1 día**

- Reunión con guía turístico en el desvío de Tamanique, 08:00 a.m.
- Recorrido por el pueblo: en horas de la mañana,
- Espacio para almorzar
- Recorrido en moto tour, en horas de la tarde.
- Al finalizar, el turista podrá disfrutar de comida típica u otras ventas, comercializadas en el parque del casco urbano de Tamanique.

### Incluye:

- Transporte
- Guía turístico

### No incluye:

- Servicios de alimentación

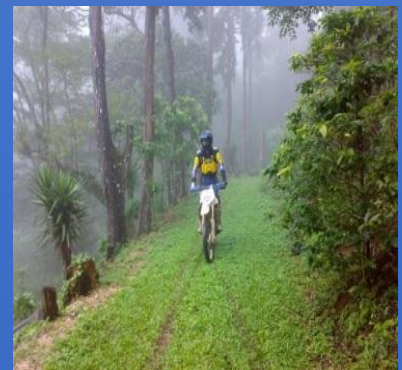


Ilustración 87 Paquete turístico 1

# PAQUETE 2

## *“ENCANTO DE LAS AGUAS”*

### Paquete 1 día

- Reunión con guía turístico en el desvío de Tamanique, 08:00 a.m.
- Caminata a las cascadas en horas de la mañana, finaliza a las 02:00 p.m.
- En horas de la tarde, el turista podrá disfrutar de comida típica u otras ventas, comercializadas en el parque del casco urbano de Tamanique.
- Reunión con guía turístico en el casco urbano, 3:00 p.m.
- Recorrido por el pueblo, en horas de la tarde.
- Retorno al desvío de Tamanique 6pm

### Incluye:

- Transporte
- Guía turístico

### No incluye:

- Servicios de alimentación



Ilustración 88 Paquete turístico 2

# PAQUETE 3

## “TRIO DE AVENTURA”

### Paquete 2 días

#### *Día 1*

- Reunión con guía turístico en el desvío de Tamanique, 10:00 a.m.
- Recorrido por el pueblo, en horas de la mañana.
- Espacio para almorzar 1p.m
- Reunión con guía turístico en el parque central, 2:00 p.m.
- Recorrido en moto tour, en horas de la tarde.
- Al finalizar, el turista podrá disfrutar de comida típica u otras ventas, comercializadas en el parque del casco urbano de Tamanique.
- Traslado a Hospedaje en cabañas

#### *Día 2*

- Reunión con guía turístico en el sitio de alojamiento, 08:00 a.m.
- Caminata a las cascadas en horas de la mañana, finaliza a las 02:00 p.m.
- En horas de la tarde, el turista podrá disfrutar de comida típica u otras ventas, comercializadas en el parque del casco urbano de Tamanique.
- Retorno al desvío de Tamanique en donde el turista puede visitar las famosas playas del municipio y disfrutar del contraste natural que se ofrece.

#### Incluye:

- Transporte
- Guía turístico
- Alojamiento con parqueo incluido

#### No incluye:

- Servicios de alimentación



Ilustración 89 Paquete turístico 3



# PAQUETE 4

## “CAMPAMENTO DE AVENTURA”

### Paquete 2 días

#### *Día 1*

- Reunión con guía turístico en el desvío de Tamanique, 08:00 a.m.
- Caminata a las cascadas en horas de la mañana, finaliza a las 02:00 p.m.
- En horas de la tarde, el turista podrá disfrutar de comida típica u otras ventas, comercializadas en el parque del casco urbano de Tamanique.
- Reunión con guía turístico en el casco urbano, 3:00 p.m.
- Recorrido por el pueblo, en horas de la tarde.
- Traslado al lugar de alojamiento en área de camping 6 p.m.

#### *Día 2*

- Reunión con guía turístico en el lugar de alojamiento, 10:00 a.m.
- Recorrido en moto tour.
- Al finalizar, el turista podrá disfrutar de comida típica u otras ventas, comercializadas en el parque del casco urbano de Tamanique.
- Traslado al desvío de Tamanique

#### Incluye:

- Transporte
- Guía turístico
- Alojamiento con parqueo incluido

#### No incluye:

- Servicios de alimentación



Ilustración 90 Paquete turístico 4

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **8.7. Distribución del área de operación**

Una vez especificada la micro localización y con ella el terreno a utilizar y edificaciones por disponer es factible considerar el manejo por dimensiones tomando en cuenta el estudio de mercado, el cual nos brinda pautas de comportamiento, gustos y preferencias del futuro consumidor, así como de las soluciones arquitectónicas adoptadas por la competencia

La descripción la realizaremos por cada área que comprende el proyecto, por consiguiente.

#### **A. Área administrativa**

Esta área está localizada en el portal en frente del parque. El lugar cuenta con áreas separadas para 3 personas. En la misma estructura se contará con un baño y una bodega para archivo.

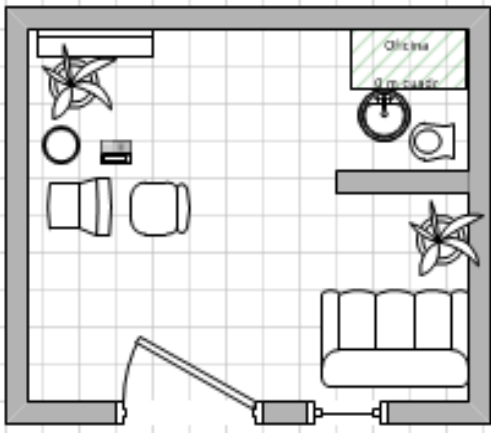
Área administrativa		
Oficina y área de espera	7 m <sup>2</sup>	plano 
Baño	3 m <sup>2</sup>	
bodega	4 m <sup>2</sup>	

Tabla 88 Espacios para área administrativa

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### B. Área de alojamiento

Distribuciones de espacio:

Tipo	N. de cabañas	Capacidad	Clase de camas	Baño
Simple	4	2	Individual	Privado
doble	2	3	matrimonial	Privado
triples	4	5	Individual y camarote	Privado

Tabla 89 Distribución de espacio para cabañas

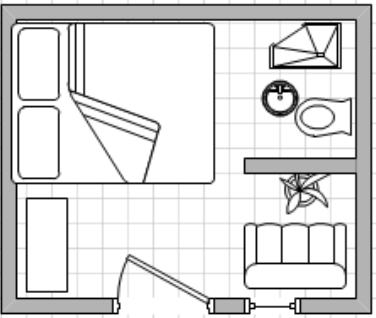
Cabañas sencilla				
Maquinaria/ equipo	Requerimientos de espacio en m	Numero de equipo	Total en m <sup>2</sup>	
Cama matrimonial	1.60*1.97	1	3.15	
Sofa-cama	0.8*1.30	1	1.04	
Mesa- silla	(0.65*0.60)+(0.50*0.40)	1	0.59	
Baño	1.20*1.60	1	1.92	
Sala de estar o corredor	1.5*3.7	1	5.55	
		total	12.25	
<p>Todas las cabañas son construcción mixta, y acabados básicos. Instalación de luz con panel solar e instalación de agua</p>				

Tabla 90 Requerimientos de espacio para cabaña sencilla

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Cabañas dobles			
Maquinaria/ equipo	Requerimientos de espacio en m	Numero de equipo	Total en m <sup>2</sup>
Cama	1.40*1*97	1	2.75
Camarote	1.20*1.97	1	2.36
Sofa-cama	0.8*1.30	1	1.04
Area de baño- ducha	1.20*1.60	1	1.92
Corredor	4.82*1.7	1	8.2
pasillo	(2.60*0.75)+(0.8*1.20)	1	2.91
		total	19.18

Tabla 91 Requerimiento de espacio para cabañas dobles

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Cabañas triples				
Maquina ria/ equipo	Requerimientos de espacio en m	Numero de equipo	Total en m <sup>2</sup>	
Cama	1.40*1*97	1	2.75	
Camarote	1.20*1.97	2	2.36	
Sofa- cama	0.8*1.30	1	1.04	
Area de baño- ducha	1.20*1.60	1	1.92	
Corredor	3.6*2	1	8.2	
pasillo	4.17*1.0	1	2.91	
Area de cocina	4.17*1.8	1	7.5	
		total	26.68	

Tabla 92 Requerimiento de espacio para cabañas triples

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **C. Área de cocina**

Esta area sera de uso comun para los visitantes y estara formada por cocinas de mesa, refrigeradora, microhondas, horno tostador, mesa, alacena, area de barbacoa.

A continuación se detalla el area minima necesarea para el area de cocina.

Requerimiento de espacio para equipo para cocina				
Area	Maquinaria o equipo	Requerimiento de espacio		
Cocina		Espacio unitario(cm)	Numero de equipos	Total en m <sup>2</sup> por operacion
	Cocina de mesa	48 *50cm	4	0.24*4=0.96
	Alacena	148*45	1	0.66
	refrigeradora	70 *65	1	0.45
	mesa	90*90	1	0.81
	fregadero	55*90	1	0.49
barbacoa		48 *50	1	0.24
			total	3.61

Tabla 93 Requerimiento de espacio para área de cocina

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Area de cocina comun	area	plano
cocina	3.37	
barbacoa	0.24	

Tabla 94 Distribución de espacio para área de cocina común

### D. Determinación de espacio de área de camping

A continuación se presenta una tabla que orienta acerca de los espacios mínimos a asignar por tipo de tienda

Tipo de tienda de campaña	Espacio mínimo
Pequeña: Para una o dos personas, con una superficie de 3-5 m <sup>2</sup>	12m <sup>2</sup> , En rectángulo de 3x4 metros y zona de amortiguamiento de 1 metro entre tiendas
Mediana: Para cuatro a seis personas con una superficie de 5-8 m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup> , En rectángulo de 5x4 metros y zona de amortiguaciones de un metro entre tiendas. Este tamaño de terreno puede utilizarse para instalación de dos tiendas pequeñas
Grande: Para seis personas o mas	Franja de 2m alrededor de la tienda más 2 m <sup>2</sup> por persona, de acuerdo a la capacidad de la tienda

Tabla 95 Requerimiento de espacio para área de camping.

Algunos criterios que se tomaron en cuenta para determinar la ubicación de estos se encuentran:

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

1. Accesibilidad: Debido a que en esta zona se puede tener un fácil acceso a cada una de las vías que conectan con el casco urbano del municipio.
2. Zona que presentan poco arbolado: en base a información proporcionada por el dueño del terreno que se planea adquirir se determinó que este posee zonas propicias para el desarrollo de esta actividad y que cumple con los requerimientos básicos para la prestación del servicio.

### **E. Definición de infraestructura**

El presente proyecto se encuentra ubicado en la finca en el tesoro. Perteneciente al cantón El Cuervo.

Se realizó una zonificación del terreno: área de camping, área de cabañas, área de cocina común, taller zonas verdes, área de parqueo espacio para motos y como se detalla a continuación:

Tipo de cabañas	numero	Área m <sup>2</sup>	Total m <sup>2</sup>
Cabañas sencillas	4	12.25	49
Cabañas dobles	4	19.18	76.72
Cabañas triples	2	26.68	53.36
		total	179.08

Tabla 96 Áreas totales por tipo de cabaña



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

---

Área de camping	numero	Área m <sup>2</sup>	total m <sup>2</sup>
Área de camping pequeña	4	12	48
Área de camping mediana	2	20	40
Área de camping grande	4	32	128
		total	216

Tabla 97 Áreas totales de camping

Distribución de infraestructura	total m <sup>2</sup>
Área construida	395.08
parqueo	100
Área de cocina común	49
Espacio para motos y taller de reparación	96
Zona verde (espacio entre cabañas y tiendas)	6 ,359.92
total	7,000

Tabla 98 Áreas totales

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

A continuación se presenta el siguiente diseño que tiene un área 1 manzana o 7000 m<sup>2</sup>. De las cuales la mayor parte será destinada a área de campamento y el resto a área de cabañas y área de parqueo:

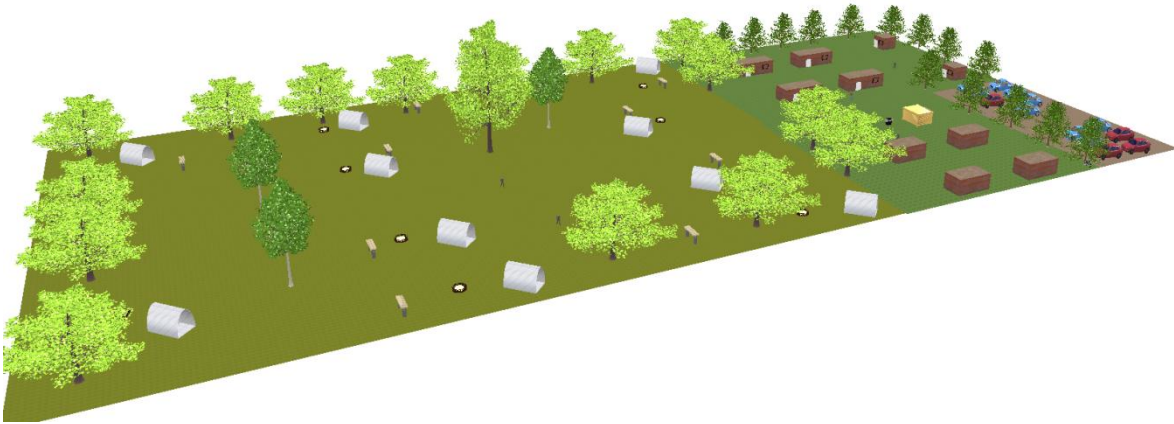


Ilustración 91 Diseño propuesto para ubicación de área de camping y cabañas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **9. CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO**

#### Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere a la cantidad de servicios que se pueden prestar en una actividad turística a los visitantes, medida por unidad de tiempo, bajo condiciones dadas.

La capacidad instalada de los productos turísticos en la zona norte de Tamanique será calculada de acuerdo al número de personas que se puede atender de acuerdo a cada producto tal como se detalla a continuación:

#### **Capacidad instalada para Cabañas:**

$$\text{capacidad instalada} = (NC) \times (NCA) \times 365$$

En donde:

NC= Se refiere a la capacidad de personas de acuerdo al número de camas

NCA= se refiere al número de cabañas.

Nota: se multiplica trescientos sesenta y cinco noches del año ya que es el número de noches disponibles para alojarse.

A continuación la siguiente tabla muestra cómo se calculó NC:

Cabaña Sencilla	
Número de camas	Capacidad de personas
1 cama matrimonial	2
Total	2
Cabaña 2ble	
Número de camas	Capacidad de personas
1 cama	1
1 camarote	2
Total	3
Cabaña 3ple	
Número de camas	Capacidad de personas
1 cama	1
2 camarotes	4
Total	5

Tabla 99 Cálculo de NC

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Al aplicar la formula se obtiene lo siguiente:

Descripción	NC	NCA	Días del año	Total
Cap instalada cabaña sencilla	2	4	365	2920
Cap instalada cabaña doble	3	4	365	4380
Cap instalada cabaña triple	5	2	365	3650
Total				10950

Tabla 100 Cálculo de capacidad instalada cabañas

Como resultado finales tenemos que podrían alojarse un total de 10,950 personas al año si todas las cabañas fuesen ocupadas a su máxima capacidad todos los días del año.

### **Capacidad instalada para Camping:**

$$\text{capacidad instalada} = (NC)X(NCA)X365$$

En donde:

NC= Se refiere al capacidad de personas de acuerdo a la capacidad de cada tienda

NCA= se refiere al número de tiendas de camping.

Nota: se multiplica trescientos sesenta y cinco noches del año ya que es el número de noches disponibles para alojarse.

A continuación la siguiente tabla muestra cómo se calculó NC:

Descripción	Capacidad de personas
Tienda de camping pequeña	2
Tienda de camping mediana	4
Tienda de camping grande	6

Tabla 101 Calculo NC

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Al aplicar la formula se tiene:

Descripción	NC	NCA	Días del año	Total
Cap instalada Tienda de camping pequeña	2	4	365	2920
Cap instalada Tienda de camping mediana	4	4	365	5840
Cap instalada Tienda de camping grande	6	2	365	4380
Total				13140

Tabla 102 Cálculo de capacidad instalada camping

Como resultado finales tenemos que podrían alojarse un total de 13,140 personas al año si todas las tiendas de camping fuesen ocupadas a su máxima capacidad todos los días del año.

### **Capacidad instalada para caminata a cascadas:**

Producto	Numero de guías	N0 de viajes al día	Calculo unitario	Capacidad instalada diaria
<b>Caminata a cascadas</b>	3 guías	2	8 personas por guía	48
Total de capacidad de carga				48

Tabla 103 Capacidad instalada para caminata a cascadas

Como resultado final tenemos que podrían atenderse un total de 17,520 personas al año si todos los días del año los 3 guías atendieran a 8 personas y realizaran 2 viajes al día.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Capacidad instalada para visita al casco urbano:**

Producto	Numero de guías	No de viajes al día	Calculo unitario	Capacidad de carga diaria
Visita al casco urbano	2 guías disponibles	2	8 personas por guía	32
Total de capacidad de carga				32

Tabla 104 Capacidad instalada para visita al casco urbano

Como resultado final tenemos que podrían atenderse un total de 11,680 personas al año si todos los días del año los 2 guías atendieran a 8 personas y realizaran 2 viajes al día.

### **Capacidad instalada para Moto tour:**

Producto	Numero de guías	No de viajes al día	Calculo unitario	Capacidad de carga
Moto tour	2 guías disponibles	2	9 personas por guía	36
Total de capacidad de carga				36

Tabla 105 Capacidad instalada para moto tour

Como resultado final tenemos que podrían atenderse un total de 13,140 personas al año si todos los días del año los 2 guías atendieran a 9 personas y realizaran 2 viajes al día.

### **10. PROGRAMA DE PROMOCION Y PUBLICIDAD**

Un programa de promoción y publicidad debe contener los siguientes elementos:

- Análisis de la Situación del Municipio de Tamanique, en el cual se identifiquen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que este tiene para fomentar y promover el turismo en la zona.
- Sub Programa de Promoción de ventas.
- Sub Programa de Publicidad

Diseñar un Plan de Promoción es de suma importancia, ya que proporciona a la industria turística las herramientas mercadológicas necesarias para impulsar el desarrollo turístico del municipio.

#### **Objetivos del programa de promoción**

Objetivo general

Fomentar el desarrollo turístico, ofreciendo esparcimiento y recreación a la familia salvadoreña, mediante la utilización de los recursos naturales y culturales con que cuenta el Municipio de Tamanique en el departamento de La Libertad.

Objetivos específicos

- Promover el potencial turístico del Municipio de Tamanique.
- Atraer a un mayor número de visitantes a los lugares turísticos del municipio de Tamanique.
- Crear una imagen positiva del municipio de Tamanique, ante la población del área metropolitana de San Salvador.

#### **Análisis de la situación actual del municipio**

Haciendo referencia al análisis de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la etapa de diagnóstico, se visualiza como problema principal del municipio de Tamanique, el bajo nivel de afluencia turística.

### **Sub programa de promoción de ventas**

#### Objetivo

Dar a conocer los atractivos turísticos del Municipio de Tamanique, a través de actividades promocionales y de la participación de los pobladores del lugar, con el fin de estimular la demanda del sector turismo.

#### Estrategia

Se propone la utilización de una publicidad promocional, la cual consiste en enviar un mensaje a la población con el fin de estimular una demanda de turismo para visitar el Municipio de Tamanique, en el Departamento de La Libertad.

#### Tácticas

Ver: Paquetes turísticos para uno y dos días.

- Ofrecer guías locales (debidamente capacitados) para visitar los sitios turísticos de Tamanique, logrando incentivar a la población para que estos conozcan las bellezas naturales y la historia del Municipio de Tamanique.
- Para estimular a la población se regalarán a los visitantes que hayan comprado un paquete turístico, artículos promocionales como gorras, camisetas, stiker. Estos deberán hacer referencia a la cultura del Municipio de Tamanique.



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Ejemplo de Stickers con logo



Ilustración 92 Stickers con logo

Ejemplo de gorras con logo



Ilustración 93 Gorras

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### Ejemplo de camisetas con logo



Ilustración 94 Camisetas

### Medidas de control y correctivas

- Revisar que los paquetes turísticos se cumplan de acuerdo a lo establecido, es decir: precio, traslado.
- Verificar la participación de la comunidad en el desarrollo del Festival Gastronómico en el Municipio de Tamanique.
- Realizar capacitaciones en el transcurso del año a guías locales de los diferentes sitios turísticos del Municipio de Tamanique.
- A falta de la existencia de artículos promocionales durante algunos periodos, por la movilización de personas, deberá considerarse nuevas alternativas como por ejemplo descuentos especiales, cupones.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Presupuesto del programa de promoción de ventas.

Descripción	Cantidad anual	Costo unitario	Total
impresión de camisetas	1200	\$ 3.00	\$3,600.00
Compra de gorras	300	\$ 3.00	\$ 900.00
Impresión de stiker	200	\$ 0.24	\$ 48.00
Total			\$4,548.00

Tabla 106 Presupuesto del programa promoción y ventas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Cronograma del programa de promoción de ventas

Actividad	En	Fe	Ma	Ab	Ma	Ju	Ju	Ag	Se	Oc	No	Di
	e	b	r	r	y	n	l	o	p	t	v	c
Paquetes turísticos												
Festival gastronómico												
Capacitación de guías turísticos												
Obsequios promocionales												

Ilustración 95 Cronograma del programa promoción y ventas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Sub programa de publicidad**

#### Objetivo

Informar al turista a través de medios de comunicación masivos, la existencia de los lugares turísticos del Municipio de Tamanique, sus atractivos y tradiciones.

#### Tácticas de publicidad

- Elaboración de 1,000 broshures donde se brinde información de los lugares turísticos del Municipio de Tamanique, mostrando fotografías, tradiciones, fechas importantes y actividades que se desarrollen.
- Creación de una Página Web, en la cual se muestren los diferentes lugares turísticos del Municipio de Tamanique, oferta de paquetes turísticos, programación de actividades y la oferta turística en general del Municipio. En este sitio Web podrán acceder los turistas, quienes tendrán la oportunidad de conocer por medio de la Web.

#### Medidas de control del programa de publicidad

- Verificar que los broshures sean elaborados y por consiguiente sean distribuidos justo a tiempo en los principales centros educativos del área metropolitana de San Salvador.

#### Presupuesto del programa de publicidad

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VALOR
1,000 broshure 8 x ½ x 11, full color	\$0.35	\$350
Página web	\$300	\$300
Total		\$650

Tabla 107 Presupuesto del programa de publicidad

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Ejemplo de broshure:

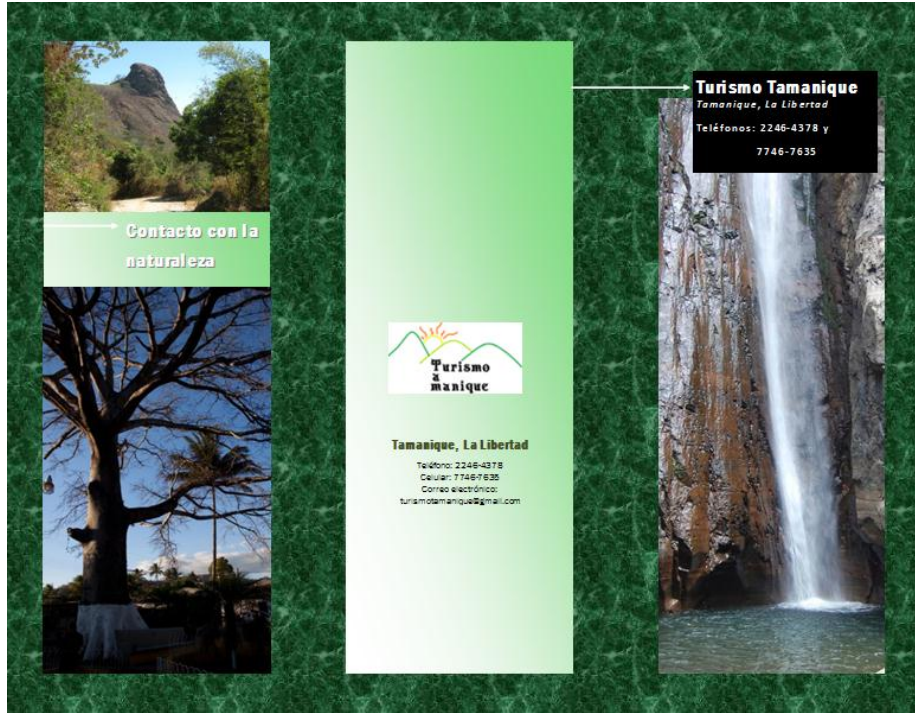


Ilustración 96 Broshure

**Historia**

La población de Tamanique se remonta a la época de la conquista castellana.

Su nombre aborigen actual es de franca estructura náhuatl y proviene de *tamaní*, cosa capturada, *tepes* (españolizado *tepeque*), cerro, montaña, localidad. Su etimología es, por consiguiente, "la ciudad capturada" o el "cerro capturado".

El municipio tiene un área geográfica de 101,02 km<sup>2</sup>, y la altitud de la cabecera es de 595 msnm.

En la zona sur del municipio se localizan las playas de El Sunzal, El Turco y El Palmarcito.



**Fiestas Patronales**

Tamanique celebra sus fiestas patronales en honor a la Virgen de La Paz del 19 al 21 de noviembre y en honor a la Virgen de Santa Lucía, en la segunda mitad del mes de febrero.



**Productos Turísticos**

Tamanique ofrece cinco principales productos turísticos, los cuales son:

- 1- Caminata a las Cascadas de Tamanique.
- 2- Recorrido en Mototour.
- 3- Hospedaje en Cabañas.

4- Hospedaje en Camping.

5- Caminata por el pueblo.



Ilustración 97 Brochure

## **11.COMITE TURISTICO**

### **A. Estructura organizativa del comité turístico**

#### **Comité turístico**

Se realizará con el fin de integrar a la cooperativa, con la comunidad y la alcaldía para que estas puedan generar mejores oportunidades de desarrollo del Municipio de Tamanique.

#### **Definición:**

Es un ente institucional cuyo objetivo principal será trabajar por el desarrollo socio económico del sector turismo en el municipio, creando sus bases en el desarrollo turístico del municipio de Tamanique.

#### **Objetivos del comité**

- Planificar, organizar y coordinar los esfuerzos a desarrollar de manera sostenible en la comunidad.
- Fomentar el turismo, bajo programas que garanticen el equilibrio del medio ambiente y el desarrollo de la población.
- Motivar a la comunidad, pequeños, medianos empresarios, para apoyar a la generación de condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo en la localidades y crear una variedad de proyectos que faciliten directamente la promoción, desarrollo y venta de productos y servicios, que proporcionen al visitante servicios básicos, hospedaje, y actividades recreativas que satisfagan sus expectativas.



### **Entes participantes del comité**

El comité turístico podrá estar conformado por socios de la cooperativa, pero es muy importante que exista una comunicación y coordinación con instituciones, la municipalidad y una serie de estatus, que ayuden al fortalecimiento y mejor desarrollo del turismo.

Dentro de los entes a destacar tenemos:

#### **Líder Comunal**

Su participación y entendimiento acerca de la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico, social y la preservación de su entorno cultural y natural, ayudará a incentivar la participación de más ciudadanos.

#### **Comunidad**

La participación de los miembros de las comunidades es esencial para el desarrollo sostenible del proyecto turístico, garantizándose de esa forma la mejora de los niveles de vida de sus integrantes.

#### **Empresarios**

La inversión de empresarios que proporcionen servicios turísticos es importante para poder suplir las necesidades de un turista.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Alcaldía municipal del municipio**

Su participación es clave para coordinar el desarrollo de proyectos de infraestructura básica y para el establecimiento de ordenanzas municipales en función del desarrollo turístico.

La municipalidad procurará adoptar medidas precisas para elaborar un plan de Ordenamiento Municipal, cuyo fin es estimular la colaboración de las diferentes instancias gubernamentales, no gubernamentales, públicas, privadas y sociedad civil.

En cuanto a la imagen de la comunidad, el plan de ordenamiento deberá contemplar las normas de acondicionamiento de los lugares de recreo y descanso, con el fin de conservar el patrimonio cultural artístico y atención a los monumentos importantes de los mismos.

### **Policía Nacional Civil**

Será necesario mantenerla al tanto de las actividades turísticas para poder brindar seguridad a los turistas, proteger el patrimonio cultural, histórico y natural, así como el medio ambiente.

### **FUNCIONES DEL COMITÉ**

- Promover una oferta turística en armonía ambiental, histórica, cultural y social.
- Coordinar acciones con las entidades correspondientes, para garantizar la seguridad ciudadana y la prestación de servicios básicos de calidad para sus visitantes.
- Fomentar y fortalecer la organización, concertación y participación de las comunidades y otros actores.
- Identificar, desarrollar y proporcionar productos turísticos de buena calidad.
- Promover el uso turístico del casco urbano y áreas naturales del municipio haciendo énfasis en el desarrollo sostenible de los recursos naturales existentes.
- Para la promoción del turismo en su área deberá fomentar campañas tales como limpieza, salud y de señalización.
- Impulsar actividades como conciertos de música autóctona, competencias propias del lugar, exhibiciones de arte, pintura y artesanías y eventos gastronómicos.
- Buscar instituciones sin fines de lucro, y todo tipo de organizaciones que puedan ayudar o dar un aporte al desarrollo del proyecto en aspectos de conocimientos y de forma financiero.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **POLÍTICAS**

#### **Serán políticas del comité:**

- Crear espacios de participación para las personas no socias, que quieran abrirse espacio en el turismo y ayudar al desarrollo del mismo.
- Todas las actividades turísticas se harán considerando enormemente la protección y la concientización del buen uso de los recursos naturales, evitando su deterioro por los cambios que podrían darse en el ambiente por la afluencia de personas al lugar.
- Desarrollar Programas de Capacitación en turismo sostenible a todos los participantes en el desarrollo del mismo.
- Formalizar convenios de cooperación con organizaciones de apoyo.
- Brindar las recomendaciones de seguridad en algunas actividades y de cuidado de recurso a los turistas visitantes.
- Contratar personas de la comunidad para la realización de las actividades turísticas en la que se requiera personal, y brindarles la adecuada formación para el mismo.

**Estructura organizacional del comité turístico**

El comité turístico estará conformado de la siguiente manera:

- a) Un Presidente
- b) Un Vicepresidente
- c) Un secretario
- c) Un tesorero
- d) vocales

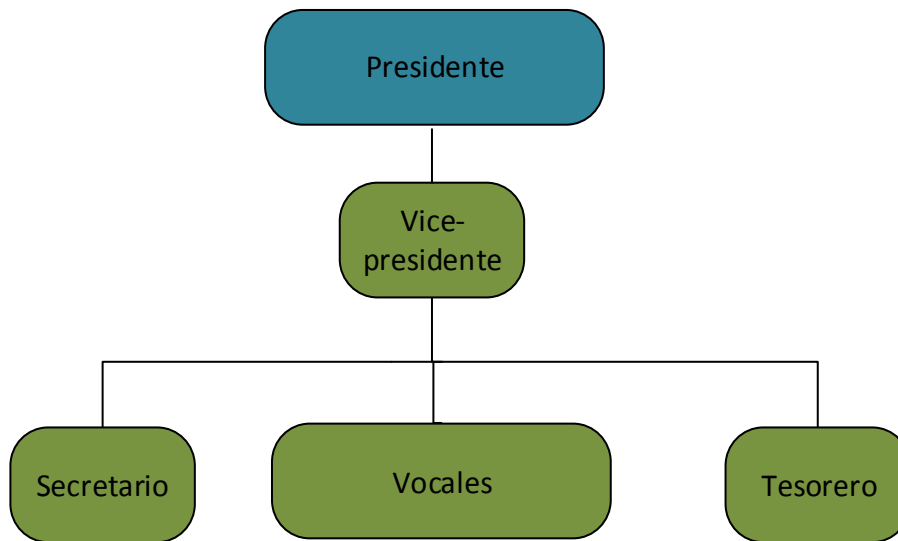


Ilustración 98 Organigrama de comité turístico

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

La conformación del Comité será generada a través de un proceso participativo, donde se realizarán reuniones con todos los integrantes de la cooperativa, donde democráticamente se nombrará un representante para el comité.

