

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



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN INNOVACIÓN
EMPRESARIAL**

**DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS INNOVADORES PARA
RESTAURANTE LA COSTA DEL SABOR, PLAYA EL SUNZAL, EN EL
MUNICIPIO DE TAMANIQUE, LA LIBERTAD.**

PRESENTADO POR:

BONILLA LÓPEZ, HUBERT ABNER

CASTELLANOS PEÑA, GABRIELA MELISSA

GÓMEZ SORTO, GEILY KARINA

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, ENERO DE 2025

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

ING. LUIS SALVADOR BARRERA MANCÍA

SECRETARIO:

ARQ. RAÚL ALEXANDER FABIÁN ORELLANA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTORA INTERINA:

MSC. JEANNETTE ELIZABETH SÁNCHEZ DE POCASANGRE

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

**CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN INNOVACIÓN
EMPRESARIAL**

**DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS INNOVADORES PARA
RESTAURANTE LA COSTA DEL SABOR, PLAYA EL SUNZAL, EN EL
MUNICIPIO DE TAMANIQUE, LA LIBERTAD.**

Presentado por:

BONILLA LÓPEZ, HUBERT ABNER

CASTELLANOS PEÑA, GABRIELA MELISSA

GÓMEZ SORTO, GEILY KARINA

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. MARIO ERNESTO FERNANDEZ FLORES

CIUDAD UNIVERSITARIA, ENERO DE 2025

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. MARIO ERNESTO FERNANDEZ FLORES

AGRADECIMIENTOS

Concluida esta etapa tan importante de mi vida, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que, de una u otra forma, hicieron posible la realización de este trabajo de graduación.

A Dios, por darme la fortaleza, la sabiduría y las oportunidades para alcanzar mis metas y por guiar mis pasos a través de toda la carrera.

A mi bella madre Carina López y a mi padre tan fuerte Jesús López, por su amor incondicional, apoyo constante y los valores que me inculcaron desde pequeño. Sin su sacrificio y confianza, este logro no habría sido posible.

A mi familia, por ser mi pilar y brindarme siempre palabras de aliento en los momentos de mayor dificultad.

A esos amigos y amigas que conocí en todo mi desarrollo académico Valery, Naara, Regi y Efi que llegaron para quedarse, siempre incondicionales.

A Mireya Portillo mi mejor amiga, la que entiende perfectamente todo lo que pasamos y vivimos juntos y lo lejos que hemos llegado, te agradezco tanto.

A mis seres queridos, quienes estuvieron a mi lado durante este proceso, ya sea compartiendo risas, consejos o ayudándome a mantener la motivación David León, Oscar Cruz, David Pérez y Alexander Letona, los quiero mucho.

A mis asesores académicos y profesores, por su guía, conocimientos y paciencia. Su dedicación y experiencias que crean criterio para mi desarrollo personal y profesional.

A mis compañeras de estudio Mely y Geily, por las experiencias compartidas, el trabajo en equipo y los momentos difíciles que pasamos, al fin lo logramos.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de alguna manera, contribuyeron a que este proyecto se hiciera realidad. Cada palabra de apoyo, cada consejo y cada gesto de confianza han dejado una huella imborrable en este camino que hoy culmino con éxito.

Con gratitud,

Hubert Abner Bonilla López

¡SE LOGRÓ! Gracias a Dios y a la virgen María he culminado mis estudios y doy gracias infinitas por permitirme llegar hasta aquí, porque sin su ayuda no podría haberlo logrado, fue un largo camino en el que cada examen que realice me encomendé a ellos, pero claro, siempre poniendo de mi parte para lograr nuestro objetivo.

Gracias a mi querida madre Margarita por la cual estoy donde estoy, por darme la oportunidad de seguir estudiando. A mi papá Oscar, mis hermanos: Wen, Nan, Bren, Oscar y Vidal. ¡Gracias por preocuparse en cada momento, por darme un hogar, por la ayuda económica que me diste Nan durante todo el tiempo! Y a todos que ayudaron de alguna manera. Gracias Marianna, mi querida comare, por ayudarme también a seguir avanzando en especial en mis últimos años.

A mi abuela Etelvina, que a sus 106 años y medio casi logra terminar esta etapa de mi vida conmigo. No se logró terminar antes que faltara, pero desde aquí en la tierra le agradezco por todo lo bueno que hizo por mí, por sus bendiciones cada vez que me tocaba irme de mi pueblo a la universidad y por todo el amor que nunca en la vida había sentido tan genuino y lindo como lo siento por ella. Espero me vea desde el cielo, la amo con todo mi corazón, esto es para usted preciosa.

A Fati, Jackita, Reina, Regi y Yeya por creer en mi en cada ciclo, gracias por ser mi apoyo durante todos estos años y hacerme el aguante en los momentos que no podía ni verlas, son lo más, las amo muchísimo.

Por los compañeros y amigos que conocí durante la carrera que aportaron un granito en este camino y me ayudaron muchísimo sin darse cuenta a poder avanzar en cada materia que los

encontré, gracias por demostrarme que todos teníamos un mismo objetivo y debíamos seguir avanzando.... En especial a los que conservo como amigos desde el inicio: mi A³ (Adri, Ale y Aylin) y Gerar; gracias por estar siempre para mí y alegrarse por mis avances y por mami de Ale (Leonor) que nos aguantó noches eternas en casa, ¡los amo mucho!

Me quedo con excelentes colegas y amigos: Alejandro Peñate, Sofía, Alicia, Paradita, Giselle, Josué, Rodrigo. Doy gracias a la vida por ponerlos en el transcurso de la carrera espero tengan muchos éxitos en sus vidas, gracias por aportar en la mía y juntos poder avanzar.

A la familia Ángel Espinoza y Bonilla López que me acogieron muchos días mientras estudiábamos, en noches de desvelos y por recibirme siempre con los brazos abiertos. A la familia Pérez Hidalgo que estuvieron caminando conmigo y apoyándome en cada año de mi carrera, gracias por siempre estar pendiente y alegrarse por mi cada vez que logre avanzar, los voy a llevar siempre en mi corazón.

A mis compañeros de tesis Hubert y Geily: ¡Gracias!, en especial cuando más los necesité, gracias por entenderme cuando perdí a un ser muy especial, por estar con mucho apoyo durante estos últimos años y poder culminar esta gran etapa de nuestras vidas. Totalmente agradecida con ustedes colegas.

Para quien me acompañó en todo este proceso: gracias por aguantar todos mis momentos de estrés, por pasar alegrías, tristezas y demás conmigo. Por nunca dejar de creer en mí y ver incluso el potencial que tengo aun cuando ni yo lo notaba, por acompañarme durante toda mi

carrera, llevarme a realizar mis exámenes y esperarme al salir de ellos, por los regaños, los consejos y por nunca soltarme la mano en esta etapa de mi vida tan importante.

A nuestro asesor Ing. Mario Fernández por todos los conocimientos impartidos, por el tiempo dedicado a nosotros, por la confianza y todos los consejos que siempre nos dio en cada asesoría.

¡Muchas gracias!

Gabriela Melissa Castellanos Peña

En primer lugar, quiero expresar mi infinita gratitud a Dios, quien me ha guiado con su sabiduría y me ha dado la fortaleza necesaria para enfrentar y superar los retos a lo largo de este camino. Sin su presencia en mi vida, este logro no habría sido posible.

A mi querida madre, Carmen, quien siempre ha estado a mi lado brindándome sus valiosos consejos y su apoyo económico incondicional. Gracias por tu amor, tu esfuerzo y por ser una fuente constante de motivación en mi vida. Tus palabras sabias y tu fortaleza han sido un pilar fundamental para superar cada obstáculo, y gracias a ti estoy donde estoy. A mi papá, Mario, quien, con sus oraciones constantes, ha sido un apoyo fundamental y me ha dado fuerza en los momentos más difíciles.

A mis hermanos: Natanael, Josías y Alic, quienes no solo estuvieron a mi lado como una fuente constante de apoyo económico, sino también como un recordatorio de que nunca estoy sola en este viaje. Sus palabras de motivación, su fe en mí y su disposición para ayudarme siempre que lo necesité han sido un pilar fundamental en mi vida. ¡Muchas gracias! Espero algún día poder retribuirles de alguna forma.

También una mención especial a mi hermanito menor, Jair: gracias por brindarme momentos alegres que iluminaron mi camino y me ayudaron a recordar la importancia de disfrutar cada instante, incluso en los días más difíciles.

A mis queridas abuelas, Celestina e Isolina, cuya fe y devoción han sido un faro de esperanza en los momentos más oscuros. Sus oraciones constantes me han dado fuerza y confianza, y sus consejos, cargados de sabiduría, han sido un bálsamo para mi alma. Sus palabras llenas de amor y experiencia me han enseñado a no rendirme y a siempre mirar hacia adelante con optimismo.

A mi compañera Arely, quien estuvo a mi lado desde el inicio de esta carrera. Gracias por tu amistad, por compartir conmigo momentos llenos de aprendizaje y esfuerzo, y por estar presente de una u otra forma en cada paso. Valoro profundamente todos los recuerdos que juntas construimos a lo largo de esta carrera.

A mis compañeros de tesis, Hubert y Melissa, con quienes compartí esta etapa tan importante de mi vida. Gracias por su compromiso, su dedicación y por todos los momentos de esfuerzo compartido. Su apoyo, trabajo en equipo y amistad hicieron de este desafío algo mucho más llevadero.

A nuestro asesor, Ing. Mario Fernández, por toda la paciencia que nos tuvo, por los conocimientos que nos compartió y por cada uno de los consejos que nos brindó.

¡Muchas gracias!

Geily Karina Gómez Sorto

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	30
OBJETIVO GENERAL	32
OBJETIVOS ESPECIFICOS	32
JUSTIFICACIÓN.....	33
IMPORTANCIA	35
ALCANCES	37
LIMITACIONES.....	38
I. MARCO TEÓRICO.....	39
II. MARCO CONCEPTUAL.....	47
ETAPA DE DIAGNÓSTICO.....	65
III. GENERALIDADES Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA CONTRAPARTE	67
A. IDENTIFICACIÓN DE LA CONTRAPARTE	67
B. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	69
C. HISTORIA.....	71
D. ACTIVAD ECONOMICA	72
E. TAMAÑO DE LA EMPRESA	72
F. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE DESARROLLA	73
IV. PLANTEAMIENTO PRELIMINAR DE LA PROBLEMÁTICA	78

A.	CARACTERIZACIÓN PRELIMINAR DE LA PROBLEMÁTICA	78
B.	ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA MEDIANTE EL ÁRBOL DE PROBLEMAS.	79
C.	PLANTEAMIENTO PRELIMINAR DEL PROBLEMA.....	87
D.	ANÁLISIS DE LOS OBJETIVOS UTILIZANDO EL ÁRBOL DE OBJETIVOS	88
E.	EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS PRELIMINARES	90
V.	ESTUDIO DE MERCADO.....	97
A.	METODOLOGIA GENERAL	97
B.	MERCADO CONSUMIDOR.....	102
C.	MERCADO COMPETIDOR	131
D.	MERCADO ABASTECEDOR	148
E.	MERCADO DISTRIBUIDOR.....	157
F.	RESUMEN DE DIAGNÓSTICO	169
VI.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	175
VII.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	182
IX.	CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO.....	189
VIII.	BRIEF DE LANZAMIENTO.....	198
IX.	PLAN MARKETING.....	206
	ETAPA DE DISEÑO	225

I. METODOLOGÍA GENERAL PARA ESTUDIO TÉCNICO	226
II. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	227
A. DISEÑO TÉCNICO DE LOS SERVICIOS	229
1. DISEÑO DE PLANOS INGENIERILES Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA ...	229
B. PROCESOS DE SERVICIOS	234
1. PLANIFICACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	234
2. POLITICAS DE FUNCIONAMIENTO PARA CADA UNO DE LOS SERVICIOS	240
3. CRONOGRAMA ANUAL DE TEMPORADAS ALTA-MEDIA-BAJA Y	
ESTRATEGIAS DE PRECIOS PARA LA COSTA DEL SABOR.....	252
4. OTROS FORMATOS.....	266
C. ESPECIFICACIONES DE RECURSOS.....	273
1. MANO DE OBRA OPERATIVA Y DE APOYO	273
2. MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRESTACION DE SERVICIOS.....	275
3. ESPECIFICACIONES DE OBRA CIVIL	286
III. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	288
IV. DISTRIBUCION EN PLANTA.....	296
V. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	303
VI. DISEÑO ORGANIZACIONAL	310
A. DEFINICIONES ESTRATEGICAS	310
B. PROPUESTA DE MANUALES DE ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVOS	
BASICOS.....	316

1. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.....	317
2. MANUAL DESCRIPTOR DE PUESTOS.....	324
3. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	379
ETAPA ECONOMICA FINANCIERA.....	414
I. INVERSIONES DEL PROYECTO.....	417
A. INVERSION FIJA.....	417
D. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE.....	417
E. INVERSION FIJA INTANGIBLE.....	420
F. IMPREVISTOS.....	421
II. CAPITAL DE TRABAJO.....	422
A. INSUMOS CONSUMIBLES.....	422
B. PAGO DE PLANILLAS.....	423
C. SERVICIOS ADMINISTRATIVOS.....	423
D. SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	423
III. FINANCIAMIENTO EN EL PROYECTO.....	425
IV. COSTOS DEL PROYECTO.....	429
A. COSTOS DE PRODUCCIÓN / SERVICIO.....	430
1. MANO DE OBRA DIRECTA.....	430
2. DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO.....	431
3. CONSUMO DE ENERGÍA ELECTRICA.....	432
4. CONSUMO DE AGUA POTABLE.....	433

B.	COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	435
1.	SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	435
2.	INSUMOS CONSUMIBLES	436
3.	SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALIZACIÓN	436
C.	COSTO GLOBAL Y UNITARIO	437
1.	COSTO TOTAL	437
2.	COSTO UNITARIO TOTAL	437
D.	COSTO FIJO Y COSTO VARIABLE	439
1.	DESGLOSE DE COSTOS Y COSTO UNITARIO POR SERVICIO	441
E.	EVALUACIÓN DE COSTOS	442
1.	ECUACIÓN GENERAL DE COSTOS	442
2.	SITUACIÓN DE EQUILIBRIO	443
V.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	452
A.	ESTADO DE RESULTADOS	452
B.	ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	454
VI.	EVALUACION DEL PROYECTO	455
A.	EVALUACION ECONOMICA	455
1.	TMAR	456
2.	VAN	456
3.	TIR	458
4.	TRI	459
5.	BENEFICIO / COSTO	460

B.	PROPUESTA ECONÓMICA ESCENARIO 2.....	462
1.	RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	463
2.	FINANCIAMIENTO EN EL PROYECTO	463
3.	COSTOS DEL PROYECTO	465
4.	RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN / SERVICIO.....	467
5.	RESUMEN DE LOS COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	467
6.	COSTO TOTAL	468
7.	COSTO UNITARIO TOTAL.....	468
8.	COSTO FIJO Y COSTO VARIABLE	470
9.	DESGLOSE DE COSTOS Y COSTO UNITARIO POR SERVICIO.....	472
10.	ECUACIÓN GENERAL DE COSTOS.....	473
11.	SITUACIÓN DE EQUILIBRIO	473
12.	ESTADO DE RESULTADOS.....	479
13.	ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	480
14.	EVALUACION ECONOMICA	481
15.	EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL.....	485
16.	ANÁLISIS DE PERSPECTIVA DE GENERO	487
17.	EVALUACION AMBIENTAL.....	491
VII.	PLAN DE IMPLEMETACIÓN.....	496
	CONCLUSIONES.....	505
	RECOMENDACIONES	509
	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	512

GLOSARIO TECNICO.....	514
ANEXOS	520

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación CIIU de la contraparte	72
Tabla 2 Tamaño de la empresa según BCR.....	73
Tabla 3 Productos de la contraparte	76
Tabla 4 Servicios de la contraparte.....	77
Tabla 5 Matriz de involucrados	79
Tabla 6 Asignación de pesos y justificación de los factores	91
Tabla 7 Escala de calificación	91
Tabla 8 Criterios para evaluación de cada factor	91
Tabla 9 Resultado de evaluación de alternativas.....	91
Tabla 10 Matriz de Marco Lógico.....	95
Tabla 11 Descripción de los servicios seleccionados.....	107
Tabla 12 Ficha técnica para estudio de mercado consumidor	114
Tabla 13 Entrevista con el dueño de la contraparte.....	115
Tabla 14 Encuesta para estudio de mercado consumidor.....	118
Tabla 15 Perfil competidor directo atami escape resort	135
Tabla 16 Perfil competidor directo Los Farallones	138
Tabla 17 Perfil competidor directo Casa de Mar.....	139
Tabla 18 Perfil Competidor indirecto Puro Surf hotel	141

Tabla 19 Perfil competidos indirecto Playa Linda Sunzal Beach Club.....	143
Tabla 20 Recolección de información acerca de los competidores.....	143
Tabla 21 Ficha técnica de cliente misterioso.....	145
Tabla 22 Checklist: Elaboración propia	145
Tabla 23 Entrevista con la contraparte sobre la competencia	146
Tabla 24 Tabla comparativa de La Costa del Sabor vrs competidores	147
Tabla 25 Ficha técnica para investigación de mercado abastecedor	151
Tabla 26 Identificación de equipos y herramientas requeridas	152
Tabla 27 Identificación de proveedores multinet	152
Tabla 28 Identificador de proveedores Starlink	153
Tabla 29 Identificación de proveedores Zona Digital	153
Tabla 30 Identificación de proveedores Espacio y Ergonomía	154
Tabla 31 Identificación de proveedores Trend.....	154
Tabla 32 Descripción de Tour operadores.....	168
Tabla 33 Resumen integrado de diagnostico.....	174
Tabla 34 Resultas de encuesta para proyección de demanda.....	183
Tabla 35 Frecuencia de Eventos.....	183
Tabla 36 Demanda anual proyectada.....	185
Tabla 37 Demanda proyectada para 5 años	188
Tabla 38 Conceptualización de diseño	197
Tabla 39 Brief de lanzamiento para Beach Office	200
Tabla 40 Brief de lanzamiento para salón de eventos	203
Tabla 41 Brief de lanzamiento de DayPass	205

Tabla 42 Perfil demográfico para mercado consumidor	209
Tabla 43 Perfil demográfico para mercado consumidor	210
Tabla 44 Marketing mix	219
Tabla 45 Metodología General Etapa Diseño.....	226
Tabla 46 Cronograma Anual de Temporadas y estrategias de precios para la Costa del sabor 2025	253
Tabla 47 Mano de obra operativa y de apoyo	274
Tabla 48 Presupuesto de salarios para vacantes	274
Tabla 49 Mobiliario y equipo de apoyo	280
Tabla 50 Insumos consumibles	284
Tabla 51 Calculo de insumos anual.....	285
Tabla 52 Estimación de costos edificio centro de negocios	286
Tabla 53 Estimación de costos beach office.....	286
Tabla 54 Estimación de costos edificio de spa.....	287
Tabla 55 Demanda proyectada	288
Tabla 56 Demanda de los servicios principales.....	289
Tabla 57 Costos de infraestructura	289
Tabla 58 Costos operativos	290
Tabla 59 Costos administrativos.....	291
Tabla 60 Insumos operativos.....	291
Tabla 61 Resumen de costos	291
Tabla 62 Clientes estimados para el año 1	292
Tabla 63 Calculo de ingresos esperados.....	292

Tabla 64 Demanda proyectada para el año2.....	293
Tabla 65 Calculo de ingresos esperados año2	294
Tabla 66 Costos operativos año2.....	295
Tabla 67 Importancia de cercanía.....	297
Tabla 68 Razón de cercanía.....	298
Tabla 69 Áreas del hotel.....	298
Tabla 70 Distribución de bloques.....	299
Tabla 71 Factores claves para Micro localización.....	307
Tabla 72 Puntuación de factores claves.....	308
Tabla 73 Resultado final de puntuación	308
Tabla 74 Rango de puntuación ponderada	309
Tabla 75 Evaluación de misión actual.....	310
Tabla 76 Elaboración de misión propuesta.....	312
Tabla 77 Componentes para cumplimiento	313
Tabla 78Análisis de los componentes en la visión actual	313
Tabla 79 Inversiones fijas tangibles e intangibles	417
Tabla 80 Mobiliario y equipo	419
Tabla 81 Resumen de inversión fija tangible	419
Tabla 82 Investigación y estudios previos.....	420
Tabla 83 Capacitaciones.....	421
Tabla 84 Resumen de inversión fija intangible	421
Tabla 85 Resumen de inversión fija tangible	421
Tabla 86 Imprevistos	421

Tabla 87 Inventario de insumos	422
Tabla 88 Pago de planillas de nuevo ingreso	423
Tabla 89 Servicios Administrativos	423
Tabla 90 Servicios de comercialización	423
Tabla 91 Resumen de capital de trabajo.....	424
Tabla 92 Resumen de inversiones del proyecto	424
Tabla 93 Instituciones Financieras con tasas vigentes de financiamiento.....	425
Tabla 94 Desglose del préstamo de 12 meses	428
Tabla 95 Desglose del préstamo para 10 años.....	429
Tabla 96 Mano de Obra Directa	431
Tabla 97 Depreciación de mobiliario y equipo	431
Tabla 98 Calculo de consumo de energía eléctrica	433
Tabla 99 Tarifas de distribución de agua potable.....	433
Tabla 100 Calculo de consumo de energía eléctrica	434
Tabla 101 Resumen de costos de producción.....	434
Tabla 102 Mano de Obra Directa	435
Tabla 103 Costo de insumos consumibles.....	436
Tabla 104 Costo anual de servicios administrativos	436
Tabla 105 Resumen de costos de producción.....	436
Tabla 106 Costos del proyecto	437
Tabla 107 Prorrateo de los servicios primer año	437
Tabla 108 Prorrateo de costos totales por volumen de producción / servicio	438
Tabla 109 Estimación de costos fijos y variables totales por año	440

Tabla 110 Desglose de Costos y Costo Unitario por Servicio	441
Tabla 111 Costos totales por servicio.....	442
Tabla 112 Costo Variable Unitario.....	443
Tabla 113 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 1	444
Tabla 114 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 2	445
Tabla 115 Estado de Resultados con Ingresos Mínimos	453
Tabla 116 Estado de Resultados con Ingresos Máximos	453
Tabla 117 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Mínimos.....	454
Tabla 118 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Máximos	454
Tabla 119 Resumen de flujo económico del proyecto-precios mínimos.....	458
Tabla 120 Resumen de flujo económico del proyecto-precios máximos.....	458
Tabla 121 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios mínimos	459
Tabla 122 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios máximos.....	459
Tabla 123 Beneficio/costo-precios mínimos	460
Tabla 124 Beneficio/costo-precios máximos	461
Tabla 125 Demanda Año 1	462
Tabla 126 Outsourcing de mano de obra según demanda.....	463
Tabla 127 Planilla para personal administrativo	463
Tabla 128 Resumen de inversiones del proyecto escenario 2	463
Tabla 129 Desglose del préstamo de 12 meses	464
Tabla 130 Desglose del préstamo para 10 años.....	465
Tabla 131 Demanda proyectada según servicio	465
Tabla 132 Pago de Outsourcing Año 1.....	466

Tabla 133 Pago de Outsourcing Año 2.....	466
Tabla 134 Pago de Outsourcing Año 3.....	466
Tabla 135 Pago de Outsourcing Año 4.....	467
Tabla 136 Pago de Outsourcing Año 5.....	467
Tabla 137 Resumen de costos de producción.....	467
Tabla 138 Resumen de costos de producción.....	468
Tabla 139 Costos del proyecto	468
Tabla 140 Prorratio de los servicios primer año	468
Tabla 141 Prorratio de costos totales por volumen de producción / servicio	469
Tabla 142 Estimación de costos fijos y variables totales por año para escenario 2	471
Tabla 143 Desglose de Costos y Costo Unitario por Servicio	472
Tabla 144 Costo Variable Unitario para segundo escenario	473
Tabla 145 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 1	473
Tabla 146 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 2	474
Tabla 147 Estado de Resultados con Ingresos Mínimos	479
Tabla 148 Estado de Resultados con Ingresos Máximos	479
Tabla 149 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Mínimos.....	480
Tabla 150 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Máximos	480
Tabla 151 Resumen de flujo económico del proyecto-precios mínimos.....	482
Tabla 152 Resumen de flujo económico del proyecto-precios máximos.....	482
Tabla 153 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios mínimos	483
Tabla 154 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios máximos.....	483
Tabla 155 Beneficio/costo-precios mínimos	483

Tabla 156 Beneficio/costo-precios máximos	484
Tabla 157 Rubro de impacto	493
Tabla 158 Criterios de evaluación	493
Tabla 159 Valoración de impacto.....	494
Tabla 160 Actividades del proyecto	501
Tabla 161 responsables por actividad y su costo en el proyecto	504
Tabla 162 Tabla de presupuesto del proyecto	504

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Llegadas internacionales a El Salvador.....	43
Ilustración 2 Llegada de turistas por vía utilizada.....	44
Ilustración 3 Llegadas de turistas por nacionalidad.....	45
Ilustración 4 Llegada de turistas internacionales por principales países de residencia	45
Ilustración 5 Tipos de Innovación	48
Ilustración 6 Pasos para definir el tamaño del proyecto.....	58
Ilustración 7 Logo de la contraparte.....	67
Ilustración 8 Ubicación de la contraparte	68
Ilustración 9 Organigrama de la empresa	69
Ilustración 10 Metodología general para el estudio de cada mercado.....	97
Ilustración 11 Playa el Sunzal.	99
Ilustración 12 Metodología para el estudio del mercado consumidor.....	102
Ilustración 13 Llegadas internacionales ene-dic 2013-2023	104

Ilustración 14 Motivo de llegada del turista internacional	104
Ilustración 15 Ocupación hotelera por departamento de enero-diciembre 2023	105
Ilustración 16 Monitoreo la ocupación hotelera a nivel nacional.....	106
Ilustración 17 Metodología para el estudio del mercado competidor	131
Ilustración 18 Tipos de competidores.....	132
Ilustración 19 Metodología aplicada para mercado abastecedor.....	148
Ilustración 20 Esquema de Abastecimiento - Elaboración propia.....	155
Ilustración 21 Metodología del mercado distribuidor	157
Ilustración 22 Canal Directo.....	158
Ilustración 23 Canal indirecto Corto	159
Ilustración 24 Canal indirecto largo	159
Ilustración 25 Modelo CANVAS para La Costa del Sabor.....	176
Ilustración 26 Diamante de Porter	181
Ilustración 27 Grafico de Proyección de la demanda anual	186
Ilustración 28 Grafico de Proyección de la demanda para 5 años.....	188
Ilustración 29 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor completa	190
Ilustración 30 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 1	191
Ilustración 31 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 2	192
Ilustración 32 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 3	193
Ilustración 33 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 4	194
Ilustración 34 Elaboración propia de portada de página web.....	222
Ilustración 35 Elaboración propia.....	223

Ilustración 36 Planos de Áreas para la ubicación correspondiente de los servicios innovadores	229
Ilustración 37 Diseño de Beach office.....	230
Ilustración 38 Planos de Airbnb y Centro de Negocios	231
Ilustración 39 Diseño de Airbnb y Centro de Negocios.....	232
Ilustración 40 Diseño de Spa	233
Ilustración 41 Service Blueprint para Beach Office	235
Ilustración 42 Service Blueprint para Centro de Negocios	237
Ilustración 43 Service Blueprint para Daypass Empresarial	239
Ilustración 44 Encuesta de Satisfacción para Beach Office	259
Ilustración 45 Encuesta de Satisfacción para Centro de Negocios.....	262
Ilustración 46 Encuesta de Satisfacción para Daypass Empresarial.....	265
Ilustración 47 Programa de actividades para Daypass Empresarial	267
Ilustración 48 Programa de actividades para Daypass Empresarial	268
Ilustración 49 Presupuesto para evento empresarial - centro de negocios	269
Ilustración 50 Presupuesto para evento empresarial - centro de negocios	270
Ilustración 51 Menú ejecutivo para Daypass Empresarial, Beach Office y Centro de Negocios	271
Ilustración 52 Menú ejecutivo para Daypass Empresarial, Beach Office y Centro de Negocios	272
Ilustración 53 Diagrama de relaciones	299
Ilustración 54 Diagrama de bloques	300
Ilustración 55 Layout.....	301

Ilustración 56 Macro localización de la costa del sabor.....	303
Ilustración 57 Microlocalización de La Costa del Sabor.....	305
Ilustración 58 Metodología Etapa Económica Financiera.....	416
Ilustración 59 Grafica de PEQ Beach Office escenario1	445
Ilustración 60 Grafica de PEQ Beach Office escenario2	446
Ilustración 61 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario1	447
Ilustración 62 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario2.....	448
Ilustración 63 Grafica de PEQ Daypass Empresarial escenario1	449
Ilustración 64 Grafica de PEQ Daypass Empresarial escenario2.....	450
Ilustración 65 Grafica de PEQ Beach Office escenario1	475
Ilustración 66 Grafica de PEQ Beach Office escenario2	475
Ilustración 67 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario1	476
Ilustración 68 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario2.....	476
Ilustración 69 Grafica de PEQ Daypass Empresarial escenario1	477
Ilustración 70 Grafica de PEQ Daypass Empresarial escenario2.....	478
Ilustración 71 Ejemplo de aplicación de Matriz de Leopold.....	492
Ilustración 72 Importancia.....	494
Ilustración 73 Matriz de Leopold	495
Ilustración 74 Grupo de trabajo	527
Ilustración 75 Grupo de trabajo	527
Ilustración 76 Visita técnica con Lic. Douglas Geremias Alvarado.....	528
Ilustración 77 Instalaciones de La Curva de Don Gere	528

Ilustración 78 Instalaciones de La Curva de Don Gere	529
Ilustración 79 Instalaciones de La Curva de Don Gere	529
Ilustración 80 Instalaciones de La Curva de Don Gere	530
Ilustración 81 Instalaciones de La Curva de Don Gere	530
Ilustración 82 Reunión con Douglas Alvarado para ver diseño de los servicios innovadores junto al equipo de apoyo.....	531
Ilustración 83 Reunión con Douglas Alvarado para ver diseño de los servicios innovadores junto al equipo de apoyo.....	531

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta elaborada en Google Forms.....	520
Anexo 2 Script de correo electrónico para compartir encuesta	524
Anexo 3 Simbología de flujograma.....	526
Anexo 4 Visita Técnica	527

INTRODUCCIÓN

La Costa del Sabor, reconocida en el sector de la hospitalidad en la región costera de El Salvador, se encuentra en un proceso de expansión y diversificación de sus servicios. Con el objetivo de adaptarse a las nuevas demandas de sus clientes y reforzar su competitividad en el mercado, se ha llevado a cabo un exhaustivo estudio de investigación. Este análisis ha sido clave para evaluar la viabilidad y aceptación de servicios innovadores, tales como el Beach Office, el catering de eventos, el DayPass, y la ampliación de las instalaciones del hotel y restaurante.

El estudio de mercado permitió identificar oportunidades de innovación que permitan a La Costa del Sabor ofrecer experiencias más atractivas y personalizadas. Además, se destacó el creciente interés de empresas en utilizar las instalaciones para eventos corporativos y otras actividades empresariales. En respuesta, se diseñaron herramientas esenciales, como el menú ejecutivo, la hoja de presupuesto para eventos, y el programa de actividades del Daypass Empresarial, asegurando que la oferta de servicios se adapte a las necesidades del mercado.

El proceso de investigación involucró la definición del universo, la muestra, el diseño de encuestas, la recopilación y análisis de datos relevantes. Estos resultados proporcionan una base sólida para tomar decisiones estratégicas que orienten la implementación de estos servicios innovadores, reforzando la propuesta de valor de La Costa del Sabor y consolidando su posicionamiento como un destino preferido para eventos corporativos en la región.

A su vez, se realizó el diseño del proyecto que incluye el uso de técnicas como el Service Blueprint, lo que permitió a la organización mapear la experiencia del cliente, optimizar la eficiencia de los servicios y mejorar los puntos de contacto con el usuario. También se revisó

la estructura organizativa y funcional, asegurando que esté alineada con los nuevos servicios propuestos, y que cada área del equipo esté preparada para la operación.

Para finalizar la investigación se desarrolló la etapa económica financiera, que abarca las inversiones necesarias, como las inversiones fijas tangibles e intangibles, el capital de trabajo y el desglose detallado de estas. Se define el financiamiento requerido para la ejecución del proyecto, además de elaborar un presupuesto de ingresos y gastos. Este presupuesto refleja los costos del proyecto, incluyendo costos de producción/servicio, administración, ventas y financieros, que se consolidan en un costo total, tanto global como unitario, así como en costos fijos y variables. Todo esto permite calcular los ingresos por ventas y determinar el punto de equilibrio, identificando así el precio adecuado para cada servicio.

Así mismo, se realiza los cálculos para las evaluaciones económicas que permitirá evaluar la rentabilidad del proyecto. Como punto final se estudia el impacto económico social que se espera tener en el entorno en el que va a operar, los beneficios medio ambientales y la posibilidad de inclusión de género en este proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de innovación de servicios para el Restaurante La Costa del Sabor, ubicada en la playa el Sunzal, municipio de Tamanique, departamento de La Libertad. Permitiendo aumentar su competitividad, satisfacer a sus clientes actuales y potenciales promoviendo la sostenibilidad en el entorno del turismo costero.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Realizar un diagnóstico de la situación actual del Restaurante La Costa del Sabor para la identificación de nuevos servicios.
2. Analizar las tendencias actuales en el entorno del turismo costero identificando oportunidades de innovación para la implementación de nuevos servicios.
3. Desarrollar un estudio de mercado y análisis del entorno en el que acciona la empresa de acuerdo al rubro de Hotel y Restaurante.
4. Diseñar una propuesta de diversificación de servicios definiendo recursos a utilizar, el tiempo y las responsabilidades, basado en los resultados del diagnóstico.
5. Evaluar los aspectos económicos y financieros de la propuesta a implementar con el propósito de conocer la rentabilidad y sostenibilidad del modelo de negocios.
6. Desarrollar la metodología de implementación de los nuevos servicios que brindará la empresa.

JUSTIFICACIÓN

En un entorno altamente competitivo y dinámico como el sector de la hospitalidad, el Restaurante La Costa del Sabor debe adaptarse a las cambiantes necesidades y expectativas de sus clientes para mantenerse relevante y competitivo. La propuesta de diversificación de servicios responde a la necesidad de ofrecer experiencias únicas y de calidad tanto a clientes individuales como corporativos, lo que permitirá incrementar la satisfacción del cliente y atraer nuevos segmentos de mercado. Para alcanzar este objetivo, resulta crucial comprender profundamente las preferencias de los consumidores, identificar las oportunidades de innovación en el turismo costero y diseñar servicios que respondan de manera eficaz a esas demandas.

El estudio de mercado propuesto ayudará a identificar áreas clave de oportunidad para la incorporación de servicios innovadores como el Beach Office, catering de eventos, DayPass y la ampliación de las instalaciones. Estos nuevos servicios se desarrollarán basados en un diagnóstico exhaustivo del entorno, permitiendo la definición de recursos, tiempos y responsabilidades para su implementación. Además, la metodología de implementación propuesta garantizará que los nuevos servicios no solo se integren de manera eficiente, sino que ofrezcan una experiencia satisfactoria y diferenciada a los clientes.

La planificación y el diseño de estos servicios innovadores se realizará utilizando herramientas como el Service Blueprint, lo que permitirá una organización óptima de cada paso del servicio, mejorando la experiencia del cliente y asegurando su fidelidad. El análisis económico-financiero de la propuesta brindará una visión clara sobre la rentabilidad y la sostenibilidad del modelo de negocios, garantizando que la implementación de los nuevos

servicios sea viable y beneficiosa a largo plazo. Así, el estudio no solo contribuirá a mejorar la oferta del restaurante, sino también a consolidar su posicionamiento en el mercado, asegurando el éxito de La Costa del Sabor a través de estrategias de marketing más efectivas y una mayor capacidad de atraer a nuevos clientes.

IMPORTANCIA

El proyecto de innovación de servicios para el Restaurante La Costa del Sabor tiene una gran relevancia para el fortalecimiento y la sostenibilidad del negocio, al buscar aumentar su competitividad en el sector turístico costero. En un entorno donde las expectativas de los consumidores son cada vez más altas, la propuesta no solo busca satisfacer a los clientes actuales, sino también atraer a nuevos segmentos de mercado. Al diversificar los servicios ofrecidos, el restaurante podrá ofrecer experiencias únicas y adaptadas a las necesidades de los turistas, lo que contribuirá a posicionarse como un referente en la región de El Sunzal y sus alrededores.

Uno de los principales objetivos del proyecto es realizar un diagnóstico preciso de la situación actual del restaurante, lo que permitirá identificar áreas de oportunidad para la implementación de nuevos servicios. Este análisis inicial es clave para asegurar que las futuras inversiones y estrategias se enfoquen en lo que realmente aportará valor al negocio, tanto a nivel operativo como de percepción del cliente. De igual forma, el análisis de las tendencias actuales en el entorno del turismo costero brindará información valiosa sobre las preferencias y expectativas de los turistas, lo cual es crucial para tomar decisiones acertadas en la creación de nuevas propuestas de servicios.

La realización de un estudio de mercado y un análisis del entorno permitirá conocer en detalle cómo se encuentra el restaurante dentro del rubro de hotelería y gastronomía, y qué innovaciones pueden ser implementadas para aprovechar las oportunidades del mercado. Con base en estos estudios, se podrá diseñar una propuesta de diversificación de servicios que no solo defina los recursos y tiempos necesarios para su implementación, sino que también

contemple las responsabilidades de los involucrados en el proceso. Este enfoque estratégico permitirá que el restaurante adapte su modelo de negocio a las necesidades cambiantes del mercado turístico, incrementando su rentabilidad.

La metodología diseñada para los nuevos servicios es otro aspecto esencial del proyecto, pues asegurará que las nuevas propuestas sean implementadas de manera eficaz. Además, la evaluación económica y financiera del proyecto proporcionará una visión clara sobre la rentabilidad y sostenibilidad de los servicios innovadores, permitiendo tomar decisiones informadas que garanticen el éxito a largo plazo del restaurante. En conjunto, estos elementos harán posible que el Restaurante La Costa del Sabor se mantenga competitivo, apoye el desarrollo del turismo en la región, y promueva prácticas sostenibles que beneficien tanto al negocio como al entorno local.

ALCANCES

1. Análisis profundo del mercado objetivo: El estudio permitirá comprender en detalle las características demográficas, comportamientos de consumo y preferencias de los clientes potenciales y actuales del Restaurante La Costa del Sabor, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones.
2. Evaluación de competencia: Permitirá analizar a la competencia directa e indirecta, sus fortalezas, debilidades y estrategias, ayudando a diferenciar la oferta del restaurante y a posicionarse mejor en el mercado.
3. Definir los nuevos servicios que se ofrecerán, tales como actividades complementarias o experiencias personalizadas, basados en los resultados del diagnóstico y el análisis de mercado.
4. Establecer los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para implementar estos servicios de forma eficiente.
5. Estimar los costos de implementación de los nuevos servicios y realizar un análisis preliminar de la rentabilidad y sostenibilidad económica del proyecto.

LIMITACIONES

1. Disponibilidad de datos: Existen limitaciones en la disponibilidad de datos específicos del mercado y el acceso a información detallada sobre competidores y tendencias de consumo, lo que puede restringir el análisis.
2. Variables externas: Factores externos, como cambios económicos, políticos o sociales, pueden influir en el comportamiento del mercado y afectar la validez de las proyecciones realizadas durante el estudio.
3. Representatividad de la muestra: Pueden surgir sesgos en la muestra obtenida que no representen fielmente al mercado objetivo, debido a limitaciones en el tamaño de la muestra o en los métodos de selección empleados.
4. Recursos limitados: Las restricciones presupuestarias y de tiempo pueden limitar la profundidad del análisis y la implementación de técnicas de recolección de datos más avanzadas, afectando la calidad de la información recopilada.
5. Interpretación de resultados: Existe el riesgo de interpretación sesgada de los datos recopilados, así como la posibilidad de errores en la interpretación de tendencias y patrones de consumo, lo que podría llevar a conclusiones erróneas.
6. La disponibilidad de recursos financieros, especialmente si los costos de implementación de los nuevos servicios son altos. Los gastos de renovación, capacitación, tecnología y marketing podrían superar lo presupuestado inicialmente, lo que podría retrasar o modificar los planes de implementación.
7. Existe el riesgo de que los clientes no adopten los nuevos servicios, ya sea por falta de interés, desconocimiento o porque los servicios no cumplen con sus expectativas. Esto puede afectar la rentabilidad esperada de la innovación.

I. MARCO TEÓRICO

Turismo costero en El Salvador: El Salvador cuenta con una extensa costa bañada por el Océano Pacífico, que ofrece una variedad de atractivos turísticos, como playas de arena dorada, paisajes naturales impresionantes y una rica cultura local. Destinos populares como Playa El Sunzal, donde se encuentra ubicado el Restaurante La Costa del Sabor, atraen a surfistas, amantes de la naturaleza y viajeros en busca de experiencias auténticas.

Gestión de la marca: En un destino turístico competitivo como El Salvador, la gestión efectiva de la marca es esencial para destacar y diferenciar a La Costa del Sabor en el mercado. Esto implica no solo la creación de una identidad de marca sólida y coherente, sino también la comunicación de los valores únicos del restaurante, como la autenticidad, la calidad y el compromiso con la sostenibilidad.

Análisis de mercado: El mercado turístico costero de El Salvador está en constante evolución, con cambios en las preferencias de los turistas, el surgimiento de nuevos competidores y la influencia de factores externos como el clima y la economía. Un análisis detallado del mercado es fundamental para identificar oportunidades de crecimiento y desarrollar una estrategia de diversificación de servicios que responda a las necesidades y deseos de los clientes.

Rentabilidad y sostenibilidad: Si bien el turismo costero ofrece oportunidades económicas significativas, también plantea desafíos en términos de preservación ambiental y desarrollo sostenible. Es crucial que la propuesta de diversificación de servicios de La Costa del Sabor sea rentable a largo plazo y al mismo tiempo respetuosa con el entorno natural y cultural de El Salvador, contribuyendo así al bienestar económico, social y ambiental de la región.

Metodología de implementación: La implementación exitosa de la propuesta requerirá una metodología estructurada que tenga en cuenta las características específicas del mercado turístico costero de El Salvador. Esto incluye la colaboración con actores clave del sector, la realización de pruebas piloto y la evaluación continua de los resultados para garantizar la efectividad y la sostenibilidad de los nuevos servicios.

