

UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PLAN DE NEGOCIO:
PROPUESTA DE DISEÑO DE UN HOTEL DE MONATAÑA EN EL CERRO
DE GUAZAPA,
“EL SOL NACIENTE DE GUAZAPA”

PRESENTADO POR:

Laura Marcela Martínez De Valdez
Karen Ivette Mejía Cartagena
Maria Elena Rivas Calderón



PARA OPTAR AL GRADO DE

Licenciadas En Administración De Empresas

ASESOR:

ARQ. MARIO TURCIOS

RELATOR:

LIC. ERNESTO PINEDA

CIUDADELA DON BOSCO, MARZO 2008.

SOYAPANGO

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



RECTOR

ING. FEDERICO MIGUEL HUGUET RIVERA



VICERECTOR

PBRO. LIC. VÍCTOR MANUEL BÉRMUDEZ YANEZ

SECRETARIO GENERAL

LIC. MARIO RAFAEL OLMOS ARGUETA

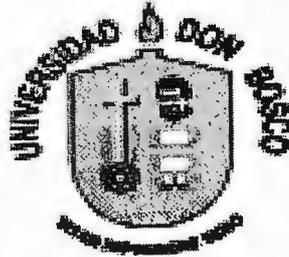
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

LIC. HERBERT H. BELLOSO FUNES

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA

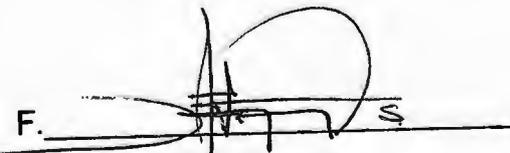
LIC. FIDIAS EDGARDO ALFARO AREVALO

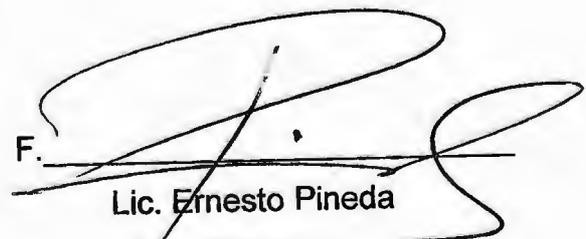
UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



PLAN DE NEGOCIO:
PROPUESTA DE DISEÑO DE UN HOTEL DE MONTAÑA
EN EL CERRO DE GUAZAPA,
"SOL NACIENTE DE GUAZAPA"

EVALUADORES

F. 
Arq. Mario Turcios
Asesor

F. 
Lic. Ernesto Pineda
Relator

Agradecimientos:

Primero quiero agradecer a Dios Todopoderoso, por haberme dado la sabiduría, la fuerza y la valentía necesaria para poder culminar mi carrera, por haber puesto en mi camino a personas que me aman y me apoyaron hasta el final de mi carrera.

A mi papá José Alberto Martínez (Q.D.D.G), por haberme brindado su amor y su apoyo incondicional, por comprenderme y ayudarme cuando más lo necesité, por haber sido un padre ejemplar y amoroso que me enseñó a ser una mujer fuerte, responsable y honesta. Por creer en mí siempre y alentarme en los momentos de desánimo, enseñarme a respetar y tener temor de Dios. Por demostrarme a cada momento que pudo, su amor incondicional, que a pesar que estábamos lejos físicamente siempre estuvimos cerca y comunicados de alguna manera.

Se que desde el cielo estas feliz y orgulloso de mi por haber alcanzado esta meta, que te dedico a ti.

Por tener solo recuerdos buenos de él y deberle lo que ahora soy. Te amo papito, siempre te recordaré con amor y alegría.

A mi mamá, Angélica Sánchez de Martínez, por despertar en mí el espíritu de superación, por apoyarme siempre aunque cometiera algún error, por brindarme su confianza , enseñarme a ser responsable y terminar cada cosa que comenzara de la mejor manera. Por enseñarme valores morales y a enfrentar la vida. Gracias por brindarme tu amor incondicional de madre. Por cuidar y querer a mis hijos como propios. Gracias mami por tu apoyo y comprensión.

A mis hermanos por ayudarme y apoyarme cuando lo necesite. Gracias

También quiero agradecer especialmente a mi esposo Marco Antonio Valdez por darme su amor, comprensión y apoyarme siempre. Gracias amor por alentarme cuando mis ánimos desfallecían, por sacrificarte por mi para que yo alcanzara este sueño.

Gracias por ser esa persona especial e indicada en mi vida por ser mi amigo incondicional y mi amor verdadero, te dedico a ti este triunfo y a nuestros hijos

Marco Antonio Valdez y Marcelo Alberto Valdez, ustedes son lo que me motiva siempre a superarme, son mi inspiración en la vida y mi razón de ser. Este triunfo lo hemos sufrido y alcanzado juntos, ahora lo disfrutaremos juntos también es de ustedes. Con todo mi amor para los tres hombres de mi vida y mi corazón.

A mi abuelita Maria Eva Martínez por darme su amor y comprensión, a mi tía Miriam Martínez por ayudarme cuando necesite su apoyo moral.

No podría dejar de agradecer a mis amigos que de alguna u otra manera me apoyaron, a mi amiga Heydi Peña por alentarme a seguir y ayudarme cuando la necesite, gracias mi amiga por tu amistad y apoyo.

Por supuesto a mis amigas y compañeras del plan de negocios: Karen Ivette Mejía Cartagena y Maria Elena Rivas, que nos apoyamos y también me daban ánimos en mis momentos de flaqueza, gracias amigas porque juntas hemos logrado cumplir con esta meta.

A todos ustedes gracias por ayudarme a hacer posible mi sueño.

Laura Marcela Martínez de Valdez

AGRADEZCO:

Por haber alcanzado uno de mis objetivos mas anhelado siendo este la culminación de mi carrera, lo cual representa para mi un viaje lleno de conocimientos, experiencias, recuerdos dulces y amargos. Una batalla que he ganado guiada por Dios y acompañada de mi familia, amigos y en especial de mis compañeras de tesis.

A DIOS, por darme la sabiduría y firmeza necesaria, por acompañarme en este largo camino y ser mi verdadero amigo fiel e incondicional brindándome consuelo y aliento cuando sentía desfallecer.

Gracias Dios por permitirme alcanzar esta meta y por no dejarme caer durante esta gran batalla.

A mi MADRE, Lucia Cartagena de Mejía, por darme su apoyo cuando mas lo necesite, por acogerme en sus brazos desde niña y llevarme de su mano, dándome el mejor ejemplo de madre, sacrificándose y esforzándose siempre por darme lo mejor.

Gracias por ser una persona excepcional al convertirme en madre y padre cuando mas falta me hacia.

Este logro, también es tuyo por que sin duda te lo mereces ya que me diste la oportunidad de estudiar y en ningún momento descansaste ayudándome a cumplir este sueño, sin tu ayuda jamás lo hubiera alcanzado.

A mi PADRE, Wilfredo Mejía (Q.E.P.D.), aun que no este conmigo siempre lo llevo en mi corazón y en mi mente, agradezco todo lo que hizo por mi, por ayudar a formarme como ser humano, enseñándome los valores que siempre lo caracterizaron; la humanidad, comprensión, ternura y amor que constantemente me hizo sentir.

Gracias papa, espero que desde el cielo te enorgullezcas con este logro que esta dedicado a ti, por que tu también recorriste este camino de la vida y en ti logre visualizar mi futuro como profesional. Gracias papito por tu ejemplo y por el tiempo que estuviste conmigo dándome lo mejor de ti.

A MI HIJO Wilfredo, por que desde que nació se convirtió en un motorcito que impulsa mi vida día a día, por que su vida ha venido a llenar la mía, vino a mi como un ángel hecho especial y justamente para mi.

Por que el amor que siento por el es el que me da la fuerza, energía y coraje para alcanzar cualquier meta. TE AMO HIJO MIO.

Agradezco también a todos aquellos que me han apoyado a lo largo de mi carrera, a mis amigos mas cercanos, siempre los voy a tener en mi mente como un buen recuerdo en mi paso por la universidad. Ustedes me ayudaron a superar todos los obstáculos en el camino: Balbino Eduardo Canizales, Jose Luis Matinez, Paxeli Peña, Maria Elena Rivas y Laura de Valdez.

Agradezco en especial a ti, Oscar Adán Castillo por estar conmigo en todo momento, por ayudarme y apoyarme incondicionalmente en las situaciones difíciles. Haberte conocido es, entre tanto, lo mejor que me sucedió en la Universidad. Gracias por estar en mi vida y llenarme de amor!

Karen Ivette Mejía Cartagena

AGRADECIMIENTOS:

Por la culminación de una etapa más en mi vida y por el logro de una meta anhelada agradezco principalmente a DIOS TODO PODEROSO por iluminar mi camino, darme sabiduría y coraje para poder vencer obstáculos a lo largo de mi carrera, por concederme dos ángeles maravillosos convertidos en mis padres que son pilares fuertes en mi vida. Gracias Diosito por permitirme tener padres como ellos y por poder darles la satisfacción de graduarme como licenciada en Administración de Empresas.

Así mismo agradezco y comparto este logro con mi papá, *LUIS HERIBERTO RIVAS* y mi mamá, *MARIA ELENA CALDERÓN DE RIVAS*, quienes me dieron la existencia y desde el principio me han llevado de la mano y me han enseñado con su ejemplo a ser persistente, a tener fe en mi misma y por supuesto a tener fe en Dios porque sin el nada se puede.

Gracias por ser como son por esforzarse para sacarme adelante y por siempre estar ahí en las buenas y malas apoyándome.

Sin ustedes no sería lo que soy; LOS QUIERO MUCHO.

Gracias también a mis hermanos : KAREN , LUÍS y EDUARDO por apoyarme y compartir mis logros.

Agradezco también a todos mis familiares que directa o indirectamente participaron en el desarrollo y logro de mi carrera, así también a mis amigos BALBINO EDUARDO CANIZALEZ, JOSE LUIS MARTINEZ, KAREN MEJIA , quienes siempre me dieron el ánimo y apoyo que necesite.

Y por último pero no menos importantes les agradezco a mis compañeras y amigas de Plan De Negocio: LAURA MARCELA MARTÍNEZ DE VALDEZ y KAREN IVETTTE MEJÍA por lograr juntas realizar este sueño. Gracias por todo.

María Elena Rivas Calderón

INDICE

	Pag.
Introducción.....	i
ETAPA CONCEPTUAL.	
1. Proyecto.....	1
1.1 La Idea	1
1.2 Planteamiento Del Problema.....	1
1.3 Justificación del proyecto.....	2
1.4 Los Promotores.....	4
1.5 Conceptualización del tema.....	4
1.6 Objetivos.....	5
1.6.1 Objetivo General.....	5
1.6.2 Objetivos Específicos.....	5
1.7 Esquema metodológico.....	5
1.8 Descripción del producto.....	7
1.8.1 Producto: Visión general.....	7
1.8.2 Valor agregado.....	8
1.8.3 Visión.....	9
1.8.4 Beneficios y Puntos fuertes del proyecto.....	10
1.9 Tipo De Servicio.....	10
1.10 Ventajas Propias Del Lugar.....	11



1.10.1 Accesibilidad.....	16
1.11 FODA.....	19
.	
ETAPA DE DIAGNOSTICO.	
2. Antecedentes.....	21
2.1 Turismo.....	21
2.1.1 Origen del Turismo y Definición.....	21
2.1.2 Clasificación Del Turismo.....	22
2.1.2.1 Clasificación de los atractivos turísticos.....	25
2.2 El turismo en El Salvador.....	25
2.2.1 Antecedentes Turísticos de El Salvador.....	25
2.2.2 Situación actual.....	27
2.2.3 Perfil Del Turista.....	27
2.2.4 Oferta Turística.	28
2.2.5 Afluencia Turística.....	32
2.2.6 Ingresos Generados por Turismo en los meses De Enero a Septiembre.....	35
3. El Ecoturismo.....	36
3.1 Introducción al ecoturismo.....	36
3.1.1 Origen del ecoturismo.....	36
3.1.2 Definición.....	37



3.1.3 Beneficios del ecoturismo.....	38
3.1.4 Perfil del eco turista y el turista de aventura.....	39
3.1.5 Ventajas y Desventajas del ecoturismo.....	41
3.1.6 Necesidades del eco turista.....	43
3.1.7 Lo que debe procurar el Ecoturismo.....	44
3.1.8 Ecoguías de Turistas para recorridos en El Campo.....	44
3.1.8.1 Técnicas de excursionismo y conducción de grupos.....	45
4. Municipio San José Guayabal.....	46
4.1 Antecedentes Generales.....	46
4.2 Marco Físico Espacial.....	47
4.3 Uso De Suelo.....	48
4.4 Marco Ambiental.....	49
5. Aspectos Sociodemográficos.....	51
5.1 Aspectos Económicos.....	56
5.1.1 Sistemas De Producción.....	56
5.1.2 Comercio y otras actividades relacionadas.....	57
5.1.3 Remesas y otras Fuentes de entradas Económicas.....	57
5.1.4 Turismo.....	57
5.1.5 Nivel de ingresos.....	57
6. Equipamiento Comunitario.....	58
6.1 Agua potable y servicio de aguas negras.....	58
6.1.2 Energía Eléctrica.....	59
7. Análisis De La Investigación.....	60



ETAPA PROPUESTA DEL DISEÑO

8. Determinación Del Diseño Del Hotel	64
8.2 Diseño del hotel.....	64
9. Plan De Marketing.....	65
9.1 La Comercialización.....	65
10. Plan De Ventas.....	68
11. Requerimientos De Insumos Y Determinación de Costos Y Gastos.....	71
11.1 Requerimiento De Personal.....	71
11.2 Requerimientos Del Hotel.....	72
11.3 Costos Y Gastos Anuales.....	74
12 Organización Y Recursos Humanos.....	74
12.1 Organigrama.....	75
12.2 Funciones.....	75

ETAPA FINANCIERA

13. Etapa Financiera.....	79
13.1 Presupuesto De Inversión.....	79
13.2 Presupuesto De Publicidad.....	79
13.3 Presupuestos De Costos Y Gastos.....	80



13.4 Flujo De Efectivo.....	80
14. Aspectos Legales.....	82
14.1 Pasos y documentos para inscribir una empresa.....	83

Conclusión

Bibliografía

Anexos





INTRODUCCION

El desarrollo de un proyecto surge como una respuesta a una idea que busca la forma de aprovechar una oportunidad de negocio, de tal forma que este asegure que habrá de resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

A continuación se muestra un plan de negocios el cual consiste en la creación y desarrollo de un hotel de montaña llamado “EL SOL NACIENTE DE GUAZAPA”,

Para la elaboración de este proyecto se han desarrollado y aplicado las etapas conceptual, de diagnóstico, propuesta de diseño y la etapa financiera, esto con el fin de llevar un orden lógico y secuencial de los elementos necesarios para el perfeccionamiento de este.

El Plan de Negocios elaborado, tiene como finalidad que el hotel, cumpla y satisfaga todas las expectativas y necesidades de los ecoturistas, así mismo que se convierta en una alternativa de desarrollo a futuro como profesionales que ayude al progreso de las comunidades aledañas y del país, todo esto en armonía con la ecología.



1. PROYECTO

1.1 La Idea

Creación y Desarrollo de un Hotel de montaña

1.2 Planteamiento Del Problema

En vista que la Universidad Don Bosco tiene como nueva modalidad la creación de un plan de negocio, se ha identificado la oportunidad de implantarlo como algo más que un requisito de graduación. Es decir, se evidencia la oportunidad de convertirnos en emprendedores y crear nuestra propia fuente de ingresos, esto en gran medida a la poca demanda y gran oferta de mano de obra.

Así mismo el índice de deforestación y el alto nivel de contaminación existente en nuestro país, son causas por las cuales surge la necesidad de buscar alternativas efectivas para impulsar la economía en zonas poco desarrolladas y con potencial turístico a explotar.

El contexto en mención es el de el cantón El Salitre, caserío El Franco, que actualmente experimenta la necesidad de desarrollar la zona, no obstante se ha visualizado la oportunidad de desarrollar un hotel de montaña en El cerro de Guazapa, que impactara en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, además, permitirá regular la protección de zonas naturales para que el turista nacional y extranjero que guste disfrutar de este tipo de turismo encuentre un momento de relajamiento en contacto con la belleza que ofrece el cerro de Guazapa.



1.3 Justificación del proyecto

El turismo se ha convertido en la industria civil más importante del mundo, la Organización Mundial del Turismo, OMT estima que la industria turística desde el año 2002 hasta la fecha se ha transformado en una importante fuente generadora de empleos.

En este contexto, el segmento del turismo que está experimentando el mayor dinamismo en su crecimiento¹, es el turismo basado en la naturaleza (que incluye al ecoturismo) el cual se estima generó en 1989 el 7% de todos los ingresos de viajes internacionales. Dicho porcentaje esta creciendo progresivamente en el nuevo siglo (OMT), según las nuevas tendencias y hábitos de los turistas.

En El Salvador el sector turismo ha crecido velozmente en los últimos años debido a la existencia de esfuerzos conjuntos entre empresarios del sector, visionarios, emprendedores y luchadores al igual que instituciones surgidas a lo largo de los años, han contribuido de manera contundente por mejorar la imagen del país ofreciendo servicios competitivos y de calidad en el exterior. El aumento en la llegada de turistas ha sido del 5.73%(ver pagina 41)² en comparación con años anteriores y la generación de ingresos ha incrementado en un 35.8%(millones de dólares) en comparación al 2006 (ver pagina 43)³, De tal manera que hoy en día, el turismo posee una importancia económica, de primer orden en el país.

Tomando en cuenta el auge turístico en relación al crecimiento en El Salvador, se observa la factibilidad de desarrollar el turismo nacional.

Debido a lo antes mencionado y en vista que nuestro país cuenta con recursos naturales que aún no han sido explotados, se presenta como una oportunidad el realizar un proyecto ecoturístico en la zona central de EL Salvador; en la unión de

¹Ministerio de Turismo www.mtur.gob.sv

² Cuadro # 1 Comparativo De Llegada De Visitantes A El Salvador (Miles) 2006-2007 Ministerio De Turismo

³ Cuadro # 2 Comparativo De Ingresos De Divisas Por Turismo 2006-2007. Ministerio De Turismo.



los departamentos de Cuscatlán y San Salvador a 10 km. al Suroeste de la ciudad de Suchitoto, a una elevación de 1,438 m.s.n.m, lugar donde se pretende crear un hotel de montaña llamado " El Sol Naciente de Guazapa ", que cumpla con las características o requerimientos para poder satisfacer las necesidades de las personas que gusten del turismo de montaña y cultural.

En esta zona, existen muchos lugares que por su entorno natural se considera un atractivo turístico.

Por sus características, su imponente altura y exorbitante belleza, la montaña localizada a solo 47 Km. de la capital, se vuelve una opción interesante para descubrir y admirar la naturaleza del lugar.

En vista que no existe la infraestructura necesaria para brindar a los turistas alojamiento y comodidad para que puedan disfrutar los atractivos turísticos del cerro de Guazapa, se percibe como una oportunidad la realización de un hotel de montaña; que llene las expectativas de los clientes (tanto en comodidad, servicio y seguridad).

Así mismo, la realización de este proyecto tiene mucha importancia en el contexto económico, social, cultural y ecológico; porque contribuirá a desarrollar y fortalecer el sector turismo en la zona central del país, además de diversificar y aumentar oportunidades de empleo en la localidad, descentralizar las oportunidades de desarrollo y contribuir a la conservación del medio ambiente.

La oferta de servicios turísticos de calidad, ayudará a consolidar la idea de estar entre los principales complejos ecoturísticos a nivel nacional.

Lo antes mencionado demuestra una oportunidad para la realización del proyecto; evaluado desde la perspectiva de crecimiento del sector turismo, la riqueza natural no explotada de nuestro país en el sector del Cerro de Guazapa y la falta de infraestructura acorde con las exigencias del mercado, darán la pauta para fortalecer las bases de ejecución del mismo.



1.4 Los Promotores

El plan de negocio a desarrollar parte de la iniciativa de Laura Marcela Martínez de Valdez, María Elena Rivas Calderón, Karen Ivette Mejía Cartagena; estudiantes egresadas de La Universidad Don Bosco de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas, en el año 2006.

Todas con conocimientos Administrativos que podrán facilitar la creación del proyecto, además, poseedoras de un espíritu emprendedor que fortalece las posibilidades de la puesta en marcha del proyecto; hotel de montaña El Sol Naciente de Guazapa; tomando en cuenta el auge que está teniendo el turismo ecológico sin dejar de lado los compromisos con la sociedad y lo importante que es no dañar el medio ambiente.

1.5 Conceptualización del tema

Teniendo presente la importancia de los términos que forman parte del presente estudio y reconociendo la serie de pasos que implica el llevar a cabo el plan de negocios, se procede a continuación a conceptualizar de una manera general los términos que lo conforman:

HOTEL: Establecimiento que ofreciendo alojamiento, con o sin servicios complementarios, ocupa homogéneo, con entrada, y escaleras de uso exclusivo. Su símbolo es la letra H.

ECOTURISMO: Conjunto de actividades turísticas que implican un contacto directo con la naturaleza. La totalidad de un edificio o parte independizada de él, constituyendo un todo.



ECO: Que tiene relación con la ecología o relativa a ella.

TURISMO: Afición a viajar y desplazarse por placer: hacer turismo

TURISTA: Dícese de aquel visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Diseñar un Hotel de montaña que brinde todos servicios básicos que el ecoturista requiera de todo el país y extranjeros, que gustan disfrutar del turismo de aventura, montaña y cultural junto a la naturaleza que ofrece el cerro de Guazapa; con calidad, confort y seguridad a precios competitivos.