Para el mejor funcionamiento del comité también se elegirá un vicepresidente, Secretario tesorero y vocales quienes administrarán el mismo.

Los Vocales serán todos los miembros suplentes del Comité y se compone de 3 personas.

**B. Manual de organización del comité turístico**

# **MANUAL DE ORGANIZACIÓN COMITÉ TURISTICO**

**MUNICIPIO DE TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD**

**Misión del comité turístico:**

Ser un comité comprometido con la satisfacción de las necesidades de los turistas, promoviendo productos turísticos de la zona norte del municipio de Tamanique y potenciando la mejora continua para el desarrollo local y de los ciudadanos que conforman la oferta turística de la zona.

**Visión del comité turístico:**

Desarrollar el turismo en la zona norte del municipio de Tamanique, logrando posicionarnos entre los lugares más reconocidos y visitados del país.

<b>Manual de organización para Productos turísticos en Tamanique, departamento de la libertad</b>		Fecha: 13/10/2014  Pág. 1 de 4
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
<b>PRESIDENCIA</b>		
<p><b>OBJETIVO:</b> Determinar en qué consiste el puesto de presidencia y cuáles son sus funciones correspondientes, para tener una guía de la carga funcional y trabajo específico que le ha sido asignado y no exista duplicidad de trabajo, ni falta de conocimiento del mismo.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aprobar los reglamentos internos del Comité</li><li>• Fijar las políticas generales del Comité y orientar las labores, acciones y actividades que ejecutarán</li><li>• Conocer y resolver sobre los planes anuales y la proforma presupuestaria que presente el comité.</li><li>• Requerir al Directorio o a cualquiera de sus miembros cuanto informe conocer y juzgar su actuación administrativa.</li><li>• Ordenar la fiscalización de los recursos económicos y financieros del Comité en cualquier momento en que así lo considere conveniente.</li><li>• Aceptar o rechazar las donaciones que se hicieren al comité y Resolver disolución del Comité Pro mejoras y el destino de sus bienes.</li><li>• Representar judicial y extrajudicialmente el Comité.</li><li>• Firmar con el tesorero los cheques y documentos debidamente aprobados por el Comité.</li></ul>		



<b>Manual de organización para Productos turísticos en Tamanique, departamento de la libertad</b>		Fecha: 13/10/2014  Pág. 2 de 4
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
<b>VICEPRESIDENCIA</b>		
<p><b>PROPÓSITO:</b> Definir cuáles son las funciones a desempeñar el vice vicepresidente, como parte del comité de turismo, así como aquellas funciones que estarán a su cargo para el buen desarrollo del mismo.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sustituir al Presidente en caso de ausencia o impedimento de este</li><li>• Administrar el patrimonio del Comité</li><li>• Velar por el cumplimiento de los Estatutos, Resoluciones y Reglamento del Comité.</li><li>• Elaborar la memoria anual de labores y someterla a consideración de los miembros del comité.</li><li>• Elaborar las políticas y presupuesto anual del comité y someterlo a consideración.</li><li>• Velar que todos los miembros cumplan con sus obligaciones para con el comité.</li><li>• Conocer y aprobar las solicitudes de ingreso, reingreso y retiro de los miembros del comité.</li><li>• Aprobar los programas de trabajo a desarrollar por el comité.</li><li>• Nombrar las comisiones necesarias para colaborar en las actividades técnicas, administrativas y sociales del comité.</li><li>• Ejercer cualquier función orientar y organizar mejor las actividades necesarias para el logro de los fines del comité.</li><li>• Recibir y entregar bajo inventario los bienes muebles e inmuebles del comité.</li><li>• Autorizar pagos, siempre que estén regulados en el presupuesto o acuerdos del comité.</li><li>• Organizar seminarios, cursillos y otros eventos relacionados con los fines del comité.</li></ul>		

<b>Manual de organización para Productos turísticos en Tamanique, departamento de la libertad</b>		Fecha: 13/09/2014  Pág. 3 de 4
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

**TESORERIA**

**PROPÓSITO:** Definir cuáles son las tareas que el tesorero tiene a su cargo para el desarrollo administrativo que desempeñara la junta directiva en el comité turístico

**FUNCIONES:**

- Recibir y Guardar los fondos del comité en la institución bancaria que la presidencia señale
- Firmar con el Presidente los cheques y documentos del comité debidamente aprobados.
- Custodiar los libros de contabilidad
- Presentar mensualmente informe de ingresos y egresos del comité.
- Presentar la situación financiera del comité, cuando se requiera.
- Responsable de administrar los recursos de la oficina
- Realizará el ordenamiento de los recursos
- Realizará la búsqueda de recursos para el funcionamiento de Comité
- - Firmar con el presidente los estados financieros.

<b>Manual de organización para Productos turísticos en Tamanique, departamento de la libertad</b>		Fecha: 13/10/2014  Pág. 4 de 4
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
<b>VOCAL</b>		
<p><b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b> Apoyar al comité en lo que se necesite y servir de suplente de cualquier miembro en el caso de su ausencia por una razón justificable entre otras generales que se les sea demandadas.</p> <p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyar al comité, en documentar los procesos, a fin de mantener la información actualizada</li><li>• Asistir puntualmente a las reuniones a la que sean convocados.</li><li>• Sustituir en caso de ausencia a cualquier otro miembro del comité, en orden jerárquico excepto al presidente.</li><li>• Desempeñar las comisiones que le asignen la presidencia y vice presidencia.</li></ul>		

### **12. SEÑALIZACION TURISTICA**

Se trata de ofrecer al visitante una visión de conjunto del territorio y de facilitarle la identificación de todo aquello que forma parte del Municipio.

Para llevar a cabo las actividades de señalización. El encargado de Comercialización será el encargado de dicha actividad, en la cual llevara un control de las actividades a ser realizadas y explicar al comité la importancia del desarrollo de dicha actividad, dará a conocer el grado de avance de la obra en los diseños y elaboración de las diferentes señales, y, además, de supervisar la elaboración de éstas.

#### **Diseño de medios de señalización**

Al tratarse de un proyecto turístico, los diseños que sean utilizados deben de despertar la curiosidad de las personas cuando tengan contacto visual con ellos.

Una vez que el turista se encuentra dentro de la zona donde se ofrecen los distintos productos turísticos, serán necesarias señales que informen al turista.

Esta propuesta de señalización tiene como objetivo localizar sitios determinados dentro del entorno de movilización de los turistas, de tal modo que el turista se encuentre informado en cuanto a servicios que se ofrecen y actividades que se pueden realizar, tipo de actividades, símbolos o señales para guiar, informar, prevenir y restringir al turista.

#### **Fabricación de medios de señalización**

Una vez diseñados los distintos tipos de señalización a utilizar, se definirá la forma de fabricación de éstos. Para el proceso de fabricación, y para generar una mayor participación comunitaria se propone que estos sean realizados por los artesanos del municipio ya que de esta manera se estaría involucrando a personas que forman parte de la comunidad y a la vez reconociendo su potencial en el arte. Para este proceso el encargado de comercialización ya que a este mismo se le han

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

asignado la función de señalización, promoción y publicidad, será el encargado de esta actividad detallará la cantidad de señalización que se utilizarán, la fecha de solicitud y fecha de entrega para lo cual se utilizará el siguiente formato:

SEÑALIZACION TURISTICA			
Solicitado por:			
Cantidad	Tipo de señalización	Fecha de solicitud	Fecha de entrega
Detalles:			
Nombre de la persona a realizarlo			

Tabla 108 Formato para señalización turística

### **Simbología turística**

Lograr que las diferentes actividades y productos turísticos tengan la señalización adecuada de acuerdo al servicio que se va a prestar, teniendo en cuenta distancias, ubicación, tipo de actividad a realizar, etc., así como también los diferentes símbolos que deberán utilizar para guiar, informar, prevenir y restringir al turista. La existencia de la señalización turística significará para los visitantes, conocer atractivos y servicios sobre los cuales carecían inicialmente de información.

El Símbolo se define como: "Figura u objeto que tiene significación convencional".

La acción de simbolizar, implica expresar una idea por medio de un símbolo Se debe de brindar al visitante información, y la localización precisa de los atractivos y servicios con que cuenta, creando símbolos especiales para distinguir cada uno de ellos.

Estos símbolos constituyen un lenguaje que tiende a hacerse universal para la facilitación y guía al turista durante sus recorridos y estadía.; se caracterizan por la simplicidad de diseño, con la utilización de un mínimo de siluetas, para ser fácilmente perceptibles.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Para establecer cada una de las simbologías, primero se debe de tener en cuenta la identificación y clasificación de los tipos de productos turísticos, servicios y actividades turísticas, etc., que se esperan realizar en la zona.

A continuación se proponen algunos de los productos y servicios, que pueden formar parte de la simbología de las actividades a realizar en la zona.





Producto turístico	Señalización
Alojamiento: cabañas	 Un icono que muestra un interior de una cabaña con una cama y un escritorio, dentro de un recuadro azul con una línea blanca.
Caminatas	 Un icono que muestra a una persona caminando con un mochilero, dentro de un recuadro azul con una línea blanca.
Zona de camping	 Un icono que muestra una tienda de campaña, dentro de un recuadro azul con una línea blanca.
Moto tour	 Un icono que muestra a una persona conduciendo una motocicleta, dentro de un recuadro azul con una línea blanca.

Tabla 109 Señalización de productos turísticos

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Servicios generales






Nombre	Señalización
Servicio (hombres)	 <p data-bbox="1045 407 1162 447">SG 01 Servicios Higiénico (varones)</p>
Servicio (mujeres)	 <p data-bbox="1045 585 1162 625">SG 02 Servicios Higiénico (mujeres)</p>
Servicio (ambos sexos)	 <p data-bbox="1045 764 1162 804">SG 03 Servicios Higiénico (ambos sexos)</p>
Área no fumadores	 <p data-bbox="1045 942 1162 972">SG 05 Área de No Fumadores</p>
Parqueo	 <p data-bbox="1045 1110 1162 1142">AT-SN 13 Área de Parqueo</p>

Tabla 110 Señalización de servicios generales

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Requerimientos para señalización**

Para llevar a cabo una buena señalización se necesita determinar la cantidad de señales que se requieren para indicar. A continuación se listan las cantidades de señales a requerir:

Descripción	Cantidad
Señalización Caminata a cascadas	5
Señalización Moto tour	3
Señalización Recorrido al pueblo	5
Señalización Área de Camping	2
Señalización Alojamiento	3
Señalización Baños	2
Señalización Parqueo	1
Señalización Prohibido fumar	2
Señalización Prohibido acampar	2

Tabla 111 Requerimientos para señalización



### **13. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SEGURIDAD TURÍSTICA**

La Gestión de la Calidad en el Ámbito del turismo intenta desarrollar todas aquellas actividades que mantengan la calidad del servicio prestado a través de la satisfacción del cliente y más aún, busca la mejora continua.

Para que los productos turísticos tengan éxito, se deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- Interesar al mercado
- Vender
- Satisfacción del Turista
- Retener al turista transformándolo en cliente fiel

La calidad del turismo es una amalgama de servicios, instalaciones y organizaciones. Por tanto puede hacerse desde una perspectiva individual (calidad del entorno, calidad de las cabañas, etc.) o desde una perspectiva general, calidad del transporte, calidad del producto turístico.

Los factores más profundos que determinan la calidad según la OMT son los siguientes:

- Seguridad: un producto turístico no puede representar un peligro, ni causar daño a la salud, a la integridad del consumidor. Las normas de seguridad las estipula normalmente la ley (por. Ej. Regulaciones para la prevención de incendios) y deberían considerarse como normas de calidad.
- Higiene: un alojamiento debe ser saludable y limpio, desde un establecimiento de baja hasta alta categoría.
- Accesibilidad: Este factor exige que se eliminen las barreras físicas, de comunicación y de servicios para permitir, sin discriminación, que cualquiera pueda utilizar los productos y servicios turísticos corrientes, independientemente de sus diferencias por nacimiento o enfermedad, incluidas las personas con discapacidades.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- **Transparencia:** Se trata de una comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y la cobertura del producto y sobre su precio total. Ahí se incluye explicitar lo que cubre y lo que no cubre el precio del producto ofertado.
- **Autenticidad:** es el factor de calidad más difícil de alcanzar y más subjetivo. Posee asimismo dimensiones de marketing y competencia. La autenticidad se determina dentro de un marco cultural y uno de sus resultados es diferenciar claramente el producto de otros similares. La autenticidad debe responder a las expectativas del consumidor. Por otra parte, un producto auténtico puede también evolucionar y adaptarse a las necesidades y expectativas.
- **Armonía:** La armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sostenibilidad, un concepto a medio y a largo plazo. La sostenibilidad del turismo requiere gestionar impactos ambientales y socioeconómicos, fijar indicadores ambientales y mantener la calidad del producto turístico y de los mercados de turistas. No puede haber sostenibilidad sin calidad.

Lo que se pretende es la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad Turística, mismo que contenga necesariamente los siguientes puntos:

### **1. Documentación**

El Comité Turístico deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los productos turísticos que se van a ofertar. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas. Todo lo que se realice deberá quedar documentado como prueba del desarrollo del sistema y de las mejoras que se vayan efectuando.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- a. Para una adecuada documentación se deberá medir la satisfacción del cliente, una herramienta para tal fin se muestra a continuación:



<b>Cooperativa de Turismo en Tamanique</b>	
<u>Encuesta de satisfacción</u>	
<i>Una ficha por servicio turístico</i>	
Qué producto turístico utilizó: _____	
¿Cómo calificaría nuestros servicios en la escala del 1 al 10? _____	
¿Qué podríamos mejorar? _____	
_____	
Volvería a visitarnos, ¿por qué? _____	
_____	
Correo electrónico: _____	
¿Le gustaría recibir promociones de nuestros servicios, a través de correo electrónico?: _____	
Nombre(s) de Guía(s) turístico(s) asignado(s): _____	
_____	
¿Qué opina del precio ofertado? _____	
_____	
¿Cómo califica la seguridad de la zona?: _____	
_____	
Sugerencias y/o comentarios: _____	
_____	

Ilustración 99 Ficha de encuesta de satisfacción

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

- b. Luego de recoger los datos resultantes, es conveniente elaborar una lista de problemas observados y sus frecuencias de repetición. La información se recolectará de forma mensual. Un formato a utilizar es el siguiente:



Periodo \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ análisis: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Encargado: \_\_\_\_\_

Problemas Identificados	Frecuencia	Actividades relacionadas
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Ilustración 100 Formato para lista de problemas

### **2. Responsabilidad del Comité**

El Comité encabezado por el presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y vocal, deberán estar comprometidos con el desarrollo e implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad, que permita la mejora continua en la prestación de servicios.

Dentro del Comité habrá una persona encargada de las evaluaciones, análisis y todo lo que compete a la calidad y seguridad turística.

### **3. Política de Calidad**

El comité turístico, tiene el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la realización de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico.

Después de haber formulado la política, el comité deberá formular normas de calidad, para que los propietarios de servicios turísticos las acaten y de esta manera mantener la calidad de cada una de las actividades.

### **4. Normas de calidad del comité turístico**

- El comité deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran las políticas de calidad dos veces al año.
- El encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis será el representante de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo.
- Se realizara una evaluación interna cada mes
- Se le dará suspensión a todo miembro del servicio turístico que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar. La suspensión será de la siguiente manera:

FALTAS	SUSPENSIÓN
1	2 días
2	15 días
3	1 mes
4	3 meses
5	Expulsión

Tabla 112 puntuación de faltas

- Si algún miembro del equipo que presta servicios de turísticos ha sido expulsado, se le permitirá reintegrarse al equipo turístico, después de haber

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

cumplido con seis meses de suspensión siempre y cuando este cumpla con las normativas establecidas.

- Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes.

### **5. Gestión de los recursos**

El Comité Turístico debe determinar y proveerse de los recursos necesarios para implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad, teniendo en cuenta:

- La integración del personal para llevar a cabo la implementación del sistema.
- La capacitación del personal. El Comité deberá estar consciente que para poder tener personas capaces de realizar evaluaciones y conocer los términos de calidad y su importancia durante la prestación del servicio, es necesario tener personal capacitado en estas áreas que permitan aportar mejoras durante la realización de un sistema de gestión. Para esto se deberá de realizar un programa de capacitación en el que se comience realizando un diagnóstico de necesidades de capacitación, con el cual se identificarán las áreas en que el personal requiere aprendizaje.

Algunas capacitaciones pueden estar dirigidas a:

- Calidad de los productos turísticos
- Administración del control de calidad
- La gestión y mejoramiento de la calidad
- Planes y aseguramiento de la calidad
- Atención al turista, etc.

### **6. Planificación de la calidad**

La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto o la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario.

La evaluación de calidad en la prestación de servicios que acompañan a los productos turísticos de la zona norte de Tamanique, contendrán los siguientes aspectos:

- Seguridad: cada uno de los productos turísticos deberán contar con el equipo necesario de protección personal para asegurar la salud de los visitantes y cualquier accidente durante la práctica de actividades, así como también deberán contar con los medios de señalización correspondientes a cada actividad para representar las zonas de peligro que se encuentren en la zona. La seguridad contempla todos aquellos elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivo y los accidentes en las operaciones turísticas.
- Higiene: Cada una de las actividades deberá tener en cuenta que la higiene es un elemento muy importante para asegurar las visitas de los turistas, por lo tanto cada alojamiento deberá cumplir con las normas de alojamiento y de inocuidad estipuladas por la ley, así como también las actividades, eco turísticas, de aventura y de turismo cultural deberán de mantener lugares y caminos saludables y limpios.
- Accesibilidad: Cada uno de las actividades turísticas deberán contar con caminos específicos, señalizados y en buenas condiciones para permitir el acceso de los turistas.
- Información clara sobre contenido de actividades: para cada una de las actividades que se brinden en la zona se deberá de informar al turista sobre las características de las actividades, el contenido de paquetes que se ofrezcan y

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

con un precio definido, con el fin de que el turista este consciente del pago de cada uno de los servicios que desee experimentar.

- Novedad: el servicio turístico deberá ofrecer una experiencia única, que lo caracterice de otras experiencias similares, teniendo en cuenta la opinión y satisfacción del turista cuando realice las diferentes actividades proporcionadas en la zona.

De la seguridad e higiene en el ambiente turístico, se encargarán todos los miembros que prestan un servicio turístico. El encargado de la evaluación y acciones correctivas o de mejora, es el miembro seleccionado del comité.

### **7. Evaluación interna**

Es necesario conocer como se está brindando el servicio turístico desde el punto de vista interno, el cual deberá estar pendiente con las evaluaciones que se realicen a cada una de las actividades y de esta manera controlar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen.

#### **Lista de chequeo de calidad**

Para poder verificar si se están poniendo en práctica los puntos claves o factores que determinan si se está cumpliendo con la calidad en los productos o servicios turísticos que se esperan ofrecer, es necesario hacer uso de una lista de chequeo que permita comprobar que se está ofreciendo un servicio de calidad.

Para eso se hará uso de la siguiente lista de chequeo que permitirá observar la actividad y como esta cumple con cada uno de los puntos claves.



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

A continuación se presenta el formato que se ocupará para realizar la evaluación:

<b>LISTA DE CHEQUEO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>							
<b>Descripción de Actividad</b>	<b>Puntos Clave</b>				<b>Actividad Cumplida</b>		<b>Problemas Presentados</b>
	<u>Seguridad</u>	<u>Higiene</u>	<u>Accesibilidad</u>	<u>Información Clara</u>	<u>SÍ</u>	<u>NO</u>	

Ilustración 101 Lista de chequeo de actividades turísticas

### Forma de Evaluación.

Los puntos claves serán calificados como: BUENOS, MALOS y EXCELENTES, dependiendo del contenido de cada uno de ellos, teniendo en cuenta también las normas, políticas y objetivos de calidad formulados por el comité. El rango de notas que se detalla a continuación se considerará para todas las calificaciones de este tipo.

De un rango de nota de 1 a 10 se considerara como:

MALO..... De 1 a 5

BUENO..... De 6 a 7

EXCELENTE..... De 8 a 10

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Puntos claves calificados como Buenos o Excelentes	Actividad Cumplida
4	SÍ
De 1 a 3	NO

Tabla 113 Puntos claves calificados como Buenos o Excelentes

### Explicación de la tabla anterior:

Si 4 puntos claves son calificados como Buenos o Excelentes, la Actividad SI ha cumplido con los requerimientos necesarios para ser de calidad; pero si de 1 a 3 puntos claves son considerados como Buenos o Excelentes la Actividad NO ha cumplido con los requerimientos y se deberá de describir los problemas presentados por los cuales no ha cumplido con el fin de que se realicen las mejoras correspondientes.

Finalmente en la lista de chequeo se colocará el nombre de la persona que realizó y reviso la evaluación.

### **Aseguramiento de la calidad**

El aseguramiento de la calidad debe proveer la confianza de que el servicio turístico satisfacer las expectativas de los turistas, teniendo en cuenta las sugerencias y respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los mismos.

Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudaran para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas, así mismo de las respuestas obtenidas de la encuesta para turistas, reestablecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico.

### **Calidad en la satisfacción al turista**

Para que los turistas se vayan satisfechos es necesario que se les atienda bien, se sientan seguros y cumplir o sobrepasar sus expectativas.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Cómo satisfacer al turista:

- Hacer que los clientes se sientan seguros durante los servicios. Informar sobre posibles riesgos en la zona que se visita y la forma de evitarlos.
- Si se ha cometido una falta, recompensar al turista. Que se vea la intención de brindarle el mejor servicio.
- Preguntar a los turistas si todo está bien, hacerlo a través del personal. Poner esa información por escrito.
- Reunir al personal semanalmente para evaluar los comentarios.
- Tomar en cuenta las quejas. Con las sugerencias de los turistas hacer planes de acción para la mejora continua.

### **Salud y seguridad**

La operación de la empresa no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los habitantes locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias

Que hacer:

- Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista.
- Identificar y controlar los riesgos durante los servicios.
- Llevar un botiquín de primeros auxilios.
- Prepararse para tratar infecciones estomacales, son comunes en los turistas.
- Capacitar y hacer simulacros para actuar en casos de emergencias (desastres naturales, incendios, evacuación, primeros auxilios, entre otras).

### **Guías**

El Guía de Turismo desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma estaría incompleta.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

El bienestar, disfrute de los pasajeros y la imagen de la empresa durante la visita son responsabilidad del guía:

- El guía debe tratar a todos los pasajeros como casos particulares, brindando atención personalizada a cada uno de ellos en todo momento.
- Prepararse para satisfacer todas las necesidades de los turistas y poder hacer grata su estadía.
- En ambientes naturales, informarse sobre flora y fauna, historia y geografía de la zona.
- Evitar acciones exhibicionistas y exponer a riesgos innecesarios a los turistas.
- Prepararse para prevenir y actuar en casos de emergencia. Tomar cursos de primeros auxilios, rescate.
- Llevar un botiquín de primeros auxilios. Aprender a usarlos.
- Asegurarse de que lo ofrecido a los turistas se cumple sobrepasando sus expectativas.

### **Plan de Seguridad**

El plan de seguridad permite minimizar acciones o ataques delictivos o vandálicos en el lugar de alojamiento y en los recorridos de los diferentes productos que se han desarrollado en el presente trabajo de graduación. Con esta propuesta se espera brindarle seguridad al turista de manera que se sienta cómodo y tranquilo durante su visita al lugar.

Uno de los aspectos de interés para los turistas de acuerdo a los resultados del estudio de mercado fue la seguridad, es por ello que se brindara un plan de seguridad de carácter obligatorio el cual contempla aspectos sobre el personal, competencias a desarrollar y la implementación.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Personal de seguridad:**

En cuanto al personal encargado para velar por la seguridad, se deberán tomar los siguientes aspectos.

- El personal de seguridad deben ser preferiblemente agentes municipales del Cuerpo de Agentes Municipales o miembros del POLITUR, esta coordinación se establece entre la Cooperativa, Alcaldía y Policía Nacional Civil.
- En caso de no estar disponibles miembros del Cuerpo de Agentes Municipales o Policía Nacional Civil POLITUR la seguridad deberá ser garantizada a través de los guías locales organizados (estos deben ser únicamente personas que habitan en el municipio y miembros de la cooperativa) en puntos claves de los diferentes recorridos.
- Estos deberán ser capacitado en cuanto a seguridad turística, primeros auxilios, y prevención de riesgos ante fenómenos naturales para que puedan desarrollar su trabajo.
- Cuando haya comitiva de turistas quienes se encargan de la seguridad turística deberán acompañar al guía en turno hasta ubicarse en los puntos claves.
- El comité turístico deberá estar pendiente y organizando a los guías constantemente.

### **Competencias del personal de seguridad:**

El personal a participar debe ser capacitado en los diferentes aspectos que a continuación se enlistan:

- Prevención de riesgos ante fenómenos naturales
- Primeros auxilios
- Prevención de accidentes en el lugar de alojamiento y los recorridos.
- Seguridad, vigilancia en el lugar de alojamiento y recorridos.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Implementación del plan:**

La implementación consiste en la secuencia de actividades a seguir para incrementar de forma permanente la seguridad ciudadana en las zonas turísticas y proporcionar un entorno más seguro al turista durante su estancia. Para ello se establecerá un mecanismo de comunicación y coordinación entre líderes locales, miembros de la cooperativa, Alcaldía Municipal y Policía Nacional Civil a fin de garantizar que estas acciones se realicen.

### **Acciones a desarrollar:**

- Incrementar la seguridad ciudadana en aquellos espacios y lugares de mayor riesgo para la seguridad de los turistas.
- Proporcionar al turista información sobre las medidas de seguridad que debe adoptar para evitar que se convierta en víctima.
- Los procesos de planificación y ejecución de las medidas policiales de lucha contra la delincuencia en las zonas turísticas.
- Presentación de la propuesta a propietarios y administradores
- Pedir apoyo a la POLITUR o a miembros del CAM para brindar servicios de patrullaje ya sea a pie o motorizado
- Organizar a los guías en turnos rotativos para la realización de rondas
- Definir puntos clave de presencia de vigilancia, durante la visita de los turistas
- Involucramiento de la población

### **Recursos**

Es de carácter obligatorio que se los miembros cooperativa coordinen actividades con los actores locales y soliciten apoyo de la Alcaldía de Tamanique.

### **Responsables**

Se consideran como responsables para el funcionamiento del Plan de Seguridad a los siguientes actores locales:

- Líderes locales
- Comité turístico
- Alcaldía Municipal

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- Policía Nacional Civil

### **Procedimiento a seguir en caso de ilícito penal en agravio de turistas**

Este procedimiento se caracteriza por su simplicidad y permite dar una respuesta casi inmediata al turista.

1. Recepción del caso: El caso, sea un robo, asalto, agravio, servicio mal prestado, etc. puede ser denunciado a través de una comunicación telefónica, correo postal, correo electrónico o ante la concurrencia del turista a cualquiera de las oficinas de la Alcaldía Municipal.
2. Verificación de competencia: Al recibir el caso, se verificará si dispone de toda la información necesaria y derivará a la institución indicada para actuar de oficio.
3. Derivación: el personal (guía, como persona más inmediata) derivará el caso a la persona asignada de oficio a atender y asistir al turista agraviado, o de ser un servicio mal prestado se contactará a los miembros del Comité a fin de lograr un acuerdo con el turista.
4. Atención y Archivo: La atención es inmediata y en muchas ocasiones dispone que el turista sea acompañado a las entidades que correspondan, como delegaciones policiales, alcaldía municipal y cuerpos de socorro.

## **CAPITULO IV**

# **EVALUACIONES DEL PROYECTO E IMPLEMENTACION**



## Metodología Evaluaciones del proyecto

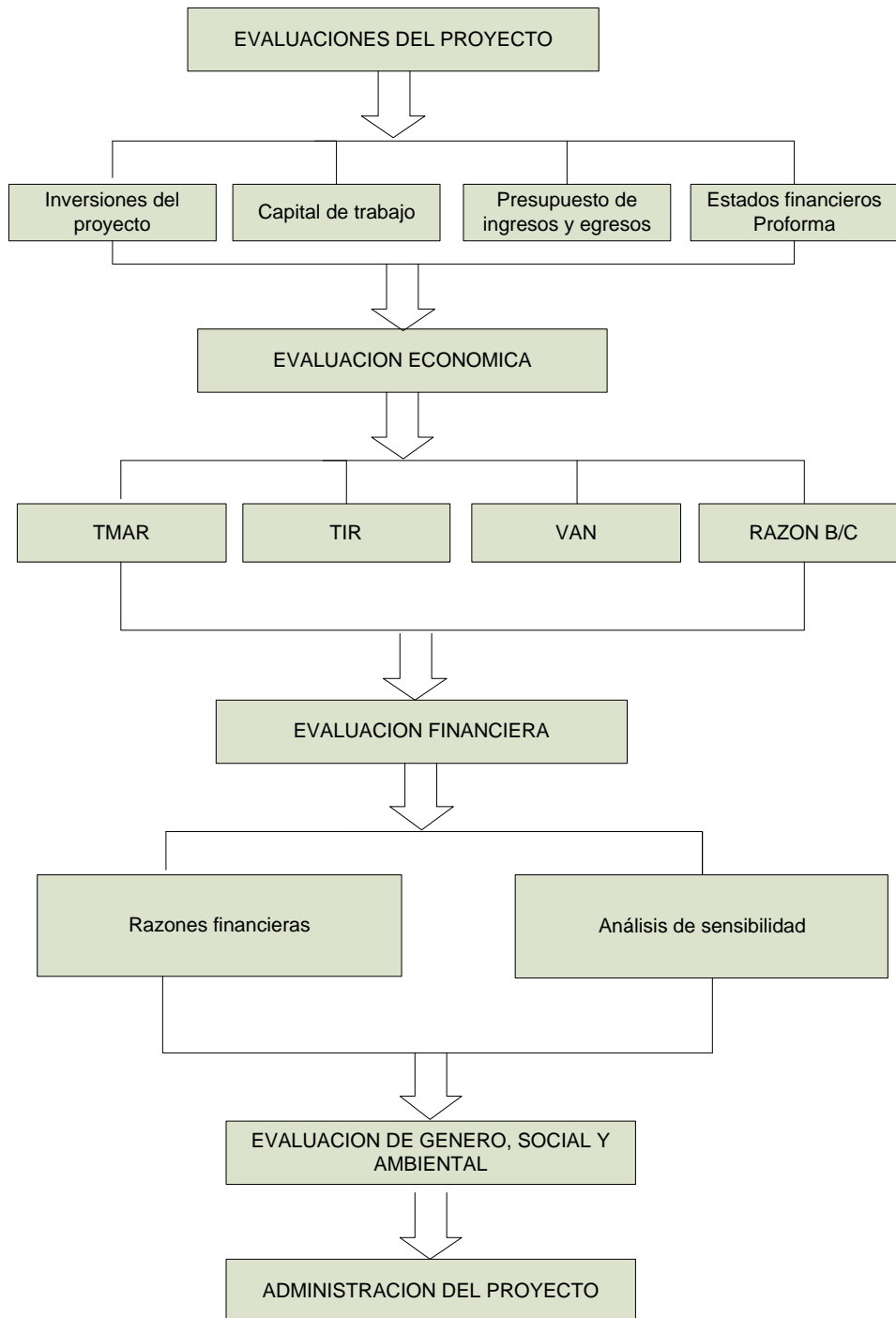


Ilustración 102 Metodología para evaluaciones del proyecto e implementación

### **14. INVERSIONES EN EL PROYECTO**

Las inversiones que se realizan en el proyecto de Productos Turísticos son de dos tipos:

#### **14.1. Inversiones fijas**

Son aquel conjunto de bienes que no son motivos de transacción corriente dentro de la empresa y se adquieren nada más una vez a lo largo de su vida útil.