Capacitación y promoción: La capacitación del personal y las estrategias de promoción deben adaptarse a las particularidades del mercado turístico de El Salvador. Esto puede incluir programas de formación en habilidades interculturales y ambientales, así como campañas de marketing que resalten los atractivos únicos de La Costa del Sabor y su compromiso con la comunidad local y el medio ambiente.

Desarrollo de infraestructura turística: El Salvador ha realizado inversiones significativas en la mejora y expansión de su infraestructura turística, incluyendo la construcción y renovación de hoteles, restaurantes, carreteras y otras facilidades. La gestión de turismo en el rubro hotelero se ve influenciada por este desarrollo, ya que los establecimientos buscan aprovechar las oportunidades que ofrece la infraestructura mejorada para atraer a más visitantes y mejorar la experiencia del turista.

Diversificación de la oferta hotelera: Con el objetivo de atraer a diferentes segmentos de mercado y adaptarse a las cambiantes preferencias de los turistas, muchos hoteles en El Salvador han diversificado su oferta, incluyendo la incorporación de servicios adicionales como spas, centros de convenciones, actividades recreativas y experiencias culturales. La gestión efectiva de esta diversificación es crucial para garantizar la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio.

Colaboración público-privada: La gestión de turismo en el rubro hotelero en El Salvador a menudo involucra colaboraciones entre el sector público y el sector privado. Esto puede incluir iniciativas conjuntas para promover destinos turísticos específicos, mejorar la seguridad y la infraestructura en áreas turísticas, y desarrollar políticas y regulaciones que fomenten un crecimiento sostenible y equitativo del turismo.

Sostenibilidad ambiental y cultural: Con el aumento de la conciencia ambiental y cultural entre los turistas y la comunidad local, la gestión de turismo en el rubro hotelero en El Salvador cada vez más se enfoca en prácticas sostenibles. Esto incluye la implementación de políticas de conservación del medio ambiente, la promoción de la cultura local y el patrimonio cultural, y el apoyo a iniciativas comunitarias que beneficien a las poblaciones locales.

Calidad y estándares de servicio: En un mercado turístico cada vez más competitivo, la gestión de turismo en el rubro hotelero en El Salvador también se centra en la mejora de la calidad y los estándares de servicio. Esto implica la capacitación del personal en habilidades de atención al cliente, la adopción de tecnologías que mejoren la experiencia del cliente, y la implementación de sistemas de gestión de calidad que garanticen la consistencia y la excelencia en el servicio ofrecido por los hoteles.

Surf City El Salvador continúa consolidándose como un destino turístico y anfitrión de eventos internacionales como el ISA World Longboard Championship

Como parte de la estrategia de consolidar a El Salvador como un destino para visitar, invertir y vivir; y también, como la Tierra de Anfitriones de eventos que reúnen a los mejores surfistas del mundo, Surf City será la sede del torneo ISA World Longboard Championship.

El salvador como un destino anfitrión líder, promueve el turismo, inversión y muestra una imagen diferente de la percepción que se tenía antes de este a escala global. Durante los últimos años, El Salvador se ha convertido en la sede por excelencia de los eventos de surf más importantes del mundo; esto representa, no solo un hito importante en el posicionamiento internacional del país, sino también, dinamización económica en toda la cadena de valor del turismo. (MINISTERIO DE TURISMO (MITUR), 2024)

El Salvador supera expectativas turísticas de Semana Santa 2024

La llegada de turistas internacionales al país y las visitas a sitios turísticos superaron las expectativas proyectadas para la temporada vacacional de Semana Santa del 2024.

A través de las diferentes fronteras terrestres y aéreas se recibieron en el país a 132 mil visitantes internacionales, hasta el domingo 31 de marzo. Esto representa un incremento de 29% en comparación al mismo periodo del año 2023.

Además, el turismo internacional generó \$ 106 millones en divisas en estas vacaciones de marzo. Los turistas procedían de países como Guatemala (36%), Estados Unidos (29%), Honduras (21 %) y el resto del mundo (14 %).

Las estimaciones del turismo nacional también fueron superadas. Más de 1.7 millones de personas visitaron sitios turísticos públicos, culturales, naturales y el Centro Histórico, además de que 3.6 millones visitaron establecimientos privados.

Los destinos más visitados fueron: el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad; la Biblioteca Nacional de El Salvador (BINAES); el parque Balboa; el cine al aire libre, una

opción novedosa impulsada por el Ministerio de Obras Públicas que fue de gran éxito en este periodo; además del Parque Recreativo Apulo.

Llegadas de visitantes internacionales 2020 en El Salvador

Las llegadas de visitantes internacionales decrecieron un -61.0% en comparación con el mismo período 2019. Al alcanzar los 479,177 para el acumulado enero-junio de 2020, ello se debe a que para el mes de marzo las fronteras fueron cerradas en nuestro país, por lo que no hubo ingreso de turistas internacionales.



Ilustración 1 Llegadas internacionales a El Salvador

Llegada de turistas por las principales fronteras

El turista internacional utiliza principalmente dos vías para entrar a El Salvador y de esta manera visitar los diferentes destinos turísticos.

El porcentaje de participación en la llegada de Turistas por vía terrestre y vía aérea corresponde al 54% y 46% respectivamente. Por vía aérea presenta en el acumulado de enero-junio de 2020 un decrecimiento del 55.5% con respecto al mismo período del año 2019, la vía terrestre presenta un decrecimiento del 61.1% con relación al año anterior. Los datos que

se manejan se mantienen de enero a marzo, debido a que en los meses de abril a junio las fronteras se han mantenido cerradas por la Pandemia COVID19.



Ilustración 2 Llegada de turistas por vía utilizada

Llegada de turistas por principales países

Entre los países emisores más grandes para El Salvador podemos destacar Guatemala con un 55.6%, Honduras con 18.2% y Estados Unidos con 34.0%. Sin embargo, para el acumulado enero-junio 2020 presentan un decrecimiento para el caso de Guatemala se tiene una baja de -63.97%, Honduras -55.47% y Estados Unidos -57.68% con respecto al mismo período del año 2019. Los datos que se manejan se mantienen de enero a marzo, debido a que en los meses de abril a junio las fronteras se han mantenido cerradas por la Pandemia COVID19. Es importante destacar que antes del cierre de las fronteras, la llegada de visitantes tenía un crecimiento de 7.1% en el acumulado de enero a febrero 2020 comparado con el mismo período del año 2019.

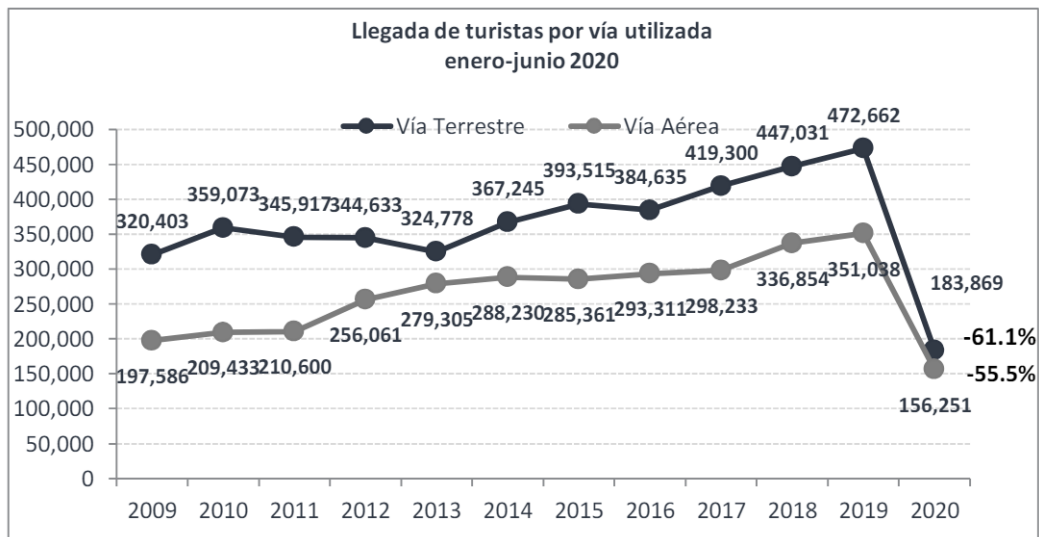


Ilustración 4 Llegada de turistas internacionales por principales países de residencia

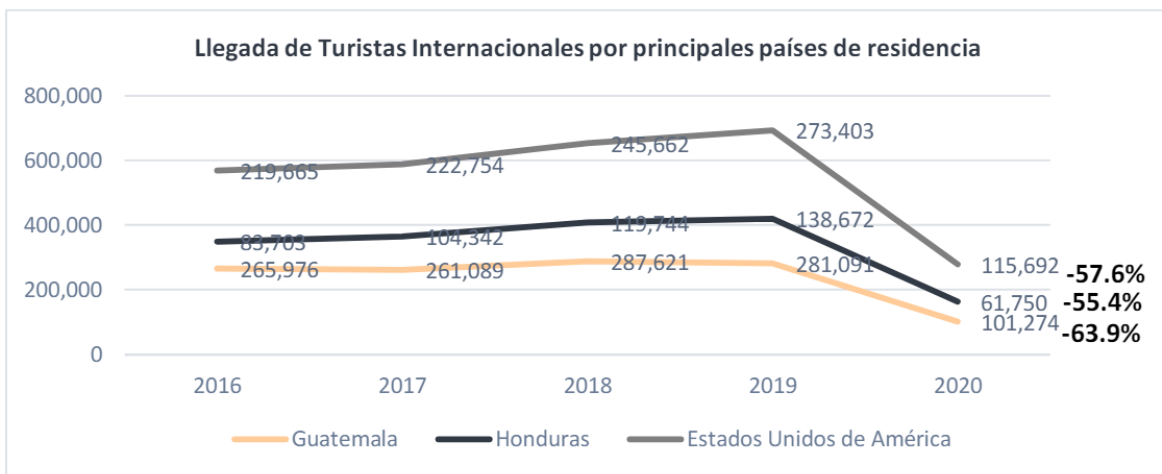


Ilustración 3 Llegadas de turistas por nacionalidad

Llegada de turistas por nacionalidad 2020

En la llegada de turistas un 88.0% es representado por la llegada de Turistas extranjeros y un 12.0% por los salvadoreños residentes en el exterior. Es importante subrayar que el 70.9% de los salvadoreños residentes en el exterior residen en Estados Unidos. La llegada de

salvadoreños no residentes en el exterior experimentó un decrecimiento del 58.0% en el acumulado enero-junio 2020, comparado con el mismo período del 2019, con respecto a los extranjeros no residentes han disminuido en 63.2%. Los datos que se manejan se mantienen de enero a marzo, debido a que en los meses de abril a junio las fronteras se han mantenido cerradas por la Pandemia COVID19.

Toda esta información es necesaria para comprender la demanda porque el turismo influye directamente en los destinos costeros. Conocer las tendencias y poder maximizar la rentabilidad con la información necesaria al turismo que entra al país como a los diferentes sitios turísticos para tener una idea de lo que podrá ser y no ser beneficioso para la contraparte según las visitas turísticas que llegan anualmente al país. Tener un conocimiento sobre el turismo proporciona una base sólida para investigar e implementar los productos o servicios innovadores que se adapten a las necesidades y preferencias de los turistas y destacarse en un mercado competitivo.

II. MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO

Un proyecto es la búsqueda de una solución racional a un problema para satisfacer una necesidad humana. En este sentido, puede haber muchas ideas diferentes, inversiones de diferentes tamaños, tecnologías y métodos con diferentes enfoques, pero todos encaminados a satisfacer las necesidades humanas. Un proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad.

INNOVACIÓN

Innovación: Una innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.

Actividades innovadoras: son todas las tareas científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales, incluyendo la inversión en nuevo conocimiento, que conducen real o potencialmente a la puesta en marcha de innovaciones. Algunas de estas actividades pueden ser innovadoras en sí mismas, mientras que otras no son novedosas, pero son necesarias para la puesta en marcha de innovaciones. Las actividades innovadoras incluyen también aquellas que no se pueden imputar directamente al desarrollo de una innovación específica.

Innovación empresarial: El sector turístico costero de El Salvador ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por el desarrollo de infraestructuras

turísticas, la promoción del turismo sostenible y la diversificación de la oferta de servicios. La innovación empresarial en este contexto implica la capacidad de las empresas, como el Restaurante La Costa del Sabor, para adaptarse a estas tendencias y ofrecer experiencias únicas y atractivas que satisfagan las demandas de los turistas nacionales e internacionales.

Aplicaciones de la innovación en la empresa

La innovación puede adoptar diferentes resultados. A continuación, detallamos las principales:

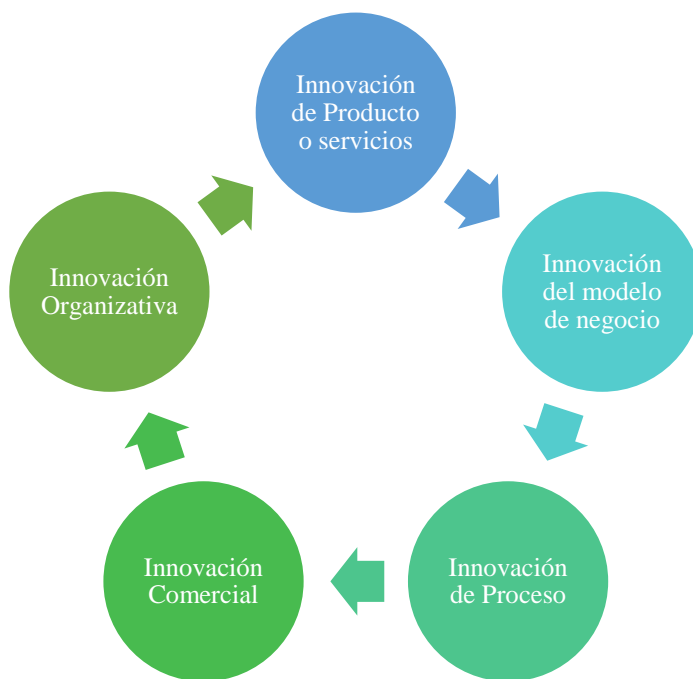


Ilustración 5 Tipos de Innovación

- ✓ **Innovación de Producto o servicios:** pretende mejorar el rendimiento de la oferta anterior con el objetivo de satisfacer las necesidades de la audiencia de una forma

más efectiva. Esto se puede lograr modificando características, cambiando sus funcionalidades para potenciar su utilidad o creando uno nuevo por completo.

Aplicar este tipo de innovación en la empresa conlleva riesgos, puesto que los costes asociados con el desarrollo de productos o servicios mejorados pueden ser elevados y, en caso de que el mercado no responda de la forma adecuada, el retorno de la inversión puede ser negativo. A pesar de ello, cuando tiene éxito, la innovación en productos o servicios consigue atender mejor las necesidades del mercado, lo que contribuye a impulsar las ventas y, por ende, los ingresos.

- ✓ **Innovación del modelo de negocio:** implica cambiar por completo la forma en la que una empresa genera y entrega valor a sus clientes. En otras palabras, esta aplicación de la innovación se relaciona con la forma en que el producto o servicio se lleva al mercado con el objetivo de adaptarse mejor a las necesidades del cliente o a las tecnologías emergentes, y generar así mayores ingresos. Desarrollar una nueva propuesta de valor, aliarse con nuevos socios estratégicos, modificar la estructura de costes de la empresa, introducir nuevos canales de distribución o cambiar las fuentes de ingresos son formas de innovación en el modelo de negocio. En definitiva, se trata de buscar formas diferenciadas y más eficientes de generar negocio.

- ✓ **Innovación de Proceso:** La innovación de procesos conlleva optimizar los procedimientos utilizados para crear los productos o servicios de una empresa. Esto podría incluir cambios en técnicas de trabajo, equipamiento o software. Es cierto que esta aplicación de la innovación puede resultar menos visible por parte del público. Sin embargo, los efectos que puede llegar a generar dentro de la empresa son

realmente sustanciales. En general, la innovación de procesos da como resultado una mejora en la eficiencia y un aumento de la productividad, dos aspectos que inciden directamente en el incremento de la rentabilidad económica

- ✓ **Innovación Comercial:** es la introducción de un nuevo método de comercialización que entrañe importantes mejoras en el diseño o presentación del producto, en su posicionamiento, en su promoción o en su precio. Las innovaciones comerciales tienen como objetivo satisfacer mejor las necesidades de los clientes, abrir nuevos mercados, o reposicionar un producto de la empresa en el mercado, para incrementar sus ventas.

- ✓ **Innovación Organizativa:** es la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas de la empresa. Las innovaciones organizativas pueden tener como objetivo mejorar los resultados de la empresa a través de la reducción de costes administrativos o de transacción, mejorar la satisfacción en el trabajo (y por tanto la productividad laboral), conseguir acceso a activos no comercializables (como conocimiento externo no codificado) o reducir los costes de abastecimiento.

En los siguientes apartados podremos observar como la investigación se orientará en una *innovación de modelo de negocio* porque implica un cambio en la forma que se crea y se entrega valor a los clientes, a manera de crear nuevas propuestas de valor, captar nuevas oportunidades de mercado y así obtener una ventaja competitiva. Así mismo, como en la forma en que se organiza, proponiendo un nuevo enfoque para ofrecer a los clientes la

posibilidad de nuevos servicios innovadores, nuevos espacios, lo que significa un cambio en el modelo de negocio convencional de trabajo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto. A su vez corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo de este. Se formula según información de menor incertidumbre posible para medir las situaciones a las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión, luego se determina que tanto beneficio generaría la apuesta por su aplicación, logrando así el desarrollo de la idea o rechazo de lo expuesto en dicho estudio. El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado los siguientes estudios básicos:

- ✓ Estudio de factibilidad de mercado.
- ✓ Estudio de factibilidad técnica.
- ✓ Estudio de factibilidad económica-financiera.

El éxito de un proyecto se determina a través del grado de factibilidad que se presente en cada uno de los aspectos antes mencionados

La formulación: es una fase enfocada en el diseño de alternativas para varios proyectos. Esto significa sistematizar las diversas posibilidades técnicamente viables para el logro de metas y solución de problemas, y facilitar el inicio de un proyecto, permitiendo que este avance de manera eficaz en su ejecución.

La evaluación: es el proceso de estimación, evaluación y verificación en profundidad de los resultados frente a los objetivos establecidos. Esto le permite organizar sistemáticamente sus actividades, fortalecer la participación de las partes interesadas, reflejar la necesidad de cambio, tomar decisiones que conduzcan a la mejora y hacer que sucedan más adelante.

- ✓ **Estudio de prefactibilidad:** Esta fase tiene como objetivo asegurar que el proyecto sea prioritario, importante, técnica y económicamente factible. Es necesario identificar los problemas y obstáculos antes de identificar a los beneficiarios del proyecto.
- ✓ **Estudio de factibilidad:** El objetivo principal del estudio de factibilidad es basarse en las necesidades de cada inversión bien documentada, incluidas las soluciones técnicas, económicas y financieras.

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado los siguientes estudios básicos:

- **Estudio de factibilidad de mercado:** Este es el proceso de recopilar, registrar, procesar y analizar información de los mercados consumidor, distribuidor, competidor y abastecedor; para desarrollar planes estratégicos para el lanzamiento de nuevos productos y servicios, impulsar su crecimiento y avanzar en su ciclo de vida.
- **Estudio de factibilidad técnica:** se pretende resolver dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico y operativo de un proyecto comprende todo lo relacionado con el funcionamiento y la operatividad del

proyecto, incluyendo en esta etapa el tamaño del proyecto o capacidad instalada, macro y micro localización, la ingeniería del proyecto donde se resuelve la instalación y funcionamiento de la planta y la organización, administración y aspectos legales del proyecto.

- **Estudio de factibilidad económica-financiera:** considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija y flexible, las formas de financiamiento para la operación y la evaluación para conocer la rentabilidad y la calidad de la inversión del proyecto.
- **Evaluaciones del proyecto:** se estudian y analiza la comparación de los costos y beneficios de un proyecto para decidir la conveniencia de su ejecución, por ejemplo,
 - ✓ La evaluación económica donde; se mide la rentabilidad del proyecto sin importar la estructura de financiamiento, el desempeño del proyecto por sí solo.
 - ✓ La evaluación financiera que permite determinar la capacidad financiera del proyecto y mide la rentabilidad del capital invertido.
 - ✓ La evaluación socioeconómica compara los beneficios con los costos que implican para la sociedad y su localidad según el área de influencia del proyecto.
 - ✓ La evaluación ambiental que valora antes los posibles daños ambientales originados con la obra, actividad o proyecto; y determinar las acciones a tomar para minimizar dichos impactos; o, en caso contrario, los beneficios ambientales del proyecto.

- ✓ **Diseño del proyecto:** En este se debe presentar los tipos de soluciones que se presentaran a la problemática, se especifican todas las necesidades del proyecto y se profundizan.

Definición del Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de información sobre los consumidores, competidores y el entorno del mercado en el que opera una empresa. Este proceso es fundamental para la toma de decisiones estratégicas y la identificación de oportunidades de crecimiento e innovación.

Componentes del Estudio de Mercado

a. Análisis del Entorno

- ✓ **Entorno Económico:** Evaluación de las condiciones económicas que pueden influir en el mercado, como el poder adquisitivo de los consumidores y las tendencias económicas.
- ✓ **Entorno Sociocultural:** Análisis de los hábitos, comportamientos y preferencias culturales de los consumidores.
- ✓ **Entorno Tecnológico:** Identificación de tecnologías emergentes y su impacto en la industria de la hospitalidad y el turismo.

b. Segmentación de Mercado

- ✓ **Demográfica:** Clasificación de los consumidores según edad, género, nivel educativo, etc.

- ✓ **Geográfica:** Segmentación basada en la ubicación geográfica de los consumidores y empresas.
- ✓ **Psicográfica:** Análisis de los estilos de vida, valores y personalidades de los consumidores.
- ✓ **Conductual:** Segmentación basada en el comportamiento de los consumidores, como la frecuencia de uso y la lealtad a la marca.

c. Análisis de la Competencia

- ✓ **Identificación de Competidores:** Mapeo de los competidores directos e indirectos.
- ✓ **Análisis de Fortalezas y Debilidades:** Evaluación de las fortalezas y debilidades de los competidores.
- ✓ **Benchmarking:** Comparación de los servicios, precios y estrategias de marketing de los competidores.

d. Demanda del Mercado

- ✓ **Proyección de Demanda:** Estimación del nivel futuro de demanda de los nuevos servicios propuestos.
- ✓ **Comportamiento del Consumidor:** Análisis de los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores.

e. Marketing Mix (4Ps)

- ✓ **Producto:** Evaluación de los servicios actuales y propuestas de nuevos servicios innovadores.

- ✓ **Precio:** Estrategias de fijación de precios basadas en el análisis de la disposición a pagar de los consumidores y la competitividad.
- ✓ **Plaza:** Canales de distribución y accesibilidad de los servicios.
- ✓ **Promoción:** Estrategias de comunicación y promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

Metodología del Estudio

- ✓ **Investigación Cuantitativa:** Recolección y análisis de datos numéricos mediante encuestas estructuradas a empresas y consumidores.
- ✓ **Investigación Cualitativa:** Entrevistas en profundidad y focus groups para obtener insights detallados sobre las percepciones y expectativas de los clientes.
- ✓ **Cliente Misterioso:** Evaluación de la competencia y los servicios del propio restaurante desde la perspectiva del cliente.
- ✓ **Análisis Estadístico:** Uso de métodos estadísticos para analizar los datos y proyectar la demanda futura.

Resultados Esperados

- ✓ Identificación de servicios innovadores y diferenciadores que puedan ser implementados en La Costa del Sabor.
- ✓ Conocimiento profundo de las preferencias y necesidades de los clientes.
- ✓ Estrategias de marketing efectivas para posicionar los nuevos servicios.

- ✓ Incremento en la satisfacción y lealtad del cliente.

ETAPA DE DISEÑO

Ingeniería del proyecto: En este apartado se detallan los procesos y macroprocesos necesarios para la implementación de los servicios innovadores en estudio. Se definen a través de representaciones gráficas las características clave, como las dimensiones del lugar del servicio, los recursos necesarios y otros aspectos relevantes. Además, se emplean técnicas como el diagrama de flujo de procesos para asegurar que la definición del proceso de prestación del servicio sea lo más clara posible, evitando cualquier ambigüedad. Es importante destacar que en esta sección también se abordará información técnica adicional, como: Planificación del servicio, Especificaciones de recursos, Infraestructura necesaria, Distribución de recursos, entre otros aspectos.

Tamaño del proyecto: Para este apartado, se inicia estudiando y analizando de manera integral los factores a considerar para definir el tamaño del proyecto, los factores a estudiar son los más relevantes, es decir; los que mayor inciden en el tipo de proyecto. Mediante la aplicación de un método de evaluación semicuantitativo se procede a seleccionar el factor clave al momento de definir el tamaño del proyecto. A través del análisis y profundización del factor ganador, se procede a definir el tamaño del proyecto.

Pasos para definir el tamaño del proyecto:

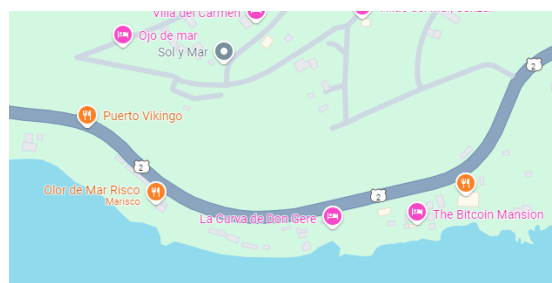


Ilustración 6 Pasos para definir el tamaño del proyecto

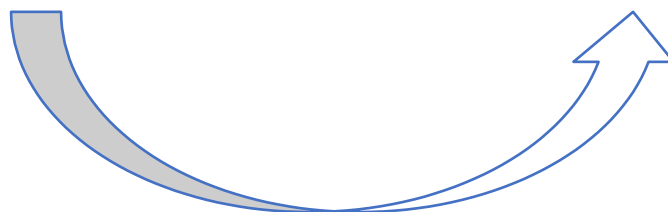
Localización del proyecto: La macro y micro localización de un proyecto juega un papel primordial en el éxito de este, por lo que el apartado cuatro se especializa en este. Como primer punto se analizan los factores clave, seguidamente a través de un conjunto de técnicas propias de ingeniería en planta, se analiza y evalúan las distintas opciones que se tienen tanto para la macro y micro localización del proyecto. Finalmente se define la macro y micro localización establecida.



MACRO LOCALIZACIÓN



MICRO LOCALIZACIÓN



Organización de la empresa: Finalmente, se diseña la estructura organizativa para la prestación de servicios innovadores. Se parte de un análisis estratégico para definir la misión, visión, objetivos y estrategias relacionadas con el servicio. Posteriormente, considerando todos los procesos necesarios para la operación efectiva del servicio, se establecen las funciones clave y se diseña el organigrama de la organización, teniendo en cuenta los requerimientos específicos. En los pasos anteriores se definen las tareas y los roles, los perfiles de los empleados, así como sus relaciones jerárquicas y funcionales. Luego, se consideran los sistemas administrativos que apoyarán la prestación del servicio, incluyendo sus componentes y, si es necesario, los formularios asociados. Finalmente, se detalla el marco legal propuesto dentro del cual operará el servicio.

La herramienta Service Blueprint es esencial para la implementación y mejora de los servicios ofrecidos, ya que proporciona una representación clara y detallada de todos los procesos involucrados en la experiencia del cliente. Al utilizar esta herramienta, se pueden identificar y analizar todos los puntos de interacción entre el cliente y el servicio, así como las operaciones internas necesarias para garantizar la entrega efectiva del mismo.

- ✓ Visualización clara del proceso: Un Service Blueprint permite visualizar todas las fases del servicio, desde el contacto inicial hasta la conclusión de la experiencia. Esto ayuda a entender cómo se entregan sus servicios y a identificar cualquier área que necesite ajustes o mejoras.
- ✓ Identificación de áreas críticas: Al descomponer los servicios en sus componentes individuales (contacto del cliente, operaciones internas, soporte), es más fácil detectar cuellos de botella, ineficiencias o áreas donde se pueda mejorar la calidad del servicio.

- ✓ Mejora de la experiencia del cliente: Con la representación detallada de los puntos de contacto del cliente, el equipo puede identificar momentos clave para mejorar la satisfacción, como tiempos de espera, tiempos de respuesta o calidad de la atención, optimizando cada interacción.
- ✓ Coordinación entre equipos: Dado que el Service Blueprint abarca tanto las actividades de cara al cliente como las internas, ayuda a alinear los esfuerzos de los distintos departamentos involucrados (ventas, atención al cliente, mantenimiento, etc.). Esto mejora la coordinación y asegura que todos los elementos del servicio funcionen en armonía.
- ✓ Innovación y desarrollo de nuevos servicios: Para servicios como el Beach Office o el Daypass empresarial, la herramienta facilita la visualización de cómo se pueden implementar nuevas propuestas, destacando los recursos necesarios y las actividades a optimizar. De esta forma, se garantiza que la implementación de nuevos servicios sea eficiente y con altos estándares de calidad.
- ✓ Toma de decisiones basada en datos: El blueprint ayuda a generar encuestas de satisfacción más efectivas al vincular cada actividad o punto de contacto con métricas específicas. Esto permite tomar decisiones informadas basadas en la retroalimentación directa de los clientes.

ETAPA ECONÓMICA FINANCIERA

Evaluación Financiera:

Es el proceso de análisis que permite determinar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto o inversión a partir de la revisión de los flujos de efectivo, la estructura de costos, los ingresos y el rendimiento esperado. Se enfoca en los aspectos financieros del proyecto, como los ingresos, gastos, rentabilidad, y el análisis de riesgos financieros.

Evaluación Económica:

Es un proceso integral que no solo analiza los aspectos financieros de un proyecto, sino también su impacto económico en la comunidad, el entorno y la sostenibilidad a largo plazo. Incluye la valoración de los beneficios y costos sociales y ambientales, y se enfoca en la maximización del bienestar general.

Rentabilidad:

Mide la capacidad de un proyecto para generar ganancias en relación con los costos de inversión. Los indicadores más comunes para evaluar la rentabilidad incluyen el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Valor Actual Neto (VAN):

Es un indicador financiero que calcula la diferencia entre los ingresos y los costos esperados de un proyecto, descontados a su valor presente. Si el VAN es positivo, indica que el proyecto es rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR):

Es la tasa de interés que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero. Es un indicador clave para evaluar la rentabilidad de una inversión. Cuanto mayor sea la TIR, más atractivo es el proyecto.

Análisis de Punto de Equilibrio:

Es el análisis que determina el nivel de ventas o ingresos necesarios para cubrir todos los costos fijos y variables de un proyecto, sin generar ganancias ni pérdidas. Es útil para conocer el riesgo financiero y la viabilidad del proyecto en el corto plazo.

Costo de Capital:

Es la tasa de retorno requerida para que una inversión sea atractiva. Es el costo que tiene la empresa para financiar sus proyectos, ya sea a través de deuda o de capital propio. Este valor se usa en la fórmula de VAN para descontar los flujos futuros.

Flujo de Caja:

Son los ingresos y egresos de dinero de una empresa o proyecto a lo largo del tiempo. Se utiliza para evaluar la liquidez y la capacidad de generar efectivo de un proyecto o negocio.

Los flujos de caja proyectados se utilizan para calcular el VAN y la TIR.

Proyección Financiera:

Es el proceso de estimar los resultados financieros futuros de un proyecto, basado en suposiciones sobre ingresos, costos, inversiones y otros factores. Ayuda a prever los resultados financieros y a tomar decisiones informadas sobre la viabilidad del proyecto.

Indicadores de Desempeño (KPIs) Financieros:

Son métricas utilizadas para evaluar la eficacia de un proyecto en términos financieros.

Algunos KPIs comunes incluyen la rentabilidad operativa, el margen de beneficio, el ciclo de caja, entre otros.

Costos Fijos y Variables:

Costos Fijos: Son aquellos que no cambian con el volumen de producción o ventas, como alquileres y sueldos.

Costos Variables: Son aquellos que cambian según el volumen de producción o ventas, como materiales y mano de obra directa.

Indicadores de Sostenibilidad Financiera:

Miden la capacidad del proyecto para mantenerse financieramente viable en el tiempo, teniendo en cuenta su rentabilidad, flujos de caja, y capacidad de generar ingresos a largo plazo.

Impacto Social y Ambiental:

En la evaluación económica también se consideran los beneficios y costos sociales y ambientales de un proyecto, como la creación de empleos, el desarrollo local, la conservación ambiental, etc.

ETAPA DE DIAGNÓSTICO

ETAPA DE DIAGNÓSTICO

OBJETIVO GENERAL DE LA ETAPA DE DIAGNÓSTICO

Realizar el estudio de mercado para determinar la viabilidad de la introducción de servicios innovadores en el mercado objetivo de La Costa del Sabor, mediante un análisis de las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores, así como de la competencia, con el fin de proporcionar información estratégica para el desarrollo y la implementación exitosa del proyecto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA ETAPA DE DIAGNÓSTICO

1. Investigar las preferencias de los clientes potenciales en términos de servicios innovadores adicionales a los que ofrece actualmente La Costa del Sabor.
2. Determinar el tamaño del mercado objetivo y su segmentación para identificar las características y preferencias de los diferentes grupos de consumidores, facilitando la implementación de estrategias de marketing y servicio más efectivas para La Costa del Sabor.
3. Implementar herramientas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos relevantes para respaldar el análisis de los diferentes mercados.
4. Evaluar la competencia directa e indirecta de La Costa del Sabor para identificar sus fortalezas, debilidades y estrategias, con el fin de desarrollar propuestas innovadoras que mejoren la competitividad del restaurante en el mercado de turismo y hospitalidad.
5. Investigar posibles alianzas estratégicas con otros negocios y distribuidores en el sector turístico y gastronómico.

6. Brindar la conceptualización de la solución desde la óptica del estudio de mercado realizado para desarrollar propuestas innovadoras y estrategias alineadas con las necesidades y expectativas de los clientes, mejorando la competitividad y sostenibilidad de La Costa del Sabor.

III. GENERALIDADES Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA CONTRAPARTE

A. IDENTIFICACIÓN DE LA CONTRAPARTE

Nombre: Restaurante La Costa del Sabor el Sunzal



Ilustración 7 Logo de la contraparte

Propietario: Milton Álvarez

Giro de la empresa: Restaurante

Número de teléfono: 7743 1021

Persona contacto en la empresa: Lic. Roberto Carlos Álvarez

Número de teléfono: 7853 9824

Dirección: Carretera el Litoral CA2, Tamanique Playa el Sunzal, La Libertad, El Salvador

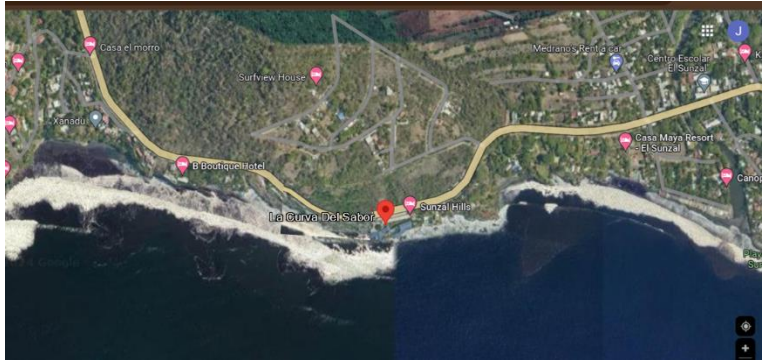


Ilustración 8 Ubicación de la contraparte

B. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

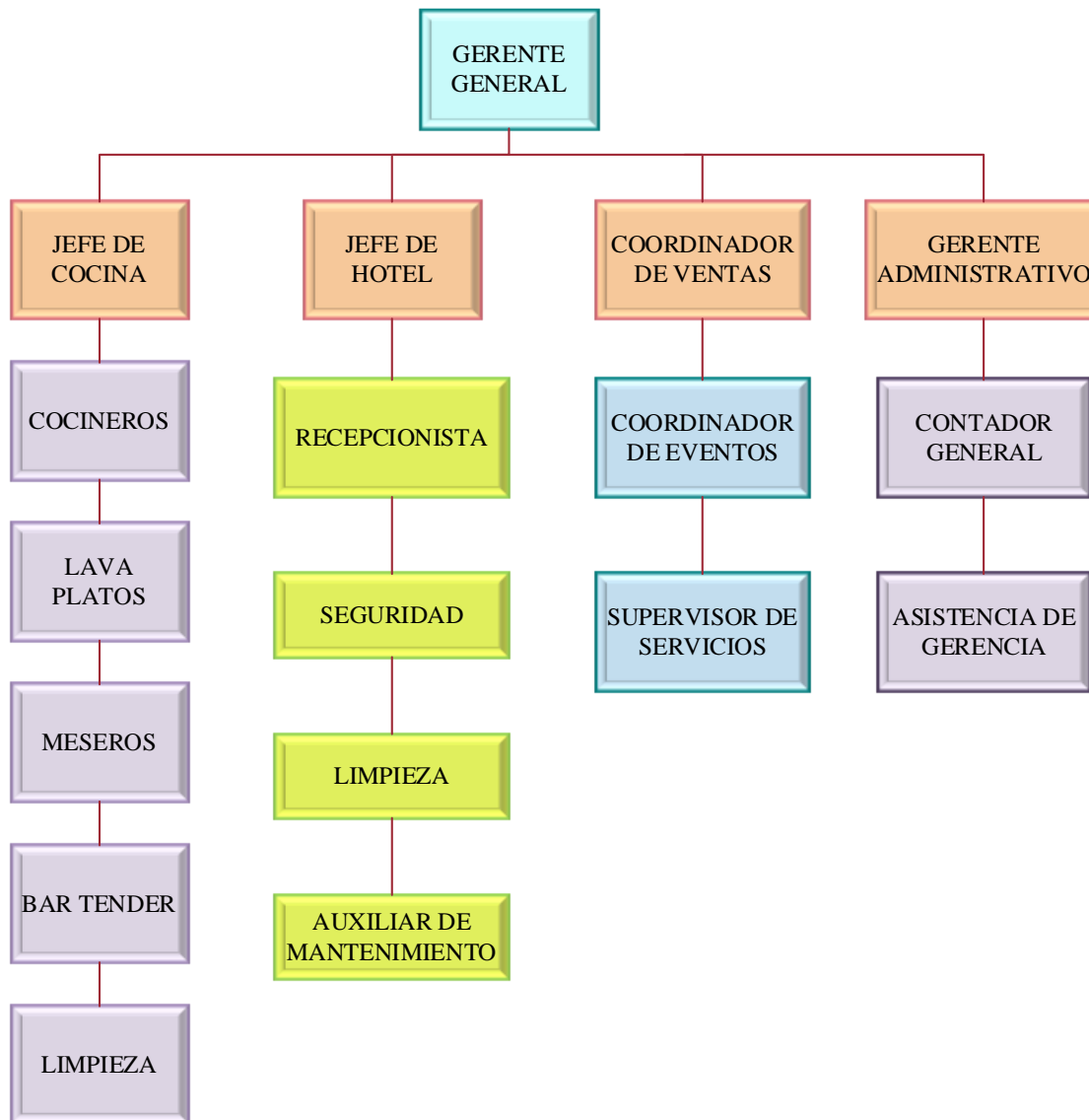


Ilustración 9 Organigrama de la empresa

FILOSOFIA DE LA CONTRAPARTE

Misión: Ofrecer una experiencia gastronómica única que combine los sabores tradicionales salvadoreños, en un ambiente acogedor y familiar, brindando un servicio único con

ingredientes frescos y de alta calidad para satisfacer a nuestros clientes y superar sus expectativas.

Visión: Ser reconocidos como el restaurante líder en el país por nuestros platillos y servicio al cliente, convirtiéndonos en un destino gastronómico de referencia tanto para locales como para visitantes, manteniendo siempre nuestro compromiso con la calidad y la autenticidad.

Valores:

- Calidad
- Servicio al cliente
- Compromiso
- Autenticidad
- Perseverancia
- Honradez
- Responsabilidad

C. HISTORIA

Don Milton Álvarez. Nacido en El Salvador en el cantón Potrerillos del municipio de Ilobasco en el departamento de Cabañas, un hombre sincero, humilde y con ganas de triunfar en la vida. Se tiro a recorrer el mundo al timón de un barco mercante, para poder salir adelante con su vida y buscando el sueño de ser un empresario de éxito, conoció muchas culturas y costumbres de diferentes latitudes y sus preferencias por restaurantes con características especiales, que grabó en su mente de regreso a su país.

La historia de Milton Álvarez es la de toda persona que sabe lo que quiere y no cesa hasta lograrlo; como todas las historias que tocan vetas profundas del alma, trasciende las fronteras de un país para volverse universal.

Desde niño una inquietud motivada por su natural espíritu de observación le hizo comprender que la vida tenía mucho más que ofrecer que lo detectado por el común de la gente; así, impulsado por una sana e intensa ambición; forjo propósitos que inició desde entonces embarcarse en ellos hasta anclar en territorio propicio.

“DON MILTON” inició su propio negocio al lado de su esposa la cual fue un pilar importante en su vida y con la fe en Dios de ser un empresario exitoso. Ahí aplicó sus experiencias y su nata camaradería, lo que redundó en una pronta y nutrida clientela. Y los exquisitos platillos de su pronto negocio fueron elogiados por comensales que visitaban su negocio, la cual llevó a ser el mejor negocio en mariscos de todo El Salvador. El éxito de Don Milton radica en su sereno y afable carácter, su cordialidad, generosidad y desprendimiento para apoyar las causas de beneficio popular.

D. ACTIVAD ECONOMICA

Clasificación de la contraparte según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme:

Clasificación según la CIU	Simbología	Descripción
Sección	I	Actividades de alojamiento y de servicios de comidas
División	56	Actividades de servicio de comidas y bebidas
Grupo	561	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas
Clase	5610	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas
Descripción	Comprende las actividades de servicio de comidas y bebidas que proporcionan comidas completas y bebidas preparadas para su consumo inmediato, ya sea en restaurantes tradicionales, en restaurantes de autoservicio o de comida preparada para llevar, o en puestos de comida permanentes o temporales, con o sin mesas y asientos.	

Tabla 1 Clasificación CIU de la contraparte

E. TAMAÑO DE LA EMPRESA

La empresa cuenta con un total de 90 empleados por lo que su clasificación según el boletín económico del Banco Central de Reserva de El Salvador es el siguiente:

Tamaño de Empresa	Ventas totales anuales		Monto exportado anual		Valores activos totales		Número de trabajadores	
	Desde	Hasta	Desde	Hasta	Desde	Hasta	Desde	Hasta
Microempresa	\$0.00	\$144,600.00	N/A	N/A	N/A	N/A	1	10
Pequeña Empresa	\$144,600.01	\$1,445,100.00	N/A	N/A	N/A	N/A	11	50
Mediana Empresa	\$1,445,100.01	\$7,000,000.00	N/A	N/A	N/A	N/A	51	100
Gran Empresa	Más de \$7,000,000.00		N/A	N/A	N/A	N/A	Más de 100	

Tabla 2 Tamaño de la empresa según BCR

En base a esta clasificación y dado que los empleados no superan los 100 empleados y sobrepasa los 50 empleados, es considerada **Mediana Empresa**. (Banco Central de Reserva, 2019)

F. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE DESARROLLA

El restaurante La Costa del Sabor ofrece una gran variedad de comidas del mar frescos, desayunos, snacks, bocadillos y bebidas de todo tipo al aire libre, vista al mar, entretenimiento en vivo, eventos y celebraciones especiales con una capacidad instalada de 80 mesas para 400 personas. A su vez, cuenta con un servicio de habitaciones, transporte para recoger en aeropuerto o llevar al aeropuerto, tours en todo el país. A continuación, se desglosan los productos que se ofrecen:

Productos:

Estos son los productos más solicitados que ofrece La Costa del Sabor como restaurante:

Mariscada especial crema o sopa.



Pescado jumbo.



Camarones de mar al gusto.



Crema o sopa de camarón.



Churrasco Don Milton.



Langosta especial rellena



Crema de langosta.



Pescado deshuesado relleno frito.



Pulpo a la plancha.



Mano de cangrejo gigante al gusto.



Plato mixto especial



Calamar al gusto.



Crema de camarón y calamar.



Pollo al gusto.



Coctel mixto.



Coctel de camarón en salsa rosada.



Ceviche de pescado.



Coctel de conchas.



Tabla 3 Productos de la contraparte

Servicios adicionales al restaurante que ofrece La Costa del Sabor:




	<p>Transporte: Transporte para trasladar a los clientes al aeropuerto o ir a recogerlos.</p>
	<p>Tours: tours hacia el centro de El Salvador o a los lugares turísticos de diferentes partes del país.</p>
	<p>Hospedaje: Cuenta con 27 habitaciones dobles de 2 a 4 personas según sea la necesidad de los visitantes y con 2 habitaciones familiares para 8 personas en cada habitación, teniendo la capacidad de un total de hasta 124 huéspedes.</p>

Tabla 4 Servicios de la contraparte

IV. PLANTEAMIENTO PRELIMINAR DE LA PROBLEMÁTICA

A. CARACTERIZACIÓN PRELIMINAR DE LA PROBLEMÁTICA

MATRIZ DE INVOLUCRADOS

La matriz de involucrados proporciona una visión detallada de las partes interesadas clave en el proyecto del restaurante La Costa del Sabor. Esta herramienta permite identificar quiénes son las personas, grupos u organizaciones que tienen un interés en el proyecto y cómo pueden influir en su desarrollo y resultados.

Se ha identificado a diversas partes interesadas, desde el propietario y la gerencia hasta los clientes, la comunidad local, los empleados y las autoridades locales, entre otros. Cada uno de estos actores tiene sus propios intereses, necesidades y niveles de poder o influencia que deben ser considerados durante la planificación y ejecución del proyecto.

Involucrados	Intereses	Necesidades	Poder/Influencia	Enfoque Estratégico
Propietario y Gerencia	Éxito del proyecto, rentabilidad, reputación	Financiamiento, recursos humanos y materiales	Alto	Apoyo y dirección estratégica
Empleados	Seguridad laboral, estabilidad, oportunidades	Capacitación, desarrollo profesional	Medio	Apoyo y compromiso con el proyecto
Clientes	Experiencia gastronómica, calidad del servicio	Variedad de menú, servicio de calidad	Medio-Alto	Satisfacción y lealtad hacia el restaurante
Comunidad Local	Desarrollo económico, impacto ambiental	Empleo local, prácticas sostenibles	Medio	Sostenibilidad y beneficios para la comunidad
Proveedores	Relaciones comerciales, pago puntual	Demanda constante, acuerdos transparentes	Medio	Colaboración y suministro confiable

Autoridades Locales	Cumplimiento normativo, desarrollo turístico	Regulaciones claras, impacto positivo en la zona	Medio-Alto	Apoyo regulatorio y promoción turística
Competidores	Cuota de mercado, diferenciación	Innovación, fidelización de clientes	Medio-Alto	Monitoreo competitivo y estrategias de diferenciación

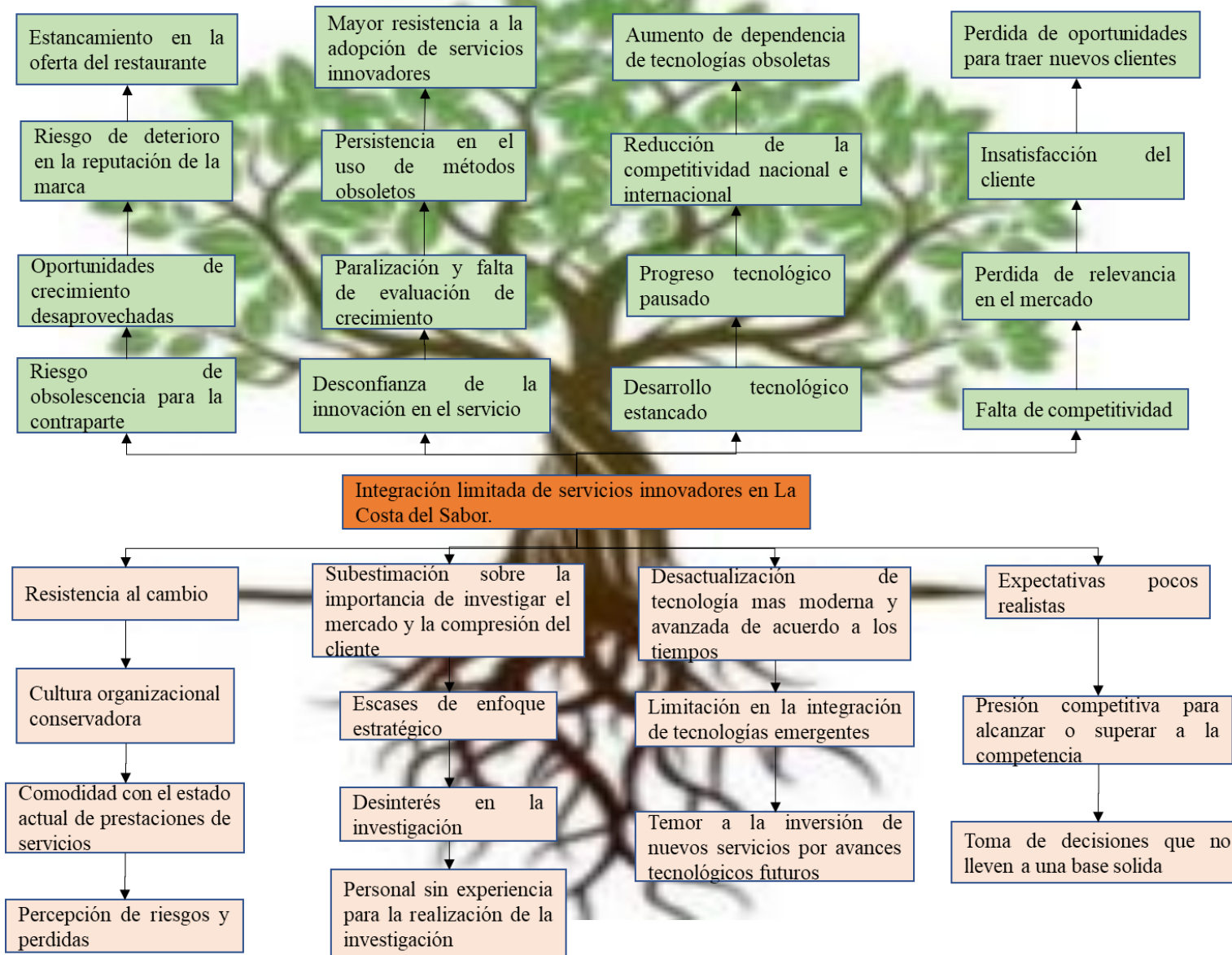
Tabla 5 Matriz de involucrados

Esta matriz ayudará a diseñar estrategias específicas preliminares para gestionar las relaciones con cada grupo de manera efectiva, garantizando su apoyo y compromiso con el proyecto. Al comprender las expectativas y preocupaciones de cada parte interesada, tomando decisiones que contribuyan al éxito global del restaurante La Costa del Sabor.

B. ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA MEDIANTE EL ÁRBOL DE PROBLEMAS.

Para tener más claridad de la situación problemática, usaremos un árbol de problemas. Con esta herramienta, conseguiremos representar de manera concisa la situación problemática. A continuación, se muestra el árbol de problemas que partieron de reuniones con la contraparte **Anexo 1: Entrevista con encargo del Restaurante La Costa del Sabor** para poder comprender los aspectos claves y poder construir un árbol de problemas más preciso y relevante, que permita identificar de manera efectiva las causas de los problemas y poder desarrollar soluciones que sean adecuadas y viables en el proyecto:

ÁRBOL DE PROBLEMA



CAUSAS

✓ **Percepción de riesgos y pérdidas**

El propietario percibe riesgos y pérdidas que podrían estar asociadas con diversas decisiones y situaciones relacionadas con el negocio.

✓ **Comodidad con el estado actual de prestación de servicios**

La contraparte siente un nivel de satisfacción o conformidad con la forma en que están ofreciendo los servicios en la actualidad.

✓ **Cultura organizacional conservadora**

En La Costa del Sabor por parte del propietario se manifiesta una fuerte adhesión a las tradiciones y métodos establecidos, una aversión al riesgo y la experimentación, y una tendencia a mantener el statu quo en lugar de buscar nuevas oportunidades o formas de mejorar.

✓ **Resistencia al cambio**

Se presenta resistencia por parte del propietario ante los cambios propuestos en la forma en que se hacen las cosas en la gestión de La Costa del Sabor, el cual considera innecesarias algunas opciones de nuevos servicios que mejoren la experiencia del cliente.

✓ **Personal sin experiencia para la realización de investigación**

La contraparte se encuentra en una situación en la que ha descuidado la exploración y análisis de potenciales nuevos servicios para el restaurante. Esta falta de estudio los ha dejado rezagados en términos de innovación y desarrollo de la oferta

✓ **Desinterés en la investigación**

La falta de motivación para llevar a cabo estudios, análisis o investigaciones que podrían proporcionar información que podrían ayudar a comprender mejor el mercado, los clientes o cualquier otro aspecto relevante para el negocio.

✓ **Escases de enfoque estratégico**

La contraparte le hace falta información crucial para tomar decisiones estratégicas como resultado a la falta de estudios del mercado.

✓ **Subestimación sobre la importancia de investigar el mercado y la comprensión del cliente**

Al no tener una investigación del mercado no se podría realizar un análisis detallado de las tendencias de demanda durante todo el año para comprender mejor los factores que influyen en la oferta y demandan y esto es una situación problemática ya que limita la capacidad de la contraparte para adaptar su oferta y sus servicios de acuerdo con las demandas del mercado y las preferencias de los clientes.

✓ **Desactualización de tecnología más moderna y avanzada de acuerdo a los tiempos**

Presentan una falta de adopción o integración de nuevas tecnologías que surgen cada vez más en el mercado y que cambian la forma en la que se ofrecen los servicios y que podrían brindarles una ventaja competitiva.

✓ **Limitación en la integración de tecnologías emergentes**

La contraparte no está aprovechando o implementado nuevas tecnologías que están surgiendo en el mercado que podrían mejorar la eficiencia, la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

✓ **Temor a la inversión de nuevos servicios por avances tecnológicos futuros**

Este temor resulta de cada día las tecnologías hacen avances muy significativos lo que representa una preocupación de que se podría estar invirtiendo en tecnología en servicios que en un futuro podrían volverse obsoletos debido al avance rápido de las tecnologías.

✓ **Toma de decisiones que no lleven a una base sólida**

La contraparte se enfrenta a la falta de un plan detallado para la implementación de nuevos servicios que tengan una base sólida, lo que puede resultar en consecuencias negativas para el negocio.

✓ **Presión competitiva para alcanzar o superar a la competencia**

Se observa que no tienen elementos distintivos en los servicios que se ofrece y en el mercado en el que se desenvuelve, se observa una tendencia hacia una mayor diversificación de servicios por parte de los diferentes competidores por lo que deben esforzarse aún más para destacar y mantenerse relevantes frente a los clientes.

✓ **Expectativas pocos realistas**

Las expectativas que tiene la contraparte sobre los resultados que esperan alcanzar pueden que no estén en línea con la realidad o son difíciles de lograr dadas de las circunstancias actuales del restaurante.

EFECTOS

✓ **Riesgo de obsolescencia para la contraparte**

Para la contraparte hay una posibilidad de que los servicios y prácticas operativas que son utilizadas se vuelvan obsoletos o irrelevantes en el futuro debido a cambios en el mercado, la tecnología o las preferencias del cliente.

✓ **Oportunidades de crecimiento desaprovechadas**

Debido a la resistencia al cambio el restaurante no sabe identificar o provechar las oportunidades de la introducción de nuevos servicios que poden impulsarlo a su crecimiento y éxito a largo plazo.

✓ **Riesgo de deterioro en la reputación de la marca**

Se observa que la contraparte tiene incidentes negativos por la insatisfacción de los clientes con los servicios ofrecidos lo cuales están afectando la imagen y reputación de la marca y los ha llevado a tener críticas negativas en línea.

✓ **Estancamiento en la oferta del restaurante**

Se enfrentan a un desafío en cuanto a la incorporación insuficiente de conceptos e ideas innovadoras en la oferta de servicios Esta situación podría llevar a un estancamiento en la propuesta de valor, lo que afectaría la capacidad para atraer y retener a los clientes.

✓ **Desconfianza de la innovación en el servicio**

La contraparte tiene falta de confianza hacia la introducción de nuevas ideas en la prestación de servicios

✓ **Paralización y falta de evaluación de crecimiento**

En La Costa del Sabor se ha quedado atrapado en la rutina diaria sin buscar activamente nuevas oportunidades o mejoras.

✓ **Persistencia en el uso de métodos obsoletos**

Debido a la comodidad con lo ya conocido la contraparte hace persistencia en el uso de métodos obsoletos o desactualizados en lugar de adoptar métodos más eficientes o modernos.

✓ **Mayor resistencia a la adopción de servicios innovadores**

La contraparte tiene un apego muy fuerte a lo que tradicionalmente se hace, sin embargo esto puede dificultarles la capacidad de mantenerse a la vanguardia y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes

✓ **Desarrollo tecnológico estancado**

Se observa que la contraparte tiene implementación de tecnologías o sistemas que son convencionales y se utilizan comúnmente en la industria de restaurantes, sin buscar opciones personalizadas o innovadoras que puedan ofrecer una ventaja competitiva única.

✓ **Progreso tecnológico pausado**

Se puede observar que en La Costa del Sabor el avance en a la adopción de tecnologías se desarrolla a un ritmo muy lento más de lo deseado.

✓ **Reducción de la competitividad nacional e internacional**

Debido a la resistencia al cambio el restaurante pierde su capacidad para competir de manera efectiva tanto local como internacionalmente

✓ **Aumento de dependencia de tecnologías obsoletas**

Están en una situación en la que el restaurante se ha confiado en sistemas que han quedado obsoletos en comparación con las últimas tendencias de la industria en la que compete.

✓ **Falta de competitividad**

Debido a la falta de diferenciación de la oferta, la falta de innovación en los servicios presenta la contraparte y a la presencia de competidores más fuertes en la zona se corre el riesgo de perder cuota de mercado y enfrentarse a una disminución en el número de clientes y en los ingresos

✓ **Perdida de relevancia en el mercado**

Al existir competidores más fuertes y con servicios innovadores la participación de la contraparte se va reduciendo y esto les podría llevar a una invisibilidad de la marca de frente a la competencia.

✓ **Insatisfacción de los clientes**

La insatisfacción de los clientes es un factor que se ha podido observar durante la investigación y es una situación preocupante ya que puede afectar la reputación y la lealtad de los clientes

✓ **Perdida de oportunidades para atraer nuevos clientes**

Si a un cliente no se le puede vender un servicio de calidad constantemente se volverá complicado poder entablar una relación cliente-empresa, y esto se pudo observar en las reseñas de los clientes al restaurante mientras unos están conformes con el servicio otros no lo están y esto debido a que la calidad con la que se ofrecen los servicios no es constante.

C. PLANTEAMIENTO PRELIMINAR DEL PROBLEMA

Como resultado del árbol de problema, se identificó un desafío crítico para el restaurante La Costa del Sabor: *“Integración Limitada de Servicios Innovadores en La Costa del Sabor”*. Este problema central sugiere que el restaurante no está utilizando plenamente las oportunidades para innovar en su oferta de servicios, lo que puede tener un impacto negativo en su competitividad, rentabilidad y atractivo para los clientes.

La integración limitada de la innovación puede deberse a varios factores, como la falta de conocimiento sobre las tendencias del mercado, la resistencia al cambio, la limitación de recursos o la falta de colaboración con socios estratégicos. Estos factores, individualmente o en conjunto, pueden hacer que el restaurante pierda valiosas oportunidades para diferenciarse y mantenerse relevante en un entorno turístico costero cada vez más competitivo.

Las consecuencias de este problema son significativas. La pérdida de competitividad puede conducir a una disminución de la cuota de mercado, mientras que la reducción de la satisfacción del cliente puede resultar en una menor lealtad y una disminución de los ingresos. Además, el impacto negativo en la reputación del restaurante podría afectar su capacidad para atraer nuevos clientes y expandir sus servicios.

Este problema preliminar establece un marco claro para abordar las causas subyacentes y desarrollar soluciones efectivas. Se requiere un enfoque multidisciplinario que abarque la investigación de mercado, la formación del personal, la optimización de recursos y la creación de alianzas estratégicas para superar las barreras al cambio e impulsar la innovación.

Con esta comprensión del problema central, el siguiente paso será diseñar estrategias y propuestas que permitan a La Costa del Sabor aprovechar al máximo las oportunidades de innovación, mejorar

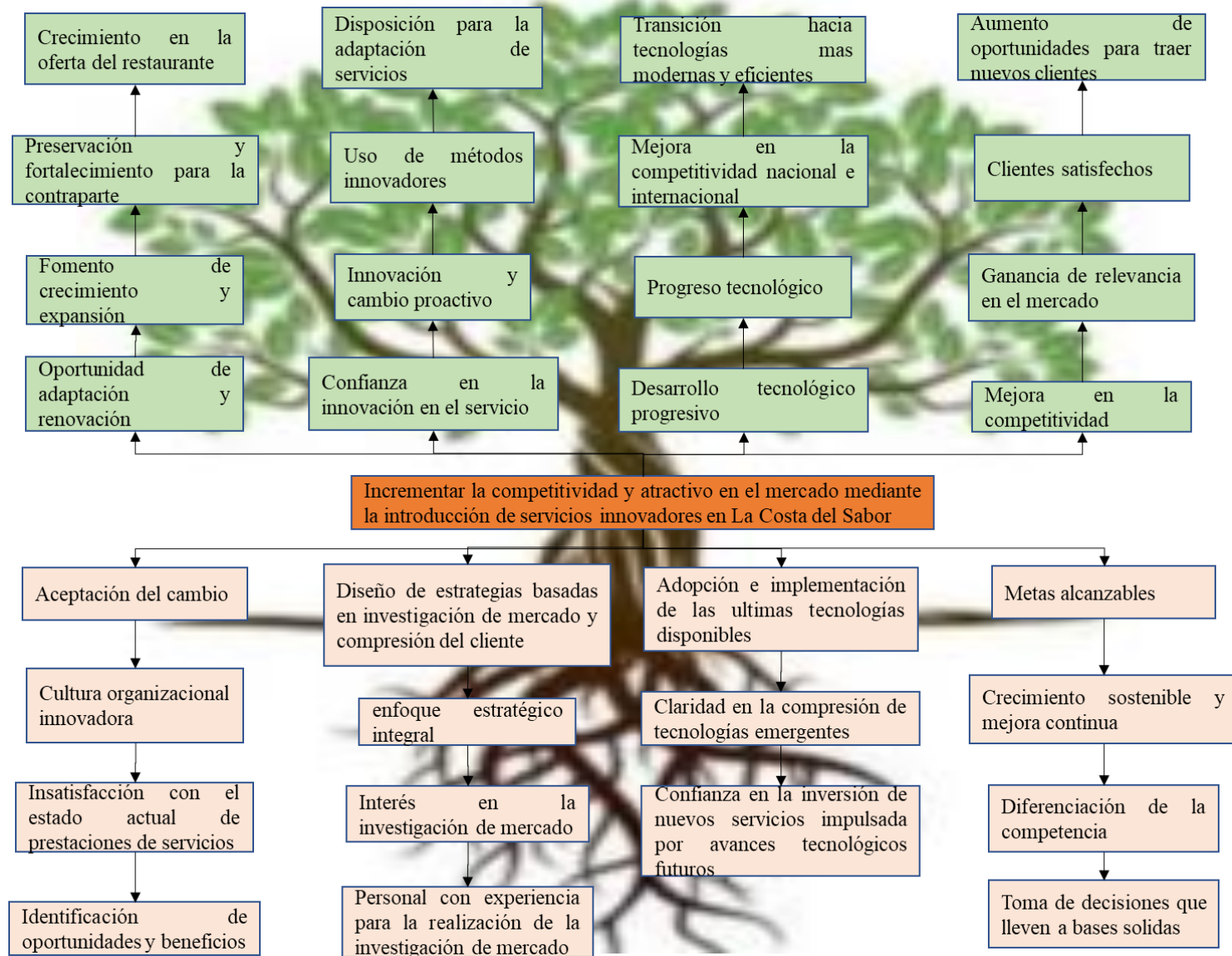
su competitividad y contribuir positivamente al desarrollo económico y turístico de la región costera.

D. ANÁLISIS DE LOS OBJETIVOS UTILIZANDO EL ÁRBOL DE OBJETIVOS

El árbol de objetivos ayudará a visualizar de manera clara y jerárquica cómo los diferentes componentes del proyecto se relacionan entre sí y cómo contribuyen a la consecución de los objetivos generales. A partir de los intereses identificados en la matriz de involucrados, se podrá establecer objetivos específicos para satisfacer esas necesidades y lograr los resultados esperados.

Este enfoque permitirá mantener un rumbo claro y enfocado durante todas las etapas del proyecto, asegurando que cada acción esté alineada con los objetivos estratégicos y contribuya al éxito general del restaurante La Costa del Sabor.

ÁRBOL DE OBJETIVOS



E. EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS PRELIMINARES

Por medio del objetivo central identificado en el árbol de objetivos se plantean las siguientes alternativas preliminares para la solución del problema central:

- ✓ **Alternativa 1:** Destinar recursos a actividades de investigación y desarrollo para la implementación de nuevos servicios innovadores.
- ✓ **Alternativa 2:** Diseñar una propuesta de innovación de servicios que permita aumentar la competitividad y sostenibilidad del restaurante.
- ✓ **Alternativa 3:** Establecer alianzas estratégicas con empresas tecnológicas u organizaciones innovadoras para colaborar en el desarrollo e implementación de nuevos servicios.

MATRIZ DE EVALUACIÓN PONDERADA

Para evaluar las 3 alternativas se realizará una matriz de evaluación ponderada que nos servirá para comparar y evaluar alternativas mediante criterios o factores importantes.

Los criterios de viabilidad que utilizaremos para darle mayor importancia serán los siguientes:

- ✓ Costo: Bajo, Mediano o Alto
- ✓ Probabilidad de éxito: Bajo, Mediano o Alto
- ✓ Costo/Beneficio: Bajo, Mediano o Alto
- ✓ Horizonte de Tiempo: Corto, Mediano o Largo
- ✓ Riesgo Social: Pequeño, Mediano o Grande

A continuación, se definirán los pesos relativos para cada factor a considerar:

Factor	Peso relativo	Justificación
Alternativa 1	40%	Destinar recursos a actividades de investigación y desarrollo para la implementación de nuevos servicios innovadores.
Alternativa 2	35%	Diseñar una propuesta de innovación de servicios que permita aumentar la competitividad y sostenibilidad del restaurante.
Alternativa 3	25%	Establecer alianzas estratégicas con empresas tecnológicas u organizaciones innovadoras para colaborar en el desarrollo e implementación de nuevos servicios.

Tabla 6 Asignación de pesos y justificación de los factores

A continuación, se definirá la escala de calificación para cada uno de los factores considerados:

Puntaje	Impacto
1	Mínimo
2	Medio
3	Alto

Tabla 7 Escala de calificación

Los criterios para evaluar cada factor

Código	Descripción del factor
A	Costo
B	Probabilidad de éxito
C	Costo/Beneficio
D	Horizonte de Tiempo
E	Riesgo Social

Tabla 8 Criterios para evaluación de cada factor

Evaluación de alternativas:

Factor	Peso Ponderado	A	B	C	D	E	Total	Resultado
Alternativa 1	40%	3	2	1	3	1	10	4.00
Alternativa 2	35%	3	3	2	3	2	13	4.55
Alternativa 3	25%	1	1	3	1	3	8	2.00

Tabla 9 Resultado de evaluación de alternativas

Una vez realizada la matriz de evaluación ponderada se obtiene que la “***alternativa 2 Diseñar una propuesta de innovación de servicios que permita aumentar la competitividad y sostenibilidad del restaurante***” es la mejor evaluada, esto porque diseñar una propuesta de innovación de servicios es una alternativa justificada y estratégica que puede ayudar al restaurante La Costa del Sabor a mantenerse competitivo, relevante y sostenible en un mercado en constante cambio.

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

El restaurante La Costa del Sabor, busca mejorar su competitividad y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado turístico costero. En este contexto, se presenta la matriz de marco lógico, que representa visualmente la estructura y los componentes esenciales del proyecto.

A través de esta matriz, se detallan los objetivos, las actividades, los indicadores de logro y los supuestos asociados, brindando una guía completa para el desarrollo y seguimiento del proyecto. A continuación, se presenta en detalle la estructura y los elementos clave de esta matriz:

NIVEL	COMPONENTES	INDICADOR DE LOGRO	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL	Mejorar la oferta de servicios del restaurante La Costa del Sabor para satisfacer las necesidades de los clientes y aumentar su competitividad.	Aumento en la satisfacción del cliente y la competitividad del restaurante.	Disponibilidad de recursos financieros y humanos para implementar los cambios.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	a) Identificar áreas de mejora en los servicios actuales del restaurante.	Identificación de al menos 3 áreas de mejora en los servicios actuales.	Disposición del personal para participar en el proceso de identificación y mejora de los servicios.
	b) Diseñar e implementar nuevos servicios innovadores que complementen la oferta turística.	Desarrollo e implementación de al menos 2 nuevos servicios.	Flexibilidad en la infraestructura y operaciones del restaurante para incorporar nuevos servicios.
	c) Mejorar la gestión de la marca y la promoción del restaurante para	Incremento en la visibilidad del restaurante.	Disponibilidad de presupuesto para actividades de

	aumentar su visibilidad.		marketing y promoción.
	d) Evaluar la viabilidad financiera y la rentabilidad de los nuevos servicios propuestos.	Obtención de un retorno de inversión positivo en los nuevos servicios.	Estabilidad económica del restaurante y demanda suficiente para los nuevos servicios.
ACTIVIDADES	1. Realizar análisis FLOA del restaurante.	- Matriz de análisis FLOA completado.	Acceso a datos relevantes sobre el restaurante y su entorno.
	2. Realizar encuestas y entrevistas a clientes.	- Resultados de encuestas y entrevistas documentados.	Participación activa de los clientes y disponibilidad de recursos para la investigación.
	3. Diseñar y desarrollar nuevos servicios.	- Diseño con descripción detallada de los nuevos servicios.	Creatividad del equipo de diseño y disponibilidad de recursos para la implementación.
	4. Implementar plan de marketing y promoción.	- Aumento en el reconocimiento de marca y la visibilidad del restaurante.	Eficacia de las estrategias de marketing y colaboración con socios estratégicos.
	5. Implementar nuevos servicios en el restaurante.	- Documento de implementación de nuevos servicios.	Compromiso del personal para adaptarse a los cambios y garantizar la calidad del servicio.
	6. Monitorear la satisfacción del cliente.	- Encuestas de satisfacción completadas y analizadas.	Comunicación efectiva con los clientes y capacidad para actuar sobre los comentarios recibidos.
	7. Realizar análisis financiero.	- Análisis financiero que demuestre la	Acceso a datos financieros precisos y capacidad para

		rentabilidad de los nuevos servicios.	interpretarlos adecuadamente.
MEDIOS DE VERIFICACIÓN	- Análisis FLOA.	- Documento escrito que detalla los hallazgos del análisis FLOA.	Acceso a información interna y externa relevante para el análisis.
	- Resultados de encuestas y entrevistas.	- Informe que resume los resultados de las encuestas y entrevistas.	Cuestionarios y protocolos de entrevistas diseñados para obtener datos significativos.
	- Diseño de nuevos servicios.	- Diseño que describe las características y beneficios de los nuevos servicios.	Retroalimentación del equipo de diseño y aceptación del cliente de los nuevos servicios.
	- Reportes de actividades de marketing y promoción.	- Documentos que detallan las actividades realizadas y su impacto.	Métricas de marketing claramente definidas y herramientas para medir el rendimiento de las actividades promocionales.
	- Registro de implementación de nuevos servicios.	- Registro de cambios realizados y tiempo empleado en cada fase de implementación.	Seguimiento detallado del progreso y la eficacia de las acciones de implementación.
	- Análisis de encuestas de satisfacción y comentarios de clientes.	- Resumen de los resultados y propuestas de mejora derivadas de las encuestas y comentarios.	Procedimientos establecidos para la recopilación y análisis de datos de satisfacción del cliente.
	- Análisis financiero.	- Análisis detallado que incluye los costos y beneficios de los nuevos servicios.	Herramientas contables y financieras confiables para recopilar y analizar datos financieros.

Tabla 10 Matriz de Marco Lógico

Esta matriz del marco lógico proporciona una visión general del proyecto del restaurante La Costa del Sabor, estableciendo los objetivos, las actividades necesarias, los indicadores de logro y los supuestos asociados. Esto facilita la planificación, implementación y evaluación del proyecto.

V. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado para el Restaurante La Costa del Sabor representa un paso fundamental hacia la comprensión profunda de las dinámicas del sector hotelero y el turismo costero en El Salvador. Este análisis permitirá identificar oportunidades estratégicas para la innovación de servicios, adaptando la oferta del restaurante a las demandas cambiantes de los consumidores y maximizando su competitividad en el mercado local. A continuación, se detalla la metodología que guiará la recolección, análisis y aplicación de datos para alcanzar estos objetivos.

A. METODOLOGIA GENERAL

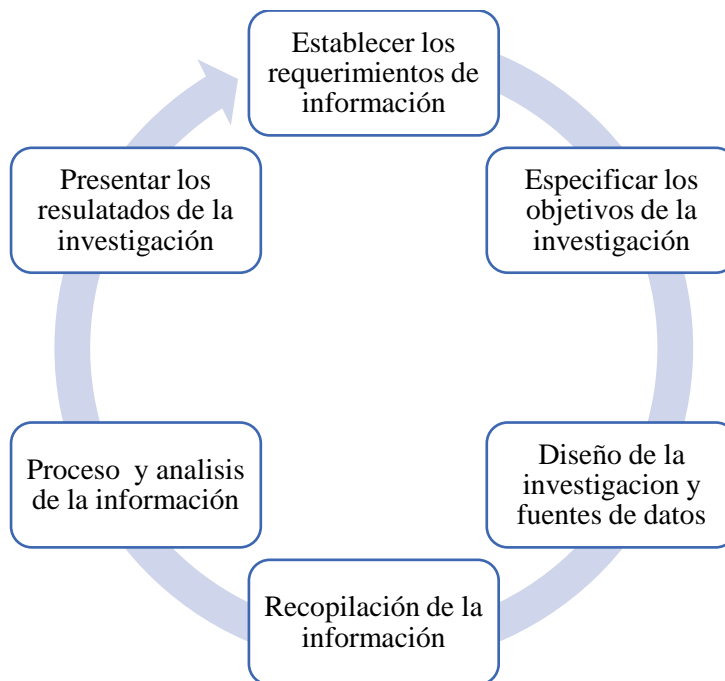


Ilustración 10 Metodología general para el estudio de cada mercado

Sin embargo, dado de cada mercado es diferente, se hará uso de técnicas y herramientas diferentes que se adecuen para llevar a cabo la investigación y recopilación de la información.

Para lo cual en el capítulo correspondiente a cada mercado se detallará la metodología específica desarrollada.

GENERALIDADES DEL MERCADO EN ZONA

DIAGNOSTICO DEL TERRITORIO TAMANIQUE (LA LIBERTAD)

La Libertad es el segundo departamento de El Salvador más desarrollado según su IDH que es el segundo al nivel nacional, además de ser industrialmente muy desarrollado, y posee la ciudad más desarrollada del país, Antigua Cuscatlán.

El departamento de la Libertad consta con la mayoría de las mejores playas de todo el país, ya sean para disfrutar nadando o practicando algún deporte extremo acuático como el surf, windsurf, kayaking, etc.

Tamanique con una población estimada de 15,119 para el año 2023 según las estadísticas de Dirección General de Estadística y Censos. Por estar aledaño a la costa del Pacífico, en el municipio se localizan las playas de El Sunzal y El Tunco, en las que se desarrolla el buceo y el surf, de hecho, sus olas son reconocidas a nivel mundial para la práctica de este deporte. Además, se localizan una serie de bares, hostales y restaurantes. La otra playa ubicada en Tamanique es la de El Palmarcito.



Ilustración 11 Playa el Sunzal.

OFERTA TURÍSTICA DE TANAMIQUE

Tamanique parece ser un lugar vibrante y diverso, con una rica oferta tanto cultural como turística. Las festividades religiosas en honor a la Virgen de La Paz y la Virgen de Santa Lucía añaden un componente tradicional importante a la comunidad, proporcionando oportunidades para la celebración y la reflexión espiritual.

La práctica del parapente en el cerro La Gloria agrega una emocionante dimensión de aventura a la región, atrayendo a aficionados a los deportes extremos y turistas en busca de experiencias únicas. Las cascadas del río Grande también ofrecen un atractivo natural para los amantes de la naturaleza y los entusiastas del senderismo.

La proximidad a las playas del Pacífico, como El Sunzal, El Tunco y El Palmarcito, amplía aún más las opciones de recreación, con actividades como el buceo y el surf. El

reconocimiento mundial de las olas en estas playas para la práctica del surf sugiere un destino popular para los entusiastas de este deporte.

Con una combinación de eventos culturales, actividades al aire libre y opciones de turismo de playa, Tamanique parece ser un lugar dinámico y emocionante para visitar.

La oferta de se puede clasificar en las siguientes categorías:

- a) Servicio de Alojamiento (Hostales).
- b) Servicio de Alimentación (Restaurantes, cafés y pupuserías).
- c) Otros servicios complementarios (Venta de artesanías y los servicios de Guía turístico)

LA MATERIA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE TANAMIQUE

La oferta turística de Tamanique es diversa y emocionante, abarcando una variedad de experiencias para satisfacer los intereses de diferentes tipos de viajeros. Aquí tienes una descripción:

- ✓ Fiestas Patronales: Tamanique celebra sus fiestas patronales en honor a la Virgen de La Paz y la Virgen de Santa Lucía, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de participar en eventos religiosos tradicionales y celebraciones culturales vibrantes.
- ✓ Deporte Extremo: Con el cerro La Gloria como telón de fondo, el parapente es una actividad destacada que atrae a aventureros y amantes de la adrenalina en busca de emociones fuertes y vistas panorámicas impresionantes.
- ✓ Ecoturismo y Senderismo: Un conjunto de cuatro cascadas donde puedes disfrutar de saltos a las pozas y nadar mientras aprecias las vistas panorámicas. La cascada

principal tiene una caída de más de 40 metros, Las cascadas del río Grande ofrecen un escenario natural espectacular para los amantes de la naturaleza y los entusiastas del senderismo. Los visitantes pueden explorar senderos escénicos y sumergirse en la belleza del entorno natural.

- ✓ Turismo de Playa: Con su proximidad a la costa del Pacífico, Tamanique cuenta con playas famosas como El Sunzal, El Tunco y El Palmarcito. Estas playas son conocidas a nivel mundial por sus impresionantes olas, lo que las convierte en destinos ideales para el surf y el buceo.
- ✓ Gastronomía y Vida Nocturna: La comunidad costera está salpicada de bares, hostales y restaurantes que ofrecen una variedad de opciones gastronómicas, desde mariscos frescos hasta platos tradicionales salvadoreños. Además, la vida nocturna ofrece la oportunidad de disfrutar de música en vivo y conocer a otros viajeros.
- ✓ Mirador Ojos del Sunzal: Un hermoso mirador que ofrece vistas impresionantes de la Playa el Sunzal, combinando la belleza de la costa con el ambiente de un bosque seco.
- Ecoparque Cascadas de Tamanique: Un espacio natural que se ha convertido en un dinamizador del turismo en la región, ofreciendo contacto con la vegetación y fauna local.

En resumen, la oferta turística de Tamanique combina la riqueza cultural, la aventura al aire libre, la belleza natural y la diversión en la playa, creando una experiencia única que atrae a viajeros de todo el mundo.

B. MERCADO CONSUMIDOR

Este apartado corresponde al análisis del mercado consumidor, considerado el mercado más importante de analizar y el más complejo. Este mercado está compuesto por aquellas, personas, grupos de personas y empresas que adquieren un bien o servicio con el objetivo de satisfacer una necesidad.

Para el caso de estudio, que el servicio a ofrecer una propuesta de innovación para el Restaurante y Hotel “La Costa del Sabor” Ubicado en la playa el Sunzal, distrito de Tamanique que proporciona los servicios de alojamiento, restaurante.

METODOLOGÍA EMPLEADA



Ilustración 12 Metodología para el estudio del mercado consumidor

ANTECEDENTES DEL MERCADO

Lleno de atracciones por descubrir, El Salvador ofrece al visitante más de 300 kilómetros de costa del océano pacífico, majestuosos volcanes y un extenso sistema de parques y reservas nacionales además de toda la cultura de sus pueblos coloniales y parques arqueológicos, vestigio de pasado rico en historia. Conocido como el país de las distancias cortas, El Salvador le permite al turista desayunar en la playa, almorzar en la ciudad y cenar en la montaña, todo en un mismo día.

El turismo interno salvadoreño continúa registrando crecimiento, de acuerdo con datos del Ministerio de Turismo (Mitur), hasta octubre de este año, alrededor de 8.4 millones de personas visitaron los sitios turísticos, culturales y naturales públicos, así como las áreas protegidas del país.¹

«Nosotros creemos que esa cifra [8.4 millones] de visitantes la vamos a superar y tenemos que hacer un reajuste de metas, porque nunca habíamos logrado más de 5 millones de visitantes anuales, por lo que tener más de 8 millones significa mucho para nosotros. Trabajaremos por más opciones turísticas» (Ministra de Turismo, Morena Valde)

Por otra parte, el turismo internacional en El Salvador ha marcado un hito para el sector turístico de El Salvador, al superar los niveles de llegada de visitantes internacionales registrados en el año 2019. Este logro no solo refleja un resurgimiento tras los desafíos enfrentados durante la pandemia, sino que también el resultado de los esfuerzos sostenidos

¹ Publicación de Registros del Crecimiento de Turismo Interno: <https://diarioelsalvador.com/el-turismo-interno-salvadoreno-continua-registrando-crecimiento/428574/>

en materia de seguridad y el exitoso posicionamiento internacional de El Salvador como un desafío turístico atractivo y seguro para visitar

En el acumulado enero-diciembre 2023, los turistas presentaron un crecimiento del 31% comparado con el mismo periodo del año anterior, mientras que los visitantes crecieron 33%. Comparado con el año 2019, los turistas crecieron 40% y los visitantes 28%.

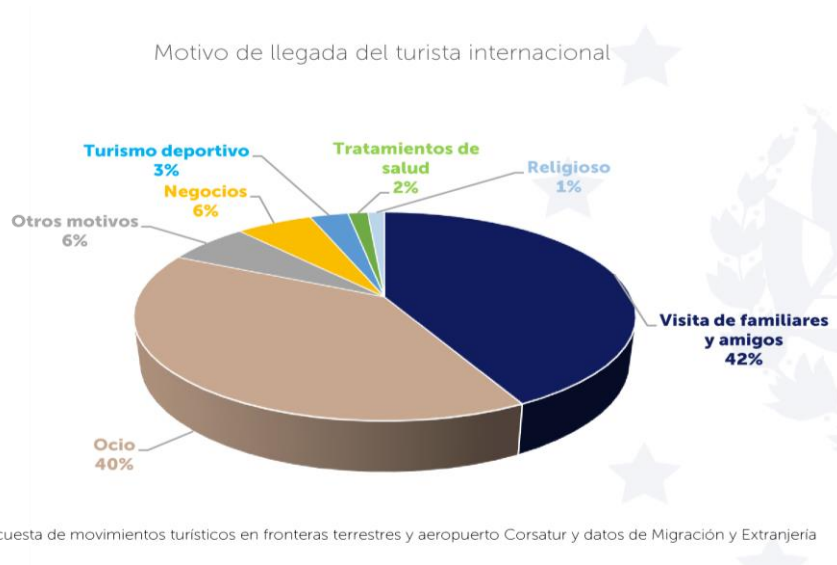


Ilustración 14 Motivo de llegada del turista internacional

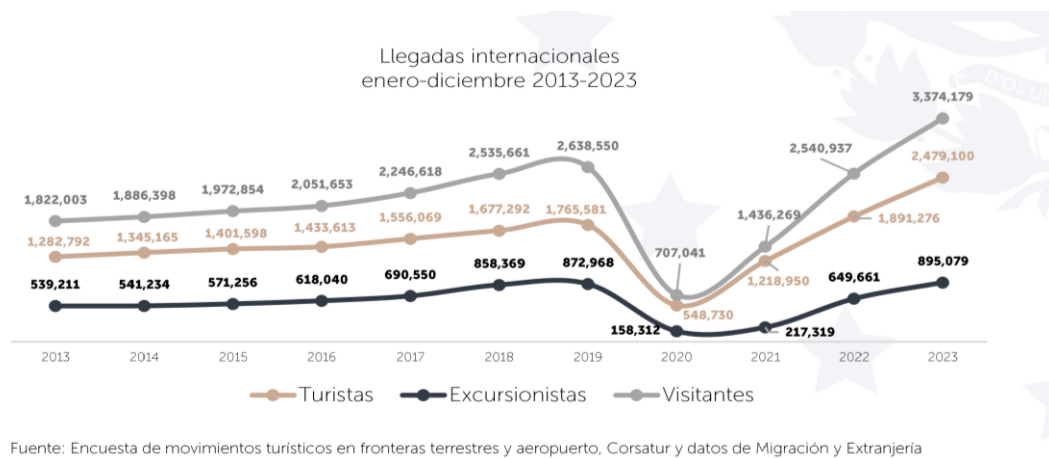


Ilustración 13 Llegadas internacionales ene-dic 2013-2023

Principales motivos de llegada del turista internacional

El 42% de los turistas internacionales recibidos en 2023 llegaron a El Salvador por visita de familiares y amigos el 40% por motivos de ocio, y el 6% por negocios.²

OFERTA HOTELERA

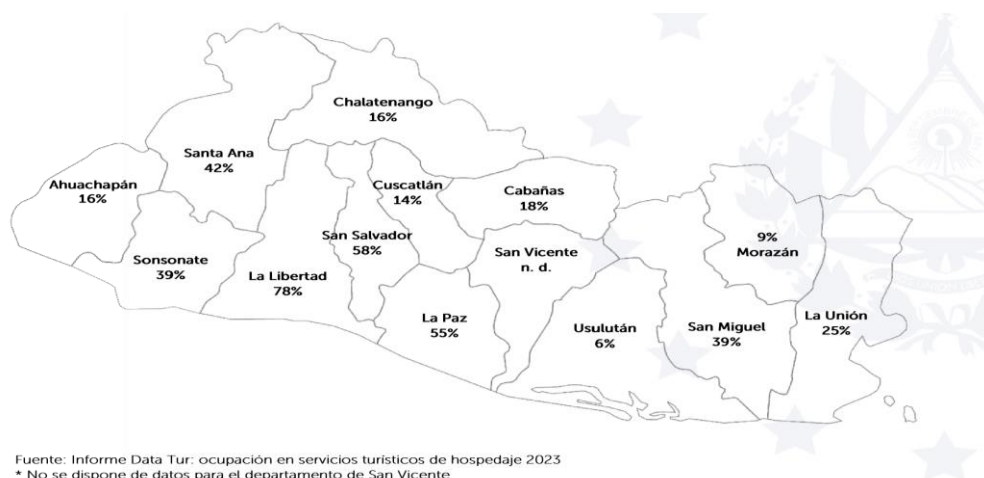


Ilustración 15 Ocupación hotelera por departamento de enero-diciembre 2023

Según datos obtenidos por la metodología DATA TUR El Salvador, a través de la cual el Ministerio de Turismo monitoreo la ocupación hotelera a nivel nacional, los departamentos que reportaron mayor ocupación durante el 2023 fueron: La Libertad con 78%, San Salvador con 58% y La Paz con 55%. La ocupación promedio a nivel global fue de 48%.³

² Consolidado final de los flujos migratorios de turismo en El Salvador: <https://www.migracion.gob.sv/noticias/451-mil-381-viajeros-ingresaron-y-salieron-del-pais-durante-la-temporada-de-semana-santa-2023/>

³ Informe Data Tur Ocupación en Servicios Turísticos de Hospedaje 2023: <https://www.corsatur.gob.sv/>

Departamento*	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
La Libertad	66%	76%	80%	77%	77%	86%
San Salvador	45%	55%	58%	57%	54%	65%
La Paz	40%	43%	46%	57%	49%	70%
Santa Ana	38%	41%	41%	39%	38%	37%
San Miguel	29%	36%	37%	42%	41%	39%
Sonsonate	45%	44%	38%	47%	35%	35%
La Unión	5%	29%	27%	37%	24%	31%
Cabañas	18%	23%	16%	11%	19%	24%
Chalatenango	17%	18%	14%	22%	16%	13%
Ahuachapán	15%	11%	10%	25%	13%	11%
Cuscatlán	14%	14%	7%	15%	4%	14%
Morazán	8%	6%	8%	13%	4%	4%
Usulután	9%	7%	4%	7%	2%	3%
Global	39%	45%	47%	50%	45%	53%

Departamento*	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Global
La Libertad	81%	79%	77%	70%	86%	78%	78%
San Salvador	68%	61%	59%	55%	67%	57%	58%
La Paz	69%	56%	48%	50%	71%	60%	55%
Santa Ana	55%	45%	38%	37%	48%	46%	42%
San Miguel	48%	41%	38%	39%	44%	39%	39%
Sonsonate	35%	34%	33%	41%	42%	45%	39%
La Unión	29%	26%	21%	22%	24%	30%	25%
Cabañas	17%	12%	13%	23%	22%	20%	18%
Chalatenango	11%	15%	11%	13%	19%	19%	16%
Ahuachapán	16%	14%	15%	17%	21%	20%	16%
Cuscatlán	17%	13%	12%	14%	25%	22%	14%
Morazán	5%	8%	13%	6%	12%	25%	9%
Usulután	3%	3%	6%	8%	10%	5%	6%
Global	54%	49%	46%	45%	57%	51%	48%

Ilustración 16 Monitoreo la ocupación hotelera a nivel nacional

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS SELECCIONADOS

Como parte del desarrollo de la investigación de campo y como resultado de la entrevista realizada se conceptualizó los siguientes servicios innovadores que el dueño de La Costa del Sabor se encuentra interesado implementar:

Servicios	Descripción
Salón de eventos con equipos tecnológicos	Este servicio proporcionará instalaciones y recursos para satisfacer las necesidades de negocios de los clientes y reuniones para empresas. Incluirá espacios de trabajo equipados con tecnología, salas de reuniones y áreas de trabajo colaborativo. Además, se ofrecerán servicios de asistencia administrativa, como impresión, escaneo y acceso a Internet de alta velocidad.
Spa	El spa ofrecerá una variedad de tratamientos y servicios de bienestar diseñados para relajar, rejuvenecer y revitalizar a los clientes. Esto puede incluir masajes, tratamientos faciales, exfoliaciones corporales, terapias de aromaterapia, saunas y jacuzzis, entre otros. El objetivo es proporcionar una experiencia de relajación y cuidado personal de alta calidad.
Beach office	Este servicio permitirá a los clientes combinar el trabajo con el placer al ofrecer instalaciones y servicios para trabajar en un entorno de playa.

	Incluirá áreas de trabajo al aire libre equipadas con Wi-Fi de alta calidad, estaciones de carga, áreas de descanso y acceso directo a la playa. Los clientes podrán disfrutar de la tranquilidad y la belleza natural mientras realizan sus tareas profesionales.
Catering	Es un servicio especializado en la preparación y presentación de alimentos y bebidas para eventos y ocasiones especiales si los clientes o empresas necesitan catering o un servicio privado para sus reuniones. Desde bodas y fiestas corporativas hasta reuniones íntimas y eventos de gala, el catering ofrece una solución completa para satisfacer las necesidades culinarias de los clientes.
Comidas privadas	En un concepto de brindar un servicio que les permita ofrecer paquetes de comidas privadas para momentos especiales los cuales pueden incluir un fotógrafo, un conserje o degustar de las comidas en un área clave alrededor de la propiedad.
Experiencias culinarias temáticas	Organizar eventos gastronómicos temáticos, como noches de cocina local donde los huéspedes pueden aprender a cocinar platos tradicionales de la región, o catas de vinos y maridajes de comida con productos locales.

Tabla 11 Descripción de los servicios seleccionados

Sin embargo, se debe orientar la propuesta de los servicios innovadores al mercado objetivo que se quiere alcanzar, que son específicamente empresas u organizaciones interesadas en realizar eventos y actividades de trabajo con espacios tecnológicos de alta calidad, amenidades para sus colaboradores y demás, universo que se delimitará en los apartados siguientes. Por lo tanto, se propone para la investigación de campo los siguientes servicios innovadores orientados a empresas:

- ✓ Beach Office (Trabajo remoto con amenidades desde la playa)
- ✓ Catering de eventos (Servicio de organización y asistencia de eventos)
- ✓ DayPass (Pase de un día con acceso a todas las instalaciones)
- ✓ Salón de eventos con equipos tecnológicos
- ✓ Actividades de team building y recreativas

- ✓ Programas de bienestar y spa para empleados
- ✓ Alojamiento para conferencias y retiros corporativos
- ✓ Otros, que el mercado consumidor estime como innovadores para la contraparte.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

El objetivo de realizar una investigación de mercado es para facilitar una visualización de las características principales que el cliente está buscando en un servicio. Se hará uso de un cuestionario realizado en Google Forms esto con el fin de llegar a los clientes potenciales de estudio con mayor facilidad. Para la aplicación de esta herramienta se determinará una muestra en donde los datos estadísticos investigados previamente mediante fuentes secundarias como la Cámara de Comercio e Industria (CCIES), La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y el Banco Central de Reserva (BCR).

Definición del Universo

El universo o población es el grupo completo de individuos o elementos que se desea estudiar. Para La Costa del Sabor, el universo puede incluir:

- ✓ **Clientes actuales:** Personas que ya han visitado o utilizado los servicios de La Costa del Sabor.
- ✓ **Clientes potenciales:** Personas que no han visitado La Costa del Sabor, pero que forman parte del mercado objetivo (por ejemplo, turistas, residentes locales, trabajadores remotos trabajadores remotos de empresas u organizaciones).
- ✓ **Segmentos específicos:** Por ejemplo, turistas nacionales, turistas internacionales, residentes locales, y trabajadores remotos de empresas u organizaciones.

Para tal efecto y según el planteamiento de los servicios innovadores a implementar que es de interés de la contraparte el segmento del mercado sería toda micro, pequeña, mediana y gran empresa a nivel nacional con diferentes giros empresariales como clientes potenciales para la realización de eventos de trabajo, formación del talento humano, espacios de conferencias y salas de reuniones de trabajo.

Bajo ese contexto debemos realizar una selección muestral del mercado consumidor, para ello se investigó la siguiente información para poder identificar cual será el universo ideal para la investigación:

La cantidad exacta de empresas en El Salvador puede variar dependiendo de la fuente y del año en el que se recopilen los datos. A continuación, se presenta una visión general de la situación empresarial en El Salvador basada en diversas fuentes:

1. **Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE):** Dio a conocer los datos estadísticos de la última encuesta de la MYPE en El Salvador 2018, destacando la existencia de 317,795 unidades económicas, entre micro, pequeñas empresas y emprendimientos.⁴
2. **Superintendencia del Sistema Financiero (SSF):** Según datos de la SSF, en 2022 había alrededor de 175,000 empresas registradas en El Salvador. Estas cifras incluyen micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.⁵

⁴ Publicación de Datos Estadísticos de La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) <https://www.conamype.gob.sv/blog/2018/12/20/mas-de-300-mil-micro-pequenas-empresas-y-emprendimientos-registra-ultima-encuesta-de-la-mype/>

⁵ Revista Mirada Financiera (2022), edición 25 de la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF) <https://ssf.gob.sv/2021/12/15/mirada-financiera/>

3. **Ministerio de Economía (MINEC):** El MINEC realiza censos económicos en coordinación con el BCR que proporcionan datos sobre la cantidad de empresas en el país. Según el último censo disponible, había aproximadamente 220,000 unidades económicas en El Salvador.⁶
4. **Banco Central de Reserva (BCR):** El BCR también proporciona estadísticas económicas, incluyendo el número de empresas. Sus datos generalmente coinciden con los proporcionados por el SSF y el MINEC, aunque pueden tener pequeñas variaciones.
5. **Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador (DIGESTYC):** Según el último Censo Económico realizado por la DIGESTYC en 2021 registró aproximadamente un total de 269,944 unidades económicas en El Salvador.⁷

Para dar una cifra aproximada en números absolutos (basado en un total de 269,944 unidades económicas):

- ✓ Microempresas: 252,591 unidades económicas.
- ✓ Pequeñas empresas: 15,117 unidades económicas.
- ✓ Medianas empresas: 1,620 unidades económicas.
- ✓ Grandes empresas: 810 unidades económicas.

⁶ Directorio de Unidades Económicas 2011-2012 del Banco Central de Reserva de El Salvador <https://onec.bcr.gob.sv/directorio-de-unidades-economicas-2011-2012/>

⁷ Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador (DIGESTYC). (2021). "Informe de Resultados del Censo Económico 2021" www.digestyc.gob.sv

6. **Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS):** El ISSS registra empresas que tienen empleados asegurados, y según sus datos, hay alrededor de 37,782 empresas e instituciones cotizantes finalizando el año 2022⁸.

Es importante tener en cuenta que estas cifras pueden variar debido a factores como la creación de nuevas empresas, el cierre de empresas existentes y cambios en los métodos de recopilación de datos.

Sin embargo, para la implementación de encuestas y trabajo de campo a empresas es necesario contar con las herramientas necesarias de contacto de las mismas, facilidades que nos brinda los registros de **La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL)** con más de 2,600 empresas como socios a nivel nacional. Esta organización ofrece una variedad de servicios y beneficios a sus miembros, incluyendo formación empresarial, networking, publicidad, y asesoría en diversos temas empresariales.⁹ Estos socios empresariales coinciden específicamente con el perfil de consumidor objetivo que se plantea para los nuevos servicios innovadores a implementar, por lo que delimitaremos el universo a las empresas registradas en el Directorio de Socios de La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL).

Cálculo de la muestra

Para calcular el tamaño de muestra asumiremos un margen de error del 9% que se encuentra dentro del rango admisible y estandarizado para este tipo de estudios; siendo sus resultados

⁸ Índice de estadísticas de patronos y trabajadores CIU 4. Año 2022 (Actualizado a diciembre 2022) del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS).

⁹ Directorio de Socios de La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL) <https://camarasal.com/directorio-de-socios/>

aceptables dado el tiempo disponible para la investigación y existiendo la posibilidad de mejorar la precisión si se puede ampliar el tiempo de investigación.

y un nivel de confianza del 95%, para un universo de 2600 empresas registradas en el Directorio de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, con estos datos podemos utilizar la fórmula para muestras finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

- ✓ **n**; muestra a calcular.
- ✓ **N**; es el tamaño del universo (2600 empresas registradas).
- ✓ **Z**; es el valor crítico de la distribución normal estándar para el nivel de confianza del 95%, que es aproximadamente 1.96.
- ✓ **p**; es la proporción esperada de la característica en la población (usualmente 0.5 para obtener el tamaño máximo de muestra).
- ✓ **E**; es el margen de error como fracción (en este caso, 0.09).

Sustituyendo los valores:

1. Calcular el numerador y denominador:

$$n = \frac{2600 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(2600 - 1) \cdot (0.09)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{2498.24}{21.8783}$$

2. Calcular el tamaño de muestra:

$$n = 114.2$$

$$n \approx 114$$

Por lo tanto, el tamaño de muestra necesario para un universo de 2600 empresas con un margen de error del 9% y un nivel de confianza del 95% es aproximadamente 114. Esto significa que será necesario encuestar a 114 empresas dentro del universo segmentado para obtener resultados representativos con el margen de error especificado.

1. FICHA TÉCNICA

Tipo de estudio	Encuesta en línea
Objetivo	Evaluar la opinión sobre la ampliación de servicios de la empresa Hotel y Restaurante La Costa del Sabor para definir los servicios a innovar de acuerdo a las preferencias y necesidades de los consumidores finales.
Universo	2600 empresas registradas en la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.
Tipo de muestreo	Probabilístico.
Tamaño de muestra	114 empresas.
Error muestral	9% absoluto.
Selección muestral	Micro, pequeña, mediana y gran empresa a nivel nacional que se encuentre registrada en la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador con diferentes giros empresariales como clientes potenciales para la realización de eventos de trabajo, formación del talento humano, espacios de conferencias y salas de reuniones de trabajo.
Fecha de realización	05/06/2024 hasta el 23/06/2024.
Operación de la encuesta	Encuesta en línea implementada en Google Forms compartida por medio de correo electrónico y números de teléfonos proporcionados por las diferentes empresas

registradas en el Directorio de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.
Encargados de compartir las encuestas: Hubert Bonilla, Gabriela Castellanos y Geily Gómez

Tabla 12 Ficha técnica para estudio de mercado consumidor

2. DISEÑO DE INSTRUMENTOS Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Los instrumentos que se diseñaron para recolectar la información son los siguientes:

- ✓ **Entrevista:** para indagar sobre información relacionada al mercado consumidor, la experiencia de la contraparte y orientar la encuesta las necesidades de la misma.
- ✓ **Encuesta en línea:** cuestionario electrónico en Google Forms para recolectar la información de la segmentación muestral.

ENTREVISTA:

Banco de preguntas utilizadas para la entrevista al dueño de La Costa del Sabor para indagar más sobre las necesidades del mercado consumidor:

DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS INNOVADORES LA COSTA DEL SABOR
Objetivo: Conocer las generalidades relevantes de La Costa del Sabor, así como la percepción que tiene sobre el mercado consumidor, con referencia a la introducción de nuevos servicios.
PREGUNTAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Podría describir brevemente La Costa del Sabor y los servicios que ofrece, tanto en el restaurante como en el hotel? 2. ¿Cómo describiría a los clientes actuales de La Costa del Sabor? ¿Qué características demográficas y de comportamiento tienen? 3. ¿Cuáles son los principales segmentos de mercado a los que apunta La Costa del Sabor? 4. ¿Qué necesidades principales buscan satisfacer los clientes al elegir La Costa del Sabor para sus comidas o eventos?

5. ¿Qué expectativas tienen los clientes en términos de calidad de servicio, experiencia gastronómica y ambiente?
6. ¿Quiénes considera que son los principales competidores de La Costa del Sabor en la región?
7. ¿Cómo se diferencia La Costa del Sabor de sus competidores en términos de oferta gastronómica, servicios adicionales y experiencia general?
8. ¿Qué tipo de retroalimentación recibe habitualmente de los clientes de La Costa del Sabor?
9. ¿Cómo manejan los comentarios y sugerencias de los clientes para mejorar continuamente los servicios?
10. ¿Ha notado algún cambio reciente en las preferencias de los clientes o en las tendencias del mercado gastronómico y hotelero?
11. ¿Cómo están respondiendo o adaptándose a estos cambios?
12. ¿Qué estrategias de marketing han encontrado más efectivas para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes?
13. ¿Cuáles son los canales de promoción más utilizados por La Costa del Sabor?
14. ¿Qué oportunidades ve para expandir o mejorar los servicios actuales de La Costa del Sabor?
15. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de La Costa del Sabor?

Tabla 13 Entrevista con el dueño de la contraparte

ENCUESTA:

DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS INNOVADORES LA COSTA DEL SABOR

Objetivo: Evaluar la opinión sobre la ampliación de servicios de la empresa Hotel y Restaurante La Costa del Sabor para definir los servicios a innovar de acuerdo a las preferencias y necesidades de los consumidores finales.

Aclaratoria: Esta encuesta es completamente anónima y es para uso con fines educativos, no recolectaremos información personal o información confidencial de su lugar trabajo.

PREGUNTAS	
1. ¿Cuál es el tamaño de la empresa u organización donde labora?	
	Microempresa (1-10 empleados)
	Pequeña empresa (11-50 empleados)
	Mediana empresa (51-250 empleados)
	Gran empresa (más de 250 empleados)
2. ¿Cuál es el rubro o giro empresarial del lugar donde labora?	
	Tecnología
	Servicios financieros
	Salud
	Educación
	Manufactura
	Turismo y hospitalidad
	Servicios gubernamentales
	Otros:
3. ¿Con qué frecuencia organiza eventos fuera de la oficina su empresa u organización?	
	Mensualmente
	Trimestralmente
	Semestralmente
	Anualmente
	Raramente
4. ¿Cuál es el propósito principal de estos eventos?	
	Capacitación y desarrollo
	Trabajo fuera de oficina
	Reuniones de negocio o trabajo
	Actividades de recreativas
	Eventos de clientes, usuarios, socios y/o cooperantes

5. ¿Ha utilizado su empresa u organización los servicios de La Costa del Sabor en el pasado?	
	Sí
	No
6. Si ha utilizado nuestros servicios, ¿qué tan satisfecho está con la calidad y servicio?	
	Muy satisfecho
	Satisfecho
	Neutral
	Insatisfecho
	Muy insatisfecho
7. ¿Estaría interesada su empresa u organización en utilizar un espacio de trabajo en la playa (Beach Office) para reuniones o trabajo remoto de sus empleados?	
	Sí
	No
	Tal vez
8. ¿Qué servicios adicionales serían de interés para su empresa? (Seleccione hasta 3)	
	Beach Office (Trabajo remoto con amenidades desde la playa)
	Catering de eventos (Servicio de organización y asistencia de eventos)
	DayPass (Pase de un día con acceso a todas las instalaciones)
	Salón de eventos con equipos tecnológicos
	Actividades de team building y recreativas
	Programas de bienestar y spa para empleados
	Alojamiento para conferencias y retiros corporativos
	Otros:

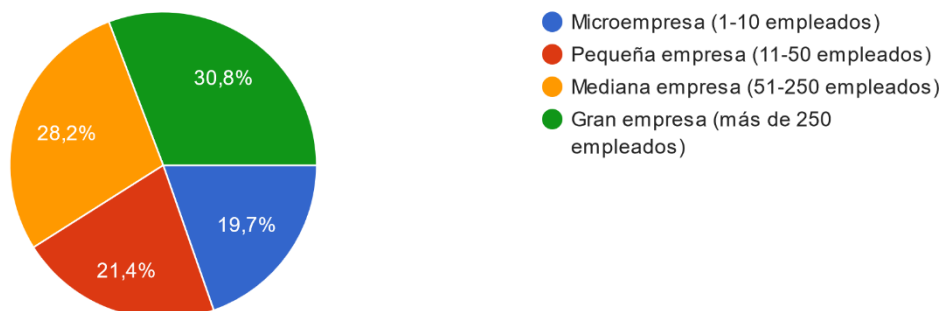
9. ¿Qué tan importante es para su empresa u organización que el hotel/restaurante implemente prácticas sostenibles (reciclaje, energía renovable, etc.)?	
	Muy importante
	Importante
	Neutral
	Poco importante
	Nada importante
10. ¿Cuál es el rango de presupuesto promedio que su empresa u organización destina por evento?	
	Menos de \$500
	\$500-\$1,000
	\$1,000-\$5,000
	Más de \$5,000
11. ¿Estaría dispuesta su empresa u organización a pagar más por servicios adicionales innovadores y de alta calidad en La Costa del Sabor?	
	Sí
	No
	Depende del servicio
12. ¿Estaría dispuesta su empresa u organización a recomendar La Costa del Sabor a otras empresas o socios comerciales?	
	Definitivamente sí
	Probablemente sí
	No estoy seguro
	Probablemente no
	Definitivamente no

Tabla 14 Encuesta para estudio de mercado consumidor

TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Cuál es el tamaño de la empresa u organización donde labora?

117 respuestas

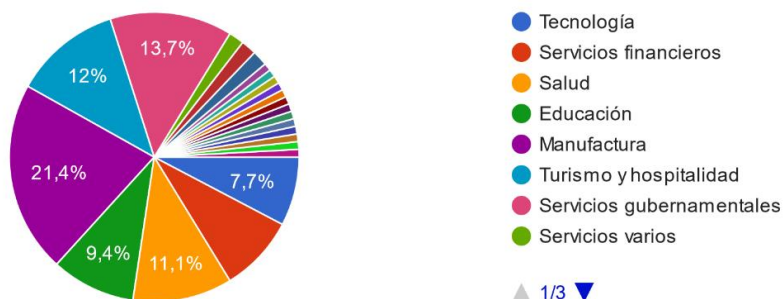


Respuesta	Cantidad de respuestas
Microempresa (1-10 empleados)	23
Pequeña empresa (11-50 empleados)	25
Mediana empresa (51-250 empleados)	33
Gran empresa (más de 250 empleados)	36

Los resultados indican una distribución equilibrada de las empresas encuestadas, con una mayor representación de medianas y grandes empresas. Esto sugiere una oportunidad para que La Costa del Sabor se enfoque en servicios que atiendan a las necesidades de estas empresas, al mismo tiempo que se consideran opciones flexibles para micro y pequeñas empresas. Esta diversificación permitirá maximizar la relevancia y el atractivo de los servicios ofrecidos a un espectro amplio de clientes corporativos.

2. ¿Cuál es el rubro o giro empresarial del lugar donde labora?

117 respuestas



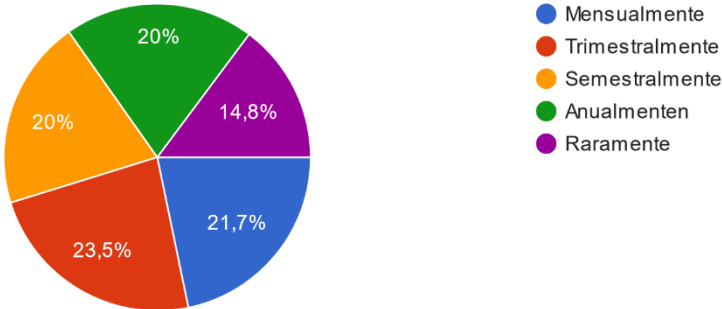
Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Manufactura	25	21.4%
Otros	19	16.2%
Servicios gubernamentales	16	13.7%
Turismo y hospitalidad	14	12.0%
Salud	13	11.1%
Educación	11	9.4%
Servicios financieros	10	8.5%
Tecnología	9	7.7%

Otros	Cantidad de respuestas
Servicios varios	2
Industria	2
Comercio	2
Mercadeo	1
Outsourcing	1
Servicios de ingeniería	1
Gasolinera	1
Consultoría	1
Servicios básicos	1
Telecomunicaciones	1
Metalmecánica	1
Centro de llamadas	1
Derechos humanos	1
Industria de alimentos	1
Transporte	1
N/A	1

Los resultados muestran una distribución diversa de sectores empresariales interesados en los servicios de La Costa del Sabor. Con la manufactura, servicios gubernamentales y turismo y hospitalidad como los sectores más representados, el restaurante tiene la oportunidad de diversificar y personalizar sus servicios para maximizar el atractivo y la relevancia para estos clientes corporativos. Esta estrategia permitirá a La Costa del Sabor aprovechar las oportunidades de negocio y fortalecer su posición en el mercado.

3. ¿Con qué frecuencia organiza eventos fuera de la oficina su empresa u organización?

115 respuestas



Respuesta	Cantidad de respuestas
Trimestralmente	27
Mensualmente	25
Semestralmente	23
Anualmente	23
Raramente	17

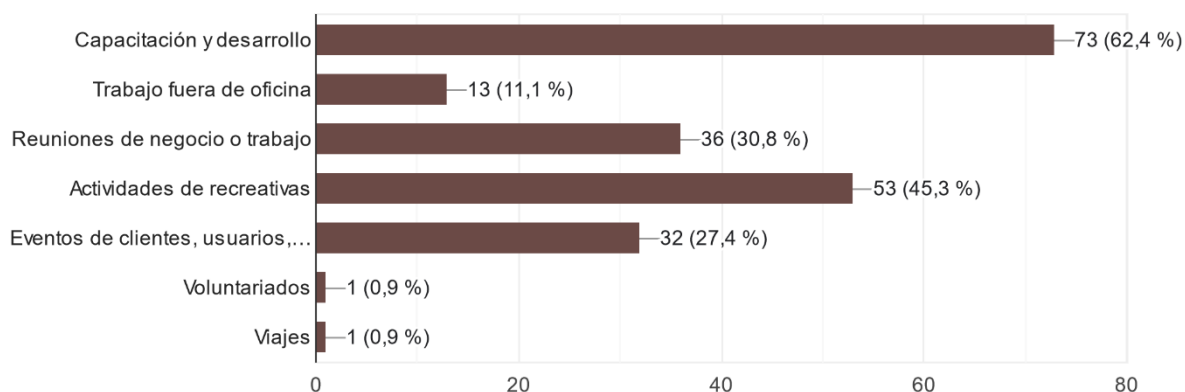
La frecuencia con la que las empresas organizan eventos fuera de la oficina varía, pero la mayoría lo hace con una regularidad significativa. Esto presenta una gran oportunidad para La Costa del Sabor de atraer a estos clientes con ofertas diseñadas para satisfacer sus

necesidades específicas. Los servicios recurrentes pueden incluir descuentos por lealtad, programas de membresía para eventos frecuentes y paquetes todo incluido que simplifiquen la planificación para los organizadores de eventos.

Al comprender esta frecuencia de organización de eventos, La Costa del Sabor puede adaptar su estrategia para maximizar la captación de clientes, asegurando que sus ofertas sean atractivas y relevantes para empresas de todos los tamaños y sectores.

4. ¿Cuál es el propósito principal de estos eventos?

117 respuestas

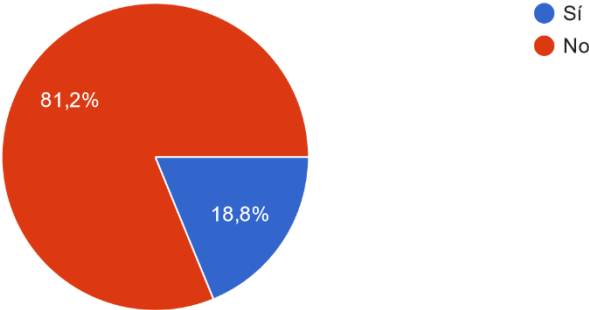


Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentajes
Capacitación y desarrollo	73	62.4%
Actividades de recreativas	53	45.3%
Reuniones de negocio o trabajo	36	30.8%
Eventos de clientes, usuarios, socios y/o cooperantes	32	27.4%
Trabajo fuera de oficina	13	11.1%
Otro: Voluntariados	1	0.9%
Otro: Viajes	1	0.9%

Los resultados indican que las empresas tienen una variedad de propósitos para organizar eventos fuera de la oficina, con una mayor inclinación hacia la capacitación y desarrollo, así como actividades recreativas. La Costa del Sabor debe capitalizar esta información desarrollando y promocionando paquetes y servicios que se alineen con estos propósitos, asegurando que sus instalaciones y ofertas cumplan con las expectativas y necesidades de las empresas. Esto no solo aumentará la satisfacción del cliente, sino que también fortalecerá la posición del restaurante como un destino preferido para eventos corporativos en la zona.

5. ¿Ha utilizado su empresa u organización los servicios de La Costa del Sabor en el pasado?

117 respuestas

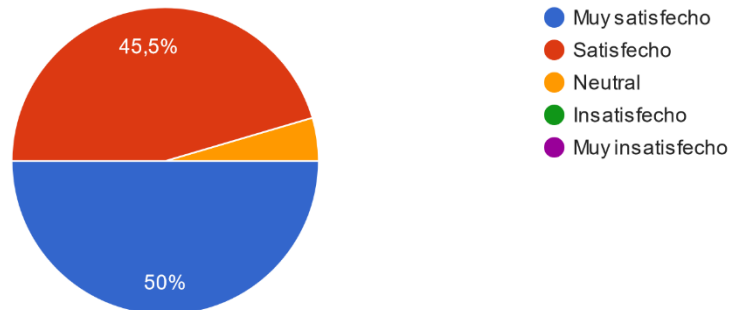


Respuesta	Cantidad de respuestas
Sí	22
No	95

Los resultados indican que mientras un 18.8% de las empresas han utilizado los servicios de La Costa del Sabor, una gran mayoría aún no lo ha hecho. Esto representa una oportunidad significativa para expandir la base de clientes corporativos. Es esencial desarrollar estrategias de marketing específicas para atraer a estas empresas, al mismo tiempo que se fortalecen las relaciones con los clientes existentes para asegurar su lealtad y satisfacción continua.

6. Si ha utilizado nuestros servicios, ¿qué tan satisfecho está con la calidad y servicio?

22 respuestas

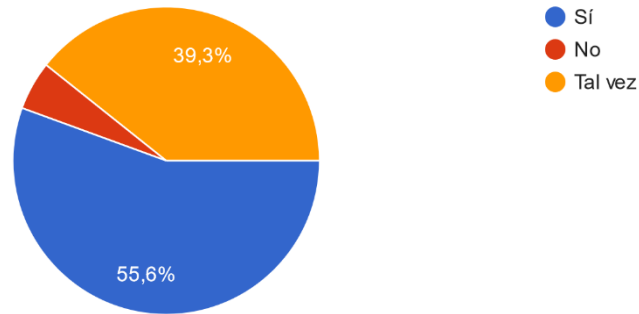


Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Muy satisfecho	11	45.5%
Satisfecho	10	50%
Neutral	1	5%
Insatisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	0	0%

La satisfacción general con los servicios de La Costa del Sabor es muy alta, con un 95.5% de las empresas indicando estar satisfechas o muy satisfechas. Este alto nivel de satisfacción debe ser utilizado como una base sólida para atraer nuevos clientes a través de marketing de referencias y testimonios positivos. Al mismo tiempo, se pueden realizar mejoras incrementales basadas en la retroalimentación para asegurar que todos los clientes tengan experiencias excepcionales. Esto no solo consolidará la fidelidad de los clientes actuales, sino que también atraerá a nuevos clientes potenciales al destacar la calidad y el servicio sobresaliente del restaurante.

7. ¿Estaría interesada su empresa u organización en utilizar un espacio de trabajo en la playa (Beach Office) para reuniones o trabajo remoto de sus empleados?

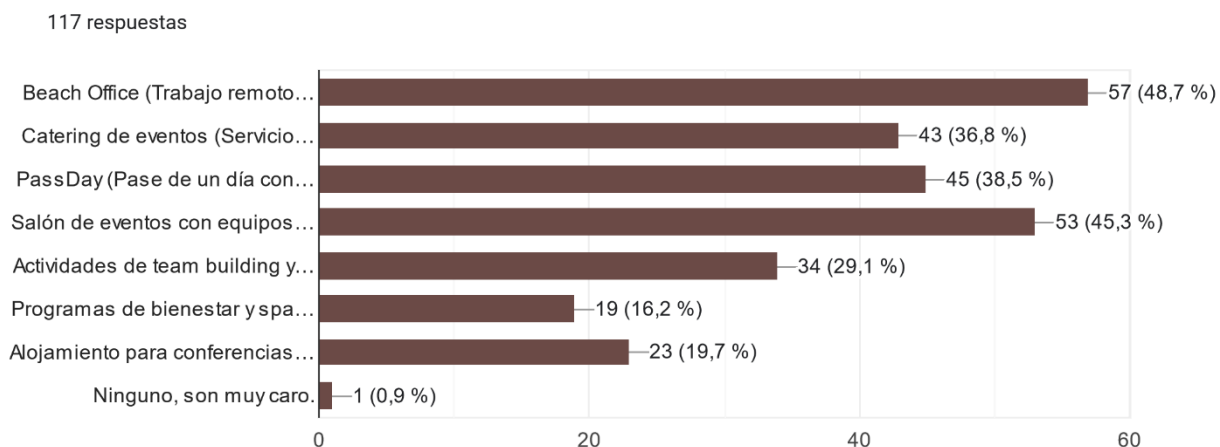
117 respuestas



Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Sí	65	55.6%
Tal vez	46	39.3%
No	6	5.1%

Los resultados indican un alto interés en la propuesta de un Beach Office, con el 55.6% de las empresas mostrando un interés claro y el 39.3% expresando un interés potencial. Este nivel de interés sugiere que hay una fuerte demanda para este tipo de servicio innovador. La Costa del Sabor debería considerar seriamente la implementación de un Beach Office y realizar campañas de marketing dirigidas a resaltar sus beneficios y atractivos, asegurando así la captación y fidelización de clientes corporativos que buscan opciones de trabajo remoto y reuniones en entornos únicos y estimulantes.

8. ¿Qué servicios adicionales serían de interés para su empresa? (Seleccione hasta 3)



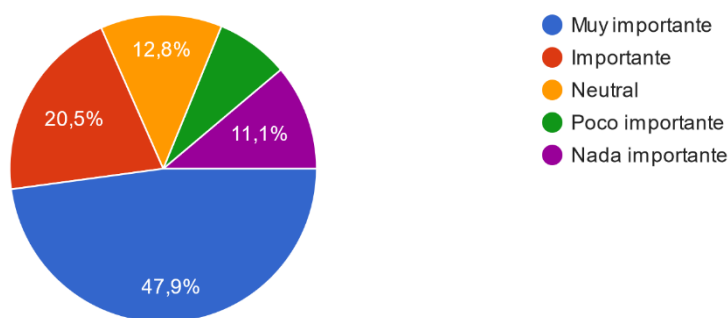
Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentajes
Beach Office (Trabajo remoto con amenidades desde la playa)	57	48.7%
Catering de eventos (Servicio de organización y asistencia de eventos)	43	36.8%
DayPass (Pase de un día con acceso a todas las instalaciones)	45	38.5%
Salón de eventos con equipos tecnológicos	53	45.3%
Actividades de team building y recreativas	34	29.1%
Programas de bienestar y spa para empleados	19	16.25%
Alojamiento para conferencias y retiros corporativos	23	19.7%
Otro: Ninguno, son muy caros	1	0.9%

Los resultados muestran una fuerte demanda para una variedad de servicios adicionales, con un particular interés en el Beach Office, salones de eventos tecnológicos, y pases de un día. La Costa del Sabor tiene la oportunidad de diversificar y enriquecer su oferta de servicios, alineándose con las necesidades y preferencias de las empresas. Implementar y promover

estos servicios de manera efectiva puede atraer a un mayor número de clientes corporativos y consolidar la posición del restaurante y hotel como un destino preferido para eventos corporativos en la zona.

9. ¿Qué tan importante es para su empresa u organización que el hotel/restaurante implemente prácticas sostenibles (reciclaje, energía renovable, etc.)?

117 respuestas



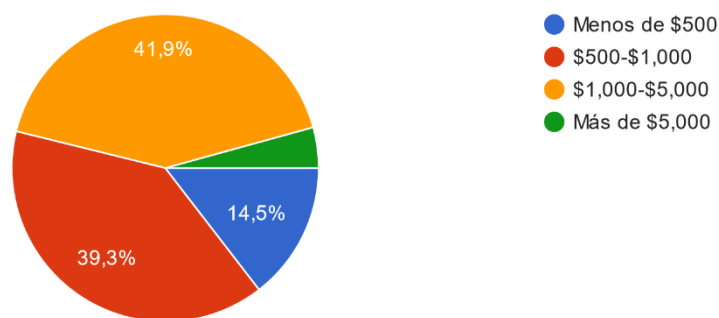
Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Muy importante	56	47.9%
Importante	24	20.5%
Neutral	15	12.8%
Poco importante	9	7.7%
Nada importante	13	11.1%

Los resultados indican que una mayoría significativa de empresas considera importantes las prácticas sostenibles en la elección de un hotel/restaurante. La Costa del Sabor tiene una oportunidad clara de destacar implementando y comunicando de manera efectiva sus esfuerzos en sostenibilidad. Al hacerlo, no solo atraerá a clientes que valoran la responsabilidad ambiental, sino que también mejorará su reputación y competitividad en el mercado. Las prácticas sostenibles deben ser una parte integral de la estrategia de negocio y

marketing del restaurante, alineándose con las expectativas y valores de sus clientes corporativos.

10. ¿Cuál es el rango de presupuesto promedio que su empresa u organización destina por evento?

117 respuestas

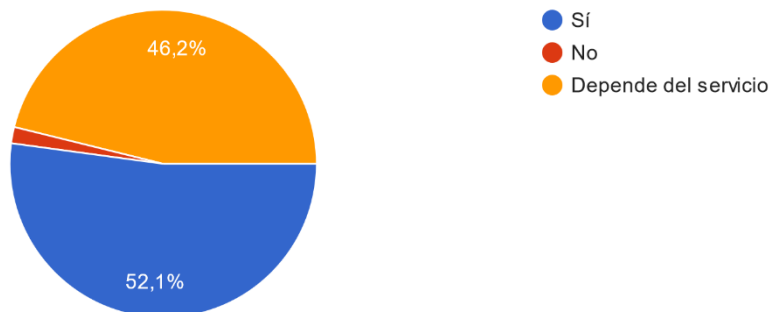


Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Menos de \$500	17	14.5%
\$500-\$1,000	46	39.3%
\$1,000-\$5,000	49	41.9%
Más de \$5,000	5	4.3%

Los resultados muestran que la mayoría de las empresas destina entre \$500 y \$5,000 por evento, lo que sugiere una disposición significativa para invertir en eventos de calidad. La Costa del Sabor debe aprovechar esta información desarrollando una gama de paquetes de eventos que se adapten a estos rangos presupuestarios, ofreciendo tanto opciones económicas como servicios premium. Al proporcionar opciones personalizadas y de alta calidad, el restaurante puede atraer y satisfacer a una amplia variedad de clientes corporativos, asegurando su éxito y crecimiento en el mercado de eventos corporativos.

¿Estaría dispuesta su empresa u organización a pagar más por servicios adicionales innovadores y de alta calidad en La Costa del Sabor?

117 respuestas

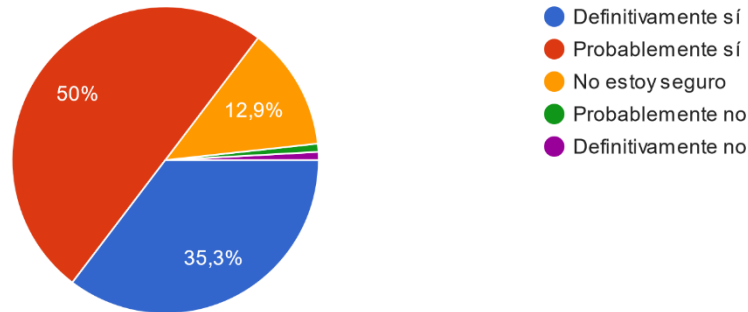


Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Sí	61	54.1%
Depende del servicio	54	46.2%
No	2	1.7%

Los resultados muestran una disposición significativa por parte de las empresas encuestadas para pagar más por servicios adicionales innovadores y de alta calidad en La Costa del Sabor. Aprovechar esta disposición mediante el desarrollo y la oferta de servicios que cumplan con estas expectativas no solo puede aumentar los ingresos, sino también fortalecer la posición competitiva del restaurante en el mercado.

11. ¿Estaría dispuesta su empresa u organización a recomendar La Costa del Sabor a otras empresas o socios comerciales?

116 respuestas



Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Definitivamente sí	41	35.3%
Probablemente sí	58	50%
No estoy seguro	15	12.9%
Probablemente no	1	0.9%
Definitivamente no	1	0.9%

Los resultados muestran una fuerte disposición por parte de las empresas encuestadas para recomendar La Costa del Sabor a otras empresas o socios comerciales. Esta percepción positiva proporciona una base sólida para fortalecer la posición competitiva del restaurante y expandir su presencia en el mercado empresarial mediante estrategias enfocadas en la satisfacción del cliente y la promoción activa.