1.6.2 Objetivos Específico.

- Efectuar un plan de negocio con una orientación ecoturística.
- Realizar un estudio para identificar nuestro mercado potencial y la demanda insatisfecha.
- Analizar costos de inversión.

1.7 Esquema metodológico

Consiste en una breve descripción de las partes que constituyen el plan de negocios, el cual lleva una secuencia lógica que dará paso al logro de los objetivos planteados.



ESQUEMA METODOLÓGICO





1.8 Descripción del producto: nombre del Producto Hotel de montaña "EL SOL NACIENTE DE GUAZAPA "

1.8.1 Producto: Visión general

Debido a las características turísticas que presenta el Cerro de Guazapa, se ha identificado una oportunidad en el Municipio de San José Guayabal para la creación y desarrollo de un plan de negocio. El cual consiste en la creación de un Hotel de Montaña que forma parte del sector ecoturístico que esta dentro de la clasificación del turismo.

Estará ubicado en la zona sur del volcán de Guazapa específicamente en el Cantón el Salitre, caserío el Franco del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, cuya entrada principal se ubica sobre la carretera que conduce de San salvador a Suchitoto a la altura del Km. 37, tomando un desvío, y luego 4Km. de balasto es lo que se tiene que recorrer para llegar al lugar donde se pretende crear el hotel.

Según la clasificación de los atractivos turísticos el volcán de Guazapa se encuentra en la categoría de sitios naturales, de museos y manifestaciones culturales históricas; ya que posee profundas quebradas y está formado por varias cúspides que generan vistas panorámicas de toda la formación montañosa de la zona Norte, sobresaliendo la vegetación, fauna local y otros atractivos como vestigios de guerra y objetos precolombinos.

El Plan de negocios a desarrollar en esta zona va de la mano con el ecoturismo, pues trata de conservar en su mayoría, los recursos naturales existentes tratando de crear un lugar en donde los visitantes puedan realizar actividades ligadas con la naturaleza y se les facilite el apreciar toda la riqueza ambiental que los rodea, permitiéndoles así experimentar este contexto, admirarlo y disfrutarlo.

Para lograr lo anterior se pretende construir un hotel de montaña con las siguientes características:



- Cabañas con estilos rústicos que afecten lo menos posible a la naturaleza.
- Recorridos hacia posas de aguas naturales, las cuales algunas podrán ser habilitadas para los turistas.



Posas de agua natural en las cercanías del lugar.



- Servicio de Restaurante (Desayuno, almuerzo y cena), con platos nacionales y típicos.
- Guías turísticos expertos conocedores de la superficie, que brinden información de calidad al turista sobre el entorno visitado.
- Una superficie plana para acampar.
- Una tienda de artesanías.



Área para acampar. Situada En el Cerro Chino

1.8.2 Valor agregado

A continuación se detallan otros servicios que se pueden ofrecer a los turistas debido a las condiciones del lugar:

- Alquiler de bicicletas de montaña y cabalgatas por la zona. : las personas podrán disfrutar de paseos en bicicleta o en caballo como alternativa para poder recorrer el lugar de una manera divertida.
- Alquiler de tiendas de campaña: El hotel contará con el equipo necesario para acampar, para que las personas que gustan de esta opción puedan realizarlo de la manera más cómoda y segura.

Salto los Limones



Río Quezalapa





- En menos de 15 minutos se encuentra el pueblo Suchitoto y muchísimos otros puntos de interés para el turista como por ejemplo: el río Quezalapa, puerto San Juan, salto los limones, salto los tercios, ciudad vieja, entre otros.
- Un mini museo: con objetos precolombinos y restos de armamento utilizado en el conflicto armado.



Restos de armamento encontrados por habitantes del lugar

Además, por la ubicación se puede disfrutar de aire puro, la belleza de la naturaleza y un entorno que propone un paraíso compuesto de árboles nativos y cientos de especies de aves locales y migratorias. Al igual que se puede conocer huellas históricas (tatùs o buzones) es decir un poco de la historia del conflicto armado que vivió nuestro país.

1.8.3 Visión

“Que el hotel de montaña, El Sol Naciente de Guazapa se convierta en uno de los lugares ecoturísticos mas importantes de El Salvador, ofreciendo servicios de alta calidad que satisfagan las expectativas de los clientes; logrando una afluencia de turistas que garantice el desarrollo de la zona y la rentabilidad del negocio.”



1.8. 4 Beneficios y Puntos fuertes del proyecto

Con la realización de este proyecto (La Creación de un Hotel de Montaña) se pueden percibir *beneficios* como:

- Creación de una opción más de Turismo de montaña y cultural a nivel nacional, ofreciendo servicios de alojamiento, esparcimiento y recreación acorde con las exigencias de los clientes y las condiciones de lugar.
- Fuente generadora de empleos.
- Incremento de divisas a nuestro país, y en especial al municipio.
- Es un proyecto ecoturístico, que contribuirá al mantenimiento de los recursos naturales del área en estudio.

Puntos Fuertes

- El auge del turismo y el apoyo que esta teniendo en el país.
- Atracción de turistas extranjeros, debido a la riqueza natural que presenta el lugar.
- Demanda existente, a pesar de que actualmente el lugar no cuenta con infraestructura necesaria para recibir y alojar turistas.

1.9 Tipo De Servicio

Se brindará un servicio de calidad donde el cliente sea siempre el más importante; para lo cual se ofrecerá:

- Servicio de alojamiento: Cabañas equipadas de utensilios necesarios para poder gozar de una confortable estadía en el lugar.
- Servicio de Restaurante: comida típica nacional y algunos platillos internacionales.
- Actividades Programadas: Diversas rutas para disfrutar de la belleza del lugar en donde podemos acceder por medio de caminatas y cabalgatas.



además de actividades como: música folklórica y de marimba, festivales gastronómicos, entre otros.

- Personal Capacitado: Se contará con personas capaces de orientar a los clientes, proporcionándoles información que requieran.
- Servicio de transporte en caso que sea solicitado.
- Servicio de Vigilancia: Se contara con personas de seguridad para brindar confianza a los clientes que se hospeden en el hostel.

1.10 Ventajas Propias Del Lugar

El Cerro de Guazapa cuenta con una innumerable riqueza natural que puede ser percibida por los visitantes desde que inicia su recorrido por el lugar; tales como:

- *Vistas panorámicas*⁴: en donde se observa el lago de Suchitlán y otras elevaciones de esta formación montañosa, por ejemplo el Cerro Caballito o la Loma Colorada entre otros que pueden apreciarse desde la cima del Cerro.



Vistas panorámicas alcanzadas desde
La Cima Del Cerro

⁴ Datos obtenidos de investigación realizada por Cooperación Técnica Belga, Asociación Microregión Cerro Guazapa Agronómico Tropical De Investigación y Enseñanza.



- **Huellas históricas:** en este lugar se puede conocer parte de la historia Salvadoreña en donde ocurrió la guerra; existe un lugar llamado “El



Tatùs o buzones

- campamento quemado” en ese sector de casi 1 Km. a la redonda, el turista puede entrar a varios tatùs o buzones que en su momento fueron ocupados por el FMLN. También se puede observar una colección de objetos precolombinos y restos de armamentos.



Objetos precolombinos

- **Fauna Local:** Se puede apreciar distintas especies mamíferos como coyotes, venados, conejos, tacuacines, ardillas, mapaches, cotuza, triguillo; también aves como urraca, gualcachilla, golondrina, pericón, tucancillo, collarejo(Pico de Navaja), paloma azul, carpintero piquiclaro ,tordo cantor, zanate, torogoz, entre otros. Además se aprecian reptiles tales como rana, rana vareteada, ranita, sapo sabanero, garrobo, lagartija escamosa, garrobita, Culebrita, Cascabel, tamagas, guarda caminos, bejuquilla café, zumbadora, masacuata, Coral.



- **Flora:** Se observa diversas especies de flora silvestre y árboles frutales encontrados en el cerro, que pertenecen a muchas familias botánicas. Como flor de gorrión, silvestre, sincuya, negro, loroco, amapola, amatillo, Cotorrón, copapayo, morro de cuchara, morro de llano, maquilishuat, achiote, palmita, Ceiba, laurel, melocotón, guarumo, roble, ,flor amarilla, ciprés, pié de niño, roble, bambú, montes, irayol, chichipince, níspero, aceituno, corona de cristo, espina de chacalín, escobillo de tunco, mango, ,jocote, jocote de invierno, anono, zunza, granadilla, zapote etc.



- **Rutas para Cabalgatas o Caminatas:** que permiten dar a conocer u observar diversos lugares y exóticos parajes como nacimientos naturales de agua, y rutas ya establecidas como



EL SALITRE: localizada en el Cantón el Salitre, San José Guayabal

Se inicia desde San José Guayabal hasta donde se encuentran restos de lo que fue una ermita. En el recorrido se visitan un grupo de tatus en la zona de Los Alvarenga y Los Campos, pasando luego por un sendero donde se encuentra una cruz con la leyenda "Recuerdo de los Padres Paulinos 8 de febrero de 1950". Continuando con los tatus de Los



Guzmán en donde se puede percibir la ascensión a la cima del Cerro atravesando cultivos de tomate y chan para luego penetrar en el cauce de la quebrada Honda. El entorno

con vegetación hace un ambiente fresco con abundantes mariposas y flores. Salimos de la quebrada y llegamos a una casa de adobe abandonada,



hacemos un descanso para luego continuar nuestra caminata por otra zona de tatús del Caserío La Cruz, El Quemado y del Salitre, llegando al punto de inicio de la ruta.

EL ROBLAR: localizada en la Cima del Cerro de Guazapa. A una elevación de 1,420 msnm.



Durante el recorrido a la cima del Cerro de Guazapa se pasa por el sitio



histórico nombrado “la masacre de los Hernández” y un cementerio clandestino hasta llegar a un nacimiento de agua donde se puede descansar y abastecerse de la misma; luego se cruzan bosques secundarios con antiguos cultivos de café y sintiendo el cambio de clima que a esta altitud y por la bóveda alta del bosque es más fresco; durante el recorrido se encuentran pertrechos de guerra, detonadores oxidados, vainillas, cajas de municiones, paracaídas de luces de Bengala, en fin con un poco de interés en el camino estos son algunos hallazgos, así como fue también la presencia de obsidianas, detalle que delata la presencia del hombre en tiempos antes de la llegada de los Españoles. Al llegar a la Cima, se aprecia espectaculares vistas desde ese punto, pues casi se alcanza a cubrir los 360°. En días despejados se alcanza a observar la mayor parte del territorio Nacional ya que se dice que geográficamente Guazapa está aproximadamente en la mitad del país.



EL INJERTO: esta localizado en el Limite Geopolítico entre Guazapa – Suchitoto. Luego de haber pasado por el caserío los Hernández sitio histórico por la masacre, se tiene que recorrer aproximadamente 5 Kms. hasta el Caserío Los Mejia, Dejando el vehículo en ese lugar se inicia la caminata de aproximadamente 2 Kms, llegando inicialmente al primer Campamento, pasando luego a un área de descanso cerca de un nacimiento de agua. Luego continuamos hacia el campamento guerrillero principal, en donde se encuentran numerosos tatús. Llegando hasta la cima del cerro, en la zona de postas, se puede apreciar una buena parte de los cerros vecinos.



Se continua descendiendo hacia la quebrada El Injerto, al llegar, nos recibe la frescura del lugar y el relajante sonido del agua que cae a través de una cascada todavía con agua, que no se pierde a esta altura durante todo el año. Regresamos al punto de partida donde se puede degustar un poco de licor autóctono y de transparencia impecable.



1.10.1 Accesibilidad

La Finca Los Guzmán se encuentra ubicada en el Caserío El Franco, Cantón El Salitre, el cual pertenece al municipio de San José Guayabal, Jurisdicción del departamento de Cuscatlàn.

La propiedad asciende a un total de 150 manzanas de extensión de las cuales 5 de ellas son apropiadas para la creación del hotel.



Existen tres vías de acceso, teniendo así tres rutas de comunicación:

1. Sobre la carretera que conduce de San Salvador a Aguilares, a la altura del kilómetro 25 encontramos el municipio de Guazapa, a partir de ahí se recorren 8 Km para llegar al área en estudio.
2. Sobre la carretera que conduce de San Salvador a Cojutepeque en el Km 18 se encuentra la ciudad de San Martín, de ahí se toma la carretera que conduce a Suchitoto, a la altura del Km 35 a la izquierda encontramos el desvío San Rafael el cual nos lleva al cerro de guazapa y a una distancia de 4 km se ubica la finca Los Guzmán.
3. Para las personas que provienen de la zona norte, lo pueden hacer por medio del ferry el cual lo conducirá desde San Francisco Lempa, hasta Suchitoto, a partir de ahí se retomara la carretera que conduce a San Salvador y en el Km. 35 se encuentra el desvío que nos lleva a la finca.

Cabe recalcar que toda las carreteras por ser principales y secundarias se encuentran totalmente asfaltadas y en buen estado, únicamente los 4 Km. del desvío de la carretera que conduce de Suchitoto a Aguilares se encuentra Balastada.



MAPA DE UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA FINCA LOS GUZMÁN



- Ruta 1 (dotted line)
- Ruta 2 (dotted line)
- Ruta 3 (dotted line)

1.11 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Único hotel de montaña en el Cerro de Guazapa. • Las condiciones y atractivos naturales del lugar son propicias para la realización de este proyecto. • Riqueza histórica cultural del lugar, la existencia de objetos precolombinos y restos de armamento de guerra. • Áreas aptas para actividades relacionadas con el ecoturismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La dificultad para acceder al cerro debido a las condiciones de la calle. • No se cuenta con el servicio de energía eléctrica. • No se cuenta con servicio de agua potable.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de nuevos competidores dentro de la zona. • Competencia con servicios similares a nuestro Hotel a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto existentes de mejoramiento de la carretera para llegar al Cerro. • Existencia de proyectos de alumbrado eléctrico. • Diferentes vías de acceso a la zona. • Cercanía de San Salvador al Cerro de Guazapa • Incremento del Turismo a nivel nacional y en la zona. • Incremento en el interés del Turismo de Montaña.

CONCLUSION DE LA ETAPA CONCEPTUAL

En este apartado se han expuesto todos los aspectos puntuales que conllevan a plantear la idea del negocio, fundamentada en los objetivos que se persiguen para alcanzarla y la justificación del proyecto, donde se establece para que y por que la propuesta de negocio, ya que busca beneficiar a sus promotores, socios, inversionistas y la comunidad en general.

También se plantea la ubicación del cerro de Guazapa el lugar donde se desarrollara el proyecto específicamente el cantón El Salitre, localidad rica en flora y fauna propicia para aperturar el hotel de montana “El Sol Naciente de Guazapa”.

ETAPA DE DIAGNOSTICO



2. ANTECEDENTES

2.1 TURISMO

2.1.1 Origen del Turismo y Definición.

El origen de las palabras turismo y turista provienen del vocablo tour del latín tournus, que significa movimiento circular (tornar, circuito), se le llama así al viaje de ida y vuelta utilizando diferentes caminos. Con la palabra turismo se designó al viaje con regreso al punto de partida y se aplicaba al gusto de abandonar temporalmente el lugar de residencia, calificándose de turista a la persona que viajaba por su placer, y de turismo al fomento de tales migraciones. Más tarde se adaptaron al castellano estas expresiones y sus derivados suprimiéndoles la o.

Con el objetivo de establecer una conceptualización común a nivel internacional acerca de los términos turismo y turista, la Organización Mundial del Turismo (OMT) propuso en 1991 trazar un nuevo marco conceptual y de este modo adoptar un lenguaje estándar en todos los países, el cual se enunciará en el apartado de conceptualización.

No obstante, existen varias definiciones de turismo que preceden a la enunciada por la organización de la actividad del turismo, motivo por el cual se hace necesario establecer el concepto de turismo.

Concepto de Turismo

Se entenderá por Turismo, el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, con el propósito de conocer y disfrutar de nuevos lugares o realizar negocios.

"Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno".



Para efectos de este plan de negocios se tomará como concepto de turismo el propuesto por la OMT: *“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 otros motivos.”*⁵

2.1.2 Clasificación del Turismo

- **Turismo de Descanso o simplemente de Sol y Playa:** El turismo convencional, conocido también como el modelo de “sol y playa”, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.
- **Turismo Científico:** El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.
- **Ecoturismo :** El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que Jones, 1992, define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.
- **Turismo de Aventura :** El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca,

⁵ Quesada Castro, Renato. Elementos del Turismo. Editorial Universidad Estatal a Distancia. Año 2000. Págs. 8-9



o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

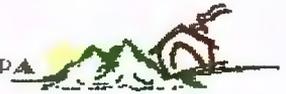
La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios.

- **Turismo Agrícola o Agroturismo:** El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales. Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina.

El Agroturismo ha dado como resultado los rancho-hotel en Estados Unidos, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades. Una de las ventajas del Agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad.

Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos.

- **Turismo Cultural:** Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad, explotando muy estratégicamente por Guatemala, México, Egipto, etc.



- **Turismo Histórico:** Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.
- **Turismo Religioso:** En Colombia, uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este motor; Israel, es otro país que explota el turismo religioso.
- **Turismo Gastronómico:** Turismo gastronómico: Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

Otra tipología de productos turísticos que cabe mencionar son: Turismo de salud, como el que potencializa los países del Medio Oriente, con sus baños de barro. El Turismo de Golf, para un segmento exclusivo, atendido muy estratégicamente por Republica Dominicana. Turismo de Nieve, turismo de Caza y Pesca, entre otros.



2.1.2.1 Clasificación De Los Atractivos Turísticos

Cuadro 1

CATEGORÍA	TIPO
SITIOS NATURALES	- Montañas, planicies, costas, lagos, lagunas, esteros, ríos y arroyos, caídas de agua, grutas y cavernas, lugares de observación de flora y fauna, de caza y pesca, caminos pintorescos, termas y parques nacionales.
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICOS	- Museos, obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.
FOLKLORE	-Manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danza, artesanías, artes populares, comidas y bebidas típicas, grupos étnicos, arquitectura popular y espontánea
REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	- Explotaciones mineras, explotaciones agropecuarias, industriales, obras de arte, técnica, centros científicos y técnicos

2.2 EL TURISMO EN EL SALVADOR

2.2.1 Antecedentes Turísticos de El Salvado.

Cuadro 2

PERIODO	INSTITUCIONES CREADAS	BENEFICIOS Y VENTAJAS
El desarrollo turístico tuvo sus inicios en el siglo XIX.	Construcción de líneas ferroviarias.	Generó nuevas redes de comunicación, movilización masiva de la población salvadoreña y afluencia a diferentes lugares turísticos.
1924	Creación de primera junta de Fomento. Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial	Además de la adquisición de divisas, la oportunidad de dar a conocer a la sociedad internacional, todos los valores culturales e históricos del país. Establecimiento de nuevas relaciones beneficiosas para el comercio.
1930	El Gobierno y las Juntas Departamentales de Caminos.	Dieron paso a nuevas vías de comunicación dado que el acceso a las zonas turísticas resultaba fácil; se acordó extender en forma gratuita a través de los consulados, tarjetas de turistas a todos aquellos que visitaran el país por un lapso de 8 días, permiso que podía prorrogarse hasta por un mes.



1939	Se crea una Junta de Ornato en cada uno de los 14 Departamentos de la República	Cuya función principal era velar por las zonas turísticas, vías de acceso y jardines públicos, las cuales eran dependencias del Ministerio de Fomento, hoy Ministerio de Obras Públicas.
1947	Se involucran instituciones afines como Aduanas, Migración, Obras Públicas, Cultura Popular y otras; naciendo de ella la Junta Nacional de Turismo.	Se construye el edificio que actualmente ocupan las oficinas del ISTU y además, el país puede contar con el Parque Balboa y el área llamada Puerta del Diablo, terrenos que estaban destinados a la construcción de viviendas y residenciales.
1948	Construcción de una red de Turicentros.	Creados con el fin de brindar un lugar de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas.
1961	Se crea el Instituto Salvadoreño del Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora del turismo.	Encargado de: La elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo del turismo en El Salvador; regular las empresas turísticas; manejo del patrimonio turístico; presentación de informes regulares sobre el comportamiento del sector y la protección y mantenimiento de zonas turísticas.
1967	Se crea la Ley de Fomento de la Industria Turística	Con el fin de estimular la creación de empresas y entidades dedicadas a este sector.
1975	Se da el evento de Miss Universo.	Posicionando El Salvador como el país de la sonrisa a nivel mundial.
1979 y década de los 80	Hecatombe del turismo del país al acentuarse una crisis socio – política, impregnada de violencia y desordenes callejeros, la prensa internacional difunde imágenes de violencia y guerra.	El Salvador, se colocó en la mirada del mundo, lamentablemente como un país peligroso para los turistas, por el conflicto bélico que experimentó. El turismo presentó el nivel más bajo de su historia
Década de los 90	Se firman los Acuerdos de Paz, el 16 de enero de 1992, en Chapultepec, México. Nace el 25 de Julio de 1996 la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR),	El gobierno en turno, desarrolló un nuevo plan de turismo, para captar intereses de inversión extranjera que potencien proyectos turísticos y así proyectar a El Salvador en la industria turística e insertarlo en el mundo turístico que conlleve a la explotación de los lugares en las épocas precolombinas, coloniales, modernas y desarrollo futuro, con el consiguiente desarrollo social, económico y cultural. La revalorización, promoción, conservación del patrimonio natural, cultural, que contemple la participación consciente de los pobladores del área.
Nuevo milenio 2000	Se crea el Ministerio de Turismo (MITUR). Realiza una investigación de mercado	Facilitador del desarrollo del Turismo, cuyo propósito es convertirlo en un instrumento de peso para contribuir a mejorar las condiciones de vida de los salvadoreños, en forma sostenible y equitativa por su efecto multiplicador de empleo masivo, ingresos, divisas, inversiones y generador de nuevas actividades productivas. ⁶ Adoptan la Misión de posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana, creando el eslogan marca: "El Salvador impresionante"

⁶ Avelar Cruz, Sandra Yaneth. Et al: "Diseño de una Campaña Publicitaria para la Promoción de los Centros Turísticos de El Salvador (Tesis). Facultad de Economía. Junio 1996. Págs. 6 – 17.

2.2.2 Situación Actual

El Ministerio de Turismo, MITUR, Corporación Salvadoreña de Turismo, CORSATUR, la Cámara Salvadoreña de Turismo, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, MARN, entre otras instituciones, están realizando acciones orientadas a la coordinación de esfuerzos interinstitucionales e intersectoriales, con el propósito de que la industria turística de El Salvador, 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 y hacer del país un atractivo turístico mundial.

Las instituciones en mención han diseñado una estrategia de promoción integral y acciones concretas que impulsan el Agroturismo, turismo gastronómico, de sol y playa, cultural, de negocios, de montaña entre otros.

2.2.3 Perfil del Turista

De acuerdo a la investigaciones que se realizó en El Salvador para identificar el perfil del turista que nos visita, se obtuvo la siguiente información:⁷:

◆ Perfil del Visitante Extranjero

Cuadro 3

TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN EL SALVADOR	GASTO PROMEDIO	ESTADÍA PROMEDIO
100% Extranjeros	US \$ 93.9 diarios	7.3 noches.
Turistas provenientes de Centroamérica	US \$ 72.2 diarios	4.3 noches
Belice	US \$103.8 diarios	23.3 noches
Guatemala	US \$72.7 diarios	3.5 noches
Honduras	US \$68.8 diarios	4.5 noches
Nicaragua	US \$68.6 diarios	5.5 noches
Costa Rica	US \$84.7 diarios	4.4 noches
Panamá	US \$161.1 diarios	3.2 noches



Turistas provenientes de Norteamérica	US \$ 104.2 diarios	9.5 noches
Canadá	US \$138.5 diarios	11.2 noches
Estados unidos	US \$100.1 diarios	10.2 noches
México	US \$96.7 diarios	7.0 noches
Turistas provenientes de Europa	US \$ 118.6 diarios	6.5 noches
Turistas provenientes de Sur América	US \$118.6 diarios	8.8 noches

◆ Perfil del Visitante Internacional, según motivo de viaje

Cuadro 4

MOTIVO DE VIAJE	GASTO PROMEDIO	ESTADÍA PROMEDIO
Vacaciones turismo.	US \$ 117.6 diarios	6.6 noches
Visita familiares y amigos.	US \$ 70.8 diarios	11.1 noches
Negocios.	US \$ 136.5 diarios	4.1 noches
Convención/seminario.	US \$ 149.3 diarios	5.4 noches
Otros motivos.	US \$ 90.5 diarios	12.7 noches

Es importante destacar que el 62.5% de personas que visitan el país, son turistas 100% extranjeros y un 27.1% lo representan los turistas salvadoreños residentes en el extranjero.

2.2.4 Oferta Turística.

Cuadro 5

LUGARES TURISTICOS DE EL SALVADOR
Cerro Verde
Es un lugar de abundante naturaleza y bellos paisajes, que cuenta con un hotel de montaña, donde se puede respirar el aire puro, posee una terraza con una impresionante vista del Volcán de Izalco. Ubicado carretera a Santa Ana. Fue afectado por los terremotos del 2001. Para mayor información contactarse con la <u>Corporación Salvadoreña de Turismo</u>
Ruinas Joyas de Cerén
Es sitio arqueológica, protegido por la Naciones Unidas, como patrimonio de la humanidad. Ubicada en el Departamento de La Libertad, carretera a Santa Ana.



Suchitoto
A 47 Km. de la capital, Como sitios de atracción turística tenemos el lago Suchitlan (que es un lago artificial) y su isla de los Pájaros, Los Tercios: formación pétreo, los restos arqueológicos del cantón La Bermuda (primer asentamiento de españoles en El Salvador). Suchitoto fue un lugar muy importante durante la colonia, lugar de nacimiento de algunos de los presidentes de El Salvador y que ejercieron durante el siglo XX.
El Pital
Con una altura de 2730 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m), es el punto más alto en El Salvador, donde se pueden efectuar muchas actividades al aire libre, entre ellas: observación de aves, orquídeas, escalada, bici montaña o simplemente disfrutar de las vistas que podemos tener desde allí, tanto que podemos ver volcanes de la zona oriental y central del país; además, de la ciudad de Nueva Ocotepeque en la hermana república de Honduras. Ubicado en el departamento de Chalatenango.
Juayua
Es una de las ciudades que conforman La Ruta de las Flores, a 16 Km. al Nor Oeste de la ciudad de Sonsonate y 1040 metros sobre el nivel del mar. Son famosas sus fiestas Patronales en honor del Cristo Negro, celebradas del 8 al 15 de Enero. Sitios de atracción turística son, entre otros Los Chorros de la Calera, sus beneficios de café: donde podemos ver el proceso de obtención de nuestro grano de oro, etc. Algunos de los lugares donde podemos ver el proceso de beneficiado del café son: El diamante, La Majada, El 98, etc.; todos estos ubicados a pocos minutos de la ciudad
Volcán de San Salvador
Es un hermoso volcán situado entre los departamentos de San Salvador y La Libertad. Contemplado desde la capital salvadoreña presenta dos masas bien diferenciadas y separadas por una angosta y profunda garganta. La más alta y en forma piramidal, a 1950 mts. de altura, se le conoce como "El picacho" y antiguamente se le llamaba "Cerro Grande". La otra parte más baja y voluminosa se le llama "El boquerón" a 1886 m.s.n.m. En sus alrededores se encuentran diversos restaurantes, entre ellos el Café Miranda.
Ilobasco



Famosa por ser uno de los centros artesanales cerámicos mas antiguos de El Salvador y Centro América. Se dice que esta actividad tiene origen en los años 1700 y que se ha logrado mantener hasta esta época. Aquí podemos encontrar cuatro tipos de cerámica: tradicional (cómales, ollas, sartenes, cantaros, macetas, etc), Popular (juguetes navideños como San José, la virgen Maria, la mula, el buey y los Reyes Magos), decorativa (toda clase de adornos con diseños originales) y cerámica típica (esta es la que confecciona los muñequitos y adornos que representan la naturaleza y laboriosidad del pueblo salvadoreño, incluyendo las famosas Miniaturas). Actualmente es un sitio muy frecuentado por turistas que llegan a ver la elaboración de las famosas artesanías hechas de barro.

Ilobasco se encuentra a solo 55kms. de San Salvador , con excelentes vías de acceso y forma parte de la Ruta Artesanal. También es famosa por sus molindas artesanales (producción de dulce de atado).

Lago de Coatepeque

Lago de origen volcánico situado a 18 km al sur de la ciudad de Santa Ana, a 740 mts de altura y con una superficie de 24 kms cuadrados. Sus accidentes más importantes son las dos pequeñas penínsulas denominadas "los anteojos", y la isla del cerro donde los indios pipiles tenían un templo y un monolito representativo de la diosa Itzcueye. Considerado entre los 10 lagos más bellos del mundo, su nombre significa en lenguaje nahuatl "Cerro de Culebras". Es un sitio ideal para practicar el buceo .el velerismo, kayaking, natación, ski acuático etc.

HOTELES DE MONTAÑA (COMPETENCIA DIRECTA)

Hotel de Montaña Cerro Verde, Santa Ana Tel. 2271-2333

Hostal Miramundo. Miramundo, La Palma,
Chalatenango. Tel. 2279-0681 ó 7729-1573

Las Cabañas de Apaneca Población de Apaneca Teléfono: 2271-2333

Hotel Entre Pinos. Carretera Troncal del Norte Km 87 San Ignacio, Chalatenango. Teléfonos 2335-9370; 335-9312 Fax 2335-9322. Oficinas en San Salvador 2278-1773 y 2278-0833

Hotel Santa Leticia. Kilometro 86.5 Carretera de Sonsonate hacia Apaneca, El Salvador.
Teléfonos: 2443-3057 / 2443-0351. www.coffee.com.sv

COMPETENCIA INDIRECTA

HOTELES DE PRIMERA CLASE

Hotel Siesta Blvd. Los Próceres. Teléfonos : 2243-0377

Hotel Ramada Inn 85 Av. Sur y Paseo General Escalón. Teléfonos : 2263-5067

Hotel Capital Autopista Sur, Blvd. La Sultana y Pje. Monelca Teléfono: 2247-7100 Fax : 2243-8018 www.hoteleselsalvador.com

Holiday Inn San Salvador Blvd. Santa Elena, Antiguo Cuscatlán. Teléfono: 2241-4000
www.holidayinn.com.sv



Hotel Terraza 85 Av. Sur y Paseo Escalón. Teléfonos: 2263-0044 www.terrazza.com.sv
Novo Apart Hotel Final 61 Av. Norte, Col. Escalón. www.novoapart-hotel.com
Confort Hotel / Real Aeropuerto El Salvador Km. 40.5 Autopista al Aeropuerto Internacional de El Salvador www.gruporeal.com / www.choicehotels.com
Hotel Trópico Inn, San Miguel. Avenida Roosevelt Sur No. 303, San Miguel. Teléfonos: 2661-1800; Fax 2661-1288
Hotel San José. Carretera Internacional Km. 113, en la ciudad de Metapán, en el departamento de Santa Ana. Teléfono: 2442-0556
HOTELES ECONOMICOS
Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador www.centralamerica-smallhotels.com
Hotel Suky Paseo General Escalón, 5262, Blvd. Alpine Teléfonos: 2263-6215
Hotel Good Luck Col. Miramonte Calle Sisimiles, Pje. 5 No. 2943. Teléfono: 2260-1666
Hotel Casagrande Col. Miramonte Calle Sisimiles, Final Pje. Cedros Teléfono : 2260-7450
Hotel Miramonte Calle Talamanca, No. 2904 y Pasaje #4, Col. Miramonte Teléfonos: 2260-1880 www.hotelmiramonte.com.sv
Hotel Villa Serena. 65 Ave. Norte No. 152, Col. Escalón San Salvador. Telefono: 2257-1938/39; Fax 2257-1939
Hotel Berlin. Ave. El Espino, Lotes No. 62 y 64, Santa Elena, Urb. Madre Selva, Antiguo Cuscatlán Teléfonos: 2243-8877; Fax 2243-8872.
Hotel Mirador Plaza. Teléfono: 2244-6000 FAX: 2244-6099. www.miradorplaza.com
HOTELES DE PLAYA
Suites Jaltepeque Playa Costa del Sol Teléfonos: 2223-2062 2223-1984
Tesoro Beach Playa Costa del Sol Teléfono: 2334-0600
Pacific Paradise Playa Costa del Sol Teléfono: 2271-2606
Costa del Sol Club. Teléfono: 2222-6764
Hotel Estero y Mar. Playa El Pimental, San Luis Talpa, La Paz. Teléfono: 2313-9677 / 2270-1172 www.elpimental.com
HOTELES DE LAGO DE COATEPEQUE
Hotel del Lago Teléfono : 2446-9511
Hotel Torremolinos Teléfono : 2446-9437



2.2.5 Afluencia Turística

Tabla 1

COMPARATIVO DE LLEGADAS 2004-2005-2006

MES	TURISTAS		VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
	2005	2006	06-05	06-05 %
ENERO	90,811	115,529	24,718	27.22%
FEBRERO	70,278	91,109	20,831	29.64%
MARZO	96,256	102,221	5,965	6.20%
ABRIL	85,283	110,885	25,602	30.02%
MAYO	85,286	97,400	12,114	14.20%
JUNIO	101,262	109,845	8,583	8.48%
JULIO	111,999	119,086	7,087	6.33%
AGOSTO	103,748	105,016	1,268	1.22%
SEPTIEMBRE	88,724	92,157	3,433	3.87%
OCTUBRE	87,380	93,321	5,941	6.80%
NOVIEMBRE	103,499	102,178	-1,321	-1.28%
DICIEMBRE	129,860	119,205	-10,655	-8.20%
TOTAL 1/	1,154,386	1,257,952	103,566	8.97%

Análisis de tabla No 1

De acuerdo a los resultados de la tabla 1, los medios utilizados por los turistas internacionales para ingresar a El Salvador ha incrementado entre los años 2006 y 2007, destacándose más el transporte aéreo, el cual presenta el 14.4% de incremento en el último año.

Tabla 2
COMPARATIVO DE LLEGADA DE VISITANTES INTERNACIONALES POR VIA
Y FRONTERA UTILIZADA 2006 – 2007

Via / Frontera	SEPTIEMBRE		Dif. %	Part. % Mes 2007	ENERO -		Dif. %	Part. % Acum. 2007
	2006	2007			2006	2007 1/		
Terrestre	71,608	68,935	-3.7	75.7	571,458	583,686	2.14	67.0
Chinamas	17,096	16,510	-3.4	18.1	124,778	180,858	44.9	23.8
San Cristobal	11,869	3,230	-72.8	3.5	83,946	49,887	-40.6	5.7
Ischadura	9,654	17,466	80.9	19.2	96,979	89,030	-10.1	10.2
Anguistat	4,297	2,344	-45.5	2.6	41,415	29,528	-28.7	3.4
El Amati lo	20,812	22,776	9.4	25.0	152,709	180,711	18.3	20.7
El Poy	7,880	6,609	-16.1	7.3	69,631	53,672	-22.9	6.2
Aerea	20,526	22,174	8.0	24.3	251,126	267,225	14.4	33.0
Aerop. I. E Salvador	20,176	21,940	8.7	24.1	248,168	284,528	14.7	32.7
Ilopango	350	234	-33.1	0.3	2,958	2,697	-8.8	0.31
Marítimo	23	10	-56.5	0.0	1,090	454	-58.3	0.05
La Unión	11	8	0.0	0.0	261	196	-24.9	0.02
Acajutá	1	0	0.0	0.0	95	4	0.0	0.00
Puerto Barrilla	9	2	-77.8	0.0	206	197	-4.4	0.02
Punta Gorda	0	0	0.0	0.0	413	0	0.0	0.00
Bahía de Sol	2	0	0.0	0.0	115	57	0.0	0.01
Total	92,157	91,119	-1.1	100.0	823,674	871,365	5.8	100.0

Análisis:

Las nacionalidades que mas han visitado a El Salvador entre el año 2006 y 2007 son las norteamericanas y europeas, segmento de gran interés para el proyecto a desarrollar, puesto que su cultura gustan disfrutar de la naturaleza en ambientes tropicales como el que ofrece nuestro país. Es importante destacar que no debe descuidarse el resto de nacionalidades.



Tabla 3

COMPARATIVO DE LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES SEGUN NACIONALIDAD 2006- 2007

PAIS/MES	Sep-06	Sep-07	Variación Mensual 07-06	Participación Mensual 2007 %	Ene- Sep 2006	Ene-Sep 2007	Variación Acumulada 06-07	Participación acumulada 2007 %
CENTRO AMERICA	76,007	70,007	-7.89%	76.83%	601,568	599,411	-0.36%	68.79%
Guatemala	42,069	39,597	-5.85%	43.48%	326,230	342,139	4.24%	39.26%
Honduras	23,995	17,175	-28.42%	18.96%	157,084	137,270	-12.63%	16.75%
Nicaragua	6,639	8,479	21.65%	9.30%	94,766	96,395	0.74%	9.63%
Costa Rica	2,270	3,569	58.11%	3.64%	22,890	25,474	11.26%	2.92%
Otros Centroamerica	734	1,169	61.91%	1.25%	8,608	9,133	6.10%	1.05%
NORTE AMERICA	12,085	15,103	24.97%	16.58%	176,987	214,442	21.16%	24.61%
Estados Unidos	10,038	12,184	21.40%	13.37%	149,814	179,283	19.65%	20.46%
Mexico	1,398	2,021	44.14%	2.20%	16,763	18,169	8.39%	2.09%
Canada	653	859	30.47%	0.92%	12,820	18,011	42.72%	2.07%
SUR AMERICA	1,980	2,626	32.63%	2.88%	16,930	23,382	38.11%	2.68%
Argentina	359	337	-6.13%	0.37%	2,992	3,291	9.99%	0.38%
Brasil	190	295	55.26%	0.32%	2,236	3,721	66.68%	0.43%
Colombia	499	609	24.54%	0.67%	3,899	5,111	32.10%	0.59%
Otros Suramerica	642	1,365	111.37%	1.52%	7,803	11,259	45.19%	1.29%
CARIBE	148	176	18.92%	0.19%	1,615	2,489	54.12%	0.29%
Cuba	36	22	-38.11%	0.03%	334	322	-3.62%	0.04%
Rep. Dominicana	72	117	62.50%	0.13%	818	1,177	43.89%	0.14%
Otros Caribe	40	37	-7.50%	0.04%	493	990	100.61%	0.11%
EUROPA	1,375	2,059	49.75%	2.26%	19,106	23,764	24.39%	2.73%
Alemania	198	261	30.81%	0.29%	2,982	3,531	18.21%	0.41%
España	527	859	62.43%	0.76%	5,856	7,412	26.51%	0.85%
Francia	26	135	419.23%	0.15%	521	1,270	143.76%	0.15%
Italia	143	224	56.64%	0.25%	2,132	2,594	20.26%	0.29%
Reino Unido	139	213	52.52%	0.23%	1,603	1,718	7.05%	0.23%
Otros Europa	394	598	50.76%	0.59%	6,026	7,271	20.80%	0.83%
AFRICA	23	30	30.43%	0.03%	605	366	-39.50%	0.04%
Sudafrica	5	22	340.00%	0.02%	107	163	52.34%	0.02%
Otros Africa	15	8	-46.67%	0.01%	498	203	-59.24%	0.02%
ASIA ORIENTAL Y MERIDIONAL	440	873	98.41%	0.96%	5,691	6,141	7.91%	0.70%
Israel	32	252	693.75%	0.28%	487	647	33.27%	0.10%
Japon	174	265	51.72%	0.31%	1,436	2,181	51.59%	0.25%
Rep. de Corea	66	132	100.00%	0.14%	1,070	886	-17.20%	0.10%
Taiwan	57	97	70.18%	0.11%	1,019	929	-8.83%	0.11%
Otros Asia	121	107	-11.57%	0.12%	1,700	1,338	-21.24%	0.15%
OCEANIA	99	245	147.07%	0.27%	1,182	1,370	15.91%	0.16%
Australia	87	235	170.11%	0.26%	990	1,251	26.31%	0.14%
Otros Oceania	12	10	-16.67%	0.01%	222	119	-46.40%	0.01%
TOTAL	92,157	91,119	-1.13%	100.00%	823,674	871,365	5.79%	100.00%

**Tabla 4**

2.2.6 Ingresos Generados por Turismo en los meses de Enero a Septiembre entre los años 2006 y 2007.

TURISTAS			
2006	2007	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
\$66,499,501	\$65,836,652	-\$662,849	-1.0%
\$52,443,253	\$57,739,880	\$5,296,627	10.1%
\$58,839,374	\$72,587,160	\$13,747,786	23.4%
\$63,826,168	\$61,749,194	-\$2,076,974	-3.3%
\$56,064,591	\$59,468,635	\$3,404,044	6.1%
\$63,227,753	\$68,138,460	\$4,910,707	7.8%
\$68,547,000	\$69,891,892	\$1,344,892	2.0%
\$71,985,318	\$79,423,352	\$7,438,035	10.3%
\$63,170,859	\$62,459,341	-\$711,518	-1.1%
\$564,603,817	\$597,294,567	\$32,690,750	5.8%

Se puede observar una reducción en los ingresos del mes de Enero 2007 en relación al 2006 y cabe mencionar que esto se debe al desastre que ocurrió a finales del 2006 en Indonesia, lo cual afectó el turismo a nivel mundial.

Mas sin embargo, en los siguientes meses se observa un aumento de ingresos al hacer la comparación de dichos años.



3. EL ECOTURISMO

3.1 Introducción al ecoturismo

El ecoturismo, frecuentemente confundido con los deportes de riesgo, consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios.

Según la Organización Mundial del Turismo, los ingresos generados en los países en desarrollo por la actividad turística alcanzan un 42 por ciento del total de los servicios y presentan un pronóstico de crecimiento explosivo para los próximos años, especialmente el turismo en áreas de riquezas naturales o culturales.

El Salvador posee evidentes ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en términos de diversidad de paisajes y áreas de interés natural o cultural. Para que esa situación se transforme en una herramienta clave para el desarrollo sostenible, deberá invertirse mucho esfuerzo en capacitación, planificación y conservación de nuestro patrimonio con el objetivo fundamental de preservar su verdadera esencia, su autenticidad.

3.1.1 Origen del ecoturismo

El ecoturismo es un concepto que tiene ya algo más de 20 años, y sobre el mismo existe todavía alguna confusión debido a las múltiples interpretaciones que se le ha dado al término. Ziffer (1989) dice que: "El término ha eludido la definición firme porque es una noción compleja que ambiciosamente intenta describir una actividad, establecer una filosofía y esbozar un modelo de desarrollo" 1

El problema reside en realidad en el hecho de que originalmente el ecoturismo no surge como respuesta a una motivación turística. El ecoturismo tiene sus raíces en los movimientos ambientalistas de los años ochenta, cuando los ambientalistas



comprendieron que a pesar de las críticas que se le hacía al turismo, éste era un medio apto para obtener recursos económicos para la conservación.

El término “ecoturismo” se debe al arquitecto Héctor Ceballos-Lascurian quién, generalmente, es aceptado como la persona que lo acuña y define por primera vez en el año 1983. Ceballos-Lascurian definió al ecoturismo como: “Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia un involucramiento activo y socialmente benéfico de las poblaciones locales”. Definición que reconoce y utiliza la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Sin embargo, dicha definición no llegó a lograr una aceptación generalizada en el ámbito del turismo, por lo que académicos, organismos gubernamentales, operadores turísticos y organizaciones vinculadas al medio ambiente, han tratado de definir por su parte al ecoturismo, dando origen así a las múltiples definiciones existentes sobre este término.

3.1.2 Definición

Según la Conservación Internacional: “Una estrategia que busca un compromiso entre el preservacionismo y el crecimiento exponencial como otra industria más que explota la naturaleza”.

Según Ziffer y Cols: “Un viaje bien planeado, con desarrollo económico para el país, conservación de los recursos naturales y beneficios para los habitantes locales”.



Según el Profesor Franco Ferrari de la Universidad de La Florida: El término ecoturismo se debe al Dr. Nicolás Hetzner y apareció en la revista Ecosphere en el año 1965, como Turismo Verde o Turismo de Naturaleza. " *Se define como la ejecución de un viaje al ambiente natural que relativamente no está disturbado y sin contaminación, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar de la belleza paisajística, junto con sus componentes de flora y fauna silvestre, al igual que de las manifestaciones culturales pasadas y/o presentes que se encuentran en las áreas.*"

3.1.3 Beneficios del ecoturismo

El turismo ecológico se está convirtiendo, hoy en día, a nivel mundial, en una actividad cada vez más popular; tiene un papel significativo en la lucha contra la pobreza. Además, ofrece características ideales para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa y brinda una oportunidad a las comunidades rurales ubicadas en lugares remotos, cuyo acceso a las inversiones o fondos públicos es limitado, pero que cuentan con un paisaje inolvidable, una importante diversidad biológica o una cultura particular.

Genera ingresos aplicables tanto a la economía local como a la regional, y crea una mayor conciencia de la importancia de la conservación, tanto entre los habitantes, como entre los visitantes. El peligro está en que, al aumentar el turismo, aquellos atractivos por los que, en un principio, fue generado el desarrollo turístico resulten destruidos. Por lo tanto, desarrollar sabiamente el ecoturismo plantea un gran reto, la creación de áreas protegidas, o reservas, reconocidas internacionalmente.



3.1.4 Perfil del eco turista y el turista de aventura

Perfil del eco turista

El ecoturista, busca obtener un viaje de placer inspirado primordialmente por las características naturales de un área determinada, estudiándolo, admirándolo o disfrutándolo.

Los turistas de naturaleza son viajeros sofisticados, perspicaces y exigentes. Generalmente son turistas conocedores del tema naturaleza y como regla tienen definido hacia donde desean viajar y exigen a sus agentes de viajes y tur operadores experiencias que eleven sus conocimientos. Aunque es difícil enmarcar a todos los turistas de naturaleza en un perfil único, a continuación se ofrecen algunos elementos comunes a todos ellos.

De acuerdo con el comportamiento demostrado, los visitantes de los espacios naturales pueden agruparse en las siguientes categorías:

(Vera. J y otros, 1997)

- Los turistas de naturalezas ocasionales: que participan de la naturaleza accidentalmente.
- -Los aventureros – montañeros: que buscan un reto o desafío en la naturaleza y necesitan de espacios naturales.
- Los turistas de naturaleza bien informados: que gozan de una elevada preparación y conocen con detalle el relieve, las aguas, la flora y la fauna del espacio que visitan.
- Los naturalistas y admiradores de la naturaleza: que buscan el contacto íntimo con la naturaleza.

Aún cuando existen tales criterios, el turista que viaja a estos destinos generalmente es acaudalado, maduro, bien educado, viaja frecuentemente y es conciente en lo que a medio ambiente se refiere.

Gasta más y realiza viajes más largos que el resto de los turistas, y prefieren las instalaciones que están en armonía con el medio.

El turista de naturaleza viaja en su mayoría con un propósito: experimentar u observar un ambiente natural nuevo y vivir una experiencia intelectual y espiritual única en cada viaje, que tenga huella en su vida. Necesita intercambiar con personas de intereses comunes, realizar actividad física y experimentar nuevos estilos de vida, especialmente en sitios de naturaleza virgen y áreas naturales no contaminadas, con interés específico en el estudio, admiración y disfrute del medio y la cultura local.

No obstante, es importante tener en cuenta que este es un perfil general, y que el turista de naturaleza, al igual que el turista común, tiene sus particularidades según el país de origen, la edad, sus hábitos y costumbres, etcétera. Además, la tendencia a la búsqueda de nuevos segmentos de mercado, implica que se valoren aspectos como:

- ✓ La edad varía según las actividades y el precio de las ofertas.
- ✓ El sexo varía significativamente según la actividad que se realiza.
- ✓ Las preferencias y comportamiento varían según el tipo de turistas (experimentado o no). Los turistas experimentados invierten más tiempo y dinero, prefieren los lugares desérticos, contemplar la naturaleza y el senderismo y las excursiones.
- ✓ La preferencia de hospedaje depende de la compañía con la que se viaje.
- ✓ Crece al interés por viajar en los meses de invierno.

- Edades aproximadas de turistas de aventura y ecoturismo

De aventura:

Personas jóvenes (25-45 años).

La mayoría viaja en pareja.



Ecoturismo:

Edad dispersa.

Mayor participación en el rango de 25-45 y de 46-60 años.

La mayoría viaja en parejas, grupos y familias.

3.1.5 *Ventajas y Desventajas del ecoturismo.*

Ventajas:

Promueve empleos e intercambios económicos para beneficio de un país y su comunidad, logrando así un desarrollo económico y social en un determinado sector; es una fuente de recursos para mantener parques y reservas ecológicas y artesanías como productos turísticos:

- **Beneficio económico:** no hay duda que los ingresos del ecoturismo tanto directos como indirectos son considerables y tienden a aumentar año tras año. Incluyen no sólo los gastos en hoteles, comidas, transportes, pago de guías, compra de artesanía, artículos fotográficos, etc., sino también el pago de entradas a los parques nacionales y otras categorías de áreas protegidas.

En la actualidad es parte de un turismo que ha llegado a ser el principal proveedor de divisas derivadas del uso de la tierra. Dos ejemplos de buenas prácticas a la hora de distribuir los ingresos de esta actividad son los de Costa Rica y Belice, lo que indujo a numerosos gobiernos o entidades privadas a enviar misiones a estos países, con el propósito de aprovechar la experiencia acumulada. Los expertos también aseguran que el factor económico ha sido decisivo a la hora de provocar el interés de otros países.

- **Bajo impacto ambiental:** practicado por personas genuinamente interesadas en la naturaleza, dispuestas a causar el menor disturbio posible y respetuoso de las costumbres locales.



Una técnica para reducir tal impacto es la "zonificación" de áreas protegidas, delimitando las áreas más frágiles con acceso restringido mientras que en otras áreas se permita sólo la visita manteniéndose en el sendero todo el tiempo.

Las áreas protegidas tienen una importante función. En efecto, el uso por parte de eco turistas supone la generación de beneficios, tanto tangibles (empleos locales, por ejemplo) como otros (biodiversidad, protección de aguas y suelos).

En otras palabras el ecoturismo en muchas instancias ha favorecido la conservación de la naturaleza.

- **Favorece la conservación de la biodiversidad:** El ecoturismo ha contribuido en atraer la atención sobre especies en peligro de extinción y fomentar su conservación como el caso del quetzal y el torogoz, aves místicas en las regiones altas de los países centroamericanos. Igual sucede con varias playas donde desovan tortugas marinas y que ahora son protegidas y visitadas por ecoturistas en giras nocturnas con el concurso de guías bien entrenados que vigilan que la observación por parte de visitantes para que no entorpezca las deposiciones de huevos de las tortugas hembras.
- **Ha influenciado en la planificación y la creación de parques y otras áreas protegidas:** El ecoturismo presupone interés y mejor comprensión de parte de los visitantes hacia las poblaciones locales, incluyendo pueblos indígenas y su modo de vivir. Esta es una premisa derivada de la definición del Ecoturismo y en algunas partes ya se aplica.



Desventajas:

Se le puede calificar así por la destrucción de frágiles ecosistemas, por contribuir a la inflación, por cambiar estilos de vida locales, por causar contaminación marina, terrestre, por contribuir a la polución, al calentamiento global.

3.1.6 Necesidades del eco turista:

El ecoturista desea llegar a un área natural afectada lo menos posible por la mano del hombre; quiere admirar ejemplos de la arquitectura autóctona, realizar actividades íntimamente ligadas a la naturaleza –lejos de todo aquello que signifique industrialización, asfalto, pavimento y vida urbana- por ello las instalaciones de infraestructura deberán ser mimetizadas, lo más posible, con el paisaje que las rodea, por tal razón demanda:

- Alojamientos situados cerca del enclave natural o, a ser posible, dentro de él.
- Vehículos especialmente adaptados a la observación de la fauna, flora y geología.
- Guías e intérpretes expertos, conocedores de la superficie.
- Generalmente no está interesado de modo especial en otras vivencias o experiencias que no tengan que ver con el ambiente circundante.
- Está dispuesto a sacrificar sus niveles de confort y lujo a costa de un mayor acercamiento a los recursos naturales.
- Exige elevadas medidas de seguridad, ya que en general, los espacios naturales protegidos se encuentran en lugares de difícil acceso.
- Presta una gran importancia a la cantidad y a la calidad de la información que recibe del entorno visitado, ya sea empresa, audiovisual o personal a través de las guías.
- Es exigente en lo que se refiere al cuidado ambiental del entorno visitado, no sólo se preocupa por la contaminación aparente, sino también por las marcas ambientales menos visibles.



- Suele preguntar por las aguas residuales, qué se hace con los desperdicios o cuál es el trato que se les da a los indígenas o personas que viven a los alrededores del lugar turístico.
- Su nivel económico es medio o alto, igual que su nivel cultural. Por este motivo sacrifica su confort y exige altas prestaciones en el resto del viaje.

Lo antes mencionado, es una labor que el emprendedor debe considerar al ofertar el turismo de este tipo, con base en su sensibilidad e información.

3.1.7 El Ecoturismo debe procurar

Existen varios aspectos que se deben considerar al llevar a cabo las actividades eco turísticas como los siguientes:

- La conservación de la naturaleza.
- La comunicación de la historia natural en la que quedan contempladas características culturales locales y mantener sus rasgos culturales.
- El bienestar de las culturas locales en el sentido de una mejor calidad de vida y no necesariamente un mayor nivel de vida, con esto nos referimos a educación y salud.
- El desarrollo sostenible de las presentes y de las futuras generaciones.
- Promover los valores culturales y de conservación.

En conclusión el ecoturismo es una nueva modalidad de turismo ecológico que permite adoptar estilos de vida diferentes, siempre y cuando se respeten los límites de la naturaleza y se conserven los mismos.

3.1.8 Ecoguías de Turistas para recorridos en El Campo

Para impulsar adecuadamente el turismo ecológico se deberá contar, en todo el país, con guías que tengan un mínimo nivel de conocimientos, para poder conducir a los visitantes. Para ello deberá cumplir con los siguientes requisitos:



Haber tomado por lo menos 100 hrs. de cursos sobre manejo de turistas en áreas naturales protegidas, reservas ecológicas, parques nacionales; además, deben poseer un conocimiento de los valores del turismo tradicional de la región donde desempeñan su trabajo de conducción de grupos de visitantes; información general acerca de ecología, ecosistema, legislación ambiental, geografía, entre otros.

Debe tener una mentalidad preactiva y preventiva, para minimizar riesgos que puedan perjudicar al turista.

3.1.8.1 Técnicas de excursionismo y conducción de grupos

Estrategias para planes Turísticos

Todo proyecto que pretenda poner en marcha un plan real y creíble de turismo ecológico, deberá evaluar, antes de abordar los problemas de diseño de infraestructura: los productos ecoturísticos y los programas de actividades para los visitantes, razón por la cual deberá realizar un estudio de estrategia y desarrollo del propio bien.

El estudio de estrategia es necesario para conocer las características del mercado de la región y las instalaciones turísticas existentes; identificación de la capacidad de la zona para desarrollar turismo ecológico, cultural y de aventura.

Por consiguiente se proponen las estrategias para llevar a cabo el proyecto hotel de montaña El sol naciente de Guazapa.

De marketing integral, donde se mezclara de forma eficiente y eficaz las variables que componen la mezcla de mercadeo y su relación con la calidad en el servicio para dar un valor agregado al turista que nos visite.

Alianzas estratégicas con diferentes sectores involucrados con el turismo de montaña y de turismo en general, para dar cobertura a la demanda del ecoturismo. Estas estrategias y otras se detallaran con mayor precisión en el apartado de mercadeo y ventas.



Acciones

- ✓ **Caminata y Campamento:** Depende del clima y condiciones topográficas. Requieren el equipo necesario, indumentaria y entrenamiento mínimo, así como alimentación y preparación de alimentos en las excursiones.
- ✓ **Eventos de relaciones publicas:** para estrechar relaciones con los medios de comunicación, hoteles de montaña y demás sectores involucrados en la industria turística
- ✓ **Diseñar estrategias de promoción:** para estimular las visitas al hotel el sol naciente de Guazapa e irlo posicionando paulatinamente.

4. MUNICIPIO SAN JOSE GUAYABAL

4.1 Antecedentes Generales.

En el siglo XVIII, El Guayabal era una aldea, perteneciente al municipio de Tonacatepeque, para ese entonces, llamada así, por la abundancia de árboles de guayabo. En 1783 fue segregada y elevada a pueblo, con el título de: "San José Guayabal" y agrupaba a los vecinos de varias aldeas comarcadas.

Como en todos los pueblos salvadoreños, San José Guayabal celebra sus fiestas patronales. Este municipio rinde honor a San José del 15 al 20 de diciembre. Y aunque esta fiesta es muy conocida; la celebración más esperada del lugar es la tradicional "romería" dedicada a Jesús de Rescate o "Jesusito de Rescate" (cómo la gente cariñosamente llama a este Santo). Esta, se extiende del 15 de enero al 2 de febrero. La población de San José Guayabal es de 14,000 habitantes (según alcaldía) y 10,597 habitantes (según SIBASI 2001). Pertenece al distrito de Suchitoto, el municipio se divide en 9 cantones y 3 caseríos.



4.2 Marco Físico Espacial.

Ubicación Geográfica

Este municipio está limitado al norte y al este por Suchitoto y Oratorio de Concepción, al sur por San Martín y Tonacatepeque, al oeste por Guazapa y Tonacatepeque los cuatro últimos municipios de San Salvador. Está rodeado de 5 ríos y quebradas, 3 cerros.

MAPA DE CUSCATLÁN.





4.3 Uso De Suelo.

Infraestructura existente y equipamiento comunitario.

El Municipio de Sn. José Guayabal, cuenta con la infraestructura y equipamiento comunitario necesario para poder brindar servicios básicos a la población de dicho lugar, a continuación se presentan estas Instituciones:

Tabla 5

Instituciones educativas existentes en San José Guayabal.

Municipios	Total de Centros Educativos	Centros Públicos	Centros Privados	Centros Rurales	Centros Urbanos
San José Guayabal	15	14	1	9	6

Tabla 6

Sistema de Salud Pública existente en San José Guayabal.

Municipio	Hospital	Unidad de Salud	Casa de salud
San José Guayabal		2	2

Además el municipio cuenta con dos iglesias Católicas, un grupo de Alcohólicos Anónimos, doce iglesias Evangélicas, quince canchas deportivas, casa de la cultura, dos parques, así como un turicentro llamado Tomas Escamilla; entre las oportunidades laborales podemos mencionar la agricultura, la ganadería y los cítricos; los servicios básicos en el área urbana son agua, luz, teléfono, fosa séptica, Internet, correo, puesto de policía, juzgado de paz y una agencia del CENTA.



Dentro de lo que es el área de prevención, la PNC es la única que está trabajando en el programa PEPAD, el cual se imparte en las escuelas y comunidades; no existen otras iniciativas locales.⁸

Es importante mencionar que dentro del área en estudio (Cantón El Salitre) en cuanto a infraestructura se refiere solamente se tiene una pequeña escuela y una casa de habitación de tipo mixta (bahareque y adobe) la cual proporciona alojamiento a algunos turistas que visitan el Cerro. El lugar carece de una infraestructura adecuada al perfil del ecoturista. Situación que beneficia al proyecto, “construcción de un hostel”, que proporcione un ambiente tranquilo y de relajación para los visitantes.

4.4 Marco Ambiental

Flora

El Cerro Guazapa cuenta con una alta riqueza de especies de flora a pesar de que sus ecosistemas se encuentran altamente perturbados. En una reciente investigación se encontró un listado de 260 especies, entre las cuales cabe mencionar árboles frutales, maderales, bejucos, helechos, entre otros.

Fauna.

Los estudios existentes sobre las especies de fauna halladas en el Cerro de Guazapa fueron basadas en datos cuenta los datos recabados a través de entrevistas realizadas a los pobladores del lugar además de indicios de presencia de animales tales como huellas, excrementos, osamentas, nidos, fragmentos de piel, vocalizaciones, entre otras.

Los datos se presentan agrupados en los siguientes taxones de vertebrados: mamíferos, aves, reptiles y anfibios, etc.

⁸www.gobernacion.gob.sv/observatorio/Iniciativas%20Locales/WEB/Cuscatl%C3%A1n/snjoseguayabal



ESPECIES DE MAMÍFEROS REPORTADOS PARA EL CERRO GUAZAPA

Nombre científico	Nombre común	Nombre científico	Nombre común
<i>Didelphis virginiana</i>	Tacuacín blanco	<i>Micronycters</i> sp.	Murciélago orejón
<i>Philander opossum</i>	Tacuacín hurón, cuatro ojos	<i>Desmodus rotundus</i>	Vampiro común
<i>Sylvilagus floridanus</i>	Conejo de monte	<i>Artibeus jamaicensis</i>	Murciélago de las frutas
<i>Sciurus deppei</i>	Ardilla parda, sapollola	<i>Oryzomys</i> sp.	Ratón
<i>Dasyopus novemcinctus</i>	Cuzuco	<i>Rattus rattus</i>	Rata casera
<i>Dasyprocta punctata</i>	Cotuza, guatuza	<i>Mus musculus</i>	Ratón casero
Agouti paca	Tepescuintle, paca	<i>Leopardus wiedii</i>	Tigrillo o gato margay
<i>Procyon lotor</i>	Mapache, oso labrador	<i>Herpailurus yaguarondi</i>	Gato zonto, Gato de monte
<i>Nasua narica</i>	Pezote, coati	<i>Orthogeomys grandis</i>	Taltuza
<i>Mephitis macroura</i>	Zorrillo, mofeta	<i>Canis latrans</i>	Coyote
<i>Odocoileus virginianus</i>	Venado cola blanca		

5. ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Existe poca población en comparación con otros Municipios, además hay población Urbana y Rural, siendo esta segunda la que predomina en el lugar como veremos a continuación.

Tabla 1- Tamaño y distribución de la población

Municipio	Año	Población	Urbana 3.11%	Rural 1.44%
San José Guayabal	1992	9,915	3,668	6,247
	2000	11,513	4,548	6,965
	Año	Población	Urbana 2.3%	Rural 1.2%
	2003	12,077	4,861	7,216

* Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), del Ministerio de Economía.

** Fuente: Municipalidad de Suchitoto, Actualización del Plan de Desarrollo Local del Municipio de Suchitoto, Febrero 2001.

Como se puede observar, la mayor parte de la población pertenece al sector urbano.

Tabla 2 - Crecimiento y densidad poblacional

Municipio	Población proyectada para el 2003	Superficie en Km ²	Densidad poblacional (hab/km ²)
San José Guayabal	12,077	42.74	282

* Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), del Ministerio de Economía.

** Fuente: Municipalidad de Suchitoto, Actualización del Plan de Desarrollo Local del Municipio de Suchitoto, Febrero 2001.

Según el crecimiento y densidad poblacional ene. Año 2003, se asumía una población de 282 personas por km. 2

Tabla 3. Distribución de habitantes por cantones.

Municipio	Cantones	Población 2003
San José Guayabal	La Cruz	150
	Las Animas	1622
	El Salitre	128
	Llano Grande	1812
	Meléndez	783
	Palacios	419
	Piedra labrada	800
	Ramírez	324
	Rodríguez	1178
	Población Urbana	4861

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), del Ministerio de Economía.

Pudimos observar que el lugar de estudio para nuestro proyecto El cantón El Salitre, solo tiene un total de 128 habitantes, los cuales la mayoría se dedican a actividades propias de la zona. Por lo tanto esto lo hace un lugar muy atractivo para poder realizar actividades de montaña en un ambiente agradable, tranquilo, fuera del bullicio de la ciudad y disfrutar de la naturaleza y toda la riqueza que ofrece el lugar.

Vivienda

En este apartado se presentan los tipos de vivienda que predominan en el municipio de San José Guayabal, siendo la de vivienda de adobe la de mayor preponderancia, con un 56% y la vivienda de construcción mixto con un 30%.



Tabla 4. Tipos de viviendas en el Municipio de San José Guayabal

Tipo de vivienda	1992*	Proyección 2003	%**
Adobe	1085	1344	56%
Mixto	558	720	30%
Bahareque	135	168	7%
Otros	87	168	7%
Total	1865	2400	100%

* Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), del Ministerio de Economía.

** Fuente: El Salvador que Queremos Unidos por la Reconstrucción Ministerio de Relaciones Exteriores

La mayoría de viviendas en San José Guayabal son construidas de adobe que representa un 56% de las viviendas y solo un 30% son vivienda construidas de tipo mixta.



Vivienda rural, Cantón El Salitre

Educación.

En este apartado se hace una descripción del sistema educativo público y privado del municipio de San José Guayabal y de los grados de escolaridad que se atienden.

**Tabla 5.** Población en edad escolar y matrícula en el año 2003

Municipio	Población en edad escolar (4-19 años) 2003	Matrícula 2003	Población No atendida
San José Guayabal	5086	3157	38%

De las personas en edad escolar en el Municipio solo el 62% se matriculó en la escuela y el resto no fue atendido.

Tabla 6. Censo Matricular 2001

Municipio	Sector	Zona	Matrícula de Educación Parvularia	Matrícula de Educación Básica	Matrícula de Educación Media
			Edad 4-6	Edad 7-15	Edad 16-19
San José Guayabal	Público	Rural	285	1226	0
		Urbana	188	1180	247
	Privado	Urbana	0	0	31

Fuente: MINED El Salvador

La mayoría de la población estudiantil del municipio se encuentra en las edades de 7 a 15 años. Y en educación básica de sector publico rural.

Organización social.

Uno de los aspectos relevantes en el municipio de San José Guayabal es que la población esta organizada en Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS), las cuales representan a sus cantones o comunidades, estas asociaciones cuentan con sus Directivas que están legalmente constituidas, aprobadas por el Ministerio de Gobernación, o en todo caso por la Municipalidad a la que pertenecen.



Organizaciones de apoyo

El trabajo que realizan los gobiernos locales, con las comunidades son apoyados por un conjunto de organizaciones nacionales e internacionales, que después de los Acuerdos de Paz firmados en el año de 1992, llegaron a la zona para apoyar el proceso de Reconstrucción; de las cuales aún tienen presencia algunas, como las siguientes:

- Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI).
- La Cooperación Técnica Belga.
- ADESCO
- Asociación Bienestar Yek Ineme (Yek Ineme)
- Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH (GTZ)
- Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida (LAS DIGNAS)
- Asociación de Scouts de El Salvador (ASES)
- Consejo Nacional de Seguridad Pública (CNSP)
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
- Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho (FESPAD)
- Fundación Pro Educación Especial (FUNPRES)
- Instituto Salvadoreño de Desarrollo de la Mujer (ISDEMU)
- FISDL
- UNION EUROPEA
- Organización Panamericana de la Salud (OPS)
- Policía Nacional Civil (PNC)
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- Cámara Agropecuaria y Agroindustrial de El Salvador, CAMAGRO
- FUNDESYRAM
- Visión Mundial
- PROMIPAC
- CESTA Amigos de la Tierra
- Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito y Agrícola Comunal de Paraíso de Osorio (COPAEDO)
- Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES),



- Comité de Repobladores de Cuscatlán (CRC)
- Asociación de Suchitotenses Residentes en Washington, D.C.
- FUNDACION PROGUAZAPA
- Asociación de Suchitotenses Asociados en los Ángeles, California, (SALA).
- Fundación REDES
- Asociación de Pequeños Agricultores (APAGUA)
- Cruz Roja Salvadoreña (CRS)
- Cruz Verde de El Salvador
- Voluntarios de Cuerpos de Paz
- Fundación para el Desarrollo de Comunidades y Municipalidades de El Salvador (Fundacion Municipalia)

5.1 Aspectos Económicos

Población Económicamente Activa

Considerando las leyes de protección al menor y los acuerdos internacionales firmados por el Gobierno de El Salvador sobre las edades para incorporarse a un trabajo productivo, se ha considerado como Población Económicamente Activa de los 15 años en adelante, aunque en la práctica y realidad del municipio objeto de estudio y de los municipios aledaños, los menores de 15 años edad se están involucrando a las actividades agrícolas y de servicio que realizan las familias.

Si se toma en cuenta que la población de los municipios de Tonacatepeque, San José Guayabal, Suchitoto y Guazapa, para el año 2003 se estimó en 92,333 habitantes, se ha calculado que el 68% representaría la PEA, equivalente a 62,786 personas, de los cuales el 60% tiene empleo temporal, ya que dependen del Agro, un 20% tiene empleo permanente y un 20% está desempleado, este último porcentaje aumenta al 60% en la época de verano.

5.1.1 Sistemas De Producción

El municipio de San José Guayabal fundamenta su economía en el Agro, Industria, Comercio y actividad turística.



5.1.2 Comercio y otras actividades relacionadas

Los municipios que han logrado un mayor desarrollo comercial y otras actividades relacionadas son Guazapa y Suchitoto, principalmente los servicios que ofrecen instituciones financieras, hoteles, restaurantes, el transporte y otras actividades, relacionadas con la prestación de servicios. Dentro de este sector tiene gran importancia el desarrollo turístico que ha impulsado Suchito, lo cual le permite generar empleo y aumentar los ingresos de la economía local.

5.1.3 Remesas y otras Fuentes de entradas Económicas

Las remesas familiares han contribuido a mejorar las condiciones de las familias pobres que viven dentro del área de estudio. Según datos del Banco Central de Reserva de El Salvador, éstas han llegado a representar el 13% del Producto Interno Bruto (PIB). Para el año 2003 las remesas sumaron 2 mil millones de Dólares, de los cuales se estima que los municipios de Suchitoto, Guazapa, San José Guayabal y Tonacatepeque recibieron un total de 20 millones de Dólares.

5.1.4 Turismo

A pesar que en el Cerro de Guazapa no existe una infraestructura para poder proporcionar alojamiento adecuado y confortable, existen personas que se interesan en visitar el cerro con la intención de realizar actividades eco turísticas, dentro de estas personas se encuentran turistas nacionales y extranjeros. Estas personas gustan mucho de las caminatas por el cerro, las vistas panorámicas que este ofrece, así como su historia.

5.1.5 Nivel de ingresos

El nivel de los ingresos de más del 48.5 % de la población que se ubica en los municipios de San José Guayabal y Suchitoto vive con menos de \$2 diarios; y en los municipios de Tonacatepeque y Guazapa 34.7%, según el Informe de Desarrollo Económico y Social 2002, FUSADES; en ese sentido se estima



que mas de 8 mil familias viven en pobreza, es decir que no logran cubrir su canasta básica.

6. EQUIPAMIENTO COMUNITARIO

6.1 Agua potable y servicio de aguas negras.

Uno de los problemas que enfrentan las comunidades de las áreas urbanas y rurales, es que sólo el 41.85% de las familias rurales cuentan con sistemas de distribución domiciliaria de agua, La toman directamente de nacimientos, ríos y pozos artesanales. Se ha estimado que el 84.1% de la población urbana posee servicio de agua por tubería. El municipio de Suchitoto, cuenta con un sistema seguro de drenaje de las aguas servidas en la ciudad, a través de una planta de tratamiento, no así, en el resto de municipios (ver tabla 7 y 8).

Tabla 7. Servicios de agua potable y alcantarillado.

Municipio	Red Potable	Red Aguas Negras	Red Desagüe Pluvial
San José Guayabal	SI	NO	NO

Fuente: Informe de desarrollo económico y social 2002, FUSADES

El municipio cuenta con redes de agua potable, mas sin embargo no cuenta con red de aguas negras y red de desagüe pluvial.



6.2 Energía Eléctrica.

En términos generales el servicio de energía eléctrica es aceptable, se estima que más del 98.5% de la población Urbana cuenta con el servicio de energía eléctrica y 79.1% tienen energía eléctrica en el área rural, tal como se muestra en la Tabla 9.

El problema que enfrentan las familias que viven en las áreas rurales es la limitación de ingresos para pagar la cuota de energía eléctrica, que va en promedio de \$7.00 en adelante por mes.

Tabla 8. Hogares con acceso a servicios de energía eléctrica

Clasificación	Total Promedio	P. Pobre*	P. No Pobre
Población Urbana	91.1%	83.7%	98.5%
Población Rural	62%	44.8%	79.1%

*Población pobre con ingresos menores de \$ 425.00 por año

Fuente: Informe de desarrollo económico y social 2002, FUSADES

Los lugares con acceso a servicios de energía eléctrica están representados por un promedio de 91.1% de la población urbana y un 62% la población rural.

7. ANÁLISIS DE MERCADO.

Ficha técnica

Método de investigación	Cualitativo
Técnica	Focus group
No. De participantes	12 personas
Hombres	6
Mujeres	6
Fecha de realización	12 de febrero de 2008

Como parte del plan de negocios se estableció en la metodología de campo, realizar una investigación para identificar las expectativas existentes en el mercado del turismo, acerca de lo que se espera de un hotel de montaña.

Para tal fin se utilizó la técnica del grupo de enfoque o focus group, la cual arrojó los siguientes datos:

Las personas que participaron en la investigación tienen claro que un turista es toda persona que por diversión o negocio optan conocer nuevos lugares, ya sea dentro o fuera del país. En cuanto al Turismo en El Salvador, los entrevistados expresaron que el país posee recursos turísticos que lamentablemente carecen de una estrategia de promoción, agregándose a esto la falta de seguridad para el turista. No obstante, todos afirmaron ser turistas y el 50% expresaron preferencias por el ecoturismo, un 37.5% prefiere el turismo cultural y solo un 12.5% manifestó su gusto por el turismo de playa y cultural.

Además, mencionaron que la frecuencia con que realizan actividades turísticas es de una o dos veces por mes y cada cuatro meses, a diferencia del 25% que menciona realizar visitas turísticas tres veces por mes o dos veces al año.



Otro aspecto importante es, el 25% de los entrevistados realizan actividades turísticas en conjunto con familiares y amigos, un 37.5% expreso su gusto por realizar esta actividad solo con familia y el resto solo con amigos.

Con respecto a la percepción que tienen acerca del turismo de montaña, dijeron que se pueden realizar actividades en convivencia con la naturaleza, es decir, todo lo relacionado a la fauna, flora un clima agradable; concepto que se fundamenta en la experiencia de cada uno de los participantes, puesto que afirmaron que todos han estado en hoteles de montaña o lugares en convivencia con la naturaleza, citando como ejemplo: Hotel Entre Pinos, Miramundo, El Pital, Hotel maya, El Trifinio, Cerro Verde, Chalatenango, san Ignacio, Perkin y la Laguna de Alegria, de los cuales el mas sobresaliente fue El Hotel Entre Pinos, por su infraestructura y la diversidad de servicios que ofrecen, para todos los gustos.

Sin embargo, identificaron alguna deficiencias y debilidades de los hoteles antes mencionados, ejemplo: no ofrecer el servicio de deportes extremos, ni tener personal capacitado que brinde información sobre todos los servicios que los hoteles ofrecen. Señalamientos que el grupo investigador ha considerado como mejoras a realizar, en el proyecto El Sol Naciente de Guazapa,

Con respecto a la unidad de análisis, Cerro de Guazapa, la mayoría manifestó no conocer el lugar, muy pocos lo recuerdan como un cerro donde se vivió el conflicto armando recién pasado en El Salvador, por consiguiente lo relacionan con guerra, bombas, o simplemente un pueblo.

La percepción expuesta dio la pauta para mostrar una presentación del entorno actual del Cerro de Guazapa, demostrándose con las imágenes la abundancia vegetación y la frescura del lugar, que dista mucho a las evocaciones del tiempo de la guerra.



Posteriormente se les expuso el objetivo de la investigación, “la construcción de un hotel de montaña en el Cerro de Guazapa”, por tal razón se les pregunto qué les gustaría encontrar en el nuevo hotel, qué tipo de servicio, valor agregado, entre otros.

Los asistentes expresaron que el hotel debe de ofrecer a los visitantes, tranquilidad y contacto con la naturaleza, una combinación entre actividades ecoturísticas y de ciudad, donde haya Internet, pista de baile, salón de usos

múltiples, paquetes variados y accesibles, seguridad, señalización, equitación . bungalos, habitaciones limpias, individuales y familiares, baño propio, sala de estar , muebles rústicos, zona para acampar al aire libre, piscinas para niños y adultos, entre otros.

En relación a la alimentación, les apetece básicamente comida típica y algunos platillos internacionales. Al referirse al precio el 37.5% estaría dispuesto a pagar \$50 por persona todo incluido; 25% considera que \$75- 100 por persona todo incluido; el 25% estaría dispuesto a pagar \$25 dólares, solo la estadía y por persona; mientras que el 12.5% de \$40 a \$50 dólares por persona, con algo incluido. El recurso humano que consideran el idóneo para este tipo de negocio, son guías turísticos con conocimiento del lugar, cultos, entusiastas y bilingües; la recepcionista debe ser bilingüe con carisma. Contar con personal calificado para la atención al turista.

Es importante destacar que el proyecto les pareció atractivo y que les gustaría ir al hotel en el cerro de Guazapa; agregaron que la idea es adecuada por no existir este tipo de negocio alrededor de la zona y que su ubicación geográfica se ve favorecida por el entorno que lo rodea (Suchitoto), facilitando sus acceso en excursiones o carros particulares. Lo único que necesita es promoción para darse a conocer.



Algunas sugerencias mencionadas por los asistentes para el desarrollo y creación del hotel de montaña en el Cerro de Guazapa son: Precio de introducción para dar a conocer el lugar, dar a conocer los beneficios para la zona en estudio, con el fin de contar con el apoyo de los lugareños, utilizar instituciones que impulsen negocios similares, es decir, instituciones gubernamentales, privadas, ONG'S e inversionistas.

La etapa anterior es importante porque ayudo a determinar en gran medida el desarrollo del proyecto debido a que se conocieron diversos aspectos como el auge del turismo y ecoturismo en nuestro país, al igual que se identificaron algunas características de la población del sector por medio del estudio del índice geográfico de san José Guayaval, al igual que el análisis de mercado ayudaron a establecer factores que se tomaron en cuenta al momento de determinar las características que mas se acoplan a las necesidades de los posibles clientes en el hotel "El Sol Naciente de Guazapa".

***ETAPA DE
PROPUESTA DE DISEÑO***



8. DETERMINACION DEL DISEÑO DEL HOTEL

Basados en los resultados arrojado en el análisis de mercado de la etapa anterior, el estudio del contexto geográfico del lugar y entorno donde se planea efectuar el hotel y las exigencias de este tipo de turismo que se desea implementar se produce la determinación del diseño del hotel el cual poseerá las siguientes áreas:

- Parqueo
- Recepción e información de servicios
- Sala de estar
- Restaurante
- Área de cocina
- Área de juegos para niños
- Un mini museo
- Adecuación de algunas pozas de aguas naturales
- Una pequeña tienda de artesanías
- Cabañas de aspecto rustico
- Área de bicicletas
- Establo
- Glorietas con hamacas
- Desvestideros y baños

8.2 Diseño del hotel.

Aprovechando todos los recursos del Cerro, el hotel será distribuido en áreas estratégicas.

La primera área será la del Lobby, el cual estará en la primera parte plana del terreno.

La segunda área es la del restaurante, el cual se ubicará en la zona que mejor se aprovechan las vistas panorámicas, el clima agradable.

En la tercera área se encontrarán ubicadas las cabañas, se ha escogido una de las zonas más altas por su frescura, sus vistas y privacidad para los huéspedes. (VER ANEXOS).

9. PLAN DE MARKETING.

9.1 La Comercialización.

Para poder comercializar nuestro producto “Hotel el Sol Naciente de Guazapa” se requiere de ciertos aspectos que son importantes para hacerlo llegar hacia el consumidor y de la misma forma sea aceptado por nuestro mercado objetivo. Para ello se necesita de la mezcla de los cuatro componentes del mercadeo que son:

- Precios
- Producto
- Distribución
- Promoción

Precio:

Es la cantidad de dinero necesaria y/o otros artículos con la cantidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

Importancia del Precio:

El precio es un factor significativo en la economía, en la mente del consumidor y en las empresas individuales, ya que en la economía influye en los sueldos, el alquiler, los intereses y las utilidades. El precio es un regulador del sistema económico. En las empresas depende esencialmente en la demanda del mercado ya que el precio afecta a la posición competitiva de la empresa y a su participación en mercado.

Producto:

Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluye otras cosas empaque, color, precio, calidad, y marca juntos con los servicios y la reputación del vendedor.

Promoción:

Es el elemento de la mezcla de marketing de el “Hotel el Sol Naciente de Guazapa” que servirá para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o sus ventas, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamientos del receptor o destinatario.

Los medios a utilizar para dar a conocer nuestro producto y promover el negocio son los siguientes:

TIPO DE PUBLICIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	IMPRESIONES	TIEMPO	COSTO TOTAL
MUPIS	3				
Blvd. De Los Héroes	1	\$169.5	\$ 400.00	1 meses	\$569.50
Blvd. Del Ejercito	1	\$ 169.5	\$400.00	1meses	\$569.00
La Gran Vía	1	\$ 169.5	\$400.00	1meses	\$569.00
TOTAL					\$1708.50

VALLAS (9 X 3.05)	3				
Carretera a Comalapa	1	\$300	\$700	1 MESES	\$1000.00
Suchitoto	1	\$527	\$ 700	1 MESES	\$ 1227.00
Chalatenango	1	\$527	\$700	1MESES	\$1227.00
TOTAL					\$3454.00
BROSHURES	2000	\$ 0.50			\$1,000

TIPO DE PUBLICIDAD	HORARIO JUEVES Y VIERNES	# DE CUÑAS POR SEMANA	COSTO POR CUÑA	TIEMPO	COSTO TOTAL
RADIO					
ABC	5:00 – 7:00 pm	4	\$19.37	8 veces por mes	\$619.84
FUEGO	9:00 – 11:00 am.	4	\$19.37	8 veces por mes	\$619.84
LASSER	7:00 – 8:00 am	2	\$16.79	8 veces por mes	\$ 267.36
	5:30 – 6:30 pm	2	\$16.79	8 veces por mes	\$ 267.36
TOTAL					1774.40



TIPO DE PUBLICIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PRENSA ESCRITA	1	\$ 253.12	\$ 253.12

Además de todo lo anterior se han diseñado una serie de estrategias las cuales nos ayudaran a alcanzar los objetivos y metas que nos hemos trazado.

¿Que es estrategia?

Es un plan general de acción en virtud del cual una organización se propone alcanzar una meta. Las estrategias deberán estar enfocadas para cada una de los elementos del marketing y determinara el nivel de aceptabilidad que este tenga para su funcionamiento para el mercado que se quiere alcanzar.

Estrategias de Precios

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TACTICA
Lograr la aceptabilidad de nuestro mercado meta.	Fijar el precio de los paquetes y servicios que se brindaran en el hotel en base a los costos competitivos, estudiando los costos de la competencia.	Precios de penetración al mercado.
Lograr mantener e incrementar la participación de los servicios de hotel de montaña en el mercado.	Fijación de precios orientados al valor agregado del producto.	Precios competitivos.
Enfrentar a la competencia.	Utilizar precios de penetración en el mercado.	Precios competitivos.



Estrategias de Productos

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TACTICA
Posicionar nuestro hotel dentro del mercado.	Diferenciación del producto.	Crear una imagen atractiva del hotel.
Brindar un servicio de alta calidad.	Utilizar las normas ISO 9001	Asesorarse con empresa consultora en normas de calidad.
Ser reconocidos a través de la innovación de nuestros servicios.	Presentar nuestro hotel a través de la calidad e innovación.	Promocionar el hotel de forma masiva.
Posicionarnos a través de otros competidores.	A través de alianzas estratégicas.	Promoción masiva del hotel con nuestras alianzas.

10. PLAN DE VENTAS

Es vital que todo negocio planee las ventas de sus productos y servicios, para que puedan ser conocidos en el mercado.

Estos planes se deben realizar en base a la competencia para poder tener oportunidad dentro del mercado.

Para el caso del "Hotel el sol Naciente de Guazapa", se han creado una serie de servicios que se ofrecerán al mercado que guste específicamente del turismo de montaña, estos servicios se han creado con base a la competencia existente



identificando cuales son las deficiencias de esta para así nosotros aprovecharlas y ofrecerlas como un valor agregado.

A continuación se presenta una lista conteniendo los servicios que pretenden prestar:

OFERTA DE SERVICIOS

PRECIOS PARA HUESPEDES

PAQUETE 1 \$ 70.00

INCLUYE:

Habitación doble

Dos desayunos

Uso de piscina (exclusiva para huéspedes)

Caminata con guía turístico (programadas)

Visita a museo y tienda de artesanías

PAQUETE 2 \$ 150.00(PARA CUATRO PERSONAS)

INCLUYE:

Habitación con capacidad para cuatro personas

Dos camarotes y dos camas

Uso de piscina (exclusiva para huéspedes)

Caminata con guía turístico (programadas)

Visita a museo y tienda de artesanías.

Dos desayunos



PRECIOS PARA VISITANTES.

PAQUETE TODO INCLUIDO (INDIVIDUAL) \$30.00

INCLUYE:

Glorieta (6 personas máximo)
Uso de piscinas de agua natural.
Visita a museo y tienda de artesanías
Caminata con guía turístico (horas programadas)
Almuerzo
Dos hamacas

PAQUETE ESPECIAL PARA GRUPOS DE 20 PERSONAS \$ 500.00

INCLUYE:

Mesas y sillas ubicadas en uno de nuestros patios y jardines
Almuerzos
Caminata con guía turístico.
Visita a museo y tienda artesanías
Uso de piscina de agua natural.

Para los paquetes anteriores le ofrecemos las siguientes opciones de almuerzos:

ALMUERZOS:

OPCION N 1: pollo asado, arroz, ensalada.

OPCION N2: 4 onzas de carne, arroz, ensalada.

Todos incluyen dos tortillas y gaseosa.



PAQUETE TRANSPORTE (MAXIMO 25 PERSONAS)

Lo traemos desde el lugar que se encuentre hasta nuestras instalaciones. (El precio variara de acuerdo a la distancia).

OTROS SERVICIOS

Uso de glorieta	\$ 15.00
Uso de hamaca	\$ 4.00
Uso de sillas haraganas	\$ 5.00
Uso de caballo	\$ 20.00 la hora (ruta programada) incluye guía.
Uso de bicicleta de montaña	\$ 25.00 la hora con un deposito de
	\$ 100.00
Caminatas a rutas no programadas	\$ 20.00
Tienda de campaña con capacidad para cuatro personas. Seguridad y guía turístico durante todo el tiempo de acampamiento (un día y una noche).	\$ 150.00

11. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS Y DETERMINACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

11.1 Requerimiento De Personal.

Toda empresa para su buen funcionamiento necesita del Recurso Humano, ya que sin este seria imposible lograr los objetivos y metas trazados. Este personal debe contar con el perfil requerido para desempeñar su trabajo.



A continuación se presenta el requerimiento de personal necesario para hechar andar este proyecto:

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	SUELDO	TOTAL
Gerente	1	\$600	\$600
repcionista	1	\$200	\$200
Mucama*	1	\$84	\$84
Cajeros	1	\$200	\$200
Mantenimiento	1	\$152.60	\$152.60
Chef	1	\$200	\$200
Cocineros(ayudante de cocina)	1	\$152.60	\$152.60
Meseros*	2	\$96	\$192
Encargado de mercadeo y ventas	1	\$500	\$500
Asistente de mercadeo y ventas	1	\$350	\$350
Guías turísticos	1	\$152.60	\$152.60
Vigilantes	3	\$152.60	\$457.80
TOTAL DE PERSONAL	15		\$3,241.60

*** NO están sujetos a descuentos.**

Calculo de las prestaciones:

ISSS Patronal (7.5%)	\$222.42
AFP Patronal (6.5%)	<u>\$192.76</u>
Total Prestación	\$415.18

11.2 Requerimientos Del Hotel.

Es necesario que todo negocio cuente con su mobiliario y equipo que ayude a la realización de los objetivos trazados. Además son necesarios para poder brindar todos los servicios ofrecidos a nuestro mercado:



MOBILIARIO Y EQUIPO			
Cantidad	Detalle de la Inversión	Costo Unitario	Subtotal
3	TV Pantalla plana 50"	\$700.00	\$2100
1	Dvd	\$50.00	\$50.00
1	Aire Acondicionado	\$250.00	\$250.00
1	Equipo de proyección y audio para salón de usos múltiples	\$1000.00	\$1,000.00
6	Juego de recamara para empleados	\$175.00	\$1,050.00
1	Juego de sala de mimbre para recepción	\$300.00	\$300.00
1	Equipo de oficina	\$3000.00	\$3000.00
20	Hamacas	\$11.00	\$220.00
15	Haraganas	\$25.00	\$375.00
7	Sillas y mesa de jardín para glorieta	\$75.00	\$525.00
1	Mueblería y equipo para museo y venta de artesanías	\$500.00	\$500.00
1	Accesorios decorativos para recepción, restaurante y demás áreas del hotel.	\$800.00	\$800.00
1	Equipo y utensilios de Cocina	\$10000.00	\$10,000.00
7	Tiendas de campana	\$100.00	\$700.00
12	Mesas y sillas para restaurante	\$150.00	\$1,800.00
2	Juegos infantiles	\$500.00	\$1,000.00
TOTAL		\$23,670.00	

EQUIPO DE TRANSPORTE			
2	Mototaxi	\$4000.00	\$ 8,000.00
1	Microbús	\$7000.00	\$ 7,000.00
12	Bicicletas de montaña	\$200.00	\$ 2,400.00
TOTAL		\$ 17,400.00	
Terreno		\$ 50,000.00	
Costo de Construcción		\$335,000.00	
Capital de trabajo		\$ 5,000.00	
TOTAL			\$431,070.00



11.3 Costos Y Gastos Anuales.

Dentro de este rubro incluiremos todos los costos y gastos en que se incurrirá para hechar a andar el proyecto anualmente.

Personal.	\$ 43,881.36
Alimentación.	\$ 99,975.33
Servicios	\$ 3,600.00
Publicidad	\$ 78,678.24
Papelería	\$ 3,600.00
Suministros	\$ 9,360.00
Depreciación.	\$ 21,484.00
Total costos	\$ 260,578.93

12. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Toda Organización necesita del Recurso Humano y este debe tener bien definidas cuales son las funciones que deberá desempeñar dentro de la misma, para que exista un trabajo eficiente.



12.1 Organigrama

A través del Organigrama podemos observar claramente las unidades de mando de una empresa.



12.2 Funciones

A continuación se describen las funciones de los diferentes cargos administrativos:

GERENTE

- * Representación legal de la empresa.
- * Plantación estratégica de la empresa.
- * Elaboración de planes operativos y su respectivo seguimiento.
- * Administración de los recursos de la empresa.



- * Define funciones de puestos.
- * Interviene en el proceso de reclutamiento de personal.
- * Supervisa el trabajo de sus subalternos.
- * Participa en las reuniones con los jefes de departamentos y elabora informes periódicos para junta de accionistas.
- * Elabora los horarios de trabajo del personal de recepción.
- * Revisa la facturación de las cuentas de los huéspedes.
- * Mantiene actualizada la capacitación del empleado.
- * Coordina y supervisa las labores del personal de recepción.
- * Asegura que se logre la satisfacción total del cliente.
- * Mantiene informado al personal de las actividades y disposiciones gerenciales.
- * Se asegura de que las tarifas aplicadas sean las correctas.
- * Apoya al personal en la solución de problemas.
- * Revisa los reportes para asegurar que sean correctos.

RECEPCIONISTA

- Recibe a los huéspedes.
- Vende y asigna habitaciones.
- Da información general del lugar.
- Revisa el reporte de habitaciones hecho por ama de llaves.
- Lleva el control de entrada/salida de huéspedes.
- Reporta a ama de llaves las habitaciones check out para fines de limpieza.
- Lleva el control de las llaves de la habitación.
- Elabora reportes.
- Atiende las sugerencias y quejas de huéspedes en el hotel en cuanto a la asignación de habitaciones y reservaciones.



- Monitorear la disponibilidad de habitaciones.

CAJERO

- Recibe los pagos realizados por clientes de restaurante
- Elabora facturas de cobro.

MUCAMA

- Se encarga de la limpieza del hotel, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc.
- Tiene a cargo el área de lavandería.

MANTENIMIENTO

Tiene a su cargo todas las labores relacionadas con el mantenimiento del hotel, jardinería, limpieza de pozas y oficios varios.

CHEF

- Su función principal es elaborar los platillos ordenados por los clientes a la mayor brevedad posible y acatando normas de higiene.

AYUDANTE DE COCINA

- Este empleado debe trabajar bajo la supervisión y en coordinación con el chef, colaborando en la elaboración de platillos solicitados por los clientes.

También es encargado de realizar las compras solicitadas por el chef, con el fin de contar con los insumos en el área de restaurante.

MESEROS

- Tomar órdenes de los clientes y notificarlas al chef o al ayudante de cocina con la mayor brevedad posible.
- Mantener las mesas del restaurante limpias.
- Velar por la satisfacción total del turista en cuanto a la comida y servicio de restaurante se refiere.



- Llevar la cuenta de consumo en restaurante al cliente cuando este la solicite.

MERCADEO Y VENTAS

Este departamento se dedica principalmente a las ventas y a la publicidad, aquí es donde se contacta a los clientes y se les presenta la empresa para ofrecer los servicios.

Este departamento consta de dos personas; el jefe del departamento y un asistente. Entre sus labores principales están:

- Cerrar trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean nuestros servicios
- Elaborar estrategias de publicidad y promoción
- Buscar clientes potenciales
- Informar sobre las ventas realizadas

GUIAS TURISTICOS

Su labor principal es mostrar a los turistas los recursos con los que cuenta el Cerro de Guazapa, así mismo guiarlos e informarles sobre las rutas previamente establecidas.

Además es la persona encargada de exponer los restos de armamentos y objetos precolombinos exhibidos en el museo.

VIGILANTES

Encargados de brindar seguridad a los turistas y de salvaguardar las instalaciones y bienes del hotel.

ETAPA FINANCIERA



13. ETAPA FINANCIERA

El campo de las finanzas es extenso y dinámico. Afecta directamente a todas las organizaciones. Se pueden definir como el arte y la ciencia de administrar el dinero.

13.1 Presupuesto De Inversión.

A continuación se presentan los principales costos de inversión en los que se incurrirá para la puesta en marcha del hotel :

Total de Mobiliario y Equipo	\$ 23,670.00
Total de Equipo de Transporte	\$ 17,400.00
Inversión Fija	\$ 385,000.00
Capital de trabajo	\$ 5,000.00
INVERSION INICIAL	\$431,070.00

13.2 Presupuesto De Publicidad

A continuación se presentan los gastos en que se incurrirán en concepto de publicidad de l Hotel:

PUBLICIDAD	COSTO
Vallas	\$ 3,454.00
Radio	\$ 1,774.40
Pagina de Internet	\$ 75.00
Broshurs	\$ 1,000.00
Prensa Escrita	\$ 253.12
Total Publicidad	\$ 78,678.24



13.3 Presupuestos De Costos Y Gastos

Este representa todos los costos y gastos anuales en que se incurrirá al momento de la ejecución del proyecto:

CONCEPTO	TOTAL
Personal	\$ 43,881.36
Alimentación	\$ 99,975.33
Servicios	\$ 3,600.00
Publicidad	\$ 78,678.24
Papelería	\$ 3,600.00
Suministros	\$ 9,360.00
Depreciación	\$ 21,484.00
Total costos	\$ 260,578.93

13.4 Flujo De Efectivo

El cuadro que se presenta a continuación incluye las actividades principales de la empresa en cuanto a ventas otros ingresos y costos

Y que además permite conocer el periodo de recuperación de la inversión.



HOTEL EL SOL NACIENTE DE GUAZAPA								
FLUJO DE EFECTIVO								
AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7
Precio de venta		\$ 100.00						
Ventas								
Ingresos por renta de cabañas		\$ 62,400.00	\$ 67,392.00	\$ 72,783.36	\$ 78,606.03	\$ 84,894.51	\$ 87,441.35	\$ 90,064.59
Ingresos del restaurante		\$ 131,835.60	\$ 142,382.45	\$ 153,773.04	\$ 166,074.89	\$ 179,360.88	\$ 184,741.70	\$ 190,283.96
Otros ingresos		\$ 148,968	\$ 160,885.44	\$ 173,756.28	\$ 187,656.78	\$ 202,669.32	\$ 208,749.40	\$ 215,011.88
Total ingresos		\$ 343,203.60	\$ 370,659.89	\$ 400,312.68	\$ 432,337.69	\$ 466,924.71	\$ 480,932.45	\$ 495,360.42
Costos								
Personal		\$ 43,881.36	\$ 46,075.43	\$ 48,379.20	\$ 50,798.16	\$ 53,338.07	\$ 56,004.97	\$ 58,805.22
Alimentación		\$ 85,693.14	\$ 92,548.59	\$ 99,952.48	\$ 107,948.68	\$ 116,584.57	\$ 120,082.11	\$ 123,684.57
Servicios		\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Publicidad		\$ 78,678.24	\$ 78,678.24	\$ 78,678.24	\$ 78,678.24	\$ 78,678.24	\$ 78,678.24	\$ 78,678.24
Papelería		\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Suministros		\$ 6,240.00	\$ 6,739.20	\$ 7,278.34	\$ 7,860.60	\$ 8,489.45	\$ 8,744.13	\$ 9,006.46
Depreciación		\$ 21,484.00	\$ 21,484.00	\$ 21,484.00	\$ 21,484.00	\$ 21,484.00	\$ 21,484.00	\$ 21,484.00
Total costos		\$ 243,176.74	\$ 252,725.46	\$ 262,972.25	\$ 273,969.68	\$ 285,774.33	\$ 292,193.45	\$ 298,858.49
Utilidad antes de impuestos		\$ 100,026.86	\$ 117,934.43	\$ 137,340.43	\$ 158,368.01	\$ 181,150.38	\$ 188,739.00	\$ 196,501.93
Impuesto		25006.715	29483.6072	34335.10629	39592.00358	45287.59487	47184.74918	49125.4836
Utilidad después de impuestos		\$ 75,020.15	\$ 88,450.82	\$ 103,005.32	\$ 118,776.01	\$ 135,862.78	\$ 141,554.25	\$ 147,376.45
Utilidad mas depreciación		\$ 96,504.15	\$ 109,934.82	\$ 124,489.32	\$ 140,260.01	\$ 157,346.78	\$ 163,038.25	\$ 168,860.45
Inversión	\$(431,070.00)					\$(41,070.00)		
Flujo de efectivo	\$(431,070.00)	\$ 96,504.15	\$ 109,934.82	\$ 124,489.32	\$ 140,260.01	\$ 116,276.78	\$ 163,038.25	\$ 168,860.45

VAN \$ 89,797.98

Tasa de descuento 15%

TIR 21%



14. ASPECTOS LEGALES

Con La Alcaldía Municipal.

Dentro de los aspectos legales que se deben realizar dentro de La Alcaldía Municipal, la empresa tiene que realizar los trámites de Pagos de Impuestos Municipales, Licencias y permisos, Rótulos.

Con el Ministerio de Hacienda.

La empresa realizará los trámites pertinentes, para la legalización de documentos requeridos por dicha Institución Pública, para efectos de cumplimiento de la ley tributaria y fiscal.

Con El Registro de Comercio.

La empresa solicitará la matricula de comercio, para su debida inscripción, con el respectivo formulario extendido por dicha institución.

Con Estadística y Censos.

La empresa extenderá, la documentación solicitada por La DIGESTYC, para efectos de ser tomada como una empresa activa en el entorno empresarial y así poder llevar un control y comparación del desenvolvimiento de la empresa en la industria.

Registro De Nacional De Turismo.

Requisitos indispensables a presentar para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo:



14.1 Pasos y documentos para inscribir una empresa.

Primer Paso para inscribir la Empresa en RNT:

Si es persona natural:

- 1) Remisión de solicitud por parte del Solicitante
- 2) Fotocopia de la Inscripción de la Matricula de Empresas y Establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con la Empresa turística que desea inscribir
- 3) Declaración Jurada
- 4) Formulario para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo deberá de estar completo
- 5) Copia de DUI y NIT del propietario

Si es persona Jurídica:

- 1) Remisión de solicitud por parte del Representante Legal.
- 2) Fotocopia de la Inscripción de la Matricula de Empresas y Establecimiento en el Registro de Comercio, , relacionada con la Empresa turística que desea inscribir.
- 3) Declaración Jurada.
- 4) Formulario para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo deberá de estar completo.
- 5) Copia de la Escritura Publica de Constitución de la Sociedad. debidamente inscrita a Registro de Comercio.
- 6) Copia de DUI y NIT del Representante Legal.

CONCLUSION

Debido al estudio realizado para la creación de este de plan de negocio se puede concluir que este proyecto es interesante y realizable ya que el lugar cuenta con las condiciones necesarias para llevarlo a cabo por su imponente belleza natural rica en flora, fauna, historia y otros atractivos que resultan llamativos para cualquier turista, además de tomar en cuenta el apoyo que el sector turismo tiene hoy en día.

Es importante mencionar que este proyecto beneficiara a nuestro país fortaleciendo el sector turismo ofreciendo una opción mas de turismo de montaña a nivel nacional , además de incrementar y diversificar oportunidades de empleo en el lugar donde se ubicara el hotel. Así mismo beneficiara al medio ambiente en la conservación de los recursos naturales de la zona, realizando la belleza natural de nuestro país y al mismo tiempo haciendo conciencia en los visitantes de la importancia de cuidar la naturaleza.

Otro punto importante a mencionar es que el proyecto es ambicioso para nosotras como futuras profesionales y empresarias ya que hemos aprovechado la realización de este proyecto para aplicar los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera y emprender negocios provechosos y rentables a futuro.

La investigación de mercados permitió identificar características, gustos y preferencias de personas que gustan del turismo de montaña, información que sirvió para la determinación de aspectos como el diseño del hotel considerando necesario que este sea apegado a la naturaleza: con cabañas de madera equipadas con los servicios básicos para el confort de los huéspedes además de el establecimiento de precios, publicidad y servicios.

También basado en la investigación se ha creado un plan de marketing en donde se definen los medios a utilizar para llegar a los posibles clientes del hotel de montaña.

Para finalizar pudimos determinar la factibilidad del plan de negocios ya que en la etapa financiera se pudo observar un saldo positivo de las ganancias en relación con los costos, y la recuperación de la inversión la cual se dará en el cuarto año. Por lo tanto este proyecto es rentable, realizable para cualquier inversionista que cuente con el capital para poder llevarlo a la práctica.

BIBLIOGRAFIA:

- ✓ Ministerio de Turismo www.elsalvadorturismo.gob.sv
- ✓ Turismo, su guía por El Salvador. www.turismo.com.sv
- ✓ CORSATUR. www.corsatur.gob.sv
- ✓ Instituto Salvadoreño del Turismo www.istu.gob.sv
- ✓ Lawrence J. Gitman. Principios de Administración Financiera, décima Edición.

ANEXOS

CALCULOS PARA OBTENER LA INFORMACION UTILIZADA EN LA ETAPA FINANCIERA

Días laborados en el año = 156 días

Precio de alquiler cabañas = \$100

Ocupación Hotelera = 59.96% (año 2007) (ver anexo capac. hotelera)

Gasto diario de un turista = \$93.90

El precio promedio de gastos de un turista es del \$93.90 según el cuadro número. en base a eso se a determinado un 70% para gasto en habitación y un 30% para gasto en alimentación, esto se demuestra en los cálculos siguientes:

Anexo 1

Porcentaje de Gasto Diario en Alimentación	:	Gasto Diario x 30%	
	:	\$93.90 x 0.30 =	28.17
Porcentaje de Gasto Diario en Habitación	:	Gasto Diario x 70%	
	:	\$93.90 x 0.70 =	65.73
Ingreso Por Restaurante	:	Porcentaje de Gasto Diario en Alimentación x	Ocupación en Restaurante x Días Laborados
	:	28.17 x 30 (personas) x 156	= 131,835.60
Ocupación en Cabañas	:	6 X 59.96% =	4 cabañas
Ingreso por renta de cabañas	:	\$100 x 156 días x 4 cabañas =	\$62,400.00

Para determinar los otros Ingresos se tomo en cuenta el numero de unidades de cada objeto a alquilar; para luego multiplicarlo por el porcentaje de la capacidad hotelera mostrado en el anexo 4

El resultado de esto equivale al número de objetos a utilizar.

Anexo 2

Los Ingresos (Tienda De Artesanías, Alquiler De Salón De Usos Múltiples, Bicicletas, Tiendas De Campaña				
12	bicicletasX	59,96%	7,1952	Equivale a 7 bicicletas ocupadas
20	hamacas X	59,96%	11,992	Equivale a 12 hamacas
15	haraganas X	59,96%	8,994	Equivale a 9 haraganas
7	tiendas de campanaX	59,96%	4,1972	Equivale a 4 tiendas de campana
6	glorietas	59,96%	3,5976	Equivalente a 4 glorietas

Otros Ingresos Equivalente En Dólares			
Otros servicios	Cantidad	Precio	Total
Bicicletas	7	\$ 25,00	\$ 27.300,00
Hamacas	12	\$ 4,00	\$ 7.488,00
Haraganas	9	\$ 5,00	\$ 7.020,00
Tiendas de campana	4	\$ 150,00	\$ 93.600,00
Glorietas	4	\$ 15,00	\$ 9.360,00
Salon de usos multiples	2 mensuales	\$ 175,00	\$ 4.200,00
Total otros ingresos			\$ 148.968,00

Anexo 3

CALCULO DE COSTOS

Costo de ventas restaurante = 65%
Personal = sueldo + prestaciones * 12 meses
Alimentación = Costo de ventas restaurante x ingresos por restaurante
Servicios = 300 * 12 meses
Publicidad= 6556.52 x 12 meses
Papelería= 300 x 12 meses
Suministros = Ingreso por cabañas x 10 %
Depreciación = 21,484.00

Anexo 4

ESTADIA HOTELERA Y GASTO PROMERDIO DIARIO 2002-2007

	2002	2003	2004	2005	2006	2006 (1er. Semestre)	2007 (1er. Semestre)
ESTADIA PROMEDIO (NOCHES)	4	5	5	6	7.3	7.3	7.3
OCUPACION HOTELERA	52%	53%	53%	59.50%	62.50%	52.1%	59.96%
GASTO PROMEDIO	\$90.0	\$87.0	\$87.0	\$91.6	\$93.9	\$93.9	\$93.9

Anexo 5

MODELO DE DECLARACIÓN JURADA

Yo, _____, de ____-años de edad, del domicilio de _____, actuando en mi calidad de _____ de la sociedad _____ Declaro bajo juramento que toda la información contenida en el formulario de inscripción del Registro Nacional de Turismo, así como de sus anexos, son verdaderos y autorizo a la Corporación Salvadoreña de Turismo, para indagar sobre la certeza de la misma, comprometiéndome a suministrar cualquier otra información que pueda ser requerida.

_____, a los ____ días del mes de _____ de dos mil seis

Firma de titular

Representante Legal o Apoderado

Anexo 6

PAGO PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO.

El registro de cada una de sus Empresas Turísticas y del titular, causarán los siguientes derechos en Dólares de los Estados Unidos de América:

a) Inscripción de Empresas Turísticas de acuerdo a sus activos totales:

Hasta US\$ 12,000.00..... US\$ 15.00

De US\$ 12,001.00 hasta US\$ 25,000.00..... US\$ 25.00

De US\$ 25,001.00 hasta US\$ 50,000.00 US\$ 50.00

De US\$ 50,001.00 hasta US\$ 200,000.00..... US\$ 100.00

De US\$ 200,000.00 en adelante..... US\$ 200.00

b) Inscripción del Titular, ya sea persona natural o jurídica, Veinticinco Dólares (US\$ 25.00)

c) Renovación bianual de los respectivos registros, Veinticinco Dólares (US\$ 25.00).

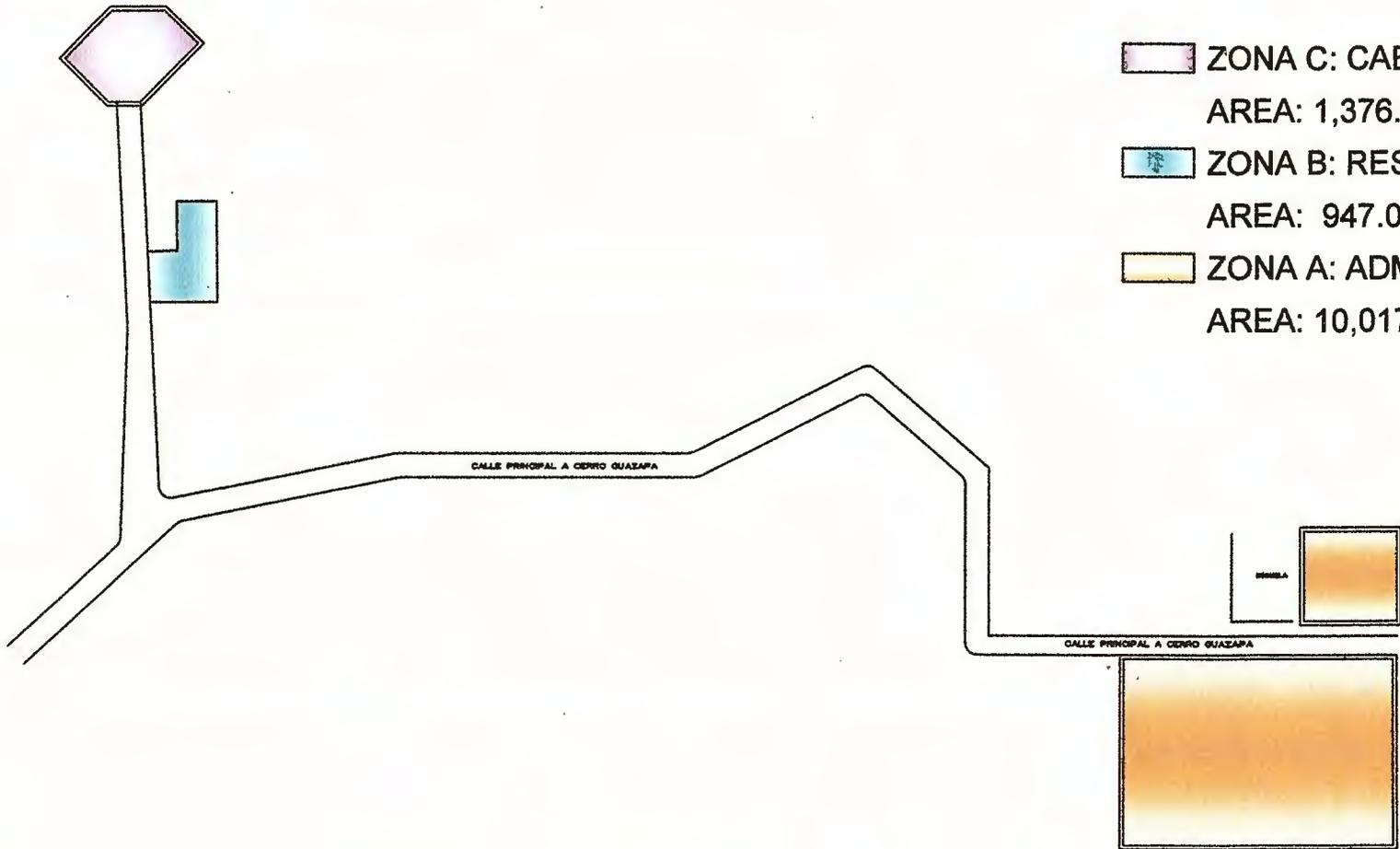
d) Registro de traspasos, modificaciones y cancelaciones de registro a solicitud de parte interesada, Cincuenta Dólares (US\$ 50.00).

Los derechos antes mencionados se pagarán en la Tesorería Institucional de CORSATUR.



Anexo 7

		DATOS OBLIGATORIOS DEL PRESTADOR DE SERVICIOS TURISTICOS			
1. Nombre comercial :					
2. Tipo de empresa (Especificar si es alojamiento, restaurante, operador de turismo, etc.)					
3. Tipo de propietario:					
		Persona Natural			
		Persona Jurídica			
		Otros, Especifique			
4. Nombres y apellidos del propietario:					
5. Tipo de documento:					
		DUI			
		Pasaporte			
		No Aplica			
6. Número de Documento de identidad:					
7. Nombre del representante legal y/o apoderado:					
8. Tipo de documento:					
		DUI			
		Pasaporte			
		No Aplica			
9. Número del documento de identidad:					
10. Nombre, razón social o denominación:					
DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO O DE LA SOCIEDAD					
1. Número de matrícula de comercio:					
2. Actividad comercial según matrícula de empresa y establecimiento					
3. Activo declarado en US dólares (según matrícula de empresa y establecimiento)					
4. Número de NRC o IVA del propietario o de la sociedad					
5. NIT					
6. Número de inscripción de la sociedad en el registro de comercio					
7. Número de establecimientos					
8. Dirección completa del establecimiento:					
9. Teléfono establecimiento:				10. Fax establecimiento:	
11. Dirección completa para oír notificaciones:					
12. Teléfono para oír notificaciones:					
13. Correo electrónico de la empresa:					
14. Direcciones URL (Sitios web):					
5. Nombre (s) del contacto:					



-  ZONA C: CABAÑAS
AREA: 1,376.48 M2
-  ZONA B: RESTAURANTE
AREA: 947.05 M2
-  ZONA A: ADMINISTRACION
AREA: 10,017.17 M2

ZONIFICACION



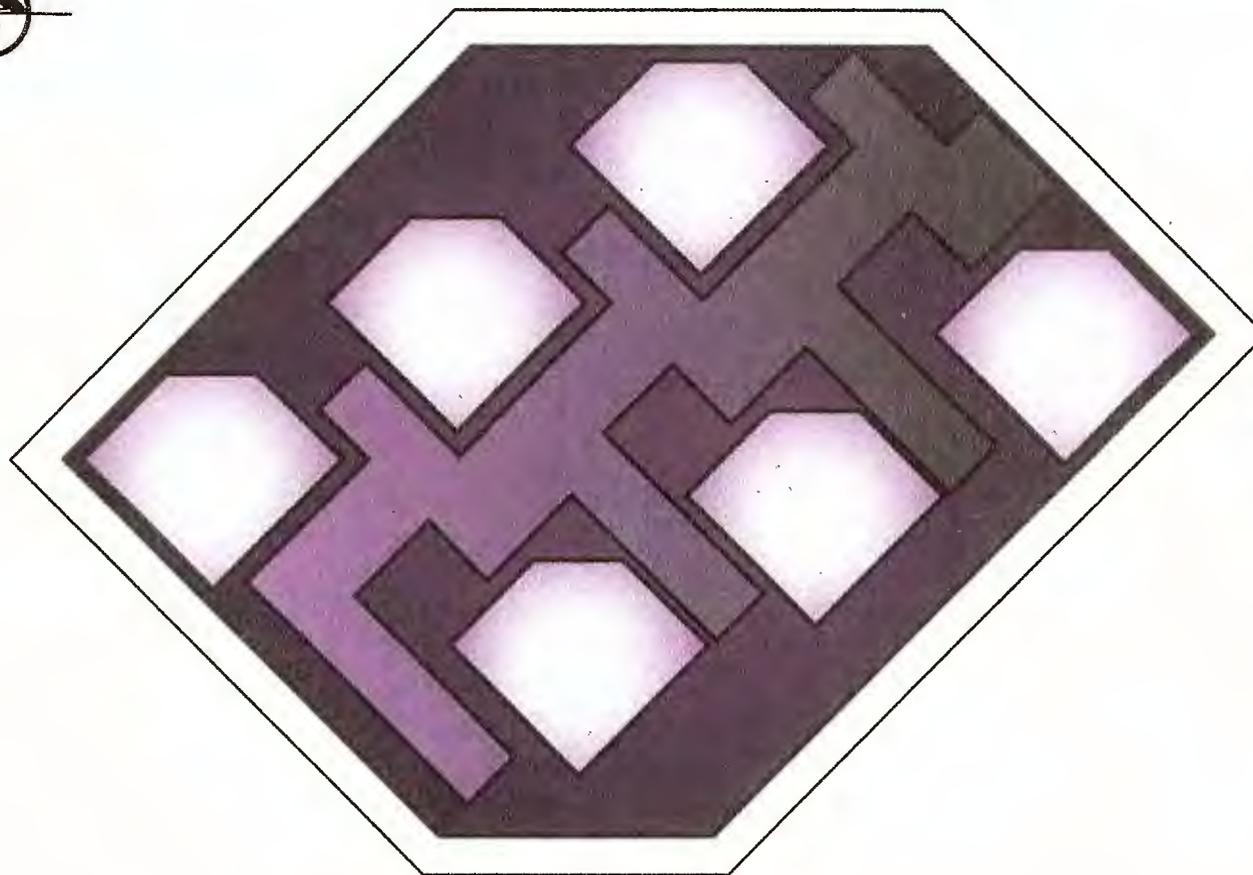
HOJA # 1

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
ZONIFICACION

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



-  AREA DE CABAÑAS
AREA: 421.917 M2
-  AREA VERDE
AREA: 646.68 M2
-  AREA DE CIRCULACION
AREA: 307.88 M2

distribucion de areas en zona c



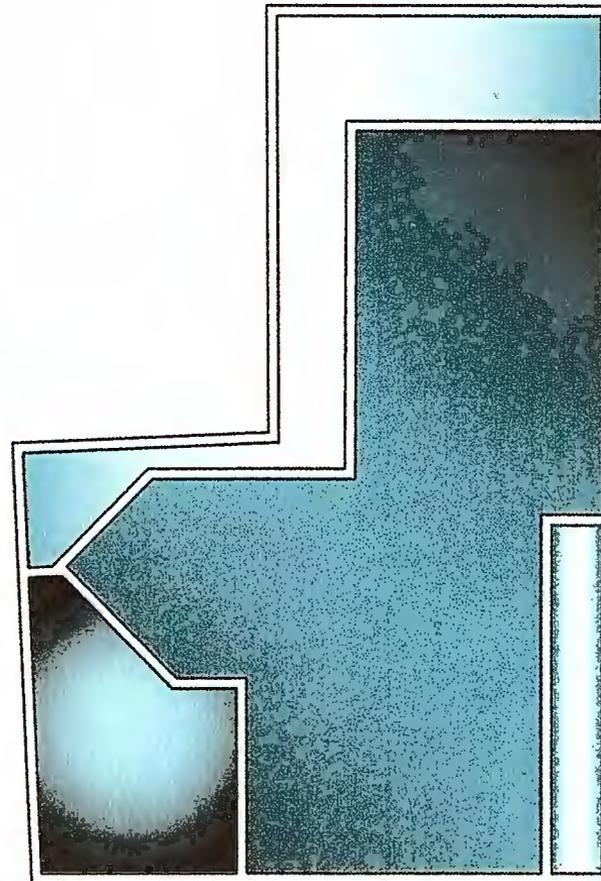
HOJA # 2

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
DISTRIBUCION DE AREAS EN ZONA C

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



-  AREA DE RESTAURANTE
AREA: 529.12 M2
-  AREA VERDE
AREA: 311.39 M2
-  AREA DE JUEGOS INFANT.
AREA: 106.54 M2

distribucion de areas en zona B



HOJA # 3

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

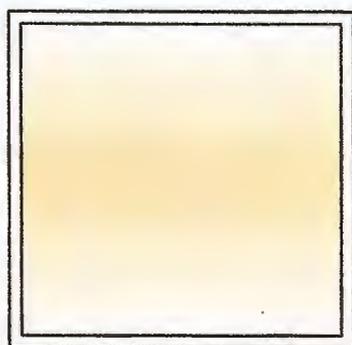
CONTENIDO:
DISTRIBUCION DE AREAS EN ZONA B

FECHA:
MARZO DE 2008

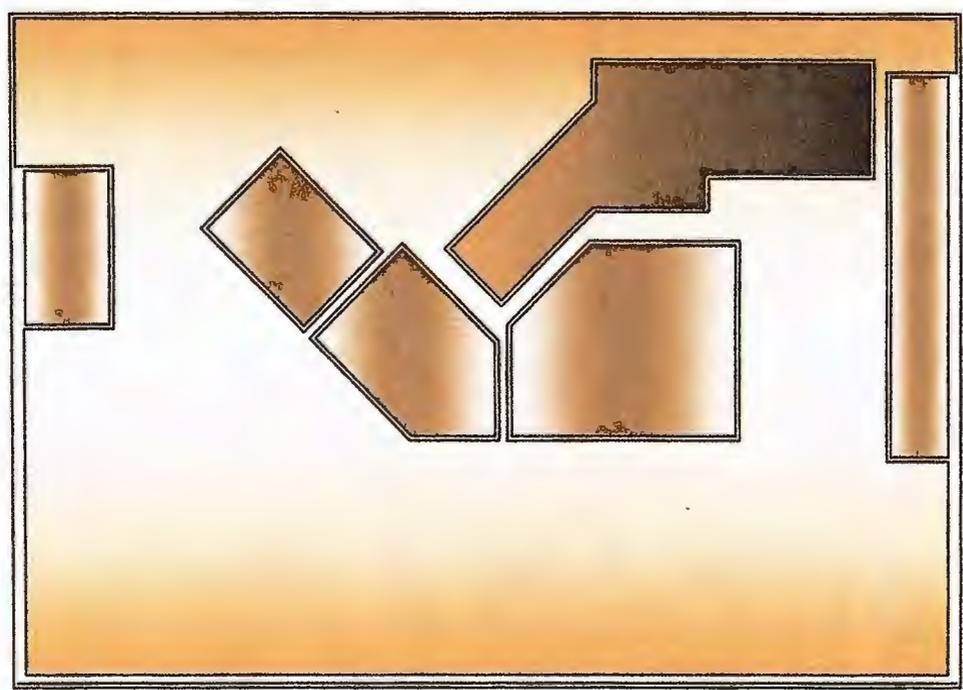
ESCALA:
SIN ESCALA



ESCUELA



CALLE PRINCIPAL A CERRO GUAZAPA



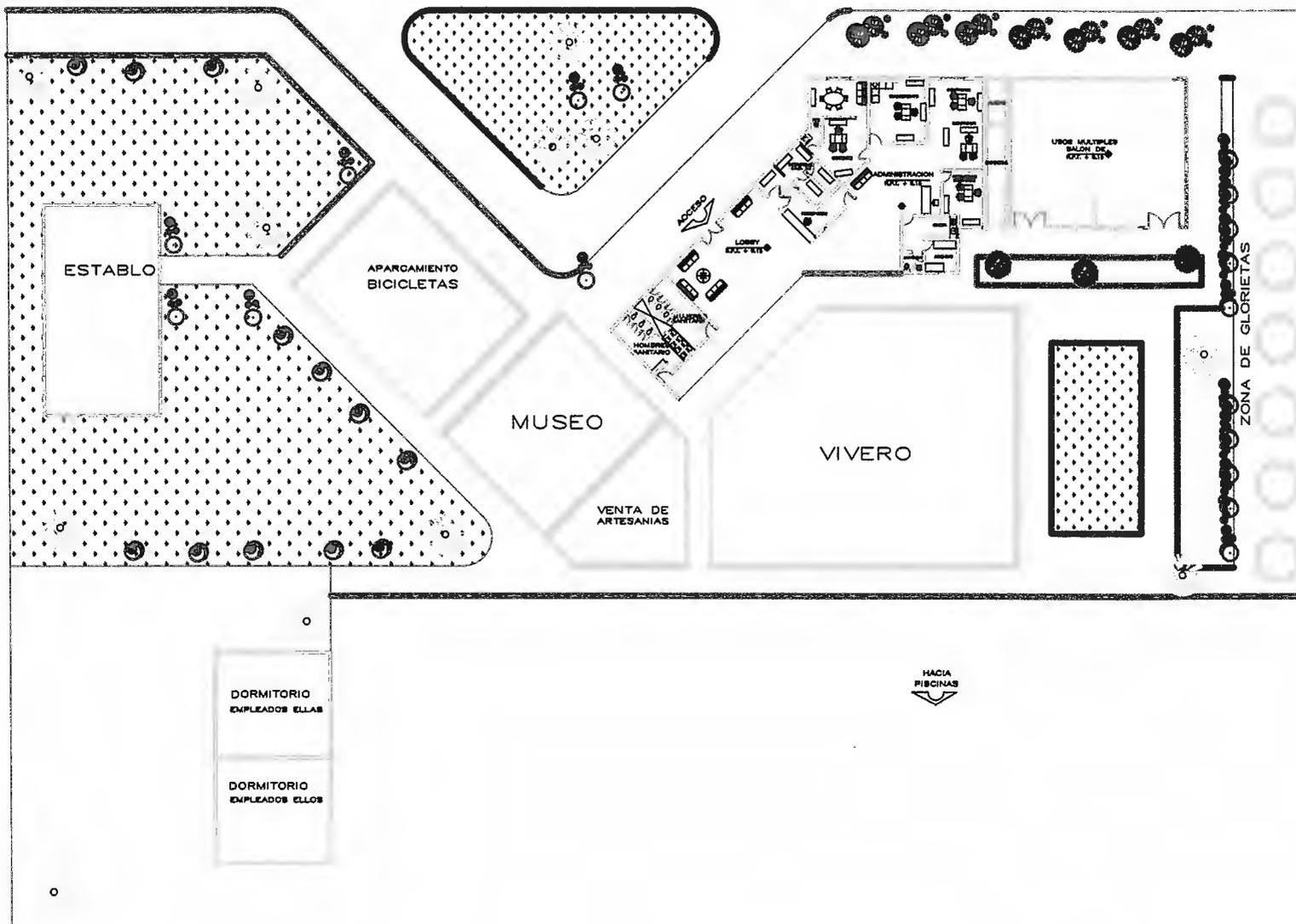
-  AREA DE ADMON
AREA: 666.31 M2
-  AREA VERDE
AREA: 7,604.34 M2
-  AREA DE RECREACION
AREA: 311.39 M2
-  AREA DE ESTACIONAMIENTO
AREA: 1,435.13 M2

distribucion de areas en zona A





CALLE PRINCIPAL



planta arquitectonica area administrativa

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
AREA ADMINISTRATIVA ZONA A-2

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



HOJA # 5



ESCUELA



ESTACIONAMIENTO

CALLE PRINCIPAL

planta estacionamiento hostel



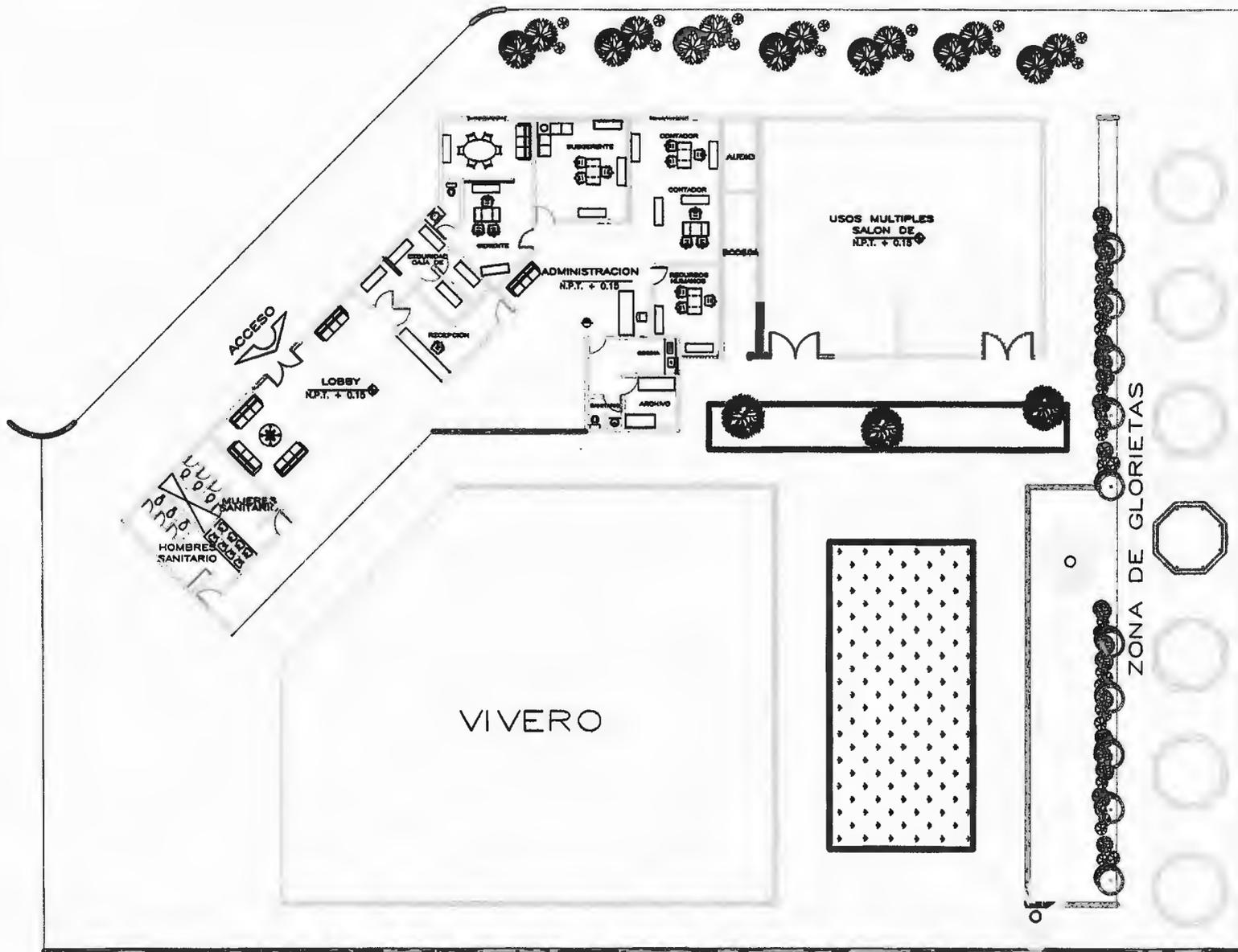
HOJA # 6

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
ESTACIONAMIENTO EN ZONA A-1

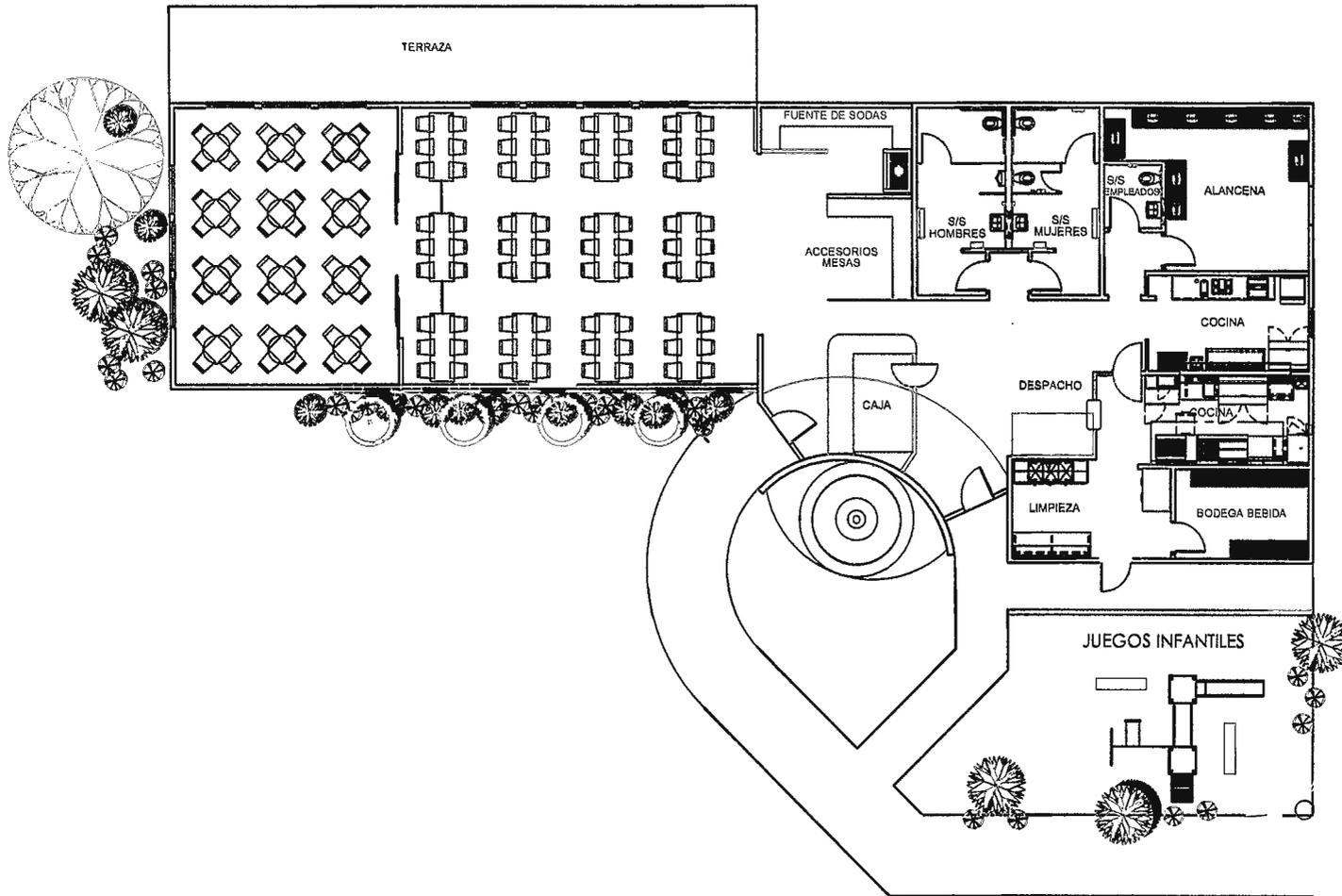
FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



planta arquitectonica area administrativa





planta arquitectonica restaurante



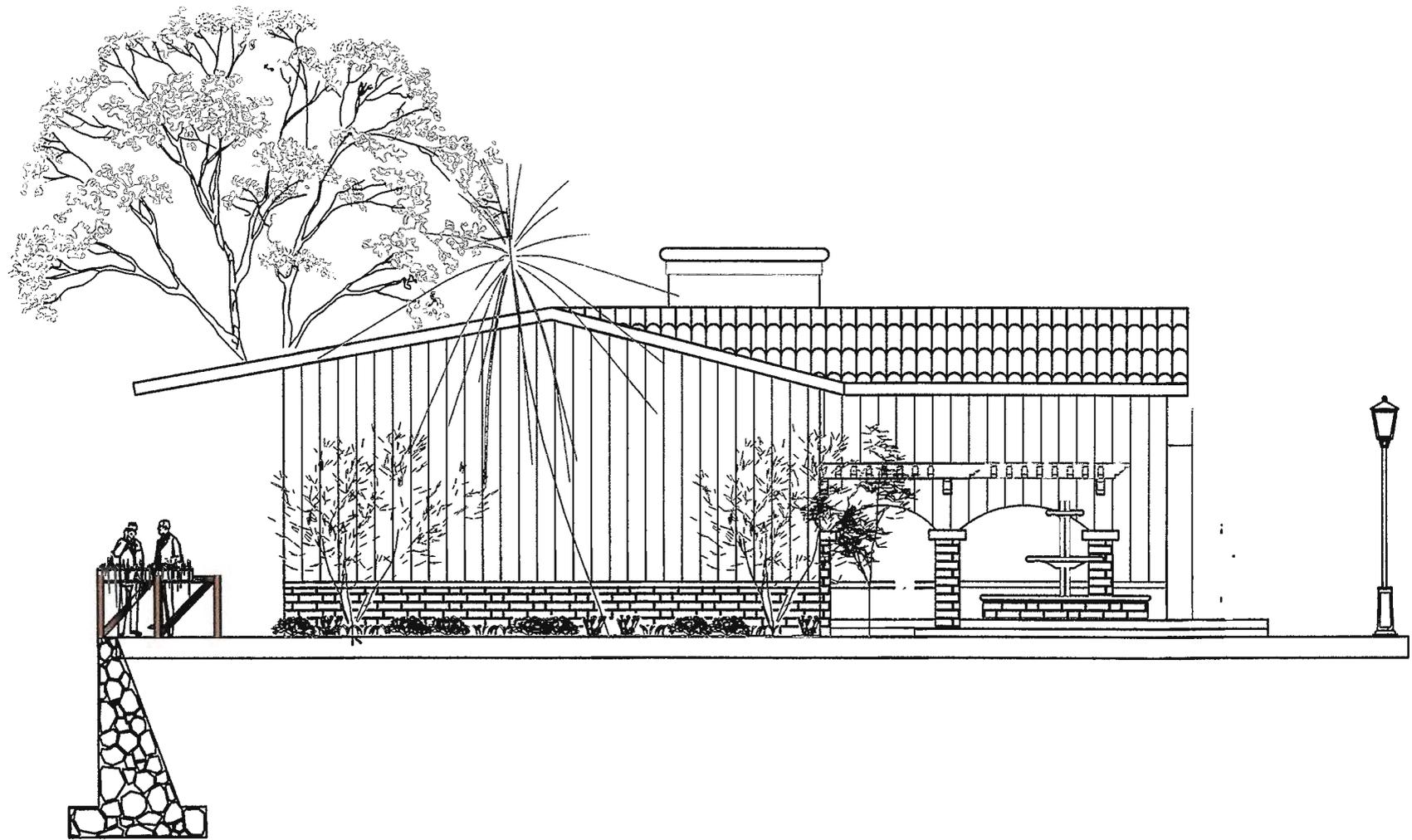
HOJA # 8

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
AREA DE RESTAURANTE EN ZONA B

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



fachada principal restaurante

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

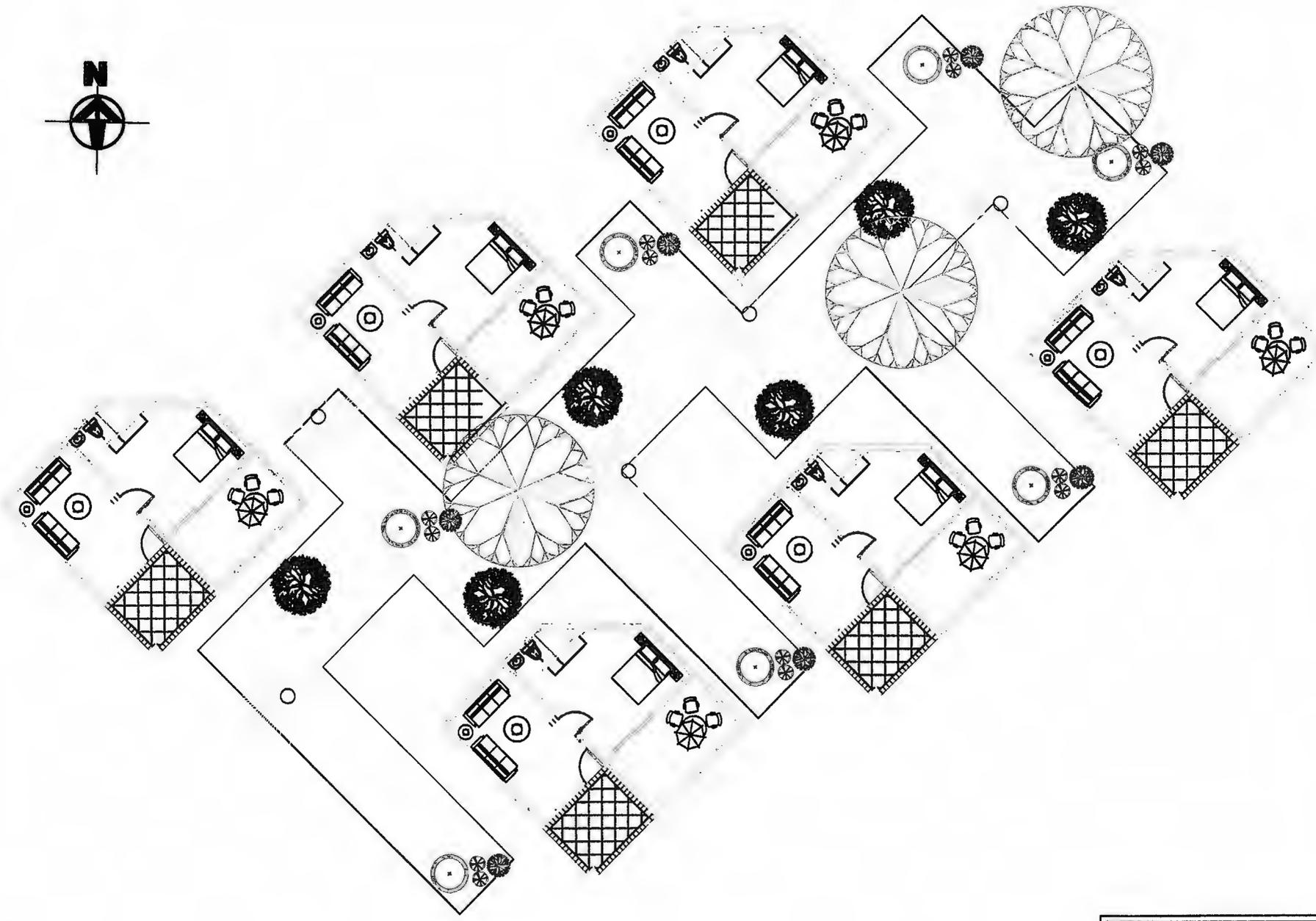
CONTENIDO:
FACHADA LATERAL RESTAURANTE

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



HOJA # 9



planta arquitectonica area cabañas



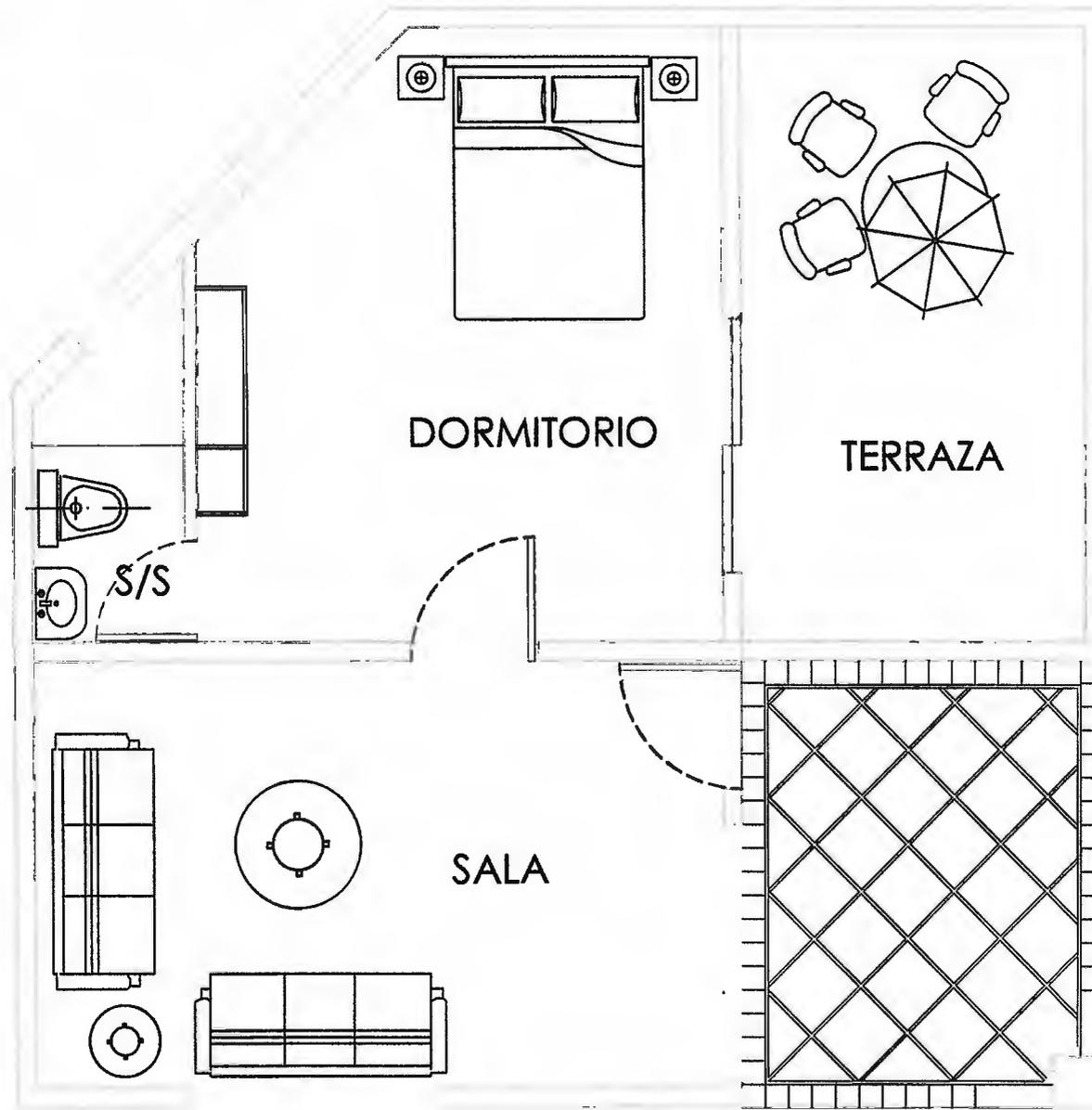
HOJA # 10

PROYECTO:
HOSTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
DISTRIBUCION DE CABAÑAS ZONA C

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



planta arquitectonica cabaña tipo

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
PLANTA DE DISTRIBUCION CABAÑAS

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA





fachada principal cabaña tipo



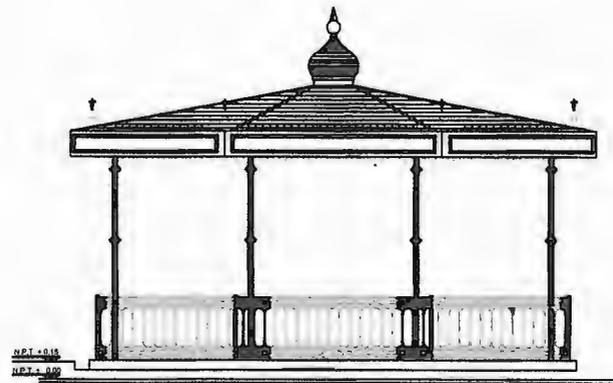
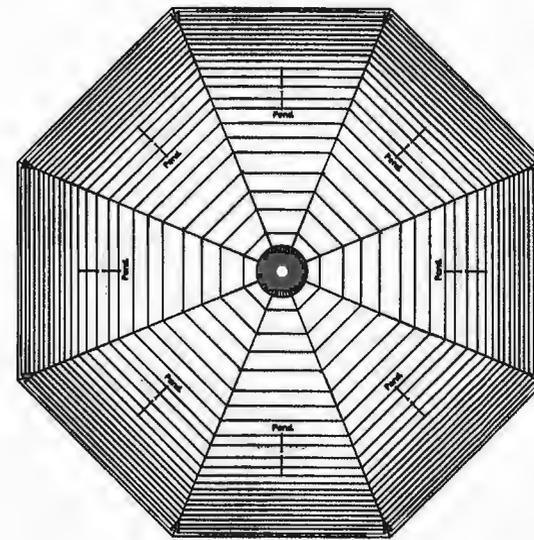
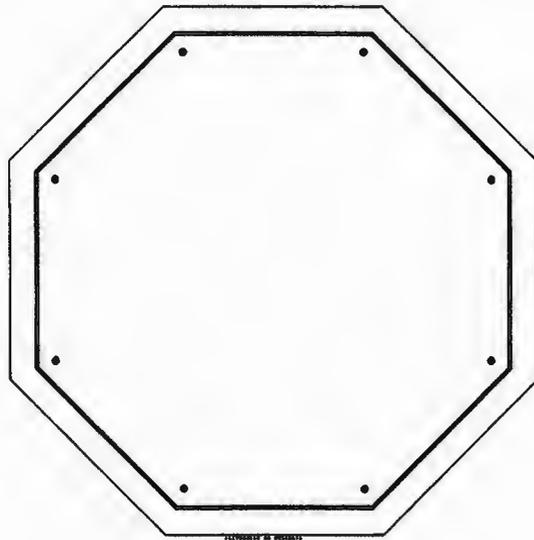
HOJA # 12

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
FACHADA PRINCIPAL CABAÑAS

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA



detalle A en glorietas



HOJA # 13

PROYECTO:
HOTEL EL SOL NACIENTE

CONTENIDO:
PLANTA Y ELEVACION GLORIETAS

FECHA:
MARZO DE 2008

ESCALA:
SIN ESCALA

PRESUPUESTO GENERAL

PROYECTO: HOTEL "EL SOL NACIENTE DE GUAZAPA"

PRESENTA: GRUPO DE PLAN DE NEGOCIOS

FECHA: MARZO DE 2008

Item	Descripcion	Canti dad	u	Precio Un. Costo Directo	Sub Total Costo Directo	Sub Total Costo Indirecto	IVA	Costo Total
1	ZONA DE ADMINISTRACION	1	S.G	\$53,658.07	\$53,658.07	\$17,138.39	\$9,203.54	\$80,000.00
2	ZONA DE RESTAURANTE	1	S.G	\$46,952.00	\$46,952.00	\$14,996.15	\$8,053.13	\$70,000.28
3	ZONA DE CABANAS	1	S.G	\$20,125.00	\$20,125.00	\$6,427.93	\$3,451.88	\$30,004.81
4	TERRACERIA MASIVA	1	S.G	\$55,000.00	\$55,000.00	\$17,567.00	\$9,433.71	\$82,000.71
5	INTRODUCCION ENERGIA ELECTRICA	1	S.G	\$49,350.00	\$49,350.00	\$15,246.89	\$8,397.31	\$72,994.20
TOTALES					\$225,085.06	\$71,376.36	\$38,539.57	\$335,000.00
VALOR TOTAL DEL PRESUPUESTO DE ANTEPROYECTO								\$335,000.00
DOSCIENTOS MIL DOLARES CON CUARENTA Y SEIS CENTAVOS DE DÓLAR AMERICANO								

HOTEL EL SOL NACIENTE DE GUAZADA