Estas inversiones están relacionadas con los recursos requeridos para la fase inicial del proyecto, en los que van incluidos aquellos activos fijos o tangibles e intangibles necesarios para las operaciones.



Ilustración 103 Activo fijo

#### **Inversiones en activo fijo**

Los activos fijos son inversiones que se adquieren con la intención de ser usados en el proyecto una vez se encuentre operando, en lugar de ser comprados con la finalidad de venderse.

La sub-clasificación de tangibles se otorga aquellos tales como los inmuebles, la maquinaria y equipo productivo y los equipos de oficina.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### 14.1.1. Inversiones fijas tangibles<sup>5</sup>

Las inversiones fijas tangibles para el proyecto de Productos turísticos incluyen los rubros materiales que estarán sujetos a depreciación, amortización y obsolescencia.

A continuación se detallan las inversiones fijas intangibles:

- **Terreno:**

El terreno donde se ubicará el proyecto de los productos turísticos tiene una extensión de 7 manzanas es decir de aproximadamente 49 308 m<sup>2</sup>, el cual se acopla al espacio requerido por el proyecto y deja espacio para futuras ampliaciones.

La localización que se estableció para establecer los productos turísticos es la siguiente: Finca el Tesoro col. El Cocal cantón El Cuervo, Calle Valentín Arrieta Gallegos correspondiente al Barrio San Antonio, dicho terreno tiene un precio de venta de \$35,000.

Este lugar requiere de actividades de construcción de obra civil que se detallaran en el siguiente apartado.

- **Obra civil**

La obra civil del proyecto comprende las especificaciones de todos aquellos aspectos relacionados con la construcción y remodelación de la infraestructura que será utilizada para albergar al proyecto.

Cabe mencionar que el área administrativa será donada por la alcaldía y se encontrara ubicada en el portal en frente del parque. El lugar cuenta con áreas separadas para 3 personas, por lo que en este lugar solo se realizara remodelación.

---

<sup>5</sup> Ver anexo 5 algunas cotizaciones de la inversión fija tangible

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

A continuación se detalla la inversión de la obra civil<sup>6</sup>:

Descripción	Cantidad	Monto unitario	Monto total
Construcción de cabañas	11	\$5,000.00	\$55,000.00
Adecuación del terreno para el área de camping	10	\$ 150.00	\$ 1,500.00
Remodelación de área administrativa	1	\$ 300.00	\$ 300.00
área para moto tour	1	\$ 300.00	\$ 500.00
Total			\$57,300.00

Tabla 114 Inversión de obra civil

- **Mobiliario y equipo de instalaciones**

Este rubro incluye todos aquellos elementos relacionados con la adquisición del mobiliario y equipo que sean indispensables para brindar el servicio turístico en cabañas, área de camping y demás productos turísticos establecidos en la etapa de diseño. La inversión del Mobiliario y Equipo requerido se presenta a continuación:

Inversión de mobiliario y equipo para cascadas:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Lazo de henequén	6	\$ 1.58	\$9.48
Machete 11in (Hoja de un filo, material de acero inoxidable)	6	\$9.17	\$55.02
Salvavidas	9	\$ 350.00	\$ 3,150.00
Arnés	3	\$700.00	\$2,100.00
Bancas para turistas	5	\$20.00	\$100.00
Mochila para el guía turístico	7	\$30.00	\$210.00
Total			\$ 5,624.50

Tabla 115 Inversión de mobiliario y equipo para cascadas

<sup>6</sup> Ver anexo 4 cotización de obra civil

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Inversión de mobiliario y equipo para camping:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Tienda de campaña pequeña	4	\$22.50	\$90.00
Tienda de campaña mediana	4	\$ 45.00	\$ 180.00
Tienda de campaña grande	2	\$85.00	\$ 170.00
Bancas para área de camping	10	\$20.00	\$ 200.00
Total			\$ 640.00

Tabla 116 Inversión de mobiliario y equipo para camping

Inversión de mobiliario y equipo para cabañas:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Cama matrimonial (1.60*1.97 )	4	\$ 199.20	\$796.80
Sofá-cama (0.8*1.30 )	10	\$ 200.00	\$2,000.00
Mesa- silla	4	\$ 100.00	\$ 400.00
Cama (1.40*1*97)	6	\$ 183.20	\$1,099.20
Camarote (1.20*1.97 )	10	\$ 275.00	\$2,750.00
comedor	4	\$ 200.00	\$800.00
cocina de mesa	4	\$ 20.00	\$ 80.00
Mesas	4	\$ 20.00	\$80.00
Accesorios de baño (paquetes)	10	\$ 50.00	\$500.00
mesa de noche con lámpara	2	\$ 20.00	\$40.00
Televisión	10	\$ 231.00	\$2,310.00
manteles	10	\$ 5.00	\$50.00
Juego de cubrecamas	24	\$ 50.00	\$1,200.00
Juegos de sábanas	24	\$ 10.00	\$240.00
almohadas	28	\$ 6.00	\$168.00
Hamacas de lona	20	\$ 20.00	\$400.00
espejo	10	\$ 6.00	\$ 60.00
ventilador de torre	10	\$ 70.00	\$700.00
Total			\$13,674.00

Tabla 117 Inversión de mobiliario y equipo para cabañas

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Inversión de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Cocina de mesa	4	\$ 20.00	\$ 80.00
Alacena	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Refrigeradora CETRON	1	\$ 509.00	\$ 509.00
mesa	3	\$ 20.00	\$ 60.00
microondas	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Sillas	4	\$ 10.00	\$ 40.00
Total			\$ 859.00

Tabla 118 Inversión de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común

Inversión de mobiliario y equipo para moto tour:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
motos	9	\$1,595.00	\$14,355.00
Casco Fly trekker	9	\$ 148.50	\$ 1,336.50
Guantes (pares) KTM	9	\$ 31.50	\$ 283.50
Total			\$15,975.00

Tabla 119 Inversión de mobiliario y equipo para moto tour

A continuación se muestra un cuadro resumen de mobiliario y equipo de instalaciones:

Descripción	Total
Inversión de mobiliario y equipo para cascadas	\$ 5,624.50
Inversión de mobiliario y equipo para Camping	\$ 640.00
Inversión de mobiliario y equipo para cabañas	\$ 13,674.00
Inversión de mobiliario y equipo para moto tour	\$ 15,975.00
Inversión de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común	\$ 859.00
Total	\$ 36,772.50

Tabla 120 Cuadro resumen de mobiliario y equipo de instalaciones

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

- **Mobiliario y equipo de oficina**

Este rubro implica la inversión en todo el mobiliario y equipo necesario para el personal administrativo que formará parte del comité, a fin de que estos puedan operar en condiciones favorables. El mobiliario y equipo cotizado se presentan a continuación:

Inversión de mobiliario equipo de oficina:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Escritorio CEREZO marca MODUART	4	\$239.00	\$ 956.00
Sillas secretariales	4	\$ 80.00	\$ 320.00
Sillas de visita Negra	6	\$ 49.90	\$ 299.40
Computadoras tipo laptop	4	\$300.00	\$ 1,200.00
Impresora Canon IP210	3	\$129.00	\$ 387.00
Archivero	1	\$130.00	\$ 130.00
Teléfono inalámbrico con pantalla y speaker color negro	2	\$ 30.45	\$ 60.90
Oasis FRIGIDAIRE	2	\$170.00	\$ 340.00
Total			\$ 3,693.30

Tabla 121 Inversión de mobiliario equipo de oficina

- **Equipo de primeros auxilios**

Es de suma importancia que se cuente con los elementos necesarios para tratar algún percance de los turistas, por lo que se presenta el equipo de primeros auxilios.

Este rubro implica la inversión de todo el equipo necesario para brindar primeros auxilios a los visitantes en caso de que ocurra algún accidente, para lo cual se detalla a continuación:

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Botiquín equipado	8	\$67.62	\$ 540.96
Extinguidor	11	\$49.00	\$ 539.00
Camilla De Primeros auxilios para trasporte a heridos	1	\$330.50	\$ 330.50
Total			\$1,410.46

Tabla 122 Inversión para primeros auxilios

- Equipo de transporte

Este rubro se ha considerado para dar transporte a los turistas que lo soliciten y que visitarán el municipio, hacia las diferentes actividades que se ofrecerán dentro del mismo. Dicho medio de transporte a utilizar será un microbús, que realizará el traslado de los turistas desde el desvío del municipio hacia el casco urbano del municipio, la inversión se detalla a continuación.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Microbús	1	\$ 11,500.00	\$ 11,500.00
Total			\$ 11,500.00

Tabla 123 Equipo de transporte

- Equipo de limpieza

A continuación de muestra el equipo de limpieza para el proyecto de productos turísticos:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Basureros plásticos 20 GL	24	\$ 12.50	\$ 300.00
Trapeadores	5	\$ 7.00	\$ 35.00
Escobas	5	\$ 1.99	\$ 9.95
Pala para basura con mango	5	\$ 3.30	\$ 16.50
Total			\$ 361.45

Tabla 124 Equipo de limpieza



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

- Señalización

Es muy importante tener en cuenta que el municipio necesitará señalar cada uno de los productos turísticos determinados en la etapa de diseño, las señales turísticas se han considerado solo para indicar el lugar donde se encontrará dicho producto.

La cantidad de señales determinadas se han establecido de acuerdo a la cantidad de actividades indicadas en la descripción del cuadro a continuación:

Requerimiento de señalización	Cantidad	Precio unitario	Total
Caminata a cascadas	5	\$ 8.50	\$ 42.50
Moto tour	3	\$ 8.50	\$ 25.50
Recorrido al pueblo	5	\$ 8.50	\$ 42.50
Área de Camping	2	\$ 8.50	\$ 17.00
Alojamiento	3	\$ 8.50	\$ 25.50
Baños	2	\$ 8.50	\$ 17.00
Parqueo	1	\$ 8.50	\$ 8.50
Prohibido fumar	2	\$ 8.50	\$ 17.00
Prohibido acampar	2	\$ 8.50	\$ 17.00
Total			\$ 212.50

Tabla 125 Señalización

Luego de haber detallado cada rubro se muestra un cuadro resumen de todas las inversiones fijas tangibles a continuación:

Cuadro resumen de inversiones fijas tangibles

Descripción	Total
Terreno	\$ 35,000.00
Obra civil	\$ 57,300.00
Mobiliario y equipo de instalaciones	\$ 36,772.50
Mobiliario equipo de oficina	\$ 3,693.30
Equipo de primeros auxilios	\$ 1,410.46
Equipo de transporte	\$ 6,500.00
Equipo de limpieza	\$ 361.45
Señalización	\$ 212.50
Total	\$ 140,750.21

Tabla 126 Cuadro resumen de inversiones fijas tangibles

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### 14.1.2. Inversiones fijas intangibles

La inversión fija intangible está constituida por todos aquellos rubros no materiales que por ende no están sujetos a amortización. A continuación se presentan cada uno de estos rubros:

- Investigación y estudios previos

Este rubro consiste en la investigación previa del estudio, se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo, desde el punto de vista mercadológico, técnico y económico para llevar a cabo el proyecto.

Investigación y estudio:

Recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Pago por honorarios (3 personas)	3	\$ 350.00	\$12,600.00
Visitas para recolección de información (realizadas por 3 personas)	6	\$ 10.00	\$180.00
Uso de computadora (horas)	900	\$ 0.50	\$450.00
Impresiones (Paginas)	2500	\$ 0.08	\$200.00
Empastados	3	\$ 4.00	\$12.00
Anillados	12	\$ 2.00	\$24.00
Fotocopias	300	\$ 0.05	\$15.00
Internet (900 horas)	900	\$ 0.02	\$21.25
Otros (agua, teléfono, energía eléctrica)			\$100.00
Total			\$13,602.25

Tabla 127 Investigación y estudio

- Administración del proyecto

Se requiere de personal que se encargue de controlar e inspeccionar para poder llevar a cabo la Implantación del Proyecto, el mismo, a fin de que se cumplan todos los requerimientos y parámetros establecidos en el estudio de manera que se pueda operar en óptimas condiciones. Delo anterior se establece un período de 7 meses para la implantación.

A continuación se presenta el siguiente cuadro con los detalles para la Administración del proyecto:

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Personal	Monto unitario	Tiempo requerido	Monto total
Coordinador del proyecto	350	7	\$2,450.00
Jefe administrativo	250	7	\$1,750.00
Jefe de Construcción y/o adecuaciones	300	7	\$2,100.00
Responsable de compras	250	7	\$1,750.00
Total			\$8,050.00

Tabla 128 Administración del proyecto

- Capacitaciones:

Este rubro comprende las capacitaciones que inicialmente se les dará a los empleados del proyecto, tales como los guías turísticos y personal que se encontrara en el área de alojamiento:

Descripción	total
Capacitación de primeros auxilios y prevención de riesgos ante fenómenos naturales	\$ 200.00
Capacitación de servicio al cliente y prevención de accidentes en el lugar de alojamiento y los recorridos	\$ 300.00
Capacitación de mantenimiento	\$ 400.00
total	\$ 900.00

Tabla 129 Capacitaciones

- Sistema contable:

Para un mejor funcionamiento se incurrirá en la compra de un Sistema que ayude a almacenar su información contable.

Recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Software para Sistema Contable Estándar	1	100	\$ 100.00
Total			\$ 100.00

Tabla 130 Sistema contable

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Luego de haber detallado las inversiones fijas intangibles se muestra a continuación el siguiente cuadro detallado de dichas inversiones:

Descripción	Total
Investigación y estudios previos	\$13,602.25
capacitaciones	\$ 900.00
Administración del proyecto	\$ 8,050.00
Sistema contable	\$ 100.00
<b>Total</b>	<b>\$22,652.25</b>

Tabla 131 Cuadro resumen de inversiones fijas intangibles

### 14.1.3. Total de inversiones fijas

Luego de haber detallado las inversiones fijas tangibles e intangibles se muestra a continuación un cuadro resumen de ambas inversiones:

<b>RESUMEN INVERSION FIJA</b>	
Inversión fija tangible	
Descripción	monto
Terreno	\$35,000.00
Obra civil	\$57,300.00
Mobiliario y equipo de instalaciones	\$36,772.50
Mobiliario equipo de oficina	\$3,693.30
Equipo de primeros auxilios	\$1,410.46
Equipo de transporte	\$11,500.00
Equipo de limpieza	\$361.45
Señalización	\$212.50
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$146,250.21</b>
Inversión fija intangible	
Investigación y estudios previos	\$13,602.25
Capacitaciones	\$900.00
Administración del proyecto	\$8,050.00
Sistema contable	\$100.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$22,652.25</b>
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$168,902.46</b>

Tabla 132 Resumen inversión fija

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### 14.1.4. Imprevistos

Los imprevistos son inversiones que no se pueden anticipar en el estudio, tales como remodelaciones que afectan a las instalaciones actuales, los costos que se pueden incurrir por penalizaciones y multas, compras sin planear, en fin todos aquellos costos que no se han planificado pues su realización no se puede prever en este estudio. Estos costos no se establecen en cantidades monetarias fijas, sino que se establecen en función de la inversión total del proyecto y se detallan como un porcentaje de la misma como se muestra a continuación:

Imprevistos = (inversión fija) (porcentaje estimado)

= (\$168,902.46) (5%)

Total Imprevistos = \$8,445.12

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Por lo que la inversión fija total queda de la siguiente manera:

<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>Inversión fija tangible</b>	
Descripción	monto
Terreno	\$35,000.00
Obra civil	\$57,300.00
Mobiliario y equipo de instalaciones	\$36,772.50
Mobiliario equipo de oficina	\$3,693.30
Equipo de primeros auxilios	\$1,410.46
Equipo de transporte	\$11,500.00
Equipo de limpieza	\$361.45
Señalización	\$212.50
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$146,250.21</b>
<b>Inversión fija intangible</b>	
Investigación y estudios previos	\$13,602.25
Capacitaciones	\$900.00
Administración del proyecto	\$8,050.00
Sistema contable	\$100.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$22,652.25</b>
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$168,902.46</b>
Imprevistos (5%)	\$8,445.12
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>\$177,347.58</b>

Tabla 133 Total inversión fija

### **14.2. Capital de trabajo**

Es aquel capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, aquel que sirve para asegurar el salario de los empleados por un tiempo establecido, se posee en caja y efectivo para realizar las transacciones, para proveer rentabilidad a la empresa y por los imprevistos que puedan darse al inicio de operaciones antes de recibir ingresos.

El tiempo que se espera pase para que el proyecto empiece a recibir ingresos o utilidades provenientes de la implantación del proyecto se estimara inicialmente para un periodo de 3 meses.

Cuenta de efectivo:

El capital de trabajo involucrará un solo rubro que será la cuenta de Efectivo:

Este rubro contiene el dinero necesario que se requiere para operar diariamente, para poder realizar algunos negocios de forma cotidiana que requieren de efectivo, por contingencia, entre otros. Dentro de éste rubro se manejará la planilla de la empresa, es decir el salario correspondiente a las personas que laboran en el área administrativa, de comercialización y los que brindarán el servicio turístico.

En el área de servicios se ha considerado el personal que estará brindando el servicio turístico como son: Los guías turísticos fijos que serán los que estarán de forma permanente brindando el servicio a los turistas, con respecto a los guías turísticos por temporada, las temporadas consideradas para contratar a dichos guías corresponde al primer y último trimestre del año que son las que poseen mayor afluencia turística dentro del municipio

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Cuenta de efectivo:

Área	puesto	No de empleados	Salario mensual	Total de salarios	ISS(7.5%)	AFP (6.75%)	Efectivo (para periodo de 3 meses)
Administrativa	Presidente	1	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 26.25	\$ 23.63	\$ 1,199.63
	Vicepresidente	1	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 22.50	\$ 20.25	\$ 1,028.25
	Tesorero	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 18.75	\$ 16.88	\$ 856.88
	vocal	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 18.75	\$ 16.88	\$ 856.88
	Secretario	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 18.75	\$ 16.88	\$ 856.88
Comercialización	Encargado de señalización y publicidad	1	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 22.50	\$ 20.25	\$ 1,028.25
Servicios	Guías	3	\$ 219.30	\$ 657.90	\$ 49.34	\$ 44.41	\$ 2,254.95
	Guías por temporada	4	\$ 219.30	\$ 877.20	0	0	0
	recepción	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 18.75	\$ 16.88	\$ 856.88
	limpieza	2	\$ 219.30	\$ 438.60	\$ 32.90	\$ 29.61	\$ 1,503.30
	vigilante	1	\$ 219.30	\$ 219.30	\$ 16.45	\$ 14.80	\$ 751.65
	trasporte	1	\$ 219.30	\$ 219.30	\$ 16.45	\$ 14.80	\$ 751.65
	Encargado de mantenimiento	1	\$ 219.30	\$ 219.30	\$ 16.45	\$ 14.80	\$ 751.65
<b>Total</b>							<b>\$ 12,696.83</b>

Tabla 134 Cuenta de efectivo



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **14.3. Cuadro de inversiones**

A continuación se detallan los montos totales de inversión total fija y capital de trabajo para obtener el monto total de la inversión para el proyecto.

Inversión Total y capital de trabajo	
Inversión total fija	\$177,347.58
Capital de trabajo	\$12,696.83
Total de inversión	\$190,044.41

Tabla 135 Cuadro inversión total del proyecto

### **15. COSTOS DEL PROYECTO**

Se le conoce como estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario de los productos, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en la empresa y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

#### **Sistema de costos para el proyecto.**

El sistema de costos absorbente es el que se utiliza en la Evaluación de Proyectos de Inversión y de cooperación, debido a que brinda información para la toma de decisiones, generalmente de largo plazo. Por esta razón en éste estudio de factibilidad se utilizará el “Sistema de Costos por Absorción” en este sistema los costos unitarios de producción, se determinan utilizando todos los costos incurridos, sean estos fijos o variables, además por el hecho de ser un servicio, nos ayudará identificar de una forma más clara los costos que se encuentren en el proyecto.

El argumento en que se basa el costeo por absorción es que, para llevar a cabo la actividad de producir se requiere de ambos tipos de costos que contribuyen para la producción y por lo tanto, deben incluirse los dos, sin olvidar que los ingresos deben cubrir los variables y los fijos, para reemplazar los activos en el futuro.

### ***Costo de producción: Costos fijos totales + Costos variables totales***

El producto absorbe la totalidad de los costos de producción (fijos y variables), en tanto los costos no productivos se consideran gastos del período.

Se procederá a agrupar todos los rubros costeables que puedan ser estimados e integrados dentro de las áreas por las que está constituido el proyecto.

#### **15.1. Costos fijos**

Dentro de los costos fijos se consideraran todos aquellos montos que permanecen constantes a lo largo del periodo en el que se brindará el servicio turístico, entre los cuales se detallan los siguientes:

##### **15.1.1. Costos de prestación de servicios**

Son aquellos desembolsos de dinero en que se incurre para la prestación de servicios o en la elaboración de un producto. Dentro de estos se incluyen:

- **Mano de obra:** Es la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con el servicio de los productos turísticos a ofrecerse en Tmanique.

Los costos de la mano de obra, en donde dichos costos están formados por el sueldo, el porcentaje de ISSS, AFP, el valor correspondiente a las vacaciones y el aguinaldo.

Todos estos son cargados al salario nominal que recibe el empleado por su trabajo.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Para dicho cálculo se tomó en cuenta lo siguiente:

- 1) El número de días que son vacaciones remuneradas son 15 pagadas en un 30%
- 2) El pago en concepto de ISSS es de 7.5% del sueldo
- 3) El de AFP es del 6.75%.
- 4) El artículo 198 del código de trabajo establece la tabla para el cálculo del pago así:

De 1 año o más y menos de tres años de servicio, una prestación equivalente a 10 días de salario o proporcional a los trabajadores que no han cumplido un año. A los trabajadores que el 12 de diciembre no hubieren cumplido un año de laborar en la empresa, se les pagara una cantidad de dinero en concepto de aguinaldo proporcional al tiempo que tuvieron trabajando al 12 de diciembre

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Puesto	No de empleados	Salario mensual	AFP (6.75%)	ISS(7.5%)	Salario anual	Vacaciones	Aguinaldo	Total	Total anual
Guías	3	\$ 219.30	\$ 14.80	\$ 16.45	\$ 3,006.60	\$ 65.79	\$ 109.65	\$ 3,182.04	\$ 9,546.13
recepción	1	\$ 250.00	\$ 16.88	\$ 18.75	\$ 3,427.50	\$ 75.00	\$ 125.00	\$ 3,627.50	\$ 3,627.50
limpieza	2	\$ 219.30	\$ 14.80	\$ 16.45	\$ 3,006.60	\$ 65.79	\$ 109.65	\$ 3,182.04	\$ 6,364.09
vigilante	1	\$ 219.30	\$ 14.80	\$ 16.45	\$ 3,006.60	\$ 65.79	\$ 109.65	\$ 3,182.04	\$ 3,182.04
trasporte	1	\$ 219.30	\$ 14.80	\$ 16.45	\$ 3,006.60	\$ 65.79	\$ 109.65	\$ 3,182.04	\$ 3,182.04
Encargado de mantenimiento	1	\$ 219.30	\$ 14.80	\$ 16.45	\$ 3,006.60	\$ 65.79	\$ 109.65	\$ 3,182.04	\$ 3,182.04
<b>Total</b>									<b>\$ 29,083.84</b>

Tabla 136 Costo mano de obra

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

- **Materiales indirectos:** materiales que influyen de forma indirecta en la prestación de servicios o elaboración de un producto.

Gasolina para motos y microbús:

Descripción	Distancia en kilómetros mensual	Galones consumidos mensual	Costo galón de combustible	Costos en combustible anual (9 motos y 1 microbús)
Gasolina para motos y microbús	1710	34.2	\$ 3.43	\$ 1,407.67
Total				\$ 1,407.67

Tabla 137 Gasolina para motos y microbús

- **Servicios:** Consumo de agua, energía eléctrica, telefonía e internet

Descripción	Consumo (Kw/hr)	Costo por Kw/hr (\$)	Costo al mes	Costo Anual
Impresora (3 hr al día x 23 días)	32.32	0.20	\$ 6.46	\$ 77.57
Luminarias (8 hr al día x 23 días)	300.00	0.20	\$ 60.00	\$ 720.00
Computadoras (8 hr al día x 23 días)	125.00	0.20	\$ 25.00	\$ 300.00
Total			\$ 91.46	\$ 1,097.57

Tabla 138 Servicio de energía eléctrica

Descripción	No de galones <sup>7</sup> de agua al día	Metro cubico de agua	consumo mensual de agua	Costo por metro cubico	costo mensual	costo anual
Agua en servicios sanitarios	800.00	3.03	72.68	\$ 0.39	28.35	\$ 340.14
Agua en lavamanos	400.00	1.51	36.34	\$ 0.39	14.17	\$ 170.07
Total						\$ 510.21

Tabla 139 Servicio de agua

<sup>7</sup> 1 galón = 0.0037854 metro cubico

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Descripción	costo al mes	costo anual
Teléfono fijo e Internet de 5 Mega	\$ 42.00	\$ 504.00
Total		\$ 504.00

Tabla 140 Servicio de telefonía e internet

- **Mantenimiento:** Corresponde al mantenimiento de Mobiliario, accesorios de aseo y limpieza, equipo e instrumentos administrativos y de los productos turísticos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Mantenimiento	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Total		\$ 4,800.00

Tabla 141 Costos de mantenimiento

- **Depreciación de maquinaria y equipo:** pérdida de valor que tienen los bienes e instalaciones a través del tiempo que se calcula dividiendo la inversión inicial entre el número de años de vida útil estimada del activo.

Depreciación de obra civil prestación del servicio:

Descripción	Valor	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Obra civil	\$ 57,000.00	15	0	\$ 3,800.00
Total				\$ 3,800.00

Tabla 142 Depreciación de obra civil prestación del servicio

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Depreciación de mobiliario y equipo para caminata a cascadas:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Lazo de henequén	6	\$ 1.58	\$ 9.48	3	0	\$ 3.16
Machete 11in (Hoja de un filo, material de acero inoxidable)	6	\$ 9.17	\$ 55.02	3	0	\$ 18.34
Salvavidas	9	\$ 350.00	\$ 3,150.00	3	0	\$ 1,050.00
Arnés	3	\$ 700.00	\$ 2,100.00	4	0	\$ 525.00
Bancas para turistas	5	\$ 20.00	\$ 100.00	5	0	\$ 20.00
Mochila para el guía turístico	7	\$ 30.00	\$ 210.00	2	0	\$ 105.00
Bancas para turistas	5	\$ 20.00	\$ 100.00	5	0	\$ 20.00
<b>Total</b>						<b>\$ 1,741.50</b>

Tabla 143 Depreciación de mobiliario y equipo para caminata a cascadas

Depreciación de mobiliario y equipo para camping:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Tienda de campaña pequeña	4	\$ 22.50	\$ 90.00	3	0	\$ 30.00
Tienda de campaña mediana	4	\$ 45.00	\$ 180.00	3	0	\$ 60.00
Tienda de campaña grande	2	\$ 85.00	\$ 170.00	3	0	\$ 56.67
Bancas para área de camping	10	\$ 20.00	\$ 200.00	5	0	\$ 40.00
<b>Total</b>						<b>\$ 186.67</b>

Tabla 144 Depreciación de mobiliario y equipo para camping

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Depreciación de mobiliario y equipo para cabañas:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Cama matrimonial (1.60*1.97 )	4	\$ 199.20	\$ 796.80	5	0	\$ 159.36
Sofá-cama (0.8*1.30 )	10	\$ 200.00	\$ 2,000.00	5	0	\$ 400.00
Mesa- silla	4	\$ 100.00	\$ 400.00	5	0	\$ 80.00
Cama (1.40*1*97)	6	\$ 183.20	\$ 1,099.20	5	0	\$ 219.84
Camarote (1.20*1.97 )	10	\$ 275.00	\$ 2,750.00	5	0	\$ 550.00
comedor	4	\$ 200.00	\$ 800.00	5	0	\$ 160.00
cocina de mesa	4	\$ 20.00	\$ 80.00	5	0	\$ 16.00
Mesas	4	\$ 20.00	\$ 80.00	5	0	\$ 16.00
Accesorios de baño (paquetes)	10	\$ 50.00	\$ 500.00	3	0	\$ 166.67
mesa de noche con lámpara	2	\$ 20.00	\$ 40.00	5	0	\$ 8.00
Televisión	10	\$ 231.00	\$ 2,310.00	5	0	\$ 462.00
manteles	10	\$ 5.00	\$ 50.00	5	0	\$ 10.00
Juego de cubrecamas	24	\$ 50.00	\$ 1,200.00	2	0	\$ 600.00
Juegos de sábanas	24	\$ 10.00	\$ 240.00	2	0	\$ 120.00
almohadas	28	\$ 6.00	\$ 168.00	2	0	\$ 84.00
Hamacas de lona	20	\$ 20.00	\$ 400.00	4	0	\$ 100.00
espejo	10	\$ 6.00	\$ 60.00	5	0	\$ 12.00
ventilador de torre	10	\$ 70.00	\$ 700.00	3	0	\$ 233.33
Total						\$ 3,397.20

Tabla 145 Depreciación de mobiliario y equipo para cabañas



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Depreciación de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Cocina de mesa	4	\$ 20.00	\$ 80.00	5	0	\$ 16.00
Alacena	1	\$ 100.00	\$ 100.00	5	0	\$ 20.00
Refrigeradora CETRON	1	\$ 509.00	\$ 509.00	5	0	\$ 101.80
mesa	3	\$ 20.00	\$ 60.00	5	0	\$ 12.00
microondas	1	\$ 70.00	\$ 70.00	5	0	\$ 14.00
Sillas	4	\$ 10.00	\$ 40.00	3	0	\$ 13.33
Total						\$ 177.13

Tabla 146 Depreciación de mobiliario y equipo para área de cocina de uso común

Depreciación de mobiliario y equipo para Moto tour:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
motos	9	\$ 1,595.00	\$ 14,355.00	5	0	\$ 2,871.00
Casco Fly trekker	9	\$ 148.50	\$ 1,336.50	3	0	\$ 445.50
Guantes KTM	9	\$ 31.50	\$ 283.50	2	0	\$ 141.75
Total						\$ 3,458.25

Tabla 147 Depreciación de mobiliario y equipo para Moto tour

Depreciación de equipo de transporte:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Microbús	12	\$ 11,500.00	\$ 11,500.00	5	0	\$ 2,300.00
Total						\$ 2,300.00

Tabla 148 Depreciación de equipo de transporte

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Depreciación de señalización:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Caminata a cascadas	5	\$ 8.50	\$ 42.50	5	0	\$ 8.50
Moto tour	3	\$ 8.50	\$ 25.50	5	0	\$ 5.10
Recorrido al pueblo	5	\$ 8.50	\$ 42.50	5	0	\$ 8.50
Área de Camping	2	\$ 8.50	\$ 17.00	5	0	\$ 3.40
Alojamiento	3	\$ 8.50	\$ 25.50	5	0	\$ 5.10
Baños	2	\$ 8.50	\$ 17.00	5	0	\$ 3.40
Parqueo	1	\$ 8.50	\$ 8.50	5	0	\$ 1.70
Prohibido fumar	2	\$ 8.50	\$ 17.00	5	0	\$ 3.40
Prohibido acampar	2	\$ 8.50	\$ 17.00	5	0	\$ 3.40
Total						\$ 42.50

Tabla 149 Depreciación de señalización

### 15.1.2. Costos de administración

Son los costos incurridos al realizar la función de administración de la empresa. Se incluyen: Personal de áreas administrativas, Consumo de agua, energía eléctrica, telefonía e internet (sin incluir el área de producción o de prestación de servicio ya que fueron detallados en su respectivo apartado), Depreciación de obra civil, depreciación equipo y mobiliario de oficina.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Costos de personal administrativo:

puesto	No de empleados	Salario mensual	AFP (6.75%)	ISS(7.5%)	Salario anual	Vacaciones	Aguinaldo	Total	Total anual
Presidente	1	\$ 350.00	\$ 23.63	\$ 26.25	\$ 4,798.50	\$ 105.00	\$ 175.00	\$ 5,078.50	\$ 5,078.50
Vicepresidente	1	\$ 300.00	\$ 20.25	\$ 22.50	\$ 4,113.00	\$ 90.00	\$ 150.00	\$ 4,353.00	\$ 4,353.00
Tesorero	1	\$ 250.00	\$ 16.88	\$ 18.75	\$ 3,427.50	\$ 75.00	\$ 125.00	\$ 3,627.50	\$ 3,627.50
vocal	1	\$ 250.00	\$ 16.88	\$ 18.75	\$ 3,427.50	\$ 75.00	\$ 125.00	\$ 3,627.50	\$ 3,627.50
Secretario	1	\$ 251.00	\$ 16.94	\$ 18.83	\$ 3,441.21	\$ 75.30	\$ 125.50	\$ 3,642.01	\$ 3,642.01
Total									\$ 20,328.51

Tabla 150 Costos de personal administrativo

Telefonía fija e internet área administrativa:

Descripción	costo al mes	costo anual
Teléfono fijo e Internet de 2 Mega	\$ 27.00	\$ 324.00
Total		\$ 324.00

Tabla 151 Telefonía fija e internet área administrativa

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

Consumo de agua prestación de área administrativa:

Descripción	No de galones de agua al día	Metro cubico de agua	consumo mensual de agua	Costo por metro cubico	costo mensual	costo anual
Agua en servicios sanitarios	200.00	0.76	18.17	\$ 0.39	\$ 7.09	\$ 85.04
Agua en lavamanos	150.00	0.57	13.63	\$ 0.39	\$ 5.31	\$ 63.78
Total						\$ 148.81

Tabla 152 Consumo de agua prestación de área administrativa

Energía de área administrativa:

Descripción	Consumo (KW/hr)	Costo por KW/hr (\$)	Costo al mes	Costo Anual
Impresora (3 hr al día x 23 días)	72.32	0.20	\$ 14.46	\$ 173.57
Luminarias (8 hr al día x 23 días)	150.00	0.20	\$ 30.00	\$ 360.00
Computadoras (8 hr al día x 23 días)	184.00	0.20	\$ 36.80	\$ 441.60
Total			\$ 81.26	\$ 975.17

Tabla 153 Energía de área administrativa

Papelería y útiles de oficina:

Descripción	Cantidad anual	Precio unitario (\$)	Costo anual (\$)
Resmas de papel bond, carta	10	\$ 4.50	\$ 45.00
Folder (100 unidades)	2	\$ 5.50	\$ 11.00
Fasteners (50 unidades)	4	\$ 2.15	\$ 8.60
Caja de lapiceros, 12 unidades	6	\$ 1.50	\$ 9.00
Caja de Lápices, 24 unidades	1	\$ 0.95	\$ 0.95
Caja de clips	2	\$ 0.90	\$ 1.80
Marcadores	6	\$ 1.00	\$ 6.00
Engrapadoras	2	\$ 5.40	\$ 10.80
Caja de Grapas (5000 unidades)	1	\$ 1.35	\$ 1.35
Cartucho para impresor (Negro)	8	\$ 18.20	\$ 145.60
Cartucho para impresor(Color)	4	\$ 24.50	\$ 98.00
Total			\$ 338.10

Tabla 154 Papelería y útiles de oficina

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Depreciación de mobiliario y equipo de oficina:

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Escritorio CEREZO marca MODUART	4	\$ 239.00	\$ 956.00	5	0	\$ 191.20
Sillas secretariales	4	\$ 80.00	\$ 320.00	5	0	\$ 64.00
Sillas de visita Negra	6	\$ 49.90	\$ 299.40	5	0	\$ 59.88
Computadoras tipo laptop	4	\$ 300.00	\$ 1,200.00	5	0	\$ 240.00
Impresora Canon IP210	3	\$ 129.00	\$ 387.00	5	0	\$ 77.40
Archivero	1	\$ 130.00	\$ 130.00	5	0	\$ 26.00
Teléfono inalámbrico con pantalla y speaker color negro	2	\$ 30.45	\$ 60.90	5	0	\$ 12.18
Oasis FRIGIDAIRE	2	\$ 170.00	\$ 340.00	5	0	\$ 68.00
Total						\$ 738.66

Tabla 155 Depreciación de mobiliario y equipo de oficina

Amortización de inversión fija intangible:

Rubro	Monto	Vida útil	Cargo por amortización
Inversión intangible	\$ 22,652.25	5	\$ 4,530.45
Total			\$ 4,530.45

Tabla 156 Amortización de inversión fija intangible

15.1.3. Costos de comercialización

Se consideran los costos relacionados con las actividades de marketing. Estos incluyen: Salarios del personal de comercialización, costos de promoción y publicidad, etc.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### Costos de personal de comercialización

Puesto	No de empleados	Salario mensual	AFP (6.75%)	ISS(7.5%)	Salario anual	Vacaciones	Aguinaldo	Total	Total anual
Comercialización	1	300	20.25	22.5	\$ 4,113.00	\$ 90.00	\$ 150.00	\$ 4,353.00	\$ 4,353.00
Total									\$ 4,353.00

Tabla 157 Costos de personal de comercialización

### Promoción y publicidad:

Descripción	Cantidad anual	Costo unitario	Total
impresión de camisetas	1200	\$ 3.00	\$ 3,600.00
Compra de gorras	300	\$ 3.00	\$ 900.00
Impresión de stiker	200	\$ 0.24	\$ 48.00
brochure 8 x ½ x 11, full color	1000	\$ 0.35	\$ 350.00
Página web	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Total			\$ 5,198.00

Tabla 158 Promoción y publicidad

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### 15.1.4. Costos financieros

Se refiere a los costos que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos (intereses y no la parte de abono a capital).

El monto a financiarse es de \$154,615.10 que se realizara con Caja de Crédito Metropolitana<sup>8</sup>, la cuota anual se obtiene por medio de la siguiente fórmula:

$$C = P (i (1+i)^n / (1+i)^n - 1)$$

Dónde:

C: cantidad a colocar al final de cada uno de los n años

i: tasa de interés = 13%

P: capital financiado = \$128,988.59

n: número de años que dura el crédito = 5 años

A continuación se muestra el cuadro de amortización de la deuda debido al crédito:

Años de plazo	interés	cuota anual	pago a capital	monto de deuda anual
0	0.00	\$0.00	0.00	\$128,988.59
1	16,768.52	\$36,673.33	19,904.82	\$109,083.77
2	14,180.89	\$36,673.33	22,492.44	\$86,591.33
3	11,256.87	\$36,673.33	25,416.46	\$61,174.87
4	7,952.73	\$36,673.33	28,720.60	\$32,454.28
5	4,219.06	\$36,673.33	32,454.28	\$0.00

Tabla 159 Cuadro de amortización de la deuda debido al crédito

<sup>8</sup> Ver apartado de financiamiento del proyecto



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **15.2. Cuadro resumen de costos fijos**

A continuación se muestra un cuadro resumen de todos los costos fijos que se han detallado en los apartados anteriores:

Descripción	Total
Costos de la Prestación del servicio	\$ 52,506.55
Costos de Administración	\$ 27,403.70
Costos de Comercialización	\$ 9,551.00
Costos Financieros	\$ 17,294.04
Total	\$ 106,755.29

Tabla 160 Cuadro resumen de costos fijos

### **Costo fijo y variable**

El total de costos fijos serán cargados a cada uno de los paquetes de acuerdo al nivel de aceptación que posee cada paquete con la finalidad de poder determinar con certeza cuáles serán los costos unitarios de cada uno de los paquetes; dicho porcentaje se determinó tomando como referencia el porcentaje de aceptación de cada producto individual y luego sumando el valor total de acuerdo a cada paquete; a continuación se muestra en la siguiente tabla de asignación de costos fijos para cada paquete:

Costos fijos:

Porcentaje	Paquete	Costos de la Prestación del servicio	Costos de Administración	Costos de Comercialización	Costos Financieros	Total
32%	Paquete 1	\$ 16,802.09	\$ 8,769.18	\$ 3,056.32	\$ 5,534.09	\$ 34,161.69
33%	Paquete 2	\$ 17,327.16	\$ 9,043.22	\$ 3,151.83	\$ 5,707.03	\$ 35,229.24
18%	Paquete 3	\$ 9,451.18	\$ 4,932.67	\$ 1,719.18	\$ 3,112.93	\$ 19,215.95
17%	Paquete 4	\$ 8,926.11	\$ 4,658.63	\$ 1,623.67	\$ 2,939.99	\$ 18,148.40
100%	Total					\$ 106,755.29

Tabla 161 Asignación de costos fijos a cada paquete

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Costos variables:**

Dentro de los costos variables se consideraran todos aquellos que varían con la cantidad de servicios que se brindarán.

Se determinarán los salarios para los guías turísticos por temporada, estos han sido establecidos de acuerdo a los meses que hay mayor afluencia turística que es en el primer y último trimestre del año. A continuación se determinan los costos por temporada:

Costo de salarios de guías turísticos por temporada

Descripción	No de empleados	Salario mensual	Salario anual
Primer trimestre del año	4	\$ 219.30	\$ 2,631.60
Ultimo trimestre del año	4	\$ 219.30	\$ 2,631.60
Total			<b>\$ 5,263.20</b>

Tabla 162 Costo de salarios de guías turísticos por temporada

### **Costo variable unitario:**

Rubro	Costos variables	Afluencia turística	Costo variable unitario
Guías turísticos por temporada	\$ 5,263.20	3423	\$1.54

Tabla 163 Costo variable unitario

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Costos de visitas:

A continuación se presenta la siguiente tabla en base a precios que fueron proporcionados por establecimientos turísticos que fueron consultados en los alrededores de la zona:

Personas	Costo visitante	Costo anual
Recorrido en moto tour	\$ 10.00	\$ 34,234.20
Hospedaje en cabañas	\$ 5.00	\$ 17,117.10
Alojamiento en área de camping	\$ 2.00	\$ 6,846.84
Transporte	\$ 0.50	\$ 1,711.71
Total		\$ 59,909.85

Tabla 164 Costo de visitas

En base a los precios de la tabla anterior, se tomaran de referencia los precios para sacar el costo variable por cada paquete turístico tal como se muestra a continuación:

Costos variables unitarios por paquetes:

Paquete 1

Descripción	Costo individual	Costo 3 personas
Guía visita al pueblo	\$ 1.54	\$ 4.61
Recorrido en moto tour	\$ 10.00	\$ 30.00
Transporte	\$ 0.50	\$ 1.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.04</b>	<b>\$ 36.11</b>

Tabla 165 Costos variables unitarios paquete 1

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### Paquete 2

Descripción	Costo individual	Costo 3 personas
Guía para caminata a las cascadas	\$1.54	\$ 4.61
Guía para visita al pueblo	\$1.54	\$ 4.61
Transporte	\$0.50	\$ 1.50
TOTAL	\$3.57	\$ 10.72

Tabla 166 Costos variables unitarios paquete 2

### Paquete 3

Descripción	Costo individual	Costo 3 personas
Guía visita al pueblo	\$ 1.54	\$ 4.61
Recorrido en moto tour	\$ 10.00	\$ 30.00
Hospedaje en cabañas	\$ 5.00	\$ 15.00
Guía para caminata a las cascadas	\$ 1.54	\$ 4.61
Transporte	\$ 0.50	\$ 1.50
TOTAL	\$ 18.57	\$ 55.72

Tabla 167 Costos variables unitarios paquete 3

### Paquete 4

Descripción	Costo individual	Costo 3 personas
Guía para caminata a las cascadas	\$ 1.54	\$ 4.61
Guía para visita al pueblo	\$ 1.54	\$ 4.61
Alojamiento en área de camping	\$ 2.00	\$ 6.00
Recorrido en moto tour	\$ 10.00	\$ 30.00
Transporte	\$ 0.50	\$ 1.50
TOTAL	\$ 15.57	\$ 46.72

Tabla 168 Costos variables unitarios paquete 4

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Determinación del precio de venta:**

Para determinar el precio de venta, primeramente se obtendrá el costo total unitario por paquete turístico; que resulta al sumar los costos fijos más costos variables y dividirlos entre la demanda tal como se muestra a continuación:

Demanda (# de paquetes)	Paquete	cvu	preferencia de paquete	CF	CV	ct	ctu
365	Paquete 1	36.11	32%	34161.69	13186.92	47348.6	\$ 129.66
377	Paquete 2	10.72	33%	35229.24	4038.58	39267.8	\$ 104.28
205	Paquete 3	55.72	18%	19215.95	11446.09	30662.0	\$ 149.28
194	Paquete 4	46.72	17%	18148.40	9064.26	27212.7	\$ 140.28

Tabla 169 Determinación de costo total unitario de cada paquete

Para el precio de venta se multiplicara el costo total unitario de cada paquete por el margen de utilidad que se desea obtener, el margen de utilidad es la diferencia del precio de venta sobre el costo de un producto, que se convierte en las ganancias para una empresa.

A continuación se muestra la siguiente tabla con el resultando el precio de venta como se muestra a continuación:

Paquete	Ctu	Margen de utilidad	PV
Paquete 1	129.66	30%	\$ 168.56
Paquete 2	104.28	30%	\$ 135.56
Paquete 3	149.28	30%	\$ 194.06
Paquete 4	140.28	30%	\$ 182.36

Tabla 170 Precio de venta de cada paquete

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

### **Costo de productos turísticos contratados individualmente.**

Se pretende que el turista goce de la mayor parte de productos turísticos a través de la contratación de paquetes turísticos, cuyos costos están previamente definidos. Sin embargo, habrá casos en los que el turista requerirá de la contratación de un solo producto turístico y no esté interesado en los paquetes que se le ofrecen; para ello, se ha identificado un costo individual por producto turístico a contratar.

Dicho costo, se determinó de la siguiente manera:

Se tomó en cuenta los costos variables por cada producto turístico:

<b>Personas</b>	<b>Costo visitante</b>
Recorrido en moto tour	\$ 10.00
Hospedaje en cabañas	\$ 5.00
Alojamiento en área de camping	\$ 2.00
Transporte	\$ 0.50
Guía turístico	\$ 1.54

Tabla 171 Costo de visitante

Precio de venta de los paquetes turísticos

<b>Paquete</b>	<b>Costos Fijos Unitarios</b>
Paquete 1	\$ 168.56
Paquete 2	\$ 135.56
Paquete 3	\$ 194.06
Paquete 4	\$ 182.36

Tabla 172 Costos fijos unitarios por paquete

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Así mismo, se retomaron del estudio de mercado los porcentajes de preferencia de cada producto turístico.

<b>Preferencia según estudio de mercado</b>	
Caminata a cascadas	31%
Moto tour	27%
Visita al casco	15%
Cabañas	30%
Camping	18%

Tabla 173 Preferencias de productos turísticos

Del cuadro anterior, a través de equivalencias, se obtiene el porcentaje representativo de costo de cada producto turístico que conforma cada paquete.

### **PAQUETE 1**

<b>Preferencia según estudio de mercado</b>	
Caminata a cascadas	31%
Moto tour	27%
Visita al casco	15%
Cabañas	30%
Camping	18%

Tabla 174 Preferencia de paquete 1

El 42% representa el  $\rightarrow 100\%$

El 27% equivale a  $\rightarrow X_1 = 64.3\%$

El 15% equivale a  $\rightarrow X_2 = 35.7\%$

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

<b>Paquete 1</b>	<b>% representativo</b>	<b>Costo Unitario representativo</b>
Visita al pueblo	35.7%	\$60.18
Recorrido en moto tour	64.3%	\$108.38
<b>Precio de venta: \$ 168.56</b>	--	--

Tabla 175 Costo Unitario representativo paquete 1

### PAQUETE 2

<b>Preferencia según estudio de mercado</b>	
Caminata a cascadas	31%
Moto tour	27%
Visita al casco	15%
Cabañas	30%
Camping	18%

Tabla 176 Preferencia de paquete 2

El 46% representa  $\rightarrow 100\%$

El 31% equivale a  $\rightarrow X_1 = 67.4\%$

El 15% equivale a  $\rightarrow X_2 = 32.6\%$



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

<b>Paquete 2</b>	<b>% representativo</b>	<b>Costo Unitario representativo</b>
Caminata a las cascadas	67.4	\$91.37
Visita al pueblo	32.6	\$44.19
<b>Precio de venta:</b> <b>\$ 135.56</b>	--	--

Tabla 177 Costo Unitario representativo paquete 2

### PAQUETE 3

<b>Preferencia según estudio de mercado</b>	
Caminata a cascadas	31%
Moto tour	27%
Visita al casco	15%
Cabañas	30%
Camping	18%

Tabla 178 Preferencia de paquete 3

El 103% representa  $\rightarrow 100\%$

El 31% equivale a  $\rightarrow X_1 = 30.1\%$

El 27% equivale a  $\rightarrow X_2 = 26.2\%$

El 15% equivale a  $\rightarrow X_3 = 14.6\%$

El 30% equivale a  $\rightarrow X_4 = 29.1\%$

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

<b>Paquete 3</b>	<b>% representativo</b>	<b>Costo Unitario representativo</b>
Visita al pueblo	14.6%	\$ 28.33
Recorrido en moto tour	26.2%	\$50.84
Hospedaje en cabañas	29.1%	\$56.47
Caminata a las cascadas	30.1%	\$58.41
<b>Precio de venta: \$ 194.06</b>	--	--

Tabla 179 Costo Unitario representativo paquete 3

### PAQUETE 4

<b>Preferencia según estudio de mercado</b>	
Caminata a cascadas	31%
Moto tour	27%
Visita al casco	15%
Cabañas	30%
Camping	18%

Tabla 180 Preferencia de paquete 4

El 91% representa el  $\rightarrow 100\%$

El 31% equivale a  $\rightarrow X_1 = 34.07\%$

El 27% equivale a  $\rightarrow X_2 = 29.67\%$

El 15% equivale a  $\rightarrow X_3 = 16.48\%$

El 18% equivale a  $\rightarrow X_4 = 19.78\%$

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

<b>Paquete 4</b>	<b>% representativo</b>	<b>Costo Unitario representativo</b>
Caminata a las cascadas	34.07%	\$62.13
Visita al pueblo	16.48%	\$30.05
Alojamiento en área de camping	19.78%	\$36.07
Recorrido en moto tour	29.67%	\$54.11
<b>Precio de venta: \$ 182.36</b>	--	--

Tabla 181 Costo Unitario representativo paquete 4

En la siguiente tabla, se muestra el resumen del precio de cada producto turístico, de acuerdo al paquete que conforma y se obtiene un promedio:

<b>Producto Turístico</b>	<b>Paquete 1</b>	<b>Paquete 2</b>	<b>Paquete 3</b>	<b>Paquete 4</b>	<b>Promedio</b>
Visita al pueblo	\$60.18	\$44.19	\$28.33	\$30.05	\$40.69
Recorrido en moto tour	\$108.38		\$50.84	\$54.11	\$71.11
Caminata a las cascadas		\$91.37	\$58.41	\$62.13	\$70.64
Hospedaje en cabañas			\$56.47		\$56.47
Alojamiento en área de camping				\$36.07	\$36.07

Tabla 182 Precio promedio por producto turístico

Resultando, los precios por persona de cada producto turístico, contratados individualmente:

<b>Producto Turístico</b>	<b>Precio de venta</b>
Visita al pueblo	\$40.69
Recorrido en moto tour	\$71.11
Caminata a las cascadas	\$70.64
Hospedaje en cabañas	\$56.47
Alojamiento en área de camping	\$36.07

Tabla 183 Precio de venta por producto turístico

### **16. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

El financiamiento es un factor importante para poder echar andar este proyecto, ya que es de donde se obtiene el capital necesario para la realización del mismo.

A continuación se presentan diferentes entidades que se toman en cuenta para la resolución de un crédito bancario que se pudiera brindar:

Centro Financiero	Tasa de interés (%)	Plazo (años)	Periodo de gracia (años)
Caja de Crédito Metropolitana	13	5	-
Banco ProCredit, S.A	13.52	5	-
Banco agrícola, S.A	12.5	6	1
Banco Davivienda, S.A	16.25	6	-
Banco Promerica, S.A	22	6	1
Scotiabank El Salvador , S.A	25	6	1

Tabla 184 Centros financieros para crédito bancario

En la tabla anterior se observa el porcentaje de interés, el periodo de gracia y el plazo en años que ofrecen distintos centros de financiamiento; por lo que se realizara una evaluación de cada uno para determinar el total de interés que se deberá pagar y así determinar en qué lugar conviene que se realice el préstamo; dicho análisis se muestra a continuación:

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### Caja de Crédito Metropolitana:

Años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
pagos	\$0.00	\$37,822.67	\$37,822.67	\$37,822.67	\$37,822.67	\$37,822.67
Intereses	0.00	\$ 17,294.04	\$ 14,625.32	\$ 11,609.66	\$ 8,201.97	\$ 4,351.28
amortización préstamo	0.00	\$ 20,528.63	\$ 23,197.35	\$ 26,213.01	\$ 29,620.70	\$ 33,471.39
saldo	\$133,031.09	\$112,502.46	\$89,305.10	\$63,092.09	\$33,471.39	\$0.00

Tabla 185 Intereses caja de crédito metropolitana

### Banco ProCredit, S.A:

años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
pagos	\$0.00	\$38,303.71	\$38,303.71	\$38,303.71	\$38,303.71	\$38,303.71
Intereses	0.00	17,985.80	15,238.82	12,120.45	8,580.47	4,561.89
amortización préstamo	0.00	20,317.90	23,064.88	26,183.26	29,723.23	33,741.81
saldo	\$133,031.09	\$112,713.19	\$89,648.30	\$63,465.05	\$33,741.81	\$0.00

Tabla 186 Intereses Banco ProCredit, S.A

### Banco agrícola, S.A:

años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
pagos	\$0.00	\$0.00	\$42,032.61	\$42,032.61	\$42,032.61	\$42,032.61	\$42,032.61
intereses	0.00	16,628.89	18,707.50	15,791.86	12,511.76	8,821.66	4,670.29
amortización préstamo	0.00	-16,628.89	23,325.11	26,240.75	29,520.84	33,210.95	37,362.32
saldo	\$133,031.09	\$149,659.98	\$126,334.86	\$100,094.11	\$70,573.27	\$37,362.32	\$0.00

Tabla 187 Intereses Banco agrícola, S.A

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **Banco Davivienda, S.A:**

años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
pagos	\$0.00	\$36,582.68	\$36,582.68	\$36,582.68	\$36,582.68	\$36,582.68	\$36,582.68
intereses	0.00	21,950.13	19,535.76	16,723.02	13,446.17	9,628.65	5,181.24
amortización préstamo	0.00	14,632.55	17,046.92	19,859.66	23,136.50	26,954.03	31,401.44
saldo	\$133,031.09	\$118,398.54	\$101,351.63	\$81,491.97	\$58,355.46	\$31,401.44	\$0.00

Tabla 188 Intereses Banco Davivienda, S.A

### **Banco Promerica, S.A:**

años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
pagos	\$0.00		\$56,675.40	\$56,675.40	\$56,675.40	\$56,675.40	\$56,675.40
intereses	0.00	29,266.84	35,705.54	31,092.18	25,463.87	18,597.33	10,220.15
amortización préstamo	0.00	-29,266.84	20,969.86	25,583.22	31,211.53	38,078.07	46,455.25
saldo	\$133,031.09	\$162,297.93	\$141,328.07	\$115,744.85	\$84,533.32	\$46,455.25	(\$0.00)

Tabla 189 Intereses Banco Promerica, S.A

### **Scotiabank El Salvador, S.A**

años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
pagos	\$0.00		\$61,833.97	\$61,833.97	\$61,833.97	\$61,833.97	\$61,833.97
intereses	0.00	33,257.77	41,572.22	36,506.78	30,174.98	22,260.23	12,366.79
amortización préstamo	0.00	-33,257.77	20,261.76	25,327.19	31,658.99	39,573.74	49,467.18
saldo	\$133,031.09	\$166,288.86	\$146,027.11	\$120,699.91	\$89,040.92	\$49,467.18	\$0.00

Tabla 190 Intereses Scotiabank El Salvador, S.A

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

---

Luego de haber evaluado cada centro de financiamiento se muestra la siguiente tabla con el respectivo total de interés que cobra cada lugar:

Centro Financiero	Tasa de interés (%)	Plazo (años)	Periodo de gracia (años)	INTERESES
Caja de Crédito Metropolitana	13	5	-	\$ 56,082.28
Banco ProCredit, S.A	13.52	5	-	\$ 58,487.44
Banco agrícola, S.A	12.5	6	1	\$ 77,131.95
Banco Davivienda, S.A	16.25	6	-	\$ 86,464.97
Banco Promerica, S.A	22	6	1	\$ 150,345.91
Scotiabank El Salvador , S.A	25	6	1	\$ 176,138.77

Tabla 191 Cuadro resumen de intereses por centro de financiamiento

Como se observa en la tabla la caja de créditos metropolitana es el lugar donde se pagan menos interés en comparación con los demás, por lo que se recomienda se realice el préstamo en dicho lugar

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **17. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

Se procederá a establecer todos los ingresos que se percibirán para los próximos 5 años; ya que este es el tiempo que se está utilizando para el análisis del desempeño del proyecto.

#### **17.1. Ingresos por venta para el primer periodo**

Antes de determinar los ingresos, se procederá a sacar cuantos paquetes de 3 personas saldrán de la demanda que se tiene para cada año, como se muestra a continuación:

preferencia de paquete	Paquete	Año1	N de paquetes al año	Año2	N de paquetes al año	Año3	N de paquetes al año	Año4	N de paquetes al año	Año5	N de paquetes al año
32%	Paquete 1	1095	365	1145	382	1196	399	1250	417	1306	435
33%	Paquete 2	1130	377	1181	394	1234	411	1289	430	1347	449
18%	Paquete 3	616	205	644	215	673	224	703	234	735	245
17%	Paquete 4	582	194	608	203	636	212	664	221	694	231
	Total	3423		3577		3738		3907		4082	

Tabla 192 Determinación de número de paquetes por año



## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

Para determinar el precio por venta se multiplicara el precio por venta de cada paquete por el número de paquetes que se espera tener por cada año:

Año		2015		2016		2017		2018		2019	
Descripción	Precio de venta	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Paquete 1	168.56	365	\$ 61,553.19	382	\$ 64,323.08	399	\$ 67,217.62	417	\$ 70,242.41	435	\$ 73,403.32
Paquete 2	135.56	377	\$ 51,048.17	394	\$ 53,345.33	411	\$ 55,745.87	430	\$ 58,254.44	449	\$ 60,875.89
Paquete 3	194.06	205	\$ 39,860.66	215	\$ 41,654.39	224	\$ 43,528.84	234	\$ 45,487.63	245	\$ 47,534.58
Paquete 4	182.36	194	\$ 35,376.45	203	\$ 36,968.39	212	\$ 38,631.97	221	\$ 40,370.41	231	\$ 42,187.08
<b>Total</b>			<b>\$ 187,838.47</b>		<b>\$ 196,291.20</b>		<b>\$ 205,124.30</b>		<b>\$ 214,354.89</b>		<b>\$ 224,000.86</b>

Tabla 193 Ingresos por venta

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### 17.2. Estimación de egresos

En la estimación de los costos que se presentaran durante los 5 años de estudio se deberá de establecer que los costos que se verán afectados a lo largo de los 5 años son los costos variables; y los costos fijos se mantendrán en este periodo como lo establece la ecuación:  $CT = CF + CV$

Dónde:

CT: son los costos totales

CF: costos fijos

CV: costos variables

A continuación se presenta la siguiente tabla con los egresos estimados para los próximos 5 años:

Año	2015			2016			2017			2018			2019		
	Descripción	C.F	C.V	Egreso	C.F	C.V	Egreso	C.F	C.V	Egreso	C.F	C.V	Egreso	C.F	C.V
Paquete 1	\$ 34,161.69	\$ 13,186.92	\$ 47,348.61	\$ 34,161.69	\$ 13,780.33	\$ 47,942.02	\$ 34,161.69	\$ 14,400.44	\$ 48,562.13	\$ 34,161.69	\$ 15,048.46	\$ 49,210.15	\$ 34,161.69	\$ 15,725.64	\$ 49,887.33
Paquete 2	\$ 35,229.24	\$ 4,038.58	\$ 39,267.82	\$ 35,229.24	\$ 4,220.31	\$ 39,449.56	\$ 35,229.24	\$ 4,410.23	\$ 39,639.47	\$ 35,229.24	\$ 4,608.69	\$ 39,837.93	\$ 35,229.24	\$ 4,816.08	\$ 40,045.32
Paquete 3	\$ 19,215.95	\$ 11,446.09	\$ 30,662.05	\$ 19,215.95	\$ 11,961.17	\$ 31,177.12	\$ 19,215.95	\$ 12,499.42	\$ 31,715.37	\$ 19,215.95	\$ 13,061.89	\$ 32,277.85	\$ 19,215.95	\$ 13,649.68	\$ 32,865.63
Paquete 4	\$ 18,148.40	\$ 9,064.26	\$ 27,212.65	\$ 18,148.40	\$ 9,472.15	\$ 27,620.55	\$ 18,148.40	\$ 9,898.39	\$ 28,046.79	\$ 18,148.40	\$ 10,343.82	\$ 28,492.22	\$ 18,148.40	\$ 10,809.29	\$ 28,957.69
Total		\$ 37,735.84	\$ 144,491.13		\$ 39,433.95	\$ 146,189.24		\$ 41,208.48	\$ 147,963.77		\$ 43,062.86	\$ 149,818.15		\$ 45,000.69	\$ 151,755.98

Tabla 194 Estimación de egresos

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **17.3. Situación de equilibrio**

El punto de equilibrio es la cantidad de servicios vendidos en la que el total de ingresos es igual al total de los costos; es decir la utilidad operativa es cero.

La definición del punto de equilibrio establece que antes de presentar este análisis es necesario obtener cierta información sobre los costos de la empresa, en la mayoría de casos el punto de equilibrio resulta de igualar el beneficio a cero; luego restar de las ventas el costo y dividirlo sobre la cantidad de productos vendidos.

**Punto de Equilibrio (en unidades monetarias) = Costos fijos totales/ 1-(costo variable unitario/ precio de venta)**

Paquetes	Ventas proyectadas	PE	CFT	PV	CVU	PE en unidades
Paquete 1	\$61,553.19	\$ 43,475.77	\$34,161.69	\$ 168.56	\$ 36.11	\$43,475.77
Paquete 2	\$51,048.17	\$ 38,255.78	\$35,229.24	\$ 135.56	\$ 10.72	\$38,255.78
Paquete 3	\$39,860.66	\$ 26,956.61	\$19,215.95	\$ 194.06	\$ 55.72	\$26,956.61
Paquete 4	\$35,376.45	\$ 24,400.32	\$18,148.40	\$ 182.36	\$ 46.72	\$24,400.32

Tabla 195 Determinación de punto de equilibrio en unidades

La grafica del Punto de equilibrio presenta de manera visual la estructura de las utilidades en el momento presente así como en el futuro.

Para la elaboración de este gráfico, el eje de las abscisas representa el volumen de ventas en unidades y en el eje de las ordenadas se grafican los costos.

Primero se grafica la línea de costos fijos que para este caso varían de acuerdo al tipo de paquete, la cual es paralela al eje de las abscisas e indica que cualquiera que sea el volumen de venta, estos costos serán iguales. Se observa que la curva de costos totales intercepta a la curva de venta que en este caso será llamada de ingresos en el punto "0", o sea el punto de equilibrio, en el que el volumen de

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

ventas cubre los costos fijos y variables; con ventas superiores a las del punto de equilibrio se estarán obteniendo utilidades.

A continuación se presentan las gráficas que indican el punto de equilibrio de cada uno de los paquetes:

PAQUETE TURÍSTICO 1				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	0	365	\$ 61,553.19
CF	0	\$34,161.69	365	\$34,161.69
CT	0	\$34,161.69	365	\$47,348.61
PE	258	\$ 43,475.77	258	\$ 43,475.77

Tabla 196 Punto de equilibrio paquete 1

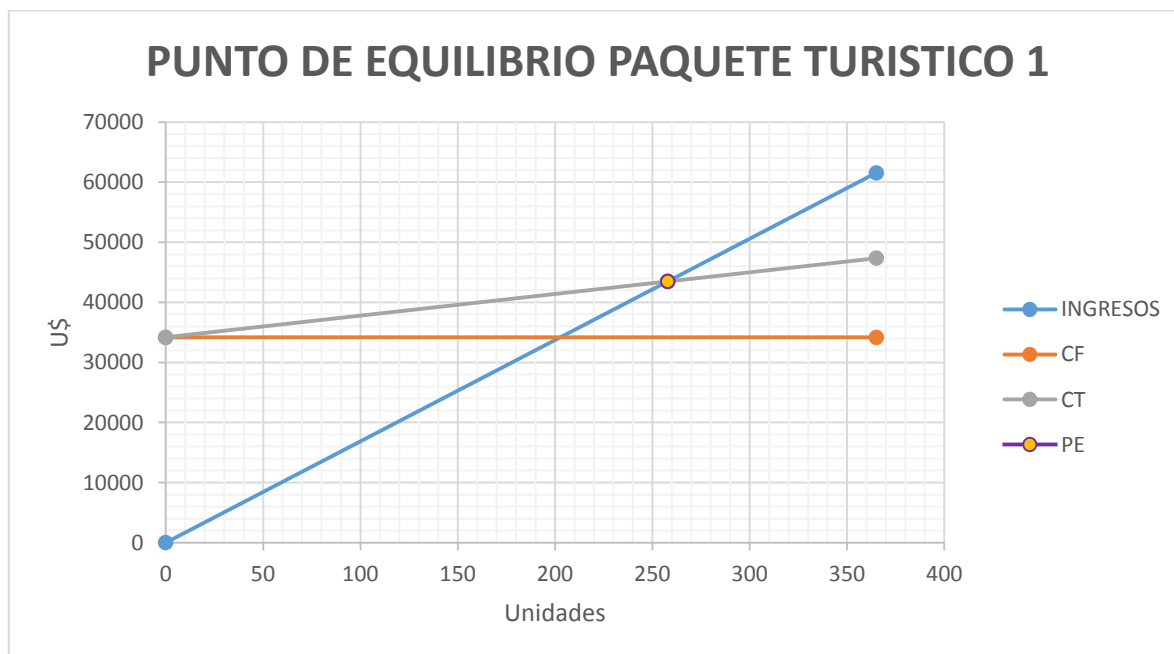


Gráfico 60 punto de equilibrio paquete 1

Según muestra la gráfica para el paquete 1 el punto de equilibrio se encuentra entre las 258 unidades (paquetes) aproximadamente que se deben vender en el primer año con \$ 42,943.84, en este punto no se incurrirá en pérdidas ni obtendrá ganancias. Arriba de este valor se tendrá utilidades y abajo del mismo serán pérdidas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

PAQUETE TURÍSTICO 2				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	0	377	\$51,048.17
CF	0	\$35,229.24	377	\$35,229.24
CT	0	\$35,229.24	377	\$39,267.82
PE	282	\$ 38,255.78	282	\$38,255.78

Tabla 197 Punto de equilibrio paquete 2

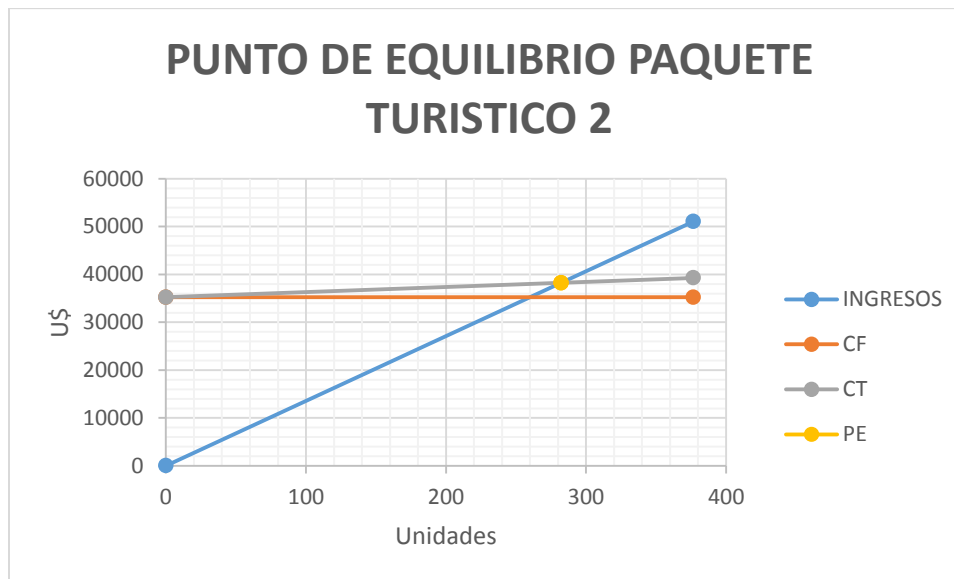


Gráfico 61 Punto de equilibrio paquete 2

Según muestra la gráfica para el paquete 2 el punto de equilibrio se encuentra entre las 282 unidades (paquetes) aproximadamente que se deben vender en el primer año con \$ 37,718.15, en este punto no se incurrirá en pérdidas ni obtendrá ganancias. Arriba de este valor se tendrá utilidades y abajo del mismo serán pérdidas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

PAQUETE TURÍSTICO 3				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	0	205	\$39,860.66
CF	0	\$19,215.95	205	\$19,215.95
CT	0	\$19,215.95	205	\$30,662.05
PE	139	\$26,956.61	139	\$26,956.61

Tabla 198 Punto de equilibrio paquete 3

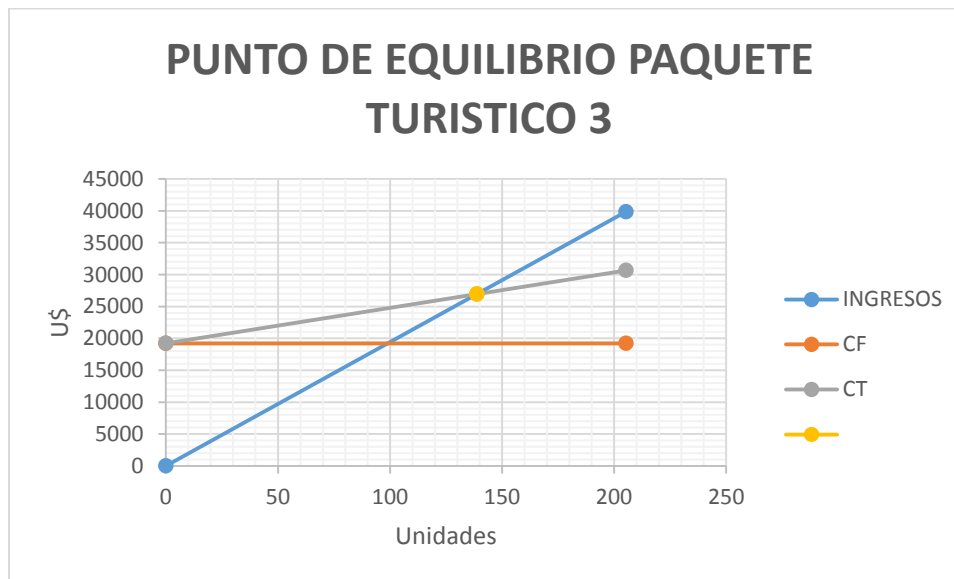


Gráfico 62 Punto de equilibrio paquete 3

Según muestra la gráfica para el paquete 3 el punto de equilibrio se encuentra entre las 139 unidades (paquetes) aproximadamente que se deben vender en el primer año con \$26,649.58, en este punto no se incurrirá en pérdidas ni obtendrá ganancias. Arriba de este valor se tendrá utilidades y abajo del mismo serán pérdidas.

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

PAQUETE TURÍSTICO 4				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	0	194	\$35,376.45
CF	0	\$18,148.40	194	\$18,148.40
CT	0	\$18,148.40	194	\$27,212.65
PE	134	\$24,400.32	134	\$24,400.32

Tabla 199 Punto de equilibrio paquete 4

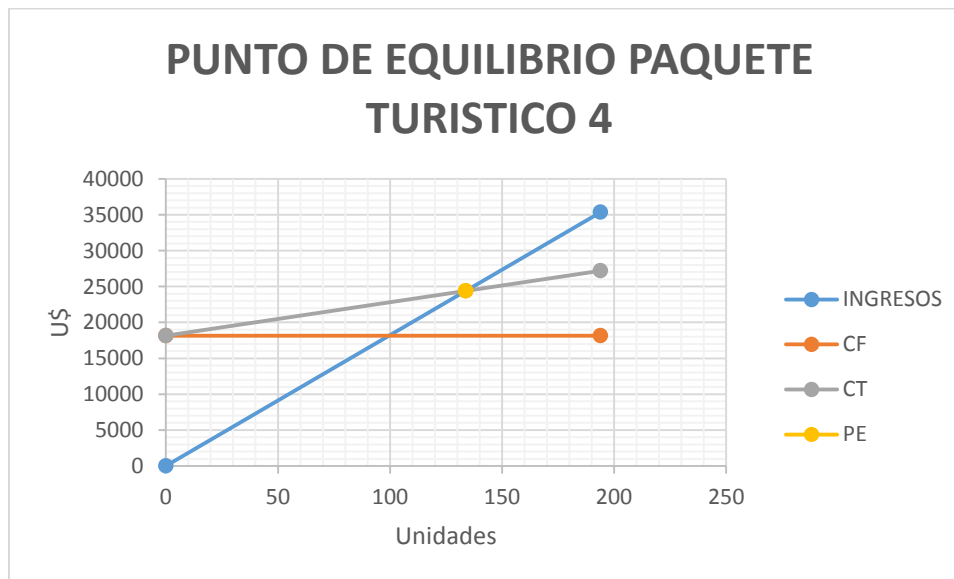


Gráfico 63 Punto de equilibrio paquete 4

Según muestra la gráfica para el paquete 4 el punto de equilibrio se encuentra entre las 134 unidades (paquetes) aproximadamente que se deben vender en el primer año con \$24,114.00, en este punto no se incurrirá en pérdidas ni obtendrá ganancias. Arriba de este valor se tendrá utilidades y abajo del mismo serán pérdidas.

## **Estudio de factibilidad para productos turísticos.**

### **18. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA**

#### **18.1. Estado de pérdidas y ganancias**

El estado de resultados tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, de manera global, el beneficio de la operación.

<b>ESTADO DE RESULTADOS: Paquete 1</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS TOTALES	\$ 61,553.19	\$ 64,323.08	\$ 67,217.62	\$70,242.41	\$ 73,403.32
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 13,186.92	\$ 13,780.33	\$ 14,400.44	\$15,048.46	\$ 15,725.64
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 48,366.27	\$ 50,542.76	\$ 52,817.18	\$55,193.95	\$ 57,677.68
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 16,802.09	\$ 17,193.90	\$ 17,193.90	\$17,193.90	\$ 17,193.90
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8,769.18	\$ 8,548.38	\$ 8,548.38	\$ 8,548.38	\$ 8,548.38
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 3,056.32	\$ 3,056.32	\$ 3,056.32	\$ 3,056.32	\$ 3,056.32
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 19,738.68	\$ 21,744.15	\$ 24,018.57	\$26,395.35	\$ 28,879.07
MENOS:					
COSTOS FINANCIEROS	\$ 5,534.09	\$ 4,680.10	\$ 3,715.09	\$ 2,624.63	\$ 1,392.41
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 14,204.58	\$ 17,064.05	\$ 20,303.48	\$23,770.72	\$ 27,486.66
IMPUESTOS DE RENTA (10%)	\$ 1,420.46	\$ 1,706.40	\$ 2,030.35	\$ 2,377.07	\$ 2,748.67
(=) UTIIDAD NETA DE PERIODO	\$ 12,784.12	\$ 15,357.64	\$ 18,273.13	\$21,393.64	\$ 24,738.00
MAS					
DEPRECIACION	\$ 5,075.81	\$ 5,075.81	\$ 5,075.81	\$ 5,075.81	\$ 5,075.81
AMORTIZACION DE INVERSION FIJA	\$ 1,449.74	\$ 1,449.74	\$ 1,449.74	\$ 1,449.74	\$ 1,449.74
MENOS					
PAGO A CAPITAL	\$ 6,569.16	\$ 7,423.15	\$ 8,388.16	\$ 9,478.62	\$ 10,710.85
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 12,740.52</b>	<b>\$ 14,460.04</b>	<b>\$ 16,410.53</b>	<b>\$18,440.57</b>	<b>\$ 20,552.71</b>

Tabla 200 Estado de resultados paquete 1



## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

ESTADO DE RESULTADOS: Paquete 2					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 51,048.17	\$ 53,345.33	\$ 55,745.87	\$ 58,254.44	\$ 60,875.89
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 4,038.58	\$ 4,220.31	\$ 4,410.23	\$ 4,608.69	\$ 4,816.08
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 47,009.59	\$ 49,125.02	\$ 51,335.65	\$ 53,645.75	\$ 56,059.81
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 17,327.16	\$ 17,327.16	\$ 17,327.16	\$ 17,327.16	\$ 17,327.16
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9,043.22	\$ 9,043.22	\$ 9,043.22	\$ 9,043.22	\$ 9,043.22
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 3,151.83	\$ 3,151.83	\$ 3,151.83	\$ 3,151.83	\$ 3,151.83
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 17,487.38	\$ 19,602.81	\$ 21,813.44	\$ 24,123.54	\$ 26,537.60
MENOS:					
COSTOS FINANCIEROS	\$ 5,707.03	\$ 4,826.36	\$ 3,831.19	\$ 2,706.65	\$ 1,435.92
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 11,780.35	\$ 14,776.46	\$ 17,982.25	\$ 21,416.89	\$ 25,101.68
IMPUESTOS DE RENTA (10%)	\$ 1,178.03	\$ 1,477.65	\$ 1,798.22	\$ 2,141.69	\$ 2,510.17
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 10,602.31	\$ 13,298.81	\$ 16,184.02	\$ 19,275.20	\$ 22,591.51
MAS					
DEPRECIACION	\$ 5,234.43	\$ 5,234.43	\$ 5,234.43	\$ 5,234.43	\$ 5,234.43
AMORTIZACION DE INVERSION FIJA	\$ 1,495.05	\$ 1,495.05	\$ 1,495.05	\$ 1,495.05	\$ 1,495.05
MENOS					
PAGO A CAPITAL	\$ 6,774.45	\$ 7,655.13	\$ 8,650.29	\$ 9,774.83	\$ 11,045.56
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 10,557.34</b>	<b>\$ 12,373.16</b>	<b>\$ 14,263.21</b>	<b>\$ 16,229.85</b>	<b>\$ 18,275.43</b>

Tabla 201 Estado de resultados paquete 2

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

ESTADO DE RESULTADOS: Paquete 3					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 39,860.66	\$ 41,654.39	\$ 43,528.84	\$45,487.63	\$ 47,534.58
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 11,446.09	\$ 11,961.17	\$ 12,499.42	\$13,061.89	\$ 13,649.68
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 28,414.57	\$ 29,693.22	\$ 31,029.42	\$32,425.74	\$ 33,884.90
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 9,451.18	\$ 9,451.18	\$ 9,451.18	\$ 9,451.18	\$ 9,451.18
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4,932.67	\$ 4,932.67	\$ 4,932.67	\$ 4,932.67	\$ 4,932.67
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 1,719.18	\$ 1,719.18	\$ 1,719.18	\$ 1,719.18	\$ 1,719.18
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 12,311.54	\$ 13,590.20	\$ 14,926.39	\$16,322.72	\$ 17,781.87
MENOS:					
COSTOS FINANCIEROS	\$ 3,112.93	\$ 2,632.56	\$ 2,089.74	\$ 1,476.35	\$ 783.23
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 9,198.61	\$ 10,957.64	\$ 12,836.65	\$14,846.36	\$ 16,998.64
IMPUESTOS DE RENTA (10%)	\$ 919.86	\$ 1,095.76	\$ 1,283.67	\$ 1,484.64	\$ 1,699.86
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 8,278.75	\$ 9,861.88	\$ 11,552.99	\$13,361.72	\$ 15,298.78
MAS					
DEPRECIACION	\$ 2,855.14	\$ 2,855.14	\$ 2,855.14	\$ 2,855.14	\$ 2,855.14
AMORTIZACION DE INVERSION FIJA	\$ 815.48	\$ 815.48	\$ 815.48	\$ 815.48	\$ 815.48
MENOS					
PAGO A CAPITAL	\$ 3,695.15	\$ 4,175.52	\$ 4,718.34	\$ 5,331.73	\$ 6,024.85
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 8,254.22</b>	<b>\$ 9,356.98</b>	<b>\$ 10,505.27</b>	<b>\$11,700.62</b>	<b>\$ 12,944.55</b>

Tabla 202 Estado de resultados paquete 3

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

ESTADO DE RESULTADOS: Paquete 4					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 35,376.45	\$ 36,968.39	\$ 38,631.97	\$ 40,370.41	\$ 42,187.08
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 9,064.26	\$ 9,472.15	\$ 9,898.39	\$ 10,343.82	\$ 10,809.29
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 26,312.20	\$ 27,496.24	\$ 28,733.57	\$ 30,026.59	\$ 31,377.78
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 8,926.11	\$ 8,926.11	\$ 8,926.11	\$ 8,926.11	\$ 8,926.11
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4,658.63	\$ 4,658.63	\$ 4,658.63	\$ 4,658.63	\$ 4,658.63
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 1,623.67	\$ 1,623.67	\$ 1,623.67	\$ 1,623.67	\$ 1,623.67
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 11,103.78	\$ 12,287.83	\$ 13,525.16	\$ 14,818.17	\$ 16,169.37
MENOS:					
COSTOS FINANCIEROS	\$ 2,939.99	\$ 2,486.30	\$ 1,973.64	\$ 1,394.34	\$ 739.72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 8,163.80	\$ 9,801.53	\$ 11,551.52	\$ 13,423.84	\$ 15,429.65
IMPUESTOS DE RENTA (10%)	\$ 816.38	\$ 980.15	\$ 1,155.15	\$ 1,342.38	\$ 1,542.97
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 7,347.42	\$ 8,821.38	\$ 10,396.37	\$ 12,081.45	\$ 13,886.69
MAS					
DEPRECIACION	\$ 2,696.52	\$ 2,696.52	\$ 2,696.52	\$ 2,696.52	\$ 2,696.52
AMORTIZACION DE INVERSION FIJA	\$ 770.18	\$ 770.18	\$ 770.18	\$ 770.18	\$ 770.18
MENOS					
PAGO A CAPITAL	\$ 3,489.87	\$ 3,943.55	\$ 4,456.21	\$ 5,035.52	\$ 5,690.14
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 7,324.25</b>	<b>\$ 8,344.53</b>	<b>\$ 9,406.86</b>	<b>\$ 10,512.64</b>	<b>\$ 11,663.25</b>

Tabla 203 Estado de resultados paquete 4

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

ESTADO DE RESULTADOS: CONSOLIDADO 5 AÑOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 187,838.47	\$ 196,291.20	\$ 205,124.30	\$214,354.89	\$ 224,000.86
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 37,735.84	\$ 39,433.95	\$ 41,208.48	\$ 43,062.86	\$ 45,000.69
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 150,102.62	\$ 156,857.24	\$ 163,915.82	\$171,292.03	\$ 179,000.17
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 60,641.38	\$ 67,396.00	\$ 74,454.57	\$ 81,830.79	\$ 89,538.93
MENOS:					
COSTOS FINANCIEROS	\$ 17,294.04	\$ 14,625.32	\$ 11,609.66	\$ 8,201.97	\$ 4,351.28
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 43,347.34	\$ 52,770.68	\$ 62,844.91	\$ 73,628.81	\$ 85,187.65
IMPUESTOS DE RENTA (10%)	\$ 4,334.73	\$ 5,277.07	\$ 6,284.49	\$ 7,362.88	\$ 8,518.76
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 39,012.60	\$ 47,493.61	\$ 56,560.42	\$ 66,265.93	\$ 76,668.88
MAS					
DEPRECIACION	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91
AMORTIZACION DE INVERSION FIJA	\$ 4,530.45	\$ 4,530.45	\$ 4,530.45	\$ 4,530.45	\$ 4,530.45
MENOS					
PAGO A CAPITAL	\$ 20,528.63	\$ 23,197.35	\$26,213.01	\$ 29,620.70	\$ 33,471.39
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 38,876.33</b>	<b>\$ 44,688.62</b>	<b>\$ 50,739.77</b>	<b>\$ 57,037.59</b>	<b>\$ 63,589.85</b>

Tabla 204 Estado de resultados consolidado 5 años

## Estudio de factibilidad para productos turísticos.

### 18.2. Flujo de efectivo

En el Flujo de Efectivo, se proporciona información de la capacidad de generar flujos de efectivo proveniente de operaciones, de actividades de inversión y de financiamiento; a través de este se puede analizar la habilidad de una empresa, para pagar sus compromisos: sueldos, proveedores, acreedores y dividendos a sus propietarios. Así mismo es una herramienta que permite determinar las necesidades de financiamiento.

FLUJO NETO DE EFECTIVO: CONSOLIDADO 5 AÑOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	\$ 21,141.95	\$ 87,335.90	\$ 154,251.03	\$ 222,122.88	\$ 291,174.31
INGRESO POR VENTAS (+)	\$ 187,838.47	\$ 196,291.20	\$ 205,124.30	\$ 214,354.89	\$ 224,000.86
EFECTIVO(=)	\$ 208,980.42	\$ 283,627.09	\$ 359,375.33	\$ 436,477.78	\$ 515,175.18
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55	\$ 52,506.55
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70	\$ 27,403.70
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00	\$ 9,551.00
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 119,519.17	\$ 194,165.85	\$ 269,914.09	\$ 347,016.53	\$ 425,713.93
MENOS:					
COSTOS FINANCIEROS	\$ 17,294.04	\$ 14,625.32	\$ 11,609.66	\$ 8,201.97	\$ 4,351.28
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO (=)	\$ 102,225.13	\$ 179,540.53	\$ 258,304.43	\$ 338,814.56	\$ 421,362.65
IMPUESTOS DE RENTA (10%) (-)	\$ 10,222.51	\$ 17,954.05	\$ 25,830.44	\$ 33,881.46	\$ 42,136.27
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 92,002.62	\$ 161,586.48	\$ 232,473.98	\$ 304,933.10	\$ 379,226.39
MAS					
DEPRECIACION	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91	\$ 15,861.91
MENOS					
PAGO A CAPITAL	\$ 20,528.63	\$ 23,197.35	\$ 26,213.01	\$ 29,620.70	\$ 33,471.39
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 87,335.90</b>	<b>\$ 154,251.03</b>	<b>\$ 222,122.88</b>	<b>\$ 291,174.31</b>	<b>\$ 361,616.90</b>

Tabla 205 Flujo neto de efectivo consolidado 5 años

### 18.3. Balance general

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).

El balance general, por lo tanto, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

BALANCE GENERAL INICIAL DEL 1 ENERO 2015			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo circulante		Pasivo fijo	
Caja y Banco	\$21,141.95	Préstamo	\$ 133,031.09
<b>Total activo circulante</b>		<b>Total de Pasivo</b>	
Activo fijo			
Terreno	\$ 35,000.00		
Obra civil	\$ 57,300.00		
Mobiliario y equipo	\$ 53,950.21		
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 146,250.21</b>		
		Patrimonio	
		Capital Social	\$ 57,013.32
<b>Total activos intangibles</b>	<b>\$ 22,652.25</b>	Donaciones	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 190,044.41</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$190,044.41</b>

Tabla 206 Balance general al 1 Enero 2015

BALANCE GENERAL INICIAL DEL 31 DICIEMBRE 2015			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo circulante		Pasivo fijo	
Caja y Banco	\$ 87,335.90	Préstamo	\$112,502.46
		Impuestos por pagar	\$ 10,222.51
<b>Total activo circulante</b>		<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$122,724.97</b>
Activo fijo			
Terreno	\$ 35,000.00		
Obra civil	\$ 57,300.00		
Mobiliario y equipo	\$ 53,950.21		
Depreciación (-)	\$ 15,861.91		
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 130,388.30</b>		
Activos intangibles		Patrimonio	
		Utilidad retenida	\$ 19,506.30
		Capital Social	\$ 80,023.37
<b>Intangibles</b>	\$ 4,530.45	Donaciones	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 222,254.65</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$222,254.65</b>

Tabla 207 Balance general al 31 de Diciembre 2015

BALANCE GENERAL INICIAL DEL 31 DICIEMBRE 2016			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo circulante		Pasivo fijo	
Caja y Banco	\$ 154,251.03	Préstamo	\$89,305.10
		Impuestos por pagar	\$ 17,954.05
<b>Total activo circulante</b>		<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$107,259.16</b>
Activo fijo			
Terreno	\$ 35,000.00		
Obra civil	\$ 57,300.00		
Mobiliario y equipo	\$ 53,950.21		
Depreciación (-)	\$ 15,861.91		
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 130,388.30</b>		
Activos intangibles		Patrimonio	
		Utilidad retenida	\$ 23,746.81
		Capital Social	\$ 158,163.82
<b>Intangibles</b>	\$ 4,530.45	Donaciones	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 289,169.78</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$289,169.78</b>

Tabla 208 Balance general al 31 de Diciembre 2016



BALANCE GENERAL INICIAL DEL 31 DICIEMBRE 2017			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo circulante		Pasivo fijo	
Caja y Banco	\$ 222,122.88	Préstamo	\$63,092.09
		Impuestos por pagar	\$ 25,830.44
<b>Total activo circulante</b>		<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$88,922.54</b>
Activo fijo			
Terreno	\$ 35,000.00		
Obra civil	\$ 57,300.00		
Mobiliario y equipo	\$ 53,950.21		
Depreciación (-)	\$ 15,861.91		
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 130,388.30</b>		
Activos intangibles		Patrimonio	
		Utilidad retenida	\$ 56,560.42
		Capital Social	\$ 211,558.68
<b>Intangibles</b>	\$ 4,530.45	Donaciones	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 357,041.63</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$357,041.63</b>

Tabla 209 Balance general al 31 de Diciembre 2017

BALANCE GENERAL INICIAL DEL 31 DICIEMBRE 2018			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo circulante		Pasivo fijo	
Caja y Banco	\$ 291,174.31	Préstamo	\$33,471.39
		Impuestos por pagar	\$ 33,881.46
<b>Total activo circulante</b>		<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$67,352.85</b>
Activo fijo			
Terreno	\$ 35,000.00		
Obra civil	\$ 57,300.00		
Mobiliario y equipo	\$ 53,950.21		
Depreciación (-)	\$ 15,861.91		
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 130,388.30</b>		
Activos intangibles		Patrimonio	
		Utilidad retenida	\$ 33,132.97
		Capital Social	\$ 325,607.25
<b>Intangibles</b>	\$ 4,530.45	Donaciones	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 426,093.06</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$426,093.06</b>

Tabla 210 Balance general al 31 de Diciembre 2018

BALANCE GENERAL INICIAL DEL 31 DICIEMBRE 2019			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo circulante		Pasivo fijo	
Caja y Banco	\$ 361,616.90	Préstamo	\$0.00
		Impuestos por pagar	\$ 42,136.27
<b>Total activo circulante</b>		<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$42,136.27</b>
Activo fijo			
Terreno	\$ 35,000.00		
Obra civil	\$ 57,300.00		
Mobiliario y equipo	\$ 53,950.21		
Depreciación (-)	\$ 15,861.91		
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 130,388.30</b>		
Activos intangibles		Patrimonio	
		Utilidad retenida	\$ 38,334.44
		Capital Social	\$ 416,064.95
<b>Intangibles</b>	<b>\$ 4,530.45</b>	Donaciones	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 496,535.65</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$496,535.65</b>

Tabla 211 Balance general al 31 de Diciembre 2019

## **19. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

### **19.1. TIR- TMAR**

#### **DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL (TMAR)**

Antes de invertir, se debe tener en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La fórmula de cálculo de la TMAR es la siguiente:

$$\text{TMAR} = I + R + (I \times R)$$

Esto significa que la TMAR que un inversionista le pediría a una inversión debe calcularla sumando dos factores:

Primero, la inflación. Cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá de haber compensado los efectos de la inflación.

En segundo término, debe ser un premio o sobretasa por arriesgar su dinero en determinada inversión.

Para la evaluación del proyecto se han tomado el promedio de la tasa de inflación proyectada de nuestro país:

<b>AÑO</b>	<b>TASA DE INFLACIÓN</b>
2015	1.4
2016	1.7
2017	1.75
2018	1.8
2019	1.9
<b>Tasa de inflación promedio</b>	<b>1.71</b>

Tabla 212 Tasa de inflación El Salvador, Fuente: Banco Central de la Moneda Única Europea (BCE)

El porcentaje de premio al riesgo (R), se ha determinado utilizando el mayor valor de tasa pasiva ofertada por el sistema bancario del país:

<b>Banco</b>	<b>Tasa de interés pasiva</b>
Banco Agrícola	1.50%
Davivienda	1.50%
banco G&T Continental	1.75%
Scotiabank	0.50%
Banco Promerica	1.75%
Banco de Fomento Agropecuario	2.00%
Banca de América Central	1.75%
Banco Procredit	2.25%
Banco Azteca	3.25%
Sociedad de Ahorro y Crédito	2.75%

Tabla 213 Tasa de interés pasiva

Por lo tanto la tasa mínima de rendimiento se muestra a continuación:

$$\text{TMAR} = I + R + (I \times R)$$

$$\text{TMAR} = 1.71\% + 3.25\% + (1.71\% \times 3.25\%) = 5.02\%$$

### TIR

La TIR es definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos, es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado, a continuación se presenta la ecuación de la TIR donde se iguala la VAN a cero y se determina la TIR:

$$0 = \frac{FNE1}{(i+1)^1} + \frac{FNE2}{(i+1)^2} + \frac{FNE3}{(i+1)^3} + \frac{FNE4}{(i+1)^4} + \frac{FNE5}{(i+1)^5} - P$$

Donde:

*FNE(n)*: Son los flujos netos efectivos de cada año (n)

*P*= inversión inicial

*i* = Tasa interna de retorno (TIR)

Sustituyendo datos se obtiene:

$$0 = \frac{\$ 38,876.33}{(i+1)^1} + \frac{\$ 44,688.62}{(i+1)^2} + \frac{\$ 50,739.77}{(i+1)^3} + \frac{\$ 57,037.59}{(i+1)^4} + \frac{\$ 63,589.85}{(i+1)^5} - 190,044.41$$

A continuación se presenta el valor calculado de la TIR del proyecto:

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	TIR
\$(190,044.41)	\$ 38,876.33	\$ 44,688.62	\$ 50,739.77	\$ 57,037.59	\$ 63,589.85	10%

Tabla 214 Cálculo de TIR del proyecto

Y para el resultado a obtener los criterios son los siguientes:

- Si  $TIR \geq TMAR$  , entonces el proyecto se acepta

- Si  $TIR < TMAR$  , entonces el proyecto se rechaza

Al comparar los resultados de la TMAR Y la TIR calculados se concluye:

TMAR: 5.02%; TIR: 10%

Por lo que:  $TIR > TMAR$  significa que habrá ganancia más haya de haber recuperado el dinero invertido por lo que el proyecto se acepta.

## 19.2. Van

Es una evaluación que consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera el proyecto y compara esta equivalencia con una inversión inicial.

Con este indicador de Evaluación se conoce el valor del dinero actual (hoy) que va recibir el Proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado, a fin de comparar este valor con la Inversión inicial.

Para su cálculo se utiliza la formula siguiente:

$$VAN = \frac{FNE1}{(i + 1)^1} + \frac{FNE2}{(i + 1)^2} + \frac{FNE3}{(i + 1)^3} + \frac{FNE4}{(i + 1)^4} + \frac{FNE5}{(i + 1)^5} - P$$

Dónde:

FNE n = Flujo neto obtenido de los estados de resultado para cada año.

i = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) o Tasa de Actualización.

P = Inversión inicial del proyecto.

Sustituyendo datos se obtiene:

$$VAN = \frac{\$ 38,876.33}{(5.02 + 1)^1} + \frac{\$ 44,688.62}{(5.02 + 1)^2} + \frac{\$ 50,739.77}{(5.02 + 1)^3} + \frac{\$57,037.59}{(5.02 + 1)^4} + \frac{\$ 63,589.85}{(5.02 + 1)^5} - 190,044.41$$

Interpretación:

- Si el VAN es positivo la rentabilidad de la inversión está sobre la tasa de inversión actualizada o de rechazo, el proyecto se acepta (VAN >0)



- Si el VAN es cero, la rentabilidad será igual a la tasa de rechazo. Por lo tanto si el proyecto da un VAN positivo o igual a cero, puede considerarse aceptable,  $VAN = 0$
- Si el VAN es negativo, la rentabilidad está por debajo de la tasa de rechazo y el proyecto deberá rechazarse.  $VAN < 0$ .

A continuación se muestra el resultado de la VAN del proyecto:

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	VAN
\$(190,044.41)	\$ 38,876.33	\$ 44,688.62	\$ 50,739.77	\$57,037.59	\$ 63,589.85	\$27,992.97

Tabla 215 Calculo de VAN del proyecto

El resultado es positivo lo que significa que habrá ganancia más haya de haber recuperado el dinero invertido por lo que el proyecto se acepta.

### 19.3. Razón B/C

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha

Esta relación indica la rentabilidad del proyecto en términos de cobertura existente entre los ingresos y los egresos tal como se muestra a continuación

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Costos totales}}$$

Es decir muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá la empresa por cada unidad monetaria invertida.

El cálculo de la relación beneficio/costo es otra forma de determinar si la TMAR es alcanzada, esta relación se obtiene dividiendo los ingresos actualizados entre los egresos, luego:

- Si la Relación B/C > 1 Se Acepta el Proyecto
- Si la Relación B/C < 1 Se Rechaza el Proyecto
- Si la Relación B/C = 1 El Proyecto es indiferente de llevarse a cabo

A continuación se presenta la relación beneficio costo de cada paquete:

B/C Paquete 1

Año	Ventas totales	Costos totales	B/C
Año 1	\$ 61,553.19	\$ 47,348.61	\$ 1.30
Año 2	\$ 64,323.08	\$ 47,942.02	\$ 1.34
Año 3	\$ 67,217.62	\$ 48,562.13	\$ 1.38
Año 4	\$ 70,242.41	\$ 49,210.15	\$ 1.43
Año 5	\$ 73,403.32	\$ 49,887.33	\$ 1.47
TOTAL	\$336,739.63	\$ 242,950.24	\$ 1.39

Tabla 216 Beneficio- costo paquete 1

B/C Paquete 2

Año	Ventas totales	Costos totales	B/C
Año 1	\$ 51,048.17	\$ 39,267.82	\$ 1.30
Año 2	\$ 53,345.33	\$ 39,449.56	\$ 1.35
Año 3	\$ 55,745.87	\$ 39,639.47	\$ 1.41
Año 4	\$ 58,254.44	\$ 39,837.93	\$ 1.46
Año 5	\$ 60,875.89	\$ 40,045.32	\$ 1.52
TOTAL	\$279,269.70	\$ 198,240.10	\$ 1.41

Tabla 217 Beneficio- costo paquete 2

### B/C Paquete 3

Año	Ventas totales	Costos totales	B/C
Año 1	\$ 39,860.66	\$ 30,662.05	\$ 1.30
Año 2	\$ 41,654.39	\$ 31,177.12	\$ 1.34
Año 3	\$ 43,528.84	\$ 31,715.37	\$ 1.37
Año 4	\$ 45,487.63	\$ 32,277.85	\$ 1.41
Año 5	\$ 47,534.58	\$ 32,865.63	\$ 1.45
TOTAL	\$218,066.09	\$ 158,698.01	\$ 1.37

Tabla 218 Beneficio- costo paquete 3

### B/C Paquete 4

Año	Ventas totales	Costos totales	B/C
Año 1	\$ 35,376.45	\$ 27,212.65	\$ 1.30
Año 2	\$ 36,968.39	\$ 27,620.55	\$ 1.34
Año 3	\$ 38,631.97	\$ 28,046.79	\$ 1.38
Año 4	\$ 40,370.41	\$ 28,492.22	\$ 1.42
Año 5	\$ 42,187.08	\$ 28,957.69	\$ 1.46
TOTAL	\$193,534.29	\$ 140,329.90	\$ 1.38

Tabla 219 Beneficio- costo paquete 4

### B/C TOTAL:

Año	Ventas totales	Costos totales	B/C
Año 1	\$ 187,838.47	\$ 144,491.13	\$ 1.30
Año 2	\$ 196,291.20	\$ 146,189.24	\$ 1.34
Año 3	\$ 205,124.30	\$ 147,963.77	\$ 1.39
Año 4	\$ 214,354.89	\$ 149,818.15	\$ 1.43
Año 5	\$ 224,000.86	\$ 151,755.98	\$ 1.48
TOTAL	\$ 1027,609.72	\$ 740,218.26	\$ 1.39

Tabla 220 Beneficio- costo Total

Como la relación costo-beneficio es mayor que 1, podemos afirmar que el proyecto será rentable en los próximos 5 años. A modo de interpretación de los resultados, podemos decir que por cada dólar que invertimos en la empresa, obtenemos \$0.39 en concepto de ganancia.

## 20. EVALUACION FINANCIERA

### 20.1. TRI

#### Tiempo de recuperación de la inversión (TRI).

El 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 se iguala o sobrepasa dicha inversión.

$$\text{TRI} = \text{Inversión Inicial} / \text{Utilidad Promedio}$$

TRI					
<u>Razón</u>	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	\$ 38,876.33	\$ 44,688.62	\$ 50,739.77	\$ 57,037.59	\$ 63,589.85
<b>Inversión Inicial</b>	\$190,044.41				
<b>Utilidad Promedio</b>	\$ 50,986.43				
<b>TRI</b>					<b>3.7</b>
					3 años 8 meses

Tabla 221 Tiempo de recuperación de la inversión

El valor obtenido de 3.7 años, lo que nos dice que la inversión inicial se recuperará en aproximadamente 3 años y 8 meses.

## **20.2. Razones financieras**

Para tomar decisiones racionales en relación con los objetivos del comité, el administrador financiero debe usar ciertas herramientas analíticas. El propósito del comité no es solo el control interno, sino también un mejor conocimiento de lo que los proveedores de capital buscan en la condición y el desempeño financieros.

El tipo de análisis varía de acuerdo con los intereses específicos de la parte involucrada; los acreedores del negocio están interesados principalmente en la liquidez de la empresa. Sus reclamaciones o derechos son de corto plazo, y la capacidad de una empresa para responder acertadamente, se juzga mejor por medio de un análisis completo de su liquidez.

Con el fin de negociar con más eficacia la obtención de fondos externos, la administración del comité debe interesarse en todos los aspectos del análisis financiero que los proveedores externos de capital utilizan para evaluarlos.

La administración también utiliza el análisis financiero con fines de control interno. Se ocupa en particular de la rentabilidad de la inversión en diversos activos de la compañía y en la eficiencia con que son administrados.

### **20.2.1. Razones de liquidez**

Las razones de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones.

### Razón circulante.

Una de las razones más generales y de uso más frecuente utilizadas es la razón circulante:

Mientras mayor sea el resultado, mayor será la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Sin embargo, esta razón debe ser considerada como una medida cruda de liquidez porque no considera la liquidez de los componentes individuales de los activos circulantes.

Se considera, en general, que una empresa que tenga activos circulantes integrados principalmente por efectivo y cuentas por cobrar circulantes tiene más liquidez que una empresa cuyos activos circulantes consisten básicamente de inventarios. En consecuencia, debemos ir a herramientas de análisis “más finas” si queremos hacer una evaluación crítica de la liquidez de la empresa.

RAZÓN CIRCULANTE					
Razón	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Activo Circulante	87,335.90	154,251.03	222,122.88	291,174.31	361,616.90
Pasivo Circulante	10,222.51	17,954.05	25,830.44	33,881.46	42,136.27
Razón Circulante	8.54	8.59	8.60	8.59	8.58

Tabla 222 Razón Circulante

Como ya se mencionó anteriormente, la razón circulante mide la capacidad de pagar deudas en el corto plazo, el resultado de la razón circulante de la empresa va incrementando en los primeros tres años y se mantiene en el cuarto y quinto año, lo que significa que en el primer año se puede cumplir 8.49 veces al pasivo circulante, en el segundo año se puede cumplir 8.57 veces al pasivo circulante y en el tercero, cuarto y quinto año, se puede cumplir 8.58 veces al pasivo circulante.

En vista de la evaluación positiva anterior, de cara a los próximos cinco años, es recomendable invertir.

## 20.2.2. Razones de actividad

Miden la velocidad con que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo. Con respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son generalmente inadecuadas, porque las diferencias en la composición de las cuentas corrientes de una empresa afectan de modo significativo su verdadera liquidez.

### **ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES.**

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Por lo general, cuanto mayor sea la rotación de activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de utilización de sus activos.

<b>ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES</b>					
<b>Razón</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Ventas Anuales	\$187,838.47	\$ 196,291.20	\$ 205,124.30	\$ 214,354.89	\$ 224,000.86
Activos Totales	\$ 216,692.07	\$ 282,730.92	\$ 349,733.83	\$ 417,920.12	\$ 487,498.11
Rotación de los Activos Totales	0.86	0.69	0.58	0.51	0.45

Tabla 223 Rotación de activos totales

Estos resultados indican que la empresa emplea parte de sus activos para generar sus productos y venderlos, con el paso de los años este valor va disminuyendo puesto que los activos se ven sometidos a depreciación.



### Margen de utilidad de operación

Este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si el proyecto está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento:

$$MUO = \frac{\text{Utilidad Antes de impuesto}}{\text{Venta Netas}} * 100\%$$

AÑO	Ventas Netas	Utilidad Antes de Impuesto	MUO
AÑO 1	\$ 187,838.47	\$43,347.34	23%
AÑO 2	\$ 196,291.20	\$52,770.68	27%
AÑO 3	\$ 205,124.30	\$62,844.91	31%
AÑO 4	\$ 214,354.89	\$73,628.81	34%
AÑO 5	\$ 224,000.86	\$85,187.65	38%

Tabla 224 Margen de utilidad de operación

Indica el nivel (alto o bajo) de los gastos.

El resultado quiere decir que por cada dólar generado por las ventas se tiene \$0.23, \$0.27, \$0.31, \$0.34 Y \$0.38 de dólar de ingresos de operación para cada año correspondiente. Es decir que por cada dólar vendido se ha obtenido como utilidad el “23%, 27%, 31%, 34%, 38%” correspondiente a cada año.

## Rendimiento sobre activos

Indica la eficiencia relativa con que una empresa utiliza sus activos totales para generar ventas

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

AÑO	Activos Totales	Utilidad Neta	ROA
AÑO 1	\$ 222,254.65	\$38,876.33	0.17
AÑO 2	\$ 289,169.78	\$44,688.62	0.15
AÑO 3	\$ 357,041.63	\$50,739.77	0.14
AÑO 4	\$ 426,093.06	\$57,037.59	0.13
AÑO 5	\$ 496,535.65	\$63,589.85	0.13

Tabla 225 Rendimiento sobre activos

Los resultados obtenidos muestran qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada Unidad Monetaria invertida.

El dato obtenido para el primer año muestra que el proyecto por un dólar de inversión en activos genera \$0.17 de utilidad neta anual, los siguientes años generan \$0.15, \$0.14, \$0.13 y \$0.13 respectivamente.

## Margen de utilidad neta

Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada Unidad Monetaria de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100\%$$

AÑO	VENTAS NETAS	UTILIDADES NETAS	MARGEN DE UTILIDAD NETA
AÑO 1	\$ 187,838.47	\$39,012.60	21%
AÑO 2	\$ 196,291.20	\$47,493.61	24%
AÑO 3	\$ 205,124.30	\$56,560.42	28%
AÑO 4	\$ 214,354.89	\$66,265.93	31%
AÑO 5	\$ 224,000.86	\$76,668.88	34%

Tabla 226 Margen de utilidad neta

Los resultados obtenidos en el muestran el porcentaje de utilidad anual que el proyecto obtuvo por cada Unidad Monetaria (\$) que vendió.

Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el período de análisis, está produciendo una adecuada retribución para los socios.

El resultado quiere decir que se tiene \$0.21, \$0.24, \$0.28, \$0.31, \$0.34 de cada dólar de ventas que constituyen las utilidades después de impuesto de los primeros 5 años de operaciones.

### 20.3. Análisis de sensibilidad

Los análisis de sensibilidad tienen por finalidad mostrar los efectos que se tendrían a haber una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto, y a la vez mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales variaciones de tales variables en el mercado.

Así pues, se analizan los siguientes escenarios, a fin de prever los niveles de riesgo que se enfrentaría ante tales situaciones.

- **Escenario optimista: Los ingresos por venta aumentan en un 15%**

Es un escenario optimista que simula el aumento del ingreso sobre las ventas mediante la atracción de turistas con campañas de turismo. Se utilizaran los índices VAN Y TIR para determinar si es rentable cada escenario a evaluar.

Este análisis se presenta a continuación:

Inversión inicial	FN1	FN2	FN3	FN4	FN5	VAN
\$(190,044.41)	\$ 44,707.78	\$ 51,391.91	\$58,350.73	\$ 65,593.23	\$ 73,128.33	\$60,698.58

Tabla 227 VAN escenario optimista

Al haber realizado el análisis se observa que el cálculo de la VAN es positivo la rentabilidad de la inversión está sobre la tasa de inversión actualizada o de rechazo, el proyecto se acepta (VAN >0).

Inversión inicial	FN1	FN2	FN3	FN4	FN5	TIR
\$(190,044.41)	\$ 44,707.78	\$ 51,391.91	\$58,350.73	\$ 65,593.23	\$ 73,128.33	15%

Tabla 228 TIR Escenario optimista

Al calcular la TIR nos da un resultado de 15% por lo que:  $TIR > TMAR$  (15% > 5.02%) lo que significa que habrá ganancia más haya de haber recuperado el dinero invertido por lo que el proyecto se acepta.

Por lo que al tomar un escenario optimista y ver incrementado el ingreso por venta será necesario de formación y Capacitación del personal para atender al cliente, y promocionar más el municipio y los paquetes para atraer más turistas al municipio.

- **Escenario pesimista: Los ingresos por venta disminuyen un 50%**

Es un escenario pesimista que simula disminución del ingreso sobre las ventas en caso de que la demanda no sea la esperada en el municipio

Este análisis se presenta a continuación:

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	VAN
\$(190,044.41)	\$ 19,438.17	\$22,344.31	\$ 25,369.88	\$ 28,518.80	\$31,794.92	\$(81,025.72)

Tabla 229 VAN escenario pesimista

Al haber realizado el análisis se observa que la Van nos da un resultado negativo por lo que en ese caso el proyecto no se acepta según los criterios de evaluación.

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	TIR
\$(190,044.41)	\$ 19,438.17	\$22,344.31	\$ 25,369.88	\$ 28,518.80	\$31,794.92	-11%

Tabla 230 TIR escenario pesimista

Así mismo la TIR nos da -11% lo que resulta que es menor que la tasa mínima de rendimiento (5.02%); por lo que el proyecto no resulta factible.

- **Escenario: punto en que la VAN resulta negativa**

En este escenario se simula con el fin de conocer cuál es el porcentaje mínimo con el cual el proyecto aun sería rentable:

**Los ingresos por venta disminuyen 13%**

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	VAN
\$(190,044.41)	\$ 33,822.41	\$38,879.10	\$ 44,143.60	\$ 49,622.70	\$55,323.17	\$(351.89)

Tabla 231 VAN

Al realizar el análisis con disminución de 13% se observa que la Van nos da un resultado negativo por lo según los criterios de evaluación para la VAN, en este caso el proyecto no se acepta

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	TIR
\$(190,044.41)	\$ 33,822.41	\$38,879.10	\$44,143.60	\$49,622.70	\$55,323.17	5%

Tabla 232 TIR

Así mismo la TIR nos da 5% lo que resulta que es menor que la tasa mínima de rendimiento; por lo que el proyecto no resulta factible. Por lo que se realizara otra prueba tal como se muestra a continuación:

### Los ingresos por venta disminuyen 12%

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	VAN
\$(190,044.41)	\$ 34,211.17	\$39,325.98	\$ 44,651.00	\$ 50,193.08	\$55,959.07	\$ 1,828.49

Tabla 233 VAN

Al haber realizado el análisis con disminución del 12% se observa que el cálculo de la VAN es positivo la rentabilidad de la inversión está sobre la tasa de inversión actualizada o de rechazo, el proyecto se acepta (VAN >0).

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5	TIR
\$(190,044.41)	\$ 34,211.17	\$39,325.98	\$44,651.00	\$50,193.08	\$55,959.07	5%

Tabla 234 TIR

Al calcular la TIR nos da un resultado de 15% por lo que: TIR > TMAR significa que habrá ganancia más haya de haber recuperado el dinero invertido por lo que el proyecto se acepta.

Por lo que se concluye que una disminución de 12% en los ingresos por venta, es el porcentaje mínimo con el cual el proyecto aun sería rentable.

## 21. EVALUACION ECONOMICA- SOCIAL DEL PROYECTO

La evaluación socio-económica se refiere a identificar los diversos aportes sociales que dicho proyecto pretende generar con su realización, es decir, cuales son los intereses sociales que se propone conseguir. La evaluación social puede ser tanto directa o indirectamente, es decir, generar beneficios para los interesados principales y de esta manera ir generando beneficios sociales con los relacionados; la evaluación social es una contribución a que el proyecto no este solamente dirigido a generar beneficios económicos a la cooperativa sino también generar un beneficio económico y social para el municipio de Tamanique y en

cierta media al país, de manera que pueda iniciarse y continuarse un desarrollo económico social, tendiendo como meta a la vez que dicho desarrollo sea sostenible.

De acuerdo a lo anterior se pretende mediante dicho proyecto la generación de beneficios tanto directos como indirectos. Dentro de los beneficios que se pueden identificar se encuentran:

- Potenciar recursos que existen: Luego reconocer la cantidad de recursos, áreas naturales y zonas para la realización de diferentes actividades se podrá dar a conocer a personas externas al lugar los diferentes atractivos, se podrá atraer a visitantes y de esta manera se generara ingresos a los habitantes del municipio de Tamanique.
- Oportunidades de desarrollo del municipio: Con nuevas actividades que se pueden realizar en el municipio se generara la oportunidad de educación, mejores accesos a la zona, ya que al ser un lugar muy visitado, será de interés por parte de la municipalidad que se mejore y de mantenimiento a las condiciones de acceso, así también con mayores oportunidades de superación habrá mejores niveles de conocimiento y el que las personas posean mayores conocimientos pueden crear nuevas oportunidades de desarrollo tanto en el ámbito turístico como en otras áreas como lo es la agricultura, la agroindustria, comercio etc.
- Difusión de valores locales y promover las tradiciones del municipio: En el recorrido por el pueblo de Tamanique el visitante podrá disfrutar de la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de la población local, además de que conocerán costumbres y tradiciones locales, las personas de la zona se arraigaran a su cultura y existirá mayor respeto por esta, dicho respeto que deberá comenzar localmente para poder ser respetado y difundido por los visitantes.



- Empleo del personal a contratar: existirán nuevos empleos directos, los cuales permitirán generar mayor calidad de vida para las familias de los empleados correspondientes.

Beneficios Indirectos: son todos aquellos beneficios que no se perciben directamente por las personas o por la sociedad.

- Empleo Indirecto: Se necesitara para el desarrollo de todas sus actividades la subcontratación de diverso personal, tanto para la construcción de obra civil, mantenimiento, entre otros por lo que se desarrollaran empleos indirectos que mejoraran la calidad de vida de dichas personas ya que El turismo es una actividad económica que reduce los niveles de pobreza. Tanto el sector formal e informal de las economías locales que se ven favorecidos cuando se insertan como oferentes de servicios turísticos.
- Contribución a la economía del país: 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 y hermosos paisajes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.
- Evolución del empleo en turismo: En los resultados en de la industria turística del país; el empleo generado arroja un incremento de 5.4% con respecto al año 2012 eso significa, que la rama de Comercio, Hoteles y Restaurantes, transporte entre otras; de la Encuesta de Conteos CORSATUR-ARALDI y datos vía aérea de MIGRACION; esta rama guarda una participación de notable importancia, un fuerte apoyo a las personas que se emplean en esta rama dicha participación es del 5.4% el cual con nuevos proyectos este podrá ir en aumento.

## **22. EVALUACION AMBIENTAL**

Actualmente, El Salvador se encuentra en la búsqueda de lugares que ofrezcan al turista una aventura en contacto con la naturaleza.

El municipio de Tamanique cuenta con una amplia gama de sitios turísticos que aún no han sido descubiertos en su totalidad, como iniciativa por parte del Ministerio de Economía en pro de la activación económica de la zona norte del municipio, se encuentra la construcción de productos turísticos aprovechando los recursos de la zona norte del municipio.

La construcción de productos turísticos en la zona norte del municipio de Tamanique, va orientada a brindarle al turista una experiencia única.

El presente Estudio de Impacto Ambiental, tiene como objetivo describir los componentes físicos, bióticos y humanos dentro del área de acción del proyecto, y como éstos pueden ser impactados por la ejecución de las diferentes fases del proyecto, siendo éstas: Preparación del sitio, construcción y funcionamiento.

Aunque los impactos negativos que el proyecto pueda generar sean significativos, éstos pueden ser controlados con técnicas conocidas, rápidas y económicas.

Por lo tanto, se ha elaborado el presente Estudio de Impacto Ambiental, con su respectiva Evaluación y con un Plan de Mitigación y de Monitoreo acorde a los impactos negativos identificados.

Es importante mencionar que del área total del terreno en donde estarán ubicados los productos turísticos, únicamente se construirá infraestructura básica en un 40% de ésta, el resto será manejado en una forma sostenible, ya que contribuye a la ecología de la región.

## **Topografía de la zona**

El tipo de suelo del que generalmente está constituido el municipio de Tamanique son: Latosol arcillo rojizo, andosoles y litosoles, alfisoles e inceptisoles, latosoles arcillo rojizos y litosoles.

Las tierras de Tamanique están clasificadas en Clases III, IV, V y VI.

El terreno en donde se construirá las cabañas y el espacio para el camping, consta de 7 manzanas. Su topografía corresponde básicamente a un terreno de finca cafetalera.

En términos generales, con respecto al área de construcción de las cabañas, el inmueble, se encuentra en la zona norte del municipio. De las 7 manzanas que serán adquiridas para la construcción, el 40% de la zona será destinado a la construcción, el 60% restante se dedicará a espacios abiertos en las que se combinen gramíneas y arboleda, ya que existe el riesgo de erosión porque las lluvias constantes. El porcentaje de arboleda deberá mantenerse en un 60% o más, de forma que se conserve el ambiente natural.

Se recomienda que en la zona reservada para el camping, se cultive plantas que eviten la erosión o los deslaves; así mismo, que en la zona en donde se construirán las cabañas, se rodee de árboles que le den el toque natural que se pretende conservar.

En pro de lo anterior, deberán establecerse prácticas de conservación de suelos, particularmente en las áreas próximas a los drenajes naturales.

Se recomienda la plantación de árboles frutales, pinos, cafetos, y otros de maderas fuertes.

**Viviendas y sus características:**

Las viviendas de la población, en su mayoría están construidas de adobe, con pisos de tierra y techos de lámina, en el casco urbano encontramos variedad de materiales de construcción como casas de sistema mixto, casas de Bahareque, de lámina. Pero la mayoría con un factor común con techo de tejas.

**Ubicación de Almacenes de Reservas y otros Objetivos Comerciales:**

En cada caserío o cantón se cuenta con reservas de alimentos de los pobladores mismos que almacenan sus cosechas, las escuelas cuentan con alimentos, luego en escasa cantidad los restaurantes de la zona costera.

**Infraestructura:**

El casco urbano de Tamanique cuenta con 1 alcaldía, 1 escuela nacional, 1 parroquia, 1 puestos policiales, 2 casas de salud, 1 puesto de la Cruz Roja Salvadoreña, 1 unidad de salud y 1 cementerio.

**Aspectos ambientales:****Fuentes de contaminación:**

Basureros ilegales distribuidos en todo el municipio, contaminación de los ríos con aguas servidas. En el casco urbano tiene el problema de contaminación con aguas servidas en la colonia la vega y el barrio el calvario. Así como en el área de playas que se contaminan con aguas servidas de fosas sépticas.

**Zonas de deterioro ambiental:**

La calle que lleva al casco urbano presenta en sus orillas riesgos de deslizamientos que bloquean en ocasiones o se destruye parcialmente la calle, en las veredas de los ríos se encuentran casas que dependiendo de la precipitación fluvial podrían derrumbarse, la deforestación en general de más del 70% del municipio que es utilizado para la agricultura; la caza indiscriminada de especies de la zona.

**Factores predisponentes o asociados a la magnificación de los daños ante futuros desastres:**

El tipo de infraestructura de las viviendas en las áreas de riesgo, que es en su inmensa mayoría de adobe o Bahareque; la densidad poblacional en estas áreas sobre todo el área de San Alfonso, la ubicación geográfica de los asentamientos como el antes mencionado que predispone el área a inundación y entre otros a desordenes sociales.

**Aspectos de saneamiento**

No.	Aspectos	Viviendas		Total	Cobertura	Población Beneficiada
		Urbanas	Rurales			
1	Sistemas de Abastecimientos de Agua.	1	2	3	50%	8000
2	Viviendas con conexión Domiciliar de Agua.	805	300	1105		
3	Viviendas sin conexión Domiciliar de Agua.				40%	7654
4	Pozos Activos.				No hay datos	
5	Viviendas Abastecidas con Agua de Pozo.				No hay datos	
6	Viviendas Abastecidas con otras fuentes de Agua.					
7	Viviendas con Letrina.					
8	Viviendas sin Letrina.					
9	Sistemas de Recolección de Basuras.					
10	Basureros Públicos	1				

No.	Aspectos	Viviendas		Total	Cobertura	Población Beneficiada
		Urbanas	Rurales			
11	Viviendas Cubiertas con Sistemas de Recolección de Basuras	805	70	155		
12	Viviendas con otros Sistemas de Disposición Final de Basuras					

Tabla 235 Aspectos de Saneamiento del municipio de Tamanique. Fuente: Plan de Emergencia Sanitario Local de la Unidad de Salud de Tamanique.

### Aspectos sanitarios

#### Capacidades Locales:

1 puesto de cruz roja salvadoreña.

1 Unidad de salud,

2 casas de salud que funcionan como sede de promotor y se utilizan para brigadas.

#### Ubicación de Centros de Reservas de medicamentos:

No se cuenta con otras reservas de medicamentos además de la unidad de salud.

#### Ubicación de Farmacias Privadas:

FARMACIA ALARCON, ubicada en la Calle principal del Casco Urbano.

#### Ubicación de otros Centros de Suministros Privados o Públicos, Civiles o Militares:

No se cuenta con ellos.

#### Ubicación de Laboratorios Privados y centros de Diagnósticos, Rayos X :

No se cuenta con Laboratorios privados.

**Antecedentes Epidémicos:**

- Epidemia 1993 cólera
- Dengue 2000

**Empresas Fumigadoras:**

No existen en el municipio.

**Otras Capacidades:**

En cada cantón hay comités de salud que apoyan a los promotores en sus actividades, además se encuentra una ONG trabajando llamada INTERVIDA Y PLAN Internacional.

**Situación de Riesgo:**Antecedentes de desastres en la comunidad:

- 30/10/1998 → Huracán Mitch
- 13/01/2001 → Terremoto
- 13/02/01 → Terremoto
- 19/05/05 → Huracán Adrián
- Octubre de 2005 → Tormenta STAND

**Evaluación de impacto ambiental.****Metodología.**

Se realizaron recorridos extensivos e intensivos del área donde se proyecta la construcción de los productos turísticos en la zona norte del municipio de Tamanique.

Se presenta entonces, una Matriz de las Interacciones Ambientales más Relevantes en cuyas filas se identifican los elementos estructurales del sistema que pudieran ser afectados o impactados y en las columnas aparecen las diferentes actividades que se llevaran a cabo durante la ejecución del proyecto.

El método utilizado para valorar cada impacto fue el de Criterios Relevantes Integrados (CRI), en este se establece el Valor de Índice Ambiental (VIA), se toman en cuenta los siguientes parámetros:

- Probabilidad, que puede ser alta (calificación: 3), moderada (calificación: 2) o baja (calificación: 1);
- Intensidad, alta (calificación: 3), moderada (calificación: 2) o leve (calificación: 1);
- Extensión, general (calificación: 3), local (calificación: 2) o puntual (calificación: );
- Reversibilidad, puede ser irreversible (calificación: 3), medianamente irreversible (calificación: 2) o reversible (calificación: 1);
- Duración, larga (calificación: 3), media (calificación: 2) o corta (calificación: 1).

Cada parámetro tiene asignado un peso (%) para el cálculo del VIA así:

- Probabilidad 20%,
- Intensidad 30%,
- Extensión 20%,
- Reversibilidad 20% y
- Duración 10%.

Individualmente, los valores resultantes del VIA de la combinación de la ponderación del CRI y de los impactos asociados, se tabula en la Matriz de las Interacciones Ambientales. Según los valores obtenidos, se jerarquizan los impactos en cada fase del Proyecto.

Se determinan los impactos negativos y se proponen las medidas que se consideren adecuadas para prevenir, mitigar, o compensar dichos impactos.

Posteriormente, se presentan las tres fases del Proyecto; Preparación del Sitio, Construcción y Funcionamiento con sus respectivas actividades principales relacionadas con los impactos negativos que estas pueden ocasionar.



Así en la Fase de Preparación del Sitio, se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- Limpieza y desmonte
- Instalación de campamento y cabañas
- Excavaciones y Rellenos
- Uso de Maquinaria y Equipo

En la Fase de Construcción se realizarán las siguientes actividades:

- Construcción de caminos
- Movimiento de tierra
- Manejo y Disposición de escombros
- Tala de árboles y arbustos
- Excavaciones y compactación
- Construcción de Infraestructura

En la Fase de Funcionamiento se han considerado las siguientes actividades:

- Mantenimiento
- Generación de Aguas Residuales
- Generación de Basura

Entre los componentes afectados por las actividades antes mencionadas tenemos:

### **Medio Físico**

#### Agua

- Red de Drenaje
- Escorrentía
- Aguas Negras
- Agua Potable
- Infiltración
- Fisiografía
- Permeabilidad
- Transporte y Sedimentación
- Contaminantes
- Compactación

#### Suelo

- Erosión

#### Aire

- Ruido

- Polvo
- Temperatura
- Olores

### **Medio Biológico**

#### Flora

- Árboles
- Arbustos

### **Medio Humano**

#### Socioeconómico

- Empleo
- Salud
- Calidad de vida
- Seguridad

- Hierbas
- Hábitat

#### Fauna

- Mamíferos
- Reptiles
- Aves
- Hábitat





## **Análisis del Impacto Ambiental**

Del cuadro anterior se obtienen los resultados de la ponderación al impacto ambiental que generarán cada una de las actividades que se llevarán a cabo en este proyecto.

Para fines de evaluación, se toma en cuenta los valores límite del resultado (VIA), y se crean calificaciones de impacto:

Categoría	Valores límites del VÍA Valor mínimo- Valor máximo	Calificación
1	0.00-3.24	Impacto Insignificante
2	3.25-6.59	Impacto Mínimo
3	6.60-9.84	Mediano Impacto
4	9.85-13.09	Impacto Considerable
5	13.10-16.20	Gran Impacto

Tabla 237 Valores Límite establecidos para el VIA y su interpretación.

A continuación se muestran las actividades que se llevarán a cabo en cada fase del proyecto con su respectiva puntuación de impacto causado:

### Fase de Preparación del Sitio:

- Limpieza y desmonte → 3.8 [Impacto Insignificante]
- Instalación de campamento y cabañas → 2.76 [Impacto Insignificante]
- Excavaciones y Rellenos → 5.2 [Impacto Mínimo]
- Uso de Maquinaria y Equipo → 5.04 [Impacto Mínimo]

### Fase de Construcción:

- Construcción de caminos → 12.16 [Impacto Considerable]
- Movimiento de tierra → 1.84 [Impacto Insignificante]
- Manejo y Disposición de escombros → 2.88 [Impacto Insignificante]
- Tala de árboles y arbustos → 8.8 [Mediano Impacto]
- Excavaciones y compactación → 3.96 [Impacto Mínimo]
- Construcción de Infraestructura → 4.96 [Impacto Mínimo]

### Fase de Funcionamiento:

- Mantenimiento → 1.64 [Impacto Insignificante]
- Generación de Aguas Residuales → 8.4 [Mediano Impacto]
- Generación de Basura → 8.32 [Mediano Impacto]

### **Alternativas de solución**

Los resultados obtenidos en la Evaluación de Impactos Ambientales (EIA), muestran principalmente impactos mínimos o insignificantes, cuestión que es positiva para el proyecto ya que especifica que no causará daños irreversibles en el medio ambiente.

Sin embargo, se muestran tres medianos impactos y un impacto considerable, para los cuales se presentan alternativas preventivas, mitigantes y/o de solución:

<b>FASE</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>EFFECTOS</b>	<b>SOLUCIÓN/ES</b>
Construcción	Construcción de caminos [Impacto Considerable]	- Deforestación - Daño a hábitats naturales - Daño a mantos acuíferos - Cambio de filtraciones de los suelos	Control de las pérdidas causadas por la construcción del camino.
Construcción	Tala de árboles y arbustos [Mediano Impacto]	- Pérdida de mantos acuíferos - Daño a hábitats naturales - Daño a filtraciones naturales del suelo	Reforestación masiva para recuperar parte de la diversidad natural.
Funcionamiento	Generación de Aguas Residuales [Mediano Impacto]	Contaminación en todos los aspectos.	- Control de aguas residuales. - Planta de tratamiento de aguas residuales.
Funcionamiento	Generación de Basura [Mediano Impacto]	Contaminación en todos los aspectos.	- Control de desechos producidos.

Tabla 238 Impacto, efecto soluciones

### Potencialización de impactos positivos:

- En las diferentes etapas del proyecto, se requerirá de Mano de obra que se someterá a capacitaciones para estar calificada al puesto que funge. Para este punto, se recomienda la contratación de personal que habita en la zona norte del municipio de Tamanique, departamento de La Libertad.
- Activar la economía del municipio a través del turismo, incentivará al involucramiento de todos los pobladores para generar un ambiente funcional.

### Plan de monitoreo:

Se recomienda monitorear cada cierto periodo (3 meses) las medidas propuestas para mitigar o evitar los impactos medianos y significativos, identificados en este estudio.

### RIESGOS

Riesgo	Acción mitigante
Desastres por terremotos	Evacuaciones. Realizar simulacros de evacuación.
Maremotos	Realizar simulacros de evacuación ante este tipo de desastres.
Deslaves	Realizar simulacros de evacuación ante este tipo de desastres.
Incendios	Instruir a la población sobre las reacciones ante este tipo de desastres.
Erupciones volcánicas	Realizar simulacros de evacuación ante este tipo de desastres.
Epidemias	Instruir a la población sobre las reacciones ante este tipo de desastres.
Explosiones	Realizar simulacros de evacuación ante este tipo de desastres.

Tabla 239 Acción mitigante

## **23. EVALUACION DE PERSPECTIVA DE GÉNERO**

La baja presencia del sector femenino a nivel nacional en labores de alto impacto, sitúa al género femenino en una situación de desigualdad, tras la cual se advierte la influencia de una cultura y estructura social articuladas en torno a las diferencias de género, que condicionan la actitud y autoestima de las mujeres salvadoreñas, y que les generan dificultades añadidas, entre las que sobresale la necesidad de conciliar la actividad empresarial y las responsabilidades domésticas y familiares.

Así pues, es necesario fomentar la generación de una cultura emprendedora que tenga en cuenta a las mujeres y a los hombres, de forma igualitaria, eliminando los roles predefinidos de género.

### **Aspectos clave en la evaluación del impacto de género**

- Presencia de mujeres y hombres en diferentes roles

En reuniones sostenidas con los miembros de la cooperativa ACOPATH, se visualizó que en su totalidad los miembros corresponden al género masculino, de profesión u oficio agricultor, ganadero y pequeños empresarios. Por otra parte, en las visitas a las ferias gastronómicas que se llevan a cabo una vez al mes en el casco urbano del municipio de Tamanique, se visualiza que las personas que cocinan son en su totalidad mujeres.

Por lo anterior, se visualiza que los roles están marcados haciendo sumamente visible las diferencias de género.



- Requerimiento de personal para el proyecto

ÁREA	PUESTO/CARGO	CANTIDAD	GÉNERO
Administrativa	Presidente	1	Requisito: (M/F) Hombre
	Vicepresidente	1	Requisito: (M/F) Mujer
	Tesorero	1	Requisito: (M/F) Mujer
	Vocal	1	Requisito: (M/F) Hombre
	Secretario	1	Requisito: (M/F) Mujer
Comercialización	Ejecutivo de ventas	1	Requisito: (M/F) Mujer
Servicios	Guías turísticos (fijos)	3	Requisito: (M/F) 2 Hombres 1 Mujer
	Guías turísticos (por temporadas)	4	Requisito: (M/F) 2 Hombres 2 Mujeres
	Recepcionista	1	Requisito: (M/F) Mujer
	Servicios Generales	2	Requisito: (M/F) 1 Hombre 1 Mujer
	Vigilante	1	Requisito: (M/F) 1 Hombre
	Motorista	1	Requisito: (M/F) 1 Hombre
	Encargado de Mantenimiento	1	Requisito: (M/F) 1 Hombre
<b>TOTAL</b>		19	10 Hombres 9 Mujeres

Tabla 240 Requerimiento de personal para el proyecto

- Datos estadísticos

De acuerdo al Cuaderno sobre Desarrollo Humano (2012) el mercado laboral de El Salvador se caracteriza por una participación creciente de las mujeres, de acuerdo con datos de la EHPM la Población Económicamente Activa, es definida como la parte de la PET que realiza alguna actividad económica u ofrece su fuerza de trabajo al mercado laboral, está constituida por 2, 724,754 personas; de éste total el 59.4% es representado por los hombres y el 40.6% por las mujeres.

El índice de Igualdad de Género para el país es de 0.441, que le coloca en la posición 82 de 148 países y la desigualdad de género se mide en tres dimensiones: salud reproductiva, empoderamiento y actividad económica.

A partir de estos y otros hallazgos, los principales desafíos en el área de economía, trabajo y empleo son:

- Promover la corresponsabilidad entre trabajo reproductivo entre hombres y mujeres, Estado y mercado, por medio de políticas que permitan equilibrar la carga de trabajo reproductivo-productivo.
- Fomentar la igualdad de género y la no discriminación en los espacios laborales a través de prácticas modernas de gestión y administración de recursos con equidad.
- Implementar una política de empleo con enfoque de género que permita la generación de empleo decente.
- Crear e impulsar acciones para la erradicación del acoso laboral y sexual en los espacios de trabajo, estableciendo mecanismos de denuncia para las mujeres que enfrenten esta situación.

Se concluye que un proyecto turístico en el municipio de Tamanique, departamento de La Libertad, es de beneficio para la población en todos los aspectos, incluyendo el de la perspectiva de género debido a los siguientes elementos:

- Generación de empleos no tradicionales para las mujeres.
- Articulación de políticas municipales con organizaciones.
- Aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el municipio, cuidando el medio ambiente.
- Mayores ingresos a nivel de familias en el municipio.
- Creación de población emprendedora.

## **24. ADMINISTRACION DEL 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.

En general se trata de administrar y buscar el camino correcto para la ejecución del proyecto.

### **Planificación de la ejecución o implantación**

Políticas de ejecución

- 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 realizara paulatinamente, dando primero un adelanto del 5% para que inicie la ejecución al firmar el contrato, posteriormente se desembolsara el 55% luego 30% y al final será cancelado el 10% restante.
- El constructor absorberá los costos de reparación y/o ajustes si las instalaciones no llegarán a realizarse acorde a los planos y programa establecido previamente.
- La garantía de cumplimiento de contrato que se requiere para la construcción es del 10% del monto total de la obra.
- 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 Tamanique.

- Al llegar a la etapa de cierre se deberá realizar una evaluación que especifique los logros alcanzados durante el desarrollo del proyecto, además de tomar en cuenta los inconvenientes y problemáticas generadas para posibles proyectos futuros

#### Estrategias de ejecución

- El proyecto se impulsara destacando los productos turísticos como un atractivo del municipio de Tamanique
- 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.
- Para la construcción de la infraestructura se evaluara diferentes alternativas de
- Empresas constructoras, teniendo en cuenta una serie de factores como la calidad del trabajo, los plazos de cumplimiento y formas de pago
- Se realizarán reuniones periódicas previamente programadas (1 reunión cada 2 semanas) en las cuales participe el encargado de la obra civil y el administrador de proyecto con el fin de monitorear el progreso de la actividad asignada.

## **Objetivos de la fase de implantación**

### Objetivo General

Construcción, equipamiento y puesta en marcha de proyecto turístico con un costo de \$ 190,044.41 y una duración de 153 días ( hábiles); para contribuir a la generación de ingresos y empleos a través del ofrecimiento de paquetes turísticos a los visitantes de la zona norte del Municipio de Tamanique.

### Objetivos Específicos

- Determinar los paquetes de trabajo que se tendrán para separar adecuadamente las actividades a realizar en la implementación del proyecto.
- Determinar todas las actividades relacionadas con la legalización, recursos humanos, promoción, obra civil y equipamiento necesarias para implantación del proyecto, con el fin de prepararlo para su funcionamiento diario.
- Establecer las políticas y estrategias 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.
- Seleccionar a empresa de construcción adecuado para la realización de las obras de construcción.
- Gestionar la compra de mobiliario y equipo para el equipamiento del proyecto Instalar el mobiliario y equipo del servicio turístico
- 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.

## Desglose analítico

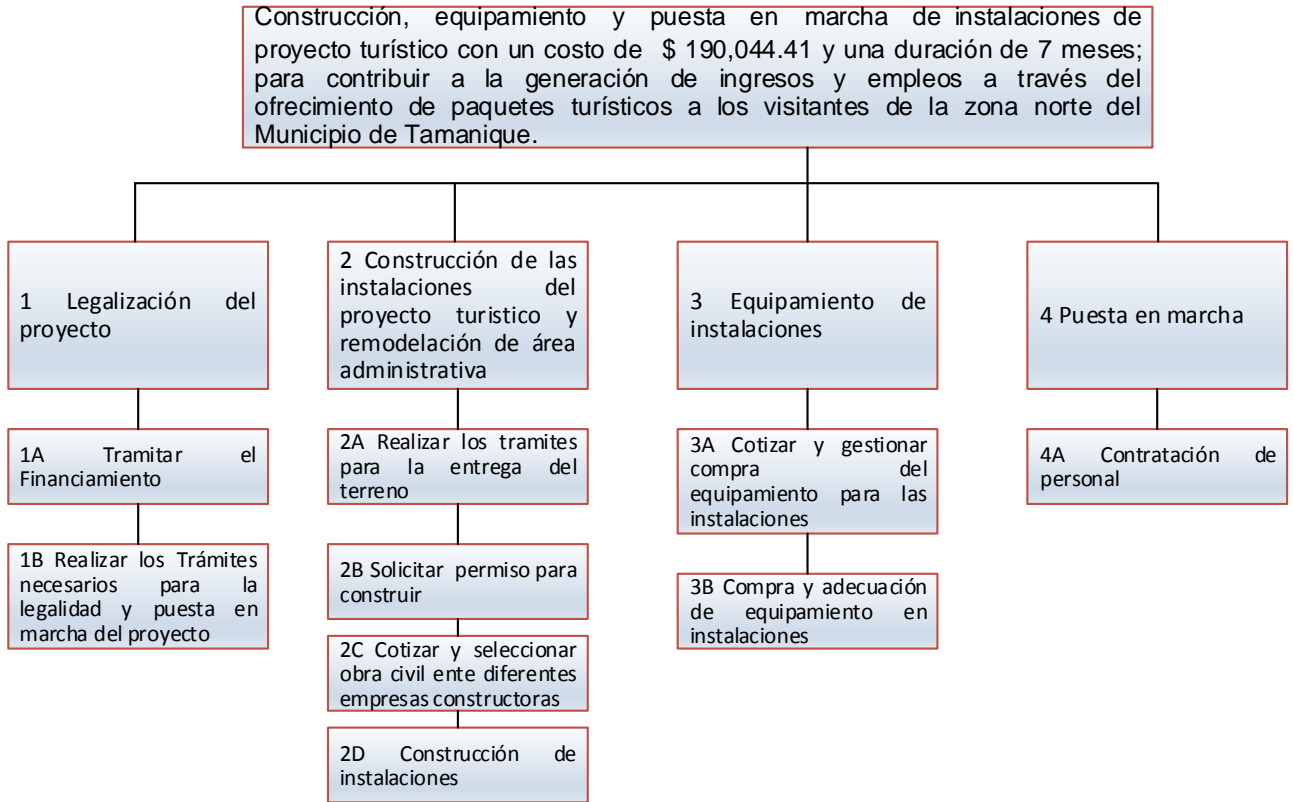


Ilustración 104 Desglose analítico

## **Descripción de subsistemas**

### **Legalizar el proyecto**

#### *Tramitar el Financiamiento*

Comprende las Actividades necesarias para buscar el financiamiento, reunir los requisitos con un ente y llevar a firmar el Préstamo bajo las condiciones de la entidad prestataria, en caso favorable seria la caja de créditos metropolitana

#### *Realizar los Trámites necesarios para la legalidad y puesta en marcha del proyecto*

Comprende las actividades para legalizar el proyecto. Los trámites se realizaran de forma conjunta en el caso que se requieran permisos distintos sobre todos aquellos de la alcaldía.

### **Construcción de las instalaciones del proyecto turístico y remodelación del área administrativa**

#### *Realizar los trámites para la entrega del terreno*

Las actividades necesarias para la entrega del terreno por parte del propietario de este y revisión que la escritura y todos los documentos se encuentren en orden

#### *Solicitar permiso para construir*

Solicitar a las entidades correspondientes el trámite para la construcción de las cabañas y acondicionamiento para área de camping

#### *Cotizar y seleccionar obra civil de entre diferentes constructoras*

Incluye lo relacionado a la obra civil a realizar en el terreno seleccionado, que deberá ser realizado por personas con experiencia en la construcción de obras civiles, lo cual se cotizara y se hará una selección.



### *Construcción de instalaciones*

Una vez se ha seleccionado la empresa constructora que se encargara de la obra civil, se procederá a contratarla y se procederá a la construcción de las instalaciones

### **Equipamiento de instalaciones**

#### *Cotizar y gestionar compra del equipamiento de las instalaciones*

Gestionar la compra del equipo necesario para el proyecto; el mobiliario para las cabañas, camping y demás productos turísticos. Además del equipo necesario para poder realizar las actividades de transporte, y los equipos de oficina.

#### *Compra y adecuación de equipamiento de instalaciones*

Una vez se ha realizado a cotización se procederá a la compra de todo lo referente al equipamiento de las instalaciones y posteriormente a la instalación en su respectiva ubicación.

### **Puesta en marcha**

#### *Contratación de Personal*

Realizar la contratación de personal necesario para el proyecto, la contratación se realizará por el administrador y se contratara personal de la comunidad, según los requerimientos del puesto de trabajo.

## Tabla de precedencia de actividades

A continuación se presenta la siguiente tabla que muestra la precedencia y duración de cada actividad:

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECEDENCIA	DURACION
<b>1 Legalización del proyecto</b>			
<b>1A</b>	<b>tramitar financiamiento</b>		
1A1	Coordinar visitas a entes financieros y Realizar visita.		15 días
1A2	Obtener documentación pertinente	1A1	20 días
1A3	Obtener financiamiento	1A2	10 días
<b>1B</b>	<b>Realizar los Trámites necesarios para la legalidad y puesta en marcha del proyecto</b>		
1B1	Legalización, inscripción y registro del proyecto en instituciones correspondientes	1A3	8 días
<b>2 Construcción de las instalaciones del proyecto turístico y remodelación de área administrativa</b>			
<b>2A</b>	<b>Realizar los trámites para la entrega del terreno</b>		
2A1	Tramites de entrega del terreno	1A3	8 días
<b>2B</b>	<b>Solicitar permiso para construir</b>		
2B1	Obtención de Solvencia Municipal, de Permisos de construcción Tasación de Impuestos en la Alcaldía de Tamanique	2A1	5 días
<b>2C</b>	<b>Cotizar y seleccionar obra civil ente diferentes empresas constructoras</b>		
2C1	Cotización y Recepción de ofertas	1B1,2B1	5 días
2C2	Evaluar y selección las propuestas	2C1	3 días
2C4	Contratar la empresa	2C2	1 día

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECEDENCIA	DURACION
<b>2D</b>	<b>Construcción de instalaciones</b>		
2D1	Realizar Obra civil	2C3	78 días
2D2	Recibir Obra Terminada y Confirmar cumplimiento de las especificaciones	2D1	3 días
2D3	Confirmar cumplimiento de las especificaciones	2D2	2 días
<b>3 Equipamiento de instalaciones</b>			
<b>3A</b>	<b>Cotización equipamiento de instalaciones</b>		
3A1	Contactar con los proveedores	2C3	1 día
3A2	Solicitar cotización	3A1	3 días
3A3	Evaluar cotización	3A2	2 días
3A4	Aprobar cotización	3A3	5 días
<b>3B</b>	<b>Compra de mobiliario y equipo</b>		
3B1	Contactar al proveedor para despachar el producto	2D3	1 día
3B2	Realizar orden de compra y Fijar fecha de recepción de la MP con el proveedor	3B1	1 día
3B3	Recibir e inspeccionar el mobiliario y equipo	3B2	1 día
<b>4 Puesta en marcha</b>			
<b>4A</b>	<b>Contratación de personal</b>		
4A1	Publicación de perfil y divulgar en los medios.	3A4	1 día
4A2	Recepción de currículum	4A1	5 días
4A3	Entrevistas y contratación	4A2	5 días
4A4	Capacitar personal	4A3	10 días

Tabla 241 Precedencia de actividades

### Diagrama CPM del proyecto:

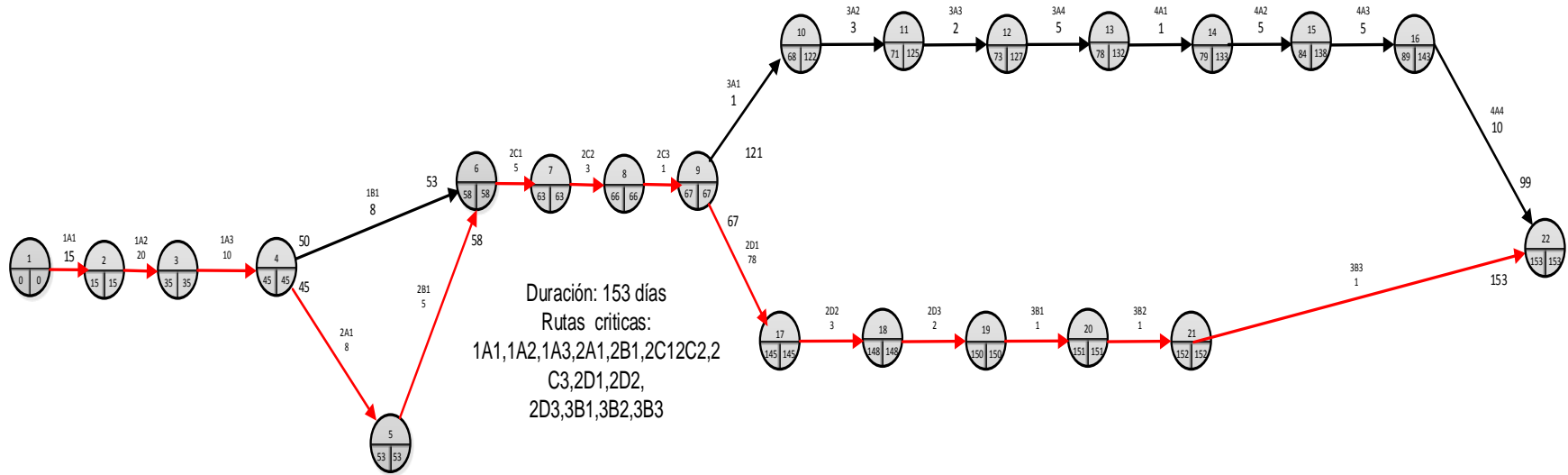


Ilustración 105 Diagrama CPM del proyecto

## Gantt de seguimiento

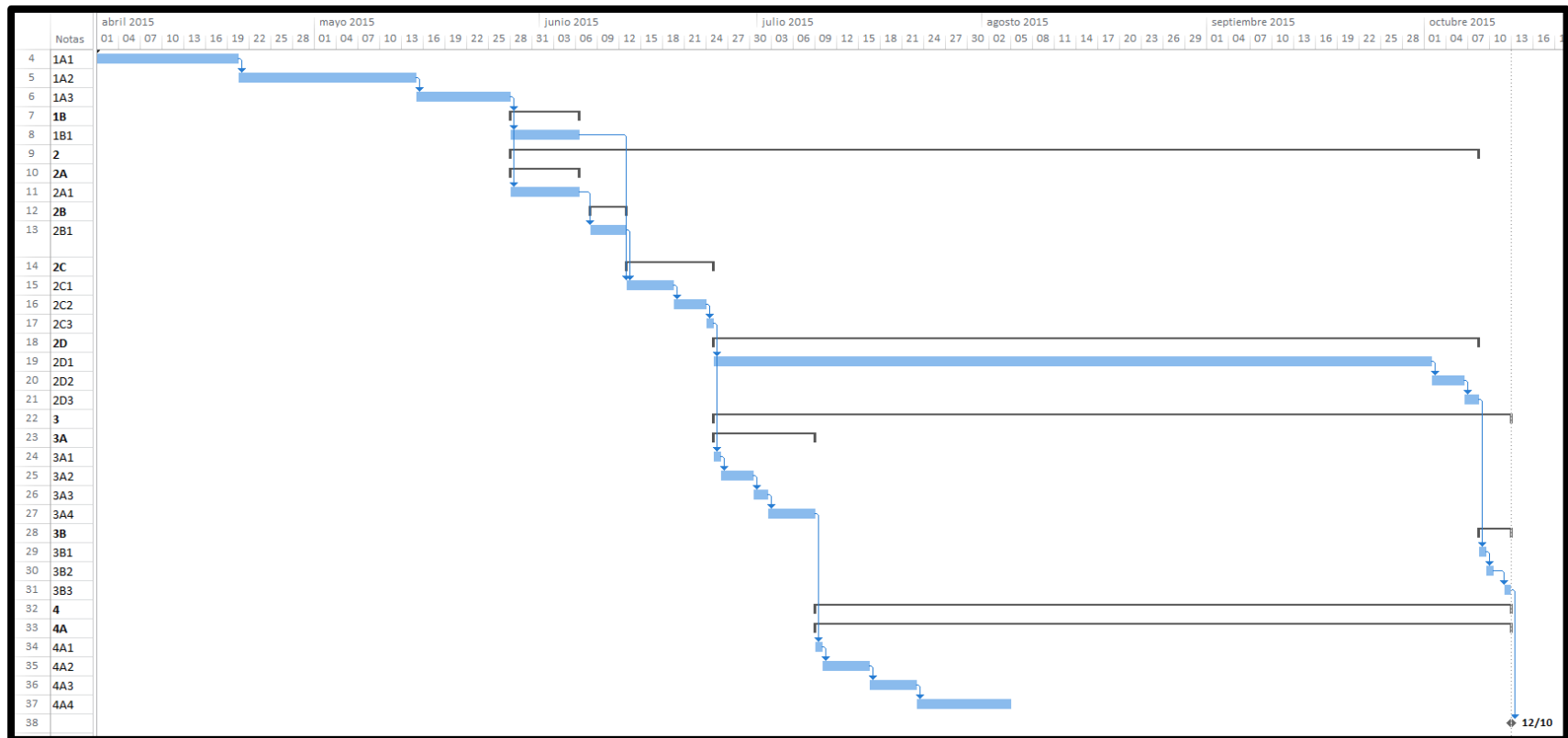


Ilustración 106 Gantt de seguimiento

## **PROGRAMACIÓN FINANCIERA**

Es importante destacar que para elaborar un Diagrama de Gantt de un avance financiero, se deben valorar los escenarios más tempranos y más tardíos. Sin embargo, en esta ocasión se presenta la programación financiera de los tiempos programados, desde un punto de vista optimista.

En cuanto a los desembolsos de la inversión inicial destinada al proyecto, estos se efectuarán de la siguiente forma:

- Cuando la obra comience, se dará el 5% del monto total destinado para el proyecto, esto equivale a \$9,213.47; con el fin de dar por finalizada la etapa de legalización del proyecto y la gestión del financiamiento.
- Para la etapa de Construcción de las instalaciones del proyecto turístico y remodelación de área administrativa, se ha destinado el 55% del monto total de la inversión inicial, esto equivale a \$101,348.18; en donde se pretende concluir con los trámites para la entrega del terreno, solicitud de permiso para construir, cotización y selección de obra civil y construcción de instalaciones.
- Por otra parte, el equipamiento de las instalaciones requerirá del 30% de la inversión inicial destinada para el proyecto, esto equivale a \$55,280.82; dicho dinero será utilizado para cotización y compra de mobiliario y equipo.
- Finalmente, el 10% del monto de la inversión inicial destinada al proyecto, está destinado a la puesta en marcha del mismo; esto equivale a \$18,426.94 y estará destinado a las gestiones pertinentes a la contratación del personal que laborará para los fines del proyecto descrito en esta tesis.

A continuación se presenta el diagrama de Gantt con las asignaciones financieras. Por un lado, en las filas se muestran las actividades y por el otro lado, las columnas representan el tiempo en semanas; cada casilla contiene el dinero, en dólares americanos, requerido para invertir por cada semana y por cada actividad.

## Programación financiera

ACT	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1A1	206.64	206.64													
1A2			266.73	266.73	266.73										
1A3						2000									
1B1							6000								
2A1								35000							
2B1									3000						
2C1										508.18					
2C2										540					
2C3											3600				
2D1											5209.09	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09
2D2															
2D3															
3A1															
3A2															
3A3															
3A4															
3B1															
3B2															
3B3															
4A1															
4A2															
4A3															
4A4															
\$	206.64	206.64	266.73	266.73	266.73	2000	6000	35000	3000	1048.18	8809.09	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09
ACUM \$	206.64	413.28	680.01	946.74	1213.47	3213	9213	44213	47213	48261.65	57070.74	62279.83	67488.92	72698.01	77907.1

Ilustración 107 Programación financiera

ACT	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1A1													
1A2													
1A3													
1B1													
2A1													
2B1													
2C1													
2C2													
2C3													
2D1	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09							
2D2							700						
2D3							700						
3A1							1000						
3A2								700					
3A3								700					
3A4									900				
3B1									700				
3B2									48450.21				
3B3									2830.61				
4A1									2500				
4A2										126.94			
4A3											800		
4A4												7500	7500
\$	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09	5209.09	2400	1400	55380.82	126.94	800	7500	7500
ACUM \$	83116.19	88325.28	93534.37	98743.46	103952.55	109161.64	1E+05	1E+05	168342.46	168469.4	2E+05	2E+05	\$ 190,044.41

Ilustración 108 Programación financiera



## **Sistema de Información y Control.**

El Sistema de Información y Control para la Implementación del proyecto tendrá como único objetivo realizar un monitoreo del desarrollo de las actividades dentro de cada uno de los paquetes de trabajo establecidos para el proyecto, así como también generar la información necesaria para realizar ajustes dentro del proyecto; para llevarlo a un adecuado y correcto desarrollo durante su ciclo de vida.

### **a. Elementos a Evaluar dentro del Sistema de Información.**

Los aspectos a evaluar en el control de proyectos son los siguientes:

- Avance Físico del Proyecto – Tiempo.
- Costos
- Calidad

#### **AVANCE FÍSICO DEL PROYECTO – TIEMPO.**

Es importante conocer en qué medida los avances reales de los diferentes subsistemas corresponden a los avances programados cada uno de ellos en un tiempo determinado.

#### **COSTOS.**

Cada responsable tendrá los mecanismos de control que le permitirán medir, comparar y tomar decisiones correctivas oportunas relativas a los gastos o erogaciones causados en cada uno de los subsistemas bajo su responsabilidad.

Cada responsable deberá responder únicamente por aquellos aspectos del presupuesto a él asignado sobre los cuales dicho responsable tiene control directo.

## CALIDAD

Cada responsable deberá velar porque a medida que se avance en los diferentes subsistemas bajo su área de responsabilidad, la calidad de los avances, corresponda a los diseños previamente establecidos. Por lo tanto al encontrar desviaciones respecto al patrón de calidad, se deben tomar medidas correctivas oportunas que tiendan a mantener la calidad real producida dentro de los límites aceptados de calidad.

### b. Indicadores a Utilizar para la Evaluación de los Aspectos del Proyecto.

<b>INDICES A UTILIZAR PARA EVALUAR EL PROYECTO.</b>
<b>NOMBRE DEL ÍNDICE:</b> Porcentaje de ejecución de tiempo.
<b>DESCRIPCIÓN:</b> Permite observar las variaciones de la programación de tiempo de ejecución a nivel general de los subsistemas para poder tomar decisiones respecto a correcciones en los subsistemas.
<b>FUENTE DE INFORMACIÓN:</b> Programación del Proyecto
<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>FORMULA:</b> $\% \text{ de ejecución (tiempo)} = \frac{\text{Tiempo real}}{\text{Tiempo programado}}$
<b>DESCRIPCIÓN DE CADA ELEMENTO:</b> Tiempo Real (TR): es el tiempo obtenido al irse ejecutando el proyecto. Tiempo Programado (TP): es que se establece en la programación, antes de ejecutar el proyecto.

Tabla 242 Descripción del Índice de Porcentaje de Ejecución del Proyecto.

<b>INDICES A UTILIZAR PARA EVALUAR EL PROYECTO.</b>
<b>NOMBRE DEL ÍNDICE:</b> Porcentaje de Avance
<b>DESCRIPCIÓN:</b> Permite observar el avance de las actividades al tiempo de control, así como el porcentaje de avance de todo el proyecto, ya que es un índice que se realizará para avance individual y acumulado
<b>FUENTE DE INFORMACIÓN:</b> Programación del Proyecto
<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>FORMULA:</b> <p style="margin-left: 40px;">% De avance:      <math>1 - \frac{AR \text{ (avance Real)}}{AP \text{ (avance programado)}}</math></p>
<b>DESCRIPCIÓN DE CADA ELEMENTO:</b> <p><b>Avance Real (AR):</b> es un variable que muestra en porcentaje cuanto se ha avanzado durante la ejecución del proyecto.</p> <p><b>Avance Programado (AP):</b> Es una variable que se estableció en la planeación y programación del proyecto, la cual muestra en qué proporción debe encontrarse el proyecto con relación al tiempo.</p>

Tabla 243 Descripción del Índice de Porcentaje de Avance.

**INDICES A UTILIZAR PARA EVALUAR EL PROYECTO.**

**NOMBRE DEL ÍNDICE:**

**Porcentaje de Ejecución del presupuesto**

**DESCRIPCIÓN:** Sirve para observar las variaciones que se están dando en las diferentes actividades y en el sistema general para poder tomar decisiones sobre éstos.

**FUENTE DE INFORMACIÓN:**

**Programación Financiera del Proyecto**

**DESCRIPCIÓN**

**FORMULA:**

$$\% \text{ de Ejecución del presupuesto: } \frac{\text{GR (Gasto real)}}{\text{PP (presupuesto planeado)}}$$

**DESCRIPCIÓN DE CADA ELEMENTO:**

**Gasto Real (GR):** Son los gastos reportados al irse ejecutando el proyecto.

**Presupuesto Programado (TP):** Es el presupuesto que se establece en la programación financiera del proyecto.

Tabla 244 Descripción del Índice de Porcentaje de Ejecución del Presupuesto

**c. Formatos a Utilizar para el Sistema de Información.**

Como es de notar, el Sistema de Información ya mencionado requerirá medios o instrumentos que permitan, de manera uniforme y sencilla trasladar la información hacia el encargado del proyecto para establecer y ejecutar las acciones requeridas que sean requeridas. Por ende, para nuestro caso se han de utilizar formatos, los cuales se muestran a continuación:

<b>EJECUCION PRESUPUESTAL POR ACTIVIDAD</b>	
<b>Fecha:</b>	
<b>Responsable:</b>	
<b>Número de Actividad:</b>	<b>Índice Requerido: Porcentaje de Ejecución del Presupuesto</b>
<b>Descripción de la Actividad:</b>	
<b>Gasto Real (GR):</b> \$	<b>Resultado:</b>
<b>Presupuesto Planeado (DR):</b> \$	
<b>Observaciones:</b>	

Tabla 245 Formato para el control de la Ejecución Presupuestal.

CONTROL DE EJECUCION DE TIEMPO POR ACTIVIDAD		
<b>Fecha de Control:</b>		
<b>Responsable:</b>		
<b>Código de la Actividad:</b>	<b>Índice: Porcentaje de Ejecución de Tiempo.</b>	
<b>Descripción de la Actividad:</b>		
<b>Tiempo Real:</b>	%	<b>Evaluación:</b>
<b>Tiempo Programado:</b>	%	
<b>Observaciones:</b>		

Tabla 246 Formato para el control de la Ejecución de Actividades.

Además deberá tomarse en cuenta, para cada uno de los índices propuestos:

Si la actuación ha sido del 90% - 100% será buena

Si la actuación ha sido del 70% - 90% será normal

Si la actuación ha sido del 55% - 70% será deficiente

Si la actuación ha sido menor al 55% se requieren medidas inmediatas para controlar el índice.

#### d. Puntos de Control del Proyecto.

En el Sistema de Información y control se establecerán puntos de Control que ameritan mayor atención por ser decisivos para cada uno de los paquetes de trabajo ya descritos. Estos se pueden ver a continuación:

PAQUETE DE TRABAJO	OBJETIVO	PUNTOS DE CONTROL	CARACTERÍSTICA A CONTROLAR
Legalización del proyecto	Realizar los trámites para la obtención de licencia y todas las actividades necesarias para la legalización del proyecto, en el momento preciso y a un mínimo costo.  Gestionar y obtener financiamiento de forma oportuna para la construcción, equipamiento y puesta en marcha del proyecto	Tramitación de licencia para la empresa.  Gestión del financiamiento	Tiempo: Darle seguimiento al trámite de legalización para el cumplimiento de la programación según tiempo estipulado.  Tiempo y Costos Controlar que el préstamo se realice en el menor tiempo posible. Y con la menor tasa de Interés
Construcción de las instalaciones	Lograr la reconstrucción de las instalaciones al costo necesario y la	Construcción de las Instalaciones	Tiempo: Lograr tiempo mínimo en el levantamiento de la

PAQUETE DE TRABAJO	OBJETIVO	PUNTOS DE CONTROL	DE CARACTERÍSTICA A CONTROLAR
del proyecto y remodelación del área administrativa	calidad requerida.	físicas.	edificación para reducir los costos involucrados en la implantación
Equipamiento de instalaciones	Lograr el equipamiento e instalación de mobiliario y equipo de oficina.	Instalación de mobiliario y equipo	Lograr tiempo mínimo en la instalación del mobiliario y el equipo para reducir los costos involucrados
Puesta en Marcha.	Dar información oportuna para realizar los ajustes necesarios antes de dar marcha al proyecto.	Contratación de Personal.	Adecuar características del personal a los puestos de trabajo Tiempo: Se realice de acuerdo al tiempo estipulado. Calidad: Controlar los puntos posibles en donde se encuentren deficiencias. Costo: El costo se incrementa, al aumentar el tiempo, debido al empleo de mano de obra, equipo etc.

Tabla 247 Puntos de Control del Proyecto por paquete de trabajo.



## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para una ejecución exitosa de un proyecto se debe preparar cuidadosamente su inicio, realizar un buen arranque de acciones, considerar las experiencias que se vayan desarrollando para realizar los ajustes al proceso, sistematizar y dar a conocer lo logrado. Todas estas acciones se resumen en lo que se llama, la organización para la ejecución del proyecto. Si bien, la responsabilidad principal recae precisamente en la Coordinación del Proyecto, todos los actores involucrados y relacionados con el proyecto, tienen responsabilidades y roles que desempeñar. En la organización para la ejecución se definen estos roles, se les da seguimiento y se ajustan al paso de la experiencia.

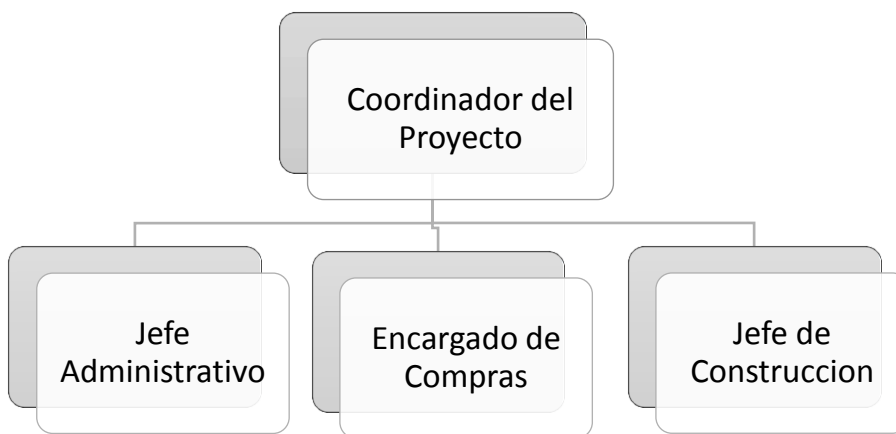


Ilustración 109 Estructura organizativa

En el diagrama anterior vemos con claridad, el directivo y el operativo. Al nivel directivo le corresponde la toma de decisiones pues sobre él recae la máxima autoridad durante la duración del proyecto.

A las personas de nivel operativo les corresponde tanto la ejecución del proyecto como la administración de este.

## **Descripción de funciones**

Con el fin de lograr los objetivos propuestos para la construcción, instalación y puesta en marcha del proyecto, se debe establecer una estructura organizativa en la cual existan encargados de ejecutar y desarrollar cada una de las actividades de los subsistemas que componen el desglose analítico.

### **Gerente del proyecto**

Constituye la máxima autoridad del proyecto, se encuentra en el nivel directivo. Tiene la obligación de planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos, y verificar que se cumplan los objetivos establecidos para estos. Asume la responsabilidad de dirigir y evaluar a los jefes del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a las políticas, estrategias y objetivos definidos para cada uno de los subsistemas.

### **Jefe administrativo**

Su responsabilidad radica en llevar a cabo todas las funciones del proceso administrativo: planificación, supervisión, coordinación, control de las actividades que están relacionadas con la administración de recursos humanos, financieros, y legales; es decir aquellas actividades administrativas. Además de lograr una óptima combinación de todos los recursos, de manera que sean aprovechados en su totalidad y se cumpla con el objetivo general del proyecto.

### **Jefe de construcción**

Tiene como función principal coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos de la construcción, logrando optimizar los recursos que intervienen en estas, y sobre todo que se cumplan los objetivos concernientes que dirigen al logro del objetivo del proyecto. Es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, así como también la instalación del mobiliario y equipo.

## **Encargado de compras**

Tiene como función principal registrar las Cotizaciones así como facturas y recibos por materiales y suministros. Además deberá llevar el registro de facturas, recibos y documentos que den respaldo de las compras realizadas para la contabilidad de estos.

El encargado de compras debe estar presente al momento de la entrega de mobiliario y equipos y adema deberá asegurarse la calidad de estos y tomar en cuenta aspectos como garantías.

## 25. CONCLUSIONES

- El establecimiento de productos turísticos por medio de paquetes ofrecidos en el municipio de Tamanique es una oportunidad para que este sea reconocido por los visitantes y de esta manera se pueda contribuir al desarrollo de la zona norte a través del aprovechamiento y conservación de los recursos con los que se cuenta, con el fin de que este se convierta en un medio sostenible y permita la participación de todos y todas procurando la equidad de género y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.
- Con el establecimiento del comité turístico se genera la oportunidad de integrar a la cooperativa, con la comunidad y la alcaldía para que estas puedan generar mejores oportunidades de desarrollo del Municipio de Tamanique y comprometer a los participantes a trabajar en conjunto bajo un mismo fin que es el desarrollo mismo de la comunidad, generando mayores oportunidades de participación ciudadana a través de una cultura de participación comunitaria.
- Con el diseño de productos turísticos y establecimiento de paquetes se podrá ofrecer esparcimiento y recreación a la familia salvadoreña, mediante la utilización de los recursos naturales y culturales con que cuenta el Municipio de Tamanique en el departamento de La Libertad.
- La implementación de este proyecto generara a futuro la oportunidad de educación, mejores accesos a la zona, ya que al ser un lugar muy visitado, será de interés por parte de la municipalidad que se mejore y de mantenimiento a las condiciones de acceso, así como también se pueden crear nuevas oportunidades de desarrollo tanto en el ámbito turístico como en otras áreas.

- Con el diseño de un Plan de Promoción y publicidad dentro del municipio se proporcionan elementos necesarios para impulsar el desarrollo turístico dentro del municipio y que este sea conocido por los visitantes.
- De acuerdo a la evaluación económica realizada, el proyecto resulta factible en las condiciones actuales de mercado.
- En la evaluación económica se puede apreciar que el resultado de la VAN es positivo por lo que se lo que significa que habrá ganancia más haya de haber recuperado el dinero invertido por lo que el proyecto se acepta.
- Al comparar los resultados de la TIR y TMAR la calculados se concluye que el proyecto es aceptable ya que la TIR es mayor que la TMAR con un resultado de 10% y 5.02% respectivamente.
- Al calcular la relación beneficio/ costo arroja un resultado mayor que 1, por lo que se puede afirmar que la empresa será rentable en los próximos 5 años.

## 26. RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en cuenta que los productos turísticos deben estar en armonía con el medio ambiente que permitan a la población beneficiarse económica, social y culturalmente de los productos turísticos creados, pero sin sacrificar el patrimonio de las futuras generaciones.
- Proponer al Ministerio de Turismo de El Salvador que los productos turísticos que ofrece el municipio de Tamanique puedan ser incluidos dentro de las Rutas turísticas ya establecidas por CORSATOUR, la zona norte es una vía de importante desarrollo turístico del municipio de Tamanique.
- La alcaldía municipal debe estar pendiente de darle mantenimiento y mejorar las vías de acceso a la zona norte del municipio, con el fin de facilitar el acceso de los visitantes a este sitio.
- A la cooperativa, asociaciones y empresa privada del municipio contribuir con información sobre sus procesos internos y proyectos realizados en la zona.

## 27. BIBLIOGRAFIA

### Información:

- Censos poblacionales 2007
- Encuesta de hogares de propósitos múltiples.
- William J. Stanton “Fundamentos de Mercadotecnia” México D.F. Editorial Mc. Graw Hill 2004.
- Formulación de proyectos, método para la evaluación de opciones de localización de un proyecto. Daniel Enrique Zambrano arroyo.

### Páginas web consultadas:

#### Plan de turismo:

- <http://www.opinandoenelsalvador.com/wp-content/uploads/2009/06/plannacionalturismoelsalvador20201.pdf>
- [http://www.uca.edu.sv/deptos/economia/media/archivo/be567c\\_planquinquenaldesarrolloelsalvador20102014.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/economia/media/archivo/be567c_planquinquenaldesarrolloelsalvador20102014.pdf)

#### Ley

- [www.transparenciafiscal.gob.sv/portal/.../Ley%20de%20turismo](http://www.transparenciafiscal.gob.sv/portal/.../Ley%20de%20turismo)
- <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.4791-C353d/338.4791-C353d-Capitulo%20I.pdf>
- <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- [http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota\\_completa.asp?idCat=6374&idArt=1925259](http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=6374&idArt=1925259)

Entrevistas:

- Pablo Tlentino, encargado de Unidad de catastro de alcaldía municipal de Tamanique.
- Cesar Serrano, encargado de Unidad de promoción social de alcaldía municipal de Tamanique.
- Delmy Marroquín Henríquez, regidora suplente alcaldía municipal de Tamanique.



## 28. ANEXOS

<u>Anexo</u>	<u>Página donde se hace referencia</u>
ANEXO 1.....	Pag.22
ANEXO 2.....	Pag.22, 39
ANEXO 3.....	Pag.144
ANEXO 4.....	Pag.341
ANEXO 5.....	Pag.340

## ANEXO 1

### **Contraparte**

El presente trabajo se está realizando para la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria, Hortofruticultores Turísticos de Responsabilidad Limitada, que se abrevia ACOPAHT de R.L quienes están en la actualidad organizándose porque “ven las bondades del lugar y las oportunidades para salir adelante” afirman sus miembros.

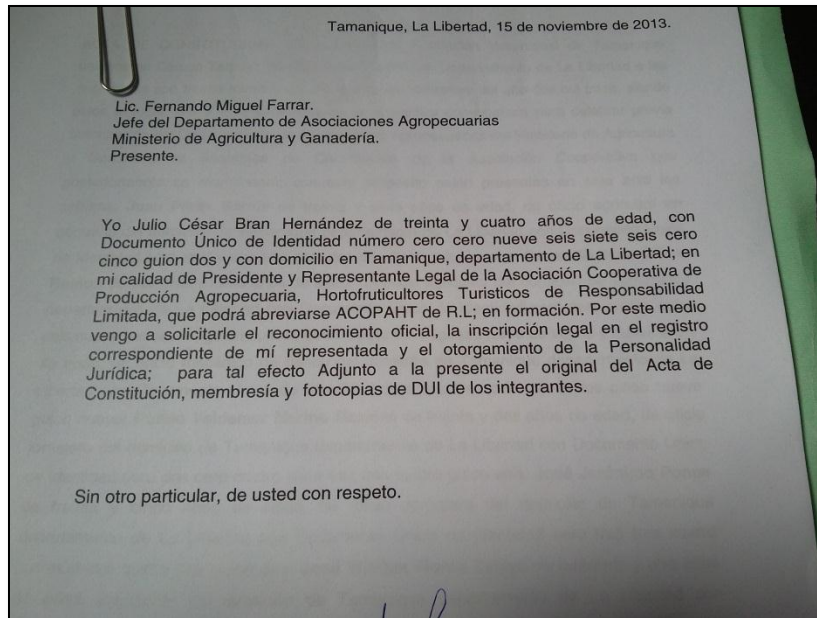
Ellos desean aprovechar más las bondades del municipio, prestar servicios turísticos revitalizando las tradiciones locales y acentuando el intercambio cultural. De manera a ser tomados en cuenta dentro de las rutas del ministerio de turismo.

Esta cooperativa por el momento está formada por 21 miembros y a la fecha, se encuentran finalizando el proceso de legalización. Entre los miembros de la cooperativa se encuentran empresarios locales que ya tienen experiencia en el rubro, habitantes de la comunidad que ya están activamente participando en actividades afines al turismo. (Guías turísticos, dueños de pequeños negocios en la zona).

Es importante recalcar que es la gerencia de fomento productivo territorial del Ministerio de Economía, quienes apoyan y trabajan para el plan quinquenal 2010-2014 y más específicamente para el proyecto Cumbres del mar del cual forma parte nuestro proyecto.

## ANEXO 2

### Fotografías



Fotografía.1 Primera página de documento que solicita el otorgamiento de personalidad jurídica

ASOCIACION COOPERATIVA DE PRODUCTORES RURALES "LA LIBERTAD, LA CUAL SE ADMINISTRARÁ COMO UN MUNICIPIO"  
MUNICIPIO DE TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.  
DIRECCIÓN EXACTA: FECHA DE CONSTITUCIÓN: 15 DE NOVIEMBRE DE 2013.

N°	NOMBRE Y APELLIDO	NACIMIENTO		EDAD	SEXO	OCUPACION	DOMICILIO MUNICIPIO DEPARTAMENTO	DUI	FIRMA
		LUGAR	FECHA						
1	Juan Pérez García	Tamanique, La Libertad	08/03/1976	37	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	0030227-9	<i>[Firma]</i>
2	Oscar Wuimer Alfaro Ramos	Tamanique, La Libertad	01/04/1966	47	M	Agricultor	Tamanique, La Libertad	0286991-4	<i>[Firma]</i>
3	Julio Cesar Rodríguez Flores	San Salvador, San Salvador	29/03/1984	29	M	Mecánico de Banco	Tamanique, La Libertad	02387259-9	<i>[Firma]</i>
4	Rutilio Valdemar Mérvino Morales	Tamanique, La Libertad	08/08/1981	33	M	Jornalero	Tamanique, La Libertad	05047334-6	<i>[Firma]</i>
5	José Jerónimo Ponce	Tamanique, La Libertad	04/07/1970	35	M	Jornalero	Tamanique, La Libertad	03349443-2	<i>[Firma]</i>
6	José William Flores Zelaya	Tamanique, La Libertad	02/07/1972	41	M	Estudiante	Tamanique, La Libertad	01485773-6	<i>[Firma]</i>
7	Manuel Francisco Henríquez	Comasagua, La Libertad	20/02/1947	66	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	00385385-0	<i>[Firma]</i>
8	Luis Amílcar García Escobar	Tamanique, La Libertad	07/12/1989	23	M	Jornalero	Tamanique, La Libertad	04194467-9	<i>[Firma]</i>
9	Arcelio Martínez Valladares	San Sebastián, San Vicente	16/02/1965	48	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	00364393-8	<i>[Firma]</i>
10	Manuel Antonio Muñoz Urquía	Santa Tecla, La Libertad	17/10/1952	61	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	02157401-4	<i>[Firma]</i>
11	José Agustín de Paz Alas	Tamanique, La Libertad	11/09/1957	56	M	Agricultor en Pequeño	Tamanique, La Libertad	01984597-0	<i>[Firma]</i>

Fotografía. 2 Algunas firmas de integrantes de la cooperativa

No.	NOMBRE Y APELLIDO	NACIMIENTO		EDAD	SEXO	OCUPACION	DOMICILIO MUNICIPIO DEPARTAMENTO	DUI	FIRMA
		LUGAR	FECHA						
12	Francisco Ramírez Flores	Tamanique, La Libertad	16/04/1968	45	M	Agricultor	Tamanique, La Libertad	01255768-1	<i>[Firma]</i>
13	José Tomas Murcia González	Tamanique, La Libertad	29/12/1968	44	M	Comerciante	Tamanique, La Libertad	00243421-3	<i>[Firma]</i>
14	Rafael Antonio Mancía García	Tamanique, La Libertad	15/09/1965	48	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	02109615-7	<i>[Firma]</i>
15	Manuel Hernández Esquivel	Jayaque, La Libertad	19/09/1961	52	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	01925676-5	<i>[Firma]</i>
16	Leonardo Santos	Tamanique, La Libertad	07/11/1971	42	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	02391781-0	<i>[Firma]</i>
17	Samuel Morales Meléndez	Tamanique, La Libertad	07/09/1960	53	M	Jornalero	Tamanique, La Libertad	02047534-8	<i>[Firma]</i>
18	Manuel de Jesús Martínez Valladares	San Sebastián, San Vicente	01/01/1960	53	M	Agricultor en pequeño	Tamanique, La Libertad	00467419-2	<i>[Firma]</i>
19	Enrique Arturo Polanco Hernández	Tamanique, La Libertad	14/08/1963	50	M	Doctor en Medicina	Tamanique, La Libertad	01674459-8	<i>[Firma]</i>
20	Julio Cesar Bran Hernández	Tamanique, La Libertad	10/11/1979	34	M	Ingeniero Agrónomo	Tamanique, La Libertad	00967605-2	<i>[Firma]</i>
21	José Antonio Flores	Comasagua, La Libertad	22/03/1966	47	M	Agricultor en Pequeño	Tamanique, La Libertad	02337196-0	<i>[Firma]</i>

Fotografía. 3 Algunas firmas de integrantes de la cooperativa



Fotografía. 4 Visita a Tamanique

### ANEXO 3

#### Proyección de la población por sexo y tasa de crecimiento 1995-2025<sup>2</sup>

Años	Población (Miles)			Tasa media de crecimiento anual en el quinquenio (%)
	Total	Hombres	Mujeres	
1995	5,668.6	2,776.3	2,892.3	2.06
2000	6,276.0	3,080.7	3,195.3	1.84
2005	6,874.9	3,380.3	3,494.6	1.59
2010	7,440.7	3,662.6	3,778.1	1.4
2015	7,977.4	3,929.8	4,047.6	1.36
2020	8,533.7	4,207.3	4,326.4	1.21
2025	9,062.3	4,470.4	4,591.9	

Ilustración 110 Proyección de la Población de El Salvador 1995-2025, página 27. DIGESTYC, San Salvador 1996

## ANEXO 4 Cotización de obra civil

San Salvador 12 de Noviembre de 2014

### INVERSIONES DE LA CRUZ SA DE CV

Tramites Varios a la Construcción

Tel. 2280-5822 - 2280-5870

Cel. 7193-3901

El área de construcción sin terraza es de 206.33 m<sup>2</sup>

Con terraza (cubre 3 lados) son 434.33 m<sup>2</sup>

Cubierta de Duralita roja

Incluye baño

Estructura de techo de madera de Conacaste

Peredes de descostille de Cipres

Paneles solares para 4 luces 3 tomas dobles en cada cabaña

Tiempo de ejecución de 3 ½ a 4 meses

**Costo de las 11 cabañas \$55,000**

Cualquier duda por favor contactarme

Atentamente

Ing. José Díaz Nuila

Diseño-Supervisión-Construcción

## Anexo 5 Algunas Cotizaciones realizadas para diferentes insumos


		<b>DIMHERSA, S.A. DE C.V.</b> 1a. Av. Sur y Calle El Calvario 2-5 Puerto de La Libertad, La Libertad Abierto de lunes a domingo 7:30 - 5:00 * Call Center: 2241-1700 *		
Fecha:	02/07/2014 CODIGO: C	Cotización		
Señor (es)	GLENDA GOMEZ	CTF		
Atención		*****		
Atentamente le ofrecemos los siguientes productos de calidad:				
Código	Producto/Especificaciones técnicas	Cantidad	P.Unitario	Total
24-0140	ARENA /m3	1.00	16.0000	16.00
24-0141	GRAVA #1 mt3 -	1.00	36.0000	36.00
25-0139	CEMENTO CESSA HOLCIM 42.5kg bolsa	1.00	8.2500	8.25
25-0140	CEMENTO CUSCATLAN HOLCIM 42.5kg bolsa	1.00	7.2000	7.20
21-0190	HIERRO CORRUGADO 1/2" CORINCA G.40 varilla 6mt (8var=1qq)	8.00	6.8100	54.48
21-0080	HIERRO CORRUGADO 3/8" CORINCA G.40 varilla 6mt (14var=1qq)	14.00	3.8300	53.62
21-0076	HIERRO LISO 1/4" CORINCA varilla 6.0mm (30var=1qq)	30.00	1.3700	41.10
21-0001	ALAMBRE DE AMARRE lb	1.00	0.8000	0.80
24-0006	BLOQUE 10x20x40cm BLOQUITUBOS	100.00	0.4800	48.00
24-0014	DADO 10x20x20cm BLOKITUBOS	100.00	0.2900	29.00
24-0055	SOLERA 10x20x40cm BLOKITUBOS	100.00	0.5500	55.00
22-0039	TABLA PINO 4varas (11pies ó 3.35mt aprox)	1.00	7.9500	7.95
22-0002	COSTANERA PINO 4varas (11pies ó 3.35mt aprox)	1.00	2.9499	2.95
25-0202	CLAVO 2.1/2" C/C lb	1.00	1.0000	1.00
30-0577	LAMINA ONDULADA BARROCA GRIS P-7 10pie cal 6.5mm	1.00	19.0000	19.00
30-0294	LAMINA ONDULADA BARROCA ROJA P-7 10pie cal 6.5mm	1.00	21.5000	21.50
24-0411	PISO CERAMICA ROMANI ALBERT BEIGE 33.33x33.33cm (9pza=1mt)	9.00	0.8700	7.83
24-0145	PISO CERAMICA HISPACENSA FLORENCIA MARRON 33x33cm (9pza=mt)	9.00	1.0000	9.00
Son: CUATROCIENTOS DIECIOCHO 68/100 Dolar			<b>Subtotal</b>	<b>418.68</b>
Tiempo de entrega: Tiempo de validez: Condiciones de pago : EFE-Efectivo *Precios sujetos a cambio sin previo aviso*		<b>TOTAL US\$ 418.68</b>		
Estamos para servirle, esperamos ayudarlo con los productos adecuados a sus necesidades. Cordialmente				
_____ CORNEJO, BALMORE		_____ Aceptado Cliente. Firma y Sello		

Ilustración 111 Cotización



Calle el pedregal No. 27 block G Ciudad Merliot La Libertad  
 TEL: 2278-4549  
 Cotización

Es para V.R.C. Un verdadero placer el poder saludarle y a la vez someter a su consideración la propuesta de cotización de la siguiente motocicleta.



Ilustración 112 Cotización

•	Moto: -----	RR200 CC
•	Marca: -----	AHM
•	Año: -----	2014
•	Estilo: -----	Turismo
•	Potencia: -----	12.5 HP
•	Motor: -----	4 Tiempos, 5 Velocidades.
•	Rendimiento: -----	220 Km. por galón
•	Arranque: -----	eléctrico, patada
•	Extras: -----	Parrilla de metal cromada trasera
•	COLORES: -----	NEGRO, ROJO, AZUL

**PRECIO/ UNIDAD: \$1595.00**

**PRECIO INCLUYE:**

- PLACAS Y TARJETA DE CIRCULACION
- 3 SERVICIO DE MANTENIMIENTO CON MANO DE OBRA GRATIS
- 1 AÑO O 12,000 KM. DE GARANTIA
- 1 CASCO.

Carlos Rodriguez  
 Cel. 7459-5519  
 TEL. 2278-4549  
 VRC Motoshop

Ilustración 113 Cotización





TEL. 2278-4549  
 CALLE EL PEDREGAL N°27 BLOCKG CIUDAD MERLIOT LA LIBERTAD

RAZON SOCIAL: TRANSATLANTIC, S.A DE C.V  
 REGISTRO: 109478-5 N.I.T: 0511-261198-101-6  
**GIRO: MEDIANOS CONTRIBUYENTES**

ATENCIÓN:  
**SODICO, S.A. DE C.V.**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	SUB-TOTAL	DESCUENTO	TOTAL
1	Pantalón Fly F16	\$90.00	\$90.00	\$8.00	\$81.00
1	Jersey Fly F16	\$40.00	\$40.00	\$4.00	\$36.00
1	Casco Fly trekker	\$165.00	\$165.00	\$16.50	\$148.50
1	Guantes Fly	\$35.00	\$35.00	\$3.50	\$31.50
				<b>TOTAL</b>	<b>\$297.00</b>

ASESOR: Carlos Rodriguez  
 CHEQUE ANOMBRE DE TRANSATLANTIC, S.A DE C.V  
 PAGO: DE CONTADO, PRECIO INCLUYE IVA  
 2278-4549

Ilustración 114 Cotización

SEÑORES:

PRESENTE

RECIBAN UN CORDIAL SALUDO DESEANDO EXITOS EN SUS LABORES DIARIAS.

A CONTINUACION DETALLAMOS EL SIGUIENTE PRODUCTO.

ARTICULO	MARCA	PRECIOS
JUEGO DE SALA	ENCINA	\$ 500.00
REFRIGERADORA	CETRON	\$ 509.00
CAMA 1.20	CAPRI	\$183.20
CAMA 1.40	CAPRI	\$199.20
RESPALDO CON MESAS		\$340.00
OASIS	FRIGIDAIRE	\$170.00
VENTILADOR DE MESA		\$39.00
VENTILADOR DE TORRE		\$70.00
MICROONDA	FRIGIDAIRE	\$99.00

SI EL PAGO ES CON CHEQUE ELABORARLO A NOMBRE DE UNICOMER S.A DE C.V.  
COTIZACION VALIDA POR 8 DIAS

ESPERAMOS ATENDERLE COMO USTED SE LO MERECE

ATENTAMENTE

BLANCA AREVALO  
EJECUTIVO DE VENTAS  
2346-1415  
2335-3810



Ilustración 115 Cotización

Best Way  
**Tiendas de Campaña**  
 UPC: 44340220007

Comentar

◆◆◆◆◆

**\$22.50**

> Regístrate para recibir aviso de precios  
 > Regístrate para ser notificado cuando este producto este en existencias  
 > Agregar a Mi Lista  
 > Comparar



**Extinguidor recargable de 4.75lbs**

SKU.29734

**\$ 49.00**



**Tienda de campaña COLEMAN cap. 45 personas ganga \$ 85** **\$ 85**  
 Negociable

Tienda de campaña marca COLEMAN con capacidad para 4-5 personas bien comodamente son color verde olivo de facil armado, muy resistentes y no pesan casi nada. ve...

Deportes - Bicicletas - San Salvador

**CAMAROTE DE MADERA FINA**

SE VENDE CAMAROTE DE MADERA FINA  
 \*DESMONTABLES  
 \*2 CAMAS  
 \*ESCALERAS Y TODOS SUS ACESORIOS  
 ESTA EN MUY BUEN ESTA COMO NUEVO POCO USO Y LO VENDO POR K NO LO USO Y NO TENGO ESPACIO PARA MAS INFORMACION LLAMAR 79249388 JONATHAN PORTILLO O CORREO SIEMPRE ESTOY CONECTADO 275 NEGOCIABLES ACEPTO OFERTAS.

**Precio:** \$275

**Departamento:** La Libertad  
**Municipio:** San Juan Opico

**Publicado en el día:** 29 de Agosto de 2013  
**Nro. de Anuncio:** 4137  
**Nro. de Visitas:** 45

[Cancelar este anuncio](#)



Ilustración 116 Cotizaciones de equipamiento de infraestructura