C. MERCADO COMPETIDOR

1. METODOLOGÍA



Ilustración 17 Metodología para el estudio del mercado competidor

ANTECEDENTES DEL MERCADO COMPETIDOR

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

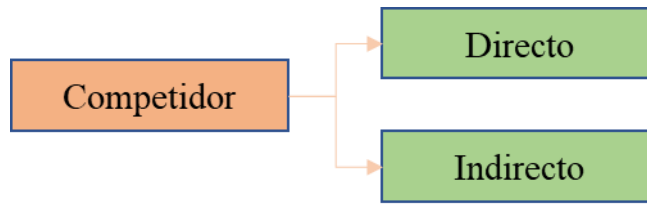


Ilustración 18 Tipos de competidores

Competencia directa: Son aquellas empresas que están dirigidas exactamente al mismo segmento de mercado, misma audiencia e incluso se encuentran en la misma zona. Generalmente, los precios del producto o servicio serán también similares, y son la respuesta a un mismo problema o demanda.

Competencia indirecta: Son aquellas empresas competidoras que tienen productos similares o bien el mismo producto, pero de distinta gama, más alta o más baja. También entendemos por competencia indirecta, a aquellas compañías que aun cuando vendan muchos más tipos de productos que el que se tiene en conjunto, incluyen productos muy similares al que puede ofrecer la empresa. El objetivo de este tipo de análisis es ganar una ventaja competitiva en el mercado y mejorar la estrategia de negocios. Sin el análisis de la competencia es muy difícil saber qué hacen los demás para ganar clientes dentro del público objetivo.

DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN REQUERIDA PARA EL ANÁLISIS

Con el estudio del mercado competidor se pretende identificar aspectos importantes que se necesita saber la contraparte para poder competir con los distintos negocios, restaurantes y hoteles que están distribuidos en las zonas aledañas a la playa el Sunzal, En el municipio de Tamanique, La Libertad que absorben un mismo mercado. Es de vital importancia para la

empresa poder estar actualizada con las tendencias e innovaciones que tienen dichos servicios para saber si se está dentro de la competencia y saber que acciones tomar de acuerdo a los competidores.

Para esto es necesario tener presente la finalidad de este estudio de mercado, a continuación, se presentan algunos puntos importantes del estudio:

- ✓ Los servicios que ofrece la competencia directa e indirecta
- ✓ Experiencia del cliente
- ✓ Ubicación y accesibilidad

IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS

Competidores Directos

Para la identificación de los competidores directos se tomarán en cuenta los hoteles y restaurantes que se encuentren al nivel de la empresa y compartan ubicación geográfica. Las empresas consideradas según los criterios anteriormente mencionados como competencia directa son las siguientes:

✓ **ATAMI ESCAPE RESORT**



Teléfono: +503 2314-4610

Dirección: Km. 49.5 carretera del Litoral, Tamanique, La Libertad, El Salvador.

Servicios que ofrece:

- Habitaciones dobles y familiares.
- Restaurante de cocina internacional especializada en mariscos.
- 4 piscinas de agua natural y 3 piscinas de agua salada.
- Actividades acuáticas.
- Wifi gratis.
- Un malecón privado a la orilla del océano.
- Tours.
- Áreas naturales.
- Glorietas para grupos.
- Clases de surf.
- Day pass.
- Eventos corporativos y sociales.

Precios:

- Habitación familiar: desde \$194.00
- Habitación doble: desde \$159.00
- Daypass precio normal (niños mayores de 10 años y adultos): \$20.00
- Daypass precio para niños (niños entre 3 y 10 años): \$12.00 de los cuales \$6.00 son consumibles en alimentos y bebidas del restaurante.

- Los eventos incluyen servicio de restaurante, siete piscinas, 18 habitaciones, amplios espacios naturales, acceso a playa. El precio varia de acuerdo al evento y la duración de este.

OBSERVACIONES:

- Habitaciones: Las habitaciones cuentan con baño completo, aire acondicionado, wifi gratis, TV, closet, servicio de limpieza y desayuno para todos los huéspedes, y si se quiere añadir una persona adicional el costo extra es de \$25.00 por adulto y \$15.00 por niño incluyendo su desayuno también.
- Daypass: Incluye parqueo privado, acceso a playa, 4 piscinas de agua natural, 3 piscinas de agua salada, acceso a wifi, y un vale de consumo en restaurante.
- Eventos: Se cuenta con un espacio libre con paisaje para un excelente atardecer; cuentan con eventos para bodas, baby shower, celebraciones sociales, celebraciones de cumpleaños y eventos corporativos, entre otros. Cuentan con salón de eventos sociales y corporativos con aire acondicionado y todas las facilidades para la comodidad de los asistentes.
- No se cuenta con transporte y tours, ni se observa spa.

Publicidad: FACEBOOK, INSTAGRAM, SITIO WEB

INVESTIGADO POR: Hubert Bonilla, Melissa Castellanos y Geily Gómez

Tabla 15 Perfil competidor directo atami escape resort

✓ LOS FARALLONES



Teléfono: +503 23035600

Dirección: Los Farallones, Carretera al Litoral Km 41.5, La Libertad CP 1511

Servicios que ofrece:

- Day pass
 - Piscina infinita
 - Piscina de agua dulce
 - Piscina de agua salada
- Spa
- Bodas
- Restaurantes
- Eventos
- Miradores
- Jardín y zonas verdes
- Habitaciones
 - Suite tortuga
 - Suite pelicano
 - Suite océano
 - Vista al mar

- Habitación superior con terraza y jacuzzi
- Habitación superior doble con terraza y jacuzzi
- Habitación doble con terraza
- Habitación estándar
- Bungalow

Precios:

✓ Habitaciones:

- Suite tortuga: **desde \$300.00**
- Suite pelicano: **desde \$300.00**
- Suite océano: **desde \$300.00**
- Vista al mar: **desde \$300.00**
- Habitación superior con terraza y jacuzzi: **desde \$260.00**
- Habitación superior doble con terraza y jacuzzi: **desde \$220.00**
- Habitación doble con terraza: **desde \$220.00**
- Habitación estándar: **desde \$180.00**
- Bungalow: **desde \$260.00**
 - Daypass: **\$40.00**

OBSERVACIONES:

- Habitaciones: las habitaciones cuentan con caja de seguridad, jacuzzi con hidromasaje, aire acondicionado, TV cable digital, wifi gratis, secadora de pelo, cafetera, closet.

- Cuentan con área de gimnasio, salón para eventos y reuniones, atienden eventos como boda.
- Daypass incluye el uso de sus instalaciones como piscinas de agua dulce y saldas, tienen un costo de \$20.00 consumibles en restaurante.

Publicidad: FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, TIKTOK, SITIO WEB

INVESTIGADO POR: Hubert Bonilla, Melissa Castellanos y Geily Gómez

Tabla 16 Perfil competidor directo Los Farallones

✓ HOTEL CASA DE MAR



Teléfono: +503 2389-6279

Dirección: km. 43, CA-2, El Sunzal, La libertad

Servicios que ofrece:

- Habitaciones y suites
- Restaurantes
- Wifi gratis
- Alquiler de tablas
- Aire acondicionado
- Clases de surf
- Masajes

- Clases de yoga
- Piscina
- Estacionamiento gratis

Precios:

- Habitación Superior: \$244.00 por noche
- Habitación individual de lujo: \$212.00 por noche
- Suite con terraza y vista al mar: \$293.00 por noche
- Habitación Doble sencilla: \$255.00 por noche
- Habitación doble con jacuzzi: \$354.00
- Suite frente al mar: \$354.00 por noche

OBSERVACIONES:

- Habitaciones incluyen camas confort, wifi gratis, aire acondicionado, agua caliente, estacionamiento gratis, closet, baño completo, Smart TV.
- Cuentan con clases de yoga, clases de surf, alquiler de tablas, masajes, entre otros.

Publicidad: FACEBOOK, INSTAGRAM, SITIO WEB

INVESTIGADO POR: Hubert Bonilla, Melissa Castellanos y Geily Gómez

Tabla 17 Perfil competidor directo Casa de Mar

Competidores Indirectos

Para la identificación de los competidores indirectos se tomarán en cuenta los hoteles y restaurantes que, aunque ofrezcan servicios diferentes a los de la empresa o incluso similares, influyan de alguna manera en el mercado. Las empresas consideradas según los criterios anteriormente mencionados como competencia indirecta son las siguientes

✓ **PURO SURF HOTEL + PERFORMANCE ACADEMY**



Teléfono: +503 6148-7782

Dirección: Carretera El Litoral, km 52, El Zonte, Chiltuipán. Lote 14, 15 y 39 La Libertad, El Salvador

Servicios que ofrece:

- Restaurante
- Hotel
- Academia
- Surfcamp

Precios:

- Habitación individual: \$236.00
- Habitación doble: \$236.00
- Habitación Triple: \$272.000
- Casa del árbol: \$354.00

OBSERVACIONES:

- Las habitaciones cuentan con baño completo, secadora, SMART TV, wifi gratis, mamparas de vidrio, contiene desayuno incluido, entre otros.
- No tienen espacios para eventos y no los realizan.
- No se cuenta con transporte o tours.
- Cuentan con tienda de souvenirs, clases de surf, espacios para enseñanza sobre como surfear, piscina infinita y alquiler de tablas.

Publicidad: FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE, INSTAGRAM, SITIO WEB

INVESTIGADO POR: Hubert Bonilla, Melissa Castellanos y Geily Gómez

Tabla 18 Perfil Competidor indirecto Puro Surf hotel

✓ **PLAYA LINDA SUNZAL BEACH CLUB**



Teléfono: +503 7020-0301

Dirección: Km 44 ½ Carretera Litoral, Playa Sunzal, Tamanique, La Libertad, El Salvador.

Servicios que ofrece:

- Alojamiento con habitaciones estándar, familiares y suites de lujo, equipada con modernas comodidades como aire acondicionado, baño privado con balcón o terraza.
- Piscinas de agua natural.
- Restaurante con sabores locales e internacionales.
- Wifi gratis.
- Actividades para todos los gustos: Natación, surf, kayak y senderismo.
- Bar.

Precios:

- Habitación básica: \$45.00
- Habitación doble: \$69.00
- Habitación familiar: \$83.000
- Departamento familiar: \$130.00
- Daypass: \$10.00
- Daypass con habitación: \$30.00

OBSERVACIONES:

- Las habitaciones cuentan con aire acondicionado, wifi gratis, muebles, TV y baño completo con ducha.
- Daypass completamente consumible y con acceso a piscinas por los mismos \$10.00
- No cuentan con espacios para eventos ni spa.
- No cuentan con buena atención al cliente.

Publicidad: FACEBOOK, TIKTOK, INSTAGRAM.

INVESTIGADO POR: Hubert Bonilla, Melissa Castellanos y Geily Gómez

Tabla 19 Perfil competidos indirecto Playa Linda Sunzal Beach Club

FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La investigación de mercado competidor es un proceso importante para entender el entorno competitivo y tomar decisiones informadas en una empresa. Para llevar a cabo este estudio de mercado es fundamental utilizar diversas fuentes de recolección de información que proporcionen datos relevantes.

Para la recolección de información acerca de los competidores se realizará lo siguiente:

Fuentes primarias:	
Cliente misterioso	Visita a los hoteles y restaurantes expuestos como la competencia directa o indirecta y visitas en los sitios webs de estos para obtener más información
Entrevista	Entrevista al dueño de la empresa con la cual se pretende conocer los intereses de la empresa para con la competencia como los servicios que puede ofrecer, los precios y la publicidad o marketing de estos.

Tabla 20 Recolección de información acerca de los competidores

Fuentes secundarias:

- Servicios que ofrece
- Precios de los servicios que ofrece

DISEÑO DE TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA

- CLIENTE MISTERIOSO

Mediante la aplicación de una checklist de cliente misterioso, se puede obtener una visión objetiva y detallada de los puntos fuertes y áreas de mejora en la atención al cliente y aspectos

claves para los servicios que la empresa ofrece lo cual resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente.

El motivo de esta checklist es para indagar:

- ✓ Precios
- ✓ Servicios que ofrecen
- ✓ Espacios físicos
- ✓ Actualización de tecnología en el hotel o restaurante
- ✓ Facilidades que tienen los competidores
- ✓ Limpieza y mantenimiento
- ✓ Ambiente.

FICHA TÉCNICA: CLIENTE MISTERIOSO	
Fecha	05/06/2024 – 16/06/2024
Objetivo	Evaluar y comparar precios y servicios ofrecidos por competidores directos e indirectos de La Costa del sabor
Datos del cliente misterioso	Hubert Bonilla, Melissa Castellanos, Geily Gómez
Nombre de competidor Directo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ATAMI ESCAPE RESORT ➤ LOS FARALLONES ➤ HOTEL CASA DE MAR
Nombre de competidor indirecto	<ul style="list-style-type: none"> ➤ PURO SURF HOTEL + PERFORMANCE ACADEMY ➤ PLAYA LINDA SUNZAL BEACH CLUB
Instrumento	Checklist
Servicios a evaluar	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de habitaciones ofrecidas (dobles, para 4 personas, suites) y su equipamiento (TV, aire acondicionado, refrigeradora, entre otros) ➤ Precios por noche ➤ Servicios adicionales incluidos (desayuno, limpieza diaria, wifi, entre otros) ➤ Disponibilidad de Daypass (precios, servicios incluidos) ➤ Organización de Tours (tipo de tours, precios, duración)

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actividades recreativas (piscinas, deportes acuáticos, spa) ➤ Facilidades para eventos (sala de reuniones, precios) ➤ Beach office y facilidades empresariales (salas de reuniones, oficinas temporales) ➤ Espacios disponibles para trabajar y los servicios incluidos (wifi, catering, equipo audiovisual)
Observaciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Limpieza y mantenimiento general del establecimiento ➤ Seguridad y medidas de higiene ➤ Experiencia general como cliente ➤ Diferenciadores clave respecto a La costa del sabor
Firma del cliente misterioso	BL15004, CP17013, GS18021

Tabla 21 Ficha técnica de cliente misterioso

Checklist a realizar en la técnica de cliente misterioso:

Empresa:			
Fecha:	Persona que realizó la técnica:		
Preguntas	SI	NO	
1. ¿Tienen habitaciones individuales, dobles, familiares y suites?			
2. ¿Las habitaciones cuentan con el equipamiento necesario (TV, aire acondicionado, refrigeradora, entre otros)?			
3. ¿Se obtuvo la información de los precios por habitación y lo que incluía?			
4. ¿Ofrecen un Daypass y lo que este incluye al llegar al establecimiento?			
5. ¿Tienen servicio de Tours o transporte?			
6. ¿Cuentan con actividades recreativas como piscinas, deportes acuáticos o spa?			
7. ¿Cuentan con servicio para eventos de todo tipo?			
8. ¿Tienen facilidad para reuniones empresariales o beach office?			
9. ¿Cuentan con espacios disponibles para trabajar y los servicios incluidos (wifi, catering, equipo audiovisual)?			
Observaciones de Encuesta:			

Tabla 22 Checklist: Elaboración propia

Toda la información recolectada con la ficha técnica se trasladó al documento en la parte de observaciones en los perfiles de los competidores directos e indirectos.

- ENTREVISTA

De acuerdo con el banco de preguntas utilizadas para la entrevista al dueño de La Costa del Sabor para indagar más sobre las necesidades del mercado consumidor se consideró extraer las siguientes preguntas que eran esenciales para la obtención de información:

PREGUNTAS
1. ¿Podría describir brevemente La Costa del Sabor y los servicios que ofrece, tanto en el restaurante como en el hotel?
2. ¿Quiénes considera que son los principales competidores de La Costa del Sabor en la región?
3. ¿Cómo se diferencia La Costa del Sabor de sus competidores en términos de oferta gastronómica, servicios adicionales y experiencia general?
4. ¿Cómo manejan los comentarios y sugerencias de los clientes para mejorar continuamente los servicios?
5. ¿Cuáles son los canales de promoción más utilizados por La Costa del Sabor?
6. ¿Qué oportunidades ve para expandir o mejorar los servicios actuales de La Costa del Sabor?
7. ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de La Costa del Sabor?

Tabla 23 Entrevista con la contraparte sobre la competencia

Objetivo de la entrevista:

Obtener una visión integral del panorama competitivo, reconociendo a los competidores directos e indirectos para identificar oportunidades de mejora y desarrollo y fortalecer la estrategia competitiva de la empresa.

TABLA COMPARATIVA

A continuación, se muestran los productos competidores de acuerdo con su clasificación:

Directos e indirectos, ubicación, precios de referencia, entre otros.

Aspectos	La Costa del Sabor	Atami Escape Resort	Los Farallones	Hotel Casa de Mar	Puro Surf Hotel	Playa Linda Sunzal Beach Club
Ubicación	El Sunzal, La Libertad	Km. 49.5 carretera del Litoral, Tamanique, La Libertad	Km 41.5 Carretera al Litoral, La Libertad	Km. 43 CA-2, El Sunzal, La Libertad	Carretera El Litoral km 52, El Zonte, Chiltuipán, La Libertad	Km 44 ½ Carretera Litoral, Playa Sunzal, Tamanique, La Libertad
Competencia	N/A	Directa	Directa	Directa	Indirecta	Indirecta
Productos	Mariscos, carnes, cocteles	Mariscos	Varios tipos de comida	Comida variada	Comida variada	Comida local e internacional
Servicios	Transporte, tours, hospedaje	Habitaciones, piscinas, actividades, tours	Habitaciones, piscinas, spa, eventos	Habitaciones, clases, masajes	Habitaciones, academia de surf, piscina	Habitaciones, piscinas, actividades
Precios Habitaciones	Desde \$110.00 a \$190.00	Familiar: desde \$194.00, Doble: desde \$159.00	Desde \$180.00 a \$300.00	Desde \$212.00 a \$354.00	Individual/Doble: \$236.00, Triple: \$272.00	Básica: \$45.00, Familiar: \$83.00
Day pass	\$20.00 por persona	\$20.00 adultos, \$12.00 niños	\$40.00	N/A	N/A	\$10.00
Actividades Adicionales	Tours, transporte	Surf, tours	Surf, spa, eventos	Surf, yoga, masajes	Surf, tienda de souvenirs, surfcamp	Surf, kayak, senderismo

Tabla 24 Tabla comparativa de La Costa del Sabor vrs competidores

D. MERCADO ABASTECEDOR

El proceso de abastecimiento es el conjunto de actividades que permite identificar y adquirir los bienes y servicios que la compañía requiere para su operación, ya sea con fuentes internas o externas. Partiendo de esta definición, se puede ver que el abastecimiento va más allá de la simple adquisición de materia prima, ya que se encarga de todo lo que requiere la empresa para su operación, así como de facilitar los medios necesarios para conseguirlo.

METODOLOGÍA APLICADA



Ilustración 19 Metodología aplicada para mercado abastecedor

ANTECEDENTES

El mercado abastecedor, está constituido por todas aquellos que proporcionan insumos, materiales y equipos. También comprende a quienes proporcionan servicios financieros y de mano de obra. Se debe tener presente que para obtener los productos que se van a ofrecer, se

requiere contar con los insumos necesarios, en las cantidades, calidades y oportunidad requeridas.

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

La idea de oficinas en la playa combina la comodidad de trabajar en un entorno relajado con la necesidad de mantener la productividad. A lo largo de la historia, ha habido iniciativas aisladas para crear espacios de trabajo en playas o lugares costeros, especialmente en regiones turísticas.

Sin embargo, la popularización de estos espacios es más reciente, impulsada por la creciente tendencia hacia el trabajo remoto y la búsqueda de un equilibrio entre vida laboral y personal. La tecnología ha sido un factor clave para permitir oficinas en la playa. La disponibilidad de Wi-Fi, dispositivos portátiles y aplicaciones colaborativas ha hecho que trabajar desde la playa sea más viable.

Coworking y espacios flexibles han surgido en todo el mundo, incluyendo ubicaciones costeras, para ofrecer a los profesionales un lugar donde trabajar mientras disfrutan del entorno playero.

La innovación en este campo se centra en crear ambientes inspiradores, cómodos y funcionales. Diseño sostenible, áreas al aire libre, acceso a la naturaleza y servicios como cafeterías y zonas de descanso son parte de la experiencia.

En resumen, aunque no hay una historia extensa de proveedores específicos de beach office, la tendencia actual hacia el trabajo flexible y la tecnología ha abierto oportunidades para crear espacios de trabajo más allá de las oficinas tradicionales.

Para la empresa o institución contratante, existen dos tipos de proveedores: los internos y los externos:

Los proveedores Internos se refieren a los trabajadores de la empresa que deben entregar un determinado producto o servicio en un plazo determinado. Un proveedor interno, por ejemplo, son los departamentos que crean informes financieros o estudios de mercado.

Los proveedores Externos Son instituciones o empresas que suministran lo necesario para el funcionamiento adecuado de la empresa “compradora”. Proveedores externos serían, por ejemplo, empresas que vende materias primas para una fábrica o en nuestro caso quien nos vende los productos y servicios complementarios requeridos para implementar los servicios en el hotel.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizara en el mercado abastecedor es la siguiente:

Exploratoria

Se realizará con el propósito de conocer de forma digital las tendencias de comportamiento de los diferentes abastecedores presentes en el mercado, de este rubro en particular.

FICHA TECNICA



Ficha Técnica Para Investigación de Mercado Abastecedor

Ficha Técnica Mercado Abastecedor	
Elaborado Por	Abner, Melissa, Geily
Objetivo	Determinar los proveedores disponibles en el país y la disponibilidad de los mismos
Periodo de Realización	Mayo-junio 2024
Objeto de Estudio	Conocer empresas que presten servicio de internet de alta velocidad con cobertura en La Libertad, así como empresas que ofrezcan equipo tecnológico y mobiliario ergonómico
Técnicas a Utilizar	Investigación secundaria
Plataformas a Utilizar	Páginas web

Tabla 25 Ficha técnica para investigación de mercado abastecedor

Identificación de equipos y herramientas requeridas

A continuación, se presentan los equipos y herramientas requeridos para la implementación de los servicios.

SERVICIOS/ MOBILIARIO Y EQUIPO	DESCRIPCION	IMAGEN
Internet	Internet de alta velocidad para asegurar una buena conexión	
Equipo tecnológico	Equipo tecnológico para servicio técnico como; impresoras, escáneres, proyectores y Dispositivos audiovisuales para cubrir las necesidades de los teletrabajadores y hacer que un hotel sea un lugar adecuado para el trabajo remoto	

Mobiliario	Mobiliario de oficina ergonómicos para asegurar un espacio de trabajo diseñado para la productividad	
Servicio de marketing	Hacer uso del marketing para optimizar la visibilidad de los servicios y llegar al publico objetivo	

Tabla 26 Identificación de equipos y herramientas requeridas

IDENTIFICACION DE PROVEEDORES DE SERVICIO DE INTERNET, EQUIPOS TECNOLOGICOS Y MOBILIARIO ERGONOMICO

A continuación, se describe los perfiles de los proveedores con los que se podría contar para la adquisición de los productos y servicios requeridos.

Nombre de la empresa	Multinet
Logo	
Teléfono	7696-1049
Dirección:	Puerto de La Libertad, barrio El Centro, 2° calle poniente #788 Contiguo a Hotel Puerto Bello La Libertad CP, La Libertad 1511, El Salvador
Capacidad de cobertura	San Salvador y La Libertad
Servicio:	Internet residencial, internet negocios e internet corporativo, cable digital e IPTV.

Tabla 27 Identificación de proveedores multinet


Nombre de la empresa	Multinet
Logo	
Correo	starlinkresolutions@spacex.com
Dirección:	https://www.starlink.com/sv/service-plans/business
Capacidad de cobertura	Satelital
Servicio:	Internet satelital de alta velocidad residencial, negocios y corporativo.

Tabla 28 Identificador de proveedores Starlink

Nombre de la empresa	Zona Digital
Logo	
Teléfono	+503 25278000
Dirección:	C.C. Plaza Merliot, 3 nivel local 308, Santa Tecla, La Libertad, El Salvador, Centro América
Zona de cobertura	San Salvador y La Libertad
Servicio:	Computadoras, Laptops, Hardware de PC, Gaming, Accesorios para Gamers, Electrónica de Consumo, Tecnología Doméstica, Redes, Equipos de Oficina y consumibles.

Tabla 29 Identificación de proveedores Zona Digital

Nombre de la empresa	Espacio y ergonomia
Logo	
Teléfono	(503) 2605-3368
Dirección:	Edificio Insigne, Av. Las Magnolias 206, San Salvador
Servicio/productos:	Soluciones <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sillas Taburete ✓ Sillas Secundarias ✓ Sillas Lounge y Sofás ✓ Sillas de Trabajo

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mobiliario para Exterior ✓ Mobiliario Operativo y Ejecutivo ✓ Mobiliario Hospitalario ✓ Mobiliario Educativo ✓ Mesas de Conferencia, Comedor y Auxiliares ✓ Home Office ✓ Cabinas y Accesorios Acústicos ✓ Alfombras y Pisos Modulares ✓ Accesorios Ergonómicos de Trabajo
--	--

Tabla 30 Identificación de proveedores Espacio y Ergonomía

Nombre de la empresa	TREND MARKETING DIGITAL
Logo	
Teléfono	+503 2205 4270
Dirección:	Calle Las Palmas 228, San Benito, Salvador · 06 km
Zona de cobertura	A nivel nacional
Servicio:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración de redes sociales ✓ Publicidad online ✓ Desarrollo web ✓ Video 360° ✓ Realidad virtual ✓ Apps

Tabla 31 Identificación de proveedores Trend

ESQUEMA DE ABASTECIMIENTO

A continuación, se presenta de forma esquemática el proceso de abastecimiento de servicio de internet, equipos tecnológicos y mobiliario ergonómico.

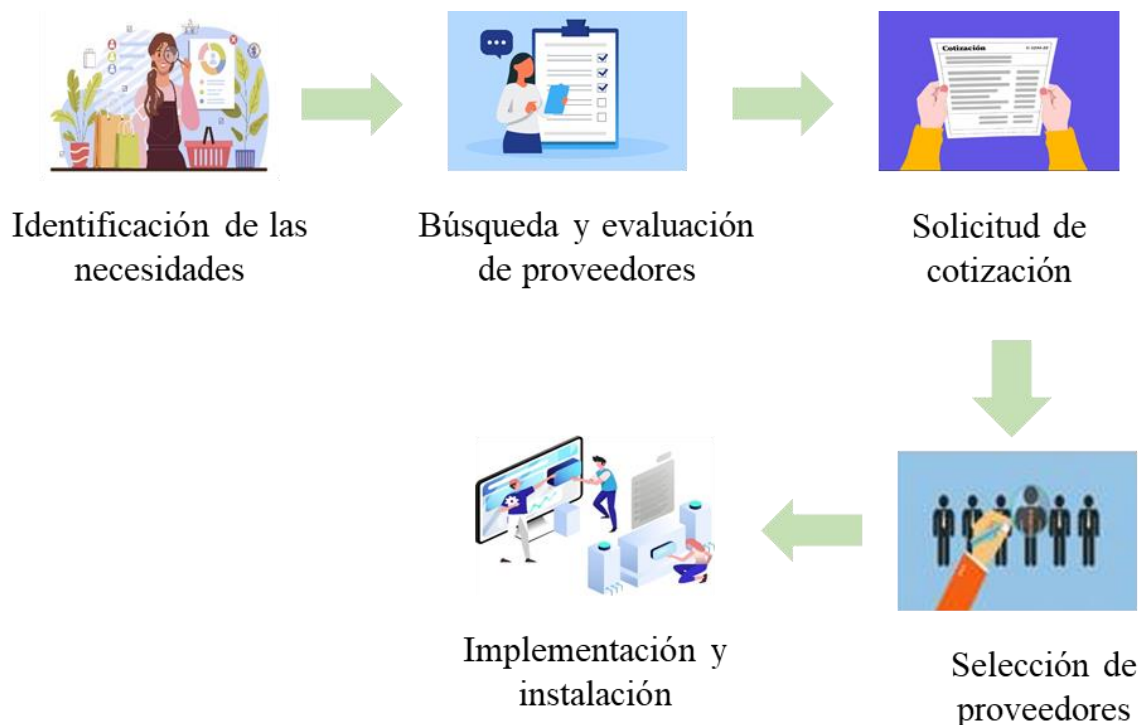


Ilustración 20 Esquema de Abastecimiento - Elaboración propia

Identificación de las necesidades: Determinar las especificaciones de los servicios y productos que se requieren para la operación de los servicios del hotel

Búsqueda y evaluación de proveedores: Se realiza una búsqueda para encontrar proveedores confiables y evaluar sus productos y servicios.

Solicitud de cotización: Obtener información detallada sobre precios y condiciones de los proveedores seleccionados y analizar las propuestas en términos de costo, servicios incluidos y condiciones de contrato.

Selección de proveedores: Una vez se tiene la información necesaria sobre proveedores, se procede a la selección de los más adecuados tomando en cuenta diferentes criterios tales como zona de cobertura, tiempos de entrega, opciones de pago, etc.

Implementación e instalación: Instalar y configurar los servicios y equipos adquiridos.

E. MERCADO DISTRIBUIDOR

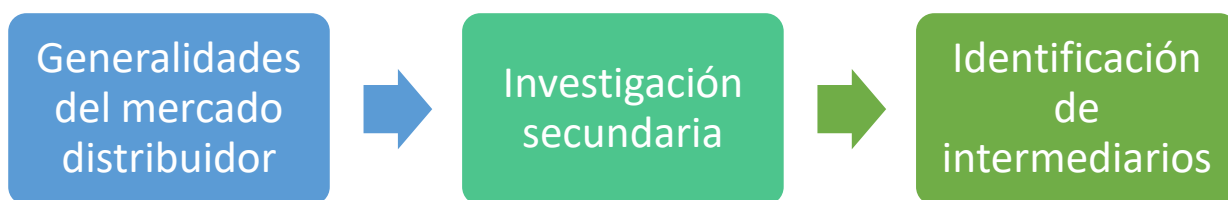


Ilustración 21 Metodología del mercado distribuidor

Uno de los factores que diferencian a los canales de distribución es el tipo de elemento que distribuyen, es decir, productos o servicios. Los productos son bienes tangibles, es decir, son algo que podemos percibir con nuestros sentidos. En cambio, un servicio es algo intangible, sólo puede percibirse después de haberlo “consumido”. Así pues, a la hora de diseñar los canales de distribución de un producto, debemos tener en cuenta que normalmente, los productos deben ser almacenados y trasladados físicamente desde las instalaciones del fabricante hasta el consumidor final. Por su parte, los canales de distribución de servicios pueden no requerir el almacenamiento y transporte físico de bienes, y es en este aspecto donde radica su principal diferencia con los primeros.

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

consumidor al servicio. Bajo esta condición se define los canales de distribución utilizados mayoritariamente por los hoteles y restaurantes.

Tipos de canales

Con independencia de que distribuyan productos o servicios, los canales de distribución se pueden clasificar en dos categorías principales: directos e indirectos.

Distribución directa

Canal directo: Producto-Consumidores. Vía más corta, simple y rápida, en ella, el consumidor acude a la fábrica para adquirir el producto (incluye ventas por correo).



Ilustración 22 Canal Directo

Distribución indirecta

Implica la existencia de intermediarios entre el consumidor y los productos, supone establecer acuerdos entre las partes para el buen funcionamiento de las mismas. Al igual que con los bienes consumibles puede elegir entre distribuciones extensivas, intensivas y selectivas o exclusivas.

Los intermediarios básicos son los mayoristas o Tour-operadores y los minoristas o AAVV (agencias de viajes), no obstante, se ha de considerar también la figura del mayorista /

minorista. Las funciones de estos son vender servicios turísticos, asesorar a los clientes potenciales, organizar combinaciones de servicios turísticos y mediar con sus prestadores.

En el ámbito de los intermediarios dependiendo de la extensión que este abarque en el servicio que presta y lo requerido por el propietario del producto turístico este puede ser de dos tipos:

Canal indirecto corto: Productores, minoristas, consumidores; en este tipo de canal, los minoristas exhiben los productos en sus tiendas y los venden a los clientes.

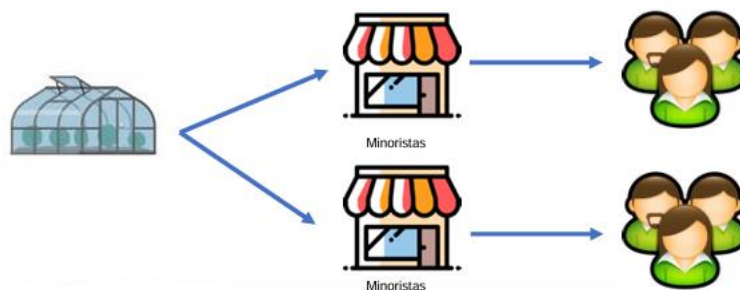


Ilustración 23 Canal indirecto Corto

Canal indirecto largo: El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicina, ferretería, madera, entre otros.

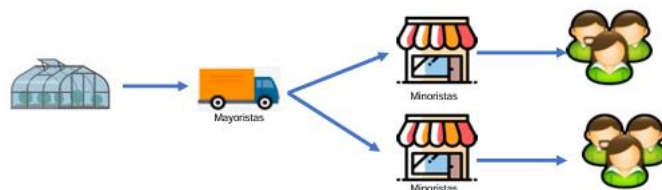


Ilustración 24 Canal indirecto largo

Canales de distribución de El Salvador

Tour-operadores

En nuestro país, hay una diversidad de empresas de operadores turísticos. Para el tema en cuestión, se identificaron agencias que ofrecen y venden productos turísticos, como se detalla a continuación. Es importante señalar que las empresas están ordenadas según la prioridad, tomando en cuenta factores como la proximidad al municipio de Tamanique y la variedad de servicios que ofrecen.

Dirección/Contacto	Descripción
<p>Nombre de la empresa: Explore El Salvador</p>  <p>Dirección: Calle El Níspero, Residencial Bosques de Santa Elena II, #26-H, La Libertad, El Salvador.</p> <p>Teléfonos: (503) 2257-7273, (503)7736-6583</p> <p>Fax: (503) 2257-7273</p> <p>Url: www.explorelsalvador.com</p> <p>Email: info@explorelsalvador.com</p>	<p>Es una empresa dedicada a prestar servicios turísticos en El Salvador cumpliéndolos más altos estándares de calidad. Se adaptan a todas las exigencias: culturales, naturaleza, historia, aventura, playa, deportes extremos, etc. Con extensiones a Guatemala y Honduras disponibles. Experiencia en turistas individuales, grupos, familias, delegaciones. Cuentan con guías y conductores capacitados. Vehículos recientes, cómodos y en óptimas condiciones.</p>

Nombre de la empresa: CADISI Tours



Operador

NOMBRE DE CONTACTO: José Antonio

Méndez

TELEFONO: (503) 2243-3584 / 7729-5887

FAX: (503) 2243-3660

CORREO ELECTRONICO:

info@cadisitours.com

invertures@yahoo.es

PAGINA WEB: <http://www.cadisitours.travel>

DIRECCION: Jardines de Guadalupe Av.

Mississippi 29, Antiguo Cuscatlán, La Libertad,

El Salvador C. A

Empresa de turismo receptivo enfocada en ofrecer servicios y productos turísticos regulares, tours diarios, tours de estudiantes y tours hechos a la medida. Los tours incluyen recorridos por: Montañas, Pueblos Coloniales, Museos, Playas, Ciudades, Sitios Arqueológicos, Volcanes, Lagos y Ríos por El Salvador. Con programa Multidestinos, ofrecen extensiones a la Antigua, Chichicastenango, Ciudad de Guatemala, Copán, Granada, León, Masaya y Managua, conectando todos con San Salvador.

Nombre de la empresa: Epic Tours El Salvador



NOMBRE DE CONTACTO: Esther van Dort

TELEFONO: (503) 2252-7822 y 7890-4751

FAX: (503) 22527822

CORREO

ELECTRONICO:

[info@epictourselsalvador.com/](mailto:info@epictourselsalvador.com)

PAGINA WEB:

<http://www.epictourselsalvador.com/>

DIRECCION: Res Palo Alto, Calle el Alcazar

#A1, Zaragoza, La Libertad

Epic Tours es una compañía especializada en turismo de aventura, con más de 8 años de experiencia. Epic Tours ofrece viajes a la medida, adaptados al gusto e interés de nuestros clientes hacia todos los destinos de interés turístico en El Salvador y sus alrededores en C.A., incluyendo transporte, guía bilingüe, excursiones, entradas y alojamiento. Ofreciendo un servicio más personal y altamente interactivo. Los grupos pueden ser de todas las edades, el interés y el tamaño. Tienen una división en la compañía enfocado en turismo de surf, Epic Surfing Adventures. Son miembros de la cámara de turismo de El Salvador (CASATUR), de la asociación salvadoreña de operadores de turismo (ASOTUR) y de Adventure Travel Trade Association (ATTA)

Nombre de la empresa: NAHUAT TOURS



NOMBRE DE CONTACTO: Lic. Mario

Domínguez

TELEFONO: 2257-4895 y 2533-8952

CEL:7874-8402 y 7160 -6139.

CORREO

ELECTRONICO: info@nahuatours.com

PAGINA WEB: http://www.nahuatours.com

DIRECCION: Concepción de Ataco,

localizado al

norte departamento de Ahuachapán, a una

altura

de 1,300 metros sobre el nivel del mar, y a una


distancia de 96 Km. de la ciudad de San

Salvador.

NAHUAT TOURS es una empresa que se dedica al turismo receptivo a través de la promoción de los principales atractivos naturales e históricos de El Salvador y Centroamérica. Para tal desarrollan una gama de tours clasificados en:

- ✓ Tours de ciudad.
- ✓ Ecoturismo.
- ✓ Tours de Playa.
- ✓ Tours arqueológicos.
- ✓ Tours panorámicos.
- ✓ Pesca.
- ✓ Canopy
- ✓ Tours en Buggy.
- ✓ Rafting.
- ✓ Tours en bici montaña.
- ✓ Tours Gastronómicos.
- ✓ Ruta artesanal.
- ✓ Ruta de La Paz.

Servicios de transporte ejecutivo. Guías bilingües, (inglés, francés y portugués), capacitados para brindar el mejor servicio. Vehículos

	<p>año reciente con</p> <p>aire acondicionado y seguro con cobertura nacional e internacional.</p>
<p>Nombre de la empresa: El salvador</p>  <p>Xpedition</p> <p>Dirección: Condominio Puerta de Altamira No.26, apto. 111, San Salvador, El Salvador.</p> <p>Teléfonos:(503) 2531-0105, (503)</p>	<p>Turismo emisor y receptivo, venta de paquetes turísticos personalizados a empresas, colegios, grupos familiares, nacionales y extranjeros, a nivel nacional e internacional, turismo de aventura, deportes extremos, reservación de hoteles, servicio de guías calificados.</p> <p>Transporte turístico, traslados al aeropuerto. Precio varía de acuerdo al número de personas</p>

7838-5883

Fax: (503) 2124-8918

Url: www.elsalvadorxpedition.com.sv

Nombre de la empresa: Salvadorean Tours, S.

A. de C.V.



NOMBRE DE CONTACTO: Lic. Rodrigo Moreno Gerente de Mercadeo y Lic. Cecilia de Moreno - Gerente General

TELEFONO: 2243-6113 / 2243-6074

FAX: 2243-6159

CORREO

ELECTRONICO:

salvadoreantraveltours@gmail.com

PAGINA WEB:

<http://www.salvadoreantraveltours.com>

DIRECCION: Centro Comercial Feria Rosa

Salvadorean Tours es una compañía orientada a la excelencia en el servicio en la realización de tours, congresos, eventos y transporte. Ofrecemos tours en todo el país, visitando ciudades coloniales; caminatas ecológicas a cascadas; naturaleza; volcanes y sol y playa: Costa del Sol y Trimaran “Fiesta del Sol” paseo por el Estero de Jaltepeque; rutas de Turismo Rural, visitando Cooperativas, fábricas de artesanías y la experiencia de nuestras tradiciones; Están promoviendo la Ruta Colonial y de Los Volcanes en Centro América; Tours y

<p>Ira.</p> <p>Planta Local 118-B Carretera a Santa Tecla</p>	
<p>Nombre de la empresa: Eva tours</p>  <p>Dirección: 3a. Calle poniente No.3737, Col. Escalón, San Salvador, El Salvador.</p> <p>Teléfonos: (503) 2209-8888</p> <p>Fax: (503) 2209-8882</p> <p>Url: www.evatours.com.sv</p>	<p>Eva Tours es un Tour Operador establecido en San Salvador, El Salvador desde el año 2000. Cuentan con guías especializados, transporte propio, acuerdos con cadenas hoteleras y hoteles independientes en todo El Salvador y la región.</p>
<p>Nombre de la empresa: Shuttles & Tours, S. A. de C.V.</p> <p>Nombre De Contacto: Luis Méndez Lacayo</p> <p>Teléfono: 2263 - 5062</p>	<p>Especializados en Traslados Privados, Turismo de Aventura sitios históricos y natural para intercambios culturales, Pesca Deportiva de Marlin, Pez Vela y Dorado y Turismo de Nostalgia para aquellos salvadoreños que desean regresar a visitar sus Raíces</p>

<p>Correo Electrónico:</p> <p>informacion@pullmantur.com</p> <p>Página Web: www.shuttlesntours.com</p> <p>Dirección: Calle Padres Aguilar #2, col Escalón, S.S.</p>	
<p>Nombre de la empresa: Papagayo adventures</p>  <p>Teléfono: 2566-2882, 7874-5113, 7929-6166</p> <p>http://www.papagayoadventures.com/</p>	<p>Vista al Lago de Coatepeque, Joya de Cerén, Tazumal, Ruta de Las Flores, caminata al volcán de Santa Ana, Cerro Verde, Tours de Aventura, tour Playa La Libertad, tour Costa del Sol, Suchitoto</p>
<p>Nombre de la empresa: eco maya tours.</p>  <p>Dirección: Paseo General Escalón No.3658, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador, Centro América.</p> <p>Tel: (503) 2298-2844 ó Tel: (503) 2283-0220</p>	<p>Servicios que brinda:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tour de Artesanías ✓ Pueblos Coloniales ✓ Ruta Maya ✓ Playas ✓ Aventuras ✓ Tour Rurales ✓ Tour de Ciudad ✓ Tours aéreos ✓ Ruta de las Flores y del café

<p>Fax: (503) 2223-5889</p> <p>E-Mail: dmc@ecomayantours.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pre y Post Tours ✓ Turismo de Salud
<p>Dirección: 67 Av. Sur, Pasaje no. 2 , no. 24</p> <p>Col. Escalón, San Salvador, El Salvador</p> <p>PBX: (503) 2210-4000 y línea de fax: (503)2210 4010</p> <p>Correo electrónico: info@rinsatours.com</p>	<p>Rinsa es miembro de la Asociación de Tour operadores y mayoristas de turismo, y cuenta con un departamento especializado en la promoción del Turismo Nacional. Cuenta con contratos especiales, con la mayoría de hoteles a nivel Nacional, Contactan servicio de tours locales, con asistencia de guías Especializados.</p>

Tabla 32 Descripción de Tour operadores

Debido a la naturaleza del proyecto, se sugiere emplear una Distribución Directa, en la cual no existen intermediarios entre el proveedor del servicio y el consumidor final. Dado que se trata de un proyecto nuevo, incurrir en los costos asociados a la contratación de un tour operador podría resultar demasiado elevado. No obstante, a medida que el negocio se consolide, se podría considerar la utilización de otros tipos de canales de distribución. Actualmente, los avances tecnológicos facilitan la opción de la distribución directa, permitiendo crear medios de publicidad gratuitos sin necesidad de recurrir a un tour operador. Un ejemplo de esto sería la creación de una página de fans en Facebook el canal de distribución para los servicios en análisis es el directo.

F. RESUMEN DE DIAGNÓSTICO

MERCADO CONSUMIDOR	
METODOLOGIA EMPLEADA	Para analizar el mercado consumidor, se utilizó una encuesta en línea a través de Google Forms, dirigida a una muestra de 114 empresas seleccionadas de un total de 2,600 registradas en la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. La encuesta fue diseñada para identificar las preferencias y necesidades de las empresas respecto a los servicios innovadores que "La Costa del Sabor" podría ofrecer. La selección de la muestra se realizó considerando un margen de error del 9% y un nivel de confianza del 95%, y abarcó empresas de diversos tamaños y sectores, incluyendo micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	El estudio identificó varios servicios innovadores que "La Costa del Sabor" planea implementar. Estos incluyen el Beach Office (trabajo remoto con amenidades desde la playa), catering de eventos (servicio de organización y asistencia de eventos), DayPass (pase de un día con acceso a todas las instalaciones), salones de eventos con equipos tecnológicos, actividades de team building y recreativas, programas de bienestar y spa para empleados, alojamiento para conferencias y retiros corporativos, y otros servicios innovadores que el mercado consumidor podría

	sugerir. Estos servicios fueron seleccionados para diversificar y enriquecer la oferta del restaurante y hotel.
RESULTADOS Y ANÁLISIS	Los resultados de la encuesta revelaron una alta demanda por servicios adicionales como el Beach Office, salones de eventos tecnológicos y DayPass, lo que ofrece a "La Costa del Sabor" la oportunidad de diversificar su oferta y atraer más clientes corporativos. La mayoría de las empresas destinan entre \$500 y \$5,000 por evento, lo que sugiere que La Costa del Sabor debería desarrollar paquetes que se ajusten a estos presupuestos, ofreciendo opciones tanto económicas como premium. Además, la frecuencia con la que las empresas organizan eventos fuera de la oficina sugiere que la oferta de paquetes todo incluido y servicios personalizados podría ser una estrategia efectiva para atraer y retener clientes, consolidando así la posición del restaurante y hotel como un destino preferido para eventos corporativos.
MERCADO COMPETIDOR	
METODOLOGIA EMPLEADA	El análisis de mercado competitivo se centró en identificar y evaluar tanto a competidores directos como indirectos en la zona de playa El Sunzal, en Tamanique, La Libertad, El Salvador. Se emplearon técnicas de recolección de información que incluyeron visitas in situ, entrevistas y la metodología de "cliente misterioso".

	<p>Este enfoque permitió una evaluación detallada de aspectos clave como precios, servicios ofrecidos, y el estado de mantenimiento de las instalaciones. Se combinaron fuentes primarias y secundarias para obtener una visión completa del entorno competitivo.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO</p>	<p>El estudio identificó competidores directos e indirectos en la región. Los competidores directos, como Atami Escape Resort, Los Farallones y Hotel Casa de Mar, fueron analizados en términos de servicios ofrecidos, precios de habitaciones y observaciones sobre sus instalaciones. Por otro lado, los competidores indirectos, como Puro Surf Hotel + Performance Academy y Playa Linda Sunzal Beach Club, fueron considerados por su influencia en el mercado, a pesar de ofrecer servicios distintos. Este análisis proporciona una comprensión de las estrategias y ofertas de estos competidores en el mercado local.</p>
<p>RESULTADOS Y ANÁLISIS</p>	<p>El análisis detallado permite a la empresa comprender mejor su entorno competitivo y los desafíos que enfrenta. La identificación de competidores directos e indirectos proporciona información clave para desarrollar estrategias efectivas de diferenciación y posicionamiento en el mercado. La recolección de datos mediante la metodología de "cliente misterioso" y entrevistas al dueño de la empresa ofrece una visión integral de las fortalezas y debilidades</p>

	de la competencia. Con esta información, la empresa puede tomar decisiones estratégicas para mejorar su oferta y su posición en el mercado, respondiendo de manera efectiva a las tendencias y demandas del entorno competitivo.
MERCADO ABASTECEDOR	
METODOLOGIA EMPLEADA	La investigación del mercado abastecedor se centró en identificar proveedores capaces de suministrar insumos, materiales y equipos necesarios para la implementación de servicios innovadores en "La Costa del Sabor." Entre mayo y junio de 2024, se realizó una investigación exploratoria digital para comprender las tendencias y comportamientos de los abastecedores en La Libertad, El Salvador. Este enfoque permitió identificar proveedores locales de internet de alta velocidad, equipos tecnológicos y mobiliario ergonómico, fundamentales para la operación del hotel y sus nuevos servicios.
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	El mercado abastecedor para "La Costa del Sabor" incluye tanto proveedores internos como externos. Los proveedores internos son empleados que suministran productos o servicios dentro de la organización, como la elaboración de informes. Los proveedores externos abarcan empresas que proporcionan bienes y servicios esenciales para la operación, incluyendo tecnología, mobiliario y marketing. Se identificaron necesidades específicas, como

	internet de alta velocidad, equipos tecnológicos, mobiliario ergonómico y servicios de marketing para mejorar la visibilidad de los servicios ofrecidos por el hotel.
RESULTADOS Y ANÁLISIS	El análisis reveló una lista de proveedores potenciales clave para satisfacer las necesidades de "La Costa del Sabor." Entre estos se encuentran Multinet para servicios de internet, Zona Digital para equipos tecnológicos, Espacio y Ergonomía para mobiliario, y Trend Marketing Digital para estrategias de marketing. El proceso de abastecimiento se detalló en varias etapas: identificación de necesidades, búsqueda y evaluación de proveedores, solicitud de cotizaciones, selección de proveedores y la implementación de los servicios y equipos adquiridos. Esta estructura permite asegurar la disponibilidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos, alineándose con las propuestas innovadoras del hotel y garantizando su efectividad operativa.
MERCADO DISTRIBUIDOR	
METODOLOGIA EMPLEADA	Para analizar el mercado distribuidor de "La Costa del Sabor," se realizó una investigación exhaustiva para identificar los canales de distribución más efectivos para sus productos y servicios. Se exploraron dos tipos principales de distribución: directa e indirecta. La investigación se centró en cómo los productos físicos y servicios intangibles llegan al consumidor final.

<p>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO</p>	<p>Se distingue entre distribución directa e indirecta. La distribución directa implica una conexión sin intermediarios entre el proveedor y el consumidor final, ideal para "La Costa del Sabor" dado que permite un control total sobre la experiencia del cliente y reduce costos. En contraste, la distribución indirecta utiliza intermediarios como mayoristas o minoristas y puede incluir canales indirectos cortos, que son minoristas, y largos, que son mayoristas especializados. En El Salvador, tour-operadores como Explore El Salvador, CADISI Tours Operador, y Epic Tours El Salvador actúan como intermediarios para servicios turísticos, facilitando el acceso a un público más amplio.</p>
<p>RESULTADOS Y ANÁLISIS</p>	<p>Se recomienda para "La Costa del Sabor" utilizar una estrategia de distribución directa como método principal, dada la capacidad de controlar la experiencia del cliente y reducir costos de intermediación. La promoción de servicios a través de medios digitales, como una página de fans en Facebook, puede facilitar esta estrategia. A medida que el negocio crezca, incorporar intermediarios podría ser beneficioso para expandir el alcance y atraer a un público más amplio, equilibrando la eficacia de la distribución directa con el potencial de una red más extensa.</p>

Tabla 33 Resumen integrado de diagnóstico

VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Con el planteamiento preliminar y los resultados obtenidos en el estudio de mercado se confirma la integración limitada de los servicios innovadores en el restaurante La Costa del Sabor en el mercado turístico de la playa El Sunzal.

Al evaluar las alternativas en el análisis preliminar del problema, destaca que la opción más favorable, según los resultados de la investigación de mercado la **alternativa 2: Diseñar una propuesta de innovación de servicios que permita aumentar la competitividad y sostenibilidad del restaurante**, es la que destaca en las encuestas con la aceptación de los consumidores por la implementación de nuevos servicios.

Una herramienta de ayuda para un mejor enfoque a la innovación de modelo de negocio es el uso del modelo CANVAS que ayudará a describir, diseñar y reinventar el modelo de negocios, lo cual es adecuado para la situación de la empresa pues ayuda a mejorar la comprensión del restaurante, optimizar su funcionamiento y crear estrategias para innovar.

MODELO CANVAS

La Costa del Sabor



Ilustración 25 Modelo CANVAS para La Costa del Sabor

ANÁLISIS DE MODELO CANVAS

El modelo CANVAS destaca la importancia de la innovación para la diferenciación en el mercado de la zona costera del país. La costa del sabor se posiciona como una opción atractiva mediante la oferta de servicios únicos y de alta calidad, aprovechando sus recursos y ubicación. La colaboración con socios clave y una fuerte presencia en canales digitales son elementos críticos para el éxito de la empresa, pues de ello depende el incremento de los clientes potenciales y el reconocimiento de la empresa. También, ofrecer diversas opciones de pago facilita a los clientes el proceso de cancelar su estadía y puede mejorar la experiencia de pago.

Para el análisis general de los resultados obtenidos en los mercados estudiados utilizaremos el modelo del Diamante de Porter que es una herramienta útil para analizar la competitividad de una empresa centrándose en cuatro atributos que, según Michael Porter, determinan la capacidad de una empresa para competir en un mercado. A continuación, se presenta la aplicación del Diamante de Porter al análisis del mercado de La Costa del Sabor:

1. Factores Condicionantes

Estos son los factores de producción que una empresa necesita para competir en la industria, como la infraestructura, mano de obra, y recursos naturales.

- ✓ **Infraestructura:** La Costa del Sabor está situada en la playa El Sunzal, una ubicación privilegiada que atrae tanto a turistas locales como internacionales. La infraestructura turística en la zona, como carreteras, servicios públicos y accesibilidad, es fundamental para el éxito del negocio.

- ✓ **Recursos Humanos:** La disponibilidad de mano de obra capacitada en el área es crucial. El personal del restaurante debe estar bien entrenado en atención al cliente, cocina, y gestión de eventos.
- ✓ **Recursos Naturales:** La playa y el entorno natural son recursos clave que deben ser preservados y utilizados de manera sostenible para mantener el atractivo del destino.
- ✓ **Tecnología:** la implementación de sitios webs para facilidad de reservas en línea, wifi en todas las instalaciones y equipo audiovisual para eventos empresariales es un punto importante para la atracción de más clientes.

2. Condiciones de la Demanda

Este componente se refiere a la naturaleza de la demanda local de los productos y servicios de la empresa.

- ✓ **Demanda Local e Internacional:** La playa El Sunzal es un destino turístico popular, lo que genera una demanda constante de servicios de restaurante y hotelería. La encuesta muestra interés en servicios innovadores como Beach Office y actividades recreativas, indicando una tendencia hacia el turismo experiencial.
- ✓ **Preferencias de los Clientes:** Los resultados de la encuesta indican que los clientes valoran la calidad del servicio, la sostenibilidad y están dispuestos a pagar más por servicios innovadores y de alta calidad.
- ✓ **Frecuencia de Eventos:** Muchas empresas organizan eventos trimestrales y mensuales, lo que sugiere una demanda continua y recurrente para servicios de catering, salones de eventos, y actividades corporativas.

3. Industria Relacionadas y de Apoyo

Este factor considera la presencia de proveedores y otras industrias relacionadas que pueden facilitar la competitividad de la empresa.

- ✓ **Proveedores:** La Costa del Sabor debe establecer relaciones sólidas con proveedores locales para garantizar un suministro constante de alimentos frescos y otros insumos necesarios para sus operaciones.
- ✓ **Industrias Relacionadas:** La cercanía a otras empresas turísticas y de hospitalidad puede generar sinergias y colaboraciones, como paquetes conjuntos con hoteles cercanos o actividades recreativas adicionales para los huéspedes.
- ✓ **Medios de comunicación y marketing:** Establecer contactos con empresas que ayuden a promover el establecimiento a través de estrategias de marketing digital, publicidad y relaciones públicas acompañadas de la colaboración de plataformas como booking.com, Airbnb puede aumentar la visibilidad de la empresa y facilitar así las reservas.

4. Estrategia, Estructura y Competencia de la Empresa

Este componente analiza cómo se organizan las empresas y la naturaleza de la competencia en la industria.

- ✓ **Estrategia y Estructura:** La Costa del Sabor debe desarrollar una estrategia clara de diferenciación basada en la innovación de servicios y la calidad. La estructura

organizativa debe ser flexible para adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado.

- ✓ **Rivalidad Competitiva:** La competencia en el sector de la hospitalidad en la región es alta. La Costa del Sabor debe destacarse mediante la oferta de servicios únicos como Beach Office y catering de alta calidad, además de mantener altos estándares de sostenibilidad y atención al cliente.
- ✓ **Innovación y Mejora Continua:** la costa del sabor debe tener un enfoque en la mejora continua de los servicios y la experiencia del cliente que se adapte a las tendencias del mercado y a las necesidades de los clientes.

ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LA COSTA DEL SABOR UTILIZANDO EL DIAMANTE DE PORTER



Ilustración 26 Diamante de Porter

ANÁLISIS

El análisis del Diamante de Porter para La Costa del Sabor revela que la empresa tiene un fuerte potencial para competir en el mercado turístico de la playa El Sunzal. La clave para el éxito radica en aprovechar su ubicación privilegiada, satisfacer la creciente demanda de servicios innovadores y sostenibles, y establecer relaciones sólidas con proveedores y otras industrias relacionadas. La estrategia de diferenciación basada en la innovación y la calidad del servicio será crucial para destacar en un mercado competitivo.

Este análisis proporciona una base sólida para el desarrollo de estrategias de marketing y la implementación de mejoras en los servicios, alineando a La Costa del Sabor con las tendencias y preferencias del mercado consumidor.

VII. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el determinar la demanda utilizaremos datos de la encuesta realizada para proyectar la demanda de los servicios más aceptados por los consumidores. Para hacer esto, primero debemos identificar cuáles fueron los servicios más demandados y luego usar esa información para hacer una proyección anual.

Los resultados de las encuestas relevantes para la proyección de demanda son los siguientes:

Respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentajes
Beach Office (Trabajo remoto con amenidades desde la playa)	57	48.7%
Catering de eventos (Servicio de organización y asistencia de eventos)	43	36.8%
DayPass (Pase de un día con acceso a todas las instalaciones)	45	38.5%

Salón de eventos con equipos tecnológicos	53	45.3%
Actividades de team building y recreativas	34	29.1%
Programas de bienestar y spa para empleados	19	16.25%
Alojamiento para conferencias y retiros corporativos	23	19.7%
Otro: Ninguno, son muy caros	1	0.9%

Tabla 34 Resultados de encuesta para proyección de demanda

Pasos para la Proyección de Demanda:

1. Calcular la tasa de aceptación de cada servicio basado en la encuesta.
2. Proyectar el número total de eventos o días de uso anuales para cada servicio.
3. Aplicar la tasa de aceptación a la proyección de eventos para determinar la demanda anual.

Paso 1: Tasa de Aceptación

Para cada servicio, la tasa de aceptación se calcula como el porcentaje de respuestas afirmativas en la encuesta.

Paso 2: Proyección del Número Total de Eventos

Para simplificar, asumiremos que la empresa organizará un número promedio de eventos al año. Según los datos de la encuesta:

Frecuencia	Cantidad de respuestas
Trimestralmente	27 eventos
Mensualmente	25 eventos
Semestralmente	23 eventos
Anualmente	23 eventos
Raramente	17 eventos

Tabla 35 Frecuencia de Eventos

Usando la media ponderada para obtener una estimación del número de eventos al año:

$$\text{Promedio ponderado} = \frac{(27 \times 4) + (25 \times 12) + (23 \times 2) + (23 \times 1) + (17 \times 1)}{4 + 12 + 2 + 1 + 1}$$

Paso 3: Aplicar la Tasa de Aceptación

Para cada servicio, multiplicamos la tasa de aceptación por el número total de eventos anuales.

Cálculos

a. Número Total de Eventos Anuales:

$$\text{Promedio ponderado} = \frac{108 + 300 + 46 + 23 + 17}{20}$$

$$\text{Promedio ponderado} = \frac{494}{20}$$

$$\text{Promedio ponderado} = 24.7$$

$$\text{Promedio ponderado} \approx 25$$

Redondeando, estimamos que hay aproximadamente **25 eventos por año**.

b. Demanda Anual Proyectada para Cada Servicio:

✓ Beach Office (48.7%):

$$25 \times 0.487 = 12.175 \approx 12 \text{ eventos}$$

✓ Catering de eventos (36.8%):

$$25 \times 0.368 = 9.2 \approx 9 \text{ eventos}$$

✓ DayPass (38.5%):

$$25 \times 0.385 = 9.625 \approx 10 \text{ eventos}$$

- ✓ Sal6n de eventos (45.3%):

$$25 \times 0.453 = 11.325 \approx 11 \text{ eventos}$$

- ✓ Actividades de team building y recreativas (29.1%):

$$25 \times 0.291 = 7.275 \approx 7 \text{ eventos}$$

- ✓ Programas de bienestar y spa (16.25%):

$$25 \times 0.1625 = 4.0625 \approx 4 \text{ eventos}$$

- ✓ Alojamiento para conferencias y retiros corporativos (19.7%):

$$25 \times 0.197 = 4.925 \approx 5 \text{ eventos}$$

Proyecci3n de Demanda Anual

Esta tabla proporciona una proyecci3n anual de la demanda para cada uno de los servicios innovadores m1s aceptados por los consumidores seg1n los datos de la encuesta:

Servicio	Tasa de Aceptaci3n (%)	N1mero de Eventos Anual
Beach Office	48.70%	12
Catering de eventos	36.80%	9
PassDay	38.50%	10
Sal6n de eventos con equipos tecnol3gicos	45.30%	11
Actividades de team building y recreativas	29.10%	7
Programas de bienestar y spa para empleados	16.25%	4
Alojamiento para conferencias y retiros corporativos	19.70%	5

Tabla 36 Demanda anual proyectada

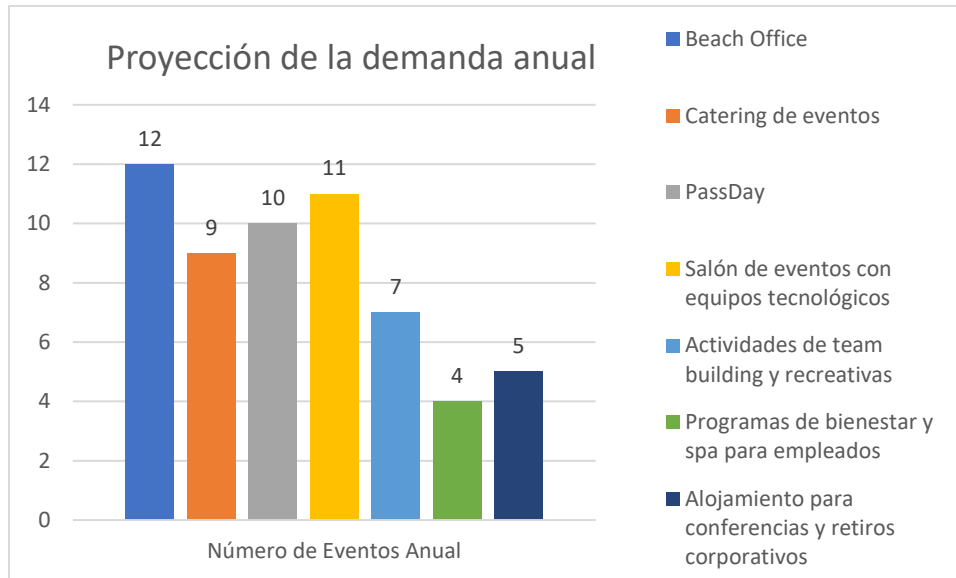


Ilustración 27 Grafico de Proyección de la demanda anual

Proyección de Demanda para 5 años

Para proyectar la demanda de los servicios durante 5 años, es útil considerar un crecimiento anual de la demanda. Esto puede reflejar un aumento en la popularidad y reconocimiento de los nuevos servicios ofrecidos por La Costa del Sabor.

Suponiendo un crecimiento moderado anual del 5%, considerando que El BCR destacó que las actividades económicas que mostraron un mayor dinamismo en noviembre de 2023 fueron: Construcción, servicios financieros, comercio, transporte, hoteles, restaurantes, servicios profesionales, técnicos, comunicaciones y otros en menor medida. Destacando así los servicios de hotel y restaurante que son de importancia para esta investigación en cuanto

a porcentaje se obtuvo un 7.2% en servicios de hoteles y restaurantes,¹⁰ por lo que se tomó a bien considerar un 5% para aplicar esta tasa a la proyección anual de cada servicio.

Para calcular la demanda proyectada para cada año, aplicamos la fórmula de crecimiento compuesto a cada servicio anualmente durante cinco años.

La fórmula para calcular la demanda para cada año es:

$$\text{Demanda en el año } n = \text{Demanda inicial} \times (1 + \text{Tasa de crecimiento})^n$$

Donde:

- ✓ **Demanda inicial:** es la demanda del primer año.
- ✓ **Tasa de crecimiento:** es la tasa de crecimiento anual (5% o 0.05).
- ✓ **n:** es el número de años.

Cálculos

Aplicamos esta fórmula para cada servicio durante cinco años:

Cálculos para la demanda de 5 años para Beach Office:

$$\text{Demanda en el año 1} = 12 \text{ eventos}$$

$$\text{Demanda en el año 2} = 12 \times (1 + 0.05)^2 = 12.6 \approx 13 \text{ eventos}$$

$$\text{Demanda en el año 3} = 12 \times (1 + 0.05)^3 = 13.23 \approx 13 \text{ eventos}$$

¹⁰ La actividad económica de El Salvador creció 4.6% en 2023: <https://investinelsalvador.gob.sv/es/la-actividad-economica-de-el-salvador-crecio-4-6-en-2023/>

$$\text{Demanda en el año 4} = 12 \times (1 + 0.05)^4 = 13.89 \approx 14 \text{ eventos}$$

$$\text{Demanda en el año 5} = 12 \times (1 + 0.05)^5 = 14.59 \approx 15 \text{ eventos}$$

Y así calculamos para cada uno de los demás servicios.

La siguiente tabla consolidada muestra la demanda proyectada para cada servicio durante los próximos cinco años, con un crecimiento anual del 5%:

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beach Office	12	13	13	14	15
Catering de eventos	9	9	10	10	11
PassDay	10	11	11	12	12
Salón de eventos con equipos tecnológicos	11	12	12	13	13
Actividades de team building y recreativas	7	7	8	8	9
Programas de bienestar y spa para empleados	4	4	4	5	5
Alojamiento para conferencias	5	5	6	6	6

Tabla 37 Demanda proyectada para 5 años

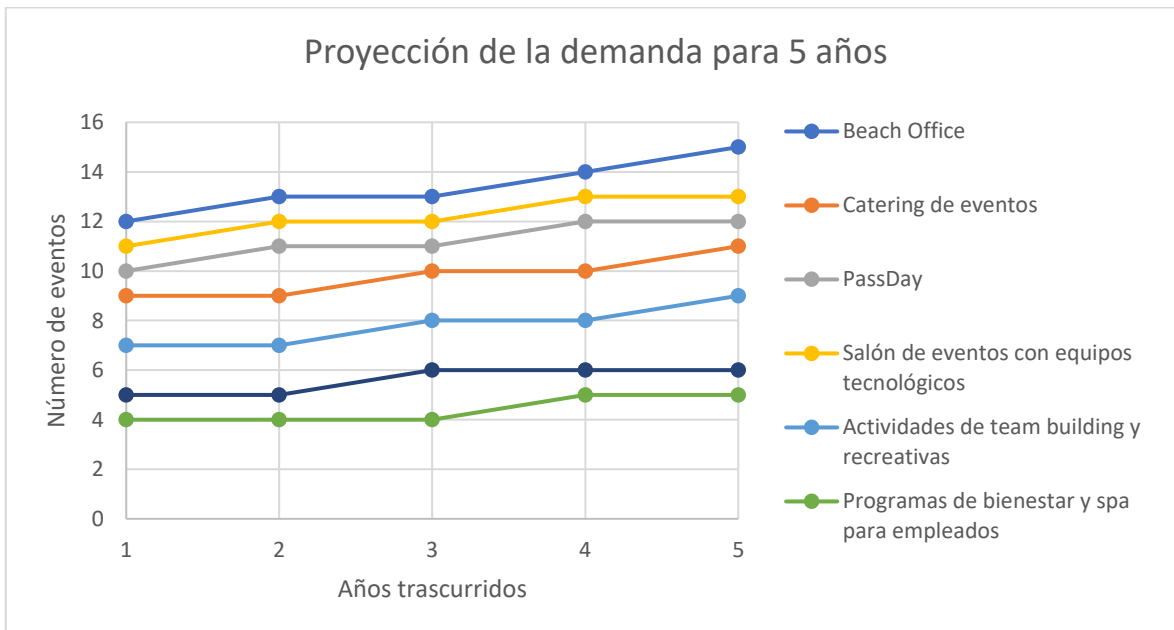


Ilustración 28 Grafico de Proyección de la demanda para 5 años

IX. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

Durante la fase de conceptualización de los servicios, hemos identificado que tres servicios en particular tienen el potencial de incrementar significativamente la satisfacción del cliente y diferenciar la oferta: el Beach Office, el Salón de Eventos con Equipos Tecnológicos, y el Day Pass Empresarial.

Además, hemos determinado que ciertos servicios adicionales, aunque actualmente menos demandados, pueden enriquecer la experiencia del huésped cuando se integran con los servicios más populares. Estos servicios incluyen actividades de team building, actividades recreativas, alojamiento para conferencias y retiros corporativos, y actividades de bienestar laboral y spa para empleados.

La estrategia es incorporar estos servicios menos solicitados dentro de los principales servicios, optimizando el uso de los recursos y mejorando la percepción de valor y satisfacción del cliente. Esta integración permitirá ofrecer una oferta más completa y atractiva, aumentando la satisfacción del cliente y diferenciándonos de la competencia.

Al conceptualizar el diseño, hemos identificado que existen ciertos servicios que, aunque actualmente son menos demandados, tienen el potencial de enriquecer la experiencia de los clientes cuando se integran con servicios más populares. Esta estrategia no solo optimiza el uso de recursos, sino que también mejora la percepción de valor por parte de los clientes.

Al abordar la conceptualización de esta manera, nos aseguramos de que todos los servicios del hotel trabajen en sinergia para ofrecer una experiencia excepcional para los clientes.

Conceptualización y Diseño de Soluciones para La Costa del Sabor

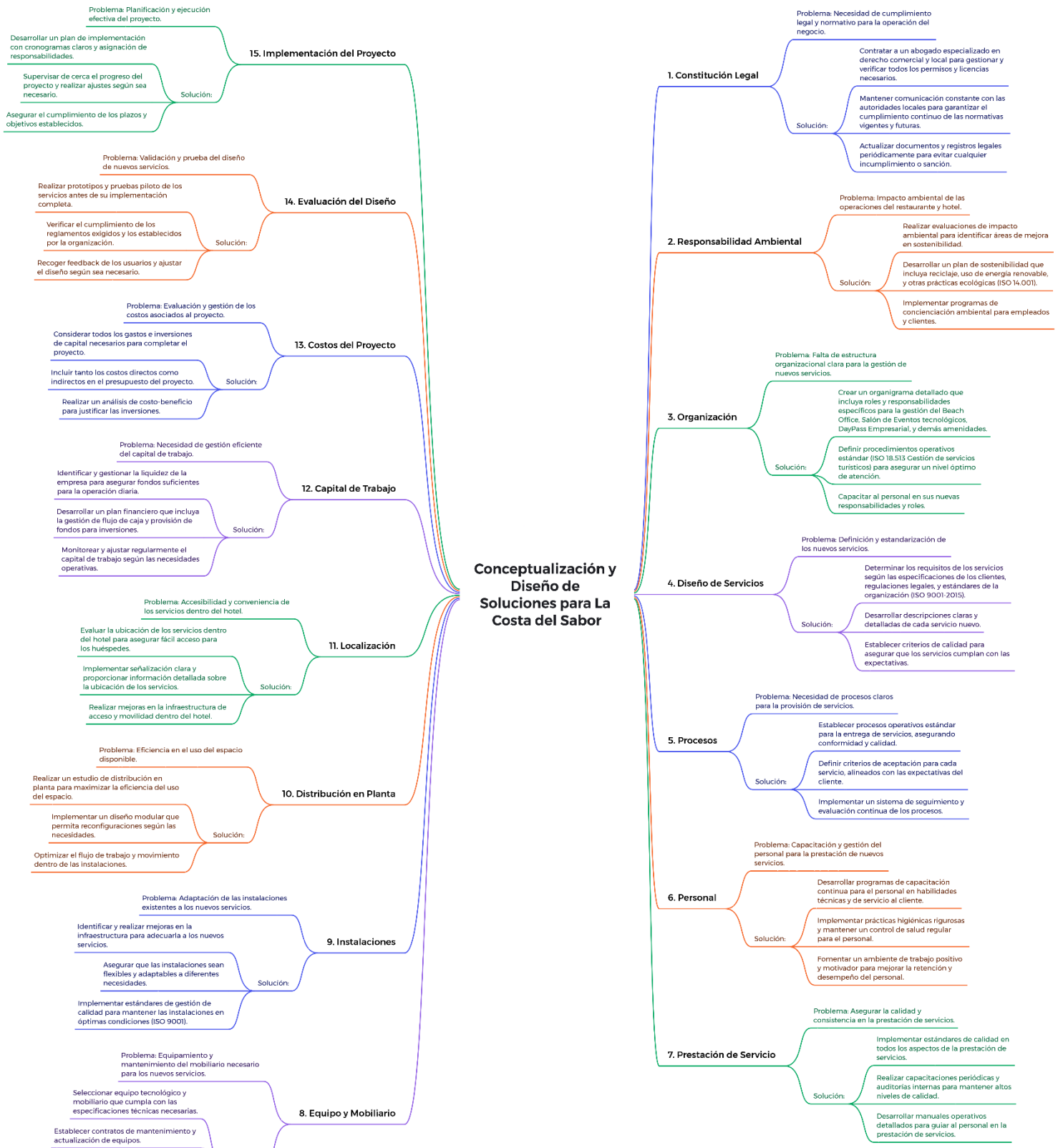


Ilustración 29 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor completa

Conceptualización y Diseño de Soluciones para La Costa del Sabor

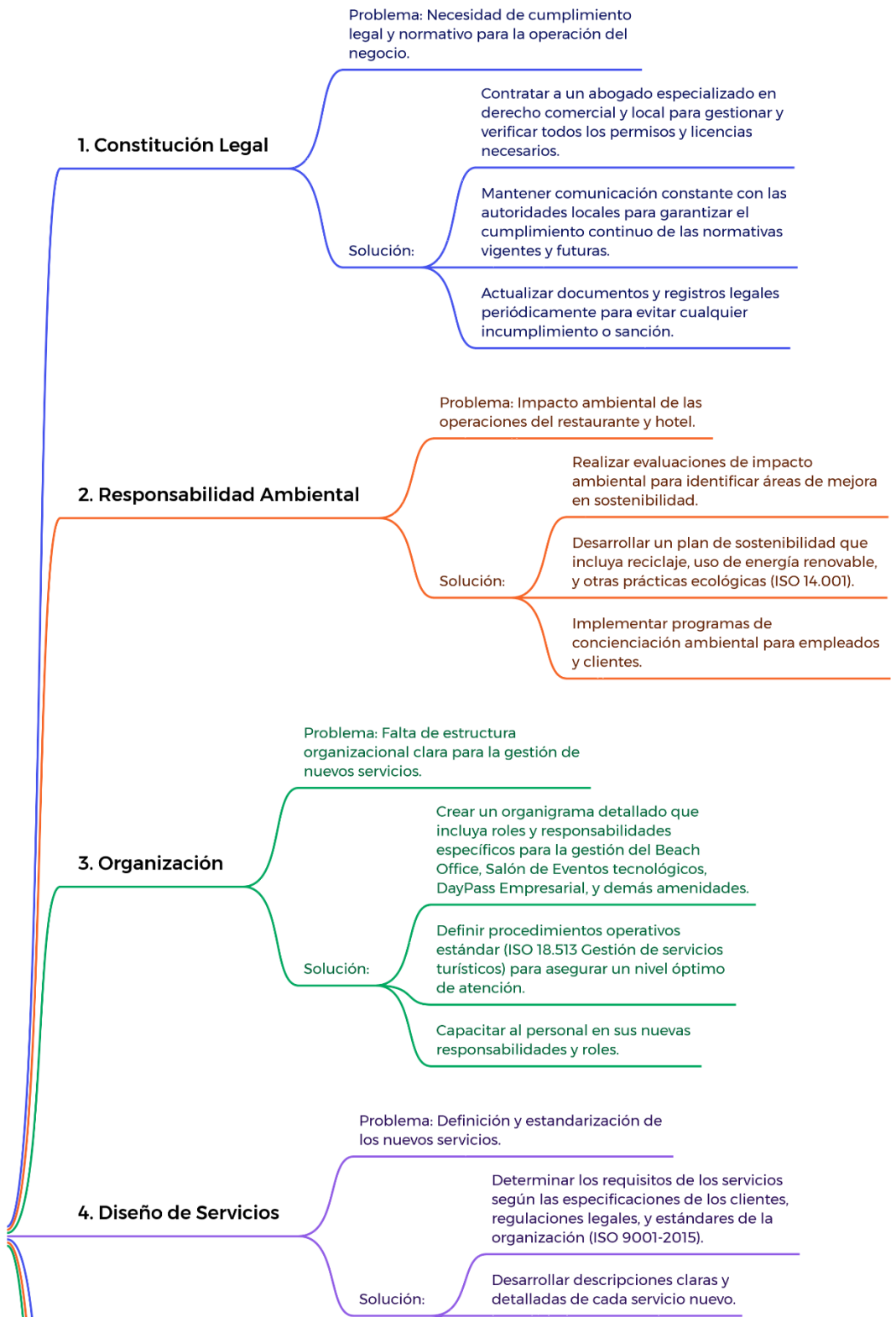


Ilustración 30 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 1



Conceptualización y Diseño de Soluciones para La Costa del Sabor

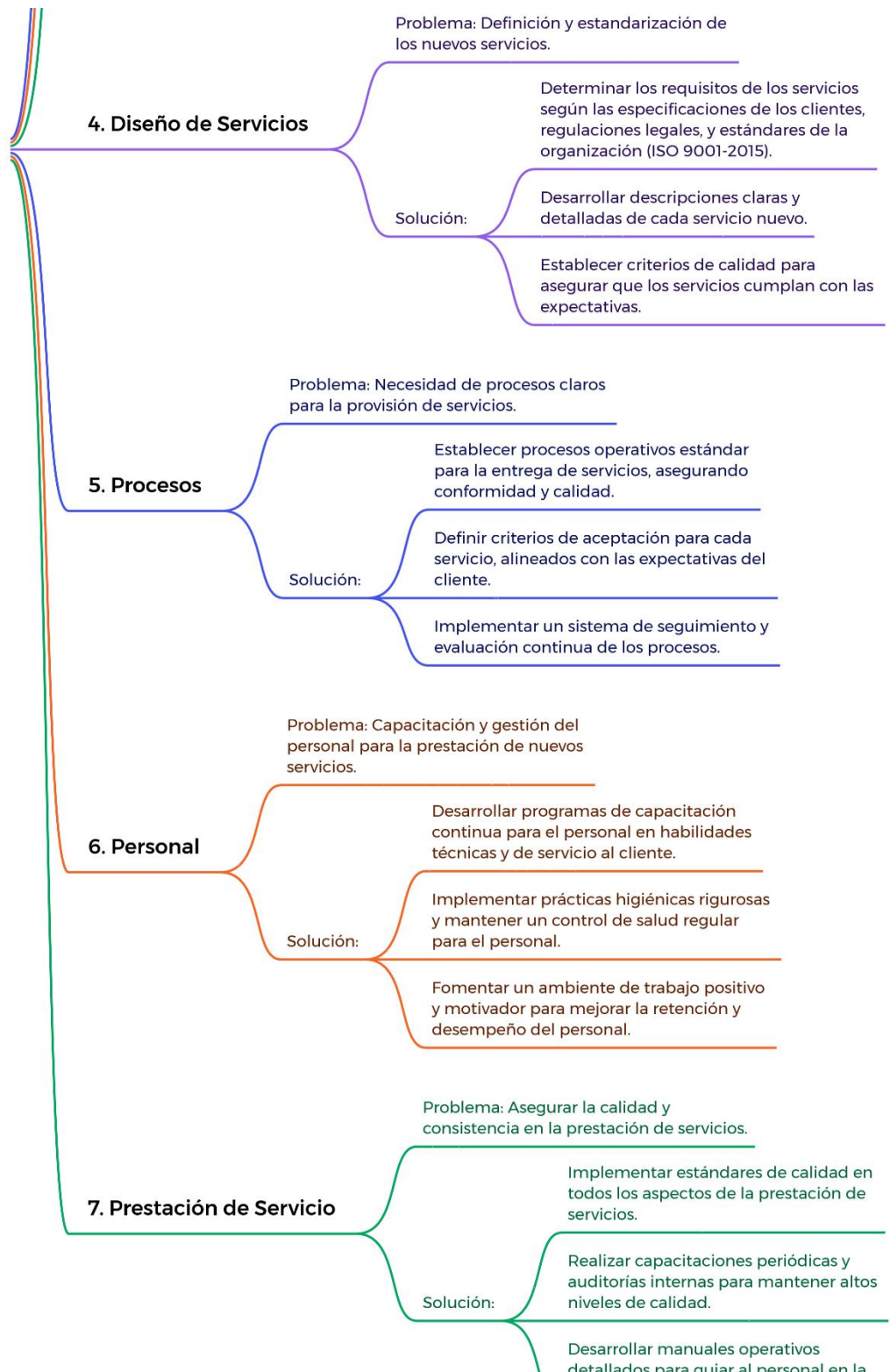


Ilustración 31 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 2

capital de trabajo según las necesidades operativas.

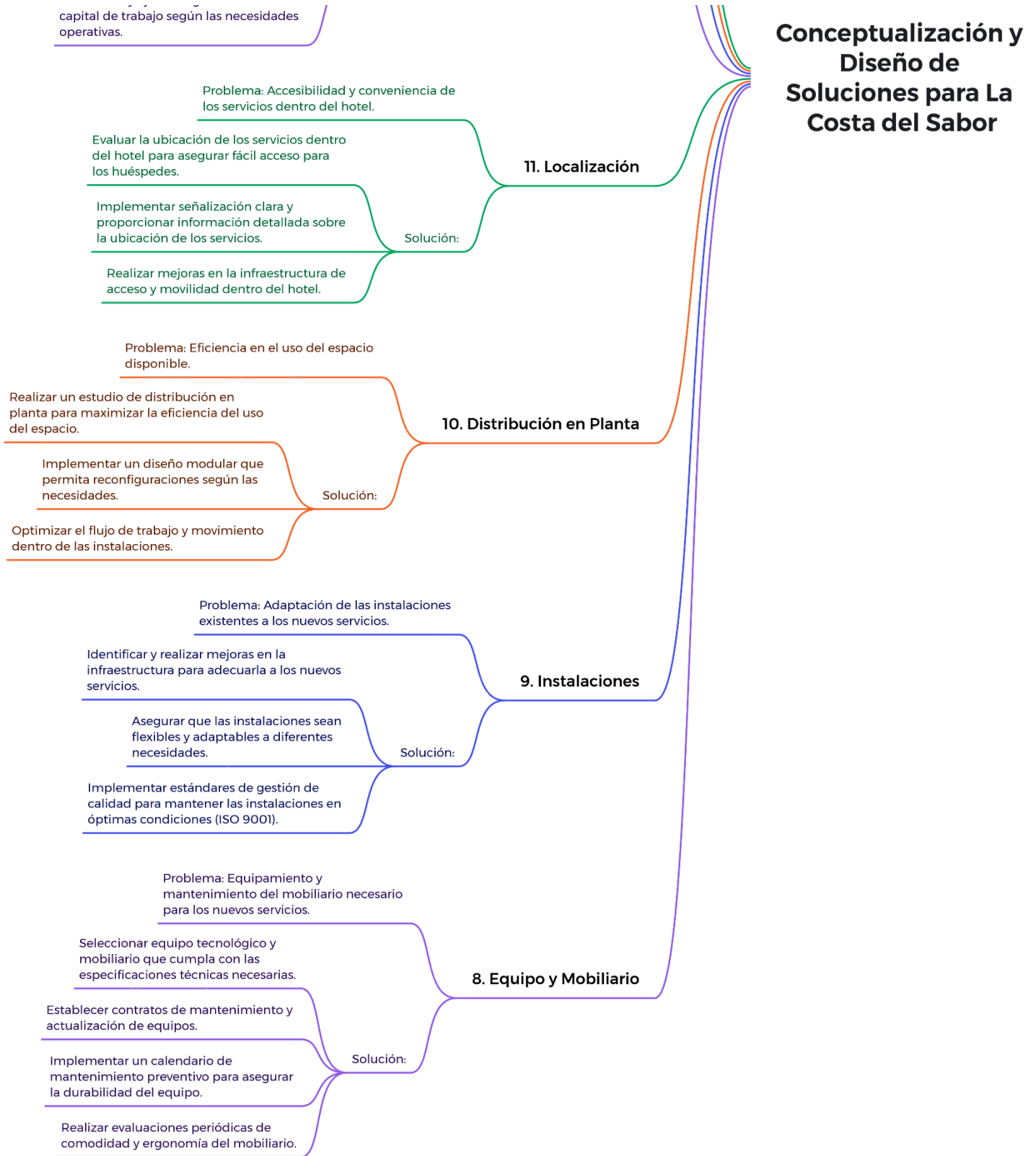


Ilustración 32 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 3

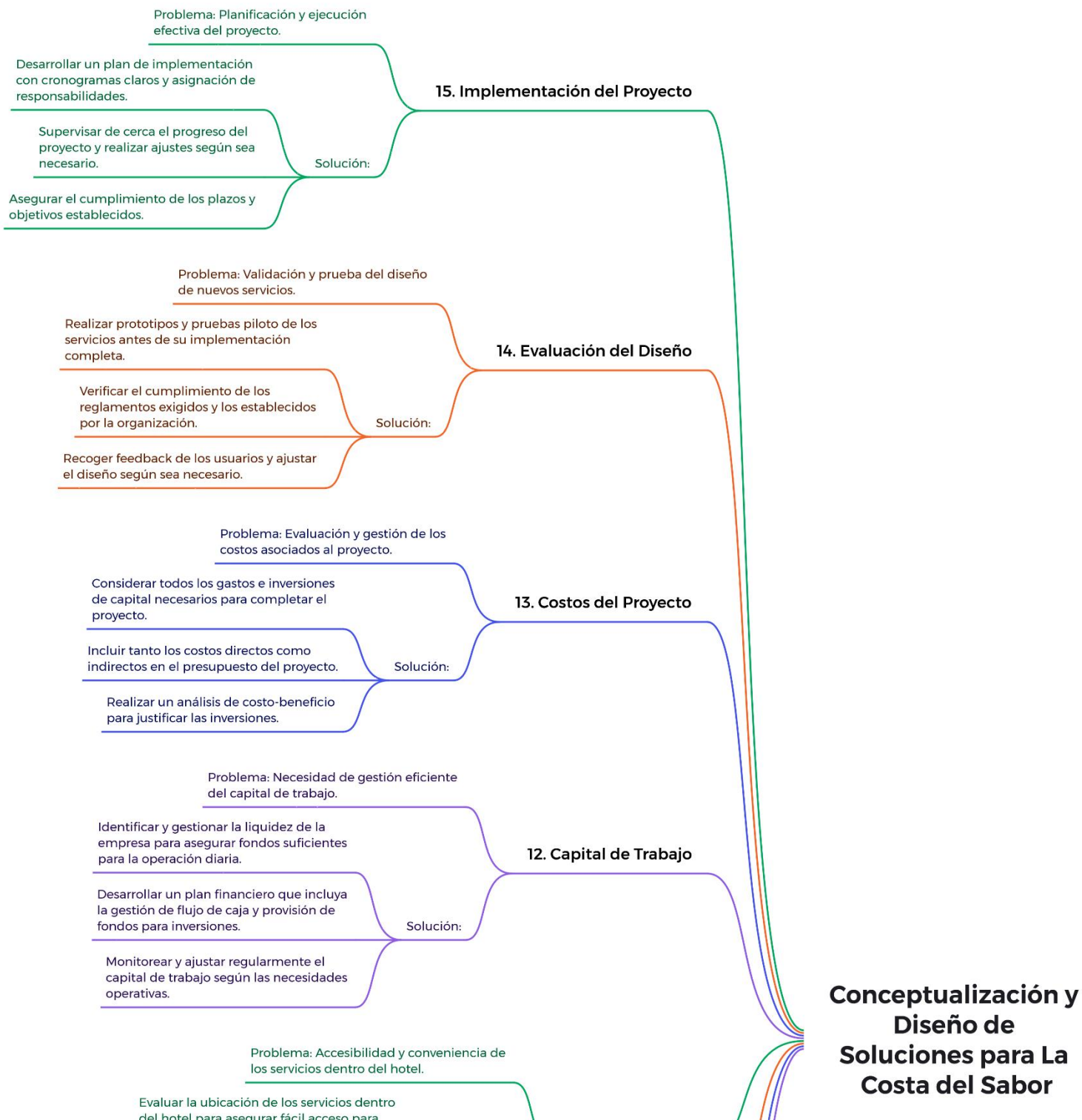


Ilustración 33 Conceptualización y diseño de soluciones para la Costa del Sabor parte 4

Problema identificado	Solución
Constitución legal	Contratar a un abogado especializado en derecho comercial y local para gestionar y verificar todos los permisos y licencias necesarios. Mantener una comunicación constante con las autoridades locales para garantizar el cumplimiento continuo de las normativas.
Responsabilidad ambiental	Realizar evaluaciones de impacto ambiental y desarrollar un plan de sostenibilidad que minimice el impacto negativo en el entorno natural. (ISO 14.001 Norma de gestión ambiental)
Organización	Crear un organigrama que incluya roles y responsabilidades específicos para la gestión del Beach Office, Salón de Eventos tecnológicos, DayPass Empresarial y demás amenidades. Para alcanzar un nivel óptimo de atención. (ISO 18.513 Gestión de servicios turísticos).
Diseño de servicios	Determinar los requisitos para los servicios. Incluyen los especificados por los clientes, los legales y reglamentarios aplicables y aquellos considerados por la organización. (ISO 9001-2015).
Procesos	Establecer procesos de manera que se ofrezcan servicios conformes y establecer criterios de aceptación para dichos servicios, durante la provisión del servicio.
Personal	Capacitación, prácticas higiénicas, control de salud.

Prestación de servicio	Implementar estándares de calidad y procedimientos operativos claros. Realizar capacitaciones y auditorías periódicas para asegurar la consistencia y calidad en la prestación de los servicios.
Equipo y mobiliario	El equipo tecnológico que se utilizará deberá de cumplir con las especificaciones técnicas necesarias para el uso al que serán destinados. Establecer contratos de mantenimiento y actualización de equipos. Implementar un calendario de mantenimiento preventivo. Seleccionar mobiliario ergonómico y de alta calidad. Realizar evaluaciones de comodidad y ergonomía periódicas y ajustar el mobiliario según sea necesario. Se deben de llevar un registro de mantenimiento y estar a disposición para el control.
Instalaciones	Identificar y realizar mejoras en las infraestructuras para adaptarlas a los nuevos servicios, incluyendo la instalación de equipos tecnológicos y mobiliario adecuado. Asegurar que las instalaciones sean flexibles y adaptables a diferentes necesidades y asegurar una gestión de calidad. (ISO, ISO 9001)
Distribución en planta	Realizar un estudio de distribución en planta para maximizar la eficiencia del uso del espacio. Implementar un diseño modular que permita reconfiguraciones según las necesidades.

Localización	<p>Evaluar la ubicación de los servicios dentro del hotel para asegurar que sean fácilmente accesibles para los huéspedes.</p> <p>Implementar señalización clara y proporcionar información detallada sobre la ubicación de los servicios.</p>
Capital de trabajo	Identificar la liquidez de la empresa
Costos del proyecto	<p>Considerar todos los gastos e inversiones de capital que van a completar el proyecto. Esto incluye tanto los costos directos e indirectos.</p>
Evaluación del diseño	<p>Realizar prototipos y pruebas piloto de los servicios antes de su implementación completa. Verificar el cumplimiento de los reglamentos exigidos, implementados, y los establecidos por la organización.</p>
Implementación del proyecto	<p>Desarrollar un plan de implementación con cronogramas claros y asignación de responsabilidades. Supervisar de cerca el progreso del proyecto y realizar ajustes según sea necesario para asegurar el cumplimiento de los plazos y objetivos.</p>

Tabla 38 Conceptualización de diseño

VIII. BRIEF DE LANZAMIENTO

Cada uno de los servicios seleccionados en la conceptualización será presentado en detalle en los siguientes briefs, destacando sus características, beneficios, y cómo se integrarán los servicios menos demandados para ofrecer una propuesta de valor única. A través de esta estrategia, se busca maximizar la satisfacción del cliente y optimizar el uso de los recursos, asegurando que cada servicio contribuye de manera significativa al conjunto.

Beach office

Nombre del servicio	
Nombre del servicio	Beach Office
Tipo de servicio	Servicios de Espacios de Trabajo Remoto y Coworking
Descripción	El "Beach Office" es un innovador servicio de coworking y oficinas remotas que permite a los profesionales trabajar desde la comodidad y el ambiente relajante de un hotel de playa. Equipado con todas las facilidades necesarias para una jornada laboral productiva, el Beach Office combina la belleza del entorno natural con tecnología avanzada y comodidad ergonómica.
Target	Profesionales Remotos, FreeLancer (trabajadores por cuenta propia), Ejecutivos de Negocios, Empresas en Retiro de Trabajo ✓ Profesionales que buscan combinar trabajo y ocio. ✓ Empresas que desean ofrecer a sus empleados opciones de trabajo remoto en un entorno inspirador.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajadores independientes que buscan un cambio de ambiente para aumentar su creatividad y productividad.
Situación actual	Actualmente se tiene la idea de negocio y la proyección de la implementación de servicios innovadores para el hotel
Servicio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conectividad a Internet rápida y fiable (Wi-Fi de alta velocidad). ✓ Espacios de trabajo ergonómicos (escritorios, sillas cómodas). ✓ Salas de reuniones equipadas con tecnología de videoconferencia. ✓ Zonas de coworking con áreas tranquilas para la concentración. ✓ Servicios de apoyo como impresión, escaneo, y soporte técnico. ✓ Acceso a áreas comunes del hotel (piscinas, restaurantes).
Precio	Dado que es un servicio nuevo no se tiene un precio de venta; para eso se elaborará un análisis técnico y económico para estimar el precio
Presentación	<p>El servicio se presentará a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un sitio web dedicado con información detallada y opciones de reserva. ✓ Folletos y material publicitario en el lobby del hotel y en habitaciones.

Competencia	<p>Hoteles y Espacios de Coworking en Entornos Naturales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Otros hoteles en zonas de playa que ofrecen servicios de coworking. ✓ Espacios de coworking en la ciudad que pueden atraer a los mismos clientes. ✓ Resorts que están comenzando a ofrecer servicios similares de trabajo remoto.
Canal de distribución	Plataforma de reservas en línea en el sitio web del hotel.
Tendencias del mercado	<p>Crecimiento del Teletrabajo y Coworking</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de profesionales que buscan opciones de trabajo remoto. ✓ Tendencia hacia la integración de trabajo y ocio ("workation"). ✓ Demanda por soluciones tecnológicas avanzadas en entornos de trabajo.
Canales publicitarios de interés	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redes sociales (Instagram, LinkedIn, Facebook) para llegar a profesionales y empresas. ✓ Publicidad en buscadores y optimización SEO del sitio web. ✓ Campañas de email marketing dirigidas a profesionales y empresas.
Monto de inversión	Se establecerá en la etapa técnica

Tabla 39 Brief de lanzamiento para Beach Office

Salón de eventos con equipo tecnológico

Nombre del servicio	Salón de eventos con equipo tecnológico
Tipo de servicio	Espacios y servicios para eventos corporativos y reuniones empresariales
Descripción	El salón de eventos del hotel ofrecerá instalaciones de primera clase para reuniones, conferencias y eventos corporativos. Equipado con tecnología de punta y servicios de soporte, este centro es ideal para empresas que necesitan un espacio profesional y bien equipado para sus actividades.
Target	Empresas, organizadores de eventos, profesionales independientes y corporaciones que buscan espacios para reuniones y eventos.
Situación actual	Actualmente se tiene la idea de negocio y la proyección de la implementación de servicios innovadores para el hotel.
Servicio	El Salón de eventos tecnológicos incluye: <ul style="list-style-type: none">✓ Sala de reuniones y conferencias equipadas✓ Wi-Fi de alta velocidad✓ Equipos de videoconferencia y audiovisuales de alta definición✓ Asistencia técnica in situ✓ Servicios de catering y bebidas✓ Espacios para networking✓ Alojamiento para conferencias y retiros corporativos

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicios de impresión y escaneo
Precio	Dado que es un servicio nuevo no se tiene un precio de venta; para eso se elaborará un análisis técnico y económico para estimar el precio.
Presentación	El salón de eventos se promocionará como un servicio premium del hotel, destacándose en el sitio web del hotel, folletos informativos, y mediante presentaciones personalizadas a empresas. Se ofrecerán visitas guiadas a los organizadores de eventos y se realizarán eventos de muestra para demostrar las capacidades del centro.
Competencia	Hoteles con instalaciones para eventos y espacios de coworking con capacidad para eventos.
Canal de distribución	El servicio se comercializará a través de: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sitio web del hotel ✓ Plataformas de reservas online especializadas en eventos ✓ Agencias de viaje y organizadores de eventos ✓ Redes sociales ✓ Alianzas con empresas y asociaciones empresariales
Tendencias del mercado	
Canales publicitarios de interés	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redes sociales: LinkedIn, Facebook, Instagram ✓ Plataformas de búsqueda: Google Ads

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Correo electrónico: Boletines y campañas de email marketing ✓ Publicidad en línea: Anuncios en blogs y sitios web de negocios y eventos
Monto de inversión	Se determinará en la etapa técnica

Tabla 40 Brief de lanzamiento para salón de eventos

Nombre del servicio	Daypass Empresarial
Tipo de servicio	Servicio de acceso temporal
Descripción	DayPass ofrece a los huéspedes y visitantes la oportunidad de utilizar las instalaciones del hotel durante el día sin necesidad de reservar una habitación para pasar la noche. Este servicio incluye acceso a las áreas de playa y piscina, spa, restaurantes, beach office, y salón de eventos tecnológicos, proporcionando un entorno ideal tanto para el ocio como para el trabajo
Target	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresas y Profesionales Autónomos: Emprendedores, trabajadores independientes y pequeñas empresas que buscan un espacio de trabajo temporal fuera de sus oficinas habituales. ✓ Equipos de Proyecto: Grupos de trabajo que necesitan un lugar para reuniones o trabajo colaborativo.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Viajeros de Negocios: Profesionales en viajes de trabajo que necesitan un espacio profesional para realizar sus tareas diarias.
Situación actual	Actualmente se tiene la idea de negocio y la proyección de la implementación de servicios innovadores para el hotel
Servicio	<p>El DayPass Empresarial incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a la playa y piscina ✓ Actividades de bienestar laboral y spa. ✓ Acceso a áreas de trabajo del beach office. ✓ Acceso al salón de eventos tecnológico ✓ Descuentos en restaurantes y bares del hotel. ✓ Actividades team building ✓ Opción de alquilar equipos de oficina (laptops, impresoras).
Precio	Dado que es un servicio nuevo no se tiene un precio de venta; para eso se elaborará un análisis técnico y económico para estimar el precio
Presentación	El DayPass se presenta como una tarjeta o código digital que los clientes pueden comprar en línea o en el hotel. Incluye una guía de bienvenida que detalla los servicios disponibles y ofrece recomendaciones sobre cómo maximizar su experiencia durante el día.

Competencia	<p>Hoteles locales: Algunos hoteles ofrecen servicios de acceso diario, pero suelen estar limitados a la piscina y gimnasio.</p> <p>Espacios de coworking: Ofrecen ambientes de trabajo.</p> <p>Clubs de playa y resorts: Ofrecen instalaciones similares, pero con menos enfoque en servicios de trabajo remoto.</p>
Canal de distribución	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plataforma en línea del hotel: Página web ✓ Agencias de viaje y operadores turísticos. ✓ Colaboraciones corporativas: Acuerdos con empresas para ofrecer DayPass a sus empleados. ✓ Redes sociales y marketing digital
Tendencias del mercado	
Canales publicitarios de interés	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redes sociales (Instagram, LinkedIn, Facebook) para llegar a profesionales y empresas. ✓ Publicidad en buscadores y optimización SEO del sitio web. ✓ Campañas de email marketing dirigidas a profesionales y empresas. ✓ Colaboraciones con influencers: Influencers de estilo de vida, viajes y nómadas digitales
Monto de inversión	Se establecerá en la etapa técnica

Tabla 41 Brief de lanzamiento de DayPass

IX. PLAN MARKETING

OBJETIVO DEL PLAN

Alcanzar ingresos por venta incrementando en un 30% dentro de los próximos seis meses, aumentando el tráfico y la retención de clientes en el restaurante durante cada semana laboral.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Aprovechar el potencial del servicio innovador a presentar para proponer una combinación de trabajo y ocio en un entorno relajante. Incrementar el uso impulsando la percepción de valor en el restaurante y diversificar sus fuentes de ingresos.
- ✓ Aumentar las visitas de clientes durante la semana para tener más nivel de tráfico en clientes puesto que las semanas tornan menos visitadas que los fines de semana. Por esto, atraer a profesionales que buscan un espacio alternativo para trabajar generará actividad adicional durante esos días.
- ✓ Mejorar la retención de clientes al proporcionar un servicio conveniente y atractivo para profesionales y trabajadores, se puede fomentar la lealtad de estos, quienes podrían optar por regresar al establecimiento para futuras reuniones o sesiones de trabajo.
- ✓ Demostrar el éxito en el aumento de la utilización del servicio dentro de un plazo específico demuestra la viabilidad y el interés del público en este tipo de servicios, lo que puede respaldar futuras inversiones y expansiones.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategia de diferenciación de servicios:

- ✓ Promover el concepto de Beach office para atraer a profesionales y empresas que buscan trabajar en un entorno relajado. Así mismo, promover un concepto dirigido a empresas donde se haga énfasis de una mayor eficiencia para sus empleados por medio de cambios de ambiente laboral.
- ✓ Resaltar oferta de catering premium para eventos y reuniones, destacando especialidades de la casa y la calidad de los ingredientes.
- ✓ Ofrecer paquetes personalizado para clientes o huéspedes, como cenas privadas y tours exclusivos.

2. Estrategia de Marketing digital:

- ✓ Asegurar un sitio web atractivo, fácil de navegar y optimizado para móviles con la facilidad de un sistema de reservas en línea.
- ✓ Implementar estrategias para mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda y usar publicidad pagada para aumentar la visibilidad en búsquedas relevantes.
- ✓ Crear contenido atractivo y relevante en plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook y tiktok. Compartir fotos y videos de las instalaciones, eventos próximos y novedades del restaurante y hotel llamará la atención del público.

3. Estrategia de colaboraciones y alianzas:

- ✓ Colaborar con agencias de viajes para crear paquetes turísticos que incluyan estadías en la costa del sabor.
- ✓ Invitar a influencers y Bloggers de viajes y estilo de vida para que experimenten y promuevan la costa del sabor en sus canales.

4. Estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social:

- ✓ Promover las practicas sostenibles del establecimiento, como el uso de productos locales y orgánicos, la reducción de plásticos y promover el reciclaje para el cuidado del medio ambiente y una aceptación aún más acertada con la competencia.
- ✓ Involucrarse en proyectos comunitarios y de responsabilidad social para fortalecer la relación con la comunidad local y mejorar la imagen de la marca.

5. Estrategias de experiencia del cliente:

- ✓ Asegurarse de que todo el personal este bien capacitado en atención al cliente y servicios, para garantizar una experiencia excepcional.
- ✓ Implementar sistemas para recopilar feedback de los clientes y utilizar esta información para mejorar continuamente los servicios.
- ✓ Encuestas de satisfacción para obtener opiniones de los clientes y mejorar los servicios constantemente.

DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

MERCADO CONSUMIDOR

Para este proyecto nuestro mercado objetivo será identificados de la siguiente manera:

1. Viajeros de Negocios:

- ✓ **Descripción del Mercado:** Los viajeros de negocios son personas que viajan por razones laborales, como reuniones, conferencias, presentaciones, etc. Suelen buscar alojamientos y restaurantes que ofrezcan comodidades y servicios que les permitan trabajar eficientemente durante su estadía.

Perfil Demográfico:

Perfil demográfico	
Edad	Rango de edades de 25 a 55 años
Residencia	Nacionales o extranjeros
Estado civil	✓ Casados ✓ Solteros ✓ Divorciados
Nivel de ingresos	Medio a alto.
Educación	Indiferente
Interés	Comodidad, accesibilidad, servicios de calidad, facilidades para trabajar

Tabla 42 Perfil demográfico para mercado consumidor

2. Empresas:

- ✓ **Descripción del Mercado:** Las empresas pueden ser un mercado importante, especialmente si buscan lugares para alojar a empleados en viajes de negocios o para organizar eventos corporativos. Suelen buscar hoteles con salas de reuniones, servicios de catering y otras comodidades para sus empleados.

Perfil Demográfico:

Perfil demográfico	
Tamaño de la empresa	Desde pequeñas empresas hasta grandes corporaciones.
Sector	Variado
Edad del personal	Desde jóvenes profesionales hasta ejecutivos más experimentados
Nivel de ingresos	Dependiendo del tamaño y sector de la empresa, puede ser desde medio hasta muy alto
Interés	Comodidad, facilidades para reuniones y eventos, tarifas corporativas, conveniencia.

Tabla 43 Perfil demográfico para mercado consumidor

Para este caso es necesario enfatizar el comportamiento del consumidor, dado que los clientes pueden estar dispuestos a pagar un precio premium por acceder a un servicio exclusivo e innovador que este equipado con los servicios adicionales que estén necesitando, como acceso a internet de alta velocidad, áreas de descanso, opciones de alimentación saludables y actividades recreativas en la playa. Esta demanda de servicio puede variar según las temporadas y los días laborales, con un mayor interés durante la semana y en épocas de buen clima.

MERCADO COMPETIDOR

La competencia directa puede incluir otros restaurantes aledaños a la empresa que ofrezcan servicios similares, así como cafeterías, espacios de coworking y hoteles que proporcionan instalaciones para trabajar.

Para este caso la diferenciación será clave destacar en un mercado competitivo, ya sea a través de precios competitivos, una ubicación privilegiada, una experiencia gastronómica excepcional o servicios adicionales exclusivos.

Lista de posibles competidores:

- ✓ Restaurantes de playa: Es probable que otros restaurantes ubicados en la misma área costera ofrezcan servicios similares, como acceso a la playa, espacios al aire libre y opciones de comida y bebida. Es importante conocer sus ofertas y cómo se diferencian para destacar el servicio a ofrecer.
- ✓ Espacios de coworking: Aunque no estén en la playa, los espacios de coworking locales pueden ser competidores indirectos si ofrecen un ambiente similar de trabajo compartido, con servicios como WiFi, áreas de reunión y café. Es importante resaltar las ventajas únicas de trabajar en un entorno de playa para diferenciarse.
- ✓ Hoteles y resorts costeros: Algunos hoteles y resorts en la zona pueden ofrecer instalaciones para reuniones o espacios de trabajo que compitan con el servicio innovador. Es importante destacar la comodidad y el ambiente relajado del servicio en comparación con entornos más formales.
- ✓ Cafeterías y tiendas de café: Aunque no ofrezcan acceso directo a la playa, las cafeterías locales pueden ser competidores indirectos si atraen a profesionales que buscan un lugar para trabajar fuera de la oficina. Es importante destacar la combinación única de trabajo y ocio que ofrece el restaurante.
- ✓ Servicios de alquiler de espacio para eventos: Empresas que ofrecen alquiler de espacios para eventos, como bodas o fiestas corporativas, podrían ser competidores indirectos si los profesionales también consideran estos espacios como opciones para

trabajar temporalmente. Destacar la flexibilidad y la inspiración del entorno playero puede ayudar a diferenciarse.

- ✓ Plataformas de coworking y trabajo remoto: Plataformas en línea que conectan a trabajadores remotos con espacios de trabajo compartido podrían ofrecer alternativas al servicio por ofrecer. Es importante promover activamente el servicio en estas plataformas y resaltar sus ventajas únicas.

MERCADO DISTRIBUIDOR

Se podría considerar diferentes tipos de socios comerciales que puedan ayudar a promover y distribuir este servicio.

- ✓ **Empresas de Turismo y Agencias de Viajes:**

Las empresas de turismo y agencias de viajes pueden incluir el servicio de la empresa a ofrecer como una opción atractiva para sus clientes que buscan experiencias únicas durante su estancia en la playa.

Pueden promocionar el servicio a través de sus canales de marketing y recomendarlo como una actividad adicional durante el viaje.

- ✓ **Empresas Locales y Organizaciones Empresariales:**

Las empresas locales y las organizaciones empresariales pueden estar interesadas en ofrecer el servicio como un beneficio para sus empleados.

Se podría establecer colaboraciones con estas empresas para ofrecer descuentos o paquetes especiales para sus equipos durante eventos de trabajo o retiros corporativos.

- ✓ **Espacios de Coworking y Centros de Negocios:**

Los espacios de coworking y los centros de negocios en la zona podrían ver el servicio como una extensión de sus servicios.

Se podría establecer una red de colaboración con estos espacios para ofrecer a sus miembros la opción de trabajar en la playa de manera ocasional o como parte de sus membresías.

✓ **Plataformas de Reserva y Agregadores de Experiencias:**

Plataformas en línea que se especializan en la reserva de actividades y experiencias podrían ser canales efectivos para promocionar el servicio innovador.

Se podría listar el servicio en estas plataformas y ofrecer ofertas especiales para atraer a una audiencia más amplia de viajeros y trabajadores remotos.

Al establecer asociaciones con estos distribuidores, el restaurante puede ampliar su alcance y llegar a nuevos segmentos de mercado que podrían estar interesados en utilizar el servicio como parte de su experiencia en la playa. La colaboración con distribuidores también puede proporcionar oportunidades adicionales de marketing y generar un flujo constante de clientes potenciales.

MERCADO PROVEEDOR

Crucial para garantizar el éxito y la eficiencia operativa del negocio. Al seleccionar los proveedores adecuados se puede ofrecer una experiencia completa y satisfactoria para los clientes. Aquí hay algunas categorías de proveedores que podrían ser relevantes para este tipo de servicio:

✓ **Mobiliario y Equipamiento de Oficina:**

Proveedores de mobiliario ergonómico y funcional, como mesas, sillas, escritorios ajustables en altura y lámparas de trabajo.

Empresas que ofrecen equipos tecnológicos, como computadoras portátiles, pantallas adicionales, impresoras, escáneres y cargadores múltiples.

✓ **Suministros de Oficina y Papelería:**

Proveedores de suministros de oficina básicos, como papel, bolígrafos, lápices, carpetas y blocs de notas.

Empresas que ofrecen suministros especializados, como pizarras blancas, marcadores, tableros de corcho y organizadores de escritorio.

✓ **Conectividad y Tecnología:**

Proveedores de servicios de internet de alta velocidad y redes WiFi confiables.

Empresas que ofrecen soluciones de seguridad cibernética y protección de datos para garantizar la privacidad y la seguridad de los usuarios.

✓ **Alimentos y Bebidas:**

Proveedores de alimentos frescos y productos locales para el restaurante, incluyendo opciones saludables y snacks energéticos para los usuarios.

Distribuidores de bebidas, como café, té, agua embotellada y bebidas refrescantes para mantener a los clientes hidratados durante su jornada laboral en la playa.

✓ **Servicios de Limpieza y Mantenimiento:**

Empresas de limpieza profesional que garanticen la higiene y el orden en el área, así como en otras áreas del restaurante.

Proveedores de servicios de mantenimiento para equipos y sistemas, como aire acondicionado, ventiladores, iluminación y áreas exteriores.

✓ **Servicios de Entretenimiento y Recreación:**

Proveedores de actividades recreativas y equipos deportivos para promover el bienestar y la relajación de los clientes, como tablas de surf, bicicletas y juegos de playa.

Empresas de eventos y entretenimiento que ofrezcan actividades grupales, como clases de yoga, sesiones de meditación, conciertos en vivo y eventos de networking.

TENDENCIAS DEL MERCADO

Existe una creciente tendencia hacia el trabajo remoto y el nomadismo digital, lo que aumenta la demanda de espacios de trabajo flexibles y alternativos. Los consumidores están cada vez más interesados en experiencias personalizadas y en entornos que promuevan el bienestar y la conexión con la naturaleza.

MARKETING MIX

Aspecto	Estrategia	Propuesta
PRODUCTO	Innovación continua	Actualizar regularmente los equipos tecnológicos y mobiliario para mantener un ambiente moderno y eficiente.
	Personalización del servicio	Ofrecer opciones personalizadas de configuración de espacio y servicios adicionales según las necesidades del cliente, como servicios de catering o equipos audiovisuales específicos, sillas cómodas, acceso a internet, posibles servicios adicionales como impresión, escaneo y café.
	Experiencia Integral	Crear paquetes que incluyan acceso a las instalaciones de ocio del hotel (piscina, gimnasio, spa) para promover un equilibrio entre trabajo y bienestar y a su vez, un ambiente tranquilo y relajado.
	Temática y personalización	Ambiente de trabajo personalizado con opciones de decoración temáticas, música ambiental o la posibilidad de celebrar eventos personalizados en el servicio a ofrecer.

	Feedback del Cliente	Implementar un sistema de retroalimentación constante para entender y responder a las necesidades y sugerencias de los clientes, mejorando continuamente la calidad del servicio
PRECIO	Paquetes Combinados	Crear paquetes que combinen servicios de Beach Office y Centro de Negocios a precios reducidos, incentivando a los clientes a utilizar ambos servicios
	Diversas formas de pago	En la actualidad el dinero está siendo usado y manejado de manera electrónica y tener diferentes formas de pago facilita el pago del cliente. Formas de pago como: Efectivo, Tarjetas de débito y crédito, bitcoin, Paypal, transferencias bancarias, entre otros.
	Promociones Temporales	Lanzar promociones estacionales o por eventos especiales (por ejemplo, descuentos durante ferias locales o conferencias) para atraer más clientes
	Precios Flexibles	Ofrecer opciones de precios flexibles, como tarifas por hora, medio día, día completo y paquetes semanales o mensuales, para

		adaptarse a diferentes necesidades y presupuestos
	Descuentos por temporadas	Descuentos por temporadas o día de la semana según la temporada del año o el día de la semana, con descuentos especiales durante periodos de menos demanda o en días laborales específicos.
PLAZA	Alianzas Estratégicas	Formar alianzas con plataformas de coworking, agencias de viajes corporativas y asociaciones empresariales para ampliar el alcance y la visibilidad de los servicios
	Plataformas Online	Utilizar plataformas de reservas online especializadas en espacios de trabajo y eventos (como Regus, WeWork, y Eventbrite) para facilitar el acceso y la reserva de los servicios con un proceso de check-in y check-out eficiente.
	Programas de Membresía	Crear un programa de membresía para clientes frecuentes, ofreciendo beneficios exclusivos como descuentos, acceso prioritario a reservas y servicios personalizados

PROMOCIÓN	Marketing Digital Integrado	Implementar campañas de marketing digital que combinen SEO, SEM, redes sociales y email marketing para alcanzar a un público amplio y diverso junto a reseñas de clientes satisfechos.
	Eventos de Networking	Organizar eventos de networking y demostraciones en vivo para mostrar las capacidades del Beach Office y el Centro de Negocios, atrayendo a profesionales y empresas locales.

Tabla 44 Marketing mix

POLITICAS DE PRECIO Y COMUNICACIÓN

POLÍTICAS DE PRECIO:

1. Tarifas Corporativas:

- ✓ Ofrecer tarifas especiales para empresas que reserven habitaciones de forma regular o en volumen.
- ✓ Establecer descuentos escalonados basados en la frecuencia y el volumen de las reservas corporativas.

2. Menús Ejecutivos:

- ✓ Ofrecer menús ejecutivos a precios fijos durante la hora del almuerzo.
- ✓ Incluir opciones saludables y variadas que se puedan servir rápidamente para satisfacer las necesidades de los viajeros de negocios ocupados.

3. Paquetes de Negocios:

- ✓ Crear paquetes que combinen alojamiento con servicios adicionales como salas de reuniones, desayuno y Wi-Fi.
- ✓ Establecer precios competitivos para estos paquetes, ofreciendo un valor añadido.

4. Descuentos por Reserva Anticipada:

- ✓ Ofrecer descuentos a los viajeros de negocios que reserven con cierta antelación.
- ✓ Incluir incentivos adicionales, como desayuno gratuito o upgrades de habitación, para impulsar las reservas anticipadas.

5. Promociones de Temporada:

- ✓ Implementar ofertas especiales durante períodos de menor ocupación, como descuentos en habitaciones o menús promocionales en el restaurante.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN:

1. Marketing Digital:

- ✓ Utilizar campañas de marketing por correo electrónico dirigidas a empresas, destacando las tarifas corporativas y los servicios especiales para viajeros de negocios.
- ✓ Mantener una presencia activa en redes sociales profesionales como LinkedIn, compartiendo actualizaciones sobre ofertas corporativas y eventos especiales.

2. Sitio Web Optimizado:

- ✓ Tener una página web profesional y fácil de usar que destaque los servicios relevantes para viajeros de negocios.

- ✓ Incluir una sección específica para empresas con detalles sobre tarifas corporativas, servicios de reuniones y eventos, y testimonios de clientes corporativos satisfechos.

3. Publicidad Dirigida:

- ✓ Publicitar en revistas y sitios web de negocios locales y nacionales, resaltando las comodidades y servicios relevantes para viajeros de negocios.
- ✓ Colaborar con empresas locales para ofrecer descuentos a sus empleados como parte de programas de beneficios corporativos.

4. Relaciones Públicas:

- ✓ Enviar comunicados de prensa a medios especializados en viajes de negocios y gastronomía sobre eventos especiales, premios obtenidos y testimonios de clientes.
- ✓ Organizar eventos de networking o presentaciones dirigidas a empresas locales para mostrar las instalaciones y servicios del hotel y restaurante.

5. Programas de Fidelización:

- ✓ Implementar un programa de fidelización que recompense a las empresas que reserven con frecuencia o en volumen, ofreciendo descuentos, upgrades y otros beneficios exclusivos.

APLICACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

✓ **Página Web**

Se creará un sitio web que brindará toda la información sobre el restaurante “La Costa del Sabor”, en donde se podrá conocer la historia, misión, visión, objetivos del restaurante; de igual manera, los platos marinos y criollos que ofrece, ofertas, promociones, descuentos, etc. A la página web se mantendrá en constante actualizaciones para ofrecer la imagen óptima, renovada y siempre actual del restaurante; además, se asegurará la fidelidad del visitante ya que el sitio en la red será atractivo. La dirección web será: <https://www.lacostadelsabor.com>

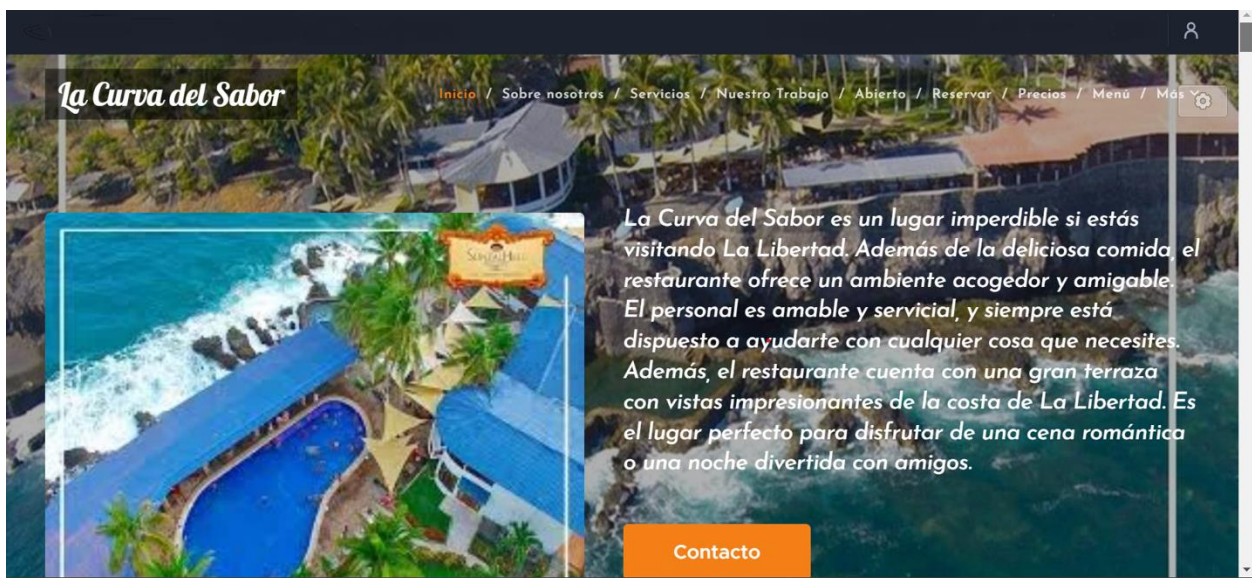


Ilustración 34 Elaboración propia de portada de página web

✓ **Redes Sociales**

Según datos publicados Más de la mitad de la población (54.11%) utiliza dispositivos móviles para diversas actividades. Algunas de ellas comienzan desde algo básico como

acceder a redes sociales, hasta realizar videollamadas o bien, cargar o transferir archivos. El 53% de la población salvadoreña está presente en las redes sociales.

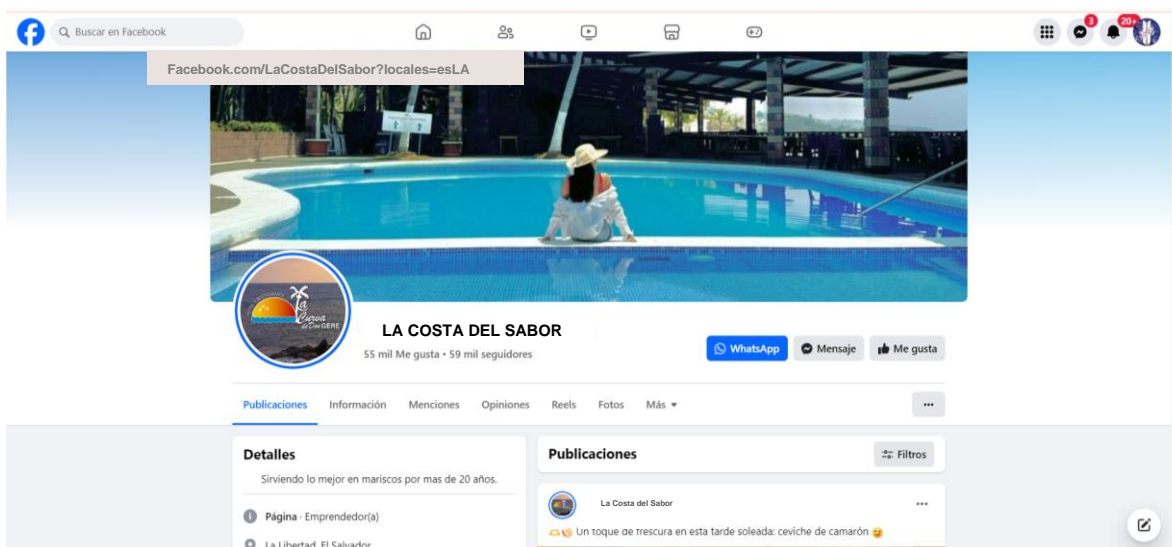


Ilustración 35 Elaboración propia

Por medio del E-mail Marketing se puede enviar publicidad personalizada del restaurante a todas las empresas que se tengan en la base de datos y que estén de acuerdo en recibirlas. Esta estrategia de comunicación es muy efectiva y ayuda al posicionamiento de la marca de la empresa, con los que se podrían incrementar las ventas rápidamente.

ETAPA DE DISEÑO

ETAPA DE DISEÑO

OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar un enfoque global para la creación y adecuación de servicios innovadores en La Costa del Sabor, incluyendo el Beach Office, el Centro de Negocios y el Daypass Empresarial, mediante el desarrollo de planos, procesos de servicio, especificaciones de recursos y políticas de funcionamiento que aseguren una experiencia de alta calidad y satisfactoria para los clientes.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Desarrollar planos y distribuciones de planta que permitan la integración adecuada y eficiente de los servicios innovadores, garantizando un entorno funcional y cómodo.
2. Planificar y optimizar los procesos de servicio para el Beach Office, el Centro de Negocios y el Daypass Empresarial, asegurando una experiencia fluida y satisfactoria para los clientes.
3. Definir especificaciones de obras civiles y recursos necesarias para la correcta implementación y operación de los nuevos servicios, incluyendo tecnología, mobiliario y adecuaciones.
4. Establecer políticas y lineamientos de funcionamiento que promuevan el uso adecuado de las instalaciones y mejoren la experiencia del cliente, con un enfoque en calidad y sostenibilidad.
5. Desarrollar herramientas de evaluación de la satisfacción del cliente para medir y mejorar continuamente el desempeño de los nuevos servicios, a través de encuestas y retroalimentación.

6. Definir el tamaño adecuado y la mejor ubicación del proyecto teniendo en cuenta la demanda, los costos y la accesibilidad, con el fin de garantizar una operación eficiente y aprovechar de manera óptima el espacio disponible.
7. Definir la estructura organizativa de La Costa del Sabor, asignando roles, funciones y procedimientos para asegurar una gestión eficiente y comunicación clara en los nuevos servicios.

I. METODOLOGÍA GENERAL PARA ESTUDIO TÉCNICO

Etapa	Sub etapa	Técnica	Pasos
Estudio Técnico	Ingeniería del proyecto	Diseño técnico del servicio	*Diseño de planos ingenieriles y distribución en planta
		Procesos de servicio	*Planificación y diseño de los servicios
		Especificaciones de los recursos	*Requerimientos para implementación del servicio *Especificaciones de la obra civil
	Tamaño del proyecto	Análisis ponderado	*Criterios de evaluación *Proceso de selección *Tamaño establecido
	Localización del proyecto	Macro localización	*Factores considerados *Análisis ponderado. *
		Micro Localización	*Desarrollo de método de análisis dimensional *Desarrollo de método de la medida de preferencia de localización
	Organización de la empresa	Análisis estratégico de la organización	*Definir misión, visión y valores.
		Diseño Organizacional	*Definiciones Estratégicas *Propuesta de manuales de organización (Organización y funciones, descriptor de puesto y procedimientos)

Tabla 45 Metodología General Etapa Diseño

II. INGENIERIA DEL PROYECTO

Para la ingeniería del proyecto se considera un enfoque integral de diseño y evaluación de los servicios ofrecidos por La Costa del Sabor, centrado en tres nuevas propuestas: el Beach Office, el Centro de Negocios y el Daypass Empresarial, derivadas de los resultados obtenidos en la Etapa de Diagnostico. Estas propuestas están orientadas a satisfacer las necesidades de un público empresarial que busca experiencias innovadoras, fusionando el trabajo con momentos de relajación y bienestar.

El diseño de estos servicios no solo incluye la conceptualización de nuevas experiencias, sino también la adecuación física de las áreas del hotel y restaurante para brindar un entorno óptimo. Como parte de esta propuesta, se han desarrollado planos arquitectónicos que detallan las modificaciones necesarias para integrar adecuadamente el Beach Office y las instalaciones del Centro de Negocios. Estos planos aseguran que las áreas estén equipadas con tecnología y mobiliario ergonómico, creando espacios funcionales y cómodos.

Además, se ha implementado la herramienta Service Blueprint para mapear todos los procesos involucrados en la entrega de estos servicios, desde la interacción con los clientes hasta las operaciones internas del hotel. Este enfoque permite identificar puntos de mejora y garantizar una experiencia fluida y de alta calidad en cada etapa del servicio.

Como complemento, se han creado políticas de funcionamiento claras para cada uno de los nuevos servicios, asegurando que los clientes cuenten con lineamientos bien definidos que favorezcan una experiencia ordenada y satisfactoria. Estas políticas abarcan aspectos como el uso adecuado de las instalaciones, horarios, condiciones de uso del Spa y reglas específicas para la asistencia a eventos en el Centro de Negocios.

Finalmente, para asegurar que estos servicios cumplan con las expectativas de los usuarios, se han diseñado encuestas de satisfacción. Estas encuestas permitirán medir la experiencia de los clientes de manera objetiva, evaluar el desempeño de los servicios y realizar mejoras continuas con base en la retroalimentación.

A. DISEÑO TÉCNICO DE LOS SERVICIOS

1. DISEÑO DE PLANOS INGENIERILES Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

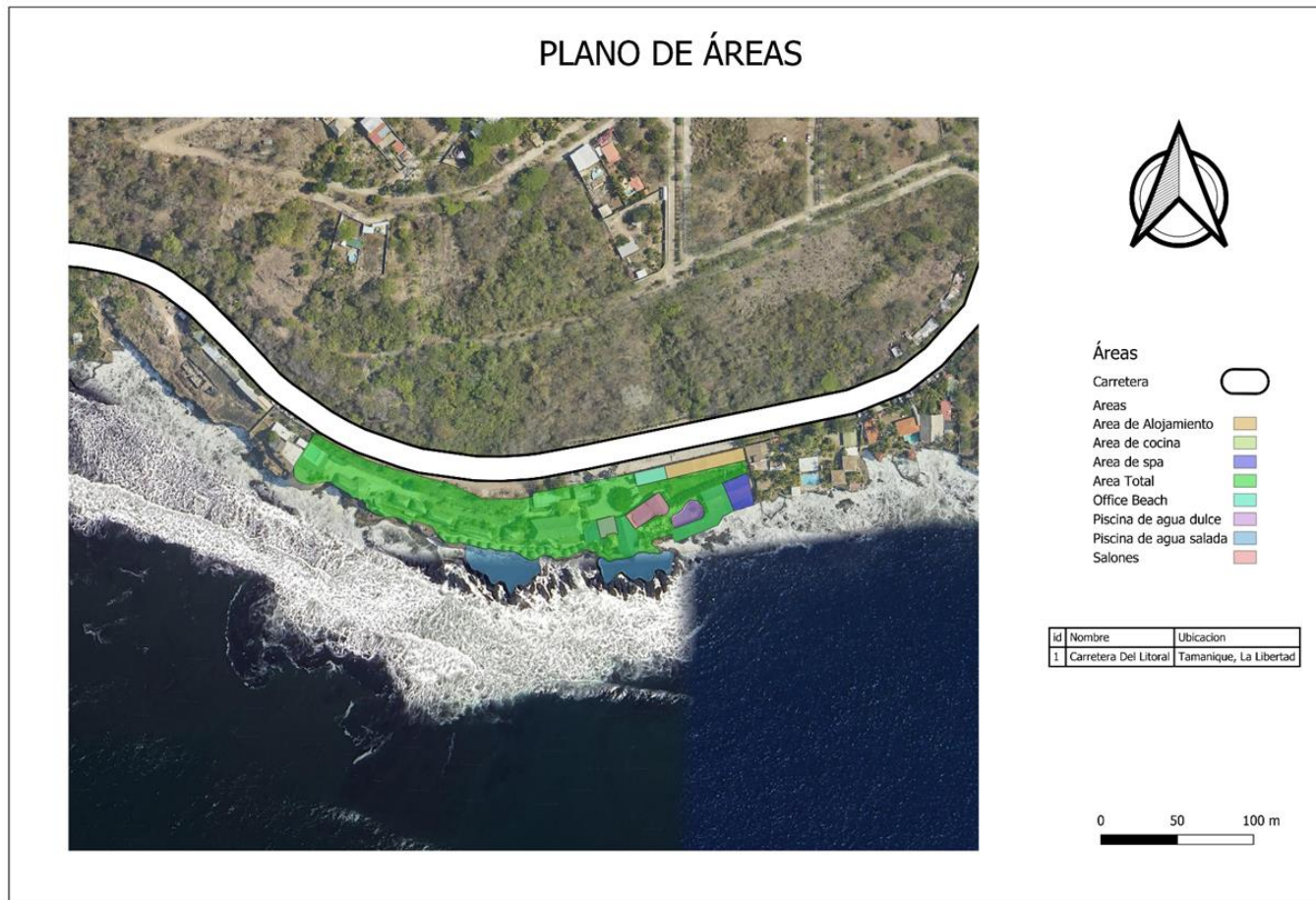


Ilustración 36 Planos de Áreas para la ubicación correspondiente de los servicios innovadores

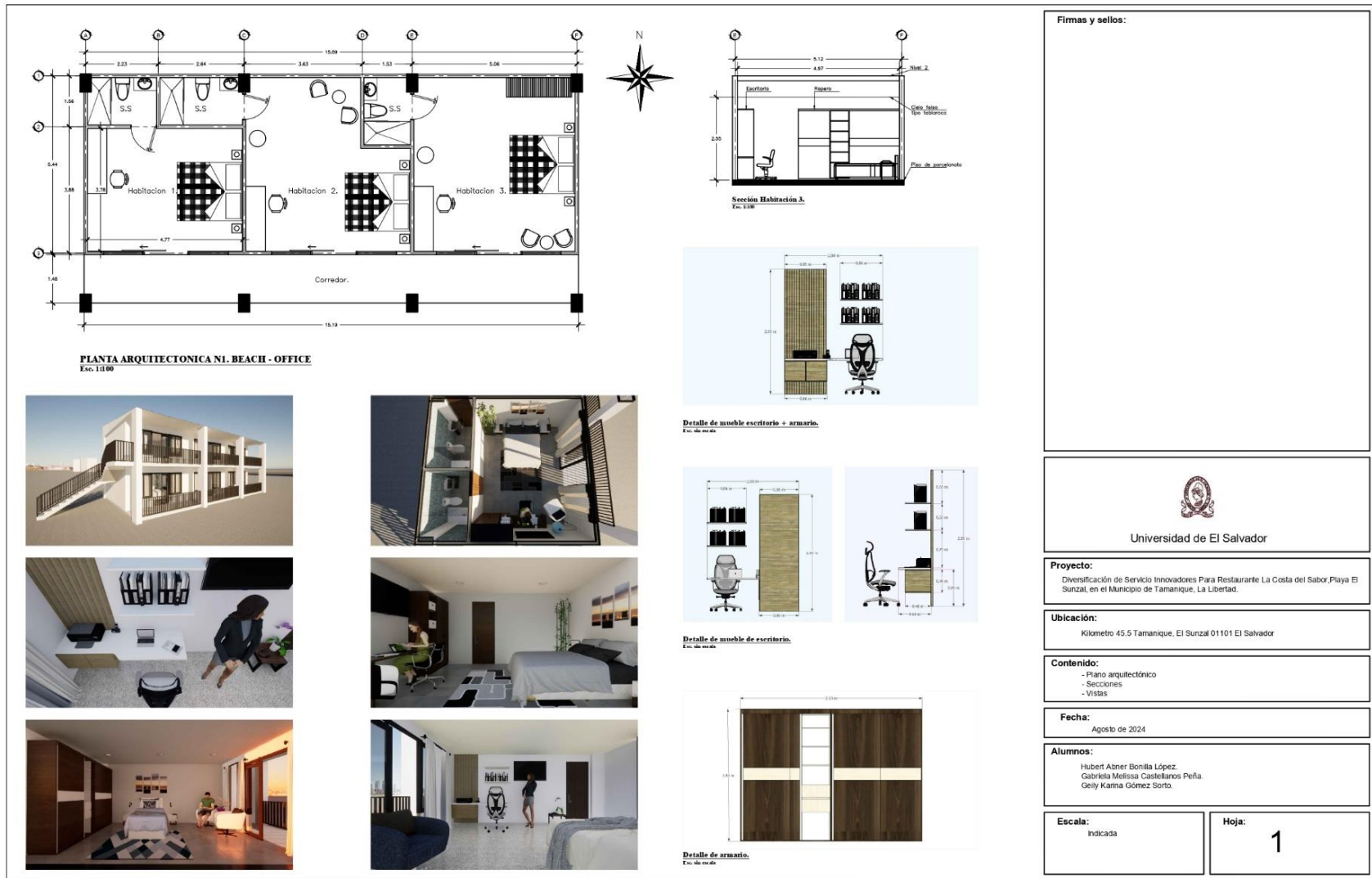


Ilustración 37 Diseño de Beach office

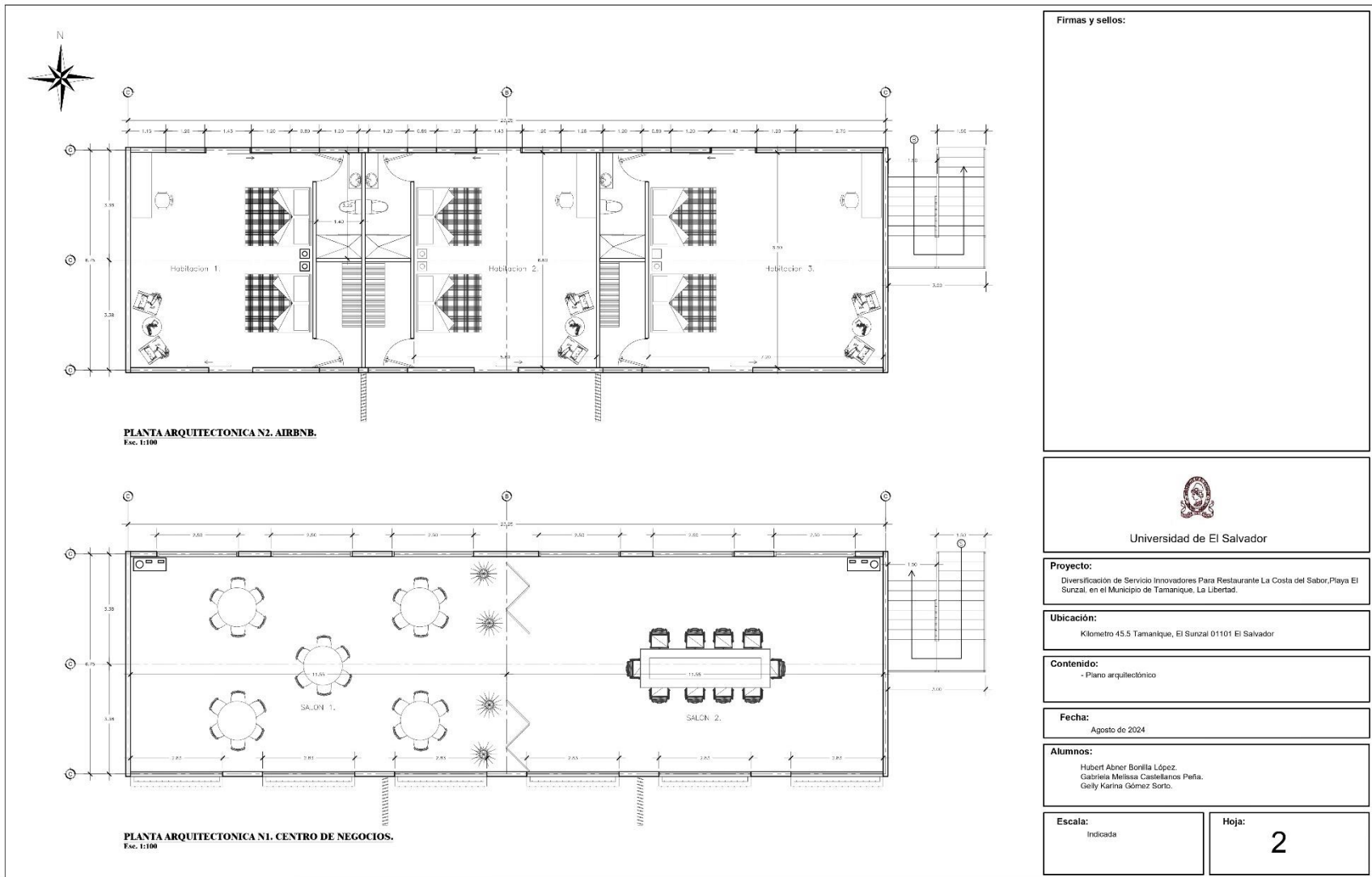


Ilustración 38 Planos de Airbnb y Centro de Negocios



Firmas y sellos:



Universidad de El Salvador

Proyecto:

Diversificación de Servicio Innovadores Para Restaurante La Costa del Sabor, Playa El Surzcal, en el Municipio de Tamanique, La Libertad.

Ubicación:

Kilometro 45.5 Tamanique, El Surzcal 01101 El Salvador

Contenido:

- Renders

Fecha:

Agosto de 2024

Alumnos:

Hubert Abner Bonilla López.
Gabriela Melissa Castellanos Peña.
Gely Karina Gómez Sorito.

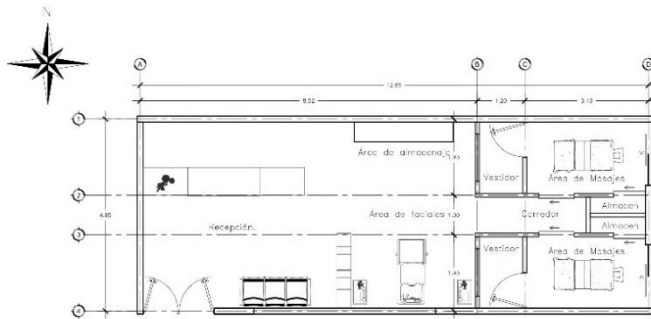
Escala:

Indicada

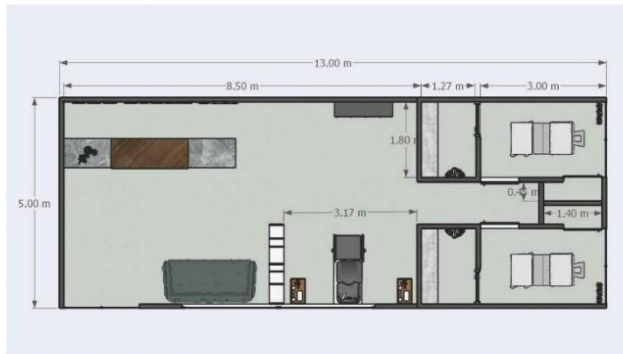
Hoja:

3

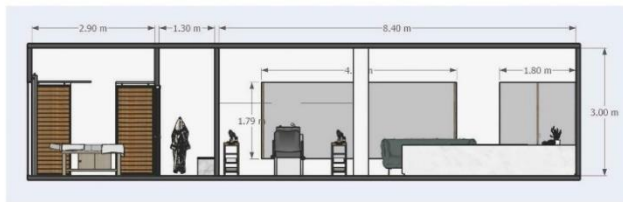
Ilustración 39 Diseño de Airbnb y Centro de Negocios



PLANTA ARQUITECTONICA SPA
Esc. 1:100



VISTA EN PLANTA.
Esc. sin escala



CORTE LONGITUDINAL.
Esc. sin escala



Firmas y sellos:



Universidad de El Salvador

Proyecto:

Diversificación de Servicio Innovadores Para Restaurante La Costa del Sabor, Playa El Sunzal, en el Municipio de Tamanique, La Libertad.

Ubicación:

Kilometro 45.5 Tamanique, El Sunzal 01101 El Salvador

Contenido:

- Plano arquitectónico
- Secciones
- Vistas

Fecha:

Agosto de 2024

Alumnos:

Hubert Abner Bonilla López,
Gabriela Melissa Castellanos Peña,
Gelly Karina Gómez Sorto.

Escala:

Indicada

Hoja:

4

B. PROCESOS DE SERVICIOS

1. PLANIFICACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

a. BEACH OFFICE

Se enfoca en proporcionar una experiencia laboral cómoda y eficiente en un entorno de playa. El proceso comienza con la reserva en línea o telefónica, seguida de la recepción del cliente en la entrada, donde se le da la bienvenida y se le proporciona una breve explicación del espacio de trabajo y los servicios disponibles. Al cliente se le asigna un espacio equipado con internet de alta velocidad, mobiliario ergonómico, y equipo tecnológico según sus necesidades (impresoras, proyectores, etc.).

Durante la estancia, el cliente puede solicitar servicio de alimentos y bebidas desde su estación de trabajo, con entregas puntuales, y cuenta con acceso a zonas de descanso y al spa para momentos de relajación. Además, se ofrece soporte técnico y de atención al cliente en caso de problemas con la conectividad o el equipo. La experiencia termina con el check-out, donde el cliente puede evaluar el servicio recibido a través de una encuesta de satisfacción. El objetivo es combinar productividad y bienestar en un mismo entorno.

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO:

- ✓ **Capacidad Instalada:** 5 Habitaciones Doble
- ✓ **Cantidad mínima por evento:** 1 Persona
- ✓ **Cantidad máxima por evento:** 10 Personas
- ✓ **Precio estimado por persona:** \$150

Servicio de Beach Office

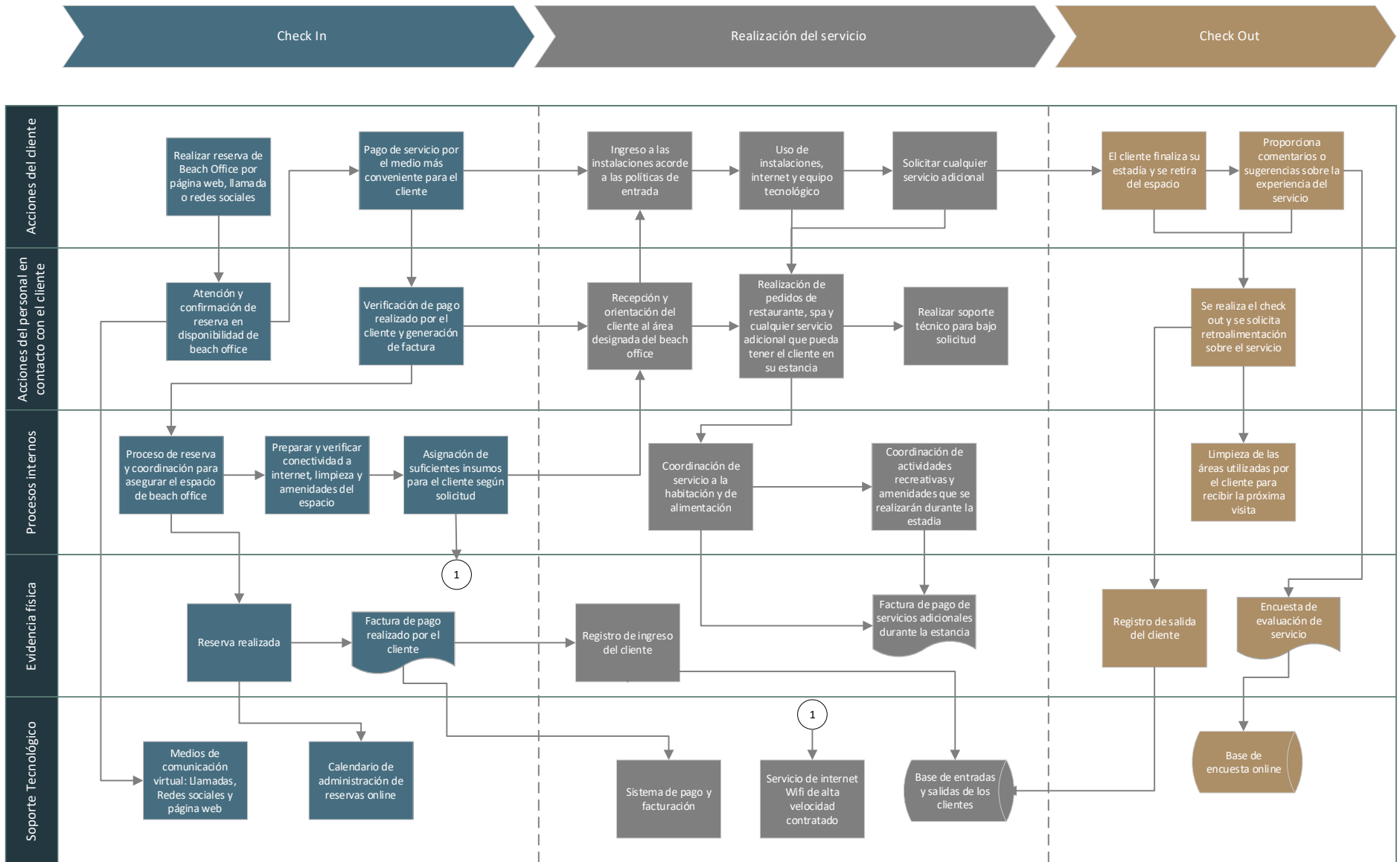


Ilustración 41 Service Blueprint para Beach Office

b. CENTRO DE NEGOCIOS

Está orientado a la planificación y gestión de eventos corporativos, desde el primer contacto del cliente con el equipo de ventas para la reserva del espacio, hasta el día del evento y el posterior feedback. Comienza con la reunión de planificación, donde se definen los requerimientos del cliente, tales como tamaño de la sala, equipos audiovisuales, decoración y servicio de catering.

Previo al evento, el personal coordina la configuración del espacio, que puede incluir mobiliario ergonómico, equipos de proyección y sonido, y la disposición de alimentos y bebidas. Durante el evento, el personal técnico y de apoyo permanece disponible para resolver problemas, como ajustes en la tecnología o cambios en la logística del evento. También se ofrece la opción de acceso a servicios de spa para los participantes, permitiendo momentos de relajación. Al finalizar, se recopilan opiniones y evaluaciones para futuras mejoras a través de una encuesta post-evento.

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO:

- ✓ **Capacidad instalada:** Sala única con opción de dividirse en 2 salones independientes.
- ✓ **Cantidad mínima por evento:** 10 Persona
- ✓ **Cantidad máxima por evento:** 75 Personas
- ✓ **Precio estimado por evento:** Desde los \$500 hasta \$2,500

Servicio de Centro de Negocios

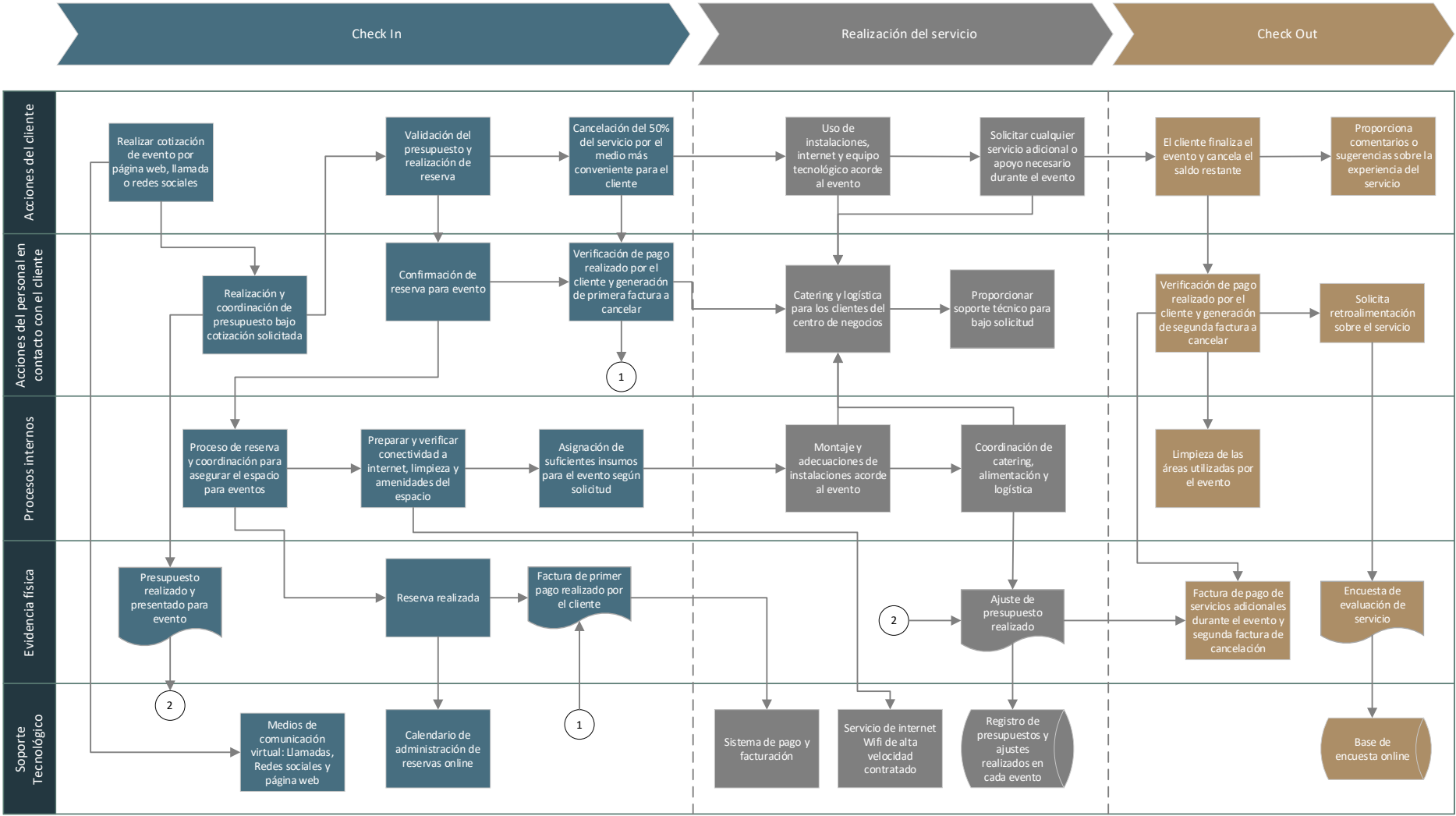


Ilustración 42 Service Blueprint para Centro de Negocios

c. DAYPASS EMPRESARIAL

Aborda la experiencia completa desde la llegada del cliente hasta su salida. Tras la reserva previa, los clientes son recibidos en la recepción, donde se les brinda una pulsera o pase de acceso y un kit de bienvenida. Se les proporciona un recorrido inicial por las instalaciones para explicarles las áreas que pueden utilizar, como la piscina, zonas de descanso, restaurante, áreas de trabajo, y spa.

El cliente puede disfrutar de todas las comodidades del resort, como el servicio de alimentos y bebidas, áreas de trabajo con acceso a internet, y la posibilidad de agendar un servicio de spa. Durante la estancia, el personal está disponible para atender solicitudes especiales y garantizar la satisfacción del cliente. Incluye actividades como masajes y otras experiencias que combinan ocio y trabajo. Finalmente, el cliente recibe una encuesta de satisfacción para evaluar cada uno de los aspectos del servicio antes de su salida.

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO:

- ✓ **Capacidad instalada:** Todas las instalaciones (spa, restaurante, piscinas, área verde, centro de negocios)
- ✓ **Cantidad mínima por evento:** 10 Persona
- ✓ **Cantidad máxima por evento:** 50 Personas
- ✓ **Precio estimado por persona:** \$50

Servicio de Daypass Empresarial

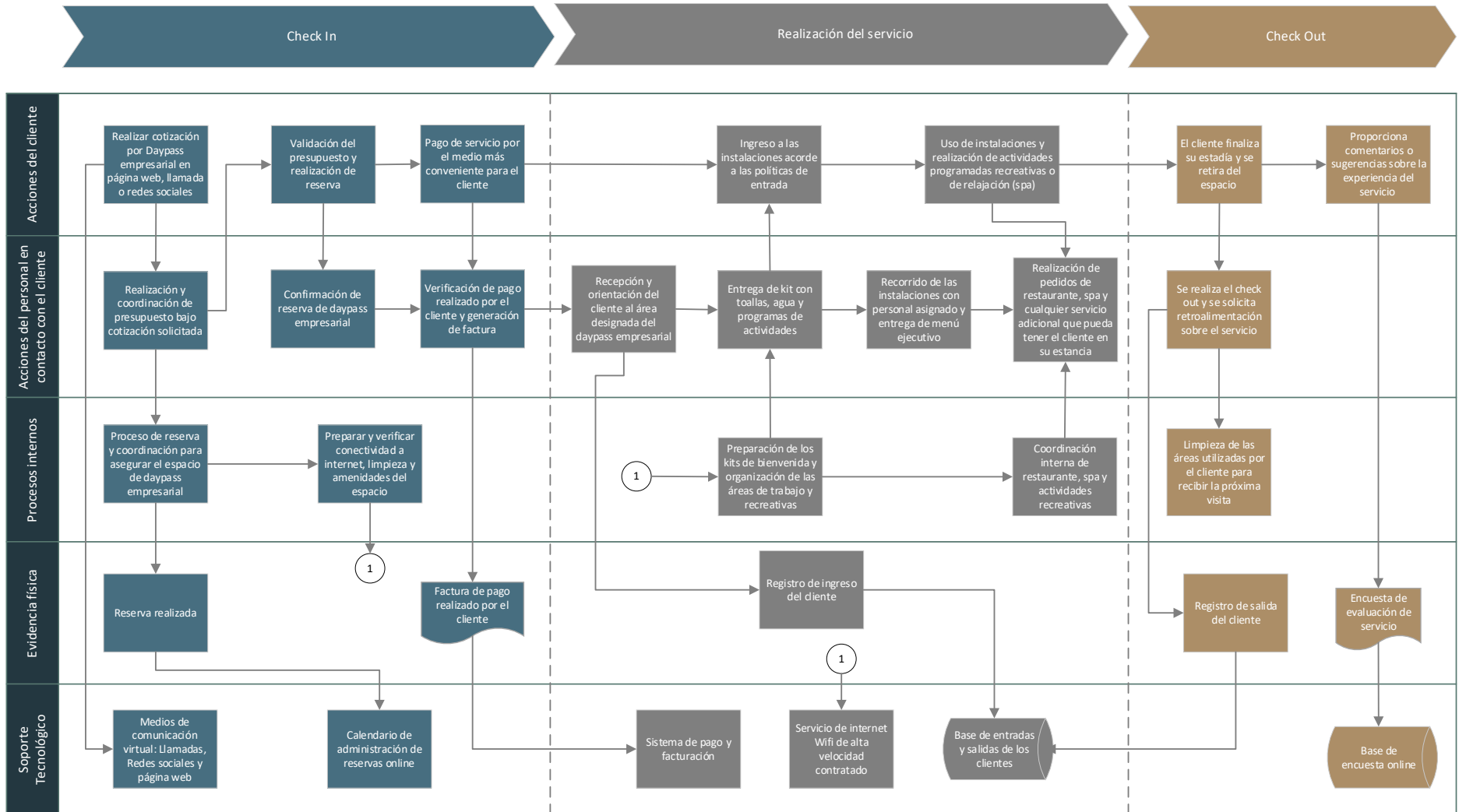


Ilustración 43 Service Blueprint para Daypass Empresarial

2. POLITICAS DE FUNCIONAMIENTO PARA CADA UNO DE LOS SERVICIOS

a. BEACH OFFICE

Para la implementación del Beach Office en La Costa del Sabor, es importante contar con políticas claras de funcionamiento que garanticen una experiencia profesional y agradable tanto para los clientes como para el equipo de trabajo. algunas políticas clave que podrían estructurar el servicio de Beach Office:

1. Reservas y Pago

- **Política de Reservas:** Todas las reservas para el uso del Beach Office deben realizarse con un mínimo de 48 horas de antelación a través de la página web, teléfono o en persona en la recepción. Las reservas están sujetas a disponibilidad.
- **Política de Cancelación:** Las cancelaciones deben realizarse con al menos 24 horas de antelación para obtener un reembolso completo. Cancelaciones posteriores a este tiempo resultarán en una penalización del 50% del valor total del servicio.
- **Política de Pago:** El pago debe realizarse en su totalidad antes de la llegada. Se aceptan pagos en efectivo, tarjeta de crédito/débito y transferencias bancarias. No se permitirá el acceso sin el pago confirmado.

2. Horario de Funcionamiento

- **Horario de Uso:** El Beach Office estará disponible de lunes a viernes, de 7:00 AM a 6:00 PM. Los clientes que deseen permanecer más allá de este horario deberán comunicarlo previamente y estarán sujetos a disponibilidad.

- **Check-in y Check-out:** El horario de check-in es a partir de las 7:00 AM, y el check-out debe realizarse antes de las 6:00 PM. Si se requiere un horario extendido, este deberá ser coordinado con anticipación y podría generar cargos adicionales.

3. Uso de las Instalaciones

- **Política de Comportamiento:** Se espera que los usuarios mantengan un comportamiento adecuado y profesional durante su estancia en el Beach Office. Está prohibido el uso indebido de las instalaciones o cualquier comportamiento que interfiera con la experiencia de otros clientes.
- **Acceso a Internet y Equipos:** Se ofrecerá acceso a internet de alta velocidad en todas las áreas del Beach Office. Se proporcionarán equipos de oficina básicos (sillas ergonómicas, mesas, proyectores) bajo solicitud y deben ser utilizados con cuidado.
- **Política de Ruido:** El Beach Office debe mantenerse en un ambiente tranquilo para facilitar la concentración de los usuarios. Se solicita mantener el volumen de las llamadas y reuniones en un nivel adecuado. Las reuniones de equipo deben reservarse en áreas destinadas a grupos.

4. Comida y Bebidas

- **Alimentación:** Los clientes pueden disfrutar del servicio de restaurante en el área designada del Beach Office. No se permite el consumo de alimentos en las zonas de trabajo para evitar inconvenientes con el equipo tecnológico o molestias a otros usuarios.

- **Política de Bebidas:** Se permitirá el consumo de bebidas en el Beach Office, pero se deben utilizar vasos con tapa para evitar derrames.

5. Política de Limpieza y Mantenimiento

- **Mantenimiento de Espacios:** Todos los usuarios deben mantener sus áreas de trabajo limpias y ordenadas. Cualquier daño ocasionado a las instalaciones o equipos será responsabilidad del usuario y podría generar cargos adicionales.
- **Limpieza:** El personal de limpieza realizará rondas periódicas durante el día. Sin embargo, se espera que los usuarios contribuyan manteniendo su espacio ordenado.

6. Uso de Áreas Recreativas

- **Acceso a Zonas Recreativas:** Los clientes del Beach Office tendrán acceso a las instalaciones recreativas (piscina, playa, deportes) en los horarios establecidos. Sin embargo, deberán priorizar su jornada laboral y evitar el uso de estas áreas durante el horario de trabajo, excepto en las pausas designadas.
- **Política de Team Building:** Se podrán organizar actividades de team building durante la estancia, pero deben ser reservadas con antelación para evitar solapamientos con otros clientes. La organización de estas actividades tendrá un cargo adicional.

7. Seguridad

- **Política de Seguridad:** Se recomienda a los clientes no dejar objetos personales desatendidos. La Costa del Sabor no se hace responsable por pérdidas o robos dentro del Beach Office, pero cuenta con personal de seguridad y lockers para el resguardo de objetos de valor.
- **Protocolo de Emergencia:** En caso de emergencia, los clientes deben seguir las instrucciones del personal y las señales de evacuación. El personal está capacitado para ofrecer asistencia en cualquier incidente.

8. Política de Privacidad y Confidencialidad

- **Privacidad de Datos:** Los datos personales y corporativos proporcionados al hacer la reserva estarán protegidos bajo nuestra política de privacidad y no se compartirán con terceros.
- **Confidencialidad:** Se solicita a los clientes respetar la confidencialidad de las conversaciones y el trabajo de los demás. Se prohíbe la toma de fotografías o videos de áreas compartidas sin consentimiento de otros usuarios.

b. CENTRO DE NEGOCIOS

1. Reservas y Confirmaciones

- **Reservación Anticipada:** Todos los eventos deben reservarse con al menos 15 días de anticipación para asegurar la disponibilidad del espacio y del personal requerido.
- **Confirmación de Asistencia:** Los organizadores deberán confirmar el número de asistentes al evento con un mínimo de 72 horas antes de la fecha programada. Esto permitirá ajustar los servicios y recursos necesarios.

- **Política de Cancelación:** La cancelación de un evento debe notificarse con al menos 5 días de anticipación para obtener el reembolso total. Cancelaciones tardías pueden generar un cargo del 50% del costo total del evento.

2. Capacidad y Asistencia

- **Capacidad Máxima:** La asistencia a los eventos debe respetar la capacidad máxima permitida del Centro de Negocios. El número de asistentes permitido será especificado al momento de la reserva y no podrá excederse por razones de seguridad y confort.
- **Lista de Asistencia:** Se debe proporcionar una lista de los asistentes al menos 48 horas antes del evento para facilitar el control de acceso. Cualquier cambio en la lista debe notificarse a la administración del Centro de Negocios.

3. Horarios y Puntualidad

- **Horario del Evento:** Los eventos deben iniciar y finalizar en los horarios previamente acordados. En caso de requerir extensión de tiempo, esto deberá ser solicitado y aprobado con antelación, y puede estar sujeto a cargos adicionales.
- **Política de Puntualidad:** Se recomienda que los asistentes lleguen al evento con al menos 15 minutos de anticipación para garantizar el orden en el ingreso y evitar interrupciones. Los organizadores serán responsables de garantizar el cumplimiento de esta política.

4. Uso de Instalaciones

- **Espacios Asignados:** Los asistentes deberán permanecer en las áreas asignadas para el evento. Cualquier uso adicional de las instalaciones debe ser solicitado y aprobado por la administración del Centro de Negocios.
- **Cuidado de las Instalaciones:** Se espera que los asistentes cuiden el mobiliario y el equipo del Centro de Negocios. Cualquier daño será responsabilidad del organizador del evento y estará sujeto a cargos por reparación o reposición.
- **Limpieza y Mantenimiento:** El organizador es responsable de dejar las áreas utilizadas en condiciones adecuadas al finalizar el evento. El Centro de Negocios proporcionará un servicio de limpieza básico, pero cargos adicionales pueden aplicar si se requiere una limpieza extraordinaria.

5. Política de Catering y Servicios de Alimentación

- **Proveedores Autorizados:** El catering para eventos deberá ser proporcionado por La Costa del Sabor o proveedores aprobados por el Centro de Negocios. La introducción de alimentos y bebidas del exterior sin autorización previa está prohibida.
- **Horarios de Servicio:** Los servicios de alimentación y coffee breaks se deberán coordinar con anticipación para garantizar la puntualidad en la entrega y evitar interrupciones durante el evento.

6. Tecnología y Equipos Audiovisuales

- **Equipo Disponible:** El Centro de Negocios ofrece acceso a equipos audiovisuales como proyectores, micrófonos y sistemas de sonido, que deben ser solicitados con

anticipación. Cualquier requerimiento técnico adicional debe ser especificado al momento de la reserva.

- **Asistencia Técnica:** El organizador debe solicitar asistencia técnica con anticipación si lo considera necesario. El Centro de Negocios dispondrá de personal para asistir en el uso del equipo, sujeto a la disponibilidad y la complejidad de los requerimientos.

7. Política de Seguridad y Emergencias

- **Control de Acceso:** Se implementará un sistema de control de acceso a los eventos. Los asistentes deberán identificarse al ingreso y respetar las indicaciones del personal de seguridad.
- **Medidas de Seguridad:** En caso de emergencia, se deberán seguir las indicaciones del personal y cumplir con los protocolos de evacuación establecidos. Las rutas de emergencia estarán claramente señalizadas.
- **Objetos Personales:** La Costa del Sabor no se hace responsable por la pérdida de objetos personales durante el evento. Se recomienda a los asistentes no dejar objetos de valor sin supervisión.

8. Política de Privacidad y Confidencialidad

- **Protección de Datos:** Toda la información proporcionada por los asistentes y organizadores será tratada de acuerdo con las políticas de privacidad de La Costa del Sabor. No se compartirán datos personales sin el consentimiento expreso de los involucrados.

- **Confidencialidad en Reuniones:** Los organizadores y asistentes deben respetar la confidencialidad de las reuniones que se lleven a cabo en el Centro de Negocios. Se prohíbe la toma de fotografías o grabaciones sin el consentimiento de todos los participantes.

9. Política de Comportamiento

- **Conducta Apropiaada:** Se espera que todos los asistentes mantengan una conducta profesional y respetuosa durante el evento. Cualquier comportamiento inapropiado podrá resultar en la expulsión del evento.
- **Prohibición de Fumar y Consumo de Alcohol:** No se permite fumar en las instalaciones del Centro de Negocios. El consumo de alcohol solo estará permitido en áreas designadas y con autorización previa para eventos que lo requieran.

10. Política de Evaluación de Satisfacción

- **Encuestas Post-Evento:** Al finalizar el evento, se ofrecerá a los asistentes la oportunidad de completar una encuesta de satisfacción para evaluar los servicios del Centro de Negocios. La retroalimentación será utilizada para mejorar continuamente nuestros servicios.

c. DAYPASS EMPRESARIAL

1. Reservas y Pagos

- **Reservas Anticipadas:** Todas las reservas para el Daypass empresarial deben realizarse con al menos 72 horas de anticipación. Las reservas estarán sujetas a disponibilidad y deben incluir el número exacto de participantes.
- **Política de Cancelación:** Las cancelaciones deben ser notificadas con un mínimo de 48 horas de anticipación para obtener un reembolso completo. Cancelaciones realizadas con menos de 48 horas de antelación generarán un cargo del 50% del costo total.
- **Pago Anticipado:** Se requiere un depósito del 50% al momento de la reserva y el pago del saldo restante debe realizarse antes del inicio del evento. Aceptamos pagos en efectivo, tarjetas de crédito/débito o transferencias bancarias.

2. Horarios de Funcionamiento

- **Duración del Daypass:** El Daypass empresarial tiene una duración de 7:00 AM a 6:00 PM. Si los clientes requieren una extensión de horario, deberán solicitarlo con anticipación y esto estará sujeto a disponibilidad y cargos adicionales.
- **Check-in y Check-out:** El check-in debe realizarse a partir de las 8:00 AM y el check-out debe completarse antes de las 6:00 PM.

3. Uso de Instalaciones

- **Acceso a Áreas Comunes:** Los clientes del Daypass empresarial tendrán acceso a todas las áreas comunes, incluyendo salas de reuniones, restaurante, piscina, playa y

áreas recreativas. Las actividades recreativas deberán programarse para no interferir con las sesiones de trabajo.

- **Equipos de Oficina:** Las áreas de trabajo estarán equipadas con internet de alta velocidad, proyectores, pantallas y mobiliario ergonómico. Cualquier equipo adicional deberá solicitarse previamente y puede tener un costo extra.
- **Política de Ruido:** Se espera que las áreas de trabajo del Daypass empresarial mantengan un ambiente tranquilo y profesional. Se solicita a los clientes moderar el volumen de sus reuniones o actividades.

4. Alimentación y Bebidas

- **Paquetes de Alimentación:** Los paquetes de Daypass empresarial incluyen opciones de desayuno, almuerzo y coffee break. Se pueden realizar solicitudes especiales para dietas específicas, pero deben ser comunicadas con anticipación.
- **Prohibición de Alimentos Externos:** No se permite la introducción de alimentos o bebidas del exterior sin autorización previa. El restaurante de La Costa del Sabor proporcionará todas las comidas y refrigerios durante la estancia.

5. