

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



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO-ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN  
COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO, BAHÍA DE JIQUILISCO,  
DEPARTAMENTO DE USULUTÁN.”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

FRANKLIN ALFREDO AYALA BARAHONA

HERBERTH ULISES CAMPOS VIERA

EDGARD ANTONIO OSEGUEDA RIVERA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

JUNIO DEL 2010

SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTROAMERICA

## AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Master. Rufino Antonio Quezada Sánchez  
Secretario General : Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

### Facultad de Ciencias Económicas

Decano : Lic. Roger Armando Arias Alvarado  
Secretario : M.B.A. José Ciriaco Gutierrez Contreras

Docente Director : Ing. Mauricio Alberto Rivas Romero  
Coordinados de Seminario : Lic. Rafael Arístides Campos  
Docente Observador : Lic. Abraham Vásquez Sánchez

Junio de 2010

SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTROAMERICA

## AGRADECIMIENTOS

A mi madre María Estela Barahona Soriano por todo su amor, apoyo y consejos durante toda mi vida, a mi tía María Eva Ortiz por su incondicional cariño y apoyo, a mi hijo Diego Samael Ayala Andrade por iluminar mis días grises con su sonrisa, a todos los hombres ilustres que con su obra y trabajo me han servido de guía.

Franklin Alfredo Ayala Barahona

Infinitamente a DIOS TODO PODEROSO por brindarme sabiduría, fortaleza y paciencia en mi carrera y en la culminación del trabajo de graduación. A mis Padres Guadalupe Viera Y Osmín Alfaro por su ayuda incondicional, apoyo, consejos y amor, a mi Hermano Carlos Viera por su atención en momentos de presión, a mi novia Elizabeth García por su comprensión, apoyo y cariño. Además agradecer a nuestro Docente director Ing. Mauricio Alberto Rivas Romero por transmitirme sus conocimientos. A todas las personas antes mencionadas gracias por su motivación de realizarme como profesional solo me resta decirles que DIOS LOS BENDIGA. "TODO LO PUEDO EN CRISTO QUE ME FORTALECE" Filipenses 4: 13

Herberth Ulises Campos Viera

A DIOS por iluminar siempre mi camino, a mis padres Eduardo Osegueda Herrera y Vilma Idalia Rivera por sus invaluable consejos e incentivarme siempre a seguir el correcto camino de la superación, a mis hermanos Claudia, Yessenia y Eduardo por su incondicional apoyo, a los amigos y amigas que se involucraron directa o indirectamente en el proyecto y confiaron en mí, a los pobladores de La Península San Juan del Gozo, especialmente a los de Cantón Isla de Méndez por recibirnos tan afectivamente y, por supuesto a las personas que hasta el día de hoy han participado en mi formación académica. A todos ellos Gracias y que DIOS los bendiga. *"Las naciones marchan hacia su grandeza al mismo paso que avanza su educación"* Simón Bolívar

Edgard Antonio Osegueda Rivera

## ÍNDICE

RESUMEN.	.i
INTRODUCCIÓN.	.v
CAPÍTULO I.	
“GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR, GENERALIDADES DEL TURISMO EN LA BAHÍA DE JIQUILISCO Y MARCO LEGAL SOBRE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE.”.	
	. 1
IMPORTANCIA.	. 2
OBJETIVOS.	. 3
GENERAL.	. 3
ESPECIFICOS.	. 3
1.1. TEORÍA DE PROYECTOS.	. 4
1.1.1. ¿QUÉ ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN?.	. 5
1.1.2. NATURALEZA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN .	. 5
1.1.3. EL CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.	. 8
1.1.4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO.	. 13
1.1.5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO.	. 13
1.1.6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO.	. 14
1.2. GENERALIDADES DEL TURISMO.	. 15
1.2.1. TEORIA DEL TURISMO.	. 15
1.2.2. DEFINICIÓN DE TURISMO.	. 18
1.2.3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.	. 19

1.2.4. TIPOS DE TURISMO. . . . .	. 20
1.3. EL TURISMO EN EL SALVADOR. . . . .	. 22
1.3.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN EL SALVADOR (1960-1992). . . . .	. 22
1.3.2. LA DEMANDA TURÍSTICA DE EL SALVADOR. . . . .	. 23
1.3.3. TURISMO INTERNACIONAL. . . . .	. 27
1.3.4. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA EN JIQUILISCO. . . . .	. 32
1.4. SECTORES DE APOYO Y CONEXOS E INFRAESTRUCTURA. . . . .	. 33
1.4.1. INSTITUCIONES DE APOYO A LA ACTIVIDAD TURISTICA. . . . .	. 33
1.4.2. INFRAESTRUCTURA DE APOYO A LA ACTIVIDAD TURISTICA. . . . .	. 44
1.5. TURISMO EN LA BAHÍA DE JIQUILISCO. . . . .	. 46
1.5.1. ANTECEDENTES DEL TURISMO EN LA BAHÍA DE JIQUILISCO. . . . .	. 46
1.5.2. MONOGRAFÍA Y RESEÑA HISTORICA DEL MUNICIPIO DE JIQUILISCO. . . . .	. 48
48	
1.6. MARCO LEGAL. . . . .	. 54
CONCLUSIONES. . . . .	. 56
RECOMENDACIONES. . . . .	. 57
CAPÍTULO II.	
“DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO CON RESPECTO A LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA ZONA.”. . 58	
IMPORTANCIA. . . . .	. 59
OBJETIVOS. . . . .	. 60

GENERAL.	.60
ESPECIFICOS..	.60
2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. .	.61
2.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.	.61
2.1.2. SUPUESTOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO. .	.61
2.1.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..	.62
2.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL. .	.70
2.2.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA. .	.70
2.2.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OPINIÓN DE LOS POBLADORES DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO. .	.75
2.3. ANALISIS FODA. .	.79
2.4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION ACTUAL EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO RESPECTO AL DESARROLLO TURÍSTICO. .	.80
2.4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION TURÍSTICA EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO..	.80
2.4.2. DIAGNÓSTICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA. .	.85
CONCLUSIONES. .	.89
RECOMENDACIONES..	.90

### CAPÍTULO III.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO-ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA PENÍNSULA DE SAN JUAN DEL GOZO, BAHÍA DE JIQUILISCO, DEPARTAMENTO DE USULUTÁN.” . . . . . 92

IMPORTANCIA.. . . . . 93

OBJETIVOS. . . . . 94

    GENERAL. . . . . 94

    ESPECIFICOS. . . . . 94

**3.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO.** . . . . . 96

    3.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. . . . . 96

    3.1.2 ÁREA DE MERCADO. . . . . 100

    3.1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PROYECTO . . . . . 102

    3.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL PROYECTO. . . . . 106

    3.1.5 ANÁLISIS DE PRECIOS DEL COMPLEJO. . . . . 110

    3.1.6 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DEL PROYECTO. . . . . 113

    3.1.7 DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE MERCADO. . . . . 115

**3.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO.** . . . . . 117

    3.2.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO. . . . . 117

    3.2.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO. . . . . 119

    3.2.3 DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES DEL COMPLEJO. . . . . 124

    3.2.4 DISTRIBUCIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO. . . . . 128

    3.2.5 REQUERIMIENTOS DE MOBILIARIO Y EQUIPO. . . . . 130

3.2.6	REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DEL PROYECTO.	. . .	.135
3.2.7	ORGANIZACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO.	. . .	.136
3.2.8	DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA.	. . .	.138
<b>3.3</b>	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERO..</b>	. . .	<b>.140</b>
3.3.1	COSTOS DE OPERACIÓN DEL COMPLEJO.	. . .	.140
3.3.2	COSTOS DE ADMINISTRACIÓN DEL COMPLEJO.	. . .	.144
3.3.3	GASTOS DE VENTA DEL COMPLEJO. .	. . .	.145
3.3.4	GASTOS FINANCIEROS DEL COMPLEJO.	. . .	.146
3.3.5	INVERSIONES FIJAS DEL COMPLEJO.	. . .	.148
3.3.6	DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO.	. . .	.150
3.3.7	COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO DEL PROYECTO. .	. . .	.151
3.3.8	PRESUPUESTOS DE INGRESOS POR VENTA.	. . .	.152
3.3.9	ESTUDIOS DE FINANCIAMIENTO DEL COMPLEJO.	. . .	.154
3.3.10	FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO	. . .	.156
3.3.11	CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO. .	. . .	.158
3.3.12	DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERO..	. . .	.162
<b>3.4</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES.</b>	. . .	<b>.163</b>
3.4.1	GENERALIDADES AMBIENTALES.	. . .	.164
3.4.2	CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS GENERALES.	. . .	.165
3.4.3	VALORES SOCIALES Y CULTURALES.	. . .	.167
3.4.4	FACTORES ADVERSOS QUE AFECTEN A LAS CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS DEL SITIO.	. . .	.169



<b>3.5</b>	<b>PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL ESTUDIO.</b>	. . . . .	<b>.170</b>
3.5.1	MESA DE TRABAJO CON REPRESENTANTES DE		
	GOBIERNOS MUNICIPALES.	. . . . .	.170
3.5.1.1	REPRESENTANTES DE ALCALDIA MUNICIPAL DE		
	JIQUILISCO Y DE PUERTO EL TRIUNFO.	. . . . .	.170
3.5.2	MESA DE TRABAJO CON LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO LOCAL DE LA		
	PENINSULA SAN JUAN DEL GOZO Y BAHÍA DE JIQUILISCO (APBJ).	. . . . .	.171
3.5.3	GRAFICO DE GANTT.	. . . . .	.173
	CONCLUSIONES.	. . . . .	.175
	RECOMENDACIONES..	. . . . .	.176
	BIBLIOGRAFIA.	. . . . .	.178
	GLOSARIO DE TERMINOS.	. . . . .	.181

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

- FIG.01. EVOLUCIÓN DE LLEGADAS DE TURISTAS 1967-2008
- FIG.02. PRINCIPALES MERCADOS EMISORES A EL SALVADOR
- FIG.03 PRINCIPALES PAÍSES EMISORES DE TURISTAS A EL SALVADOR
- FIG.04. VÍA DE ENTRADA DE TURISTAS
- FIG. 05. LLEGADAS INTERNACIONALES DE LOS MERCADOS EMISORES NORTEAMERICANOS 2004-2006.
- FIG. 06. LLEGADAS INTERNACIONALES DE LOS PRINCIPALES EMISORES EUROPEOS.
- FIG. 07. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA EN JIQUILISCO
- CUADRO 1 EL TURISMO COMO FUENTE ECONÓMICA.
- CUADRO 2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO
- CUADRO 3 TIPOS DE TURISMO
- CUADRO 4 SUPERFICIE CULTIVADA EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO
- CUADRO 5 NORMATIVA LEGAL RELACIONADA CON LA INDUSTRIA TURÍSTICA SALVADOREÑA
- CUADRO 6 ACCESO A LA PENINSULA SAN JUAN DEL GOZO
- CUADRO 7 RESTAURANTES QUE OPERAN EN JIQUILISCO
- CUADRO 8 ALOJAMIENTO DISPONIBLE EN JIQUILISCO
- CUADRO 9 SERVICIOS E INSTALACIONES VARIAS
- CUADRO 10-A SERVICIOS QUE PRESTARÁ XIQUILITE BAHÍA CLUB
- CUADRO 11 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE XIQUILITE BAHÍA CLUB

TABLA 1	LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR
TABLA 2	DEMANDA PROYECTADA DE EL SALVADOR
CUADRO 12	DEMANDA ANUAL DEL COMPLEJO XIQUILITE BAHIA CLUB
CUADRO 13-A	LISTA DE PROVEEDORES DE INSUMOS
CUADRO 14	LISTA DE PROVEEDORES DEL MOBILIARIO Y EQUIPO
CUADRO 15-A	COMPETENCIA EN LA ZONA ORIENTAL
FIGURA 08	MACRO-LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO, DEPARTAMENTO DE USULUTÁN
CUADRO 16	LOCALIZACIÓN POR PUNTOS PONDERADOS
CUADRO 17	CALIFICACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN
CUADRO 18-A	REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO
CUADRO 19	REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO EN EDIFICIO PRINCIPAL
CUADRO 20-A	REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO EN ESTRUCTURA SECUNDARIA
CUADRO 21	MOBILIARIO ACUATICO
CUADRO 22	REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DEL PROYECTO
CUADRO 23	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA Y COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN
CUADRO 24	COSTO DE INSUMOS, CON UN INCREMENTO DEL 5% ANUAL
CUADRO 25	COSTO PROMEDIO DE COMBUSTIBLE MANTENIMIENTO EN EQUIPO ACUÁTICO; E INTERNET INALAMBRICO DE 1MB
CUADRO 26	PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN
CUADRO 27	GASTOS DE ADMINISTRACION

CUADRO 28	DESCRIPCION DE LOS GASTOS DE VENTA
CUADRO 29	GASTOS DE VENTA
CUADRO 30	CÁLCULO DEL MONTO DE LA CUOTA ANUAL
CUADRO 31	PLAN DE REEMBOLSO DEL SERVICIO DE LA DEUDA
CUADRO 32	PRESUPUESTO ESTIMADO DE FASE 1
CUADRO 33	PRESUPUESTO ESTIMADO FASE 2
CUADRO 34	PRESUPUESTO ESTIMADO PARA FASE 3
CUADRO 35	PRESUPUESTO ESTIMADO EN INSTALACIONES
CUADRO 36	CÁLCULO DE LA INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO
CUADRO 37	COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO
CUADRO 38	CÁLCULO DE INVERSIÓN INICIAL TOTAL
CUADRO 39-A	INGRESOS ESTIMADOS POR LLEGADA DE TURISTAS
CUADRO 40	INGRESO PROMEDIO POR TURISTA POR PASEOS Y ACTIVIDADES ACUÁTICAS
CUADRO 41	INGRESOS BRUTOS PROYECTADOS
CUADRO 42	CAPITAL PROPIO Y CREDITOS EN EL FINANCIAMIENTO
CUADRO 43	CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS
CUADRO 44	ESTIMACIÓN DEL VAN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN
CUADRO 45	TASA INTERNA DE RENDIMIENTO
ANEXOS	
ANEXO A-1	LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR 1967-2007
ANEXO A-2	LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR POR REGIONES

ANEXO A-3	LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR POR PAÍS
ANEXO A-4	VIA DE ENTRADA QUE UTILIZAN LOS TURISTAS
ANEXO A-5	LLEGADA DE TURISTAS PROCEDENTES DE NORTEAMERICA
ANEXO A-6	LLEGADA DE TURISTAS PROCEDENTES DE EUROPA
ANEXO B-1	ENCUESTA POBLADORES
ANEXO B-2	ENCUESTA TURISTAS
ANEXO B-3	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURISTICA
ANEXO B-4	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA
ANEXO C-1	PAGINA WEB
ANEXO C-2	BREVE MANUAL DE FUNCIONES
ANEXO C-3	CONSTRUCCION DEL COMPLEJO: FASE 1
ANEXO C-4	CONSTRUCCION DEL COMPLEJO FASE 2
ANEXO C-5	CONSTRUCCION DEL COMPLEJO: FASE 3
ANEXO C-6	COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO
ANEXO C-7	IMÁGENES DEL COMPLEJO TURISTICO

## RESUMEN

El turismo es a nivel mundial una fuente de recursos importantísima para las economías, paradójicamente en El Salvador a pesar de los recursos naturales que posee en los últimos 40 años no ha existido plan estratégico alguno para desarrollar este sector y los ingresos que se captan del turismo son muy bajos, parece ser que la apuesta de los gobiernos está más enfocada a la recepción de remesas familiares provenientes de los hermanos lejanos que viven en el exterior.

En un inicio la elaboración del proyecto fue concebida como una herramienta para generar empleo y desarrollo local en los municipios que cuentan con atractivos naturales, pero ciertamente el alcance de este tipo de proyectos no es suficiente para generar el desarrollo esperado, así pues el desarrollo y fomento del sector turismo en El Salvador por parte del gobierno debe ser entendido como una herramienta para ampliar la base tributaria y poder así disponer de más recursos fiscales.

El Estudio de Factibilidad Técnico-económica para la creación de un complejo turístico en la Península San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco, Departamento de Usulután, que se presenta en las siguientes páginas tiene como objetivo determinar si la zona posee recursos naturales atractivos para el turista tanto nacional como extranjero y, si es factible la implementación de un proyecto de este tipo en la zona.

La metodología empleada en este trabajo de grado inicia con la recopilación bibliográfica de todo el contenido referente a la teoría de proyectos y todo lo concerniente al turismo en general, además durante la fase del trabajo de campo se hicieron visitas a la zona de la península con el propósito de: que los turistas llenaran una encuesta dirigida a ellos para recopilar información de

sus gustos y preferencias, que los pobladores nos dieran su opinión acerca de la creación de un complejo turístico en la zona y finalmente evaluar cual sería la ubicación idónea para la implementación del proyecto. Una vez que la información fue recopilada se tabulo a través de Excel 2007, para finalmente realizar un diagnostico de la situación actual.

Los resultados obtenidos de estas encuestas fue que la zona cuenta con recursos naturales poco explotados y con un alto potencial turístico, una infraestructura turística inadecuada para atender a turistas extranjeros, pocos servicios básicos como agua potable, electricidad y alcantarillados.

Principales conclusiones:

- Como hemos podido ver El Salvador cuenta, desde hace muchos años, con instituciones encargadas de coordinar esfuerzos con el único objetivo: convertir a El Salvador en un destino turístico.
- Hace pocos años El Salvador decidió apostarle fuertemente a la industria turística, para lo cual fue necesario aprobar una serie de leyes y reglamentos que ayudaran a potenciar la industria así como a regularla.
- A través de la investigación se determinó que la infraestructura turística con que cuenta actualmente la zona es deficiente y, que difícilmente podría prestar un servicio de turismo con calidad en esas condiciones, especialmente a aquellos turistas que deseen hospedarse por más de un día. Además se determinó también que el acceso al lugar ocasiona problemas a los visitantes.

- La mayoría de la población de la Península San Juan del Gozo mostró una opinión favorable ante la posible creación de un complejo turístico en la zona ya que piensan que este proyecto podría mejorar, aunque sea un poco, su difícil situación.
- Para proyectar la demanda del complejo turístico se empleó el Método de los Mínimos Cuadrados tomando como base una serie histórica proporcionada por CORSATUR, producto de una encuesta realizada en el año 2007.
- Para el normal funcionamiento de las operaciones del complejo se contará con una lista de proveedores los cuales se encargaran de proporcionar todos aquellas materias primas e insumos necesarios para proporcionar un buen servicio.

#### Principales recomendaciones

- A pesar de las muchas instituciones que se encargan de apoyar el turismo podemos decir que muchas de ellas con el paso del tiempo se han vuelto obsoletas o burocráticas en ese caso debe hacerse una reestructuración para volverlas más eficientes.
- Si bien es cierto existe una legislación encargada de proteger los recursos naturales podemos darnos cuenta que en muchos casos esta no es cumplida aún por las mismas autoridades, en vista de eso la recomendación como grupo es fomentar el cumplimiento de la ley del medio ambiente y recursos naturales.



- La recomendación va dirigida tanto al Gobierno de El Salvador, Gobierno Municipal y al sector privado a examinar el potencial de inversión con que cuenta la Península San Juan del Gozo.
- Que los esfuerzos se mejoren para atraer a turistas extranjeros ya que la zona dispone de suficientes recursos naturales para satisfacer las expectativas del turista extranjero.
- Es de mencionar que las instituciones CORSATUR, MITUR a pesar de los años que tienen de funcionar no cuentan con datos confiables acerca de la demanda turística interna argumentando que son estudios muy caros de realizar.
- A pesar de la ubicación del proyecto se espera no tener problemas en el abastecimiento de materias primas e insumos, y se recomienda que productos tales como frutas y verduras se obtengan en los mercados mayoristas, por ejemplo «la tiendona» por sus precios bajos.

## INTRODUCCIÓN

La Península San Juan del Gozo ubicada en el municipio de Jiquilisco está dotada de recursos que por su ubicación geográfica, sus características culturales y naturales cuenta con gran potencial en el desarrollo turístico y la utilización racional de éstos contribuirá a la diversificación de la oferta turística y por ende la creación de nuevas fuentes de empleo que ayuden al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Es por ello que el presente trabajo de investigación como parte del impulso al desarrollo local y mas específicamente en la búsqueda de soluciones al desarrollo económico, se opta por apostarle a la Creación de un Complejo Turístico en la Península San Juan del Gozo turismo como un rubro potencial.

El capítulo I se presentan las generalidades del turismo, teoría de turismo, tipos de turismo, clasificación de turismo, además, se sigue la evolución histórica del turismo en El Salvador y el crecimiento que ha experimentado al pasar de los años, así como también los principales mercados emisores de turistas al país y la vía que estos utilizan para ingresar; posteriormente se muestra la estacionalidad de la demanda turística en el municipio de Jiquilisco y los antecedentes turísticos de este municipio.

Se exponen las Instituciones Turísticas y la función que realizan en el sector turismo; además de las relaciones interinstitucionales entre el Ministerio de Turismo y otras entidades

gubernamentales y no gubernamentales, así como las actuaciones que dichas entidades llevan a cabo y que influyen directamente o indirectamente en la actividad turística.

Se detallan las organizaciones e infraestructura de apoyo a la actividad turística que funciona en el país; y también se incluye el marco legal por el que se rige el turismo en el país.

El capítulo II se presenta una investigación de campo realizada en la Península San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco departamento de Usulután con el objeto de realizar un diagnóstico de la situación actual.

En dicha investigación se realizaron varias actividades para recopilar información, entre ellas podemos mencionar: una serie de visitas al lugar para observar el comportamiento de los pobladores, la afluencia de turistas, ubicación de lugares estratégicos para un posible proyecto de inversión y, los recursos naturales con que cuenta la zona. También se diseñaron dos encuestas que fueron respondidas tanto por los habitantes de la zona como por los turistas que visitaron el lugar durante el feriado agostino, además, se realizaron algunas entrevistas informales con líderes comunales del lugar que están impulsando otras fuentes de ingreso además de las ya existentes.

En el capítulo III se demuestra la factibilidad que tiene el proyecto de ser implementado en la Bahía de Jiquilisco.

En la primera parte se hace un Estudio de Mercado que analiza la oferta y la demanda del lugar, así como también se detalla el método de fijación de precios que se emplea, además de la forma de comercialización del producto.

En el Estudio Técnico se detalla la localización optima del proyecto y ¿porque se eligió?, también se analiza mediante graficas, uno de los procesos que se realizaran dentro de las operaciones normales de la empresa. Además, se presenta el requerimiento de la maquinaria y equipo que se empleara.

En el Estudio Económico se presentan los costo de producción que se tendrán así como los de administración y venta, se calcula el presupuesto de ingresos que se esperan obtener en un horizonte de 10 años, y se presentan los flujos Económicos que se tendrán durante ese tiempo y su respectiva evaluación Económica.

En la descripción de las características Ambientales se ha descrito la forma en que se reducirá, al mínimo, algunos factores que pueden afectar el ecosistema de la zona y poner en riesgo la ejecución del proyecto.

## **CAPÍTULO I.**

**“MARCO TEORICO SOBRE FACTIBILIDAD DE  
PROYECTOS, GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL  
SALVADOR Y EN LA BAHÍA DE JIQUILISCO Y MARCO  
LEGAL SOBRE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE.”**

## **IMPORTANCIA**

El turismo es una de las actividades de mayor relevancia a nivel mundial. Su importancia radica en su capacidad para acercar a las comunidades, generando comprensión, intercambio de experiencias y crecimiento de la actividad económica, pues representa una importante fuente de empleo y captación de divisas.

Así como la industria y el comercio son esenciales para el desarrollo de la sociedad, el turismo representa una fuente de ingresos constante, que requiere no sólo de la inversión, sino de su fomento y difusión.

El fortalecimiento de este sector representa para las sociedades una vía para alcanzar niveles de desarrollo social y económico alternativo o paralelo al desarrollo industrial y comercial.

Pero a diferencia de la industria, el turismo tiene la cualidad de conceder a las personas y a los pueblos la experiencia insustituible de conocer y darse a conocer frente a otros pueblos y culturas y, con ello, crecer y enriquecerse.

En este siglo XXI, el mundo ya expresa tendencias irreversibles hacia una constante apertura e interdependencia. Tendencias que se caracterizan por una mayor interrelación entre pueblos y naciones, que hacen del turismo el medio ideal para el mutuo conocimiento.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un marco teórico que permita tener un conocimiento amplio del tema y abordar de forma correcta la problemática del desarrollo turístico en la Península San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco, Departamento de Usulután.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un marco teórico general sobre la factibilidad de proyectos que permita conocer y proporcione las herramientas necesarias sobre formulación y evaluación de proyectos.
- Conocer cuáles son las instituciones directamente relacionadas con la actividad turística en El Salvador.
- Investigar cual es la normativa vigente en cuanto a la protección de los recursos naturales además del ordenamiento e incentivos a la actividad turística en el país.

## 1.7. TEORÍA DE PROYECTOS<sup>1</sup>

La formulación y evaluación de proyectos se ha transformado en un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión.

Un proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana.

Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la técnica por aplicar, ella conlleva necesariamente a la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana.

El proyecto surge como respuesta a una idea que busca ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros. Si se desea evaluar un proyecto de creación de un nuevo negocio, ampliar la instalaciones de una industria, o bien a reemplazar tecnología, cubrir un vacío en el mercado, sustituir importaciones, lanzar un nuevo producto, proveer servicios, crear polos de desarrollo, aprovechar los recursos naturales, sustituir producción artesanal por fabril o por razones de estado y seguridad nacional, tal proyecto debe evaluarse en términos de conveniencia, de tal forma que se asegure que habrá de resolverse una necesidad humana en

---

<sup>1</sup> Guía metodológica general para la preparación y evaluación de proyectos de inversión social, Héctor Sanin Angel, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).



forma eficiente, segura y rentable. La optimización de la solución, sin embargo, se inicia incluso antes de preparar y evaluar un proyecto. En efecto, al identificar un problema que se va a solucionar con el proyecto o una oportunidad de negocios que se va a aprovechar con él, deberá, prioritariamente, buscarse todas las opciones que conduzcan al objetivo.

### 1.7.1. ¿QUÉ ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN?

Un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica la utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados.

Un proyecto se concibe para el logro de ciertos objetivos que se manifiestan en beneficios para el grupo de personas afectadas positivamente (generalmente los usuarios, o aquellos a quienes se destina la acción del proyecto). Para la obtención de los beneficios debe incurrirse en costos, configurados por el valor de los recursos que deben ser asignados para el desempeño del proyecto. Si los recursos son escasos el proyecto debe competir por ellos con otros recursos.

### 1.7.2. NATURALEZA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

#### 1.7.2.1. PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA

Dentro del ámbito empresarial se denomina inversión al acto mediante el cual se pasa a poseer ciertos bienes con el objeto de que los mismos produzcan ingresos o rentas a largo plazo.

Cuando hablamos de inversión estamos haciendo mención de algún tipo de actividad o negocio para incrementar su valor.

Es acometido por un empresario particular para satisfacer sus propios objetivos. Los beneficios que el agente económico privado espera del proyecto son los resultantes del valor de la venta de los productos (bienes o servicios) que generará el proyecto. Los costos estarán dados por el valor pagado por el uso de los recursos productivos que el empresario deberá asignar a su proyecto para instalarlo y ponerlo en operación.

El proyecto interesara al empresario en la medida en que mayor sea el balance a su favor, es decir, por el grado en que los ingresos por venta (beneficios) superen al valor total pagado por concepto de costos. El empresario generalmente tiene varias opciones de inversión, por lo que esperará que el capital colocado en el proyecto le ofrezca un rendimiento que sea superior – o por lo menos igual – al que obtendría en las inversiones alternativas. Por eso se dice que hay un “costo de oportunidad del capital”, entendido como el rendimiento que alternativamente se sacrificara al colocar los recursos en el proyecto, en vez de aplicarlos en otras oportunidades de inversión.

### 1.7.2.2. PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA

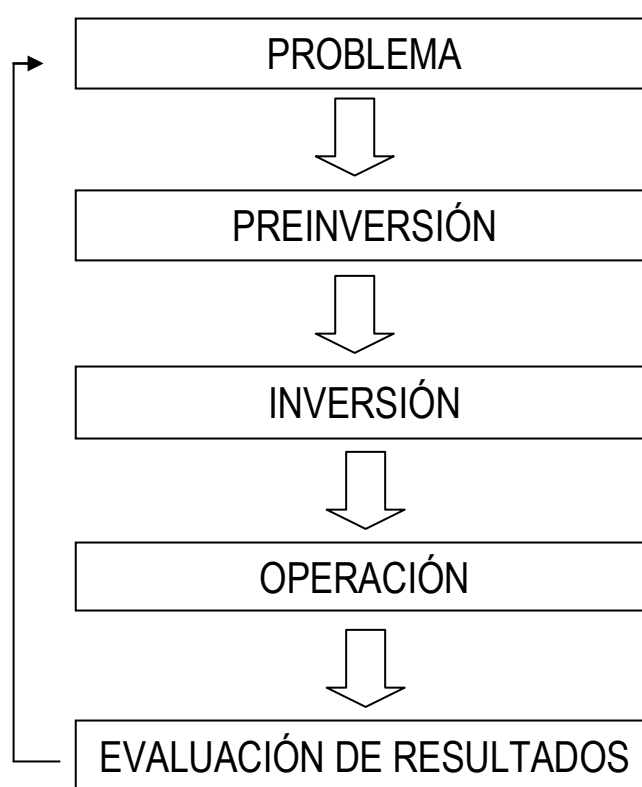
Los proyectos de inversión pública son cursos de acción para resolver problemas específicos de las comunidades que deben ser identificados adecuadamente y que implican la asignación racional de los recursos.

Los proyectos de inversión pública son un instrumento de intervención del Estado en aquellas áreas que corresponden a su misión y naturaleza. De manera general, el Estado tiene funciones importantes que cumplir en áreas económicas y sociales, bien porque no sea atractiva la intervención para el empresario privado, o bien porque se trate de servicios sensibles de naturaleza indelegable. Aquí se incluyen los proyectos generadores de bienes públicos, como los que contribuyen a fortalecer la seguridad nacional o la justicia, los proyectos de tipo monopolístico natural y de sectores considerados estratégicos por el Estado, o la provisión de infraestructura de apoyo a la inversión productiva o la prestación de servicios sociales donde los precios de mercado no garantizan una intervención rentable para la iniciativa privada.

Todo proyecto generalmente inicia con la identificación de un problema al cual hay que darle solución. La construcción de una presa hidroeléctrica, la construcción de más escuelas, la disposición final de la basura, son proyectos que inician con la identificación de un problema. A continuación se presenta de manera general como está constituido el ciclo de vida de los proyectos.

### 1.7.3. EL CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS

El ciclo del proyecto se inicia con un problema al cual debe buscársele solución. De manera general, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases:



Estas fases a su turno, pueden desdoblarse en subfases –etapas- de las cuales varias o todas pueden ser recorridas por un proyecto, dependiendo de ciertos factores: su naturaleza, su complejidad, el volumen de inversión comprometido o las pautas establecidas por los organismos encargados del financiamiento.

- **PREINVERSIÓN**

Consiste en el proceso de elaboración y evaluación del proyecto que se llevaría a cabo para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen. La preinversión se desagrega en las siguientes etapas:

- **Idea:** En esta etapa se identifica el problema o la necesidad que se va a satisfacer y se identifican las alternativas básicas mediante las cuales se resolverá el problema.
- **Perfil:** En esta etapa se evalúan las diferentes alternativas, partiendo de información técnica. Y se descartan las que no son viables. Se especifica y describe el proyecto con base en la alternativa seleccionada. Por lo general, la información en que se apoya la elaboración del perfil proviene de fuentes de origen secundario.
- **Prefactibilidad:** En esta etapa se realiza la evaluación más profunda de las alternativas encontradas viables, y se determina la bondad de cada una de ellas.
- **Factibilidad:** En esta etapa se perfecciona la alternativa recomendada, generalmente con base en información recolectada especialmente para este fin.
- **Diseño:** Una vez decidida la ejecución del proyecto, en esta etapa se elabora el diseño definitivo. En las etapas anteriores se pueden haber elaborado diseños preliminares, pero los diseños definitivos e ingeniería de detalle solo se justificarán efectuarlos a partir del momento en que se cuente con el dictamen de viabilidad y con la decisión favorable del financiamiento.

La preinversión facilita un proceso de evaluación-decisión orientado a verificar la pertinencia, viabilidad y conveniencia del proyecto antes de asignarle los recursos solicitados.

- **INVERSIÓN**

Contempla todas las acciones destinadas a materializar el proyecto.

Es importante tener en cuenta una serie de actividades de preparación para la implantación, como las siguientes:

- Revisión y actualización del documento-proyecto, sobre todo cuando haya transcurrido un tiempo considerable entre la identificación del proyecto y la decisión final, ya que las circunstancias pueden haber cambiado.
- Actualización y detalle de cronogramas para la ejecución del proyecto.
- Negociación de créditos y de recursos destinados al proyecto, a fin de garantizar que se provean en las condiciones más favorables y que se encuentren disponibles oportunamente para la ejecución.
- Organización institucional y administrativa del proyecto y definición sobre la responsabilidad de implantación.
- Gestión de recursos humanos –reclutamiento, selección, incorporación, entrenamiento- y materiales – licitaciones, contrataciones y adquisiciones-.

La implantación o instalación, está constituida por el conjunto de actividades necesarias para dotar al proyecto de su capacidad productiva. Es la etapa en que se efectúan las inversiones

físicas y termina cuando se entrega una unidad en condiciones de iniciar la generación de los bienes o servicios con los cuales el proyecto, deberá cumplir sus objetivos específicos.

- **OPERACIÓN**

Una vez instalado, el proyecto entra en operación. En esta etapa, denominada también producción o funcionamiento, el proyecto adquiere su realización objetiva, es decir, que la unidad productiva instalada inicia la generación del producto (bien o servicio) para el cumplimiento del objetivo específico orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que constituyo el origen del proyecto.

A medida que la fase operativa del proyecto avanza, la gerencia debe estar atenta para introducir modificaciones o mejoras que aumenten la eficiencia del sistema. Pero hay otras dos situaciones que se van presentando en el tiempo:

- La necesidad de ampliación del sistema para extender su cobertura a nuevos usuarios, y
- El desgaste y obsolescencia de las instalaciones y equipos van implicando la necesidad de renovación-reposición.

- **EVALUACIÓN DE RESULTADOS**

Si el proyecto es la acción-respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención

del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. Además, el diseño del proyecto puede contemplar la generación de otros efectos en su ambiente, y se hace necesario, por tanto, constatar si tales efectos se han producido en la dirección e intensidad deseada y qué tipo de nueva realidad se ha configurado como consecuencia del proyecto.

Por otro lado, el ambiente es cambiante y en el tiempo pueden modificarse las condiciones exógenas al proyecto, pueden variar las características del problema o pueden haberse modificado el tipo y nivel de la necesidad original.

La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

- Evaluar el impacto real del proyecto ya entrado en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
- Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimiento y de capacidad, para mejorar así los proyectos futuros.

En el siguiente apartado se describen de manera general tres de los más importantes estudios que componen un proyecto de inversión ya sea público o privado, en qué consisten cada uno de ellos y cuál es el objetivo de realizarlos.



#### 1.7.4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto y/o servicio en un mercado determinado.

Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante de estudio ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva el estudio continua. Si la respuesta es negativa se plantea la posibilidad de un nuevo estudio mas precisó y confiable.

#### 1.7.5. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO

Esta parte del estudio puede dividirse a su vez en varias partes, Determinación del Tamaño Óptimo de la Planta, determinación de la Localización Óptima de la Planta, Ingeniería del Proyecto.

La Determinación del Tamaño Óptimo de la Planta es fundamental en esta parte del estudio hay que aclarar que tal determinación es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son interativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo.

Acerca de la determinación de la Localización Óptima del Proyecto, es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.

Sobre la Ingeniería del Proyecto se puede decir que, técnicamente, existen diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de uno de ellos dispondrá en gran parte de la disponibilidad de capital.

#### 1.7.6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO

Esta etapa del estudio es la evaluación económica. Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven como base para la evaluación económica. Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto el costo como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada.

Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeta a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

Hasta aquí se ha descrito de manera general como está constituida la teoría de proyectos, que es un proyecto, cual es el ciclo que siguen los proyectos etc. En los próximos apartados se estudiará genéricamente la teoría del turismo, su conceptualización, clasificación, etc.

## 1.8. GENERALIDADES DEL TURISMO

### 1.8.1. TEORIA DEL TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) turismo es “El conjunto de actividades de producción y consumo a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de al menos una noche pasada fuera del domicilio habitual siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud, o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa”

El turismo, forma de ocio y recreación que se caracteriza por el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, es uno de los sectores de más rápido crecimiento, y se ha convertido en poco tiempo en una actividad de importancia para el desarrollo de un gran número de países y en un agente de cambio económico y social.

El desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

CUADRO 1. EL TURISMO COMO FUENTE ECONÓMICA.<sup>2</sup>

<b>A. EL TURISMO, INSTRUMENTO DE DESARROLLO PERSONAL Y COLECTIVO</b>	<p>1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo.</p>	<p>2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables.</p>	<p>3. La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia.</p>	<p>4. Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.</p>
<b>B. EL TURISMO, FACTOR DE DESARROLLO SOSTENIBLE</b>	<p>1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.</p>	<p>2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.</p>	<p>3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente.</p>	<p>5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.</p>

<sup>2</sup> Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT)

<p><b>C. EL TURISMO, FACTOR DE APROVECHAMIENTO Y ENRIQUECIMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD.</b></p>	<p>1. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.</p>	<p>2. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras.</p>	<p>3. Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrán de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.</p>	<p>4. La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento</p>
<p><b>D. EL TURISMO, ACTIVIDAD BENEFICIOSA PARA LOS PAÍSES Y LAS COMUNIDADES DE DESTINO.</b></p>	<p>1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.</p>	<p>2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades.</p> <p>En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.</p>	<p>3. Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales</p>	<p>4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales.</p>

### 1.8.2. DEFINICIÓN DE TURISMO

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”.<sup>3</sup>

"Se puede definir como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo."<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Manual técnico n.º 1. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas del turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT), 1995

<sup>4</sup> Diccionario Wikipedia, <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

## 1.8.3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

**CUADRO 2. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TURISMO NACIONAL.</b></li> </ul>	<p>Incluye las actividades de residentes de un país determinado que viajan y permanecen en lugares dentro de su país pero que no son su entorno habitual, por un periodo consecutivo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TURISMO REGIONAL.</b></li> </ul>	<p>Es aquel que se genera con turistas de los países de un área o extensión de tierra determinada. Todos los países del área centroamericana coforman un turismo regional.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TURISMO INTERNACIONAL.</b></li> </ul>	<p>Incluye las actividades de turistas de cualquier país del mundo que viaja y permanece fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo inferior a un año. Por ejemplo, Puede incluir Europa, América, Asia, África, etc. a excepción de la región Centroamericana.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TURISMO ÉTNICO.</b></li> </ul>	<p>Contempla las actividades de turistas con una nacionalidad específica pero que no radican dentro de este.</p> <p>Estos son los turistas que recibe el país y se produce por el retorno vacacional de los salvadoreños en el exterior.</p>

Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

#### 1.8.4. TIPOS DE TURISMO

La amplia oferta de recursos y atractivos que presenta El Salvador, permiten realizar una segmentación del mercado turístico más exhaustiva, enfocada a nichos con motivaciones turísticas muy específicas. A continuación se presentan descriptivas de los siguientes turismos temáticos:<sup>5</sup>

**CUADRO 3. TIPOS DE TURISMO**

TIPOS	DESCRIPCION
<b>DE NEGOCIOS:</b>	Es aquel que se desplaza a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o una conferencia, o de acompañar a una persona que participará en la misma.
<b>CULTURAL:</b>	Muestra y explica al turista las costumbres, hechos históricos, arte, arquitectura y demás aspectos de la idiosincrasia de un destino y su población residente.
<b>ECOTURISMO:</b>	Tiene como principal objetivo integrar al turista en el medio natural.
<b>DE AVENTURA:</b>	Es el tipo de turismo constituido por programas, actividades y expediciones con connotaciones de desafío y riesgo.

<sup>5</sup> Antecedentes y Justificación. Plan Nacional de turismo 2014 CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo).

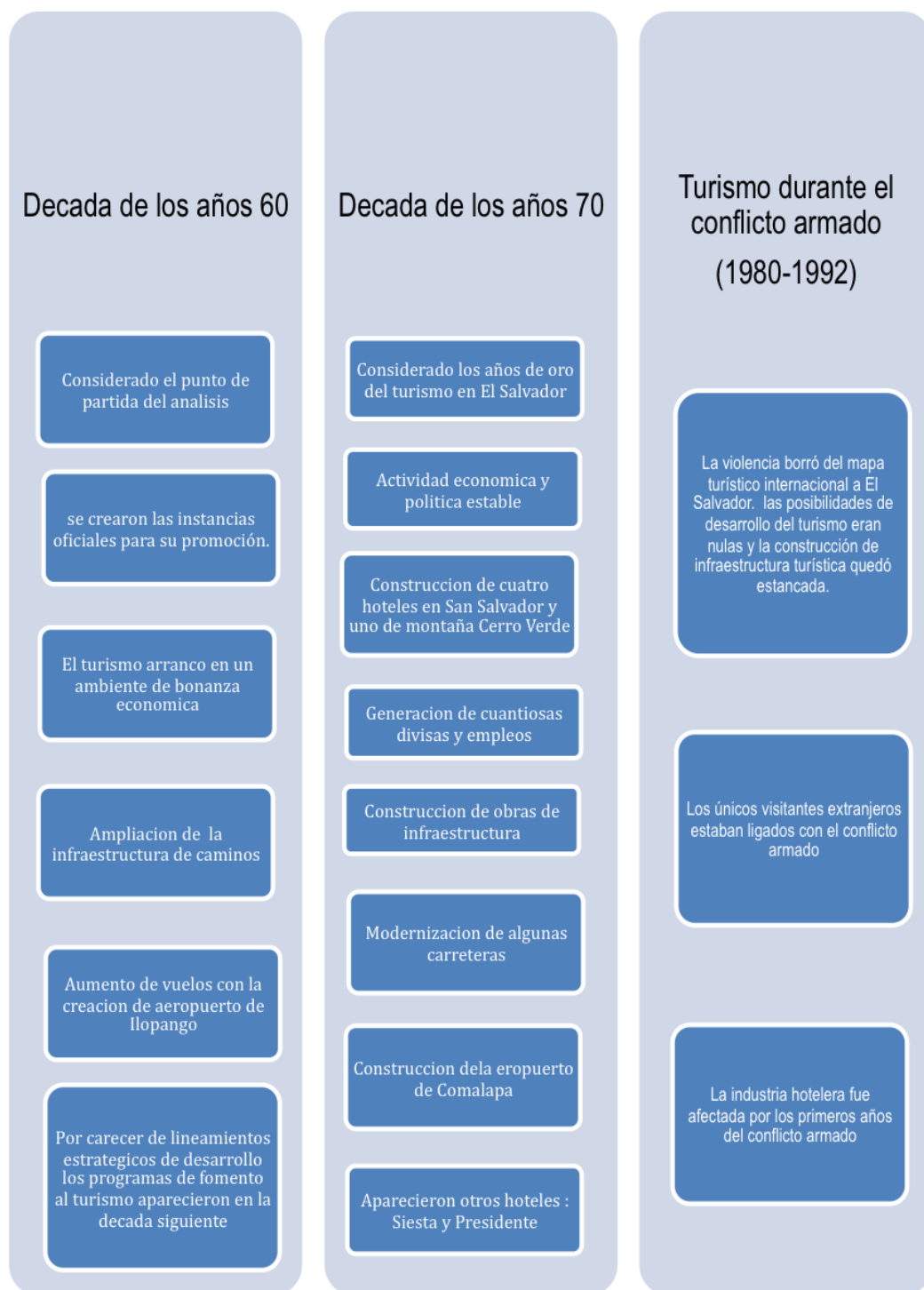


<b>DE SOL Y PLAYA:</b>	Se trata de un turismo de descanso y relajación, utilizando como base los elementos naturales como el sol, la playa o el agua.
<b>DEPORTIVO:</b>	. Es todo aquel que tiene como fin visitar un país para la realización de un deporte como por ejemplo: surf, golf etc.
<b>NÁUTICO:</b>	El turismo náutico está caracterizado por unas vacaciones activas en contacto con el mar que permite realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio.
<b>DE PESCA DEPORTIVA:</b>	Este segmento tiene como motivación principal la práctica de la pesca.
<b>DE COMPRAS:</b>	Este tipo de turismo busca adquirir productos comerciales del país a visitar.
<b>DE SALUD:</b>	Esta tipología turística se origina con el objetivo primordial de obtener beneficios relacionados con la salud, el bienestar o la estética.
<b>IDIOMÁTICO:</b>	El turismo idiomático es una modalidad de viajes de estudio y ocio que buscan cada vez más personas para aprovechar las vacaciones aprendiendo o mejorando su competencia en una lengua.

Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

## 1.9. EL TURISMO EN EL SALVADOR

### 1.9.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN EL SALVADOR (1960-1992)

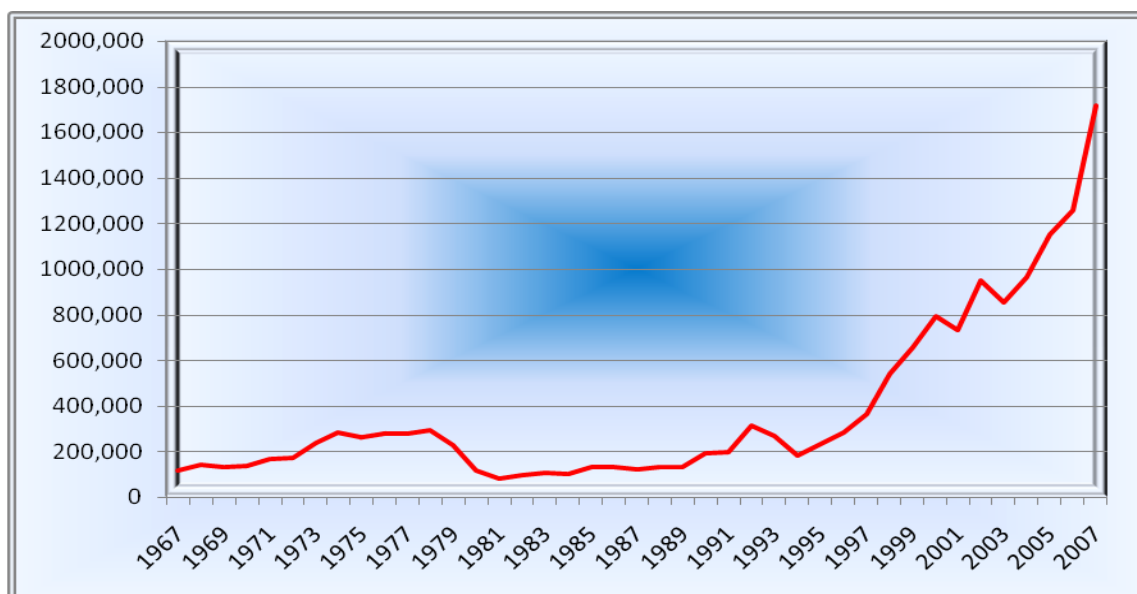


## 1.9.2. LA DEMANDA TURÍSTICA DE EL SALVADOR

Las previsiones realizadas para El Salvador por el World Travel & Tourism Council, en su informe “The 2005 Travel & Tourism Economic Research”, apuntan un crecimiento medio anual de la demanda de un 3,4% hasta el año 2015, situándolo como uno de los países con un mayor potencial de desarrollo.

Este crecimiento ha sido consistente desde que finalizó el conflicto armado (1980-1992), a excepción del año 2001, año en el que se produjeron dos terremotos que originaron grandes pérdidas, y el año 2003, en el que la llegada de turistas fue alta pero menor que en el 2002, año extraordinario por la celebración de los Juegos Deportivos Centroamericanos y del Caribe.

**Fig.01. Evolución de llegadas de turistas 1967-2008<sup>6</sup>**

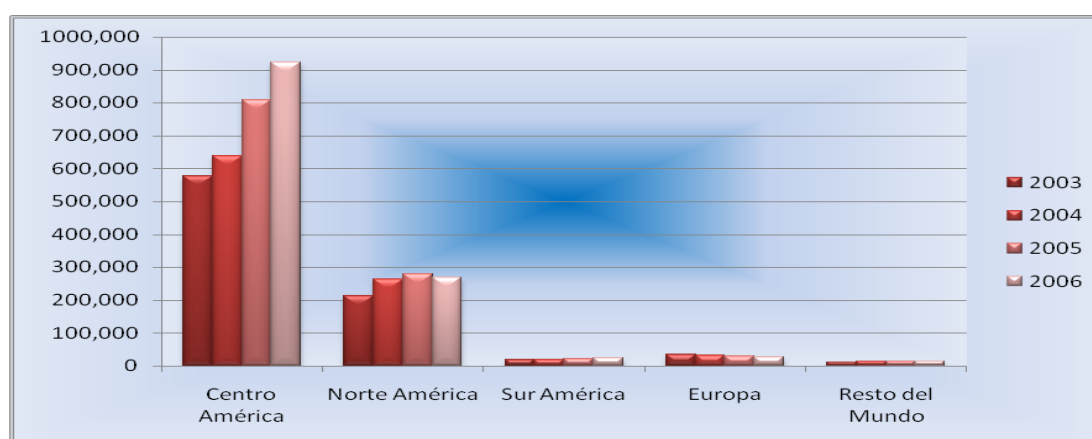


Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

<sup>6</sup> Ver información en anexo A-1

Como se muestra en la figura 02, la principal región emisora de turistas al país es aquella en la que éste se integra. La Región Centroamericana supuso para El Salvador el 67% del total de turistas en el 2004 que recibe el país manteniendo una tendencia al alza en los años siguientes.

**Fig.02. Principales Mercados Emisores de Turistas por Región a El Salvador<sup>7</sup>**

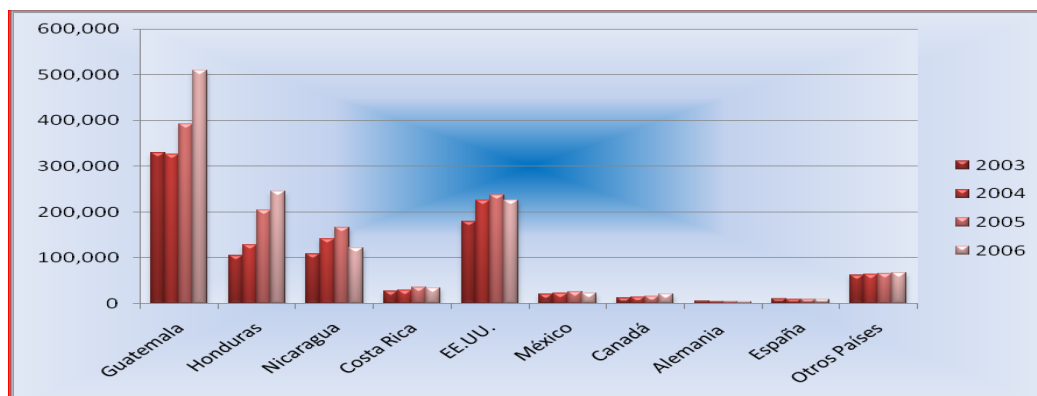


Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

Guatemala y Estados Unidos se configuran como los principales países emisores de turistas a El Salvador. Sin embargo, mientras que Estados Unidos ha aumentado su participación en las llegadas internacionales, Guatemala ha experimentado un descenso en el 2004, pero en los siguientes años aumentó en sus llegadas de turistas al país, como se puede apreciar en la figura 03.

<sup>7</sup> Ver información en anexo A-2

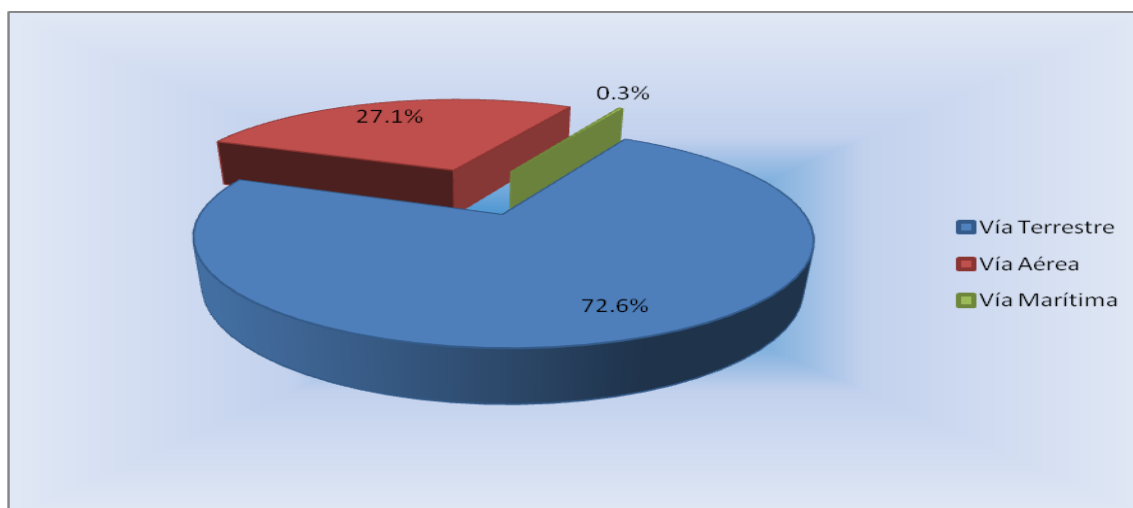
**Fig.03 Principales países emisores de turistas a El Salvador<sup>8</sup>**



Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

La entrada de turistas en el país se produce en su mayoría por vía terrestre (72.6%), correspondiendo éstas en una gran proporción (90%) a turistas procedentes de Centro América. Los pasos fronterizos más utilizados son el de Las Chinamas y El Amatillo.

**Fig.04. Vía de entrada de turistas<sup>9</sup>**



Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

<sup>8</sup> Ver información en anexo A-3

<sup>9</sup> Ver información en anexo A-4

La vía aérea es utilizada principalmente por los turistas norteamericanos siendo Estados Unidos el mercado emisor que más ingresa en el país utilizando este medio de transporte acaparando más del 60% de las llegadas en avión.

Destaca la mínima presencia de la vía marítima como medio de entrada en El Salvador (0.3%), debido al poco desarrollo del turismo de cruceros en el país, se espera que esto cambie con la modernización del Puerto de Acajutla y la construcción del Puerto de Cutuco en el departamento de La Unión.

Los ingresos por turismo en El Salvador han aumentado de forma considerable en los últimos años, pasando de 215.7 US\$ millones en el año 2000 (equivalente al 1.6% del PIB) a 832.5 US\$ millones en el 2004 (equivalente al 4.3% del PIB).<sup>10</sup>

### 1.9.3. TURISMO INTERNACIONAL

A continuación se describen los distintos mercados internacionales, emisores de turistas a El Salvador.

- Mercado Norteamericano

Según las previsiones<sup>11</sup> el mercado norteamericano seguirá siendo el principal emisor de turistas hacia el resto del continente americano, representando un 76% del total de turistas

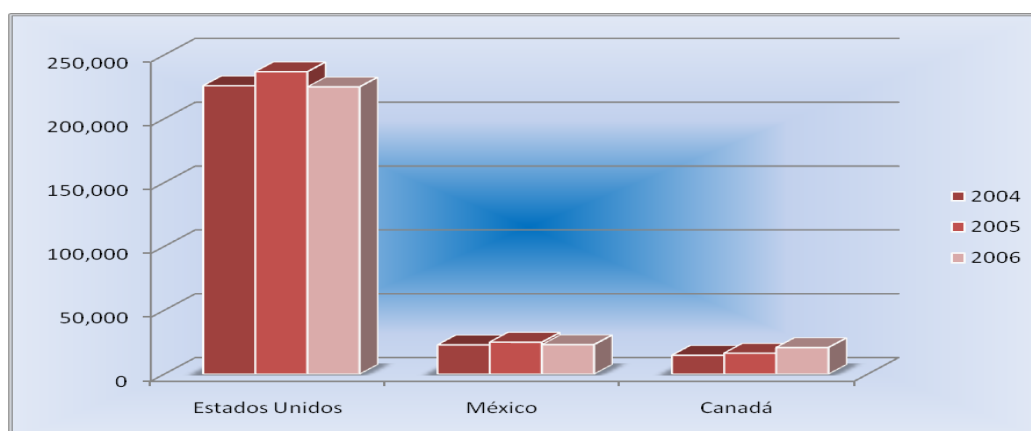
---

<sup>10</sup> Fuente: BCR, ISTU, CORSATUR. (Corporación Salvadoreña de Turismo).

<sup>11</sup> Plan nacional de turismo 2014 de El Salvador, antecedentes y justificación, Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), 2006.

internacionales en el 2020. Sin embargo, será la zona que tendrá menor tasa de crecimiento, aproximadamente un 2,8% anual entre 1995 y 2020, frente a la media mundial que será de 3,1%. El mercado norteamericano supuso entre el año 2004 y 2006 una media del 28% del total de llegadas internacionales a El Salvador.

**Fig. 05. Llegadas internacionales de los mercados emisores norteamericanos 2004-2006.**<sup>12</sup>



Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

- Mercado Estadounidense

El mercado estadounidense constituye el segundo emisor de turistas a El Salvador con aproximadamente un 28% en los últimos años de las llegadas internacionales al país<sup>13</sup>.

El incremento del poder adquisitivo y la disponibilidad de mayor tiempo de ocio está determinando que los estadounidenses cada vez realicen más viajes y de más larga distancia. En

<sup>12</sup> Ver información en anexo A-5

<sup>13</sup> Plan nacional de turismo 2014 de El Salvador, antecedentes y justificación, Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), 2006.

este sentido, mientras que los viajes a Canadá y México presentan un leve aumento, aquellos realizados hacia Centroamérica, Sudamérica, África, Oriente Medio, Asia y Oceanía están duplicándose.

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.

- Mercado Mexicano

El mercado mexicano representa una media del 3% en los últimos años de los turistas que llegan a El Salvador<sup>14</sup>.

El turista mexicano tiene como principal destino EE.UU., seguido de Europa y América Central. Su principal motivación para viajar es la visita a familiares y amigos, representando un 40,4% de los casos, seguido de los viajes de placer con un 36,86%.

- Mercado Canadiense

Estados Unidos y Europa siguen siendo los destinos preferidos de los canadienses, aunque las nuevas tendencias y cambios en el perfil del turista, están determinando la demanda de lugares exóticos. El envejecimiento de la sociedad canadiense ha producido un cambio en la principal motivación turística que anteriormente era la visita a familiares y amigos y ahora se corresponde con los viajes de placer.

---

<sup>14</sup> Ídem nota anterior.



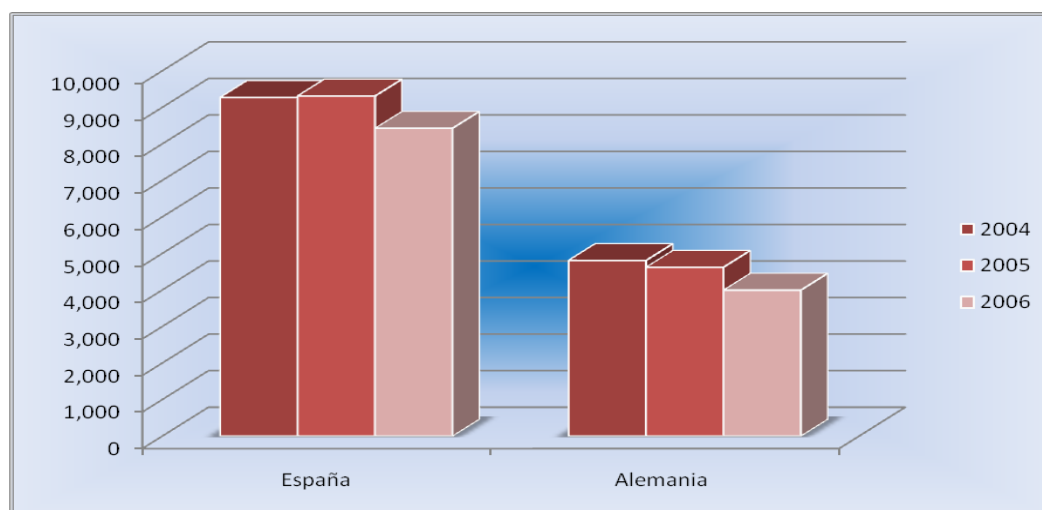
Los canadienses representan una media del 1.6% en los últimos años de las llegadas de turistas internacionales a El Salvador<sup>15</sup>, constituyéndose como el séptimo país emisor.

- Mercado Europeo

Según las previsiones de la OMT, en el año 2020 habrá más de 729 millones de turistas internacionales procedentes de Europa, con una tasa de crecimiento anual del 3,4% en el periodo 1995-2020. Dicha afirmación viene a confirmar que Europa seguirá siendo la mayor región emisora de turistas del mundo, con un 25% de la cuota de mercado mundial.

El turismo europeo que viaja a El Salvador es bastante reducido, suponiendo solo un 3% del total de llegadas internacionales al país<sup>16</sup>. De entre los países europeos emisores de turistas a El Salvador destacan España y Alemania.

**Fig. 06. Llegadas internacionales de los principales emisores europeos.<sup>17</sup>**



Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

<sup>15</sup> Plan nacional de turismo 2014 de El Salvador, antecedentes y justificación, Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), 2006.

<sup>16</sup> Ídem nota anterior.

<sup>17</sup> Ver información en anexo A-6

- Mercado Español

El turista español representa un 1% en promedio de todas las llegadas de turistas a El Salvador.

Los principales destinos internacionales<sup>18</sup> de los españoles con respecto a los viajes de largo alcance son Estados Unidos y República Dominicana.

Con respecto a las motivaciones de los turistas españoles en sus viajes al extranjero destacan el ocio, recreo, visitas a familiares y negocios<sup>19</sup>.

- Mercado Alemán

Alemania se sitúa como el mercado emisor más grande de Europa y el segundo del mundo por detrás de Estados Unidos.

Este es un mercado que se incrementará de forma considerable, según las previsiones de la OMT para el 2020, llegando a emitir 163,5 millones de turistas, lo que supone una cuota de mercado mundial de un 10%.

Sin embargo, la llegada de turistas alemanes a El Salvador solo representa el 0.5% en los últimos años<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> Según un estudio realizado por el RACC Automóvil Club en EL 2006.

<sup>19</sup> Según el estudio de la OMT del año 2000, "El mercado Español del Ecoturismo"

<sup>20</sup> Plan nacional de turismo 2014 de El Salvador, antecedentes y justificación, Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSAATUR), 2006.

- Turismo Étnico

El mayor flujo de turistas que recibe el país se produce por el retorno vacacional de los salvadoreños en el exterior. Según datos del Ministerio de Relaciones Exteriores estos se contabilizan en aproximadamente 2 778 286.

La migración salvadoreña se ha debido principalmente al conflicto armado, las catástrofes naturales y motivaciones socio-económicas, desempleo, violencia y pobreza.

En base a la investigación dirigida a los extranjeros que visitan El Salvador que realizó CORSATUR en Agosto de 2003, hubo 202.947 salvadoreños en el exterior que llegaron al país, lo que representa un 21% del total de llegadas en dicho año. Los meses de mayor afluencia de salvadoreños son marzo-abril, julio-agosto y noviembre-diciembre.

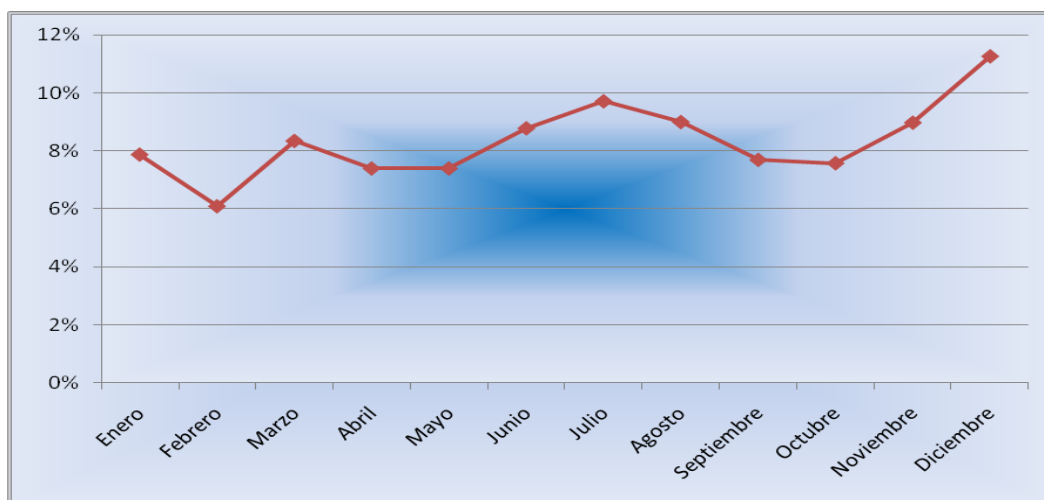
El gasto turístico es reducido, ya que no suelen utilizar la oferta de alojamiento, hospedándose la mayoría en viviendas de familiares y amigos. Sin embargo, hacen uso de muchos servicios complementarios como restaurantes, alquiler de coches, excursiones a sitios turísticos y compras.

#### 1.9.4. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA EN JIQUILISCO

La Figura 07 muestra cómo en Jiquilisco las variaciones mensuales sufren alteraciones poco significativas, exceptuando los meses de julio, agosto, noviembre y diciembre cuando el volumen de personas que ingresan en calidad de turistas es mayor al resto del año.

La contribución al crecimiento de la demanda está ligada a la visita de nacionales residentes en el extranjero.

**Fig. 07. Estacionalidad de la demanda en Jiquilisco**



Fuente: Elaboración propia según datos de CORSATUR

## 1.10. SECTORES DE APOYO Y CONEXOS E INFRAESTRUCTURA DEL SECTOR TURISMO

### 1.10.1. INSTITUCIONES DE APOYO A LA ACTIVIDAD TURISTICA<sup>21</sup>

- **Ministerio de Turismo (MITUR)**

El Gobierno de la República de El Salvador estableció en 2004 el Ministerio de Turismo con el objetivo de fomentar y ordenar el desarrollo de la actividad turística.

Una de las principales metas del Ministerio de Turismo es establecer un marco legislativo que propicie el desarrollo ordenado de dicha actividad.

- **Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)**

La Corporación Salvadoreña de Turismo, creada en 1996, es la institución gestora del desarrollo turístico del país y se encuentra adscrita al Ministerio de Turismo. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible.

Si bien CORSATUR ha demostrado en los últimos años ser una entidad dinámica y eficaz, la ejecución del Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador y la aplicación de la Ley de Turismo evidencian la necesidad de fortalecer esta institución a fin de propiciar el éxito de ambas iniciativas.

---

<sup>21</sup> Plan nacional de turismo 2014 de El Salvador, antecedentes y justificación, Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), 2006.

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible.

CORSATUR apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos. Uno de los objetivos estratégicos de la organización, es gestionar el establecimiento de un marco regulatorio básico que permita el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable.

- **Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)**

El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) fue creado en 1961 y en la actualidad responde a la misión de promover el turismo nacional y la recreación familiar brindando un eficiente servicio de calidad en los Parques Recreativos.

En 1948 se comienza la construcción de una red de Turicentros a lo largo y ancho del país, con el fin de brindar un lugar de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas.

En la actualidad, las relaciones del ISTU con CORSATUR se reducen a intercambio de información, material promocional y participación en eventos y capacitaciones.

Antes de la creación de CORSATUR, la dirección de la actividad turística era responsabilidad del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). La institución, cuyos orígenes se remontan 1961 como entidad adscrita al Ministerio de Economía, realizó una promoción del país de cierta envergadura durante la década de los setenta, que contribuyó al despegue de El Salvador como destino turístico.

Con la creación de CORSATUR, el ISTU redujo su responsabilidad a la promoción, recreación, mantenimiento y administración de los “turicentros”, centros de esparcimiento creados por el estado con fines sociales para las clases populares del país. Sin embargo, a causa de las limitaciones presupuestarias y la actual política nacional de reducir la participación de los poderes públicos, se espera que esa función sea asumida por entidades privadas en un plazo no mayor a dos años, lo cual sugiere la eventual desaparición del ISTU. Con la privatización de los “turicentros” se pretende mejorar la apariencia, servicio y administración de las localidades, y hacerlas más atractivas para un número creciente de visitantes.

#### 1.10.1.1. RELACIONES INTERINSTITUCIONALES<sup>22</sup>

En el desarrollo de la actividad turística intervienen multitud de factores que no son competencia directa de la máxima autoridad en el sector. Por tanto, resulta fundamental evaluar la coordinación entre el Ministerio de Turismo y otras entidades gubernamentales y no gubernamentales, así como las actuaciones que dichas entidades llevan a cabo y que influyen tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad turística.

---

<sup>22</sup> Ídem. Nota anterior.

- **MUNICIPALIDADES**

Dentro de las competencias más importantes atribuidas a las municipalidades están:

- Impulso de la actividad turística.
- Proteger los recursos naturales con que cuenta el municipio.

- **COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO**

Si bien existen los denominados Comités de Desarrollo Turístico, cabe citar que no existe regulación alguna al respecto por lo que dichos órganos de carácter local se han ido creando de forma casi espontánea y no responden a una estructura estandarizada y regulada.

Se observa necesario, por tanto, la creación de Comités de Desarrollo Turístico en todas las zonas con clara vocación turística y el fortalecimiento de los ya existentes, a fin de que respondan a los retos y oportunidades de la actividad turística en cada uno de sus municipios.

- **CONSEJO NACIONAL DE GREMIALES TURÍSTICAS**

En el ámbito no gubernamental, cabe resaltar, por su poder de intervención en el panorama turístico de El Salvador, el Consejo Nacional de Gremiales Turísticas. El Consejo está conformado por los siguientes entes asociativos:

- Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), que integra a empresarios turísticos en general,
- Buró de Convenciones,



- Asociación Salvadoreña de Hoteles,
- Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador, en el que están representados 38 establecimientos,
- Asociación Salvadoreña de Operadores y Mayoristas de Turismo (ASOTUR), a la que están adscritas los operadores receptivos de mayor envergadura,
- Asociación Salvadoreña de Agencias de Viajes y Empresas de Turismo (ASAV), gremial de los operadores emisores,
- Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES),
- Asociación de Líneas Aéreas (ASLA),
- Asociación de Renta Autos de El Salvador,
- Asociación de Inversionistas y Promotores Turísticos,
- Comité de Artesanías de El Salvador,
- Fundación Mundo Maya,
- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

- **MINISTERIO DE GOBERNACIÓN**

El Ministerio de Gobernación se encuentra representado igualmente en la Junta Directiva de CORSATUR.

Siendo la seguridad uno de los factores más valorados por el turista, no cabe duda de la importancia de cuantas acciones se lleven a cabo al respecto.

Asimismo, el boletín estadístico de turismo es producido gracias a los datos aportados por la Dirección General de Migración por lo que su colaboración es fundamental, especialmente a la hora de introducir cambios en dicho sistema estadístico.

- **MINISTERIO DE HACIENDA**

El Ministerio de Hacienda adquiere especial relevancia en el momento en que la nueva Ley de Turismo sea aprobada ya que intervendrá tanto en la recaudación de los fondos para la promoción de turismo como en el ámbito de los incentivos para fomentar la inversión. La colaboración, por tanto, será aun más estrecha y resultará de vital importancia para el éxito de estas iniciativas.

- **MINISTERIO DE ECONOMÍA**

La Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) al igual que el Banco Central de Reserva (BCR) colaboran con CORSATUR en el establecimiento de la Cuenta Satélite de Turismo, habiendo constituido una comisión interinstitucional que ha iniciado el proceso de formulación de los manuales de aplicación de la cuenta y la identificación de los datos que será necesario recabar de manera conjunta a través de diversas investigaciones.

Este proyecto implica un gran esfuerzo no solo por el desarrollo de la plataforma de información requerida, los procesos de investigación necesarios para la obtención de los insumos del sector turismo y el equipo informático de apoyo, sino que también requiere de personal capacitado y dedicado totalmente a dicho proyecto.

- **MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS (MOP)**

La relevancia del Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial (PNODT) para el sector turístico se evidencia en los diversos objetivos que persigue la política territorial resultante. Dicho Plan hace referencia clara a este sector cuando establece como aspiración el “mejorar las condiciones del entorno para favorecer el desarrollo de las actividades turísticas

- **MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES**

Su misión consiste en "dirigir una gestión ambiental efectiva a través de políticas y normas que en forma participativa y transparente faciliten el desarrollo sostenible de la sociedad salvadoreña."

El Ministerio tiene a su cargo el Sistema de Áreas Naturales Protegidas. Actualmente en El Salvador se han identificado 118 unidades de conservación con potencial de ser integradas en el Sistema de Áreas Naturales Protegidas (SANP). Dentro del SANP, se identificaron 30 áreas que se reconocen como Áreas Prioritarias, que cumplen criterios relacionados con los ecosistemas representados, la extensión, los recursos naturales y culturales contenidos, accesibilidad, base legal e institucional y potencial para el desarrollo a corto y mediano plazo.

- **COMISION EJECUTIVA PORTUARIA AUTONOMA (CEPA)**

El desarrollo del turismo náutico estará, por tanto, condicionado por la regulación que esta entidad establece en el ámbito marítimo.

Igualmente, las regulaciones relacionadas con la construcción, rehabilitación, administración, operación y mantenimiento de los puertos nacionales en general.

- **BANCO MULTISECTORIAL DE INVERSIONES**

Dicha institución presenta un gran interés en el desarrollo turístico del país y trabaja activamente en el diseño de instrumentos financieros que faciliten las inversiones tanto nacionales como extranjeras, haciendo especial hincapié en responder a las dificultades de financiación de las MIPYMES.

#### 1.10.1.2. ORGANIZACIONES DE APOYO AL SECTOR TURISMO<sup>23</sup>

- **LA CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO (CASATUR)**

La Cámara Salvadoreña de Turismo, CASATUR, es una entidad apolítica, sin fines de lucro, que busca reunir en asociación a la totalidad de las empresas relacionadas con el sector turístico salvadoreño. Su objetivo es representar a los socios ante las autoridades, para facilitar soluciones políticas a los problemas comunes que aquejen al sector. No obstante, sus asociados no representan a la totalidad del sector turístico salvadoreño.

CASATUR tuvo su origen a finales de la década de los años setenta, cuando la industria gozaba de gran vitalidad. Sus reuniones, usualmente de concurrida asistencia, se realizan cada dos semanas. La naturaleza de la integración de este consejo dificulta la eficaz representatividad,

---

<sup>23</sup> Ídem. Ver nota 21.

pues algunos de sus miembros tienen escasa relación con el turismo en detrimento de la presencia de otros más directamente involucrados, como podrían ser los artesanos, por ejemplo.

La Asamblea General de Asociados (que alcanza unas 150 personas) se realiza una vez al año. Entre los sectores representados (aunque no de manera exhaustiva) están: hoteles, “tour” operadores, agencias de viajes, restaurantes, empresas de entretenimiento, aerolíneas, arrendadores de autos y socios particulares. Los sectores de mayor presencia son los hoteles y restaurantes.

- **CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y EL ARTE (CONCULTURA)**

El 20 de septiembre, 1991 se promulgó el Decreto Ejecutivo de creación del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA), como una entidad estatal descentralizada del Ministerio de Educación.

La labor de CONCULTURA adquiere relevancia particular en la actualidad, pues la demanda turística a nivel mundial está tendiendo hacia experiencias más saludables y respetables con el entorno, lo cual impulsa a los turistas hacia vacaciones más orientadas a la naturaleza y la cultura.

El turismo no está incluido explícitamente en la agenda de la institución. Para tener un “clúster” de turismo de calidad mundial en El Salvador se requiere acercar los esfuerzos de desarrollo de la cultura con los turísticos, para aprovechar oportunidades.

- **BURÓ DE CONVENCIONES Y VISITANTES**

Este organismo fue fundado en 1973, con el objetivo de “promocionar a El Salvador como destino final para convenciones.” Pese a ello, las actuales condiciones del mercado no le han permitido alcanzar su objetivo. La meta del Buró es posicionarse en el nicho de pequeñas convenciones, aproximadamente entre 700 y 1,000 personas. Dada la infraestructura actual, difícilmente se podría albergar grupos mayores. De hecho, para una convención del tamaño mencionado sería necesario utilizar los 45 hoteles más grandes de San Salvador.

Se ha acelerado el proyecto para la construcción del Centro de Convenciones de San Salvador, el cual estará alojado en la Feria Internacional, ubicada en la Zona Rosa. El éxito potencial de estos proyectos podría tener consecuencias positivas en favor del desarrollo de la industria turística salvadoreña, sobre todo en términos de imagen de país.

- **ORGANIZACIÓN MUNDO MAYA.**

La Organización Mundo Maya (OMM) fue creada en 1992, mediante convenio constitutivo para representar a los Ministros de Turismo de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras, y México, con la finalidad de apoyar el desarrollo del turismo cultural y ambiental de la región Maya mediante el reconocimiento de la importancia de preservar y mantener su patrimonio cultural y natural común.

La prioridad de la Organización es proteger el frágil medio ambiente de la región y mejorar las

condiciones de vida de los grupos sociales vulnerables, a través del desarrollo de proyectos de turismo cultural y ecológico.

El Mundo Maya es un área de más de 500,000 Kkm2, formada por el territorio que actualmente ocupan Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y los estados de los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, en México.

- **ESCUELA ESPECIALIZADA DE INGENIERIAS (ITCA-FEPADE)**

El Salvador es el país de la región con mayores necesidades de capacitación en el área de turismo. Aparte de los seminarios especializados que organiza CORSATUR, actualmente solo existe un centro de formación la escuela especializada de ingenierías (ITCA-FEPADE) exclusivamente en el ramo de alimentos y bebidas, que en todo caso no alcanza niveles de calidad internacional. Las empresas turísticas de sectores que no se relacionan con esos campos (alimentos y bebidas) se ven obligadas a invertir muchos recursos en la formación de personal o en su captación del exterior, sobre todo si se trata de cuadros gerenciales.

El ITCA se constituyó en 1970 por medio de un convenio entre los gobiernos de El Salvador y Gran Bretaña, con el objetivo de formar recursos humanos con Educación Superior no Universitaria capaces de contribuir al fortalecimiento de diversas organizaciones productivas en el país y otras naciones centroamericanas.

Desde 1991, la Fundación Empresarial para el Desarrollo Educativo, FEPADE, es el organismo administrador del ITCA.

Entre las carreras ofrecidas, la más relacionada con el turismo es “Técnico en Preparación y Servicio de Alimentos”, que capacita al estudiante durante dos años en las áreas de cocina, pastelería y servicio de bar y restaurante. Estas materias se complementan con asignaturas teóricas afines a la especialidad, tales como saneamiento de alimentos, compras, control y costos, nutrición y dietas.

#### 1.10.2. INFRAESTRUCTURA DE APOYO A LA ACTIVIDAD TURISTICA<sup>24</sup>

- **EL AEROPUERTO INTERNACIONAL EL SALVADOR**

La Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), dependencia del Ministerio de Economía, es el ente encargado de administrar las instalaciones del Aeropuerto Internacional El Salvador y demás puertos marítimos y ferrocarriles nacionales. Entre los objetivos de esta comisión se encuentra crear la infraestructura adecuada para apoyar el desarrollo de las diferentes industrias del país, entre ellas el turismo.

- **PUERTOS MARÍTIMOS**

El Salvador cuenta con dos puertos principales, ambos públicos. Acajutla es el puerto más importante del país desde el punto de vista de manejo de carga.

---

<sup>24</sup> Ídem. Ver nota anterior.



El otro puerto es el de Cutuco, el cual en el mismo año manejó aproximadamente un 1% del comercio exterior. La administración corre por cuenta del mismo organismo que maneja el Aeropuerto Internacional de El Salvador, la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA). Cabe recalcar que actualmente dicho puerto forma parte de un programa de modernización que el Estado está impulsando.

- **PUERTO DE ACAJUTLA.**

El Puerto de Acajutla está situado en la zona occidental del país, en el Departamento de Sonsonate, a una distancia de 85 km. por carretera de San Salvador.

El puerto data de los años 60 en que se construyó el muelle A, posteriormente en 1970 y en 1975 fueron construidos los muelles B y C, respectivamente. El equipo operacional utilizado para el manejo de carga general y contenedores (transportadores, montacargas, tractores, entre otros) fue renovado casi, en su totalidad, en 1991 con donaciones provenientes de Japón y Estados Unidos, así como con financiamiento de Alemania.

- **PUERTO DE CUTUCO.**

El Proyecto de Construcción del Puerto La Unión (conocido también como Cutuco) comenzó a gestarse en 1994, durante la Administración del Dr. Armando Calderón Sol, año en que se realizó el primer estudio de pre factibilidad con el apoyo de la Agencia de Cooperación Japonesa (JICA).

En marzo de 1999 se tenía finalizado el estudio de factibilidad, con el que se aseguraba que un nuevo puerto era viable en el mismo lugar donde había nacido Cutuco a finales del Siglo XIX.

El 4 de octubre de 2001, la Asamblea Legislativa autorizó suscribir el convenio de préstamo entre El Salvador y el Banco de Cooperación Internacional del Japón (JBIC), que fue ratificado el 18 de diciembre del mismo año.

El 15 de noviembre de 2002, se publicó la invitación internacional para la precalificación de empresas para la Construcción del proyecto. La venta de documentos se programó entre el 18 de noviembre y el 20 de diciembre de 2002. Un total de 53 empresas compraron documentos de precalificación.

Al 18 de agosto de este año 2008 las obras de construcción del Puerto de La Unión están avanzadas en un 88%.

## 1.11. TURISMO EN LA BAHIA DE JIQUILISCO

### 1.11.1. ANTECEDENTES DEL TURISMO EN LA BAHIA DE JIQUILISCO

En el año de 1997 tomó rumbo un proyecto de desarrollo turístico, en Puerto El Triunfo, en el departamento de Usulután, el cual fue realizado por la Asociación Consejo Departamental de Alcaldías de Usulután (ACDAU).

Como parte del impulso al desarrollo local y más específicamente, en la búsqueda de opciones hacia el desarrollo económico, los gobiernos municipales, propietarios de negocios de alimentación y alojamiento, grupos locales de jóvenes, así como representantes de la ciudadanía organizada en Comités Turísticos y Comités de Desarrollo Local, con base en el análisis de las ventajas comparativas de este municipio, en este caso, se optó por apostarle al turismo como un rubro con potencial para crear un dinamismo nuevo de sus economías locales.

La Península de San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco, está ubicada en la costa central oriental de El Salvador, en el Departamento de Usulután. La Península está bordeada al norte por los manglares de la Bahía de Jiquilisco y al sur por una laguna rodeada de manglares, que se extiende de sur-oeste hasta la bocana del Río Lempa. Esta región de islas, pantanos, esteros, tierras donde anidan las tortugas y el ecosistema de manglares es el más grande del país (14,267 hectáreas)<sup>25</sup>.

La economía de San Juan del Gozo, está estrechamente relacionada a los ecosistemas circundantes. Los miembros de la Península utilizan tres diferentes ecosistemas que rodean la comunidad, incluyendo el bosque de manglar, el bosque de tierra seca y el hábitat marino costero. En San Juan del Gozo, el 83% de la generación de ingresos depende de los ecosistemas terrestres y marinos circundantes.

---

<sup>25</sup> Secretaría Ejecutiva del Medio Ambiente. (SEMA, 1995.). Institución que se encarga de proteger los recursos naturales

Se puede llegar por la Carretera Litoral hacia la Península de San Juan del Gozo, se recomienda un vehículo todo terreno, ya que el acceso es difícil; sin embargo hay otro recorrido por el desvío de la ciudad de Jiquilisco que lleva a Puerto El Triunfo.

La bahía de Jiquilisco posee una belleza impresionante y es uno de los pocos lugares en donde se pueden ver a las tortugas marinas.

Es una reserva natural, por ser el manglar más grande del país, también es el lugar donde se han encontrado gran diversidad de aves silvestres, reptiles y moluscos. Es la única zona de anidación para muchas aves, y también el lugar de destino o paso de más de 80 especies de aves migratorias internacionales.

Las tortugas: prieta, de carey, golfina y baule; visitan la bahía de Jiquilisco para su reproducción o para su anidación.

La bahía de Jiquilisco posee un clima caliente-tropical y existen algunas ciudades como Puerto El Triunfo donde sus pobladores se dedican principalmente a la pesca, además de la ganadería, agricultura, crianza de animales, caza y recolección de madera.

#### 1.11.2. MONOGRAFIA Y RESEÑA HISTORICA DEL MUNICIPIO DE JIQUILISCO

En la costa sur del Departamento de Usulután, existe el estero llamado antiguamente “**Bahía Xirihualtique**” (en lengua Potón, “Bahía de Las Estrellas”) y hoy Bahía de Jiquilisco; siendo el

ecosistema marino costero más importante de El Salvador, que comprende 55 kilómetros de costa, desde la desembocadura del Río Lempa hasta la bocana La Chepona en Juacuarán, contiene 27 islas e islotes y 22,912 hectáreas de manglares.<sup>26</sup>

El municipio de Jiquilisco o Xiquilisco fue fundado en la época precolombina por tribus Lencas cerca de la bahía del Espíritu Santo.

En el idioma potón hablado por las tribus Lencas, Xiquilisco significa “hombres de xiquilit”, pues proviene de las raíces xiquilit, índigo, jiquilite (planta de la cual se extrae la tinta anual o tinta añil); e ixco, hombre. En otras palabras, Jiquilisco viene a ser el “pueblo de los hombres que cultivan el índigo y benefician el añil”.

En 1550 el pueblo tenía alrededor de mil habitantes y era uno de los pueblos más importantes del país.

En 1770 era un pueblo anexo al curato de Usulután y en 1786 ingresó al partido o distrito de Usulután. En 1824 entró a formar parte del departamento de San Miguel, y en 1865 al departamento de Usulután.

Por decreto legislativo del 14 de febrero de 1874, se le otorgó el título de villa. El intenso desarrollo de su industria salinera, su considerable movimiento comercial y el florecimiento de su

---

<sup>26</sup> Monografía de comunidad de Jiquilisco. Elaborada por la Casa de la Cultura del municipio en 1995

agricultura, fue premiado durante la época del presidente Dr. Pío Romero Bosque, de tal forma que se le otorga el título de ciudad en 1928.<sup>27</sup>

El tipo de cultivo predominante del municipio eran los granos básicos (maíz y maicillo), cítricos, cocos, mangle y pastos. El maíz y maicillo ocupaban grandes áreas de las planicies y faldas de las colinas, pero su principal rubro era el algodón, cultivo idóneo por la calidad de tierras, clima y precipitación.

La parte costera de Jiquilisco, se dedicó a partir de 1950 al cultivo de algodón protegido por un sistema de bordas. El algodón logró su desarrollo gracias a la erradicación de la malaria y de las plagas, la disminución de las importaciones de productos manufacturados desde Europa debido a la segunda guerra mundial y la construcción de la Carretera Litoral y del ferrocarril. El cultivo del algodón provocó una fuerte migración de campesinos del norte del país hacia la costa.<sup>28</sup>

Con el auge del algodón en la zona costera de Usulután, se modificó la estructura agraria, de tal forma que entre 1950 y 1980 existían: campesinos sin tierra que vivían en los pueblos y eran jornaleros de las algodonerías, colonos que vivían y trabajaban en las haciendas algodonerías, y los algodoneros, los propietarios de las haciendas.

---

<sup>27</sup> Monografía de comunidad de Jiquilisco. Elaborada por la Casa de la Cultura del municipio en 2000.

<sup>28</sup> Diagnóstico del Sistema Agrario de Usulután. Veterinarios sin Fronteras. Mayo de 1996. p. 14

## MAPA DEL DEPARTAMENTO DE USULUTÁN



Si partimos de que en 1971 la superficie del municipio era 20,591.5 hectáreas, el algodón ocupaba el 42% de dicha superficie como lo muestran los siguientes datos:<sup>29</sup>

<sup>29</sup> DIGESTYC. Tercer Censo Nacional Agropecuario. 1971

**CUADRO 4. SUPERFICIE CULTIVADA EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO**

SUPERFICIE CULTIVADA EN EL MUNICIPIO DE JIQUILISCO	
Rubro	Nº Hectáreas
Maíz	1,835.1
Frijol	5.6
Arroz	328.6
Maicillo	24.7
Asociados	1,097.3
Algodón	8,641.6
Caña	1.7
Café	0.7
Pastos	6,306.8
Bosques y otros	2,349.4
<b>Total</b>	<b>20,591.5</b>

Fuente: DIGESTYC. Tercer Censo Nacional Agropecuario. 1971

Jiquilisco junto con Jucuarán, eran consideradas las principales zonas productoras de algodón del país.

Las llanuras costeras al sur de la Carretera Litoral estaban ocupadas por grandes haciendas de algodón, caña de azúcar y ganadería de engorde.

Jiquilisco fue de mucho movimiento comercial, especialmente en los alrededores de San Marcos Lempa, lugar donde el comercio tuvo un gran auge. Los sábados y domingos acudían comerciantes de todo el país comerciando toda clase de artículos; era como una feria.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Maximiliano Antonio Alfaro, Monografía de Usulután.



Los núcleos principales de relación regional en la zona eran las ciudades de Usulután, San Miguel y Santiago de María. Los municipios costeros se relacionaban con Jiquilisco, Puerto el Triunfo y Jucuarán.

Jiquilisco y San Marcos Lempa (junto con Usulután, Ereguayquín y Concepción Batres) se caracterizaron por su carácter comercial, por la existencia de un sector informal y por la concentración de mano de obra. Estos pueblos eran la principal reserva de las haciendas agroexportadoras de la llanura costera.<sup>31</sup>

Se puede decir que Jiquilisco era el municipio más poblado de Usulután debido a la fuerte demanda de fuerza de trabajo de las plantaciones algodoneras, lo que provocó un movimiento inmigratorio de otros lugares.

Durante el conflicto armado, Usulután fue uno de los departamentos más afectados. En Jiquilisco la guerra alcanzó altos niveles de confrontación, siendo escenario de fuerte actividad militar, operativos de desalojo, combates, quemaduras, etc.

Debido al conflicto, gran parte de la población civil se vio obligada a desplazarse hacia otras zonas del país o hacia refugios de otros países; la poca gente que se mantuvo en la zona vivió aislada, lo que los obligó a mantenerse unidos y organizados en función de afrontar sus necesidades elementales de alimentación, salud, educación, etc.; vivieron en permanente

---

<sup>31</sup> Nassar Camacho. Los pequeños productores en el departamento de Usulután. Julio 1993

movilidad como producto de los combates, invasiones, quemas de cultivos, etc., pudiendo sobrevivir gracias al cultivo de pequeñas milpas y crianza de algunos animales de corral.

Con el abandono de las tierras, el cultivo más afectado fue el algodón, el cual sufrió la más fuerte de sus crisis en 1980 y de ahí en adelante no se pudo recuperar.<sup>32</sup>El abandono de las haciendas degradó las condiciones físicas y técnicas de la producción, se perdieron cercas, canales, bodegas, etc., pero por otro lado, se provocó una buena recuperación de los bosques y manglares.

#### 1.12. MARCO LEGAL<sup>33</sup>

Durante muchos tiempo El Salvador permaneció sin una ley que regulara, normara o incluso fomentara la industria turística, no fue hasta diciembre del año 2005 que la asamblea legislativa ratifico y posteriormente en el mismo mes el órgano ejecutivo sancionara la actual ley del turismo con que cuenta el país. A continuación se presenta el cuadro # 6 donde se sintetiza de una manera general los apartados más importantes de dicha normativa.

---

<sup>32</sup> Diagnóstico de Usulután. Veterinarios sin Fronteras

<sup>33</sup> Corte suprema de justicia, centro de documentación judicial, ley de turismo. [www.csj.gob.sv](http://www.csj.gob.sv).  
Corte suprema de justicia, centro de documentación judicial, ley de medio ambiente. [www.csj.gob.sv](http://www.csj.gob.sv).

En el siguiente cuadro se presenta una síntesis de los artículos más importantes de la ley de medio ambiente. Uno de los objetivos de esta ley es el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones. Dicha normativa fue ratificada por la asamblea legislativa en marzo del año de 1998 y publicada en el diario oficial en mayo del mismo año.

**CUADRO 5. NORMATIVA LEGAL RELACIONADA CON LA INDUSTRIA TURÍSTICA  
SALVADOREÑA**

<b>CONSTITUCIÓN POLÍTICA</b>	Que el Art. 101 de la Constitución establece que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.				
<b>LEY TURISMO</b>	CAPÍTULO I  OBJETO Y DEFINICIONES  Art. 1., Art. 2.	CAPÍTULO II  COMPETENCIAS EN MATERIA DE TURISMO  Art. 5.	CAPÍTULO III  DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO  Art. 9.	CAPÍTULO VI  FOMENTO A LA INDUSTRIA TURÍSTICA  Sección A  De los Beneficios e Incentivos  Art. 20.	CAPÍTULO VII  DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES  Art. 26.
<b>LEY DE MEDIO AMBIENTE</b>	Art.1, Art.19, Art.23, Art.31, Art.47, Art.48, Art. 50, Art.51, Art.78, Art.116.				

## CONCLUSIONES

- Como se ha podido ver El Salvador cuenta, desde hace muchos años, con instituciones encargadas de coordinar esfuerzos con el único objetivo: convertir a El Salvador en un destino turístico.
- Hace pocos años El Salvador decidió apostarle fuertemente a la industria turística, para lo cual fue necesario aprobar una serie de leyes y reglamentos que ayudaran a potenciar la industria así como a regularla.
- En la parte de infraestructura a pesar de ser un país pequeño, y que perdió mucho tiempo en ver el turismo como una fuente de ingreso importante, el país cuenta con uno de los aeropuertos más modernos de América central y puertos igualmente importantes.

## RECOMENDACIONES

- A pesar de las muchas instituciones que se encargan de apoyar el turismo podemos decir que muchas de ellas con el paso del tiempo se han vuelto obsoletas o burocráticas en ese caso debe hacerse una reestructuración para volverlas más eficientes.
- Si bien es cierto existe una legislación encargada de proteger los recursos naturales podemos darnos cuenta que en muchos casos esta no es cumplida aún por las mismas autoridades, en vista de eso la recomendación como grupo es fomentar el cumplimiento de la ley del medio ambiente y recursos naturales.
- Si bien es cierto el país cuenta con puertos y aeropuertos modernos y un servicio de transporte aceptable hay que hacer notar que muchos lugares con un atractivo natural estupendo las vías de acceso a dichos lugares es aún precaria, es nuestra recomendación como grupo pues se invierta más en este rubro.

## **CAPÍTULO II.**

**“DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO CON RESPECTO A LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA ZONA.”**

## **IMPORTANCIA**

No se puede realizar un trabajo de investigación adecuadamente si no hay un diagnóstico previo de la situación actual, el cual debe disponer de las herramientas necesarias para recolectar la información. Estas herramientas deben ser lo más claras y objetivas posibles para obtener información veraz y confiable que ayude a reflejar la verdadera situación del problema a tratar.

Una de esas herramientas, es la encuesta, que en este trabajo fue pasada tanto a los pobladores de la Península San Juan del Gozo para conocer la opinión que ellos tenían acerca de la creación de un complejo turístico en la zona, y a los turistas para conocer cual era la motivación para visitar el lugar.

Además de las encuestas, la observación y las visitas al lugar son de gran ayuda para tener una percepción acerca del lugar y el pensar de los pobladores.

## OBJETIVOS

### GENERAL

- Hacer un diagnóstico en la Península San Juan del Gozo, para conocer los gustos y preferencias que tienen los turistas y la opinión de los habitantes con respecto a la creación de un complejo turístico.

### ESPECÍFICOS

- Conocer cuál es el lugar de procedencia y las principales motivaciones de las personas que visitan la Península San Juan del Gozo para determinar el mercado meta del proyecto.
- Hacer un diagnóstico de la infraestructura turística que existe en la Península San Juan del Gozo y de los atractivos naturales con que cuenta la zona.
- Confirmar que la Península San Juan del Gozo en la Bahía de Jiquilisco, cuenta con los atractivos naturales que el turista busca en un ambiente tropical.



### 3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El desarrollo turístico en la Península San Juan del Gozo es un desafío que data desde 1970, son muchas las iniciativas de pobladores organizados y agentes privados que han tratado de convertir a la Península en un destino turístico, pero debido a factores políticos y económicos esta tarea a tenido que ser postergada para atender otros problemas más urgentes.

En la primera mitad de este siglo XXI El Salvador ha decidido apostarle fuertemente a la industria turística y convertirla en una importante fuente de ingresos para el país.

Son precisamente estos aspectos los que motivan a realizar una investigación y así medir el potencial que tenga o no la zona y poder contribuir, tanto con la población del lugar en el sentido de generar mayores ingresos para ellos y a la vez contribuir al esfuerzo por convertir al país en un destino turístico.

#### 3.1.2. SUPUESTOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Después de algunas visitas a la Península San Juan del Gozo se pueden apreciar los recursos naturales con que cuenta la zona así como las condiciones de pobreza en que viven sus habitantes.

La investigación que se realiza es la factibilidad técnica-económica para la creación de un complejo turístico en la Península San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco en el Departamento de Usulután.

Los supuestos de los cuales parte la investigación son básicamente los siguientes:

1. Que la Península San Juan del Gozo cuenta con recursos naturales suficientes para convertirse a mediano plazo en un destino turístico importante.
2. Que la oposición de los pobladores a desarrollar turísticamente la Península San Juan del Gozo será mínima.
3. De ser factible la creación del complejo turístico en la Península San Juan del Gozo se mejoraría los ingresos de sus habitantes.

### 3.1.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1.3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la presente investigación se optó por poner en práctica dos métodos investigativos como lo son: **El Método Analítico y el Método Sintético.**

Básicamente el Método Analítico consiste en descomponer el todo en cada una de sus partes, es decir, va de lo general a lo particular.

En este caso con la ayuda de las técnicas de investigación que se emplearon, específicamente la encuesta a través del cuestionario, se recolectó valiosa información que se analizó detalladamente con el propósito de comprender las distintas partes involucradas en el problema sujeto de estudio.

Mientras que el Método Sintético reúne cada una de las partes para formar un todo, es decir, va de lo particular a lo general.

Luego de analizar detalladamente la información disponible se procedió a sintetizarla, es decir, ver con una óptica más amplia los hallazgos encontrados a fin de poder hacer un diagnóstico del problema en estudio.

#### 3.1.3.1.1. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN

Análisis: Es la técnica estadística para establecer la clasificación cuantitativa y en categorías sistemáticas de los elementos que forman toda comunicación social.

Una vez diseñadas y aprobadas las herramientas para recopilar la información se pretenden hacer visitas para encuestar a los pobladores y turistas en la península San Juan del Gozo, una

vez que esto se haya hecho se procederá a tabular, analizar y clasificar la información recolectada.

Síntesis: Se define como el método de demostración que procede de los principios a las consecuencias, de las causas a los efectos. La síntesis se da en el planteamiento de los supuestos.

Una vez que se cuente con la información recolectada en la investigación de campo, se estará en condiciones de sintetizarla con el objeto de efectuar un diagnóstico lo menos sesgado posible.

### 3.1.3.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1.3.2.1. OBSERVACIÓN

Es el registro sistemático válido y confiable de comportamiento. Para el desarrollo de la presente investigación se hace uso de esta técnica para recolectar la información inicial para la realización del estudio, que será importante para conocer los recursos naturales del lugar así como la localización óptima para implementar un posible proyecto de inversión, además de observar la afluencia de turistas a la zona.

Para poner en práctica esta actividad se necesitó la ayuda de algunos pobladores conocidos de la zona aprovechando que uno de los miembros del grupo es del departamento de Usulután, específicamente de Jiquilisco.

### 3.1.3.2.2. ENCUESTA (ver anexo B-1, B-2)

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

Dentro de la investigación de campo que se realizó esta técnica de investigación proporcionó mayor información para comprobar o refutar la hipótesis, para tal motivo se realizaron dos encuestas: Una dirigida a los pobladores de la zona, que servirá para conocer su opinión acerca de la creación de un complejo turístico en el lugar, y la segunda dirigida a los turistas que visitan la Península y así conocer sus gustos y preferencias y evidenciar si el lugar satisface sus expectativas como un destino turístico.

### 3.1.3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN APLICADAS AL ESTUDIO

#### 3.1.3.3.1. FUENTES PRIMARIAS DE INFORMACIÓN

Se puede decir que la información primaria es aquella obtenida por medio de observaciones, experimentos, encuestas, entrevistas, etc., y que tienen como finalidad resolver un problema a través de la investigación.

Por consiguiente, las fuentes primarias de información que se emplearán en este estudio serán:

- Entrevistas con líderes comunales de la Península San Juan del Gozo involucrados en el tema,
- Visitas a la Alcaldía Municipal de Jiquilisco,
- La observación a través de algunas visitas preliminares a la Península San Juan del Gozo,
- La información obtenida de los pobladores de la Península San Juan del Gozo,
- La información obtenida de los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo.

#### 3.1.3.3.2. FUENTES SECUNDARIAS DE INFORMACIÓN

Son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicados en un área de conocimiento en particular.

Además, la fuente de información secundaria está compuesta por toda aquella información ya existente y que ya fue recopilada para alguna finalidad, por ejemplo, revistas, boletines, páginas Web, directorios, libros, tesis, etc.

Las fuentes de información secundarias a emplear en la investigación serán:

- El Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR),
- La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR),
- El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU),
- La pagina Web de la Organización Mundial de Turismo (OMT),

- Tesis que traten sobre el tema de turismo.

#### 3.1.3.4. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA

##### 3.1.3.4.1. UNIVERSO

Es un conjunto de individuos que se someten a un estudio para llevar a cabo la investigación, en este caso el universo estará constituido por los hogares de la Península San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco, Departamento de Usulután.

Como ya se explico más arriba existen dos grupos de interés a encuestar, debido a que su opinión es importante para el desarrollo del presente estudio: estos son los pobladores de la zona representados a través de los hogares de la zona y, los turistas que visitan la Bahía de Jiquilisco representados como la demanda turística. Ahora bien, estos dos grupos constituyen “universos estadísticos” distintos necesarios para determinar la “muestra estadística” que requiere el estudio.

En el siguiente apartado se detalla el cálculo para encontrar la muestra estadística referente a los pobladores de la zona o, lo que es lo mismo, los hogares a encuestar.

**NOTA:** Debido a la ausencia de datos estadísticos y censos municipales de la afluencia turística en la Bahía de Jiquilisco; para los visitantes de la Península se ha tomando como muestra por conveniencia a 65 personas que visiten la Bahía de Jiquilisco las cuales fueron turistas y/o excursionista escogidos aleatoriamente.

### 3.1.3.4.2. MUESTRA

Es la fracción representativa de la muestra de una población o de un universo estadístico.

En la investigación la técnica a utilizar será el muestreo aleatorio simple, ya que todos los elementos de la población están en la capacidad de responder la encuesta.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula estadística correspondiente a poblaciones finitas, ya que la población es menor a 10,000 unidades muestrales.

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

En donde:

n : Numero de elementos (tamaño de la muestra ).

N : Universo de la población.

z : Nivel de confianza.

p : Probabilidad de éxito.

q : Probabilidad de fracaso.

e : Margen de error.



**Sustituyendo en la fórmula se tiene:**

N = 1098 Hogares <sup>34</sup>

p = 70%

q = 30%

e = 10%

z = 1.96

Aplicando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 (1098) (0.70) (0.30)}{(0.10)^2(1098-1)+ (1.96)^2 (0.70) (0.30)}$$

n = 77.22 ≈ **77 hogares**

### 3.1.3.5. MÉTODO DE TABULACIÓN

#### TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información que se obtuvo de los diferentes instrumentos utilizados para la recolección de datos será tabulada a través de office 2007, específicamente en Excel 2007, por la calidad y variedad de gráficos que puede generar.

---

<sup>34</sup> Proporcionado por Alcaldía Municipal de Jiquilisco.

## 3.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

### 3.2.1. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA (ver anexo B-3)

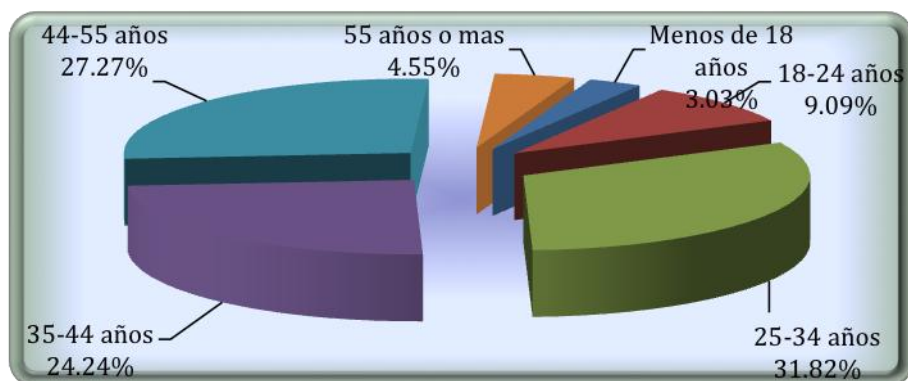
Este apartado hace referencia a la encuesta dirigida a los turistas que visitan la Bahía de Jiquilisco, para conocer la opinión que tienen, el cuestionario consta de dos partes: en la primera parte se detallan los datos generales como edad, sexo, entre otros. La segunda parte está compuesta de 14 preguntas que buscan investigar datos específicos de los turistas como la opinión que tienen acerca de la bahía de Jiquilisco. Esta encuesta fue respondida en las vacaciones agostinas del 2008 por 66 turistas escogidos aleatoriamente, en los anexos se detallan cada una de las preguntas con su respectiva tabulación, análisis y gráfico.

A continuación se presentan las preguntas más importantes de la encuesta realizada a los turistas y en los anexos se detallan cada una de las preguntas tabuladas con su respectivo gráfico.

## PREGUNTA 1

¿EDAD QUE TIENEN LOS TURISTAS QUE VISITAN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

GRÁFICO 1



CUADRO 1

Código	Criterio	frecuencia	porcentaje
1	menos de 18	2	3.03%
2	18-24	6	9.09%
3	25-34	21	31.82%
4	35-44	16	24.24%
5	44-55	18	27.27%
6	55 o mas	3	4.55%
	total	66	100.00%

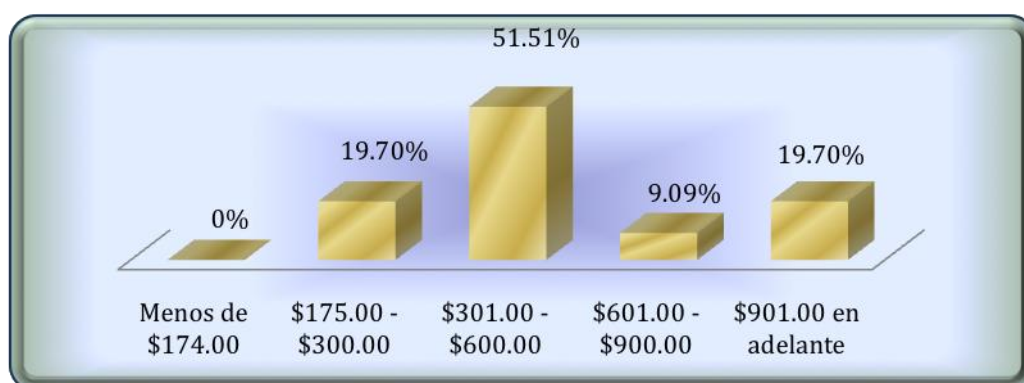
Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.

**ANÁLISIS:** El turista que visita la Península San Juan del Gozo, en su mayoría está englobado en dos grandes bloques el primero que oscila entre los 25 y 44 años de edad con un 56.06%, seguido por el turista que oscila entre los 44 a 55 años con un 27.27%; en el restante 16.67% están comprendidos los jóvenes menores a 25 años y los adultos mayores a 55 años.

## PREGUNTA 2

¿CUÁL ES NIVEL DE INGRESO PARA EL HOGAR CON QUE CUENTA EL TURISTA QUE VISITA LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

### GRÁFICO 2



### CUADRO 2

Código	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	menos de \$174		
2	\$175.00 - \$300.00	13	19.70%
3	\$301.00-\$600.00	34	51.52%
4	\$601.00-\$900.00	6	9.09%
5	\$901.00 en adelante	13	19.70%
	Total	66	100.00%

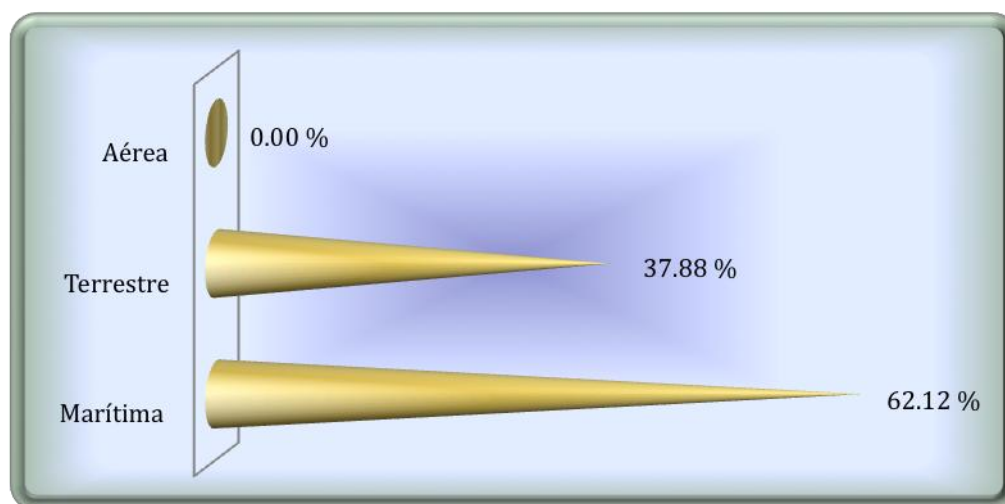
*Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.*

**ANÁLISIS:** El nivel de ingresos para el hogar con que cuenta el turista que visita la Península San Juan del Gozo es mayor al sueldo mínimo establecido en El Salvador, solamente un 19.70% oscila entre \$175.00 y \$300.00, la mayoría tiene un ingreso mensual de entre \$301.00 y \$600.00 (un 51.51%), un 9.09% tiene ingresos que oscilan entre \$601.00 y \$901.00 mensuales y un 19.70% tiene ingresos que sobrepasan los \$901.00 al mes.

### PREGUNTA 3

¿QUE VÍA UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

GRÁFICO 3



CUADRO 3

Código	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	Marítima	41	62.12%
2	Terrestre	25	37.88%
3	Aérea	0	0
	Total	66	100.00%

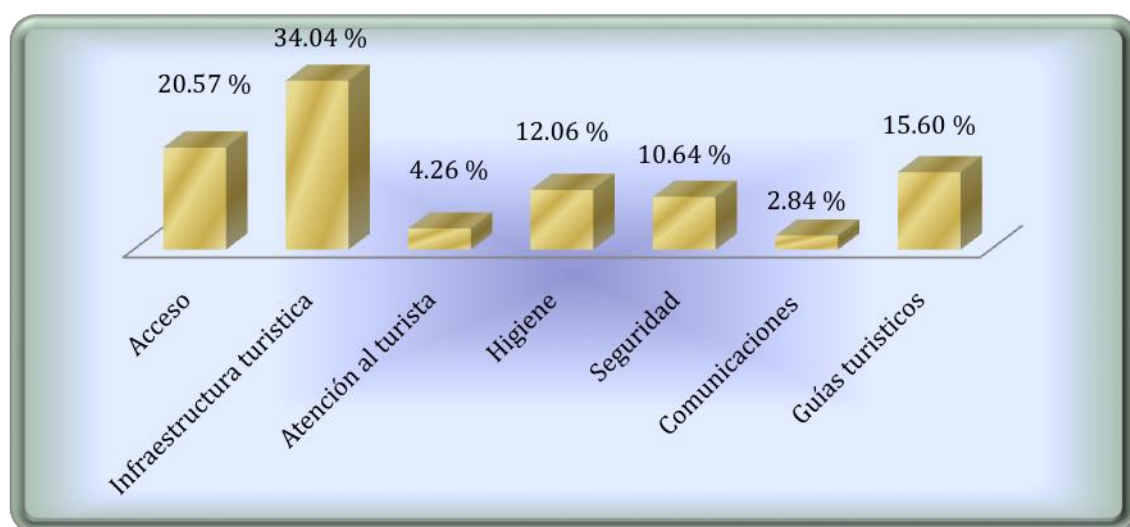
*Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.*

**ANÁLISIS:** La gran mayoría de los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo prefieren hacerlo por vía marítima (62.12%) ya que el acceso vía terrestre es un poco difícil en esta época del año (Agosto, mes en que se realizó la encuesta de opinión) debido a las lluvias.

#### PREGUNTA 4

¿QUE ASPECTOS CREE QUE SE DEBERÍAN MEJORAR EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

GRÁFICO 4



CUADRO 4

Código	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
01	Acceso	29	20.57%
02	Infraestructura	48	34.04%
03	Atención al turismo	6	4%
04	Higiene	17	12.06%
05	Seguridad	15	10.64%
06	Comunicaciones	4	2.84%
07	Guías turísticos	22	15.60%
08	Otros		
	Total	141	100.00%

Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.

**ANÁLISIS:** La infraestructura turística y el acceso a la Península San Juan del Gozo son los principales aspectos que el turista cree se deben de mejorar con un 34.04% y un 20.57% respectivamente, seguido por un servicio de guías turísticos en la zona con el 15.60%, el 12.06% y el 10.64% opina que se debe mejorar en aspectos como la higiene y seguridad

respectivamente, en un porcentaje menor pero no menos importante se ubica la atención al turista y las comunicaciones respectivamente.

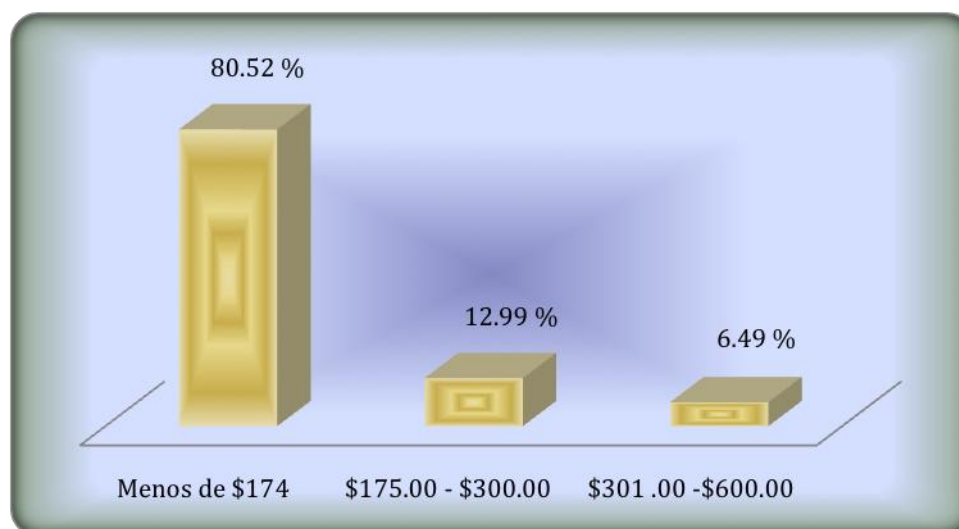
### 3.2.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OPINIÓN DE LOS POBLADORES DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO (ver anexo B-4)

En este apartado se detalla la encuesta dirigida a los pobladores, para conocer su opinión acerca del proyecto, el cuestionario consta de dos partes, la primera parte de datos generales y la segunda parte con datos específicos compuesto también de 14 preguntas, esta encuesta al igual que la de los turistas fue contestada en el mes de agosto del 2008. La encuesta de los pobladores fue respondida por 77 personas escogidas aleatoriamente. En los anexos se detalla cada pregunta con su respectiva tabulación, análisis y gráfico.

## PREGUNTA 5

¿INGRESO POR HOGAR DE LOS POBLADORES DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

GRÁFICO 5



CUADRO 5

Código	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	menos de \$174.00	62	80.52%
2	\$175.00 - \$300.00	10	12.99%
3	\$301.00 - \$600.00	5	6.49%
4	\$601.00 - \$900.00		
5	\$901.00 en adelante		
	Total	77	100.00%

*Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.*

**ANÁLISIS:** Al preguntar a los encuestados sobre su nivel de ingresos mensual por hogar el 80.52% de ellos nos respondió que sus ingresos son menores a \$174. Esto se justifica al visitar el lugar y darse cuenta que la extracción de mariscos en la bahía es una de las principales actividades económicas del lugar, muy mal remunerada y en la que muchos niños participan, de

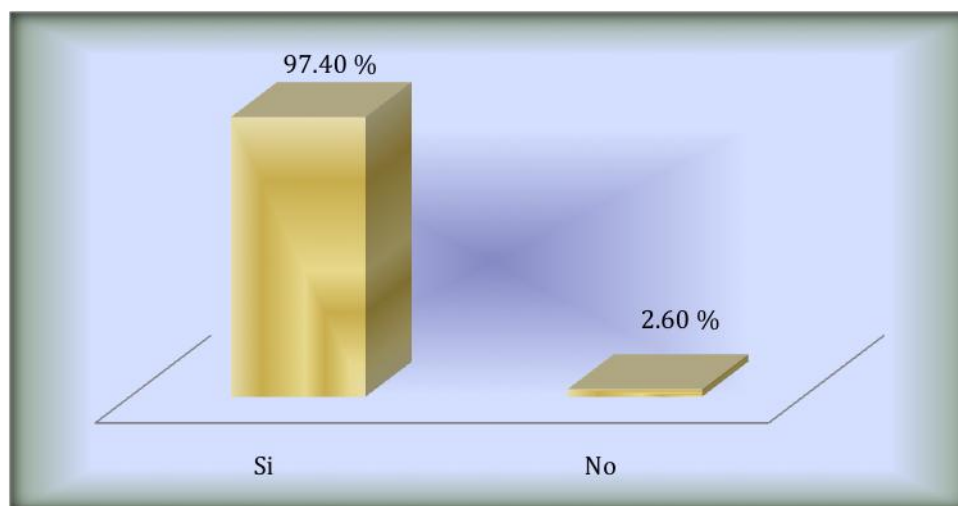


ahí que se hace urgente la creación de nuevas fuentes de empleo en las que la salud de los menores de edad no estén en peligro.

#### PREGUNTA 6

**¿USTED ESTA DE ACUERDO EN QUE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO SE DESARROLLE TURISTICAMENTE?**

**GRÁFICO 6**



**CUADRO 6**

Código	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	si	75	97.40%
2	no	2	2.60%
	Total	77	100.00%

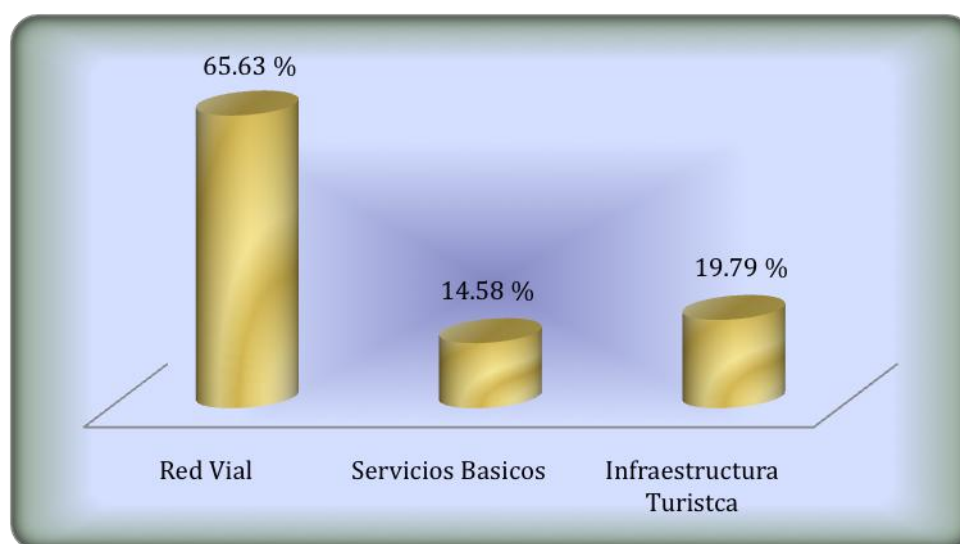
*Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.*

**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores si están de acuerdo en el desarrollo turístico de la zona el 97.40% de los encuestados respondió que sí y solo un 2.60% respondió que no. Esta respuesta es hasta cierto punto evidente debido a los bajos ingresos de la zona y la falta de oportunidades para los jóvenes.

### PREGUNTA 7

¿CUAL CONSIDERA USTED QUE ES EL PRINCIPAL PROBLEMA QUE TIENE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO PARA QUE SE DESARROLLE TURISTICAMENTE?

GRÁFICO 7



CUADRO 7

Código	Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1	red vial	63	65.63%
2	servicios básicos	14	14.58%
3	infraestructura turística	19	19.79%
4	otros	0	0
	Total	96	100.00%

Fuente: elaborado por grupo de trabajo de graduación.

**ANÁLISIS:** Al preguntarle a los pobladores cual es el principal problema que tiene la Península San Juan del Gozo el 65.63% respondió que la red vial, el 19.79% respondió que la infraestructura turística y el 14.58% de los pobladores respondió que los servicios básicos.

## 3.3. ANÁLISIS FODA

**Cuadro 2. Análisis FODA**

PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO, BAHÍA DE JIQUILISCO DEPARTAMENTO DE USULUTÁN			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
1.Existencia de playas de calidad sin excesiva urbanización 2.Área de gran atractivo natural. 3.Zonas inexploradas del litoral. 4.Productos gastronómicos del mar. 5.Múltiples accesos a la Península.	1. Proyecto Península San Juan del Gozo. 2. Ampliación y mejora de carreteras. 3. Existencia de una importante demanda potencial. 4. Desarrollo local a través de la generación de empleos. 5.Contribución significativa al PIB nacional.	1. Deficiencias en calidad y servicios. 2. Carencia de todo tipo de hoteles. 3. Escasa oferta complementaria 4. Costosa rehabilitación de las zonas degradadas. 5. Escasa promoción del lugar. 6. Carencia de mano de obra especializada	1. Urbanización descontrolada 2. Degradación medioambiental 3. Presión demográfica. 4. Práctica de actividades contaminantes. 5. Privatización del frente marino en determinadas zonas.

### 3.4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO RESPECTO AL DESARROLLO TURÍSTICO

#### 3.4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION TURÍSTICA EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO.

La presente sección analiza la situación turística existente en la Península San Juan del Gozo evaluando cuantitativa y cualitativamente la capacidad de acogida del destino y su configuración como tal.

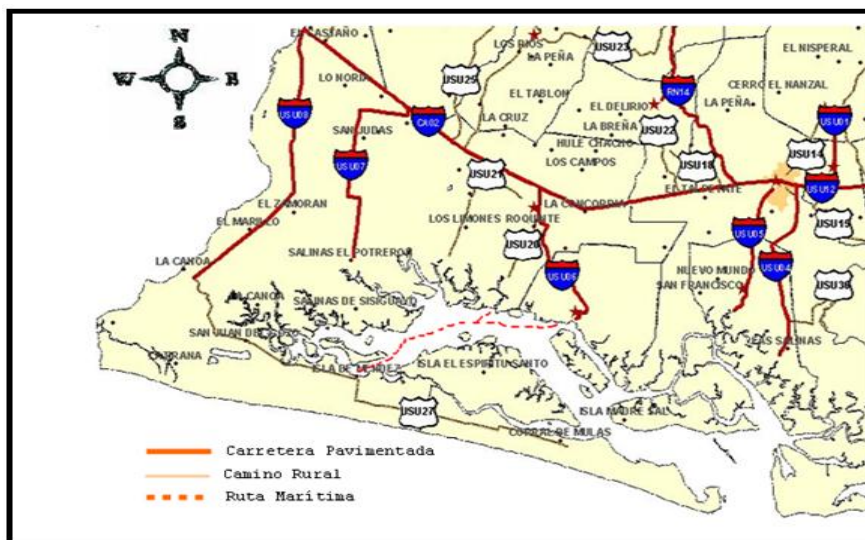
En aras de planificar exitosamente el desarrollo turístico de la zona, se hace necesario evaluar la capacidad de adaptación de éste a las necesidades y expectativas del turista real y potencial a fin de poder justificar una serie de mejoras necesarias para cada uno de los elementos que conforman la oferta turística.

##### 3.4.1.1. ACCESIBILIDAD Y TRANSPORTE EN LA BAHIA DE JIQUILISCO

#### **ACCESO VIAL**

El acceso a la Península San Juan del Gozo vía terrestre se realiza desviándose por San Marcos Lempa sobre la carretera el Litoral encontrando los primeros 18 Km. totalmente pavimentados hasta la comunidad La Canoa, y se prevé que en un futuro la carretera llegue hasta Corral de Mulas (Proyecto en ejecución).

## CUADRO 6. ACCESO A LA PENINSULA SAN JUAN DEL GOZO



Fuente: Ministerio de Obras Públicas

### ACCESO MARÍTIMO

El acceso marítimo hacia La Península San Juan del Gozo se puede realizar por; Puerto Los Avalos en Jiquilisco y Puerto El Triunfo.

### ACCESO AEREO

El acceso aéreo es posible ya que La Península San Juan del Gozo cuenta con tres pistas de aterrizaje en buenas condiciones para aeronaves livianas.

### 3.4.1.2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y RECURSOS NATURALES

Es un ecosistema muy diversificado que lo componen 55 Km. de costa, 27 islas y más de 22,000 hectáreas de manglares. Sirve de hábitat para varias especies marinas, incluyendo el pelicano, la garza blanca, caimanes, cocodrilos, tortugas marinas, etc. En este inmenso bosque salado habitan unas 230 especies de aves, 118 tipos de peces, 32 tipos de reptiles, 12 tipos de anfibios, todos conviviendo con otros 34 mamíferos. Es sin lugar a duda uno de los lugares en el área centroamericana con mayor riqueza de fauna.



Lugar: Palacio de las Aves



Lugar: Cantón Isla de Méndez



Lugar: Isla Madresal

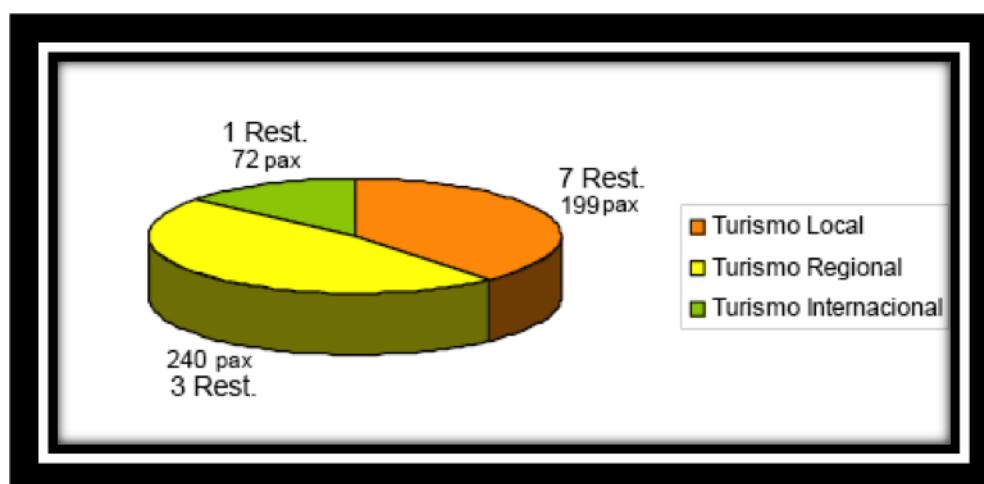


Lugar: Corral de Mulas

### 3.4.1.3. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA

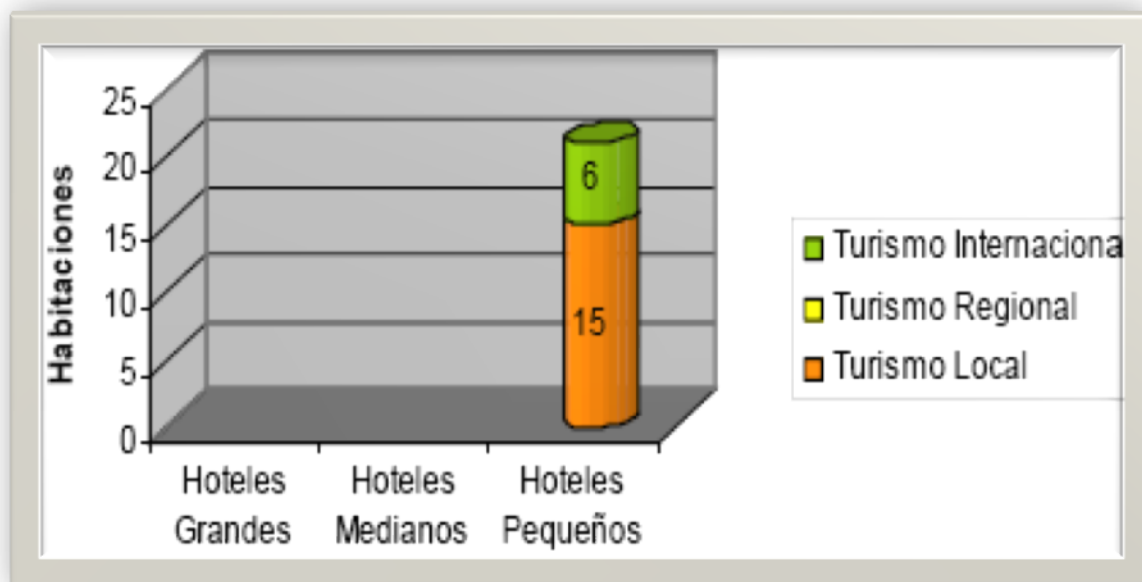
Para atender la demanda turística el municipio cuenta con una infraestructura turística compuesta de pocos restaurantes y lugares para alojarse por más de 24 horas, a continuación se presentan los cuadros 2 y 3 que reflejan esta situación:

**CUADRO 7: RESTAURANTES QUE OPERAN EN JIQUILISCO**



Fuente: Ministerio de Turismo (MITUR)

Como podemos apreciar en este cuadro la existencia de restaurantes que operan en Jiquilisco no son suficientes para atender una industria turística que se espera tenga tasas de crecimiento mayores en los próximos años. Un dato que resalta es el de que solo existe un restaurante que tiene las condiciones para atender el turismo internacional.

**CUADRO 8. ALOJAMIENTO DISPONIBLE EN JIQUILISCO**

Fuente: Ministerio de Turismo (MITUR)

En cuanto al alojamiento disponible en Jiquilisco para atender la demanda del turismo internacional también es preocupante ya que no existen los suficientes hoteles pequeños para atender a este segmento de mercado que se espera sea muy significativo en la zona en un mediano plazo.



### CUADRO 9. SERVICIOS E INSTALACIONES VARIAS

ATRATIVOS TURISTICOS	Necesita Mejorar	Regular	Buena	Excelente
<b>SERVICIOS</b>				
ENERGÍA ELÉCTRICA			■	
ASISTENCIA MÉDICA			■	
TRANSPORTE PÚBLICO INTERNO		■		
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO			■	
GUÍAS DE TURISMO LOCALES	■			
OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	■			
ALCALDÍA DE JIQUILISCO		■		
AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORES DE TURISMO	■			
<b>INSTALACIONES VARIAS</b>				
ESTACIONES DE GASOLINA		■		
TERMINAL DE AUTOBUSES	■			

Fuente: Ministerio de Turismo

El cuadro anterior muestra una serie de servicios e instalaciones que necesitan mejorarse, entre las que destacan, los servicios de tour operadores. La importancia de este tipo de negocios es necesaria porque ayuda a dar a conocer el lugar y a potenciar la demanda turística tanto nacional como internacional.

#### 3.4.2. DIAGNÓSTICO DE LA 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. En esta

evolución, el nuevo turista reclama productos novedosos y demanda más contacto con naturaleza, aventura y exotismo, combinado con “relax”, cultura y gastronomía, es decir, productos que exigen una mayor personalización. Asimismo, los problemas éticos y la preocupación por la seguridad de los destinos constituirán factores de relevancia creciente para el turista a la hora de planificar y reservar sus vacaciones.

#### 3.4.2.1. VALORACIÓN DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

En la investigación que se ha realizado se recolectó información donde se refleja que los turistas que más visitan la Península San Juan del Gozo se dividen en tres grupos:

#### 3.4.2.2. TURISMO INTERNO

Es aquel turismo realizado por las mismas personas que residen en el país, para el caso los salvadoreños de los catorce departamentos que frecuentan la Península San Juan del Gozo, según los datos obtenidos es este tipo de turismo el que mayor aporte hace a la zona con un 95.45% del total que visitan el lugar.

### 3.4.2.3. TURISMO INTERNACIONAL

Debido al poco desarrollo en cuanto a red vial e infraestructura turística la zona no está captando un segmento grande de turismo internacional aunque la zona cuenta con la belleza natural suficiente para atraer a este segmento, mediante la encuesta pasada a los turistas se obtuvo el dato de solo un 4.55%, y que se confirmó con la misma percepción de los pobladores que manifiestan que el turismo internacional en el lugar es muy poco.

### 3.4.2.4. TURISMO ÉTNICO

Este tipo de turismo también es muy bajo en la Península San Juan del Gozo, pero que tiende a aumentar en temporadas de vacación para el caso las personas encuestadas nos manifestaron que solo perciben un 9.09% de este segmento.

### 3.4.2.5. VALORACIÓN DE LAS PRINCIPALES MOTIVACIONES TURÍSTICAS

Es muy importante saber lo que un turista desea cuando decide salir a vacacionar por que a partir de ello se puede ofrecer exactamente lo que necesita.

Durante la investigación realizada uno de nuestros objetivos era saber que motiva a los turistas a visitar la Península San Juan del Gozo y la mayoría nos respondió que era un ambiente costero

diferente y para tener un contacto con la naturaleza del lugar para lo cual la Península San Juan del Gozo cumple con esas expectativas.

Aquí termina el capítulo dos que consistió básicamente en la elaboración de un diagnóstico de la situación actual en la Península San Juan del Gozo con respecto a la creación de un complejo turístico en la zona.

En el capítulo tres que sigue a continuación y que es la propuesta de trabajo en si como grupo, se presenta la elaboración de tres estudios vitales para justificar la factibilidad de este proyecto los cuales son:

- Estudio de factibilidad de mercado,
- Estudio de factibilidad técnico y,
- Estudio de factibilidad económico.

En cada uno de ellos se examina profunda y sistemáticamente cada uno de los temas relacionados en su área como pueden ser: mercadeo, costeo, administración, finanzas, etc.

## CONCLUSIONES

- A través de la investigación se determinó que la infraestructura turística con que cuenta actualmente la zona es deficiente y, que difícilmente podría prestar un servicio de turismo con calidad en esas condiciones, especialmente a aquellos turistas que deseen hospedarse por más de un día. Además se determinó también que el acceso al lugar ocasiona problemas a los visitantes.
- La mayoría de la población de la Península San Juan del Gozo mostró una opinión favorable ante la posible creación de un complejo turístico en la zona ya que piensan que este proyecto podría mejorar, aunque sea un poco, su difícil situación.
- A pesar de las actuales condiciones que presenta la Península San Juan del Gozo esta posee una demanda turística compuesta básicamente por los mismos salvadoreños «turismo interno» que dejan un gasto medio a la zona principalmente en temporadas de vacación.
- Dentro del estudio de campo se logró conocer algunos aspectos que son apreciados por los turistas cuando visitan la Península San Juan del Gozo así pues expresaron que una de las principales razones por las cuales visitan la zona es por el ambiente costero diferente, para tener contacto con la naturaleza, por sus paisajes y por la tranquilidad del lugar, entre otros. Todo esto se convierte en una ventaja competitiva para la Península.

- Un aspecto que respalda la aseveración de que la situación económica es difícil en la Península San Juan del gozo es que el 81% de los pobladores encuestados tiene un ingreso menor de \$174 dólares debido en parte a que hay pocas fuentes de empleo bien remunerados. Al mismo tiempo el 89% de ellos considera el turismo como una alternativa y creen que sus ingresos mejorarían con este.

### RECOMENDACIONES

- La recomendación va dirigida tanto al Gobierno de El Salvador, Gobierno Municipal y al sector privado a examinar el potencial de inversión con que cuenta la Península San Juan del Gozo.
- Que los esfuerzos se mejoren para atraer a turistas extranjeros ya que la zona dispone de suficientes recursos naturales para satisfacer las expectativas del turista extranjero.
- Recomendamos a los inversionistas que lleven a la práctica el proyecto, tener responsabilidad social para que exista balance entre los beneficios esperados del proyecto y la solución de los problemas económicos de una parte de los habitantes de la Península a través de la generación de empleo.

- Una recomendación a los pobladores es asociarse en cooperativas pesqueras para convertirse en los principales proveedores de mariscos del complejo turístico.
- Una recomendación particular que hacemos como grupo es la inmediata atención por parte del Gobierno de El Salvador en cuanto al desarrollo local.
- La elaboración de los estudios de factibilidad respectivos a fin de poder determinar el éxito o fracaso económico de cualquier proyecto turístico que se quiera implementar en el lugar.

### **CAPÍTULO III.**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO-ECONÓMICO  
PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO  
EN LA PENÍNSULA DE SAN JUAN DEL GOZO, BAHÍA  
DE JIQUILISCO, DEPARTAMENTO DE USULUTÁN.”**



## IMPORTANCIA

Este Estudio de Factibilidad Técnico-Económico es importante porque desde sus inicios fue concebido como una herramienta para el desarrollo económico de los pobladores de la Bahía de Jiquilisco.

La crisis económica financiera que actualmente afecta a Latinoamérica nos obliga a ser creativos y encontrar nuevas formas de generar riqueza para resolver los problemas de nuestra gente.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socio-económico y cultural del país, es un instrumento generador de divisas, genera así mismo un mercado de empleos diversificados con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

La industria del turismo fue una de las políticas gubernamentales a la cual le apostó el antiguo gobierno y que en poco tiempo demostró sus beneficios teniendo una participación en el **PIB** de

215 millones de dólares en el año 2000 a 940 millones de dólares en el 2007 solamente debajo de las remesas familiares (\$3600 mdd), y por encima de las exportaciones de café (\$187 mdd) ♦.

## OBJETIVOS

### GENERAL

- Desarrollar un estudio de factibilidad técnico-económico para la creación de un complejo turístico que permita evaluar si se tienen las perspectivas de desarrollo en la Península San Juan del Gozo, Bahía de Jiquilisco, Departamento de Usulután.

### ESPECIFICOS

- Efectuar un Estudio de Mercado con el propósito de conocer tanto la oferta y la demanda que tendrá el proyecto, así como, el método de fijación de precios a utilizar.
- Realizar un Estudio Técnico para conocer aspectos tales como la ubicación ideal del proyecto, la maquinaria y equipo que se utilizara, también, la descripción del proceso por diagramas de flujo.

---

♦ Boletín Estadístico de Turismo 2007, pag.49 MITUR

- Desarrollar un Estudio Económico-Financiero para definir cuáles serán las fuentes de financiamiento, la inversión total del proyecto, el periodo de recuperación de la inversión, entre otros aspectos a considerar.
  
- Hacer una descripción de las características Ambiental para medir los efectos potenciales que la implementación del proyecto podría afectar a la Península San Juan del Gozo.
  
- Elaborar un plan de implementación del estudio como grupo a los principales actores que tenga relación con la implementación y desarrollo del mismo.

### **3.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE MERCADO**

#### **3.6.1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

##### **3.6.1.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

El proyecto de creación del complejo turístico estará orientado a los turistas nacionales entre clase media y alta, y extranjeros que deseen hacer turismo de sol y playa en la Península San Juan del Gozo, el cual ofrecerá a dichos turistas la comodidad de modernas y cuidadosamente diseñadas instalaciones en un ambiente tropical y acogedor donde los huéspedes podrán escoger entre los muy variados servicios que se ofrecen entre los que están un moderno SPA para relajarse y así olvidar el stress.

También contará con servicios complementarios en los cuales los turistas podrán realizar actividades deportivas disfrutando del contacto con la naturaleza.

En el siguiente cuadro se detallan los servicios que el complejo ofrecerá a los turistas:

**CUADRO 10-A**

SERVICIOS QUE PRESTARÁ XIQUILITE BAHÍA CLUB	
SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Alojamiento	<p>Se dispondrá de cuatro tipos de habitaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Habitaciones Premium: Contará con una lujosa cama king size, una mesa de noche clásica, closet, t.v., minibar, teléfono, jacuzzi, aire acondicionado, servicios sanitarios, duchas y lavamanos.</li> <li>2. Habitaciones Dobles: Esta contará con 2 camas sencillas, closet, t.v., teléfono, minibar, aire acondicionado, servicios sanitarios, duchas y lavamanos.</li> <li>3. Habitaciones Dobles Sencillas: Tendrá 2 camas sencillas, t.v., teléfono, closet, aire acondicionado, servicios sanitarios, duchas y lavamanos.</li> <li>4. Habitaciones Sencillas: Tendrá una cama sencilla, t.v., teléfono, closet, aire acondicionado, servicios sanitarios, duchas y lavamanos.</li> </ol> <p>NOTA: todas las habitaciones contarán con la debida decoración.</p>
Restaurante	<p>El servicio de alimentación se prestará a través de un amplio restaurante con capacidad para más de 400 personas donde podrán disfrutar de desayunos bufet, almuerzos y cenas a la carta preparados por el personal de chefs del complejo, siendo el plato fuerte los mariscos frescos de la Bahía. El servicio se prestará de: 6:30 a.m. a 12:00 p.m., también se contará con servicio de habitación.</p>
Bar	<p>El complejo turístico contará con un bar donde los huéspedes podrán disfrutar de</p>

	cervezas nacionales y extranjeras así como de una variedad de cocteles preparados por el mejor barman. El servicio se proporcionara de las 8:00 a.m. a 2:00 a.m.
Discoteca	El complejo contará con un lugar donde los huéspedes podrán disfrutar de los éxitos musicales del momento y una pista amplia para poder bailar. También podrán disfrutar de sus bebidas favoritas servidas por el personal de meseros mejor capacitado.
Piscina	El complejo contará con dos piscinas las cuales estarán equipadas con sombrillas y sillas (haraganas) para tomar el sol alrededor de ellas. Además contará con servicio de alimentación y bebidas.

**CUADRO 10-B**

Canchas deportivas	El complejo dispondrá también con dos canchas de tenis de campo, además de dos canchas de basquetbol para practicar deportes.
Tienda de conveniencia	El complejo dispondrá de una tienda para los turistas que lo visiten donde podrán encontrar: trajes de baño, toallas, artesanías, medicinas, entre otros.
SPA	El complejo dispondrá de un SPA para que los turistas puedan descansar, relajarse y liberar todas las malas energías, contara con masajes de relajación, de reducción y de belleza.
Parqueo	El complejo poseerá un estacionamiento amplio para atender a los huéspedes y personas que nos visiten con capacidad suficiente para que se sientan cómodos.

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### 3.6.1.2 MARCAS Y CALIDADES DEL COMPLEJO TURISTICO

#### **MARCAS**

Para distinguir este proyecto de otros existentes en el mercado se ha tomado la decisión de nombrarlo como **“XIQUILITE”**<sup>35</sup>

#### **CALIDADES**

En el área de la hotelería normalmente se clasifica la prestación de servicios de acuerdo a estrellas, por lo tanto, XIQUILITE BAHÍA CLUB estará determinada por una calidad de tres estrellas.

### 3.6.1.3 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE XIQUILITE BAHÍA CLUB

---

<sup>35</sup> Palabra Náhuatl que significa “hierva que da un color azul”

Para que el complejo turístico el cual se pretende crear llene las expectativas de los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo, es necesario que éste se apoye en otros servicios turísticos que solo en la Bahía de Jiquilisco se pueden ofrecer tales como:

**CUADRO 11**

<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE XIQUILITE BAHÍA CLUB</b>	
<b>SERVICIO COMPLEMENTARIO</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN</b>
Excursiones a Isla Espíritu Santo	El olor a coco inunda el ambiente cuando se desembarca en la Isla El Espíritu Santo, conocida también como El Jobal, por la cooperativa que aquí funciona. Al visitar Espíritu Santo se tiene la oportunidad de observar todo el proceso de elaboración de aceite de coco.
Excursiones a Palacio de las Aves	Es una colonia utilizada por al menos cinco especies de aves: “garzón blanco”, “pato chancho”, “ibis blanco”, “garza garrapatera” y “garza tricolor”. Es una isla de “mangle rojo” localizada en el extremo Oeste de la Bahía de Jiquilisco. En sus laderas Sur y Este, se descubren playones de arena y lodo durante la marea baja, los cuales son sitios de alimentación de “garzas” y “playeritos”
Alquiler de kayak y lanchas para recorridos	Por la quietud de las aguas de la bahía, este es un lugar ideal para practicar deportes acuáticos extremos o simplemente navegar por ellas, en todo caso los huéspedes y visitantes de XIQUILITE BAHÍA CLUB podrán disfrutar de esta aventura.

*Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.*



### 3.6.2 ÁREA DE MERCADO

#### 3.6.2.1 ÁMBITO DE MERCADO DEL COMPLEJO

El ámbito de mercado para el proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB será proporcionar el servicio de alojamiento, restaurante y esparcimiento tanto a turistas nacionales y extranjeros que realicen turismo de sol y playa en el país.

#### 3.6.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO CONSUMIDOR

De acuerdo con el estudio de mercado realizado se determina el tipo de consumidor que busca atraer el complejo turístico XIQUILITE BAHÍA CLUB es de dos tipos:

##### **Perfil de turista nacional:**

- Nivel de Ingreso: El ingreso del turista debe oscilar entre \$301 - \$901 para poder disfrutar los servicios que ofrece el complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB.
- Edad: La edad para que el turista visite el complejo turístico XIQUILITE BAHIA CLUB no será impedimento. Pero, se pondrá un énfasis mayor en atender a las personas de edad entre 25 y 34 años de edad.
- Género: El género de los visitantes del complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB no es importante ya que éste proporcionara servicios tanto a hombres como a mujeres.
- Gasto: Con el fin de proporcionar un mejor servicio al huésped nacional este deberá gastar entre \$75-\$90 diarios en las instalaciones, precio por el cual obtendrán la alimentación y el poder hacer uso de las canchas deportivas, piscinas, etc.

**Perfil de turista extranjero:**

- Edad: La edad del turista extranjero que visite el complejo turístico XIQUILITE BAHÍA CLUB se espera que la mayoría oscile entre 25-44 años.
- Género: El género del turista extranjero que visite el complejo turístico no es relevante ya que éste proporcionará servicios a hombres como a mujeres por igual.
- Gasto: Con el fin de proporcionar un mejor servicio al huésped extranjero este deberá gastar entre \$80-\$100 diarios en las instalaciones, precio por el cual obtendrán la alimentación y el poder hacer uso de las canchas deportivas, piscinas, etc.

### 3.6.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

#### 3.6.3.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO CONSUMIDOR

Según datos proporcionados por CORSATUR el turista extranjero tiene las siguientes características: Realiza un gasto promedio de \$90 diarios. También, por cada 10 turistas extranjeros que visitan el país al menos 6 son hombres. Además, la mayoría de las personas que visitan el país están en el rango de los 25-44 años de edad.

#### 3.6.3.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA

A pesar de que ninguna de las instituciones que se dedican a impulsar el turismo en el país cuenta con estadísticas particulares acerca del departamento de Usulután y mucho menos de las

personas que visitan la Península San Juan del Gozo en el capítulo anterior logramos recolectar la siguiente información:

- La mayoría de las personas visitan el lugar, lo hacen por su ambiente costero diferente,
- La atención encontrada en el lugar fue muy buena,
- Que las condiciones para su estancia fueron muy buenas,
- Lo que más le gusto del lugar fue su belleza natural,
- Lo que no le gusto fue la infraestructura turística,
- Que uno de los aspectos que se deberían mejorar es la infraestructura turística.

Además, a partir de las visitas que se realizaron al lugar y las entrevistas con los lugareños se pudo dar cuenta que son pocos los lugares que existen para poder hospedarse y disfrutar a plenitud del lugar.

### 3.6.3.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Se determina la demanda de turistas a El Salvador, luego los turistas que vienen a tipo de turismo que desea captar el complejo y finalmente el número de turistas que visitaran el complejo. A continuación se presenta una serie histórica de llegadas de turistas a El Salvador que vienen específicamente a realizar turismo de sol y playa.

**Tabla 1**

LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR					
Años	y	x	xy	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
2004	68.26	1	68.26	1	4659.42
2005	90.11	2	180.22	4	32479.24

2006	106.86	3	320.58	9	102771.53
2007	121.25	4	485.00	16	235225.00
2008	126.90	5	634.50	25	402590.25
<b>TOTAL</b>	<b>513.38</b>	<b>15</b>	<b>1688.56</b>	<b>55</b>	<b>2851234.87</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación a partir de datos del MITUR.

Donde:

$y$  = Extranjeros que visitan El Salvador anualmente y que realizan turismo de sol y playa<sup>36</sup>  
(expresado en miles).

$x$  = Periodo.

Formula:

$$1. \sum y = na + b \sum x$$

$$2. \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

Introduciendo los datos:

$$513.38 = 5a + 15b \quad (-3)$$

$$1688.56 = 15a + 55b$$


---

$$b = 14.84$$

Sustituyendo en la ecuación 1 para encontrar el intercepto "a"

$$1. \sum y = na + b \sum x$$


---

<sup>36</sup> Dato Proporcionado por Dirección General de Migración y MITUR

$$513.38 = 5a + 15(14.84)$$

$$a = 58.15$$

Fórmula de la ecuación lineal:

$$y = a + bx$$

Donde:

a: Punto intersección de la línea con eje “y”.

b: Pendiente de la recta.

x: Unidades de la variable independiente, valor dado a “x” en el tiempo.

y: Variable dependiente para lo cual se ha dado o se lleva la proyección.

A continuación se presentan las demandas proyectadas utilizando el método de los mínimos cuadrados para los próximos 10 años.

**Tabla 2**

DEMANDA PROYECTADA DE EL SALVADOR				
Año	A	B	X	Demanda (y)
1	58.15	14.84	6	147,202
2	58.15	14.84	7	162,044
3	58.15	14.84	8	176,886
4	58.15	14.84	9	191,728
5	58.15	14.84	10	206,570
6	58.15	14.84	11	221,412
7	58.15	14.84	12	236,254
8	58.15	14.84	13	251,096
9	58.15	14.84	14	265,938
10	58.15	14.84	15	280,780

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

En el próximo cuadro se detallan las demandas anuales de turistas internacionales que se espera lleguen al complejo turístico durante los siguientes 10 años, se calcula que el proyecto capte el 20% del total de turistas que llegan a El Salvador a hacer turismo de sol y playa, además de un porcentaje promedio de turistas nacionales<sup>37</sup>.

### CUADRO 12

DEMANDA ANUAL DEL COMPLEJO XIQUILITE BAHIA CLUB			
Año	Demanda Proyectada turistas internacionales (20%)	Demanda Proyectada de turistas Nacionales (35%)	Demanda total proyectada de turistas
1	29,440	10,304	39,744
2	32,409	11,343	43,752
3	35,377	12,382	47,759
4	38,346	13,421	51,767
5	41,314	14,460	55,774
6	44,282	15,499	59,781
7	47,251	16,538	63,789
8	50,219	17,577	67,796
9	53,188	18,616	71,804
10	56,156	19,655	75,811

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

#### 3.6.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL PROYECTO

##### 3.6.4.1 PROVEEDORES PRINCIPALES

Para el normal funcionamiento de las operaciones de XIQUILITE BAHÍA CLUB se contará con una lista de proveedores que se encargarán de proporcionar todas aquellas materias primas e

<sup>37</sup> Promedio obtenido a través de consultas directas con otros Complejos similares

insumos que se necesiten. Los productos del mar se obtendrán directamente de la cooperativa salinitas “casas blancas” que se encuentra en la zona ya que éste será uno de los principales productos que se servirán en el proyecto. Con respecto a las frutas y verduras se obtendrán en el mercado de mayoreo más cercano.

**CUADRO 13-A**

LISTA DE PROVEEDORES DE INSUMOS		
PROVEEDOR	PRODUCTOS	CONTACTO
MC'CORMICK	Hiervas y especias, sazónadores, mayonesa y mostazas, salsas líquidas, aderezos y té, consomés.	2523-7909
Z GAS	Gas propano	2206-7000 sgaselsalvador@grupoz.com.sv
TOTALGAS	Gas propano	2314-2020 ventas@total.com.sv
PLANTOSA	Café doreña, café aroma, café grano de oro, coscafe.	2236-5233 Grupo.coscafe@cafeelsalvador.com
PRODUCTOS ALIMENTICIOS UNICA LA	embutidos	2282-1162
SI-HAM	Jamones, embutidos, carnes y quesos.	2278-1722 siham@navegante.com.sv
COOPERATIVA GANADERA DE SONSONATE, SALUD	Lecha fresca, leche larga duración, queso cheddar, dips, queso cremado, queso procesado, entre otros.	2294-8816 salud@salud.com.sv.
FOREMOST	Leches, bebidas de frutas, quesos, cremas, mantequillas, entre otros.	2298-0871 serviciocliente@foremost.com.sv
EGG EMPRESAS DE GRANJAS GUANACAS S.A. DE C.V.	huevos	2669-7138
DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO DIAMANTE	Jabón de tocador, shampoo y acondicionador.	2227- 4500 jabones@turbonet.com

DISTRIBUCIONES MÚLTIPLES S.A. DE C.V.	Escobas y cepillos.	2221-0231 dimulsa@hotmail.com
---------------------------------------	---------------------	----------------------------------

### CUADRO 13-B

ASPE S.A. DE C.V. DISTRIBUIDOR AUTORIZADO DE 3M	Bolsas plásticas, mascones, desinfectantes, fragancias ambientales, cera líquida entre otros.	2223-7277 aspe_sv@hotmail.com
DISTRIBUIDORA INDUSTRIAL S.A. DE C.V.	Trapeadores, escobas, cepillos, bolsas plásticas, desinfectantes, limpiador de vidrios, entre otros.	2232-6530
INDUSTRIAS LA CONSTANCIA	Bebidas carbonatadas, agua, cerveza, refrescos.	2222-8080
DIPRISA	Vodka absolut, Dewars, entre otros.	2264-5500 ventas@diprisa.com.sv.
DISNISA	Moet & chandon, Finlandia, Bacardi, Beck's, grants, Jack Daniel's, entre otros.	2231-2200 disnisa@grupo-nisa.com
PHILIP MORRIS EL SALVADOR	cigarrillos	2669-3570
KIMBERLY-CLARK DE CENTROAMÉRICA	Papel higiénico, servilletas, entre otros.	2506-2473
MOLINOS DE EL SALVADOR	Harinas de trigo	2206-6572
RED STAR	Levadura fresca, levadura seca, polvo para hornear, colores, esencias, entre otros.	2225-0124



Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

#### CUADRO 14

LISTA DE PROVEEDORES DEL MOBILIARIO Y EQUIPO				
PROVEEDOR	GIRO	PRODUCTOS	DIRECCION	TELEFONO
Muebles Molina	Venta de Muebles	Comedores, Juegos de Sala, Comedor y Dormitorio	4 Cl Ote No 7-4 San Salvador, San Salvador	(503) 2261-2261
INOX Industriales S.A.	Cocinas Industriales y Muebles en Acero Inoxidable	Cocinas, Hornos y Fridoras Industriales	Carrtera a La Libertad Km 16 La libertad ,La libertad	(503) 2254-0986
PROCADE	Venta de Electrodomesticos Industriales	Vitrina Refrigerantes y parrilla para Azar	Carrt CA-1 Km 17 Pqe Ind Palo Alto Parc 8 y 9 Apopa San Salvador, Apopa	(503) 2535-9000
SIEMENS S.A.	Venta de Electrodomesticos	Lava Vajillas	Zona Industrial Sta Elena Cl Siemens No 43 Antgo Cuscatlan San Salvador, San Salvador	(503) 2248-7333
CASA RIVAS S.A. de C.V.	Venta de Equipo de audio y sonido	Consolas, Amplificadores y Woofers	2a Avenida Norte No. 312 Esquina La Praviana	(503) 2222-0924
OMNISPORT	venta de Electrodomesticos y Muebles	Televisores, Juegos de Sala, Comedor, Dormitorios y Closes	23 Calle Poniente y Avenida España No. 1313 San Salvador , El Salvador	(503) 2234-0500
UNIREFRI	Venta Equipo Frio y Aires Acondicionado	Aires Acondicionados	Alam Juan Pablo II No 134 San Salvador, San Salvador	(503) 2221-5149
JAGUAR SPORTIC	Venta de Artículos	Equipo Deportivos	Col Escalón 75 Av Nte No	(503)

	Deportivos	para Canchas	3906 San Salvador, San Salvador	2263-3909
OSCAR S.A. de C.V.	Corporación Acuática	Jacuzzi	6a. y 10a. Calle Pte. No 2237, Col. Flor Blanca, San Salvador, El Salvador	(503) 2505-9099
SISTEMAS Y COTROLES / INSIGNIA S.A de C.V.	Distribuidoras de Cajas Registradoras y Sistemas de Inventarios	Cajas Registradoras	57 Avenida Norte # 113 San Salvador, El Salvador.	(503) 2211-8312
FERRO ARTE	Muebles en Metal	Mesas, sillas, Muebles y Casilleros	Ci El Carmen Resid y Pje San Bernardo No 36 San Salvador, San Salvador	(503) 2262-0804

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### 3.6.5 ANÁLISIS DE PRECIOS DEL COMPLEJO

#### 3.6.5.1 COMPETENCIA Y PRECIOS

- COMPETENCIA**

A continuación se presenta una lista de establecimientos ubicados en la zona oriental que se dedican a prestar el servicio de alojamiento, restaurante y piscina. Además se acompaña de la lista de precios con la cual ellos trabajan.

#### CUADRO 15-A

##### COMPETENCIA EN LA ZONA ORIENTAL

NOMBRE	DIRECCIÓN	PRECIO (IVA INCLUIDO)
Barillas Marina Club	Barillas Marina Club, Cantón Hacienda La Carrera, Usulután, El Salvador.	\$118-\$136 por noche

Puerto Escobar	Carretera El Litoral, puente San Marcos Lempa, desvío Isla de Méndez, Bahía de Jiquilisco, Usulután, El Salvador	\$55-\$80 por noche
Arcos El Espino	2 cuadras al poniente, sobre calle principal, Playa El Espino, Jucuarán, Usulután, El Salvador.	\$38-\$38 por noche
Miraflores	500 mts. al poniente de El Cuco, en dirección a Calle El Majahue, San Miguel, El Salvador.	\$71-\$115 por noche

**CUADRO 15-B**

Pacific Dreams	Cuadra y media al oriente de la entrada principal de Playa El Espino, Usulután, El Salvador	\$35-\$50 por noche
Rancho San Martín	Km. 130 Calle Litoral, carretera a Santiago de María, Ozatlán, Usulután, El Salvador.	\$41-\$41 por noche
Las Cabañas	Playa El Espino, Calle Principal, Jucuarán, Usulután, El Salvador	\$15-\$45 por noche
King Palace	6ª Calle Poniente N° 609, San Miguel, El Salvador	\$18-\$43 por noche
La Posada de Don Quijote	1ª Calle Poniente y 1ª Av. Sur, Plaza hidalgo, Usulután, El Salvador.	\$18-\$35 por noche

La Joya del Golfo	Isla de Meanguera, Golfo de Fonseca, La Unión	\$60-\$90 por noche
Cuco Lindo	Calle al Esterito, Playa El Cuco, San Miguel, El Salvador.	(\$22-\$80 por noche)

*Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.*

- **PRECIOS DEL SERVICIO**

Para iniciar es importante mencionar que el precio es uno de los factores importantes tanto para el turista (consumidor) como para la empresa, es el regulador entre la oferta, competencia y la demanda y puede ser determinante en el posicionamiento del complejo turístico en el mercado influyendo de gran manera en la decisión del consumidor.

Dado lo anterior que es necesario fijar un precio que esté acorde tanto con las expectativas de la empresa, como con las necesidades, preferencias y capacidades del consumidor

La estrategia de fijación de precios varía de acuerdo al tipo de servicio que el turista prefiera.

Además para la fijación de precios cada empresa puede tomar su propia decisión de estipular el precio tomando en cuenta factores como el costo, el precio de servicios similares o sustitutos, la competencia, el mercado meta, la capacidad de adquisición del consumidor, etc.

También la empresa puede decidir si sacrificar hasta cierto punto sus ganancias o utilidad estableciendo un precio bajo con el objetivo de posicionarse en el mercado o si establecer un precio que cumpla directamente con sus ganancias esperadas sacrificando el posicionamiento rápido en el mercado.

Para el caso en particular para fijar el precio se tomará en cuenta la inversión en obra física del complejo turístico y los costos de operación, administración, venta, de funcionamiento así como el margen de utilidad que se espera obtener de acuerdo con el mercado meta que ya se tiene estipulado, es decir tomaremos en cuenta la capacidad de adquisición que poseen los clientes potenciales.

Ya que en las instalaciones del complejo turístico existe una diversidad en cuanto a tamaño y comodidad de las habitaciones el costo de estadía (24 horas) promedio por persona será de \$75.00 (mas iva), precio por el cual obtendrán la alimentación y el poder hacer uso de las canchas deportivas, piscinas, etc.

### 3.6.6 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DEL PROYECTO

#### 3.6.6.1 COMERCIALIZACIÓN

Con el fin de dar a conocer los servicios que prestara el complejo turístico XIQUILITE BAHÍA CLUB se realizará la promoción del mismo a través de:

- Página Web [www.xiquilitebahiaclub.com.sv](http://www.xiquilitebahiaclub.com.sv), (ver anexo C-1)
- Anuncios en guías turísticas,
- Anuncios en los principales medios de comunicación del país.

#### 3.6.6.2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución a emplear para llevar los servicios a los clientes serán a través de dos formas:

##### **CANAL CORTO**



Este canal de distribución funcionara con aquellos clientes que oyeron hablar del complejo turístico ya sea a través de la página web, anuncios en los medios de comunicación, o ya sea por referencia personal de algún cliente anterior.

## CANAL LARGO



Este canal de distribución empleará la ayuda de algunos tour operadores del país de la siguiente manera: el complejo turístico proporcionará la información necesaria a los tour operadores tales como promociones, precios y paquetes turísticos entre otros, así estos trasladarán la información a los turistas o consumidores finales.

### 3.6.7 DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE MERCADO

En este estudio se determinó el servicio que se le dará a los turistas dentro de los que se incluyen alojamiento en habitaciones que se adaptan a las diferentes necesidades, así como el servicio de alimentación en un restaurante que tendrá también servicio a la habitación, en la parte recreacional se contará con dos piscinas y canchas deportivas para uso de los clientes y un SPA debidamente equipado, entre otros; además se ofrecerán paseos por las islas aledañas como un servicio complementario y se alquilarán kayacs para aquellos turistas aventureros.

Utilizando el método de los Mínimos Cuadrados se proyectó la demanda de turistas que gustan de hacer turismo de sol y playa para lo que se utilizó información del Ministerio de Turismo, se estableció el 20% del total de turistas internacionales como el mercado que se espera captar además del mercado nacional.

Se estableció un precio promedio por la estadía y alimentación de los turistas tomando en cuenta a la competencia en la zona oriental, además de la inversión en obra física y mobiliario; además en éste estudio se establecen como canales de distribución a aquellos que son viables para el complejo.

A través de la encuesta de opinión que se realizó en la Península San Juan del Gozo se determinó que los turistas que visitan el lugar (nacionales y extranjeros) lo harían con mas frecuencia si en la zona existiera un lugar que preste un servicio como el que se pretende dará el complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB, por lo que se tomó muy en cuenta la opinión de los turistas a la hora de establecer el perfil del turista que visitará el lugar.

- El costo del Estudio de Factibilidad de Mercado para el grupo de trabajo fue de \$125.00

Habiendo determinado la Factibilidad de Mercado se procede a realizar posteriormente el Estudio de Factibilidad Técnico.



### **3.7 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO**

#### **3.7.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO**

La determinación del tamaño del proyecto estará dada por la cantidad de personas que puede albergar el complejo turístico en sus instalaciones.

##### **3.2.1.1 CAPACIDAD INSTALADA NORMAL Y MÁXIMA DEL COMPLEJO TURÍSTICO**

La capacidad normal y máxima del proyecto cumple con las expectativas que se tienen para satisfacer la demanda de turistas nacionales y extranjeros que se proyectó en el Estudio de Factibilidad de Mercado.

**EDIFICIO PRINCIPAL**

Todas las habitaciones que se detallan a continuación tienen una capacidad para hospedar a dos personas por habitación.

Habitaciones Premium	:	64
Habitaciones Dobles	:	128
Habitaciones Dobles Sencillas	:	32

En total las personas que puede albergar el edificio principal son 448 personas.

**ESTRUCTURAS SECUNDARIAS (4 ESTRUCTURAS)**

Habitaciones Premium	:	4
Habitaciones Dobles	:	8
Habitaciones Sencillas	:	4

En las cuatro estructuras secundarias se pueden hospedar 28 personas.

En total la capacidad máxima que tiene el complejo turístico de albergar a los turistas es de 476 personas diariamente, pero para brindar un mejor servicio a los turistas se recomienda no exceder a más del 60% la capacidad máxima del complejo turístico XIQUILITE BAHÍA CLUB sin la contratación de personal eventual para brindar un servicio de calidad.

### 3.2.1.2 MERCADOS DE ABASTECIMIENTO

La mayoría de los proveedores serán de los mercados locales ya que la mayoría de productos son marítimos y se buscarán convenios con cooperativas pesqueras de la zona para que nos brinden los productos más frescos y de mejor calidad. El resto de los insumos serán obtenidos en los mercados mayoristas tales como verduras y hortalizas entre otros.

### 3.2.1.3 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS

Para ejecutar el proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB se ha pensado financiarlo de dos formas:

- **Inversión privada:** A través de esta forma se pretende financiar el 50% del proyecto. Se considera que esta forma de financiamiento se hará con los recursos de los inversionistas del proyecto.
- **Préstamo Bancario:** Por medio de esta forma de apalancamiento financiero se pretende financiar el resto del proyecto.

## 3.2.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

### 3.2.2.1 DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO DE CONSUMO

La distribución geográfica del mercado consumidor para el proyecto, como ya se mencionó antes, pretende abarcar tanto a los turistas extranjeros que visitan el país en busca de un poco de sol y playa, que en su mayoría son de Centro y Norteamérica con un 90% de las llegadas a El Salvador y el mercado Europeo que se ubica como tercer emisor importante para el país; y, a los turistas nacionales que hacen turismo interno.

#### 3.2.2.2 DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Para la compra de todos los insumos y materias primas necesarias serán realizadas por un departamento de compras que se encargará de que estos se encuentren en la cantidad y calidad en que son requeridos para brindar un excelente servicio, algunos de ellos se podrán conseguir con facilidad en las cercanías del complejo turístico, y algunas otras será necesario obtenerlas en los mercados de abastecimiento mayoristas.

#### 3.2.2.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

Para que XIQUILITE BAHÍA CLUB funcione de manera adecuada, éste contará con una serie de puestos, cada uno de ellos con funciones específicas. Para este caso se espera contar con la población residente del lugar ya que uno de los objetivos del proyecto es precisamente generar fuentes de empleo en la zona, pero, para los puestos que necesiten un mayor nivel académico y

no se disponga de estos en los alrededores del proyecto se tendrá que buscar en lugares más distantes.

#### 3.2.2.4 UBICACIÓN Y EMPLAZAMIENTO DEL COMPLEJO TURÍSTICO

##### 3.2.2.4.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

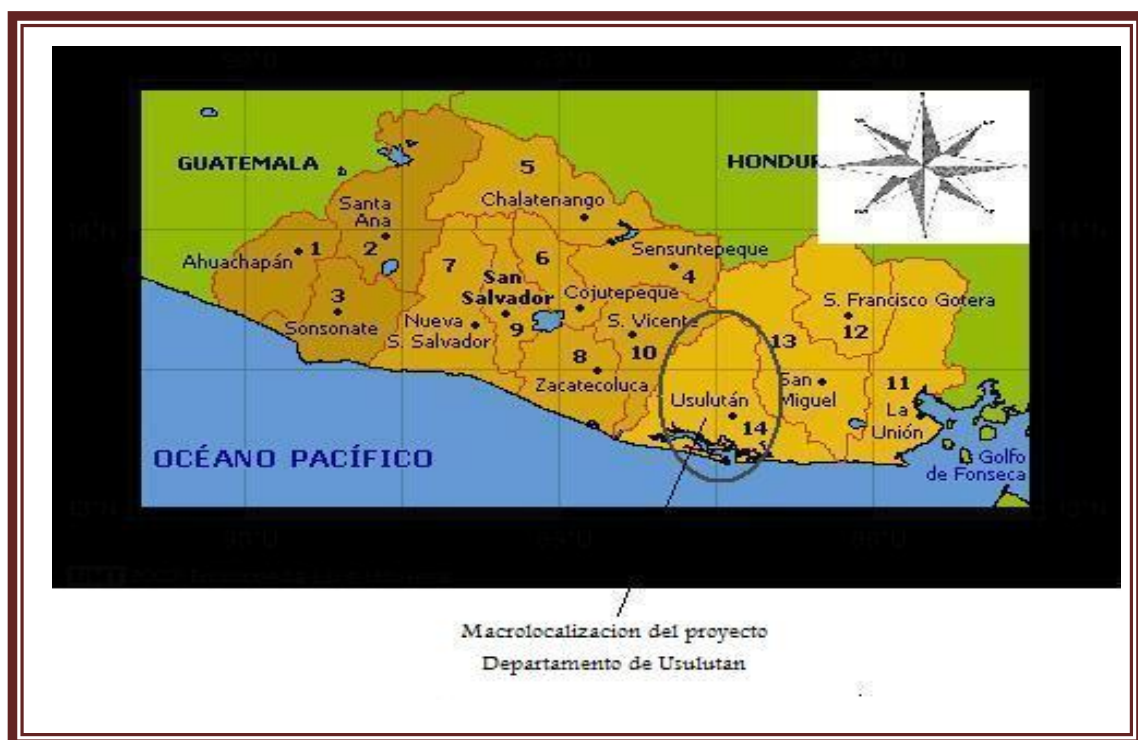
El proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB se encuentra en El Salvador específicamente en el Departamento de Usulután, un Departamento de la zona oriental del país rodeado al Sur por el Océano Pacífico, al Este por San Miguel y al Oeste por San Vicente.

#### **FIGURA 08**

#### **Macro-localización del proyecto, Departamento de Usulután**

### 3.2.2.4.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para la microlocalización se ha utilizado el método de localización por puntos ponderados, en el que se comparan algunos factores de importancia en la localización, a los que se les ha asignado



pesos y calificaciones de acuerdo a la trascendencia que éste represente.

**CUADRO 16**

N°	FACTOR	PESO
----	--------	------

1	BELLEZA NATURAL DE LA ZONA	0.40
2	LOCALIZACIÓN DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	0.25
3	VIAS DE ACCESO Y COMUNICACIÓN	0.20
4	POTENCIAL TURÍSTICO DEL LUGAR A LARGO PLAZO	0.15

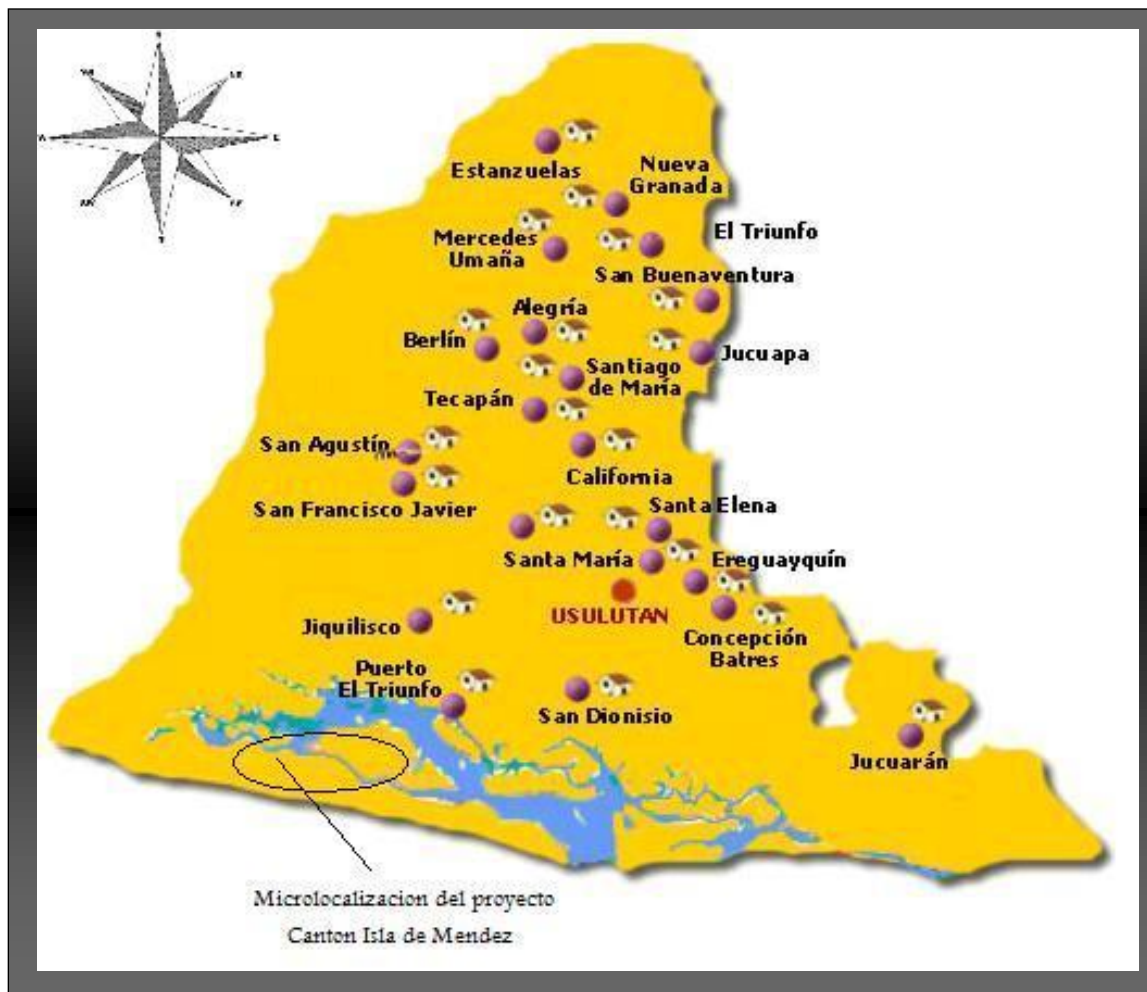
Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### CUADRO 17

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		CALIFICACIÓN PONDERADA	
		Cantón Isla Méndez	Cantón San Juan del Gozo	Cantón Isla Méndez	Cantón San Juan del Gozo
1	0.40	9	6	3.60	2.40
2	0.25	9	8	2.25	2.00
3	0.20	6	6	1.20	1.20
4	0.15	8	6	1.20	0.90
<b>Total</b>	<b>1.00</b>			<b>8.25</b>	<b>6.50</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

De acuerdo al método por puntos ponderados se puede observar que la ubicación óptima para el proyecto sería el Cantón Isla de Méndez en el municipio de Jiquilisco, Departamento de Usulután. La ubicación anterior se explica debido a la belleza natural con que cuenta la zona, la excelente calidad de los productos marítimos de la bahía, además del potencial de crecimiento que posee el municipio.



### 3.2.3 DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES DEL COMPLEJO

#### PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR A LOS HUÉSPEDES.



- PASO UNO: El turista se acerca a la recepción para pedir información y registrarse en el lugar.
- PASO DOS: La recepcionista lo saluda y le da la bienvenida a las instalaciones.
- PASO TRES: La recepcionista le informa al turista el tipo de habitaciones y servicios con que cuenta XIQUILITE BAHÍA CLUB.
- PASO CUATRO: El turista le hace saber a la recepcionista que está de acuerdo con el tipo de servicio que se le ofrece.
- PASO CINCO: La recepcionista verifica si la persona tiene reservación o no.
- PASO SEIS: Independientemente si la persona tiene reservación previa, la recepcionista le pide los datos personales, como el nombre y el tiempo que piensa hospedarse con nosotros, para poder registrarlo debidamente.
- PASO SIETE: La recepcionista introduce los datos personales del visitante en la base de datos.
- PASO OCHO: La persona encargada le hace saber el número de habitación y le entrega una copia de la llave.
- PASO NUEVE: Una persona se le acerca al turista para saludarlo y darle la bienvenida a las instalaciones.
- PASO DIEZ: Si el turista trae con él algún equipaje se lo carga y lo conduce hasta su habitación.
- PASO ONCE: La persona que le carga el equipaje abre la puerta de la habitación.
- PASO DOCE: El turista entra a su nueva habitación.

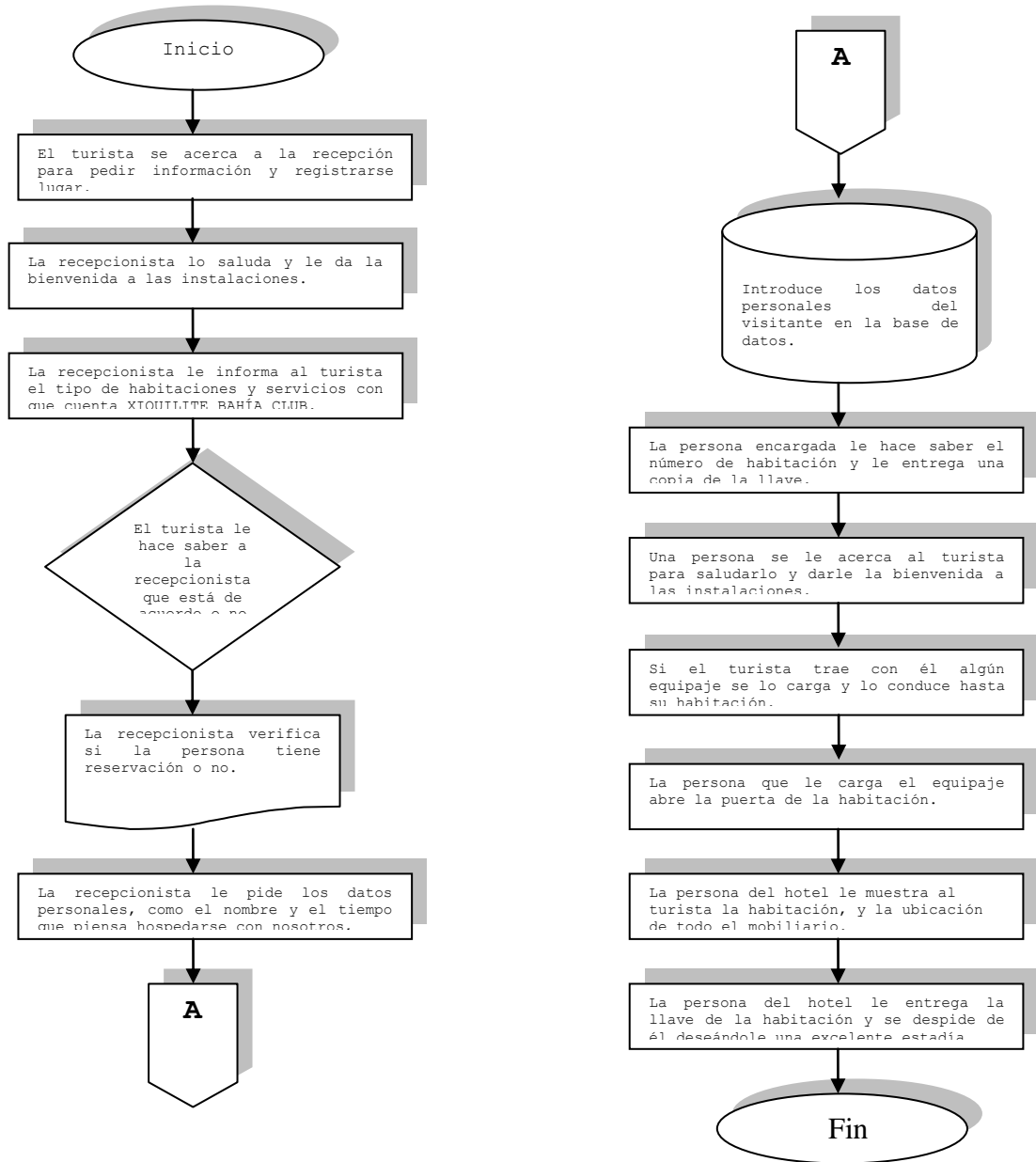
- PASO TRECE: La persona del hotel le muestra al turista la habitación, y la ubicación de todo el mobiliario.
- PASO CATORCE: La persona del hotel le entrega nuevamente la llave de la habitación y se despide de él deseándole una excelente estadía con nosotros.

### **PROCEDIMIENTO PARA ATENDER A LOS CLIENTES EN EL RESTAURANTE**

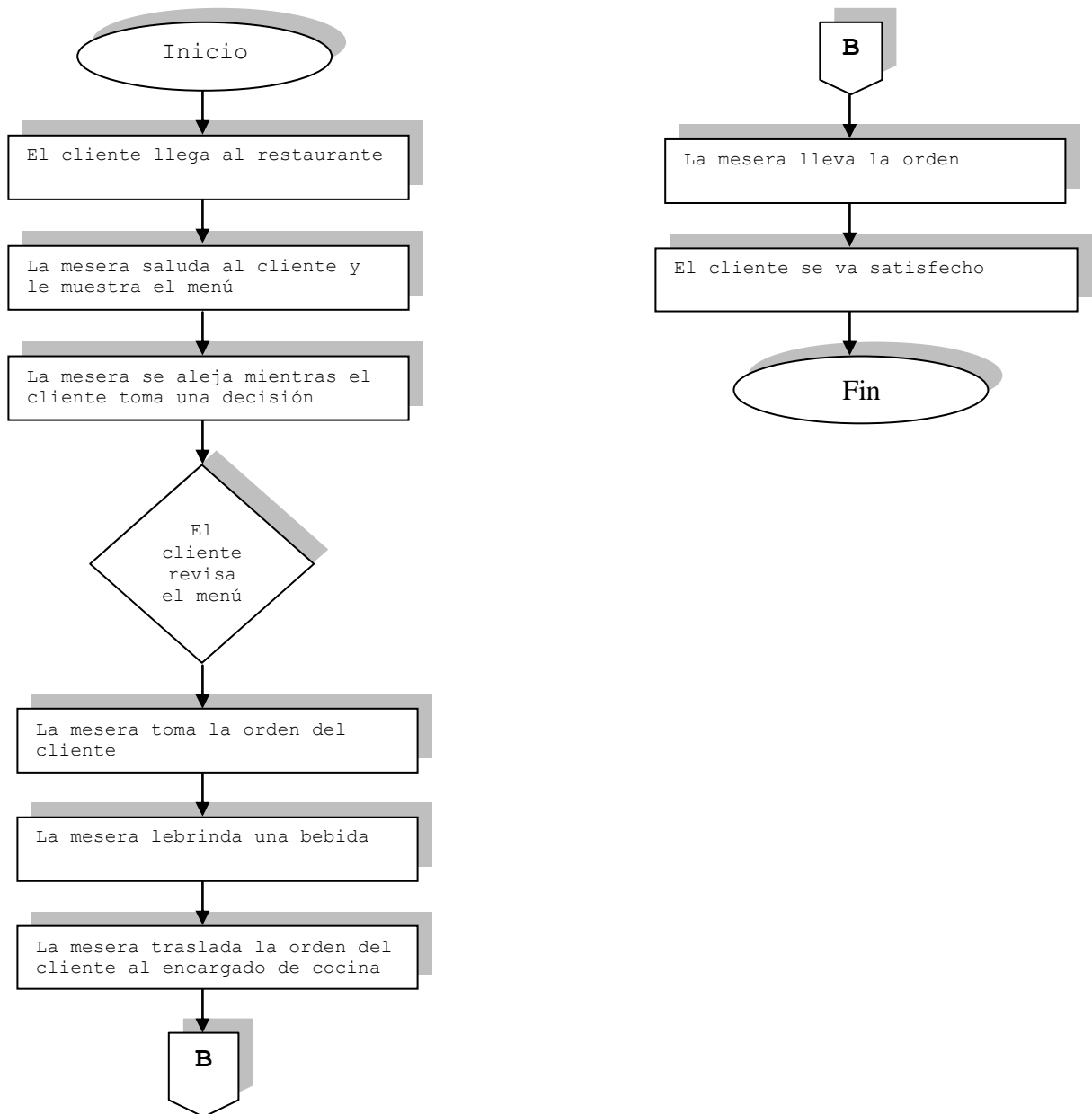
- PASO 1: El cliente llega al restaurante.
- PASO 2: La mesera saluda al cliente y le muestra el menú.
- PASO 3: La mesera se aleja mientras el cliente toma una decisión.
- PASO 4: El cliente revisa el menú.
- PASO 5: La mesera toma la orden del cliente.
- PASO 6: La mesera le brinda una bebida.
- PASO 7: La mesera traslada la orden del cliente al encargado de cocina.
- PASO 8: La mesera lleva la orden.
- PASO 9: El cliente se va satisfecho.

#### **3.2.3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES POR DIAGRAMAS DE FLUJO**

## FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE NUEVOS HUÉSPEDES



## FLUJOGRAMA DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE



### 3.2.4 DISTRIBUCIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO

A continuación se presenta en un plano la distribución del complejo turístico XIQUILITE BAHÍA CLUB, en donde se podrá apreciar desde una vista aérea la ubicación exacta de las instalaciones de dicho complejo.

Además se presenta una vista en 3-D del complejo en su conjunto para ilustrar de mejor manera como se verá cuando la construcción haya finalizado.

Se agregará también vistas en 3-D individuales de las estructuras más importantes como el Edificio Principal, Estructuras Secundarias, las Piscinas, Restaurante, Bar-discoteca, los muelles, entre otras. Que se podrán apreciar en los anexos de este documento.



### 3.2.5 REQUERIMIENTOS DE MOBILIARIO Y EQUIPO

En este apartado se detalla el equipo y mobiliario que son necesarios para el funcionamiento normal del complejo turístico, y se especifican a continuación.

**CUADRO 18-A**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
<b>TIENDA DE CONVENIENCIA</b>	
Cajas registradoras	14
Estantes	12
Mesitas	9
Equipo de limpieza	1
<b>SPA</b>	
<b>Muebles</b>	
Cuarto Sauna	1
Cabina Corporal SC-200	6
Banco Corporal BC-200	6
Mesa Auxiliar MA-200	6
<b>Aparatos</b>	
Lupa LM-300	6
Vaporizador VA-200	6
Robot Facial RB-400	6
Versatil AG-300	6
Portatile HF-150	6
Galvanic LG-200	6
Gt Vibroterapia GT-800	6
Skin Lamera SC-300	6
<b>RESTAURANT</b>	
Mesas SUBI	128
Sillas SUBI	512
Computadoras	10
Mesa para cocinar	6
Mesas pequeñas	12
Estufas	3
Cámaras refrigerantes	5
Decoración	1
Horno a gas HII-G-2C	2
Estufa a gas EIG-6H	4
Freidora eléctrica	2
Nevera Cong. 48'	3

**CUADRO 18-B**

Vitrina exhibidora TEC-250 Plus	3
Mesa de trabajo M-190	5
Parrilla CBR2	4
Lava vajillas SN26T55 EU	2
Caldera Fulgor FE-24E Súper Compact (Caldera de gas)	1
<b>BAR DISCO</b>	
Mesas	75
Sillas	300
Juegos de meza	10
Bar	1
Equipo de sonido	1
Acabados	1
Consola de sonido Peavey	1
Amplificador Peavey XR 8600	1
Woofers Peavey DJ5	6
Esferas	1
Camaras Lentas	2
Luces Inteligentes	2
Luces Giratorias	2
Maquina de Humo	1
<b>LOBI</b>	
Escritorios	28
Sillas	28
Oasis	3
Acabados	1
<b>CASETA DE VIGILANCIA</b>	
Cama sencilla Capri	1
Mesas	3
Cámaras de seguridad y monitores	5
Casilleros	7

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.



**CUADRO 19**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
<b>EDIFICIO PRINCIPAL</b>	
<b>Habitaciones Premium</b>	64
Cama King Size SINAI	64
Mesa de noche clásica	64
Closet 4 puertas con espejos DIDA	64
Televisor Slimfit 21pg. Samsung	64
Mini bar	64
Jacuzzi	64
Decoración	
Teléfono	
Aire Acondicionado	
<b>Habitaciones dobles</b>	128
Cama sencilla Capri	256
Closet 4 Puertas con espejos DIDA	128
Mini bar	128
Acabados	128
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	128
Teléfono	128
Aire Acondicionado	
<b>Habitaciones dobles sencillas</b>	32
Cama sencilla Capri	64
Closet 4 puertas con espejos DIDA	32
Acabados	32
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	32
Teléfono	32
Aire Acondicionado	
<b>Espacios comunes:</b>	
Salas ENCINA	64
Salas pequeñas	64
Mesas Commodity YAK	64
Acabados	1

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

**CUADRO 20-A**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
<b>ESTRUCTURAS SECUNDARIAS</b>	<b>4</b>
<b>Habitaciones Premium</b>	1
Cama King Size SINAI	1
Mesa de noche clásica	1
Closet 4 puertas con espejos DIDA	1
Televisor Slimfit 21pg. Samsung	1
Mini bar	1
Jacuzzi	1
Decoración	1
Teléfono	1
Aire Acondicionado	
<b>Habitaciones dobles</b>	2
Cama sencilla Capri	2
Closet 4 Puertas con espejos DIDA	1
Mini bar	1
Acabados	1
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	1
Teléfono	1
Aire Acondicionado	
<b>Habitaciones sencillas</b>	1
Cama sencilla Capri	1
Closet 4 puertas con espejos DIDA	1
Acabados	1
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	1
Teléfono	1
Aire Acondicionado	
<b>Espacios comunes</b>	

**CUADRO 20-B**

Comedor 6 Personas COMMODIC Y AK	1
Sala ENCINA	1
Sala de juegos	1
Acabados	1

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

**CUADRO 21**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
<b>MOBILIARIO ACUATICO</b>	
Barcos de vela lencas	8
Barcos de vela optimis	8
Veleros de paseo	3
Kayaks	24
Lanchas de motor	2
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	
(Construcción de un pozo artesiano para abastecimiento de agua potable con bomba, sistema de tratamiento de aguas residuales e instalación de energía eléctrica).	1
Equipo de limpieza	1
Lavadoras de 86 libras LG	5
Secadoras de 85 Libras LG	5
Servicio de Internet inalámbrico 1Mb	1

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### 3.2.6 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DEL PROYECTO

La mano de obra que el complejo turístico necesitará para brindar un servicio de primera se detalla en el cuadro siguiente, dividiéndose en dos grandes áreas que son el área administrativa, y el área operativa que es la que tendrá en contacto más directo con el turista que visita el complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB.

**CUADRO 22**

PERSONAL ADMINISTRATIVO	Nº	SUELDO MENSUAL	
Gerente General	1	\$2,500.00	\$30,000.00
Gerente de alimentos y bebidas	1	\$1,200.00	\$14,400.00
Gerente de finanzas	1	\$1,200.00	\$14,400.00
Gerente de operaciones	1	\$1,200.00	\$14,400.00
Gerente de logística	1	\$1,200.00	\$14,400.00
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>			
Cocineros	14	\$400.00	\$4,800.00
Meseros	20	\$300.00	\$3,600.00
Barman	5	\$ 300.00	\$3,600.00
Encargado de Compras	2	\$400.00	\$4,800.00
Encargado de Almacén	2	\$400.00	\$4,800.00
Auxiliar contable	2	\$ 400.00	\$4,800.00
Personal de Seguridad	10	\$300.00	\$3,600.00
Personal de Mantenimiento	6	\$ 250.00	\$3,000.00
Personal de Recepción	18	\$350.00	\$4,200.00
Personal de SPA	8	\$300.00	\$3,600.00
guías turísticos	2	\$300.00	\$3,600.00
Personal de limpieza	16	\$250.00	\$3,000.00
Total		\$11,250.00	\$135,000.00

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación

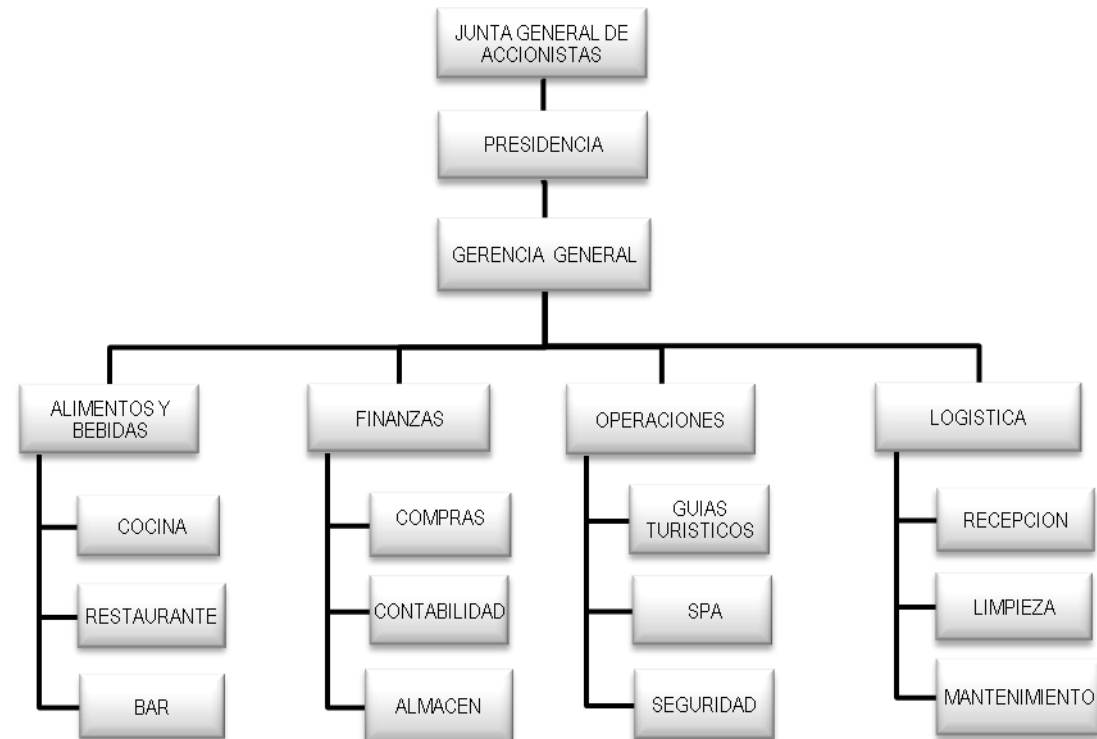
### 3.2.7 ORGANIZACIÓN DEL COMPLEJO TURISTICO

La JUNTA GENERAL DE ACCIONISTA del complejo turístico estará formada por los señores Mario Lovo y Vidal Hernández Rivas quienes aportaran inicialmente el 50% del capital social mediante la emisión de 156 879 acciones con un valor nominal de \$20 cada una, equivalentes a \$3,137 583.

La PRESIDENCIA del complejo turístico será ocupada en la fase inicial por el señor Mario Lovo siendo esta rotativa entre ambos socios, la duración en el cargo será determinado por la Junta General de Accionistas.

La forma de contratación y remuneración del personal administrativo será determinada por la Junta General de Accionistas, en los anexos se presenta el MANUAL DE FUNCIONES para los empleados del complejo turístico Xiquilite Bahía Club.

## ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA “COMPLEJO TURISTICO XIQUILITE BAHIA CLUB” S.A. (ver anexo C-2)



*ELABORADO POR GRUPO DE TRABAJO DE GRADUACION*

### 3.2.8 DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD TÉCNICA

A continuación se presentan los criterios más importantes que ayudaron a determinar la factibilidad técnica en este estudio, es de aclarar que no se enumeran todos sino, los más importantes.

Uno de los aspectos más difíciles de abordar en este estudio fue determinar las dimensiones que tendría el proyecto. Responder a la pregunta ¿cuántas habitaciones construir? Tenía que ver con la capacidad que tendría el complejo turístico. Esta pregunta se respondió lentamente cuando se logró proyectar la demanda en el Estudio de Factibilidad de Mercado, así pues, se decidió que para prestar un servicio adecuado era necesario construir 240 habitaciones distribuidas en un edificio principal y 4 estructuras secundarias, también se optó en dividir las en Premium, dobles, dobles sencillas y sencillas para poder atender con esta capacidad a 476 personas diariamente.

Definir quienes serían los proveedores de XIQUILITE BAHÍA CLUB y la ubicación precisa de este no fue una tarea fácil, se sabía de antemano que la zona posee productos marinos tales como conchas, curiles, peces y camarones. Pero ¿no se iba a necesitar otros insumos? ¿Licores, cervezas, servilletas, por ejemplo? En cuanto a la ubicación del proyecto se mencionaron lugares como Cantón Isla de Méndez y Cantón San Juan del Gozo, finalmente a través del método de localización por puntos ponderados se decidió que el lugar apropiado sería Cantón Isla de Méndez. En cuanto a los proveedores se diseñó una lista de todos los artículos que se necesitan

en una empresa como esta, además se confirmó la entrega en el lugar. El problema estaba resuelto.

Finalmente, ¿cuántos empleados contratar? ¿Qué actividades iban a realizar? Preguntas como estas y otras tenían que contestarse. Al principio se manejo un par de puestos generales como meseros, cocineros, cajeros, recepcionistas, típicos de un negocio como este pero, tarde o temprano tenía que aparecer la palabra organización. El problema se resolvió creando cuatro gerencias: alimentos y bebidas, finanzas, operaciones y logística además de una gerencia general. Crear los puestos y ubicar al personal en cada una de esas cuatro gerencias fue una tarea más dinámica. Ahora se tiene un personal operativo de 105 empleados y 5 gerentes administrativos lo que constituye una organización de 110 empleados.

- El costo del Estudio de Factibilidad Técnico para el grupo de trabajo fue de \$200.00

Después de haber determinado que el proyecto era Factible Técnicamente, se procede a la realización del Estudio de Factibilidad Económico-Financiero.



### **3.3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERO**

#### **3.3.1 COSTOS DE OPERACIÓN DEL COMPLEJO**

En este apartado se tomarán en cuenta todos los costos en los que el Complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB incurrirá para brindar el servicio a los turistas, los cuales están determinados por la Mano de Obra Directa, los Costos Indirectos de Operación, y/o Insumos.

##### **Mano de Obra Directa.**

El costo de Mano de Obra Directa se determinará de acuerdo a los sueldos brutos del personal operativo necesario para brindar el servicio a los turistas, cabe aclarar que se estima que los costos de Mano de Obra Directa sufrirán un incremento del 4% anual.

##### **Costos Indirectos de Operación.**

Son todos los costos en los que se incurren para generar el servicio, entre las que se puede mencionar: Energía eléctrica, seguros, materiales indirectos, etc.

Tomando como base el primer año de operación para establecer los costos de Mano de Obra Directa y los Costos Indirectos de Operación, y resumiendo en un solo cuadro todos los costos para el funcionamiento de los próximos diez años, teniendo un incremento del 4% anual.

**CUADRO 23**

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA Y COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN			
Año	Costo MOD	CIF 4%	MOD + CIF
1	\$ 428,400.00	\$ 17,136.00	\$ 445,536.00
2	\$ 445,536.00	\$ 17,821.44	\$ 463,357.44
3	\$ 463,357.44	\$ 18,534.30	\$ 481,891.74
4	\$ 481,891.74	\$ 19,275.67	\$ 501,167.41
5	\$ 501,167.41	\$ 20,046.70	\$ 521,214.10
6	\$ 521,214.10	\$ 20,848.56	\$ 542,062.67
7	\$ 542,062.67	\$ 21,682.51	\$ 563,745.17
8	\$ 563,745.17	\$ 22,549.81	\$ 586,294.98
9	\$ 586,294.98	\$ 23,451.80	\$ 609,746.78
10	\$ 609,746.78	\$ 24,389.87	\$ 634,136.65

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

**Insumos.**

Si se hace referencia al servicio que se proyecta dar, el costo de los insumos del Complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB estará determinado por el costo de alimentación<sup>38</sup> diario de cada turista que nos visite, dicho costo se estima experimentará un incremento de 5% anual; así como también el costo para el funcionamiento del equipo acuático y el servicio de Internet inalámbrico en el Complejo.

<sup>38</sup> Costo promedio obtenido a través de consultas a otros complejos turísticos de la zona.

CUADRO 24

COSTO DE INSUMOS, CON UN INCREMENTO DEL 5% ANUAL					
Año	Costo Alimentos por persona	Costo Mensual de Alimentación	Costo Bebidas por persona	Costo Mensual de bebidas	Costo Alimentación y bebidas anuales
1	\$18.00	\$59,617	\$18.00	\$59,617	\$1,430,803
2	\$18.90	\$68,909	\$18.90	\$68,909	\$1,653,821
3	\$19.85	\$78,982	\$19.85	\$78,982	\$1,895,563
4	\$20.84	\$89,889	\$20.84	\$89,889	\$2,157,346
5	\$21.88	\$101,690	\$21.88	\$101,690	\$2,440,567
6	\$22.97	\$114,447	\$22.97	\$114,447	\$2,746,717
7	\$24.12	\$128,224	\$24.12	\$128,224	\$3,077,381
8	\$25.33	\$143,094	\$25.33	\$143,094	\$3,434,244
9	\$26.59	\$159,129	\$26.59	\$159,129	\$3,819,100
10	\$27.92	\$176,411	\$27.92	\$176,411	\$4,233,856

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

El costo anual para el funcionamiento del equipo acuático será para el año 1 de \$20,000.00; el cual se estima sufra un incremento del 4% anual, y el costo anual de Internet inalámbrico será de \$18,900.00 el cual también se estima sufra un incremento del 4% anual.

A continuación se detallan los costos para los próximos diez años de Internet inalámbrico, y del funcionamiento del equipo acuático:

**CUADRO 25**

COSTO PROMEDIO DE COMBUSTIBLE <sup>39</sup> , MANTENIMIENTO EN EQUIPO ACUÁTICO; E INTERNET INALAMBRICO DE 1MB <sup>40</sup>	
AÑO	COSTO + ▲ 4% ANUAL
1	\$ 38,900.00
2	\$ 40,456.00
3	\$ 42,074.24
4	\$ 43,757.21
5	\$ 45,507.50
6	\$ 47,327.80
7	\$ 49,220.91
8	\$ 51,189.75
9	\$ 53,237.34
10	\$ 55,366.83

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

<sup>39</sup> Combustible para dos lanchas de motor

<sup>40</sup> \$ 2.500,00 mensuales dato proporcionado por AMNET-TIGO

A continuación se presentará en una sola tabla el consolidado de los costos de operación anuales en un horizonte de 10 años.

**CUADRO 26**

PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN	
Año	TOTAL MOD+CIF+I
1	\$ 1,915,239.44
2	\$ 2,157,634.50
3	\$ 2,419,529.42
4	\$ 2,702,270.12
5	\$ 3,007,288.47
6	\$ 3,336,107.46
7	\$ 3,690,346.81
8	\$ 4,071,728.76
9	\$ 4,482,084.34
10	\$ 4,923,359.90

*Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.*

### 3.3.2 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN DEL COMPLEJO

En este apartado se incluirán todos los costos originados por los sueldos brutos del personal administrativo y los instrumentos necesarios para la realización de las operaciones (papelería), tomando como base el año 1 se prevé que estos costos sufrirán un incremento del 4% anual, tanto en los sueldos brutos como en el rubro de papelería, en el siguiente cuadro se muestra el comportamiento de estos costos en un horizonte de diez años.

**CUADRO 27**

GASTOS DE ADMINISTRACION			
AÑO	Costo sueldos + 4% ▲ Anual	Papelería + 4% ▲ Anual	COSTOS SUELDOS + PAPELERÍA
1	\$ 87 600.00	\$1 000.00	\$ 88 600.00
2	\$ 91 104.00	\$1 040.00	\$ 92 144.00
3	\$ 94 748.16	\$1 081.60	\$ 95 829.76
4	\$ 98 538.09	\$1 124.86	\$ 99 662.95
5	\$102 479.61	\$1 169.86	\$103 649.47
6	\$106 578.79	\$1 216.65	\$107 795.45
7	\$110 841.95	\$1 265.32	\$112 107.27
8	\$115 275.62	\$1 315.93	\$116 591.56
9	\$119 886.65	\$1 368.57	\$121 255.22
10	\$124 682.11	\$1 423.31	\$126 105.43

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### 3.3.3 GASTOS DE VENTA DEL COMPLEJO

Los gastos de venta para el presente proyecto abarcarán los gastos de publicidad en que la empresa incurrirá tales como anuncios publicitarios en televisión y prensa escrita, ambos gastos sufrirán un incremento anual del 4%.

**CUADRO 28**

DESCRIPCIÓN	Nº	COSTO MENSUAL	▲ 4% ANUAL	TOTAL ANUAL
Un anuncio de media página mensual en el Diario de Hoy y Prensa Gráfica	2	\$1 300.00 (costo promedio)	0.04	\$15 ,600.00
2 spot de 30 segundos cada mes en TCS, T.V. 12 y Grupo Megavisión	6	\$10 800.00 (costo promedio)	0.04	\$129 ,600.00
Diseño de página web	1			\$ 500.00
Costo de mantenimiento y asistencia técnica de página web	1	\$50	0.04	\$ 600.00

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

En el cuadro que a continuación se presenta se consolidan los gastos de venta en que se incurrirán en los próximos 10 años.

### CUADRO 29

GASTOS DE VENTA				
AÑO	Prensa Escrita + 4% ▲ anual	Anuncios en Televisión	Diseño de página web + mantenimiento y asistencia	Total
1	\$15,600.00	\$129,600.00	\$1,100	\$146,300.00
2	\$16,224.00	\$134,784.00	\$ 624	\$151,632.00
3	\$16,872.96	\$140,175.36	\$ 649	\$157,697.28
4	\$17,547.88	\$145,782.37	\$ 675	\$164,005.17
5	\$18,249.79	\$151,613.67	\$ 702	\$170,565.38
6	\$18,979.79	\$157,678.22	\$ 730	\$177,387.99
7	\$19,738.98	\$163,985.34	\$ 759	\$184,483.51
8	\$20,528.54	\$170,544.76	\$ 790	\$191,862.85
9	\$21,349.68	\$177,366.55	\$ 821	\$199,537.37
10	\$22,203.66	\$184,461.21	\$ 854	\$207,518.86

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

#### 3.3.4 GASTOS FINANCIEROS DEL COMPLEJO

Los gastos financieros incluyen todos los gastos en los que se incurrirán por la realización de pago de comisiones del financiamiento bancario y los intereses, que generará dicho financiamiento.

A continuación se presenta un cuadro en donde se calcula el monto de la cuota anual que se tendrá que pagar por un apalancamiento financiero de \$3,137,583.10 que corresponde al 50% de la inversión, a una tasa del 13% de interés anual.

### CUADRO 30

CALCULO DEL MONTO DE LA CUOTA ANUAL	
$C = P[i(1+i)^n / (1+i)^n - 1]$	<b>CUOTA ANUAL</b>
\$3,137,628.94[0.13(1+0.13) <sup>10</sup> / (1+0.13) <sup>10</sup> -1]	\$578,223.80

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

Los intereses se calculan en una tabla de amortización en la que se determinarán los intereses correspondientes a cada año. Este cuadro se presenta a continuación.

### CUADRO 31

PLAN DE REEMBOLSO DEL SERVICIO DE LA DEUDA					
AÑO	SALDO DEUDA	CUOTA ANUAL	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO INSOLUTO
1	\$3,137,583.10	\$578,223.80	\$407,885.80	\$170,337.99	\$2,967,245.11
2	\$2,967,245.11	\$578,223.80	\$385,741.86	\$192,481.93	\$2,774,763.18
3	\$2,774,763.18	\$578,223.80	\$360,719.21	\$217,504.58	\$2,557,258.59
4	\$2,557,258.59	\$578,223.80	\$332,443.62	\$245,780.18	\$2,311,478.42
5	\$2,311,478.42	\$578,223.80	\$300,492.19	\$277,731.60	\$2,033,746.81
6	\$2,033,746.81	\$578,223.80	\$264,387.09	\$313,836.71	\$1,719,910.10
7	\$1,719,910.10	\$578,223.80	\$223,588.31	\$354,635.48	\$1,365,274.62
8	\$1,365,274.62	\$578,223.80	\$177,485.70	\$400,738.10	\$ 964,536.52
9	\$ 964,536.52	\$578,223.80	\$125,389.75	\$452,834.05	\$ 511,702.47
10	\$ 511,702.47	\$578,223.80	\$66,521.32	\$511,702.47	\$0.00

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.



### 3.3.5 INVERSIONES FIJAS DEL COMPLEJO

Generalmente este tipo de inversiones iniciales suelen ser los desembolsos más grandes en un proyecto de inversión, están conformados por bienes que no están sujetos a transacciones, ayudan al proceso de transformación de los insumos, y se adquieren durante la etapa de inversión inicial para utilizarse durante la vida útil del proyecto, dividiéndose en activos fijos o tangibles e intangible o nominales.

Para un mejor detalle las inversiones fijas se dividirán en tres fases las cuales se detallan a continuación:

#### FASE 1 CONTRUCCION DEL COMPLEJO (ver anexo C-3)

**CUADRO 32**

PRESUPUESTO ESTIMADO DE FASE 1	
AREAS DE ACCESOS	\$176,485.40
AREA DE SPA Y TIENDA	\$161,594.12
AREAS DE ESPACIO LIBRE	\$311,152.32
AREAS DE PISCINAS*	\$519,932.30
AREAS DE VESTIDORES	\$69,662.90
ÁREAS DE ADMINISTRACION	\$46,242.46
<b>TOTAL FASE 1</b>	<b>\$1,285,069.50</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

\* Se duplica porque son dos piscinas las que se construirán.

**FASE 2 CONSTRUCCION DEL COMPLEJO** (ver anexo C-4)**CUADRO 33**

PRESUPUESTO ESTIMADO FASE 2	
EDIFICIO PRINCIPAL	\$1,595,511.16
MUELLE DE PERSONAS	\$99,052.70
MUELLE DE LANCHAS	\$467,788.95
<b>TOTAL FASE 2</b>	<b>\$2,162,352.81</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

**FASE 3 CONSTRUCCION DEL COMPLEJO** (ver anexo C-5)**CUADRO 34**

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA FASE 3	
ÁREA DEPORTIVA	\$125,772.63
GLORIETAS	\$150,691.75
RESTAURANTE	\$135,019.72
BAR-DISCOTECA	\$121,582.88
ESTRUCTURAS SECUNDARIAS	\$138,826.77
<b>TOTAL FASE 3</b>	<b>\$671,893.75</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

En el cuadro que a continuación se presenta se detalla el costo de cada una de las fases de construcción de las instalaciones con un imprevisto del 15%; además se incluye la compra del terreno de 17 manzanas donde se construirá el complejo turístico con un costo de \$3.500,00<sup>41</sup> c/u.

---

<sup>41</sup> Precio cotizado en Cantón Isla de Méndez

**CUADRO 35**

PRESUPUESTO ESTIMADO EN INSTALACIONES		
1	TERRENO (17 Manzanas * \$3,500 c/u)	\$ 59,500.00
2	FASE 1	\$ 1,285,069.50
3	FASE 2	\$ 2,162,352.81
4	FASE 3	\$ 671,893.75
5	IMPREVISTO 15%	\$ 621,711.56
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,805,638.47</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

**3.3.6 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO**

Representa el dinero o efectivo en cuenta corriente que se necesitará para la realización de las operaciones normales de la empresa, es decir el dinero que se necesita para financiar el primer mes de operaciones.

El capital de trabajo con el que se iniciará el proyecto de XIQUILITE BAHÍA CLUB será de \$179,178.29 para poder cumplir con las obligaciones en un lapso no mayor a 30 días.

**CUADRO 36**

Cálculo de la Inversión en Capital de Trabajo	
<b>ICT=((CO+GV+GA)/360*30)</b>	<b>Inversión de CT</b>
(1.916.339,44+145.200+87.600)/360*30	\$179,178.29

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### 3.3.7 COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO DEL PROYECTO

El costo de equipo y mobiliario mínimo para el equipamiento del complejo turístico se detalla continuación:

**CUADRO 37** (ver anexo C-6)

DESCRIPCIÓN	TOTAL
SPA	\$ 15,620.00
TIENDA	\$ 7,500.00
RESTAURANT	\$ 52,095.00
BAR DISCO	\$ 53,085.00
LOBI	\$ 6,030.00
CASETA DE VIGILANCIA	\$ 1,760.00
EDIFICIO PRINCIPAL	\$761,608.00
ESRUCTURAS SECUNDARIAS	\$ 51,320.00
COMPLEJO DEPORTIVO	\$ 2,000.00
MOBILIARIO ACUÁTICO	\$110,000.00
SERVICIOS BASICOS	\$ 61,025.00

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

El total de la inversión en mobiliario y equipo es de \$1 122 043.00 a lo cual se le agrega un 15% de imprevisto para cubrir cualquier eventualidad, lo cual nos da un total en mobiliario y equipo de:

**\$ 1,290 343.45.**

En el siguiente cuadro se detalla la inversión inicial que será necesaria para el proyecto:

**CUADRO 38**

Calculo de Inversión Inicial Total	
Clase de Inversión	Desembolso de Fondos
Inversión Fija	\$ 6 ,087 ,362.92
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 179 ,178.29
Inversión Requerida	<b>\$ 6,266 541.21</b>

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

### 3.3.8 PRESUPUESTOS DE INGRESOS POR VENTA

El presupuesto de ingreso por venta del complejo XIQUILITE BAHÍA CLUB consta de dos áreas, la primera es por el ingreso de los turistas a las instalaciones; la segunda es por paseos en lancha, veleros y/o barcos por la bahía y actividades acuáticas como alquiler de kayaks.

Para poder proyectar los ingresos por venta para el proyecto se toma el precio promedio para ingresar al complejo turístico el cual es de \$75,00 por una estadía no mayor a 24 horas (precio que incluye la alimentación en el complejo turístico que incluye desayuno, almuerzo, entremés, cena y la bebida con o sin alcohol que el turista consume durante el día); este precio se estima sufrirá un incremento del 5% anual.

#### CUADRO 39-A

INGRESOS ESTIMADOS POR LLEGADA DE TURISTAS				
Año	Demanda (Tur. Ext.)	Precio Promedio+▲ 5% anual	Ingreso Anual Turistas extranjeros	Estimado de turistas nacionales 35%
1	29,440	\$75.00	\$2,208,030.00	\$772,810.50
2	32,409	\$78.75	\$2,552,193.00	\$893,267.55
3	35,377	\$82.69	\$2,925,252.23	\$1,023,838.28
4	38,346	\$86.82	\$3,329,236.89	\$1,165,232.91
5	41,314	\$91.16	\$3,766,306.89	\$1,318,207.41
6	44,282	\$95.72	\$4,238,760.80	\$1,483,566.28

**CUADRO 39-B**

7	47,251	\$100.51	\$4,749,044.33	\$1,662,165.52
8	50,219	\$105.53	\$5,299,759.32	\$1,854,915.76
9	53,188	\$110.81	\$5,893,673.19	\$2,062,785.62
10	56,156	\$116.35	\$6,533,729.05	\$2,286,805.17

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

A Continuación se proyecta el ingreso promedio por turista para la realización de actividades acuáticas para los próximos 10 años, cabe mencionar que el ingreso promedio se espera sufra un incremento del 5% anual:

**CUADRO 40**

INGRESO PROMEDIO POR TURISTA POR PASEOS Y ACTIVIDADES ACUÁTICAS			
AÑO	PROMEDIO + ▲ 5% ANUAL	TURISTAS NAC. Y EXT.	INGRESO
1	\$15,00	3.312	\$49.680,68
2	\$15,75	3.646	\$57.424,34
3	\$16,54	3.980	\$65.818,18
4	\$17,36	4.314	\$74.907,83
5	\$18,23	4.648	\$84.741,91
6	\$19,14	4.982	\$95.372,12
7	\$20,10	5.316	\$106.853,50
8	\$21,11	5.650	\$119.244,58
9	\$22,16	5.984	\$132.607,65
10	\$23,27	6.318	\$147.008,90

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

En el cuadro siguiente se engloban los ingresos proyectados de ingresos por entrada al complejo turístico y por los paseos por la bahía de Jiquilisco, además de la realización de actividades acuáticas.

**CUADRO 41**

INGRESOS BRUTOS PROYECTADOS	
AÑO	INGRESO BRUTO ANUAL
1	\$3.030.521,18
2	\$3.502.884,89
3	\$4.014.908,68
4	\$4.569.377,63
5	\$5.169.256,21
6	\$5.817.699,20
7	\$6.518.063,35
8	\$7.273.919,66
9	\$8.089.066,45
10	\$8.967.543,12

*Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.*

### 3.3.9 ESTUDIOS DE FINANCIAMIENTO DEL COMPLEJO

#### 3.3.9.1 FUENTES DE RECURSOS

En las fuentes internas los recursos se obtendrán por la inversión que harán los socios Mario Lovo y Vidal Hernández Rivas (empresarios nacionales) en el proyecto, lo cual fue abordado en el Estudio de Factibilidad Técnico.

En cuanto a las fuentes externas se realizara un financiamiento para adquisición del terreno, construcción de las instalaciones y compra de mobiliario y equipo, dicho préstamo se realizará en la banca nacional con una tasa de interés del 13% anual para diez años.

#### CUADRO 42

CAPITAL PROPIO Y CREDITOS EN EL FINANCIAMIENTO	
FUENTES	MONTO
Externas (Préstamo bancario 50%)	\$3,137,583.10
Internas (Inversión Privada 50%)	\$3,137,583.10

*Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.*

#### CUADRO 43

CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS		
FUENTES	USOS	MONTO
Externas (Préstamo bancario 50%)	Inversión en terreno, instalaciones y mobiliario	\$3,137,583.10
Internas (Fondos propios 50%)	Inversión en terreno, instalaciones, mobiliario y capital de trabajo	\$3,137,583.10

*Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.*



## 3.3.10 FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO

Flujo Financiero / Años	0	1	2	3	4	5
Mas: Ingreso Bruto		\$3,030,521.18	\$ 3,502,884.89	\$4,014,908.68	\$4,569,377.63	\$5,169,256.21
Menos: Costo de Operación		\$1,915,239.44	\$2,157,634.50	\$2,419,529.42	\$2,702,270.12	\$3,007,288.47
Gasto de Administración		\$ 88,600.00	\$ 92,144.00	\$95,829.76	\$99,662.95	\$103,649.47
Gasto de Venta		\$ 146,300.00	\$ 151,632.00	\$157,697.28	\$164,005.17	\$170,565.38
Igual: Ingreso Operativo		\$ 880,381.74	\$ 1,101,474.39	\$1341,852.22	\$1,603,439.39	\$ 1,887,752.89
Menos: Gasto Financiero		\$ 407,885.80	\$ 385,741.86	\$360,719.21	\$332,443.62	\$300,492.19
Depreciación		\$ 471,062.30	\$ 471,062.30	\$208,940.80	\$208,940.80	\$208,940.80
Igual: Ingreso del Periodo		\$ 1,433.63	\$ 244,670.22	\$772,192.20	\$1,062,054.97	\$1,378,319.90
Menos: Reserva Legal (7%)		\$ 100.35	\$ 17,126.92	\$54,053.45	\$ 74,343.85	\$ 96,482.39
Igual: Ingreso Gravable		\$ 1,333.27	\$ 227,543.31	\$718,138.75	\$987,711.12	\$1,281,837.50
Menos: Impuesto s/ Renta (25%)		\$ 333.32	\$ 56,885.83	\$179,534.69	\$246,927.78	\$320,459.38
Igual: Ingreso Neto		\$ 999.96	\$ 170,657.48	\$538,604.06	\$740,783.34	\$961,378.13
Mas: Depreciación		\$ 471,062.30	\$471,062.30	\$208,940.80	\$208,940.80	\$208,940.80
Reserva Legal		\$ 100.35	\$17,126.92	\$54,053.45	\$74,343.85	\$96,482.39
Menos: Inversión Inicial	\$ 6,275,166.21					
Mas: Recibo del Préstamo	\$ 3,137,583.10					
Menos: Pago a Principal		\$ 170,337.99	\$192,481.93	\$217,504.58	\$245,780.18	\$277,731.60
Igual: Flujo Económico Operativo		\$ 301,824.62	\$466,364.77	\$584,093.74	\$778,287.81	\$989,069.72
Mas: Valor de Salvamento						
<b>Igual: Flujo Económico Neto</b>	<b>(\$- 9,412,749.31)</b>	<b>\$ 301,824.62</b>	<b>\$466,364.77</b>	<b>\$584,093.74</b>	<b>\$778,287.81</b>	<b>\$989,069.72</b>

Flujo Financiero / Años	6	7	8	9	10
Mas: Ingreso Bruto	\$ 5817,699.20	\$6518,063.35	\$7273,919.66	\$ 8089,066.45	\$8967,543.12
Menos: Costo de Operación	\$3336,107.46	\$3690,346.81	\$4071,728.76	\$4482,084.34	\$4923,359.90
Gasto de Administración	\$107,795.45	\$112,107.27	\$116,591.56	\$121,255.22	\$126,105.43
Gasto de Venta	\$177,387.99	\$184,483.51	\$191,862.85	\$199,537.37	\$207,518.86
Igual: Ingreso Operativo	\$2196,408.29	\$2531,125.76	\$2893,736.49	\$3286,189.52	\$3710,558.92
Menos: Gasto Financiero	\$264,387.09	\$223,588.31	\$177,485.70	\$125,389.75	\$ 66,521.32
Depreciación	\$208,940.80	\$ 208,940.80	\$208,940.80	\$208,940.80	\$ 208,940.80
Igual: Ingreso del Periodo	\$1723,080.40	\$ 2098,596.64	\$2507,309.98	\$2951,858.97	\$3435,096.80
Menos: Reserva Legal (7%)	\$120,615.63	\$146,901.76	\$175,511.70	\$ 206,630.13	\$240,456.78
Igual: Ingreso Gravable	\$1602,464.78	\$1951,694.88	\$2331,798.29	\$2745,228.84	\$3194,640.02
Menos: Impuesto s/ Renta (25%)	\$400,616.19	\$487,923.72	\$582,949.57	\$686,307.21	\$798,660.01
Igual: Ingreso Neto	\$1201,848.58	\$1463,771.16	\$1748,848.71	\$2058,921.63	\$2395,980.02
Mas: Depreciación	\$208,940.80	\$208,940.80	\$208,940.80	\$208,940.80	\$208,940.80
Reserva Legal	\$120,615.63	\$ 146,901.76	\$175,511.70	\$206,630.13	\$ 240,456.78
Menos: Inversión Inicial					
Mas: Recibo del Préstamo					
Menos: Pago a Principal	\$ 313,836.71	\$ 354,635.48	\$ 400,738.10	\$ 452,834.05	\$ 511,702.47
Igual: Flujo Económico Operativo	\$1217,568.30	\$1464,978.24	\$1732,563.12	\$2021,658.51	\$2333,675.12
Mas: Valor de Salvamento					\$ 16344,110.15
<b>Igual: Flujo Económico Neto</b>	\$1217,568.30	\$1464,978.24	\$1732,563.12	\$2021,658.51	\$18677,785.27

\*VSproy =(FENk-Depk)/TMAR

### 3.3.11 CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DEL COMPLEJO

#### 3.3.11.1 VALOR ACTUAL NETO

Este criterio plantea que el proyecto es aceptable si su Valor Actual Neto (VAN) es igual o superior a cero, en este caso la tasa de rendimiento que la empresa desea obtener es del 15%.

#### CUADRO 44

ESTIMACIÓN DEL VAN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN			
AÑO	FENT*FIVA <sub>i</sub> , n( i = 10%)	Coficiente	VA
0	(\$9412,749.31)	1.000	(\$ 9412,749.31)
1	\$301,824.62	0.909	\$ 274,358.58
2	\$466,364.77	0.826	\$ 385,217.30
3	\$584,093.74	0.751	\$ 438,654.40
4	\$778,287.81	0.683	\$ 531,570.58
5	\$989,069.72	0.621	\$ 614,212.30
6	\$1,217,568.30	0.564	\$ 686,708.52
7	\$1,464,978.24	0.513	\$ 751,533.84
8	\$1,732,563.12	0.467	\$ 809,106.98
9	\$2,021,658.51	0.442	\$ 894,381.73
10	\$18,677,785.27	0.386	\$ 7,209,625.11
	<b>VAN proyectado</b>		\$ 3,182,620.02

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

Como se puede observar en el cuadro anterior el Valor Actual Neto (VAN), es positivo, lo cual significa que el proyecto de Creación de un complejo turístico en la Península de San Juan del Gozo es aceptable.

### 3.3.11.2 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

El criterio de la Tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

**CUADRO 45**

AÑO	FENT*FIVA <sub>i</sub> , n(i = 20%)	Coficiente	VA
0	(\$9412,749.31)	1.000	(\$9412,749.31)
1	\$301,824.62	0.833	\$ 251,419.91
2	\$466,364.77	0.694	\$ 323,657.15
3	\$584,093.74	0.579	\$ 338,190.27
4	\$778,287.81	0.482	\$ 375,134.73
5	\$989,069.72	0.402	\$ 397,606.03
6	\$1,217,568.30	0.335	\$ 407,885.38
7	\$1,464,978.24	0.279	\$ 408,728.93
8	\$1,732,563.12	0.233	\$ 403,687.21
9	\$2,021,658.51	0.194	\$ 392,201.75
10	\$18,677,785.27	0.162	\$ 3025,801.
	<b>VAN proyectado</b>		-\$ 3088,436.74

Fuente: Elaborado por Grupo de Trabajo de Graduación.

$$TIR = i1 + (VP(i2-i1)/VP-VN)$$

Donde:

I1: 0.10

VP: \$3,182,620.02

I2: 0.20

VN: (\$3,088,436.74)

TIR: **15.10%**; Por lo tanto, tomando en cuenta este criterio, conviene realizar la inversión ya que la Tasa de Rendimiento requerido (15%) del proyecto es menor que la TIR.

### 3.3.11.3. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Para encontrar esta relación se divide la utilidad o beneficio del proyecto entre el costo del mismo.

$$\text{\$ } 18,677,785.27 / \text{\$ } 9,412,749.31 = \mathbf{1.98}$$

Lo que confirma la viabilidad del proyecto ya que el beneficio en relación al costo del proyecto es dos veces mayor

### 3.3.12 DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERO

El Estudio de Factibilidad Económico-financiero ayudó a proyectar los costos en que incurrirá el proyecto, tanto la construcción como el funcionamiento del mismo auxiliándonos de los requerimientos de Mano de Obra, Mobiliario y Equipo, que se hicieron en el Estudio de Factibilidad Técnico; además se proyectaron los ingresos que se generarán en un horizonte de 10 años tomando en cuenta la proyección de la demanda que se estableció en el Estudio de Factibilidad de Mercado.

Se identificaron las diferentes fuentes de financiamiento que serán necesarias para el proyecto: Las fuentes internas estará determinada por la inversión privada que estará a cargo de empresarios nacionales como el Sr. Mario Lovo y el Sr. Vidal Hernández Rivas a quienes en su momento se presentó la propuesta de inversión; y las fuentes externas que estarán determinadas por el sistema financiero nacional.

Se tomaron en cuenta criterios de evaluación financieros como el de Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Rendimiento (TIR) para determinar la viabilidad del proyecto.

- El costo del Estudio de Factibilidad Económico-financiero para el grupo de trabajo fue de \$125.00

### **3.4 DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES**

#### **DEFINICIÓN DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL**

El concepto de Evaluación de Impacto Ambiental podemos definirla como un conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.

La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo las intrusiones en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde cualquier punto de vista, y no por una especie de magnanimidad por las criaturas más débiles, sino por verdadera humildad intelectual, por reconocer que no sabemos realmente lo que la pérdida de cualquier especie viviente puede significar para el equilibrio biológico.

La gestión del medio ambiente implica la interrelación con múltiples ciencias, debiendo existir una inter y trans disciplinariedad para poder abordar las problemáticas, ya que la gestión del ambiente, tiene que ver con las ciencias sociales (economía, sociología, geografía, etc.) con el ámbito de las ciencias naturales (geología, biología, química, etc.), con la gestión de empresas (management), etc.



### 3.4.1 GENERALIDADES AMBIENTALES

El territorio de la Bahía de Jiquilisco pertenece al departamento de Usulután y se adscribe política y administrativamente a los municipios de Jiquilisco, Puerto El Triunfo, Usulután, San Dionisio, Concepción Batres y Jucuarán, los cuales pertenecen al mismo departamento. Los municipios a la vez se dividen en cantones y caseríos.

El área natural de la Bahía de Jiquilisco se encuentra ubicada en la región oriental del Salvador, entre los 13° 15' y 13° 18' Latitud Norte y 88° 48' y 88° 15' Longitud Oeste, en un Gradiente latitudinal que va de los 0 a 500 msnm, y pertenece a las cuencas hidrográficas Del Lempa, El Espino, El Potrero, Nanachepa, Aguacayo, El Cacao, El Quebrado, La Poza, Grande de San Miguel, El Convento, La Ringlera, Seca y Munguía.

La Bahía de Jiquilisco representa probablemente la mayor concentración de ecosistemas naturales contiguos del país. Dentro del área natural se pueden visitar playas, manglares, esteros, bosques de exuberante vegetación y una laguna somera. En la zona se pueden observar infinidad de aves acuáticas, cocodrilos, venado de cola blanca, mono araña, tortugas marinas, loras, tucanes y otras muchas especies de fauna de claro atractivo. Esto hace que el lugar sea bastante conocido como área natural y que sea anunciado en folletos turísticos y en noticias de prensa. Sin embargo, estos folletos y noticias no parecen ser capaces de dar pistas claras sobre como disfrutar de los atractivos de la zona, y no existe una política clara de promoción y ordenamiento de la visitación turística en la zona.

El área carece de concentraciones de hoteles y restaurantes importantes. El único lugar que recibe una cantidad importante de visitantes es El Espino, aunque este turismo carece de una planificación y ordenamiento claros, lo que hace que su principal atractivo la playase vea perjudicado por la acumulación de basuras, la presencia de edificaciones desordenadas y el predominio de servicios hosteleros de un nivel muy básico. Las otras playas del área natural (península de San Juan del Gozo e Isla San Sebastián) carecen hasta el momento de infraestructuras y usos turísticos de importancia.

#### 3.4.2 CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS GENERALES

##### **GEOLOGÍA**

El área se encuentra localizada en el departamento de Usulután incluyendo parte de la llanura Aluvial costera, la bahía de Jiquilisco y parte de cordillera meridional costera.

Por lo general la topografía de la bahía de Jiquilisco y la llanura aluvial costera a la cual pertenece es plana o poco ondulada (Puerto Parada está a 6 msnm), pasando de ondulada a montañosa en la parte de la cordillera meridional costera (Sierra de Juacuarán).

##### **HIDROLOGÍA**

En referencia a la hidrología en la bahía de Jiquilisco vienen a drenar una gran cantidad de cuencas hidrográficas que van desde la desembocadura del Río Lempa y las cuencas que forman la bahía, a parte de la del Río Grande San Miguel. Descendiendo desde la desembocadura del río Lempa hasta la del Río Murguía nos encontramos las cuencas

hidrográficas de los siguientes ríos: El Espino o Borbollón, El Potrero, Nanachepa, Aguacayo, El Cacao, Chahuantique, El Quebrado, y el Molino. Todos Ellos constituyen la región de bahía de Jiquilisco o llamada también entre el Río Lempa y Río Grande San Miguel. A continuación viene el Río Grande San Miguel con toda su red de afluentes que desemboca en el lugar conocido como Estero El Desagüe. Continúan después los ríos: El Convento, La Ringlera, El amatillo. Seca y Murguía.

Durante la estación lluviosa con las bruscas precipitaciones se forman numerosos ríos temporales que no son aprovechables además de crear serios problemas de inundaciones. Por eso en las partes más llanas de suelos arcillosos de poca infiltración se favorecen estas inundaciones.

El sistema de manglares constituye una barrera natural tanto para el caso de las crecidas de los cauces en la estación lluviosa como para las tormentas tropicales que se forman en el área.

La bahía de Jiquilisco está constituida por numerosos esteros, canales y cañones sujetos al efecto de las mareas. Se da una relación detallada de los ríos, quebradas y esteros, canales y cañones que constituyen la red hidrológica de la Bahía de Jiquilisco.

## **CLIMA**

Los datos climáticos corresponden a los registros recogidos en tres estaciones meteorológicas situadas en el área: Puerto Parada, San Juan del Gozo, Puerto El Triunfo. La época de lluvias

está más o menos bien definida con dos máximos en los meses de junio y septiembre, existiendo normalmente una canícula a finales de julio. Las precipitaciones pueden oscilar entre 1,660 en puerto Parada y 2,019mm en Jiquilisco. La gran variabilidad de precipitaciones durante el año es importante, siendo crítica en los meses de mayo (comienzo de las lluvias), julio (canícula) y octubre (final de las lluvias). Esta variación puede afectar sobre todo a la primera siembra. El mismo régimen de lluvias y su variabilidad hace que la zona sufra frecuentes inundaciones debido a la formación de numerosos ríos temporales.

Los vientos que soplan normalmente en la zona alcanzan una velocidad promedio de 7 Km./h. clasificado como muy débil.

La temperatura media anuales de 28.3 °C con un máximo de 36°C y siempre con temperaturas medias mensuales superiores a los 20°C. La evapotranspiración media es de 1,944 mm anuales. La humedad relativa en el área es de un 68%.

### 3.4.3 VALORES SOCIALES Y CULTURALES

Actualmente no existen estudios que proporcionen información exhaustiva sobre vestigios arqueológicos, tradiciones y artesanías dentro de los límites y zonas de amortiguamiento del área natural. Aún así, se han identificado áreas y manifestaciones culturales importantes que se citan a continuación:

#### a) Arqueología

Dentro de los límites y zona de amortiguamiento del área natural se reportan restos arqueológicos ubicados en la Isla El Espíritu Santo y el cantó Aguacayo. Hay que recalcar que

hasta la fecha no se han realizado ningún tipo de investigación en dichos sitios. Además a lo largo de la bahía no se han realizado recorridos sistemáticos con el fin de identificar sitios arqueológicos

En el cantón Iglesia Vieja del municipio de San Dionisio existen los restos arqueológicos y los restos de una iglesia, posiblemente por ello retoma el nombre cantón. Tal como en toda el área, estos restos aún no han sido investigados

#### b) Tradiciones y folclore

Una de las tradiciones culturales de gran relevancia en la región de la bahía y reconocida en el ámbito nacional y centroamericano es la Romería dedicada a la Virgen de Candelaria, en Jucuarán.

Esta celebración se lleva a cabo del 29 de enero al 2 de febrero.

El 2 de febrero es el día de la procesión, en la que participa una gran afluencia de población de diferentes partes del país, de Honduras y Nicaragua. Durante el periodo se organizan diferentes actividades como ferias de artesanías, quema de pólvora, leen el testamento de Judas (una sátira de los vecinos de la ciudad) y la misa el día de la procesión.

Las actividades tradicionales populares se encuentran las fiestas Patronales en cada uno de los seis municipios:

Jucuarán del 22 al 27 de julio, en honor a la Virgen de Santa Ana Puerto El Triunfo del 10 al 13 de mayo, en honor a la Virgen de Fátima San Dionisio del 19 al 20 de diciembre, en honor a San Dionisio.

### 3.4.4 FACTORES ADVERSOS QUE AFECTEN A LAS CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS DEL SITIO

El complejo turístico tendrá ubicación en la Península San Juan del Gozo en donde existen una diversidad de especies que son beneficiosas tanto para el control biológico de otras especies y como belleza escénica entre los elementos que se encuentran en el lugar tenemos:

- Aves en su hábitat.
- Manglares.
- Bellas islas.
- Diversidad de fauna y flora.

Se espera que con la implementación del proyecto el impacto ambiental sea el mínimo ya que la construcción del mismo se hará tomando en cuenta todos los elementos que la conforman haciendo que las especies encontradas en el lugar tengan refugio en lugares aledaños y que la tala de árboles se haga de forma discreta tratando que todo lo que conlleva la construcción sea amigable con el medio ambiente que lo rodea.

En dicho proyecto se está tomando en cuenta en cómo no afectar el ecosistema de la península y si este afecta que debe de ser en el menor porcentaje posible ya que para la construcción de este Complejo Turístico se han tomado en cuenta la fauna y flora de la zona porque no se busca terminar con la belleza natural que existe ya que es la carta de presentación la cual es disfrutar la naturaleza y paisajes que ofrecen los alrededores.

### 3.5 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

#### 3.5.1 MESA DE TRABAJO CON REPRESENTANTES DE GOBIERNOS MUNICIPALES

El propósito de la reunión con representantes de gobiernos locales es para presentarles el proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB y así por obtener algunos acuerdos para las comunidades en materia de desarrollo local, seguridad, disposición final de desechos sólidos, alumbrado, etc., que a su vez también ayude a potenciar la ejecución de este proyecto.

##### 3.5.1.1 REPRESENTANTES DE ALCALDIA MUNICIPAL DE JIQUILISCO Y DE PUERTO EL TRIUNFO

El objetivo de reunirse con los representantes de la alcaldía municipal de Jiquilisco es fundamentalmente para dos cosas:

- Presentación del proyecto de inversión.

La presentación del proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB al concejo municipal de la alcaldía de Jiquilisco tiene como finalidad mostrar el interés que su municipio puede despertar en la empresa privada, debido a la gran riqueza natural con que este cuenta y el poco aprovechamiento económico que este ha tenido.

- Involucrarlos activamente en el desarrollo del proyecto.

Debido a una política pública de centralización de los recursos financieros del estado es que los municipios como Jiquilisco poco o nada pueden invertir en el desarrollo económico de sus poblaciones. Sabemos que las comunidades donde se piensa ejecutar este proyecto carecen de muchos servicios básicos que son indispensables para el desarrollo pleno de sus habitantes, consideramos que la ausencia de estos servicios públicos pueden en determinado momento obstaculizar el crecimiento óptimo de este o cualquier proyecto de inversión que se piense instalar en la zona.

Es por eso que a través de la puesta en marcha de este proyecto se pretende que la alcaldía municipal de Jiquilisco realice las gestiones necesarias para poder llevar estos y otros servicios básicos a la población de la Península San Juan del Gozo.



### 3.5.2 MESA DE TRABAJO CON LA ASOCIACION DE DESARROLLO LOCAL DE LA PENINSULA SAN JUAN DEL GOZO Y BAHIA DE JIQUILISCO (APBJ)

Sabemos que en la zona de la Península San Juan del Gozo existen muchas organizaciones comunales comprometidas con el desarrollo social de sus comunidades que han tomado la iniciativa para poner en marcha diferentes proyectos de beneficio social.

Por eso se pretende también realizar una serie de reuniones con los líderes de estas organizaciones para presentarles el proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB y los beneficios económicos y sociales que la Península y sus pobladores pueden obtener de este tipo de proyectos.

No es extraño pensar que en lugares como este surja algo de oposición a la implementación de proyectos de inversión de este tipo, donde los pobladores vean amenazados sus hogares y lo poco que tienen, es por eso que el principal objetivo de estas reuniones será disipar cualquier temor y reducir al mínimo cualquier tipo de resistencia que pueda poner en peligro la ejecución del proyecto.



## 4 CRONOGRAMA DE CONSTRUCCION DEL COMPLEJO TURISTICO XIQUILITE BAHIA CLUB

5

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TERRACERIA DEL AREA DEL COMPLEJO												
FASE 1 CONSTRUCCION DE ACCESOS Y PARQUEOS												
FASE 2 CONSTRUCCION DE EDIFICIO PRINCIPAL												
FASE 3 CONSTRUCCION DE PISCINAS Y AREAS DEPORTIVAS												
ACABADOS EN TODAS LAS AREAS DEL COMPLEJO												

6

## CONCLUSIONES

El servicio que se prestará en el complejo turístico de acuerdo a estándares internacionales estará calificado como de tres estrellas. Además de prestar servicios complementarios como excursiones a las islas cercanas.

Para proyectar la demanda del complejo turístico se empleó el Método de los Mínimos Cuadrados tomando como base una serie histórica proporcionada por CORSATUR, producto de una encuesta realizada en el año 2007.

Para el normal funcionamiento de las operaciones del complejo se contará con una lista de proveedores los cuales se encargaran de proporcionar todos aquellas materias primas e insumos necesarios para proporcionar un buen servicio.

Se puede decir que XIQUILITE BAHÍA CLUB es un complejo turístico grande con una capacidad instalada para 476 personas, donde se puede atender comodamente a los visitantes.

Se logró determinar a través del Método por Puntos Ponderados que la ubicación ideal del proyecto sería en el Cantón Isla de Méndez ubicada en la Bahía de Jiquilisco, departamento de Usulután a 119 Km. de San Salvador.

Con respecto al personal administrativo y de operaciones del complejo turístico se contratará en la misma zona oriental específicamente en el Departamento de Usulután con el objetivo de generar empleos mejor remunerados en la zona.

Como se puede ver los flujos de efectivo proyectados del complejo turístico son positivos y sólo para el primer año se espera obtener un Flujo Económico Neto de \$301,824.62.

### RECOMENDACIONES

Dado el servicio de tres estrellas que se pretende brindar es recomendable orientar el esfuerzo hacia el turista extranjero, ya que éste cuenta con un mayor poder adquisitivo que el turista nacional.

Es de mencionar que las instituciones CORSATUR, MITUR a pesar de los años que tienen de funcionar no cuentan con datos confiables acerca de la demanda turística interna argumentando que son estudios muy caros de realizar.

A pesar de la ubicación del proyecto se espera no tener problemas en el abastecimiento de materias primas e insumos, y se recomienda que productos tales como frutas y verduras se obtengan en los mercados mayoristas, por ejemplo «la tiendona» por sus precios bajos.

No obstante la capacidad instalada del complejo turístico se recomienda mantener una capacidad normal del 60%, es decir, atender unas 290 personas simultáneamente.

Aunque no se duda de la capacidad que tienen los pobladores de la Bahía, para prestar un servicio de calidad como el que se ha presentado se recomienda implantar un programa de evaluación y posterior capacitación del personal de operaciones, con el objetivo de prestar un servicio de calidad.

No obstante, que los flujos de efectivos proyectados en el proyecto XIQUILITE BAHÍA CLUB son positivos y que las expectativas económicas son venturosas, se recomienda modificar los precios a la baja si las condiciones económicas cambian.

Se recomienda trabajar conjuntamente con las organizaciones ambientalistas de la zona en la preservación de los recursos naturales y, con los representantes de la Alcaldía de Jiquilisco en el tratamiento de los desechos sólidos.

## BIBLIOGRAFIA

### A. LIBROS

- Sapag Chain, Nassir Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos Editorial McGraw-Hill latinoamericana, Bogotá 1983.

### B. TESIS

- Ciudad Real, Miguel Angel.  
“El Turismo como Estrategia de Desarrollo Económico y Social en El Salvador.”  
San Salvador, Universidad de El Salvador, 1978.
- Canales Pleitez, Victor Manuel  
“PLAN ESTRATÉGICO PARA POTENCIAR EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA BAHÍA DE JIQUILISCO”.  
San Salvador, Universidad Centroamericana, 2006.
- Ulloa Moreno, Juan Manuel  
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO ECONOMICO PARA EL CULTIVO DE PECES TILAPIA ROJA EN JAULAS FLOTANTES DEL CENTRO DE DESARROLLO DE LA PESCA Y LA AGRICULTURA CENDEPESCA DEL RAMO DE AGRICULTURA Y GANADERIA APLICABLE EN EL LAGO DE ILOPANGO”.  
UES 2007
- Diaz Fuentes, Carlos Alberto

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO ECONOMICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA PLANTA PROCESADORA DE HARINAS EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO MASAHUAT DEPARTAMENTO DE LA PAZ”.

UES 2007

- Escobar Lucero, Juan Carlos

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO ECONOMICO PARA LA CREACION DE UNA SUCURSAL DE LA CAJA DE CREDITO DE SAN IGNACIO EN EL MUNICIPIO DE TEJUTLA DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO”.

UES 2007

### **C. LEYES**

- Ley de Turismo Republica de El Salvador
- Ley Medio Ambiente de El Salvador.

### **D. DOCUMENTOS Y OTROS**

- Monografía de comunidad de Jiquilisco. Elaborada por la Casa de la Cultura del municipio en 2000.
- Antecedentes y Justificación Plan Nacional de turismo 2014 CORSATUR  
(*Corporación Salvadoreña de Turismo*)  
[https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI\\_HTMLS/BMI\\_PULSO\\_TURISMO\\_1MG/ANTECEDENTES%20Y%20JUSTIFICACION%20C3%93N.PDF](https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_TURISMO_1MG/ANTECEDENTES%20Y%20JUSTIFICACION%20C3%93N.PDF)



- Turismo en El Salvador: El reto de la Competitividad Escrito por Javier Moreno, Gustavo Segura y Crist Inman, Investigadores y Gerente de Proyecto CLACDS/INCAE.  
[www.incae.ac.cr/ES/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen620filcorr.pdf](http://www.incae.ac.cr/ES/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen620filcorr.pdf)
- *Boletín Estadístico de Turismo El Salvador, C.A. 2006 Turismo Receptivo CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo)*  
<http://elsalvador.travel/eng/images/stories/boletin2006.pdf>

## GLOSARIO DE TERMINOS

**ACCESIBILIDAD:** Se refiere a las vías de acceso que cuenta la Península San Juan del Gozo para llegar entre estas tenemos tres vía terrestre vía marítima y vía aérea.

**ALOJAMIENTO:** Lugar de estadía para el turista en donde existe servicio de restaurante con cabañas para descanso y servicios básicos.

**BAHÍA:** Pequeña ensenada formada en una porción de agua de mayor tamaño. Las bahías pueden encontrarse en océanos, lagos y golfos.

Las bahías son similares a los golfos, aunque por lo general tienen menor tamaño.

El acceso a una bahía suele ser más ancho que su interior, pero existen muchas bahías en forma de bolsa o de botella con embocaduras estrechas.

**COMUNIDAD:** Grupos de viviendas rurales con bajo nivel de ingresos y de escasos recursos, son complejos habitacionales muy humildes

**COMPLEJO TURÍSTICO:** Lugar de estadía con clasificación tres estrellas que cuenta con servicios básicos, alojamiento, restaurante y piscinas.

**DESARROLLO SOSTENIBLE:** Es un crecimiento del desarrollo socio-económico y se sostiene al explotar los recursos con que se cuentan un determinado sector.

Puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica.

**DESARROLLO LOCAL:** el proceso de transformación de la economía y de la sociedad local, orientado a superar las dificultades y retos existentes, que busca mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados, para el aprovechamiento más eficiente y

sustentable de los recursos endógenos existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento empresarial local y la creación de un entorno innovador en el territorio.

**PENÍNSULA:** Tierra cercada por el agua, y que solo por una parte relativamente estrecha está unida y tiene comunicación con otra tierra de extensión mayor.

**TURISMO:** El Turismo es interpretado por cada quien dependiendo de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para hacer posible el TURISMO y las relaciones que surgen de éste, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determinan el gusto de una persona por visitar un lugar para satisfacer sus necesidades de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.

**ALOJAMIENTO TURÍSTICO:** "Es todo establecimiento que facilite regular u ocasionalmente alojamiento a turistas.

**DIAGNÓSTICO:** En medicina, el diagnóstico es el procedimiento por el cual se identifica una enfermedad, entidad nosológica, síndrome, o cualquier condición de salud-enfermedad (el "estado de salud" también se diagnostica)

**GASTO TURÍSTICO:** "Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino."

**TRABAJO DE CAMPO:** Se ejecuta una investigación de campo para obtener datos cuantitativos y cualitativos acerca del tema de estudio.

**TURISMO EMISOR:** "Comprende a los residentes de un país que viajan a otras naciones."

**TURISMO RECEPTIVO:** "Comprende a las personas residentes en el exterior que visitan un determinado país."

**ANEXOS**

## ANEXO A-1

### LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR 1967-2007

AÑOS	LEGADA DE TURISTAS
1967	118,433
1969	134,160
1971	167,229
1973	236,137
1975	266,016
1977	278,761
1979	230,889
1981	81,847
1983	106,090
1985	133,208
1987	124,687
1989	130,602
1991	198,918
1993	267,425
1995	235,007
1997	387,052
1999	658,191
2001	734,629
2003	857,378
2005	1,154,386
2007	1,391,359

## ANEXO A-2

### LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR POR REGIONES

REGIONES	2003	2004	2005	2006
Centro América	578,602	637,570	809,813	922,364
Norte América	212,570	263,687	278,467	269,047
Sur América	19,539	19,853	21,954	25,284
Europa	34,782	32,147	30,575	27,764
Resto del Mundo	11,885	13,159	13,577	13,493

### ANEXO A-3

#### LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR POR PAÍS

TURISTAS				
PAISES	2003	2004	2005	2006
Guatemala	329,162	326,437	392,235	509,624
Honduras	104,597	128,319	203,243	245,784
Nicaragua	108,106	141,627	166,306	121,483
Costa Rica	26,495	29,405	34,744	33,056
EE.UU.	179,712	225,910	236,936	225,040
México	20,198	22,973	25,069	23,106
Canadá	12,660	14,804	16,462	20,901
Alemania	5,189	4,810	4,624	3,997
España	10,019	9,271	9,311	8,428
Otros Países	61,240	62,860	65,456	66,533

### ANEXO A-4

#### VIA DE ENTRADA QUE UTILIZAN LOS TURISTAS

VIA DE ENTRADA	MILES	PORCENTAJES
Vía Terrestre	914,278	72.6%
Vía Aérea	341,981	27.1%
Vía Marítima	1,693	0.3%

## ANEXO A-5

### LLEGADA DE TURISTAS PROCEDENTES DE NORTE AMERICA

TURISTAS			
PAIS	2004	2005	2006
Estados Unidos	225,910	236,936	225,040
México	22,973	25,069	23,106
Canadá	14,804	16,462	20,901

## ANEXO A-6

### LLEGADA DE TURISTAS PROCEDENTES DE EUROPA

TURISTAS			
PAISES	2004	2005	2006
España	9,271	9,311	8,428
Alemania	4,810	4,624	3,997

## ANEXO B-1



### ENCUESTA POBLADORES

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**(Encuesta Pobladores)**

Buen día, estimado Sr/a.

Somos egresados en la carrera de Administración de Empresas, estamos realizando una serie de preguntas destinadas a conocer cuál es su opinión sobre la Península San Juan del Gozo.

**INDICACIONES:** Conteste de forma clara, objetiva y ordenada cada una de las preguntas que se le presentan. Los comentarios y respuestas serán de suma importancia para el propósito de la investigación.

#### I. DATOS GENERALES

##### i. SEXO:

(01) Masculino  (02) Femenino

##### ii. EDAD:

(01) Menos de 18  (03) 25-34  (05) 44-55   
(02) 18-24  (04) 35-44  (06) 55 o mas

##### iii. OCUPACIÓN:

(1) Profesional/Técnico  (04) Ama de Casa   
(2) Comerciantes/Vendedores  (05) Jubilado/a   
(3) Estudiante  (06) Desempleado/a



**iv. NIVEL ACADEMICO ALCANZADO:**

- Primaria o menos
- Secundaria Incompleta
- Secundaria Completa
- Técnico/Universitario

**v. ESTADO CIVIL:**

- Casado/a  (03) Divorciado/a
- Soltero/a  Otro

**vi. INGRESO PARA EL HOGAR:**

- Menos de \$174.00
- \$175.00 - \$300.00
- \$301.00 - \$600.00
- \$601.00 - \$900.00
- \$901.00 en adelante

## II. DATOS ESPECÍFICOS.

1. ¿Le gustaría que la principal fuente de ingresos en la Península San Juan del Gozo dependiera del turismo?

(01) Si

(02) No

Explique \_\_\_\_\_

NOTA: Si su respuesta fue "No", termina la encuesta. **GRACIAS POR SU TIEMPO Y ATENCIÓN**

2. ¿Cree usted que la Península San Juan del Gozo tiene fuerte atractivo turístico?

(01) Si

(02) No

(03) No Sabe

3. ¿Le beneficiaría a usted el desarrollo turístico en la zona?

(01) Si

(02) No

(03) No Sabe

Explique \_\_\_\_\_

NOTA: Si su respuesta fue "No" o "No Sabe" favor pasar a la pregunta N° 5.

4. ¿En qué forma le beneficiaría?

---

---

5. ¿Qué tipo de turismo cree que le beneficia más a la Península San Juan del Gozo?

**DEFINICIONES:**

**ECOTURISMO:** Es aquel que se disfruta ecológicamente.

**TURISMO AVENTURA:** Es en el que se hacen actividades extremas.

**DEPORTES ACUÁTICOS:** Son aquellos como el jet sky, buceo, kayak, etc.

**TURISMO CONVENCIONAL:** Es el común y corriente, donde se conoce y explora.

(01) Ecoturismo                      (02) Turismo Aventura                        
(03) Deportes Acuáticos            (04) Turismo Convencional                     

6. ¿Cómo considera la belleza natural que tiene la Península de San Juan del Gozo?

(01) Excelente                      (04) Mala                        
(02) Muy Buena                      (05) Muy Mala                        
(03) Buena                     

7. ¿Qué piensa de la mayor afluencia de visitantes a la Península San Juan del Gozo?

(01) Acuerdo.                        
(02) Desacuerdo.                     

Explique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. ¿Usted está de acuerdo en que la Península San Juan del Gozo se desarrolle turísticamente?

(01) Si                        
(02) No                     

Explique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. ¿Podría identificar oportunidades de negocio en Península San Juan del Gozo?

(01) Si

(02) No

NOTA: Si su respuesta fue "No" favor pasar a pregunta numero 11.

10. ¿Qué tipo de negocio considera puede desarrollarse?

Especifique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. ¿En qué rubro cree usted que se beneficiaría la Península San Juan del Gozo si se creara un Complejo Turístico en la zona?

(01) Económico

(02) Social

(03) Cultural

(04) Otro/s (Especifique). \_\_\_\_\_

12. ¿Cual considera usted que es el principal problema que tiene la Península San Juan del Gozo para que se desarrolle turísticamente?

(01) Red Vial

(02) Servicios Básicos

(03) Infraestructura Turística

(04) Otro/s Especifique \_\_\_\_\_

13. ¿Cuál es el tipo turismo que tiene la Península San Juan del Gozo en la actualidad?

**DEFINICIONES:**

**TURISMO NACIONAL:** Es todo aquel que proviene de El Salvador.

**TURISMO REGIONAL:** Es aquel que proviene de Centro América.

**TURISMO INTERNACIONAL:** Es aquel que proviene de otro país fuera de la región Centroamericana.

**TURISMO ÉTNICO:** Es aquel turista que no reside en el país pero es originario de este un ejemplo los hermanos lejanos.

(01) Turismo Nacional  (02) Turismo Regional   
(03) Turismo Internacional (04) Turismo Étnico

14. ¿Qué servicios básicos considera son necesarios o se deberían mejorar en la zona?

(01) Policía Nacional Civil   
(03) Servicios de Salud   
(05) Oficina de información turística   
(04) Cruz Roja   
(05) Servicios de Guías Turísticos   
(06) Otro/s (Especifique) \_\_\_\_\_

**FECHA :** \_\_\_\_\_

**ENTREVISTADOR:** \_\_\_\_\_

**LUGAR :** \_\_\_\_\_

## ANEXO B-2

### ENCUESTA TURISTAS



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
(Encuesta Turistas)

Buen día, estimado Sr/a.

Somos egresados en la carrera de Administración de Empresas, estamos realizando una serie de preguntas destinadas a conocer cuál es su opinión sobre la Península San Juan del Gozo.

**INDICACIONES:** Conteste de forma clara, objetiva y ordenada cada una de las preguntas que se le presentan. Los comentarios y respuestas serán de suma importancia para el propósito de la investigación.

#### I. DATOS GENERALES

##### i. SEXO:

(01) Masculino

(02) Femenino

##### ii. EDAD:

(01) menos de 18

(03) 25-34

(05) 44-55

(02) 18-24

(04) 35-44

(06) o mas

##### iii. OCUPACIÓN:

(01) Profesional/Técnico

(04) Ama de Casa

(02) Comerciantes/Vendedores

(05) Jubilado

(03) Estudiante

(06) Desempleado

**iv. NIVEL ACADEMICO ALCANZADO:**

- (01) Primaria o menos
- (02) Secundaria Incompleta
- (03) Secundaria Completa
- (04) Técnico/Universitario

**v. ESTADO CIVIL:**

- (01) Casado  Divorciado
- (02) Soltero  (04) Otro

**vi. INGRESO PARA EL HOGAR:**

- (01) Menos de \$174.00
- (02) \$175.00 - \$300.00
- (03) \$301.00 - \$600.00
- (04) \$601.00 - \$900.00
- (05) \$901.00 en adelante

**II. DATOS ESPECÍFICOS.**

1. ¿De qué lugar nos visita?

- (01) Zona Occidental del País
- (02) Zona Central del País
- (03) Zona Oriental del País
- (04) Otro País. (Especifique). \_\_\_\_\_

2. ¿Cuántas veces ha visitado la Península San Juan del Gozo?

- (01) Primera vez
- (02) Segunda vez
- (03) Mas de dos veces (Especifique). \_\_\_\_\_

3. ¿Que vía utilizó para llegar a la Península San Juan del Gozo?

(01) Marítima

(02) Terrestre

(03) Aérea


4. ¿Considera usted que la Península San Juan del Gozo tiene una buena ruta de acceso?

(01) Sí

(02) No


Nota: Si su respuesta fue "sí" favor pasar a pregunta N° 6.

5. ¿Cuales fueron las dificultades de acceso que encontró para llegar a la Península San Juan del Gozo?

(01) Poca señalización vial

(02) Dificil acceso al transporte marítimo

(03) Calles en mal estado

(04) Otro/s (Especifique).\_\_\_\_\_


6. ¿Por qué decidió venir a la Península San Juan del Gozo?

(01) Cercanía del lugar

(02) Para practicar deportes acuáticos

(03) Para tener un contacto directo con la naturaleza

(04) Por sus paisajes

(05) Por la tranquilidad del lugar

(06) Para encontrar un ambiente costero diferente

(07) Otro/s (Especifique).\_\_\_\_\_




7. ¿Como calificaría la atención que ha encontrado en la Península San Juan del Gozo?

(01) Excelente

(04) Mala

(02) Muy Buena

(05) Muy Mala

(03) Buena

Comente su respuesta. \_\_\_\_\_

---

8. ¿Como calificaría las condiciones que encontró para su estancia en la Península San Juan del Gozo?

(01) Excelente

(04) Mala

(02) Muy Buena

(05) Muy Mala

(03) Buena

Comente su respuesta. \_\_\_\_\_

---

9. ¿Que es lo que más le gustó de la Península San Juan del Gozo?

(01) Idoneidad para la práctica de deportes acuáticos

(02) Belleza Natural

(03) Atención

(04) Otro/s (Especifique). \_\_\_\_\_

10. ¿Que es lo que no le gustó de la Península San Juan del Gozo?

(01) Acceso

(02) Infraestructura

(03) Atención recibida

(04) Otro/s (Especifique). \_\_\_\_\_

11. ¿Cuál es la impresión que le deja la Península San Juan del Gozo?

(01) Excelente

(04) Mala

(02) Muy Buena

(05) Muy Mala

(03) Buena

12. ¿Estaría dispuesto/a a regresar a la Península San Juan del Gozo?

(01) Sí

(02) No

Por qué? \_\_\_\_\_

13. ¿Que aspectos cree que se deberían mejorar en la Península San Juan del Gozo?

(01) Acceso

(05) Seguridad

(02) Infraestructura

(06) Comunicaciones

(03) Atención al turista

(07) Guías Turísticos

(04) Higiene

(08) Otro/s (Especifique). \_\_\_\_\_

14. ¿Qué sugerencia le haría a los futuros inversionistas que quisieran instalar su actividad de negocio en la Península San Juan del Gozo? \_\_\_\_\_

---

---

---

---

**FECHA** : \_\_\_\_\_

**ENTREVISTADOR** : \_\_\_\_\_

**LUGAR** : \_\_\_\_\_

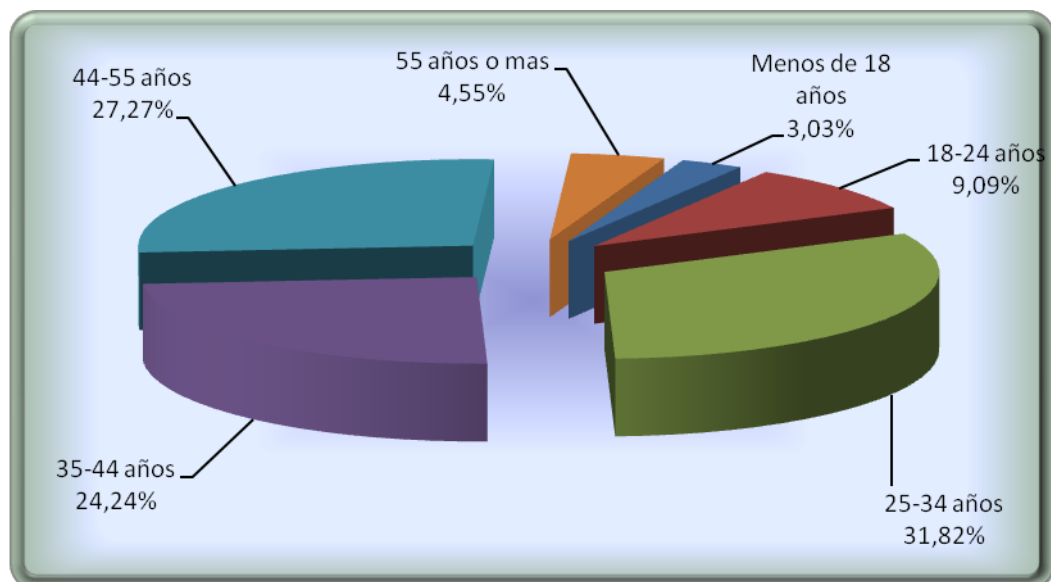
### ANEXO B-3

#### TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURISTICA

##### PREGUNTA

EDAD QUE TIENEN LOS TURISTAS QUE VISITAN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO.

GRÁFICO 1



**ANÁLISIS:** El turista que visita la Península San Juan del Gozo, en su mayoría está englobado en dos grandes bloques el primero que oscila entre los 25 y 44 años de edad con un 56.06%, seguido por el turista que oscila entre los 44 a 55 años con un 27.27%; en el restante 16.67% están comprendidos los jóvenes menores a 25 años y los adultos mayores a 55 años.

## PREGUNTA

¿CUÁL ES NIVEL DE INGRESO PARA EL HOGAR CON QUE CUENTA EL TURISTA QUE VISITA LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

GRÁFICO 2



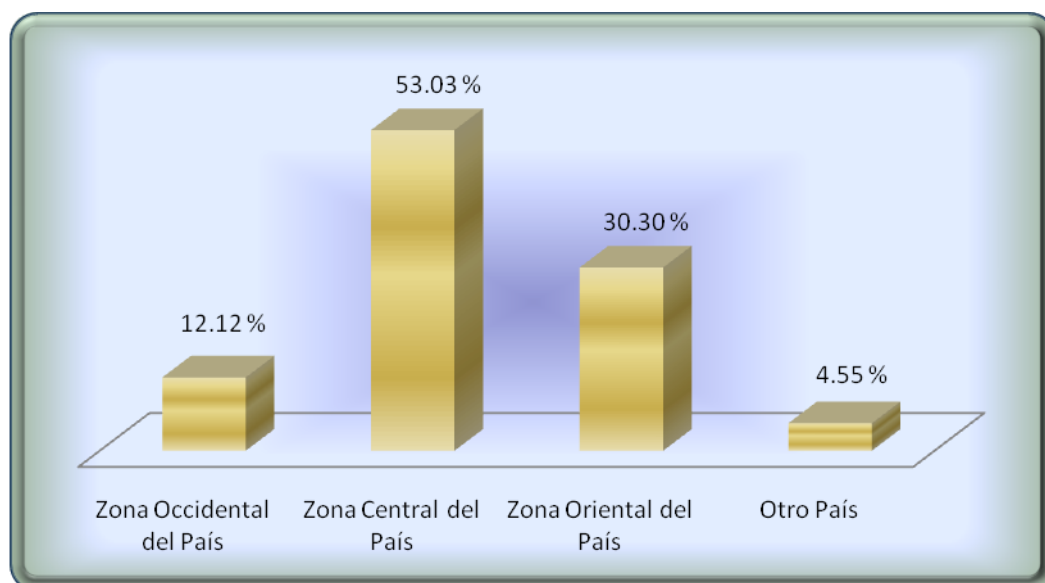
**ANÁLISIS:** El nivel de ingresos para el hogar con que cuenta el turista que visita la Península San Juan del Gozo es mayor al sueldo mínimo establecido en El Salvador, solamente un 19.70% oscila entre \$175.00 y \$300.00, la mayoría tiene un ingreso mensual de entre \$301.00 y \$600.00 (un 51.51%), un 9.09% tiene ingresos que oscilan entre \$601.00 y \$901.00 mensuales y un 19.70% tiene ingresos que sobrepasan los \$901.00 al mes.

## PREGUNTA 1

### ¿DE QUE LUGAR NOS VISITA?

**OBJETIVO:** Identificar las principales zonas de origen de los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 3**



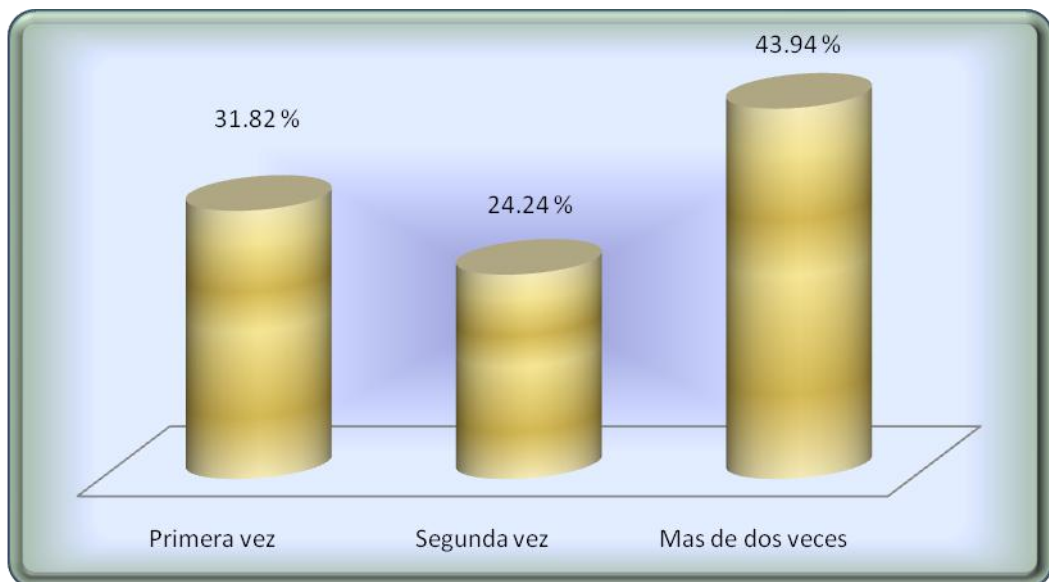
**ANÁLISIS:** El 95.45% de los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo es de El Salvador y la gran mayoría proviene de la zona Central y Occidental del País con un 53.03% y un 30.30% respectivamente, seguido por el turista proveniente de la zona Oriental del País con un 12.12% y solamente un 4.55% proviene de otro país.

## PREGUNTA 2

### ¿CUANTAS VECES HA VISITADO LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Conocer la frecuencia de visitas a la Península San Juan del Gozo por parte de los turistas.

**GRÁFICO 4**



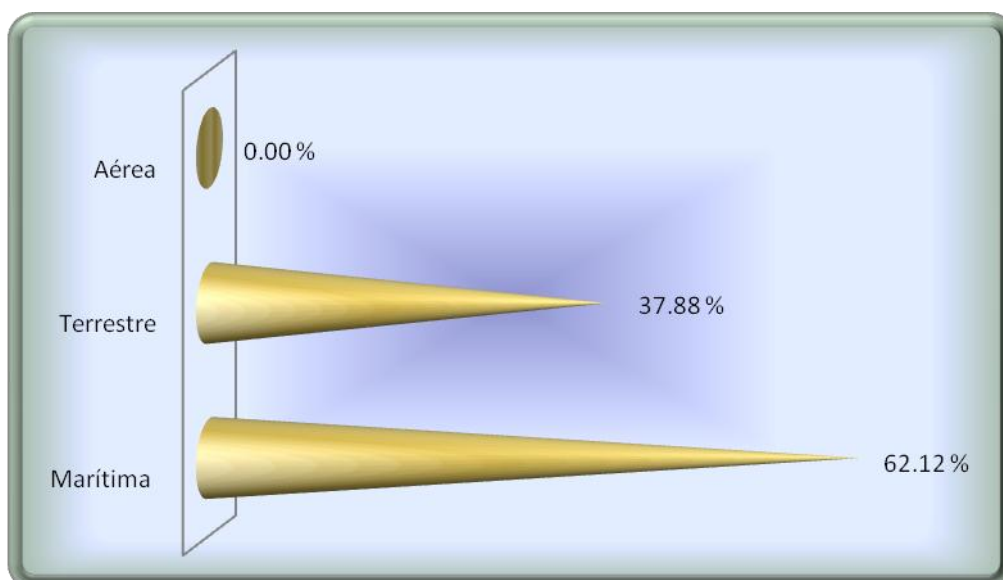
**ANÁLISIS:** Es evidente que los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo tienden a regresar ya que un 68.18% de los turistas ha visitado la Península en más de una ocasión.

### PREGUNTA 3

#### ¿QUE VÍA UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Conocer cuál es la vía de acceso que utilizan los turistas para llegar a la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 5**



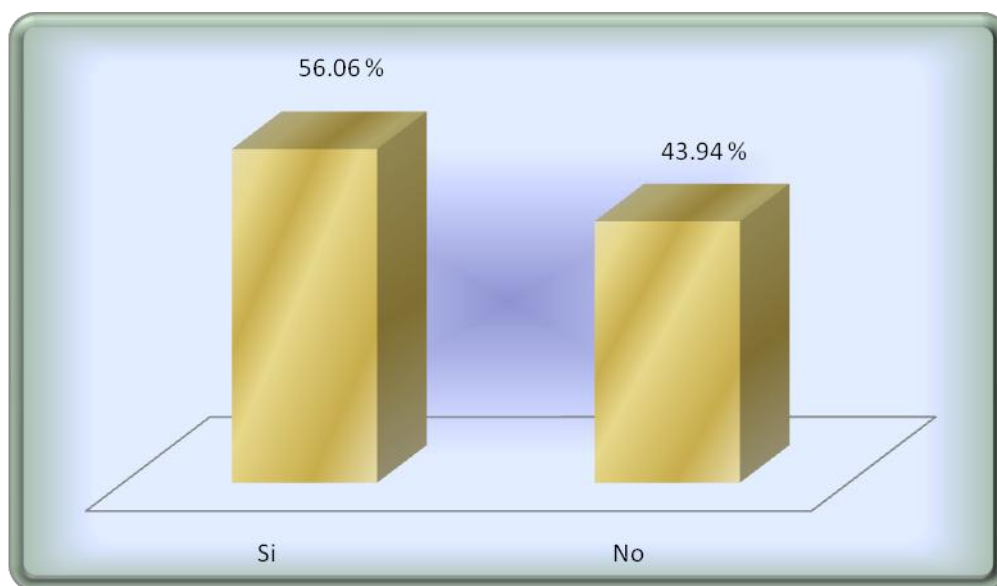
**ANÁLISIS:** La gran mayoría de los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo prefieren hacerlo por vía marítima (62.12%) ya que el acceso vía terrestre es un poco difícil en esta época del año (Agosto, mes en que se realizó la encuesta de opinión) debido a las lluvias.

#### PREGUNTA 4

¿CONSIDERA USTED QUE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO TIENE UNA BUENA RUTA DE ACCESO?

**OBJETIVO:** Identificar las facilidades en las vías de acceso a la Península San Juan del Gozo.

GRÁFICO 6



**ANÁLISIS:** Cuando se le preguntó al turista por la ruta de acceso hacia la Península San Juan del Gozo un 56.06% dijo que existe una buena ruta de acceso y el restante 43.94% dijo que la ruta no era la más óptima.

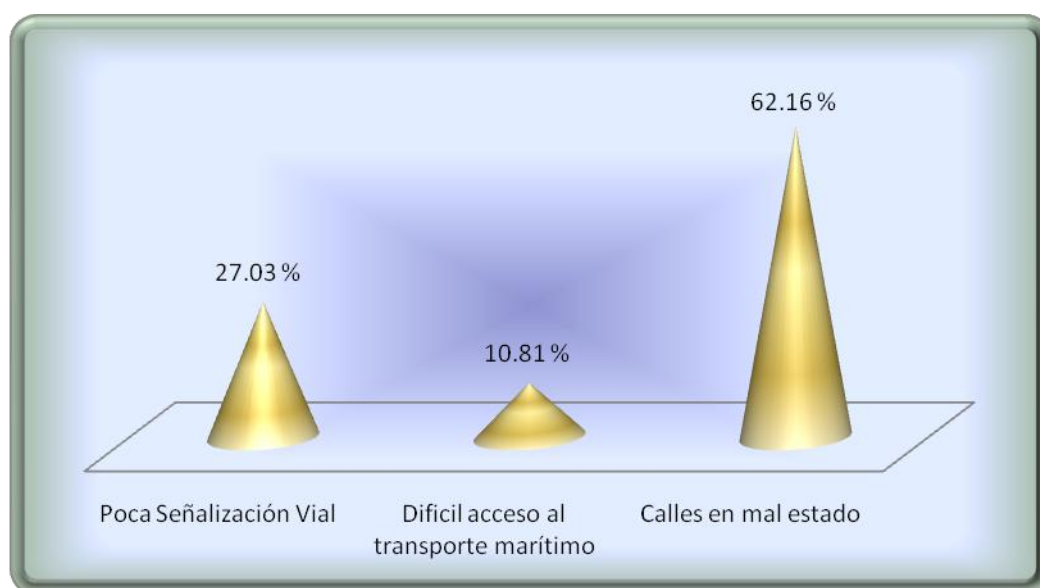


## PREGUNTA 5

**¿CUALES FUERON LAS DIFICULTADES DE ACCESO QUE ENCONTRÓ PARA LLEGAR A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?**

**OBJETIVO:** Identificar cuáles son las principales dificultades con que se encuentra el turista que visita la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 7**



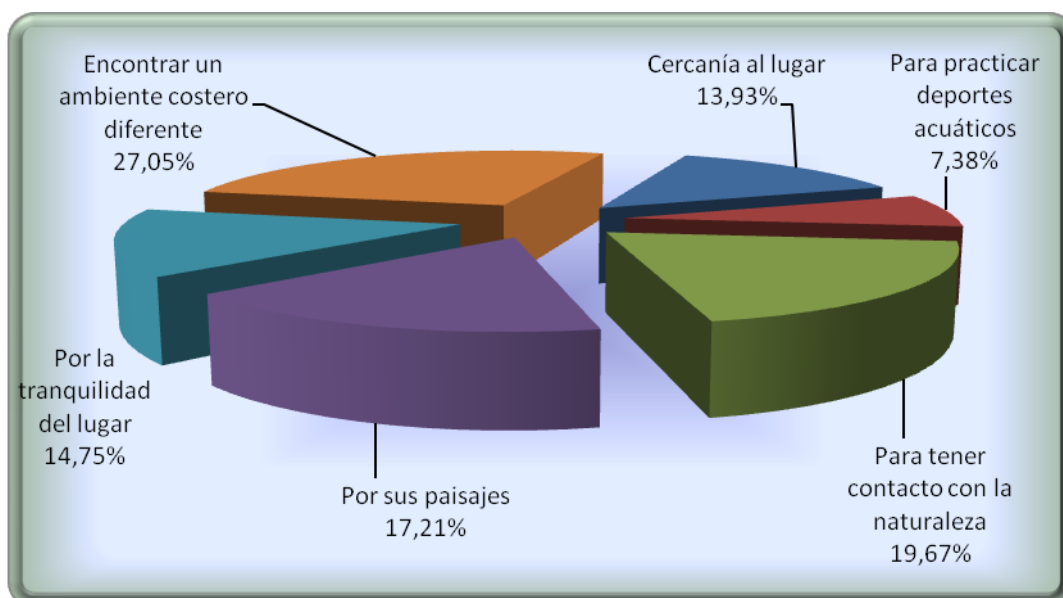
**ANÁLISIS:** Del total de turistas que respondió que la ruta de acceso a la Península no era la mejor (43.94%), un 62.16% piensa que las calles en mal estado son el mayor problema y un 27.03% la poca señalización vial, un 10.81% respondió que su dificultad fue el difícil acceso al transporte marítimo.

## PREGUNTA 6

### ¿POR QUÉ DECIDIÓ VENIR A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Determinar las principales razones de los turistas para visitar la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 8**



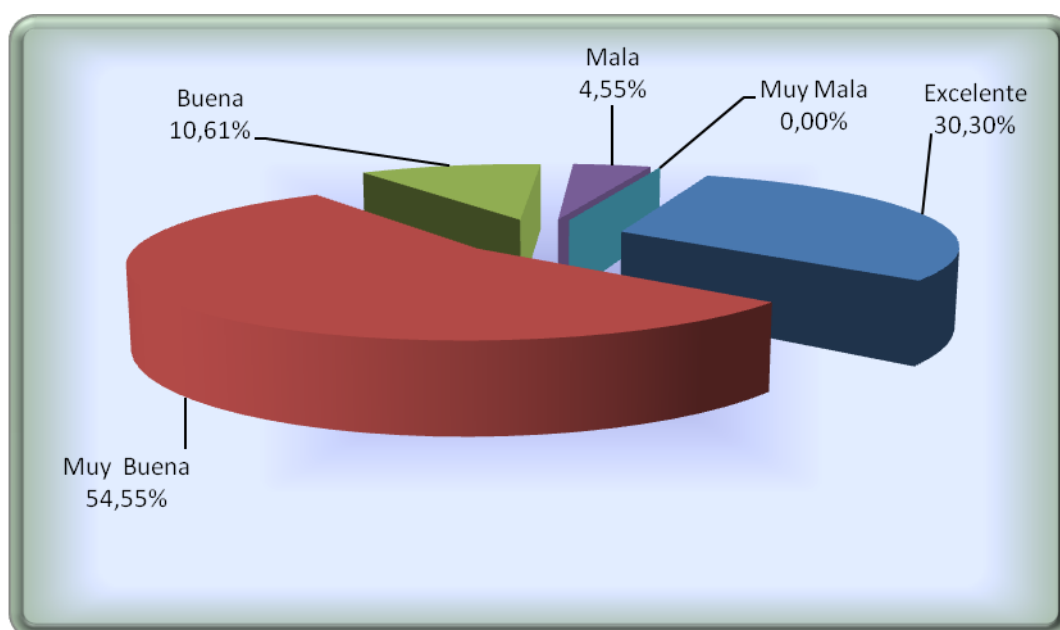
**ANÁLISIS:** Del total de los encuestados el 27.05% respondió que visitaba la Península San Juan del Gozo para encontrar un ambiente costero diferente, el 19.67% para tener un contacto directo con la naturaleza, un 17.21% visita la Península para apreciar de cerca la belleza de sus paisajes y el 14.75% por la tranquilidad que encuentra en dicho lugar; el restante 13.93% y 7.38% visitan la Península por la cercanía a sus hogares y para practicar deportes acuáticos respectivamente.

## PREGUNTA 7

**¿COMO CALIFICARÍA LA ATENCIÓN QUE HA ENCONTRADO EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?**

**OBJETIVO:** Evaluar la calidad de los servicios prestados a los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 9**



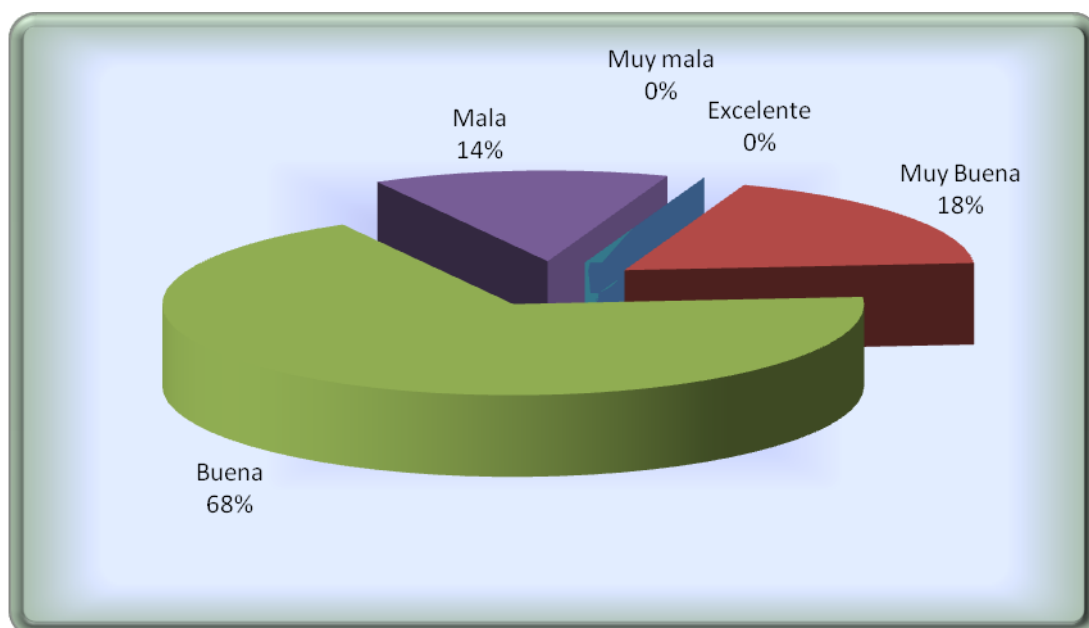
**ANÁLISIS:** Del total de los turistas encuestados que visitan la Península San Juan del Gozo el 95,45% opinó que la atención que encontró en dicho lugar se encuentra entre excelente y buena, solo el 4,55% opinó que la atención es mala.

### PREGUNTA 8

¿COMO CALIFICARÍA LAS CONDICIONES QUE ENCONTRÓ PARA SU ESTANCIA EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Medir el nivel de aceptación de los turistas en cuanto a los servicios de alojamiento que ofrece la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 10**



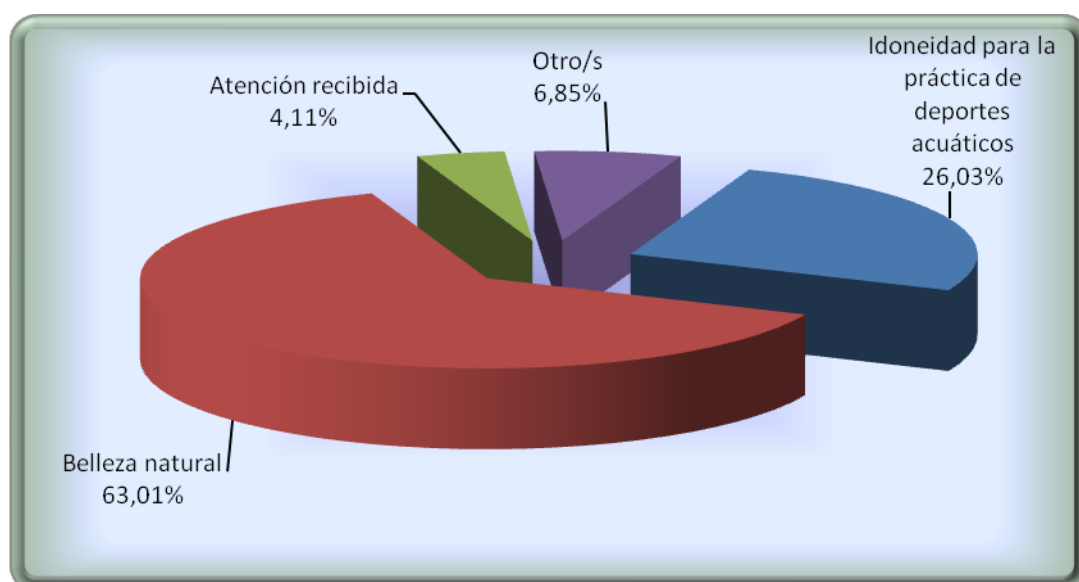
**ANÁLISIS:** El 68.00% del total de los encuestados opina que las condiciones para su estancia es buena, un 18.00% dice que las condiciones son muy buenas y el 14.00% opina que las condiciones son malas.

## PREGUNTA 9

### ¿QUE ES LO QUE MÁS LE GUSTÓ DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Identificar los principales atractivos que prefieren los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 11**



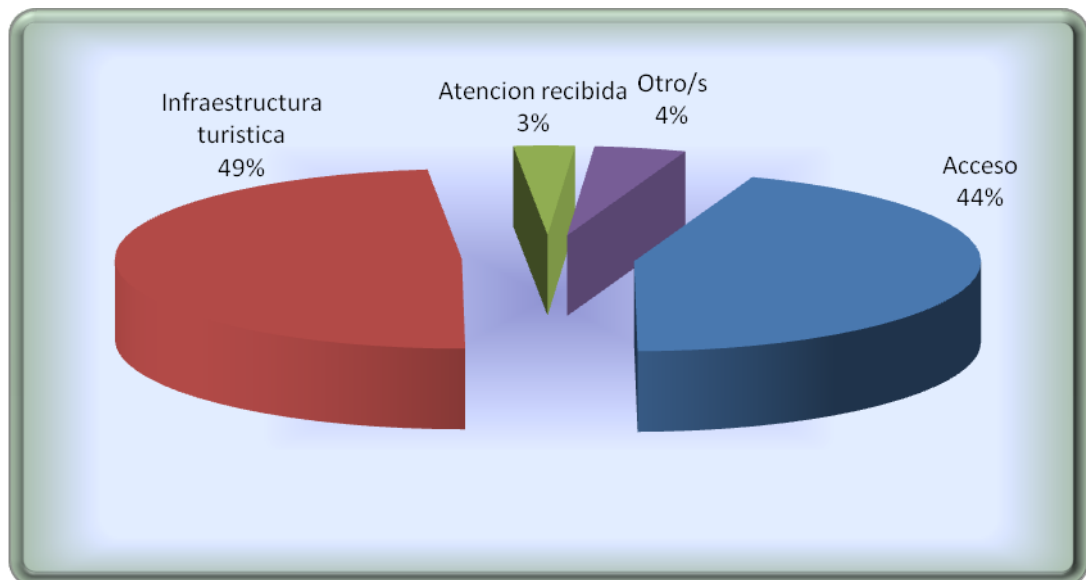
**ANÁLISIS:** La mayoría de los turistas encuestados un 63.01% opinan que la belleza natural es lo que más le gusta de la Península San Juan del Gozo, seguido por la idoneidad para la práctica de deportes acuáticos con un 26.03%, el 4.11% considera que la atención que ha recibido es lo que más le gustó y el restante 6.85% otros aspectos de la Península.

## PREGUNTA 10

### ¿QUE ES LO QUE NO LE GUSTÓ DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Conocer los principales aspectos que no le parecieron a los turistas que visitan la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 12**



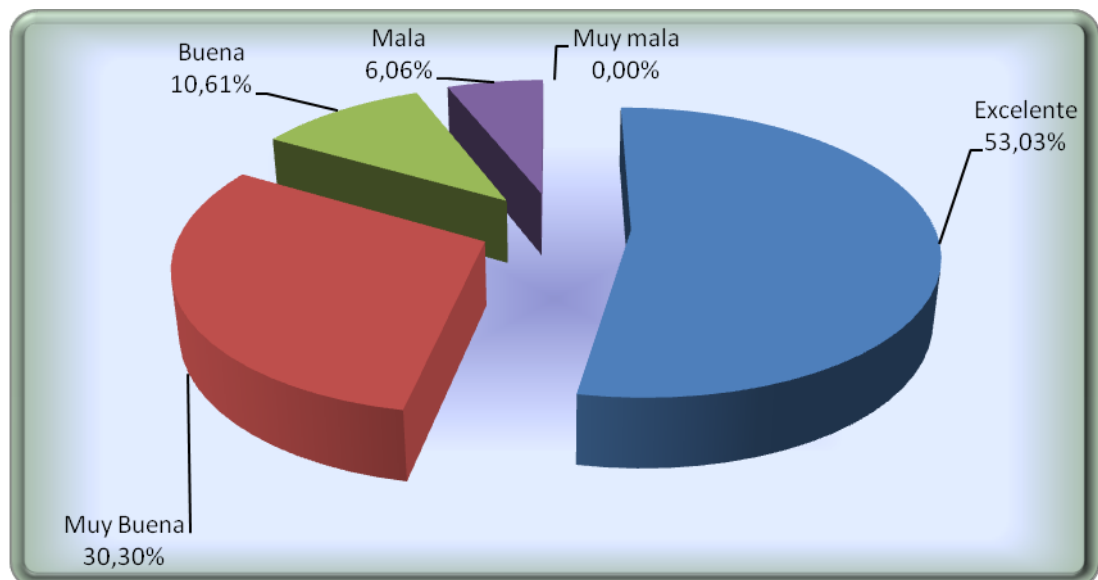
**ANÁLISIS:** Cuando se le interroga a los turistas sobre los aspectos que no le gustaron de la Península San Juan del Gozo la mayoría manifiesta que la infraestructura turística y el acceso a la Península son los principales aspectos que no le gustaron con un 49.00% y 44.00% respectivamente.

## PREGUNTA 11

### ¿CUÁL ES LA IMPRESIÓN QUE LE DEJA LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Identificar cual es la imagen que le queda al turista que visita la Península San Juan del Gozo.

GRÁFICO 13



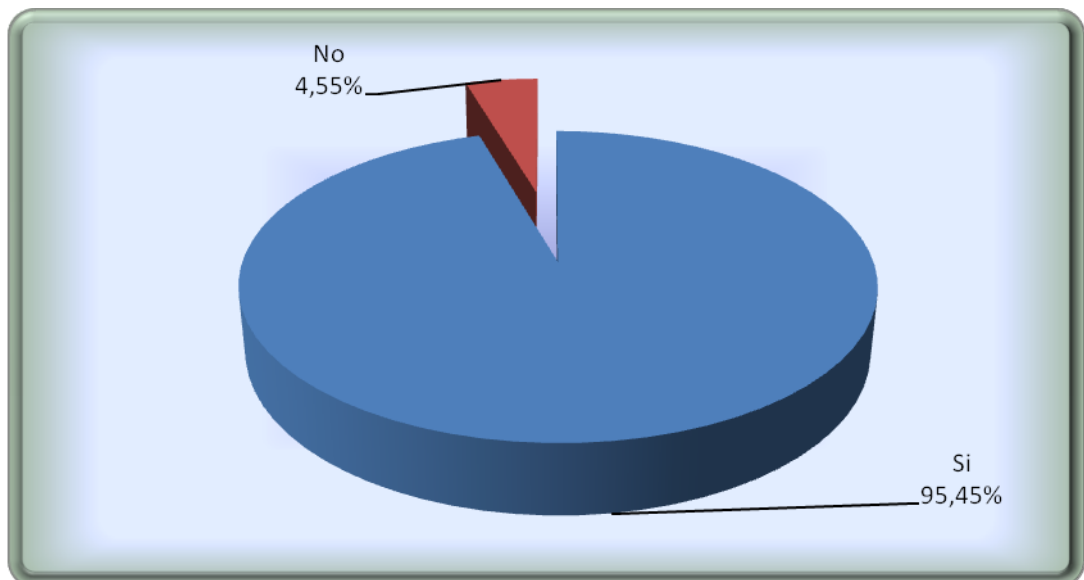
**ANÁLISIS:** El 53.03% de los turistas encuestados manifiesta que la impresión que le deja la Península San Juan del Gozo es excelente, lo que pone de manifiesto la belleza particular que posee la Península, un 30.30% exterioriza que su opinión sobre la Península es muy buena y el 10.61% buena, solamente el 6.06% se queda con una mala impresión debido en parte al acceso vía terrestre que se tiene al lugar y el poco desarrollo turístico con que cuenta la zona.

## PREGUNTA 12

### ¿ESTARÍA DISPUESTO/A A REGRESAR A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Conocer la disponibilidad que tienen los turistas en visitar nuevamente la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 14**



**ANÁLISIS:** Es categórico el porcentaje de turistas (95.45%) que están dispuestos a regresar a la Península San Juan del Gozo, solamente el 4.55% manifiesta no estar dispuesto/a a regresar.

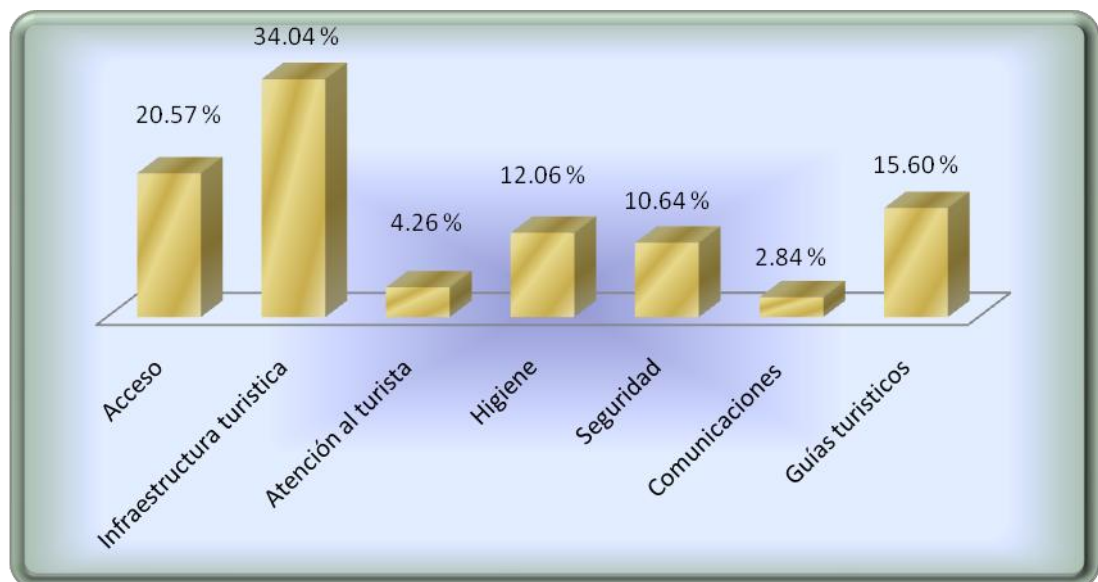


### PREGUNTA 13

### ¿QUE ASPECTOS CREE QUE SE DEBERÍAN MEJORAR EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Conocer cuáles son los aspectos que a juicio de los turistas se deberían mejorar en la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 15**

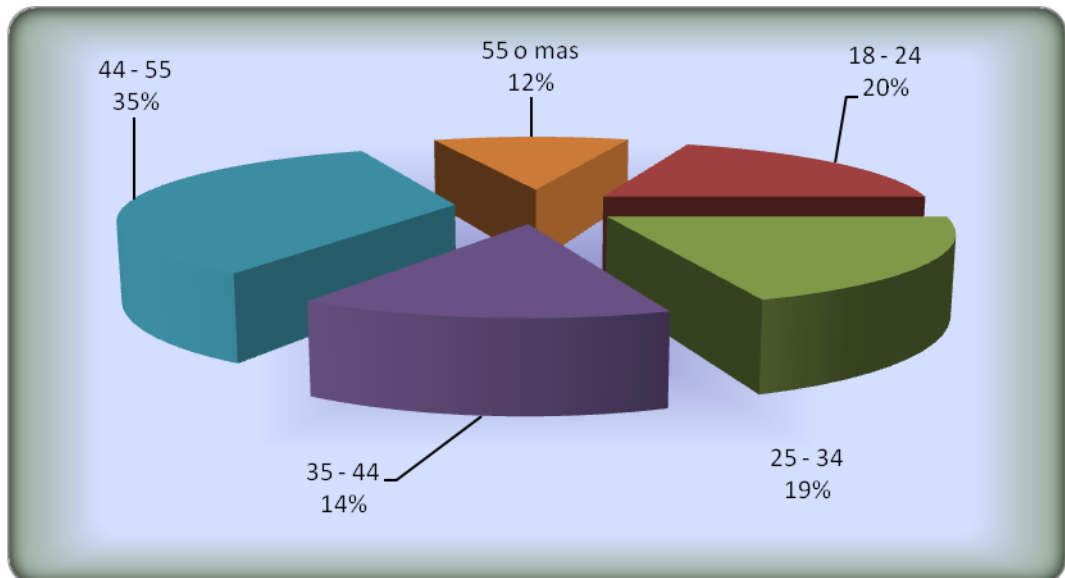


**ANÁLISIS:** La infraestructura turística y el acceso a la Península San Juan del Gozo son los principales aspectos que el turista cree se deben de mejorar con un 34.04% y un 20.57% respectivamente, seguido por un servicio de guías turísticos en la zona con el 15.60%, el 12.06% y el 10.64% opina que se debe mejorar en aspectos como la higiene y seguridad respectivamente, en un porcentaje menor pero no menos importante se ubica la atención al turista y las comunicaciones respectivamente.

## TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

### EDAD DE LOS POBLADORES DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO.

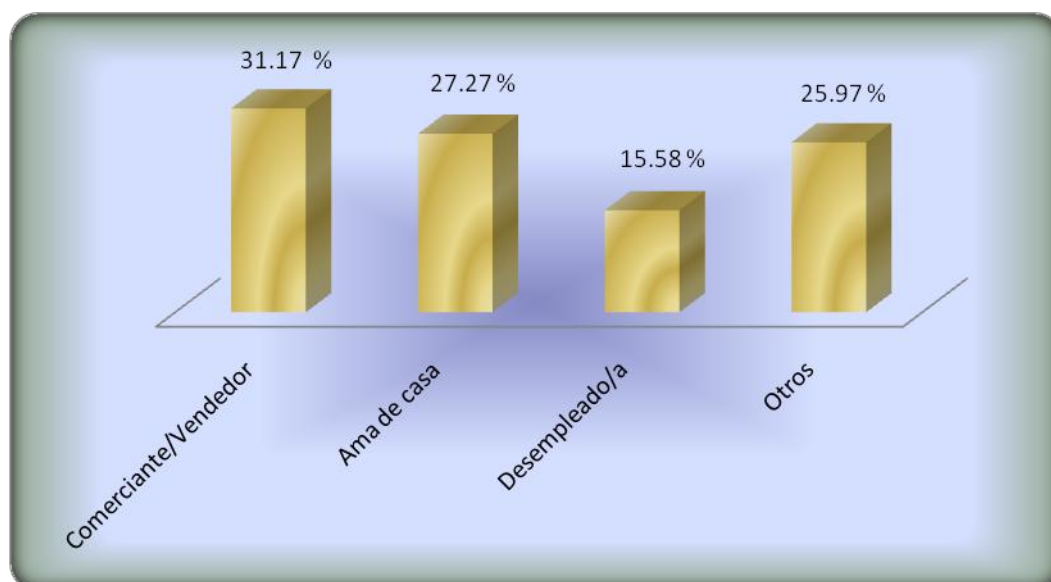
GRÁFICO 16



**ANÁLISIS:** Al entrevistar a los encuestados acerca de su edad el 35% de ellos se encuentra en el rango de 44-55 años, además el 19% de los entrevistados se encuentra entre 25-34 años.

## OCUPACIÓN DE LOS POBLADORES DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO.

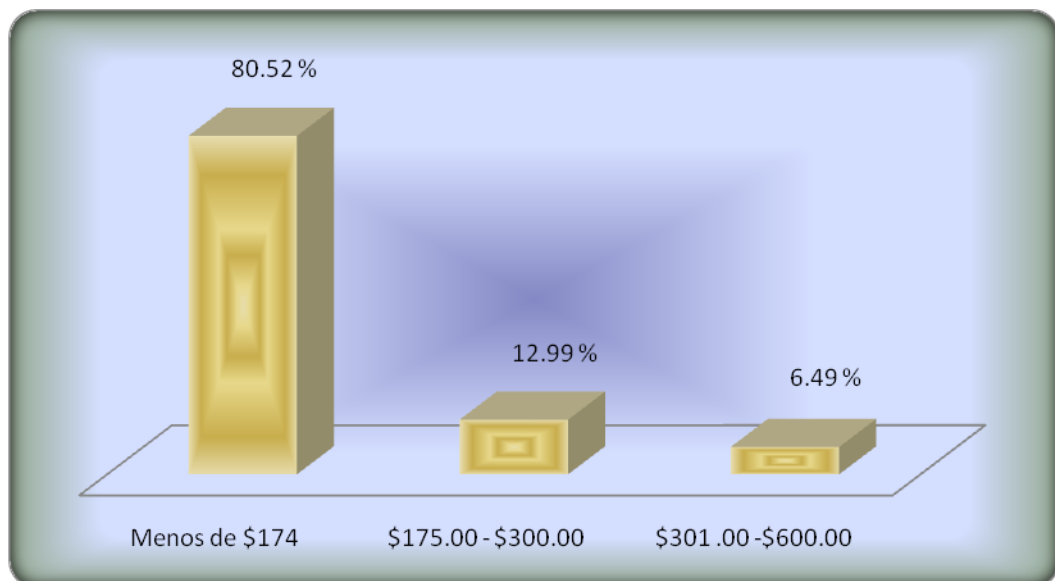
GRÁFICO 17



**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores acerca de su ocupación el 31.17% respondió comerciante/vendedor, el 27.27% era ama de casa, el 25.97% otros y un 15.58% respondió que estaba desempleada. Al ver estos datos preocupa saber que el 16% de la población está sin empleo ya que es un cifra bastante elevada debido en parte a la poca generación de empleos, también llama la atención que el 27% de la población se dedica a tareas domesticas, específicamente en las mujeres, ampliando aun más la brecha entre los hombres en cuanto a las oportunidades de desarrollo.

## INGRESO POR HOGAR DE LOS POBLADORES DE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO.

GRÁFICO 18



**ANÁLISIS:** Al preguntar a los encuestados sobre su nivel de ingresos mensual por hogar el 80.52% de ellos nos respondió que sus ingresos son menores a \$174. Esto se justifica al visitar el lugar y darse cuenta que la extracción de mariscos en la bahía es una de las principales actividades económicas del lugar, muy mal remunerada y en la que muchos niños participan, de ahí que se hace urgente la creación de nuevas fuentes de empleo en las que la salud de los menores de edad no esté en peligro.

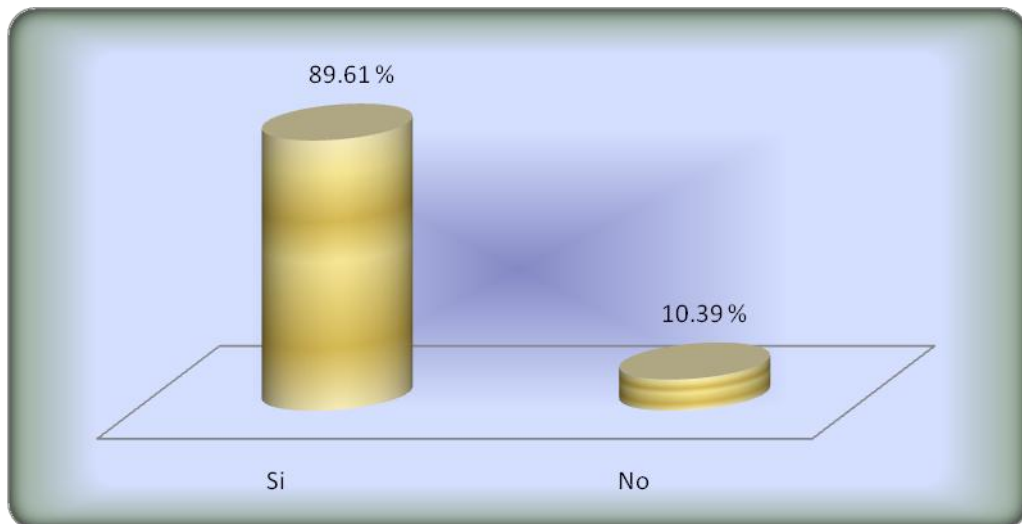
Solo el 6% de la población encuestada manifestó tener un ingreso entre \$300 y \$600 que lo hace suficiente para enfrentar las necesidades de alimentación, vivienda y vestuario por tratarse de la zona rural.

### PREGUNTA 1

**¿LE GUSTARÍA QUE LA PRINCIPAL FUENTE DE INGRESOS EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO DEPENDIERA DEL TURISMO?**

**OBJETIVO:** Conocer si los pobladores de la Península San Juan del Gozo aceptan el turismo como principal fuente de ingreso.

**GRÁFICO 19**



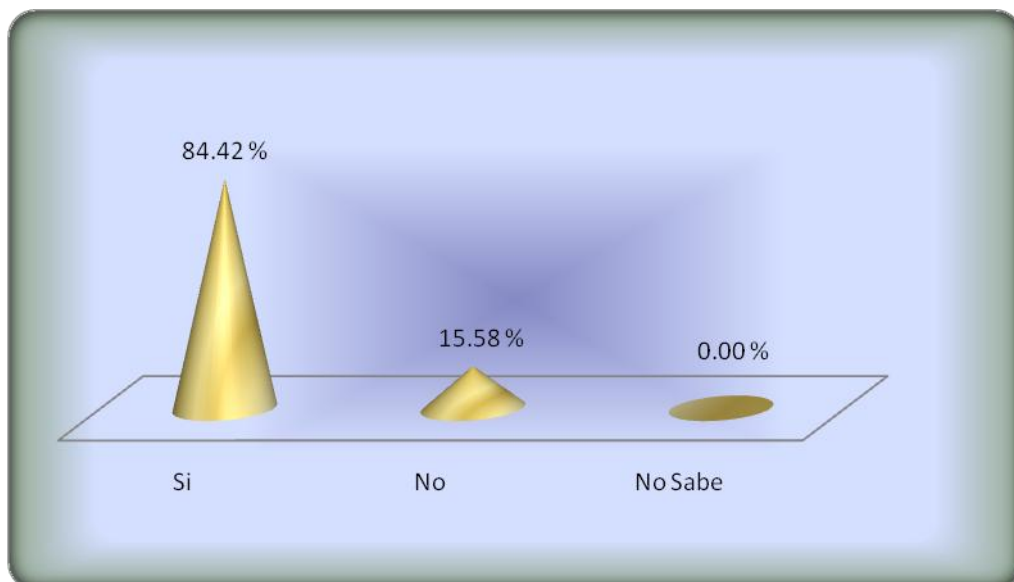
**ANÁLISIS:** Al preguntar a los encuestados si le gustaría que la principal fuente de ingresos dependiera del turismo el 89.61% respondieron que sí. Esta respuesta refuerza aun más la necesidad de un estudio de factibilidad que explore la creación de nuevas fuentes de empleo con mayor valor agregado para los habitantes de la zona.

## PREGUNTA 2

¿CREE USTED QUE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO TIENE FUERTE ATRACTIVO TURÍSTICO?

**OBJETIVO:** Conocer si los pobladores de la Península San Juan del Gozo perciben el atractivo turístico de la zona.

GRÁFICO 20



**ANÁLISIS:** Al preguntar si la península tiene un fuerte atractivo turístico un 84.42% de la opinión de los pobladores fue que si y un 15.58% de la opinión fue que no.

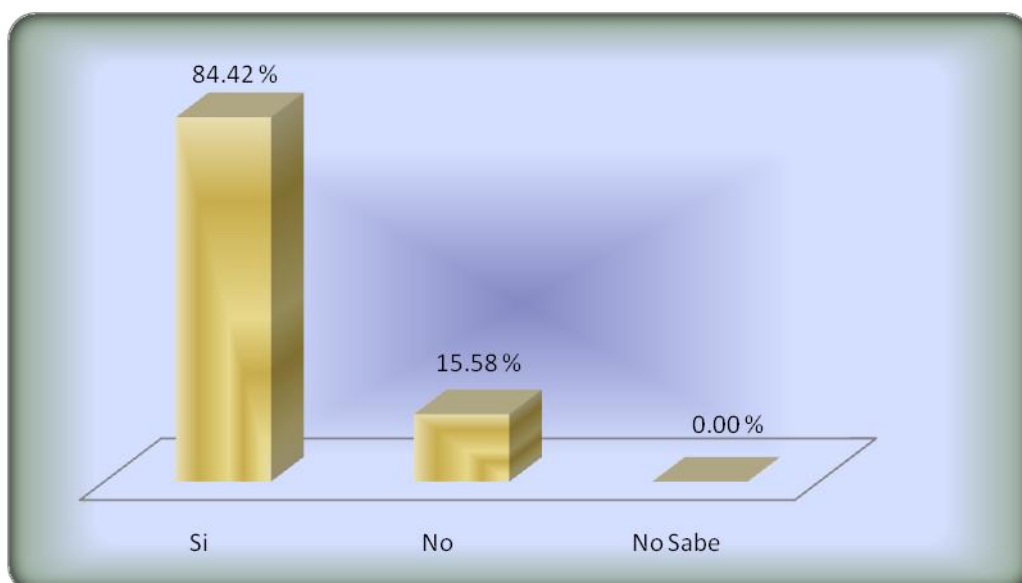
Esta opinión es importante ya que son precisamente los habitantes del lugar los que conocen muchas veces zonas inexploradas y que son atractivas para el turismo.

## PREGUNTA

¿LE BENEFICIARÍA A USTED EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ZONA?

**OBJETIVO:** Averiguar si los pobladores de la Península San Juan del Gozo ven el desarrollo turístico como beneficioso.

GRÁFICO 21



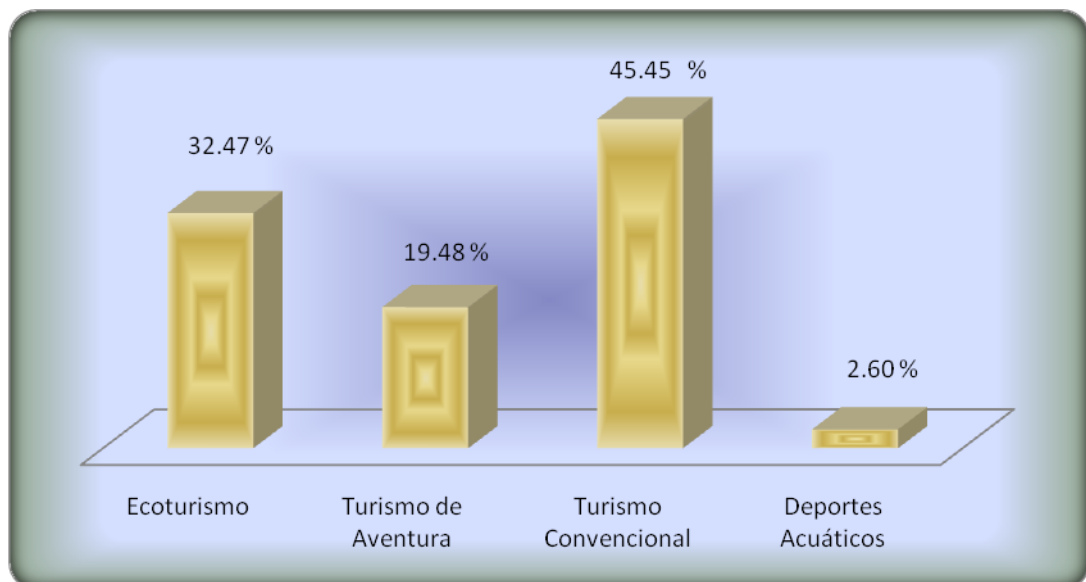
**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores si les beneficiaría el desarrollo turístico en la zona el 84.42% tienen una opinión favorable y un 15.58% están en desacuerdo. La mayoría de los pobladores creen poder encontrar algún beneficio, más que todo económico, desarrollando turísticamente el lugar debido precisamente al abandono que tiene la zona.

## PREGUNTA 5

¿QUE TIPO DE TURISMO CREE QUE LE BENEFICIA MAS A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Identificar el tipo de turismo que los pobladores de la Península San Juan del Gozo creen es más beneficioso para la zona.

GRÁFICO 22



**ANÁLISIS:** El 45.45% de los pobladores están de acuerdo que el turismo convencional le beneficia más a la península San Juan del Gozo, el 32.47% opinan que el ecoturismo es mejor para la zona y el 19.48% creen que el turismo de aventura es mejor para el lugar.

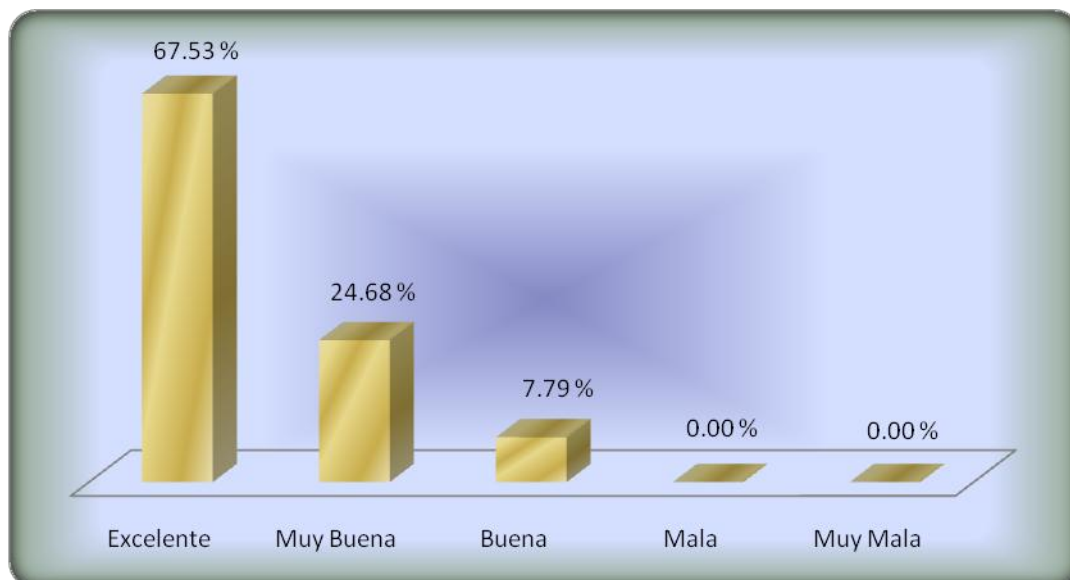


## PREGUNTA 6

**¿COMO CONSIDERA LA BELLEZA NATURAL QUE TIENE LA PENÍNSULA DE SAN JUAN DEL GOZO?**

**OBJETIVO:** Conocer la opinión que tienen los habitantes sobre la belleza de la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 23**



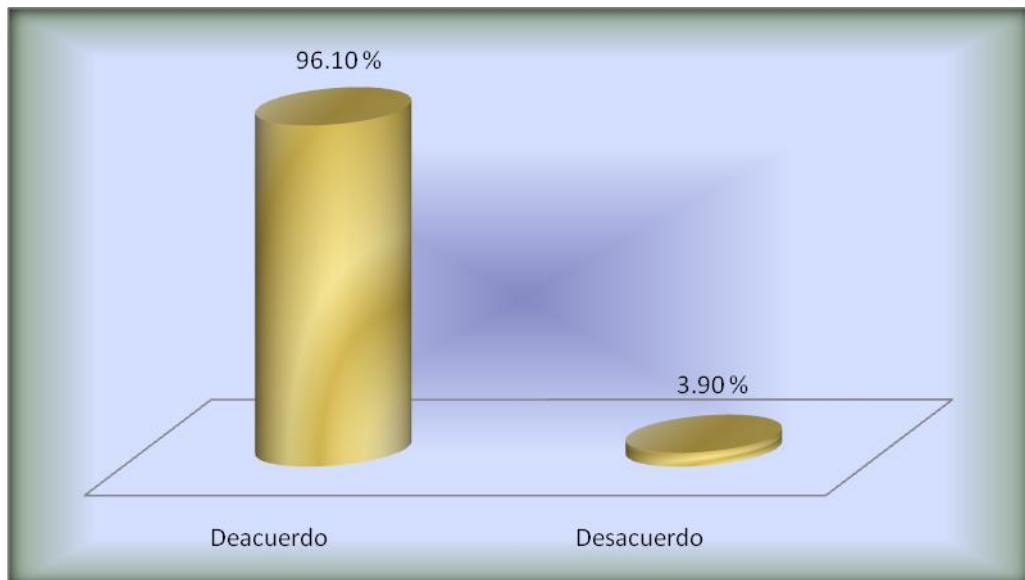
**ANÁLISIS:** Al pedir a los pobladores que calificaran la belleza natural de la zona el 67.53% de los encuestados opinan que es excelente y un 24.68% de los encuestados opinan que es muy buena.

## PREGUNTA 7

### ¿QUE PIENSA DE LA MAYOR AFLUENCIA DE VISITANTES A LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Saber si la población de la Península San Juan del Gozo está de acuerdo con una mayor afluencia de visitantes a la zona.

GRÁFICO 24



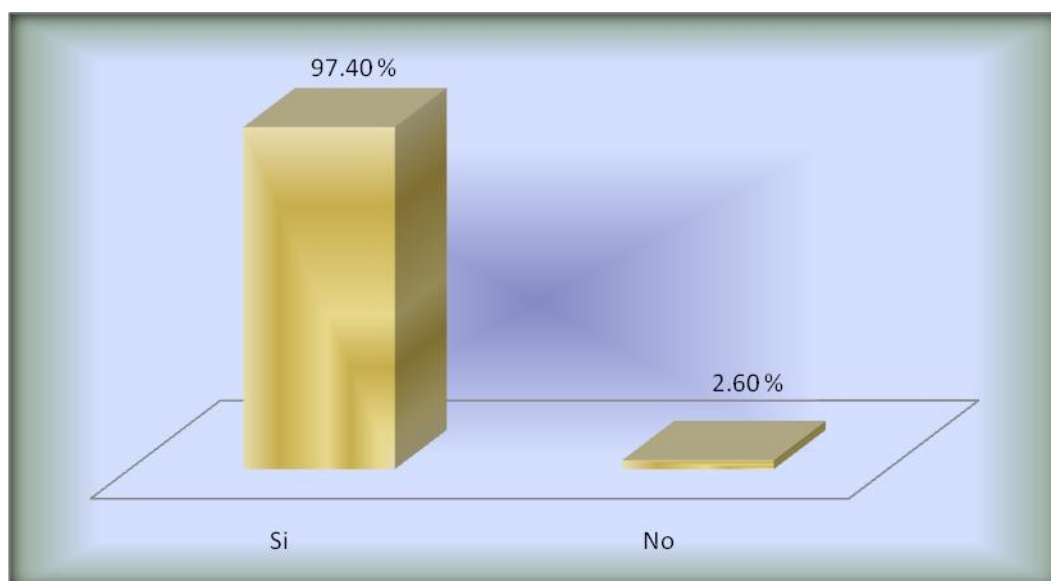
**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores si están de acuerdo con una mayor afluencia de visitantes en la zona, el 96.10% de los encuestados respondió afirmativamente. Es muy importante saber que los pobladores están de acuerdo con que más personas conozcan y visiten el lugar.

## PREGUNTA 8

**¿USTED ESTA DE ACUERDO EN QUE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO SE DESARROLLE TURISTICAMENTE?**

**OBJETIVO:** Conocer la opinión de los habitantes de la Península San Juan del Gozo sobre el desarrollo turístico de la zona.

**GRÁFICO 25**



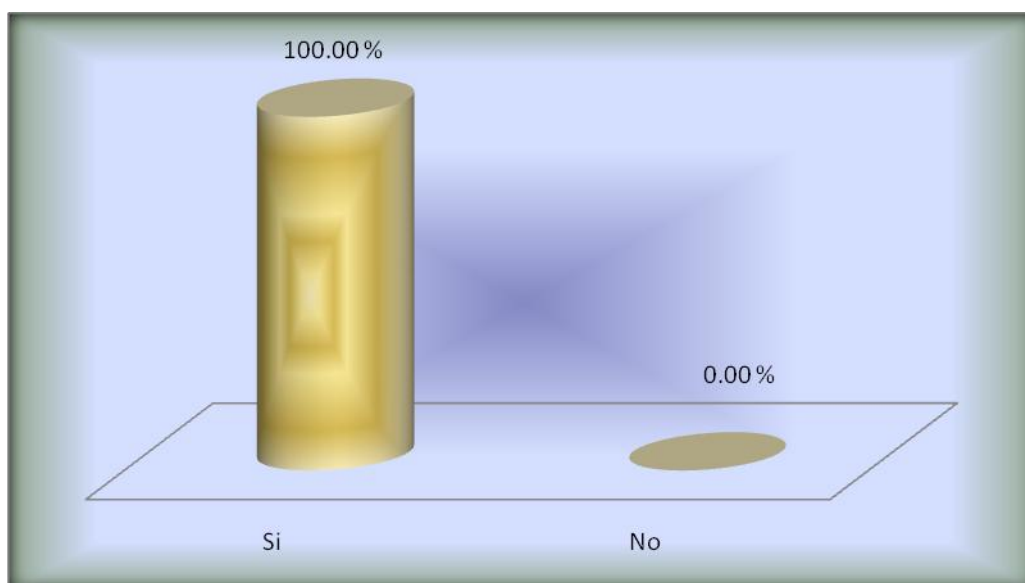
**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores si están de acuerdo en el desarrollo turístico de la zona el 97.40% de los encuestados respondió que sí y solo un 2.60% respondió que no. Esta respuesta es hasta cierto punto evidente debido a los bajos ingresos de la zona y la falta de oportunidades para los jóvenes.

## PREGUNTA 9

### ¿PODRÍA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO?

**OBJETIVO:** Conocer si los pobladores de la Península San Juan del Gozo pueden identificar oportunidades de negocio en la zona.

GRÁFICO 26



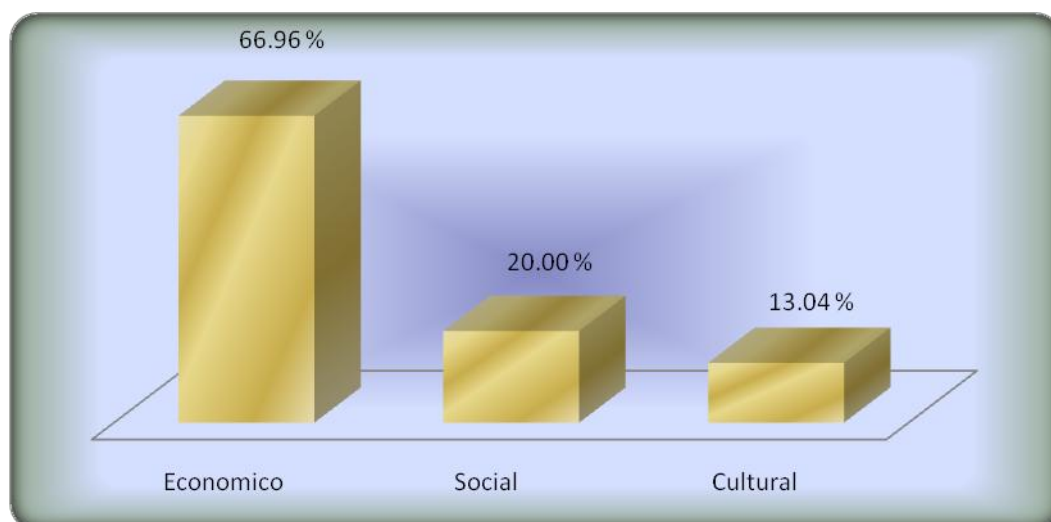
**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores si podían identificar oportunidades de negocio en la Península el 100% de los encuestados respondió que sí. A pesar de esta respuesta la mayoría, ve oportunidades de manera indirecta, como lo es en el comercio por ejemplo muchos querían poner una tienda o venta de algo. Quizás esto sea una oportunidad para otro tipo de investigación en el área de negocios o emprendedurismo.

### PREGUNTA 11

**¿EN QUE RUBRO CREE USTED QUE SE BENEFICIARÍA LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO SI SE CREA UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA ZONA?**

**OBJETIVO:** Identificar cual es el rubro en el cual los pobladores de la Península San Juan del Gozo creen se beneficiarían si se creara un Complejo Turístico.

**GRÁFICO 27**



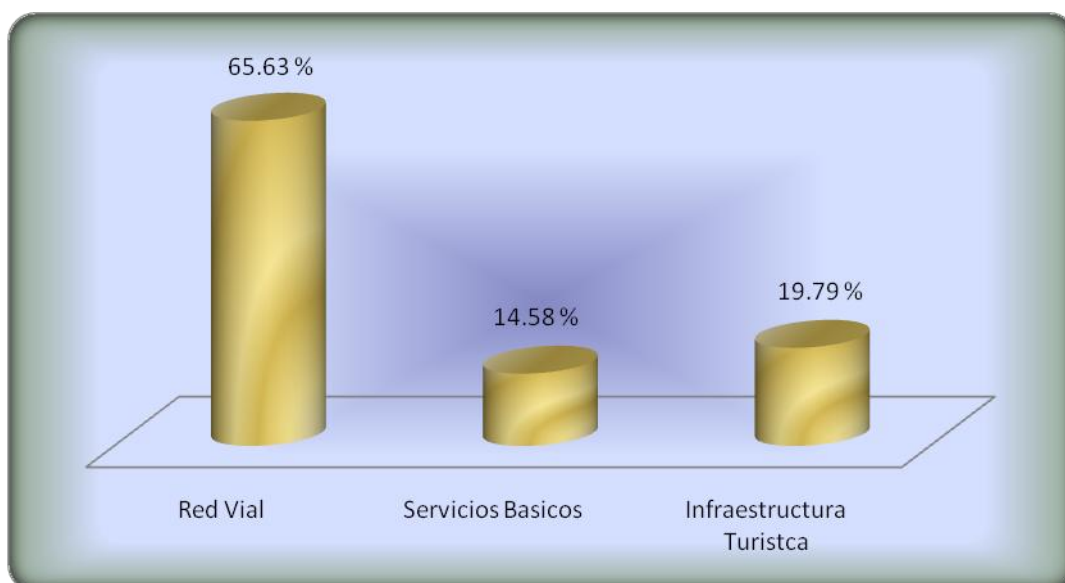
**ANÁLISIS:** Al querer saber la opinión de los pobladores de cómo se beneficiarían con la creación de un complejo turístico en la Península San Juan del Gozo el 66.96% respondió que en lo económico, esto demuestra la urgencia que tiene la zona de mayores oportunidades de empleo digno y bien remunerados, un 20% respondió que en lo social a través del desarrollo local y un 13.04% dijo que en lo cultural.

## PREGUNTA 12

¿CUAL CONSIDERA USTED QUE ES EL PRINCIPAL PROBLEMA QUE TIENE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO PARA QUE SE DESARROLLE TURISTICAMENTE?

**OBJETIVO:** Identificar los aspectos que dificultan el desarrollo turístico en la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 28**



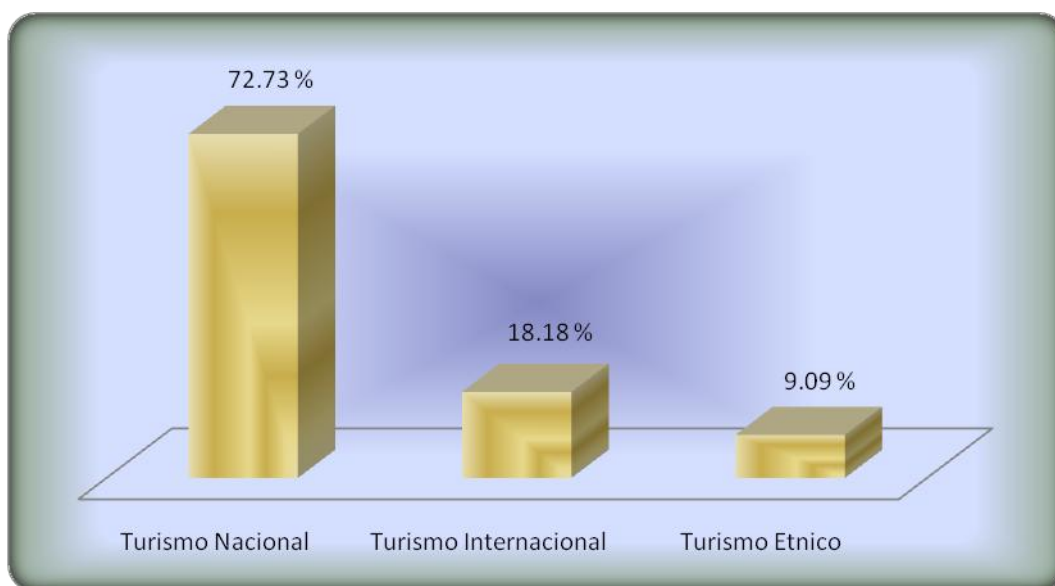
**ANÁLISIS:** Al preguntarle a los pobladores cual es el principal problema que tiene la Península San Juan del Gozo el 65.63% respondió que la red vial, el 19.79% respondió que la infraestructura turística y el 14.58% de los pobladores respondió que los servicios básicos.

### PREGUNTA 13

¿CUAL ES EL TIPO TURISMO QUE TIENE LA PENÍNSULA SAN JUAN DEL GOZO EN LA ACTUALIDAD?

**OBJETIVO:** Identificar cual es el actual tipo de turismo que se desarrolla mayormente en la Península San Juan del Gozo.

**GRÁFICO 29**



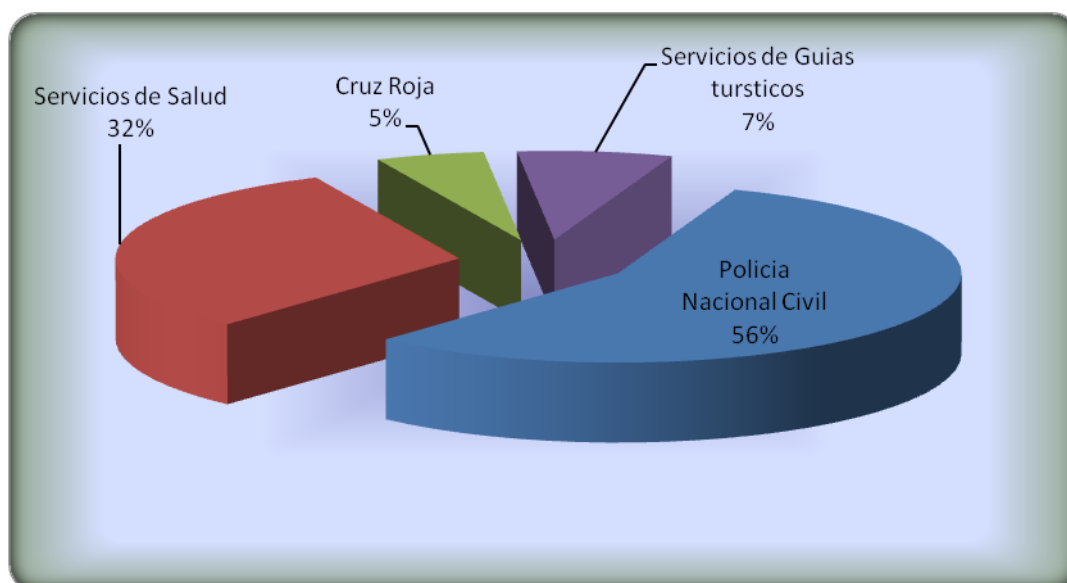
**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores que tipo de turismo tiene la península San Juan del Gozo en la actualidad el 72.73% de los encuestados respondió que es el turismo nacional, el 18.18% respondió que turismo internacional y solo el 9.09% respondió turismo étnico.

#### PREGUNTA 14

**¿QUÉ SERVICIOS BÁSICOS CONSIDERA SON NECESARIOS O SE DEBERÍAN MEJORAR EN LA ZONA?**

**OBJETIVO:** Identificar en cuales servicios básicos debe mejorar la Península San Juan del Gozo.


**GRÁFICO 30**



**ANÁLISIS:** Al preguntar a los pobladores que servicios básicos considera necesarios o se debería mejorar el 56% de los encuestados respondió que la Policía Nacional Civil, el 32% respondió servicios de salud, el 7% respondió servicios de guía turísticos y solo el 5% contestó que la Cruz Roja.



**ANEXO C-2**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

	<b>XIQUILITE BAHÍA CLUB</b> <b>BREVE MANUAL DE FUNCIONES</b>	PÁG. 1
		DE 17
ELABORADO POR: GRUPO DE TESIS APROBADO POR: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS ENTRADA EN VIGENCIA: ENERO 2010		
<b>I. INFORMACIÓN GENERAL</b>		
Nombre del Puesto	:	<b><u>GERENTE GENERAL</u></b>
Jefe Inmediato	:	PRESIDENTE
Nº de Personas que ocupan este puesto:		1
<b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA</b>		
Ejercer funciones ejecutivas y de dirección a través de la Gerencia General y representa a la Empresa ante las entidades públicas y privadas ya sean nacionales o extranjeras.		
<b>III. ACTIVIDADES</b>		
1. Ejerce la titularidad del pliego presupuestal, cumpliendo con todas las obligaciones derivadas de esta función.		
2. Ejerce la representación de la institución ante autoridades públicas, instituciones nacionales o del exterior, así como ante entidades privadas.		
3. Celebra actos, convenios y contratos con entidades públicas nacionales o extranjeras.		
4. Aprueba el Plan de Gestión Institucional y las políticas de administración, personal, finanzas y relaciones institucionales.		
5. Aprueba la contratación de los gerentes, así como su promoción, suspensión y remoción.		
<b>IV. SUPERVISIÓN</b>		
Es la máxima autoridad de la Institución. Supervisa a los gerentes de segundo orden.		
<b>V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO</b>		
1. Estudios superiores de post grado en Administración o Economía		
2. Experiencia en cargos gerenciales del sector turismo y en cargos directivos del mismo sector no menos de 10 años.		
3. Edad 40 años		



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG.2

DE 17

**I . INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **GERENTE DE FINANZAS**

Jefe Inmediato GERENTE GENERAL

Nº de Personas que ocupan este puesto: 1

**II . DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Planea, organiza, dirige, coordina y controla el trabajo de su personal, presupuestos, contables y financieros para atender las necesidades del Plan Operativo y de desarrollo de la empresa.

**III . ACTIVIDADES**

1. Formula y propone a la presidencia normas, políticas y procedimientos para el mejor cumplimiento de las actividades relacionadas con los sistemas de presupuesto, contabilidad y tesorería
2. Supervisa la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables.
3. Supervisa el adecuado manejo del Presupuesto anual.
4. Supervisa la administración del patrimonio mobiliario e inmobiliario de la entidad, conforme a las disposiciones legales aplicables

**IV . RESPONSABILIDAD**

La administración de los recursos de la Institución, para el logro de sus objetivos.

**V . REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título profesional en Contabilidad.
2. Experiencia en labores de finanzas, presupuesto, recursos humanos y logística.
3. Experiencia no menor de 5 años en cargos gerenciales en empresas públicas o privadas.



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 3

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Jefe Inmediato GERENTE GENERAL

Nº de Personas que ocupan este puesto: 1

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Planea, organiza, dirige, coordina y controla los esfuerzos del personal del departamento en la prestación del servicio al cliente.

**III. ACTIVIDADES**

1. firma y autoriza la salida de los insumos del almacén
2. Supervisa el trabajo de los meseros, cocineros y barman's
3. Supervisa el manejo eficiente del mobiliario e insumos
4. Elabora la programación semanal de los empleados

**IV. RESPONSABILIDAD**

Es responsable ante el gerente general del manejo eficiente de los insumos que salen del almacén, el buen servicio al cliente

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Licenciado en Administración de Empresas o Contabilidad
2. Sexo masculino o femenino
3. Mayor de 30 años
4. Buen manejo del idioma ingles
5. Experiencia no menor de 5 años en cargos gerenciales en empresas públicas o privadas



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 4

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **GERENTE DE OPERACIONES**

Jefe Inmediato GERENTE GENERAL

Nº de Personas que ocupan este puesto: 1

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar las operaciones diarias de la empresa orientadas a la prestación del servicio y buen funcionamiento de la empresa.

**III. ACTIVIDADES**

1. Supervisa el trabajo de los guías turísticos y hace la programación de los sitios que visitaran los clientes.
2. Supervisa el trabajo del personal de Spa
3. Supervisa el trabajo del personal de seguridad y recibe diariamente un informe de la situación

**IV. RESPONSABILIDAD**

Es responsable ante el gerente general por el cumplimiento de los objetivos organizacionales a través del desempeño de las funciones del departamento que preside.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría pública
2. Sexo masculino o femenino
3. Mayor de 35 años
4. Experiencia no menor de 5 años en cargos gerenciales en empresas públicas o privadas



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 5

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **GERENTE DE LOGISTICA**

Jefe Inmediato GERENTE GENERAL

Nº de Personas que ocupan este puesto: 1

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar las funciones de su departamento orientadas a alcanzar los objetivos de la empresa.

**III. ACTIVIDADES**

1. Firma la solicitud de los insumos y repuestos que su personal requiere para cumplir con sus objetivos.
2. Supervisa el trabajo del personal de mantenimiento, limpieza y recepción.
3. Supervisa el manejo eficiente del mobiliario e insumos.
4. Es el responsable de opinar cuando algún equipo ha cumplido su vida útil y tiene que reemplazarse.

**IV. RESPONSABILIDAD**

Es responsable ante el gerente general de la recepción de los clientes y el mantenimiento óptimo de las instalaciones orientadas al logro de los objetivos.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Licenciado en Administración de Empresas o Ingeniería industrial
2. Sexo masculino
3. Mayor de 35 años
4. Experiencia no menor de 5 años en cargos gerenciales en empresas públicas o privadas



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 6

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **ENCARGADO DE COMPRAS**

Jefe Inmediato GERENTE FINANCIERO

Nº de Personas que ocupan este puesto: 2

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

El personal de compras son los encargados de mantener un stock de materias primas, insumos y repuestos suficientes para realizar las actividades cotidianas en la empresa

**III. ACTIVIDADES**

1. Coordina con el encargado del almacén los movimientos que ha sufrido el inventario a fin de prever los productos que serán comprados
2. Solicita la firma y autorización del gerente financiero para realizar las compras que son necesarias.
3. Coordinan con los proveedores cuales son los productos que la empresa requiere para prestar el servicio y obtenerlos
4. E responsable

**IV. RESPONSABILIDAD**

Son los responsables ante el gerente financiero del abastecimiento oportuno de las materias primas, insumos y repuestos que los departamentos necesitan para desempeñar sus funciones.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas o contaduría
2. Sexo femenino
3. Mayor de 25 años
4. Experiencia no menor de 2 años en cargos similares



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 7

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **AUXILIAR CONTABLE**

Jefe Inmediato GERENTE FINANCIERO

Nº de Personas que ocupan este puesto: 2

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Elabora balances, declaraciones de impuestos, facturación entre otros

**III. ACTIVIDADES**

1. Elabora los estados financieros como balance general, estados de resultado estados de cambios en el patrimonio entre otros.
2. Hace las retenciones de IVA, ISR, ISSS y AFP.
3. Se encarga de pagar a los empleados de la empresa
4. Se encarga de emitir las facturas a los cliente

**IV. RESPONSABILIDAD**

Responde ante el gerente financiero en lo relacionado a la contabilidad general de la empresa

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Estudiante de Licenciatura en contaduría pública
2. Sexo masculino o femenino
3. Mayor de 25 años
4. Experiencia no menor de 2 años en cargos similares



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 8

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **ENCARGADO DEL ALMACEN GENERAL**

Jefe Inmediato GERENTE FINANCIERO

Nº de Personas que ocupan este puesto: 2

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

El personal de almacén son los encargados de custodiar el stock de materias primas, insumos y repuestos que necesitaran los demás departamentos para realizar las actividades de la empresa.

**III. ACTIVIDADES**

1. Llevar un control eficiente de las entradas y salidas de las mercancías de almacén general
2. Recibir las mercancías entregadas por los proveedores y confirmar que son las correctas.
3. Entregar los insumos a los departamentos que los solicitan verificando que estén firmadas por los responsables de estos y por el gerente general.
4. Mantener su área de trabajo limpia y ordenada para evitar cualquier accidente.

**IV. RESPONSABILIDAD**

Son los responsables ante el gerente financiero del manejo y entrega eficiente de las materias primas, insumos y repuestos que los departamentos necesitan para desempeñar sus funciones.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Estudiante de Licenciatura en contaduría o bachillerato general
2. Sexo masculino o femenino
3. Mayor de 20 años
4. Experiencia de 1 año en cargos similares
5. Responsable y dinámico





**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 9

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **COCINEROS**

Jefe Inmediato **GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Nº de Personas que ocupan este puesto: 15

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

El personal de cocina tendrá a su cargo la actividad principal de preparar los alimentos para los clientes tomando las medidas higiénicas necesarias.

**III. ACTIVIDADES**

1. Solicitar la firma y autorización del gerente para sacar los insumos necesarios de almacén general
2. Preparar los alimentos que el menú o los clientes soliciten
3. Mantener la limpieza del área de trabajo y el equipo en un lugar accesible
4. Guardar las medidas de seguridad necesarias para evitar cualquier accidente

**IV. RESPONSABILIDAD**

Son los responsables ante el gerente de alimentos y bebidas de preparar los alimentos de una manera higiénica.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller
2. Sexo masculino o femenino
3. Mayor de 18 años
4. Experiencia de 1 año en cargos similares



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 10

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: MESEROS

Jefe Inmediato GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Nº de Personas que ocupan este puesto: 30

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

El personal de meseros son los encargados de desempeñar la actividad principal de atender a los clientes pero también son los que preparan el lugar donde más tarde serán atendidos los clientes.

**III. ACTIVIDADES**

1. Preparar la mesa donde los clientes se sentaran colocando en su lugar cada uno de los utensilios tales como manteles, cubiertos, servilletas, platos, entre otros.
2. Servir los alimentos y bebidas que los clientes hayan ordenado.
3. Mantener limpio y ordenado el mobiliario y equipo para desarrollar sus actividades.
4. Retirar los cubiertos y platos cuando los clientes hayan terminado de comer.

**IV. RESPONSABILIDAD**

Son los responsables ante el gerente de alimentos y bebidas de atender a los clientes con diligencia, amabilidad y respeto,

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Estudios de bachillerato
2. Sexo masculino o femenino
3. Mayor de 18 años
4. Experiencia de 1 año en cargos similares
5. Responsable y dinámico



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 11

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **BARMAN'S**

Jefe Inmediato **GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Nº de Personas que ocupan este puesto: 7

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

El personal de barman's o cantineros son las personas que tienen a su cargo preparar y servir las bebidas en las reuniones o eventos que se celebren en la empresa.

**III. ACTIVIDADES**

1. Solicitar la firma y autorización del gerente para sacar los insumos de almacén general
2. Preparar el área de trabajo a fin de que tenga los insumos necesario para desarrollar las actividades
3. Mantener el área de trabajo limpia, ordenada y segura.
4. Preparar las bebidas que los clientes ordena
5. Llevar el control de las bebidas que saco de almacen, las que sirvió y las que devolverá.

**IV. RESPONSABILIDAD**

Son responsables ante el gerente de alimentos y bebidas del manejo correcto del licor y todo tipo de bebidas que se preparen en los bares

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller
2. Sexo masculino
3. Mayor de 20 años
4. Experiencia de 1 año en cargos similares
5. Ser cristiano



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 12

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: GUÍAS TURÍSTICOS

Jefe Inmediato GERENTE DE OPERACIONES

Nº de Personas que ocupan este puesto: 10

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Los guías turísticos son los encargados de mostrar a los clientes los atractivos naturales con que cuenta la Bahía de Jiquilisco, además de contar la historia de los lugares que visitan.

**III. ACTIVIDADES**

1. Son los encargados de las excursiones que organiza la empresa como parte de los servicios que esta brinda.
2. Mantener el equipo en buenas condiciones para un mejor servicio.
3. Reportan al personal de mantenimiento cualquier eventualidad en el funcionamiento del equipo.
4. Mantener las medidas de seguridad necesarias para evitar cualquier accidente durante las visitas guiadas.
- 5.

**IV. RESPONSABILIDAD**

Responden ante el gerente de operaciones por el buen trato y seguridad de los clientes en las excursiones además del cuidado del equipo que pertenece a la empresa.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller no indispensable
2. Sexo masculino
3. Mayor de 18 años
4. Experiencia no indispensable



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 13

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: PERSONAL DE Spa

Jefe Inmediato GERENTE DE OPERACIONES

Nº de Personas que ocupan este puesto: 8

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

El personal de Spa brinda el servicio de relajación corporal a todos los clientes de la empresa que deseen eliminar el stress que las actividades diarias provocan.

**III. ACTIVIDADES**

1. Atender a los clientes de la empresa en el área de Spa
2. Tratamientos faciales a los clientes de la empresa
3. Masajes relajantes y tratamientos corporales
4. Baños saunas húmedos

**IV. RESPONSABILIDAD**

En este caso responden al gerente de operaciones por la satisfacción y buen servicio a los clientes

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller
2. Sexo femenino
3. Mayor de 18 años
4. Experiencia de 1 año en cargos similares



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 14

DE 17

### **I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **SEGURIDAD**

Jefe Inmediato **GERENTE DE OPERACIONES**

Nº de Personas que ocupan este puesto: 10

### **II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Presta los servicios de orden y seguridad dentro de las instalaciones de la empresa, da vigilancia en el área de parqueo y cuida de la integridad física de los empleados y clientes que visitan el lugar.

### **III. ACTIVIDADES**

1. Elabora y entrega diariamente un reporte de la seguridad al gerente de operaciones
2. Cuidan el mobiliario y equipo de la empresa de cualquier daño o extravió.
3. Cuidar de los vehículos estacionados en el parqueo de robos o daños en los mismos
4. Verificar la entrada y salida de los empleados en los horarios acordados

### **IV. RESPONSABILIDAD**

Responden ante el gerente de operaciones por el orden y la seguridad dentro de la empresa además de cuidar la integridad física de los empleados y clientes

### **V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller
2. Sexo masculino y femenino
3. Mayor de 25 años
4. Tener licencia para portar armas
5. Experiencia de 5 años en cargos similares



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 15

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: **PERSONAL DE RECEPCIÓN**

Jefe Inmediato **GERENTE DE LOGISTICA**

Nº de Personas que ocupan este puesto: 10

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Registra la entrada y salida de los clientes que se hospedan en el hotel y proporciona información a los clientes ya sea por teléfono, internet o personalmente.

**III. ACTIVIDADES**

1. Dar información a los clientes acerca de las promociones y servicios de la empresa como las excursiones guiadas.
2. Verificar las reservaciones de los clientes
3. Registrar los cliente que visitan la empresa con su nombre, de donde nos visita, cuánto tiempo va a permanecer
4. Entregarle al cliente la llave de su habitación
5. Avisar a la persona respectiva la salida de los clientes para elaborar su cuenta.

**VI. RESPONSABILIDAD**

Responden ante el gerente de logística por el registro de la entrada y salida de los clientes, así como de la buena atención de ellos.

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller
2. Sexo masculino y femenino
3. Mayor de 20 años
4. Manejo del idioma ingles
5. Experiencia de 2 años en cargos similares
6. Buena presentación



**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 16

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: PERSONAL DE MATENIMIENTO

Jefe Inmediato GERENTE DE LOGISTICA

Nº de Personas que ocupan este puesto: 6

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Son los encargados de reparar cualquier maquina o mobiliario que funcione bien

**III. ACTIVIDADES**

1. Elabora y entrega diariamente un reporte de la seguridad al gerente de operaciones
2. Cuidan el mobiliario y equipo de la empresa de cualquier daño o extravió.
3. Cuidar de los vehículos estacionados en el parqueo de robos o daños en los mismos
4. Verificar la entrada y salida de los empleados en los horarios acordados

**VI. RESPONSABILIDAD**

Responden ante el gerente de operaciones por el orden y la seguridad dentro de la empresa además de cuidar la integridad física de los empleados y clientes

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachillerato técnico
2. Sexo masculino
3. Mayor de 22 años
4. Experiencia de 1 año en cargos similares





**XIQUILITE BAHÍA CLUB**  
**BREVE MANUAL DE FUNCIONES**

PÁG. 17

DE 17

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Puesto: PERSONAL DE LIMPIEZA

Jefe Inmediato GERENTE DE LOGISTICA

Nº de Personas que ocupan este puesto: 20

**II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA**

Son los encargados de mantener las instalaciones limpias y ordenadas especialmente las habitaciones de los clientes también baños y pisos

**III. ACTIVIDADES**

1. Solicitar la firma y autorización del gerente para sacar de almacén general los insumos necesarios para realizar sus actividades.
2. Mantener limpias y ordenadas las aéreas de trabajo asignadas ya sean habitaciones, pasillos o aéreas de recreo.
3. Cuidar de que en las habitaciones no falte jabón, shampoo, toallas y que las sábanas y almohadas estén limpias
4. Verificar la entrada y salida de los empleados en los horarios acordados

**VI. RESPONSABILIDAD**

Responden ante el gerente de logística por el mantenimiento impecable de las instalaciones

**V. REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO**

1. Título de bachiller no indispensable
2. Sexo masculino y femenino
3. Mayor de 20 años
4. Experiencia no indispensable
5. Responsable

**ANEXO C-3**  
**CONSTRUCCION DEL COMPLEJO: FASE 1**

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA ACCESOS Y PARQUEOS: (\$176,485.40)**

N°	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
<b>1</b>	Terracería				
<b>1.1</b>	Limpieza	6515.37	m2	\$2.26	\$14,724.74
<b>1.2</b>	Descapote	335.02	m2	\$4.79	\$1,604.75
<b>1.3</b>	Excavación	100	m2	\$6.85	\$685.00
<b>1.4</b>	Compactación	67	m2	\$7.81	\$523.27
<b>1.5</b>	Trazo Y Nivelación	264	m2	\$2.65	\$699.60
<b>2</b>	Concreto Armado				
<b>2.1</b>	Solera De Fundación	500	m2	\$0.67	\$335.00
<b>2.2</b>	Bloque De 0.40x0.20x0.15	2000	m2	\$0.35	\$700
	<b>Espacio De Vigilancia</b>				
<b>4</b>	Estructuras De Techos	25	m2	\$12.00	\$300.00
<b>4.1</b>	Polines	45	m2	\$3.41	\$153.45
<b>4.2</b>	Vigas Mangonber	125	m2	\$20.66	\$2,582.50
<b>5</b>					
<b>5.1</b>	Lamina Zinc-Alum	222.96	m2	\$6.02	\$1,342.22
<b>5.2</b>	Tejas	31	m2	\$1.50	\$46.50
<b>6</b>	Pisos	1174	m2	\$0.45	528.30
<b>6.1</b>	Piso De Cemento	1934	m2	\$0.65	\$1,257.10
<b>6.2</b>	Piso De Azulejos	2834	m2	\$0.75	\$2,125.50
<b>6.3</b>	Piso De Cerámicas	1356	m2	\$0.63	\$854.28
<b>6.4</b>	Árboles	90	U	\$4.30	\$387.00
<b>7.0</b>	Acabados				
<b>7.1</b>	Enchapado De Azulejos	8	m2	\$8.03	\$64.24

7.2	Afinado	205	m2	\$4.56	\$935.42
7.3	Repellado	265	m2	\$4.40	\$1,166.00
8	Obra Eléctrica	1	U	\$5,487.48	\$5,487.48
9	Obra Hidráulica	1	U	\$3,258.56	\$3,258.56
10.0	<b>Espacio De Vigilancia Y Recreo</b> Varios				
10.1	Puerta De Estándar	15	U	\$125.00	\$1,875.00
10.2	Ventana	16	U	\$19.26	\$308.16
10.3	Vidrio Acrílico	16	m2	\$100.00	\$1,600.00
10.5	Madera	50	m2	\$6.35	\$317.50
10.6	Columpios	80	U	\$76.00	\$6,080.00
10.7	Bancas Para Sentarse	60	U	\$65.00	\$3,900.00
11	Inodoro Y Lavamanos	2	U	\$55.00	\$110
11	Preparación				
11.1	Establecimientos De Sub-Base	531	U	\$2.65	\$1,407.15
11.2	Base Con Suelo De Cemento	562	U	\$2.56	\$1,438.72
12	Arriates				
12.1	Separadores	525	U	\$2.50	\$1,312.50
12.2	Isletas	1298	U	\$2.25	\$2,920.50
13	Obra Eléctrica	1	U	\$29,325.00	\$29,325.00
13.1	Obra Eléctrica	1	U	\$40,589.42	\$40,589.42
13.2	Iluminación Con Poste	56	U	\$525.25	\$29,414.00
14	Vías				
14.1	Conformación De Vías De Parque	17	m2	\$59.00	\$1,003.00
14.2	Establecimiento De Sub-Suelo	2568	m2	\$3.35	\$8,602.80
14.3	Base De Suelo Cemento	2003	m2	\$3.25	\$6,509.75

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA SPA Y TIENDA: (\$161,594.12)**

N°	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería	1476.47	m2	\$2.26	\$3.336,82
1.1	Limpieza Y Acarreo	1476.47	m2	\$4.79	\$7.072,29
1.2	Descapote	598.23	m2	\$6.85	\$4.097,88
1.3	Excavación	675.56	m2	\$7.81	\$5.276,12
2.0	Trazo				
2.1	Trazo	696	m2	\$0.36	\$250,56
3.0	Concreto Reforzado	965.26	m2	\$7.33	\$7.075,35
3.1	Solera De Fundación	462.65	m2	0.69	\$319,22
3.2	Columnas	206.56	U	\$21.25	\$4.389,40
3.3	Zapatas	345	m2	\$11.95	\$4.122,75
4.0	Pisos	2,680.85	m2	\$12.56	\$33.671,47
4.1	Concreto Tipo Acera	275	m2	\$13.20	\$3.630,00
4.2	Piedra Laja	389	U	\$6.22	\$2.419,58
5.0	Paredes	4,156.12	m2	\$9.56	\$39.732,51
5.1	Manpostería De Piedra	235.12	m2	\$44.69	\$10.507,51
6.0	Obra Hidráulica				
6.1	Obra Hidráulica	1	U	\$2,575.00	\$2.575,00
7.0	Obra Eléctrica	1	U	\$32,294.00	\$32.294,00

7.1	Luminarias	14	U	41.26	\$577.64
7,3	Obra Eléctrica	1	U	\$125.00	\$125,00
7,4	Inodoro Y Lavamanos	2	U	\$55.00	\$110,00

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA ESPACIO LIBRE DE AREA TOTAL: (\$311,152.32)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza Y Acarreo	47,899.3	m2	\$3.75	\$179,622.49
1.2	Descapote	3,903.73	m2	\$6.45	\$25,179.03
1.3	Excavación	1,203	m2	\$5.56	\$6,688.68
1.4	Compactación	129,473	m2	\$20.00	\$2,589.45
2.0	Trazo				
2.1	Trazo	86,224	m2	\$2.50	\$215.56
3.0	Concreto Reforzado	40,897.3	m2	\$0.45	\$18,403.77
3.1	Solera De Fundación	150	m2	\$56.00	\$8,400.00
4.0	Paredes				
4.1	Paredes 10x20x40	23	m2	\$9.56	\$219.88
4.2	Ladrillo De Bloque	789	m2	\$7.58	\$5,980.62
5.1	Pisos				
5,2	Ladrillos De Cerámica	1,002.23	m2	\$34.87	\$34,947.76

5,3	Ladrillos De Cemento	302	m2	\$7.21	\$2,177.42
5,4	Concreto Típico De Acero	232	m2	\$13.21	\$3,064.72
5,5	Ladrillo De Bloque	231	m2	\$5.25	\$1,212.75
5,6	Piedra Laja	19.69	m2	\$6.22	\$122.47
6	Acabados				
6,1	Enchape De Azulejos	67.5	m2	\$28.00	\$1,890.00
6,2	Repillazo	1,021	m2	\$2.72	\$2,777.12
6,3	Afinado	1,065	m2	\$10.45	\$11,129.25
7	Obra Eléctrica	1	U	\$3,265.68	\$3,265.68
8	Obra Hidráulica	1	U	\$3,265.68	\$3,265.68

### PRESUPUESTO ESTIMADO PARA PISCINA DE ADULTO:(\$259,966.15)

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza Y Acarreo	11,302.1	m2	\$6.98	\$78,888.73
1.2	Descapote	11302.1	m2	\$5.10	\$57,640.76
1.3	Excavación	20	m2	\$6.85	\$137.00
1.4	Compactación	12	m2	\$15.56	\$186.72
2.0	Trazo				
2.1	Trazo	2,564.23	m2	\$2.50	\$6,410.58
3.0	Concreto				
3.1	Solera De Fundación	10,263.1	m2	\$0.67	\$6,876.29
3.2	Columnas En Piscina	35	m2	\$21.56	\$754.60
3.3	Zapatatas	35	m2	\$12.00	\$420.00
4.0	Pisos				
4.1	Concreto	2,365.13	m2	\$17.99	\$42,548.69

	Estructural				
5.0	Paredes				
5.1	Bloque De 20x20x40	6,589	m2	\$0.56	\$3,689.84
6.0	Acabados				
6.1	Repellado	3,265.66	m2	\$10.01	\$32,689.26
7.0	Obra Hidráulica				
7.1	Obra Hidráulica	1	U	\$1,320.22	\$1,320.22
8.0	Varios				
8.1	Acera Perimetral	1,582.23	m2	\$10.01	\$15,838.12
8.2	Jardines	1	U	\$5,408.76	\$5,408.76
8.3	Fuentes	1	U	\$525.00	\$525.00
9.0	Obra Eléctrica	1	U	\$2,356.59	\$2,356.59
9.1	Iluminación Con Poste	45	U	\$95.00	\$4,275.00

**PRESUPUESTO ESTIMADO DE EDIFICIO DE VESTIDORES:  
(\$69,662.90)**

N°	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza	822.52	m2	\$3.75	\$3,084.45
1.2	Descapote	822.52	m2	\$6.45	\$5,305.25
1.4	Excavación	20	m2	\$5.56	\$111.20
1.5	Compactación	10	m2	\$20.00	\$200.00
2.0	Trazo Y Nivelación	759.23	m2	\$2.50	\$1,898.08
3	Concreto	1421.18	m2	\$2.20	\$3,126.59

	Armado				
3,1	Solera De Fundación	256.00	m2	\$10.00	\$2,560.00
3,2	Zapatatas	369.00	m2	\$12.56	\$4,634.64
3,3	Columnas Cuadras	10.00	U	\$45.00	\$450.00
3,4	Soleras De Intermedia	1331.93	m2	\$0.55	\$732.56
3,5	Solera De Coronamiento	175.00	U	\$0.65	\$113.75
4	Paredes	489	m2	\$10.01	\$4,894.89
5	Estructuras De Techos	451.4	m2	\$14.56	\$6,572.38
5,1	Polines De Regla Pacha	144.73	m2	\$3.41	\$493.51
6	Cubierta De Techos	800	m2	\$5.68	\$4,544.00
7	Pisos				
7,1	Pisos De Cemento	3676.91	m2	\$4.56	\$16,766.71
8,1	Acabados				
8,2	Enchapados De Azulejos	22.00	m2	\$3.56	\$78.32
8,3	Repellado	489.00	m2	\$9.78	\$4,782.42
8,4	Afinado	405.00	m2	\$10.56	\$4,276.80
9	Obra Eléctrica	1.00	U	\$1,687.56	\$1,687.56
9,1	Lámparas	7.00	U	\$17.00	\$119.00
10	Obra Hidráulica	1.00	U	\$650.64	\$650.64
11	Varios				
11	Divisiones De Fibrolit	35.35	m2	\$18.25	\$645.14
11	Ventanas De Celosilla	5.76	m2	\$25.64	\$147.69
11	Vidrio Fijo	10	m2	\$29.56	\$295.60
11	Puerta De Madera S.S.2,5X2,10	4	U	\$20.32	\$81.28
12	Puerta De Madera S.S.0,90X2	68.00	U	\$18.65	\$1,268.20
12	Tanques	4.00	U	\$35.56	\$142.24



**PRESUPUESTO ESTIMADO EDIFICIO ADMINISTRATIVO:  
(\$46,242.46)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza	1,449	m2	\$4.75	\$6,882.75
1.2	Descapote	1,449	m2	\$6.03	\$8,737.47
1.3	Excavaciones	25	m2	\$6.85	\$171.25
1.4	Compactación	15	m2	\$45.00	\$675.00
1.5	Trazo Nivelación	1,256	m2	\$5.56	\$6,983.36
2.0	Construcción				
2.1	Solera De Fundación	23	m2	\$0.68	\$15.64
2.2	Tensor	15	m2	\$14.00	\$210.00
2.3	Zapatas	8	m2	\$45.00	\$360.00
2.4	Columnas Circulares	8	m2	\$45.00	\$360.00
2.5	Solera Intermedia	67	m2	\$0.70	\$46.90
2.6	Solera De Coronamiento	46	m2	\$0.68	\$31.28
3.0	Paredes				
3.1	Paredes	50	m2	\$6.25	\$312.50
4.0	Estructuras De Techos				
4.1	Regla Pacha De Aluminio	23.00	U	\$4.30	\$98.90
4.2	Polín C	15	U	\$15.00	\$225.00
4.3	Cubierta De Techos	987	U	\$2.75	\$2,714.25
4.4	Tensores	8	U	\$12.00	\$96.00
4.5	Lamina Zinc-Alum	67	m2	\$4.00	\$268.00
5.0	Pisos				
5.1	Pisos De Cerámica	50	m2	\$0.95	\$47.50

<b>6.0</b>	Acabados				
<b>6.1</b>	Anchados	28	m2	\$3.56	\$99.68
<b>6.2</b>	Repellado	897.45	m2	\$8.97	\$8,050.13
<b>6.3</b>	Afinado	765.00	m2	\$8.47	\$6,479.55
<b>7.0</b>	Obra Eléctrica				
<b>7.1</b>	Obra Eléctrica	1.00	U	\$987.15	\$987.15
<b>8.0</b>	Obra Hidráulica				
<b>8.1</b>	Obra Hidráulica	1.00	U	\$643.81	\$643.81
<b>9.0</b>	Varios				
<b>9.1</b>	Puerta De 2,00X2,00mts	3.00	U	\$123.96	\$371.88
<b>9.2</b>	Puerta De 5.10x2.00mts	2	U	\$375.23	\$750.46
<b>9.3</b>	Ventanas (Celosilla) 0,75x1,00	12.00	U	\$52.00	\$624.00

**ANEXO C-4**  
**CONSTRUCCION DEL COMPLEJO FASE 2**

**PRESUPUESTO ESTIMADO DE EDIFICIO PRINCIPAL: (\$1,595,511.16)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1	Terracería				
1.1	Limpieza	5,142.8	m2	\$2.26	\$11.622,64
1.2	Descapote	5,142.8	m2	\$2.89	\$14.862,58
1.3	Excavación	30	m2	\$6.85	\$205,50
1.4	Compactación	20	m2	\$7.81	\$156,20
2	Trazo Y Nivelación	3,025	m2	\$0.36	\$1.089,00
3	Concreto Armado (Pisos)	4,895.6	m2	\$2.56	\$12,532.74
3.1	Solera De Fundación	8,794.6	U	\$0.67	\$5,892.36
3.2	Tensores	45	U	\$16.56	745.20
3.3	Zapatas	60	U	\$258.00	\$15,480.00
3.4	Columnas Cuadradas	66	m2	\$135.00	\$8,910.00
3.5	Solera De Coronamiento	765	U	\$0.72	\$550.80
3.6	Viga	58	U	\$156.00	\$9,048.00
4	Paredes	59,684	en volumen	\$8.56	\$510,895.47
4.1	Divisiones	189.56	U	\$11.56	\$2,191.31
5	Losas De Concreto Armado	3	m2	\$3,648.00	\$10,944.00
5.1	Estructura De Techos	1	U	\$4,987.00	\$4,987.00
5.2	Reglas Pachas	55	U	\$7.26	\$399.30
5.3	Polín ( C )	65	U	\$12.60	\$819.00

5.4	Techos	4,070	m2	\$3.56	\$14,489.20
6	Pisos				
6.1	Azulejos	587	U	\$0.67	\$393.29
6.2	Cerámica	156	U	\$0.72	\$112.32
6.3	Piso De Cemento Decorado	3,876	U	\$0.49	\$1,899.24

7	Acabados				
7.1	Enchapados	416	U	\$1.35	\$561.60
7.2	Repellado	57,167	m2	\$5.78	\$330,425.55
7.3	Afinado	52,655	m2	\$4.89	\$257,480.80
8	Obra Eléctrica	1	U	\$4,789.56	\$4,789.56
				\$3,897.56	\$3,897.56
9	Obra Hidráulica	1	U		
10	Varios				
10.1	Puertas De 2,0x0,9metalica	96	U	\$98.45	\$9,451.20
10.2	Puertas De 2,0x1,0metalica	320	U	\$135.00	\$43,200.00
10.3	Ascensores	4	U	\$489.56	\$1,958.24
10.4	Ventanas De Vidrio Fijo	288	U	\$26.00	\$7,488.00
10.5	Inodoro	214	U	\$49.00	\$10,486.00
10.6	Lavamanos	214	U	\$42.56	\$9,107.84
10.7	Tinas	64	U	\$56.87	\$3,639.68
10.8	Lavaderos	64	U	\$75.00	\$4,800.00
10.9	Ascensores		U		\$280,000.00

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA MUELLE DE PERSONAS: (\$99,052.70)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza Y Acarreo	1,168.7	m2	\$12.56	\$14,678.50
1.2	Descapote	1,168.7	m2	\$15.56	\$18,184.51
1.3	Compactación	897.56	m2	\$15.01	\$13,472.38
2.0	Trazo				
2.1	Trazo	706	m2	\$12.56	\$8,867.36
4.0	Piso				
4.1	Mini Acera	75	m2	\$10.26	\$769.50
4.2	Piedra	50	U	\$6.22	\$311.00
5.0	Obra Eléctrica	1	U	\$2,879.56	\$2,879.56
6.0	Obra Hidráulica	1	U	\$3,598.56	\$3,598.56
6	Luminarias Con Poste	95	U	\$45.00	\$4,275.00
7.0	Varios				
7.1	Losa De Madera	965.26	m2	\$4.56	\$4,401.59
7.2	Pintura Corrosiva	150	U	\$6.23	\$934.50
7.3	Barniz	90	U	\$5.63	\$506.70
7.4	Pasa Manos	75	U	\$14.00	\$1,050.00
7.5	Absorciones De Agua	1	U	\$25,123.56	\$25,123.56

**PRESUPUESTO ESTIMADO DE MUELLE DE LANCHAS: (\$467,788.95)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza Y Descapote	6,676.6	m2	\$12.56	\$83,858.60
				\$15.56	
2.0	Trazo				
2.1	Trazo	602.56	m2	\$15.01	\$9,044.43
3.0	Concreto Reforzado Subterráneo	6,987.7	m2	\$12.56	\$87,764.88
3.1	Columnas	108	U		
3.2	Zapatatas	109	m2		
3.3	Vigas	62	m2	\$10.26	\$636.12
3.4	Losa De Fundación	6,676.6	m2	\$6.22	\$41,528.70
4.0	Pisos				
4.1	Losa De Maderas	6,357	m2	\$4.56	\$28,987.83
4.2	Pintura Corrosiva	256	U	\$6.23	\$1,594.88
4.3	Barniz	203	U	\$5.63	\$1,142.89
4.4	Pasa Manos	82	U	\$14.00	\$1,148.00
5.0	Tensores				
5.1	Estructuras Metálicas	2,654.9	m2	\$54.00	\$143,365.14
6.0	Obra Eléctrica	1	U	\$2,987.61	\$2,987.61
6.1	Luminarias Con Poste	256	U	\$49.64	\$12,707.84
6.2	Obra Hidráulica	1	U	\$1,987.64	\$1,987.64
6.3	Absorción De Agua	1	U	\$35,987.56	\$35,987.56
7	Varios				
7.1	Pernos	40	U	\$0.65	\$26.37
7.2	Remaches	30,654	U	\$0.49	\$15,020.46

**ANEXO C-5****CONSTRUCCION DEL COMPLEJO: FASE 3****PRESUPUESTO ESTIMADO PARA EL ÁREA DEPORTIVA:(\$125,772.63)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza Y Acarreo	11,082.23	m2	\$2.98	\$33,025.05
1.2	Descapote	11,082.23	m2	\$3.02	\$33,468.33
1.3	Excavación	20	m2	\$4.31	\$86.20
1.4	Compactación	18	m2	\$7.12	\$128.16
1.5	Base Para Tableros Y Mayas	10	m2	\$7.65	\$76.50
2.0	Trazo				
2.1	Trazo	10,085	m2	\$3.09	\$31,162.65
3.0	Pisos				
3.1	Concreto Estructural	10,987.56	m2	\$2.05	\$22,524.50
4.0	Paredes				
4.1	Ladrillos De Bloque	700	m2	\$0.46	\$322.00
5.0	Acabados				
5.1	Marca De Cancha	20	U	\$46.00	\$920.00
6.0	Accesorios				
6.1	Estructuras De Soporte Para Tableros Y Marco Para Fotos Incluyendo Fundación	5	U	\$42.56	\$212.80
6.2	Tablero Con Marco De Angulo Y Lamina De Fibra De Vidrio	10	U	\$65.00	\$650.00
6.3	Aro Metálico	6	U	\$39.65	\$237.90

8.0	Obra Eléctrica	1	U	\$879.65	\$879.65
8.1	Luminarias Con Postes	20	U	\$74.00	\$1,480.00
8.2	Obra Eléctrica	1	U	\$598.89	\$598.89

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA GLORIETAS: (\$150,691.75)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza Y Acarreo	16,880.64	m2	\$0.29	\$4,895.39
1.2	Descapote	16,880.64	m2	\$4.78	\$80,689.46
1.3	Excavación	18.56	m2	\$0.42	\$7.80
1.4	Compactación	12	m2	\$6.85	\$82.20
1.5	Relleno De Arena	15,524	m2	\$3.64	\$56,507.36
2.0	Concreto Armado	9.23	m2	\$7.80	\$71.99
2.1	Pedestal De 40x40x20	7	m2	\$19.31	\$135.17
3.0	Estructuras De Techos	13	m2	\$14.56	\$189.28
3.1	Polines De Regla Pacha	2	m2	\$14.50	\$29.00
3.2	Viga Y Columna De Concreto Armado	25	m2	\$64.54	\$1,613.50
3.3	Herrajes	40	U	\$14.00	\$560.00
4.0	Palma Tensada				
5.0	Enchape De Baldosa De Barro	32	U	\$5.25	\$168.00
5.1	Obra Hidráulica	1	U	\$258.00	\$258.00



5.2	Obra Eléctrica	1	U	\$1,354.61	\$1,354.61
6.0	Varios				
6.1	Mesas	40	U	\$58.00	\$2,320.00
6.2	Descansaderos	35	U	\$45.25	\$1,810.00

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA RESTAURANTE: (\$135,019.72)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1	Tarracería				
1.1	Limpieza	3,648.58	m2	\$2.26	\$8,245.79
1.2	Descapote	3,648.58	m2	\$2.89	\$10,544.40
1.3	Excavación	23.65	m2	\$6.85	\$162.00
1.4	Compactación	12.06	m2	\$7.81	\$94.19
2	Trazo Y Nivelación	2,987.64	m2	\$0.36	\$1,075.55
3	Solera De Fundación	1,503	m2	\$0.67	\$1,007.01
3.1	Tensores	156	m2	\$16.56	\$2,583.36
3.2	Zapatas	98	m2	\$258.00	\$25,284.00
3.3	Columnas Cuadradas	98	m2	\$135.00	\$13,230.00
3.4	Solera De Coronamiento	1,000	m2	\$0.72	\$720.00
3.5	Viga	62	m2	\$156.00	\$9,672.00
4	Paredes	24	U	\$125.00	\$3,000.00
4.1	Divisiones	31	U	\$22.00	\$682.00
5	Estructura De Techos				
5.1	Reglas Pachas	95	U	\$11.56	\$1,098.20
5.2	Polín ( C )	115	U	\$13.23	\$1,521.45
5.3	Techos	3,702.56	m2	\$2.75	\$10,182.04
6	Pisos				

6.1	Piso De Cemento Decorado	2,564	U	\$0.46	\$1,179.44
7	Acabados				
7.1	Enchapados	72	U	\$72.00	\$5,184.00
7.2	Repellado	4,568.64	m2	\$3.75	\$17,132.40
7.3	Afinado	4,164.98	m2	\$2.64	\$10,995.55
8	Obra Eléctrica	1	U	\$1,987.65	\$1,987.65
9	Obra Hidráulica	1	U	\$2,654.32	\$2,654.32
10	Varios				
10.1	Puertas De 2.0x0.9metalica	4	U	\$122.00	\$488.00
10.2	Puertas De 2.0x1.0 metálica	2	U	\$128.56	\$257.12
10.3	Puerta De 2.5x2.0 metálica	1	U	\$256.64	\$256.64
10.4	Puertas De 10.0x2.0metalicas	1	U	\$456.61	\$456.61
11.5	Ventanas De Vidrio Fijo	22	U	\$45.00	\$990.00
11.6	Inodoro	48	U	\$49.00	\$2,352.00
11.7	Lavamanos	46	U	\$38.00	\$1,748.00
11.8	Orinaderos 3.0x6.0	2	U	\$70.00	\$140.00
11.9	Lavaderos	2	U	\$48.00	\$96.00

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA BAR-DISCOTECA: (\$121,582.88)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1	Tarracería				
1.1	Limpieza	4,955.25	m2	\$2.26	\$11,198.87
1.2	Descapote	4,955.25	m2	\$2.89	\$14,320.67
1.3	Excavación	25	m2	\$6.85	\$171.25
1.4	Compactación	18	m2	\$7.81	\$140.58
2	Trazo Y Nivelación	3,612	m2	\$0.36	\$1,300.32
3	Solera De Fundación	2,068.56	U	\$0.67	\$1,385.94
3.1	Tensores	75	U	\$16.56	\$1,242.00
3.2	Zapatas	95	U	\$258.00	\$24,510.00
3.3	Columnas Cuadradas	136	U	\$135.00	\$18,360.00
3.4	Solera De Coronamiento	1,654	U	\$0.72	\$1,190.88
3.5	Viga	49	U	\$156.00	\$7,644.00
4	Paredes	11	U	\$125.00	\$1,375.00
4.1	Divisiones	28	U	\$22.00	\$616.00
5	Estructura De Techos	98	U		
5.1	Reglas Pachas	79	U	\$11.56	\$913.24
5.2	Polín ( C )	165	U	\$13.23	\$2,182.95
5.3	Techos	5,006.64	m2	\$2.75	\$13,768.26
6	Pisos				
6.1	Piso De Cemento Decorado	2,789	m2	\$0.46	\$1,282.94
7	Acabados				
7.1	Enchapados	76	U	\$76.00	\$5,776.00
7.2	Repellado	10	U	\$2.65	\$26.50
7.3	Afinado	11	U	\$3.25	\$35.75

8	Obra Eléctrica	1	U	\$2,365.65	\$2,365.65
9	Obra Hidráulica	1	U	\$1,987.65	\$1,987.65
10	Varios				
10.1	Puertas De 2.0x0.9metalica	2	U	\$122.00	\$244.00
10.2	Puertas De 2.0x1.0metalica	1	U	\$128.56	\$128.56
10.3	Puertas De 5.0x2.0 Metálicas	2	U	\$256.64	\$513.28
10.4	Ventanas De Vidrio Fijo	120	U	\$28.98	\$3,477.60
10.5	Inodoro	63	U	\$45.00	\$2,835.00
10.6	Lavamanos	50	U	\$49.00	\$2,450.00
10.7	Orinaderos 2.50x2.0	2	U	\$70.00	\$140.00

**PRESUPUESTO ESTIMADO PARA ESTRUCTURAS SECUNDARIAS: (\$138,826.77)**

Nº	DESCRIPCIÓN DE RUBROS	CANTIDADES EN AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
1.0	Terracería				
1.1	Limpieza	11,704.8	m2	\$1.89	\$22,122.07
1.2	Descapote	11,704.8	m2	\$1.56	\$18,259.49
1.3	Trazo Y Nivelación	9,006.64	m2	\$6.85	\$61,695.48
				\$7.81	
2.0	Concreto Armado				
2.1	Losa De Fundación	1,258.65	m2	\$0.36	\$453.11
2.2	Tornillo Con Arandela	706	U	\$0.34	\$240.04
3.0	Paredes	37	U	\$89.00	\$3,293.00
3.1	Regla Pacha	49	U	\$13.00	\$637.00
3.2	Herrajes	56	m2	\$64.00	\$3,584.00
3.3	Piso De Cemento Decorado	905	m2	\$0.46	\$416.30
4.0	Estructuras De Techos	56	U	\$14.65	\$820.40
4.1	Polines De Varas De Castillo	62	U	\$12.64	\$783.68
4.2	Vigas Y Columnas De Cuartón	26	U	\$7.89	\$205.14
4.3	Herrajes	26	U	\$2.64	\$68.64
5.0	Cubierta De Techos	11,802.6	m2	\$1.23	\$14,517.20
5.1	Palma Tensada	575	U	\$3.05	\$1,753.75
6.0	Puertas De 2.0x0.9metalica	24	U	\$122.00	\$2,928.00
6.1	Puertas De 2.0x1.0metalica	5	U	\$128.56	\$642.80
6.2	Ventanas De Vidrio Fijo	32	U	\$28.98	\$927.36
6.3	Inodoro	12	U	\$45.00	\$540.00
6.4	Lavamanos	12	U	\$49.00	\$588.00
7	Obra Hidráulica	1	U	\$3,975.30	\$3,975.30

**ANEXO C-6**  
**COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO**  
**SPA Y TIENDA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>SPA</b>				<b>\$ 15,620.00</b>
Cuarto Sauna	1	\$3,200.00	\$3,200.00	
Cabina Corporal SC-200	6	\$150.00	\$900.00	
Banco Corporal BC-200	6	\$75.00	\$450.00	
Mesa Auxiliar MA-200	6	\$55.00	\$330.00	
<b>Aparatos</b>				
Lupa LM-300	6	\$125.00	\$750.00	
Vaporizador VA-200	6	\$210.00	\$1,260.00	
Robot Facial RB-400	6	\$450.00	\$2,700.00	
Versatil AG-300	6	\$195.00	\$1,170.00	
Portatile HF-150	6	\$160.00	\$960.00	
Galvanic LG-200	6	\$180.00	\$1,080.00	
Gt Vibroterapia GT-800	6	\$340.00	\$2,040.00	
Skin Lamera SC-300	6	\$130.00	\$780.00	

**TIENDA DE CONVENIENCIA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>TIENDA</b>				<b>\$ 7, 500.00</b>
Inventario			\$2,700.00	
Cajas registradoras	4	\$855.00	\$3,420.00	
Estantes	12	\$ 65.00	\$ 780.00	
Mesitas	9	\$ 50.00	\$ 450.00	
Equipo de limpieza	1	\$150.00	\$ 150.00	

## RESTAURANTE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>RESTAURANT</b>				<b>\$52,095.00</b>
Mesas SUBI	128	\$ 55.00	\$ 7,040.00	
Sillas SUBI	512	\$ 25.00	\$ 12,800.00	
Computadoras	10	\$ 450.00	\$ 4,500.00	
Mesa para cocinar	6	\$ 150.00	\$ 900.00	
Mesas pequeñas	12	\$ 90.00	\$ 1,080.00	
Estufas	3	\$ 400.00	\$ 1,200.00	
Cámaras refrigerantes	5	\$ 500.00	\$ 2,500.00	
Decoración	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	
Horno a gas HII-G-2C	2	\$ 1,300.00	\$ 2,600.00	
Estufa a gas EIG-6H	4	\$ 700.00	\$ 2,800.00	
Freidora eléctrica	2	\$ 650.00	\$ 1,300.00	
Nevera Cong. 48'	3	\$ 800.00	\$ 2,400.00	
Vitrina exhibidora TEC-250 Plus	3	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00	
Mesa de trabajo M-190	5	\$ 85.00	\$ 425.00	
Parrilla CBR2	4	\$ 75.00	\$ 300.00	
Lava vajillas SN26T55 EU	2	\$ 2,450.00	\$ 4,900.00	
Caldera Fulgor FE-24E Súper Compact (Caldera de gas)	1	\$ 750.00	\$ 750.00	

## BAR DISCO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
-------------	----------	-----------------	-----------	---------------

<b>BAR DISCO</b>				<b>\$53,085.00</b>
Mesas	75	\$ 55.00	\$ 4,125.00	
Sillas	300	\$ 35.00	\$ 10,500.00	
Juegos de meza	10	\$ 1,250.00	\$ 12,500.00	
Bar	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	
Equipo de sonido	1	\$14,000.00	\$ 14,000.00	
Acabados	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	
Consola de sonido Peavey	1	\$ 950.00	\$ 950.00	
Amplificador Peavey XR 8600	1	\$ 780.00	\$ 780.00	
Woofers Peavey DJ5	6	\$ 460.00	\$ 2,760.00	
Esferas	1	\$ 80.00	\$ 80.00	
Cámaras Lentas	2	\$ 125.00	\$ 250.00	
Luces Inteligentes	2	\$ 275.00	\$ 550.00	
Luces Giratorias	2	\$ 225.00	\$ 450.00	
Maquina de Humo	1	\$ 140.00	\$ 140.00	

### **COSTO ESTIMADO DE LOBI**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>LOBI</b>				<b>\$6,030.00</b>
Escritorios	28	\$ 60.00	\$ 1,680.00	
Sillas	28	\$ 50.00	\$ 1,400.00	
Oasis	3	\$ 150.00	\$ 450.00	
Acabados	1	\$2,500.00	\$ 2,500.00	



### COSTO ESTIMADO DE CASETA DE VIGILANCIA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>CASETA DE VIGILANCIA</b>				<b>\$ 1,760.00</b>
Cama sencilla Capri	1	\$ 225.00	\$ 350.00	
Mesas	3	\$ 50.00	\$ 150.00	
Cámaras de seguridad y monitores	5	\$ 200.00	\$ 1,000.00	
Casilleros	7	\$ 55.00	\$ 385.00	

### COSTO ESTIMADO EN EDIFICIO PRINCIPAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>EDIFICIO PRINCIPAL</b>				<b>\$ 761,608.00</b>
<b>Habitaciones Premium</b>	64			<b>\$ 287,168.00</b>
Cama King Size SINAI	64	\$ 1,585.00	\$101,440.00	
Mesa de noche clásica	64	\$ 75.00	\$ 4,800.00	
Closet 4 puertas con espejos DIDA	64	\$ 452.00	\$ 28,928.00	
Televisor Slimfit 21pg. Samsung	64	\$ 260.00	\$ 16,640.00	
Mini bar	64	\$ 100.00	\$ 6,400.00	
Jacuzzi	64	\$ 1,250.00	\$ 80,000.00	
Decoración		\$ 400.00	\$ 25,600.00	
Teléfono		\$ 45.00	\$ 2,880.00	
Aire Acondicionado	64	\$ 320.00	\$ 20,480.00	
<b>Habitaciones dobles</b>	128			<b>\$ 283,136.00</b>

Cama sencilla Capri	256	\$ 343.00	\$ 87,808.00	
Closet 4 Puertas con espejos DIDA	128	\$ 452.00	\$ 57,856.00	
Mini bar	128	\$ 100.00	\$ 12,800.00	
Acabados	128	\$ 350.00	\$ 44,800.00	
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	128	\$ 259.00	\$ 33,152.00	
Teléfono	128	\$ 45.00	\$ 5,760.00	
Aire Acondicionado	128	\$ 320.00	\$ 40,960.00	
<b>Habitaciones dobles sencillas</b>	32			<b>\$ 67,584.00</b>
Cama sencilla Capri	64	\$ 343.00	\$ 21,952.00	
Closet 4 puertas con espejos DIDA	32	\$ 452.00	\$ 14,464.00	
Acabados	32	\$ 350.00	\$ 11,200.00	
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	32	\$ 259.00	\$ 8,288.00	
Teléfono	32	\$ 45.00	\$ 1,440.00	
Aire Acondicionado	32	\$ 320.00	\$ 10,240.00	
<b>Espacios comunes:</b>				<b>\$ 123,720.00</b>
Salas ENCINA	64	\$ 655.00	\$ 41,920.00	
Salas pequeñas	64	\$ 520.00	\$ 33,280.00	
Mesas Commodit YAK	64	\$ 680.00	\$ 43,520.00	
Acabados	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	

### COSTO ESTIMADO EN ESTRUCTURAS SECUNDARIAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>ESTRUCTURAS SECUNDARIAS</b>	<b>4</b>			<b>\$ 51,320.00</b>
<b>Habitaciones Premium</b>	<b>1</b>			<b>\$ 4,487.00</b>

Cama King Size SINAI	1	\$ 1,585.00	\$ 1,585.00	
Mesa de noche clásica	1	\$ 75.00	\$ 75.00	
Closet 4 puertas con espejos DIDA	1	\$ 452.00	\$ 452.00	
Televisor Slimfit 21pg. Samsung	1	\$ 260.00	\$ 260.00	
Mini bar	1	\$ 100.00	\$ 100.00	
Jacuzzi	1	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	
Decoración	1	\$ 400.00	\$ 400.00	
Teléfono	1	\$ 45.00	\$ 45.00	
Aire Acondicionado	1	\$ 320.00	\$ 320.00	
<b>Habitaciones dobles</b>	<b>2</b>			<b>\$ 4,424.00</b>
Cama sencilla Capri	2	\$ 343.00	\$ 686.00	
Closet 4 Puertas con espejos DIDA	1	\$ 452.00	\$ 452.00	
Mini bar	1	\$ 100.00	\$ 100.00	
Acabados	1	\$ 350.00	\$ 350.00	
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	1	\$ 259.00	\$ 259.00	
Teléfono	1	\$ 45.00	\$ 45.00	
Aire Acondicionado	1	\$ 320.00	\$ 320.00	
<b>Habitaciones sencillas</b>	<b>1</b>			<b>\$ 1,769.00</b>
Cama sencilla Capri	1	\$ 343.00	\$ 343.00	

Closet 4 puertas con espejos DIDA	1	\$ 452.00	\$ 452.00	
Acabados	1	\$ 350.00	\$ 350.00	
Televisor 21IN Flat Biosonic Sony	1	\$ 259.00	\$ 259.00	
Teléfono	1	\$ 45.00	\$ 45.00	
Aire Acondicionado	1	\$ 320.00	\$ 320.00	
<b>Espacios comunes</b>				<b>\$ 2,150.00</b>
Comedor 6 Personas COMMODIC Y AK	1	\$ 250.00	\$ 250.00	
Sala ENCINA	1	\$ 650.00	\$ 650.00	
Sala de juegos	1	\$1,000.00	\$ 1,000.00	
Acabados	1	\$ 250.00	\$ 250.00	

### COMPLEJO DEPORTIVO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>COMPLEJO DEPORTIVO</b>				<b>\$ 2,000.00</b>
Equipo para canchas de basketball	1	\$1,000.00	\$ 1,000.00	
Equipo para canchas de tenis	1	\$1,000.00	\$ 1,000.00	

### MOBILIARIO ACUÁTICO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>MOBILIARIO ACUATICO</b>				<b>\$110,000.00</b>
Barcos de vela lencas	8	\$3,000.00	\$24,000.00	
Barcos de vela optimis	8	\$2,000.00	\$16,000.00	
Veleros de paseo	3	\$2,000.00	\$ 6,000.00	
Kayaks	24	\$2,000.00		

			\$48,000.00	
Lanchas de motor	2	\$8,000.00	\$16,000.00	

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL PARCIAL
<b>SERVICIOS BASICOS</b>				<b>\$ 61,025.00</b>
(Construcción de un pozo artesiano para abastecimiento de agua potable con bomba. sistema de tratamiento de aguas residuales e instalación de energía eléctrica).	1	\$49,000.00	\$ 49,000.00	
Equipo de limpieza	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	
Lavadoras con capacidad para 86 libras LG	5	\$ 750.00	\$ 3,750.00	
Secadoras con capacidad de 85 Lbs. LG	5	\$ 655.00	\$ 3,275.00	

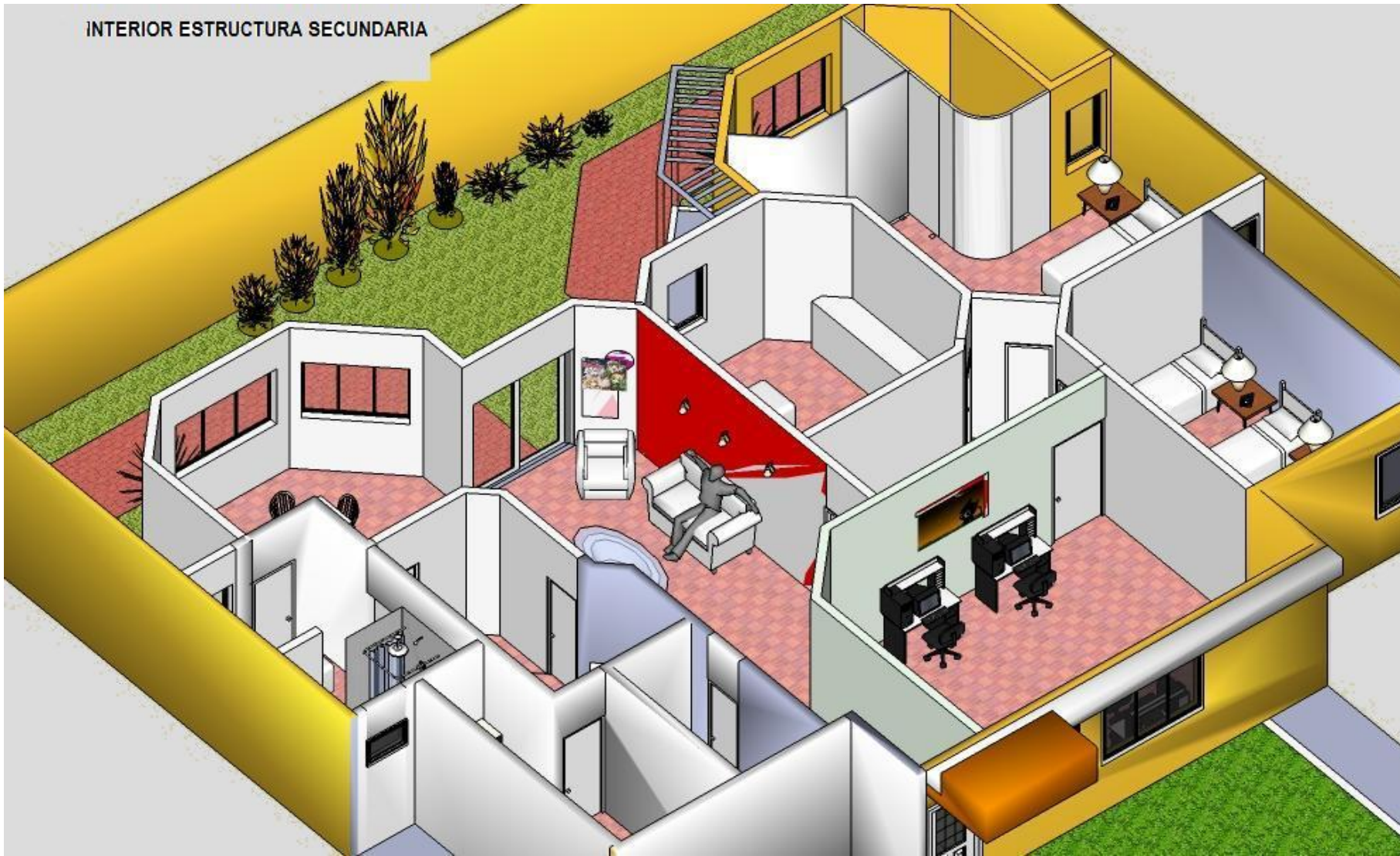
ANEXO C-7

RESTAURANTE





INTERIOR ESTRUCTURA SECUNDARIA



PISCINA





EDIFICIO ADMINISTRATIVO



ESTRUCTURA SECUNDARIA

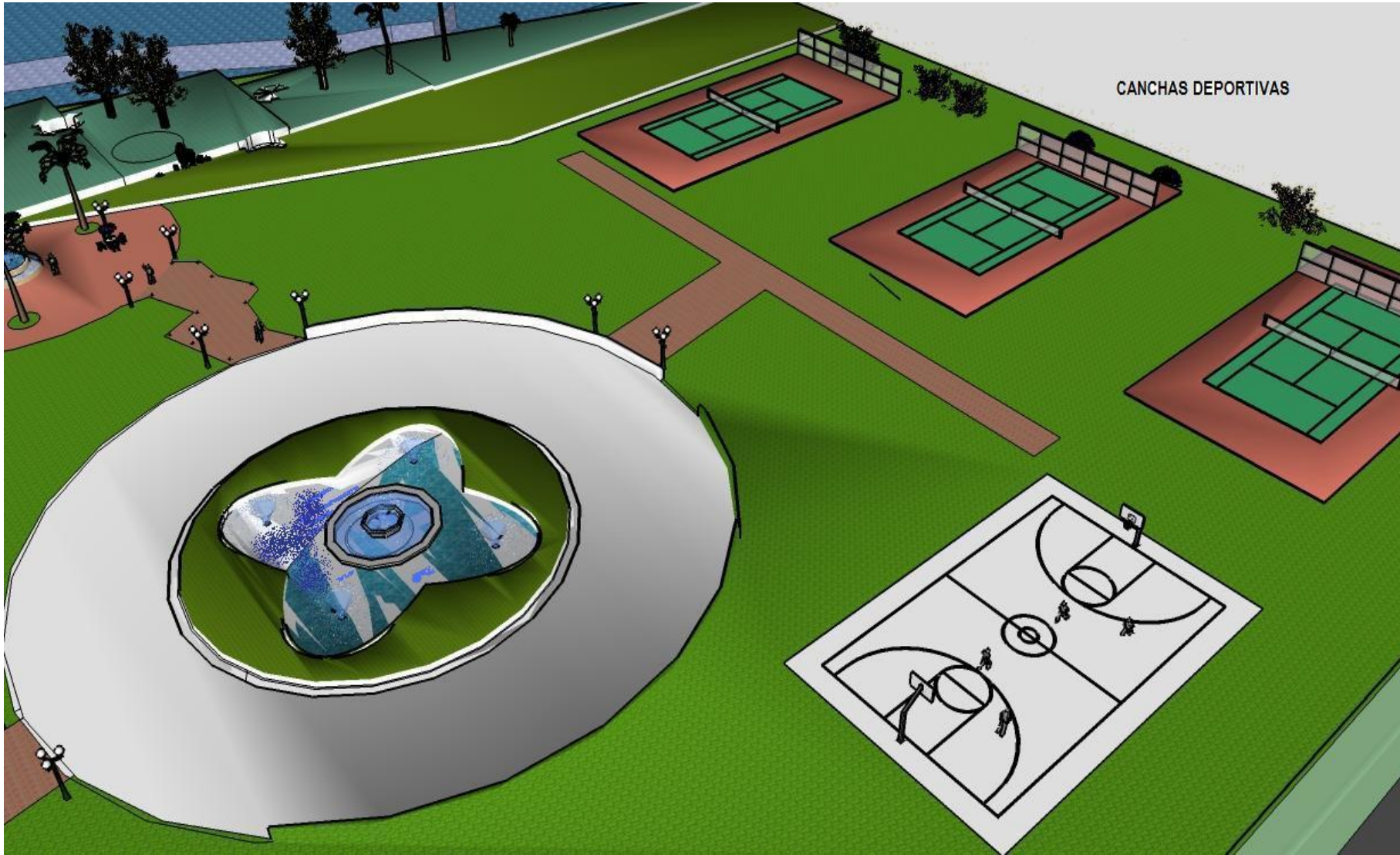




ZONA VERDE







CANCHAS DEPORTIVAS

FUENTE





ESTACIONAMIENTO



EDIFICIO PRINCIPAL





INTERIOR DE EDIFICIO PRINCIPAL





SPA Y TIENDA



MUELLE PARA LANCHAS

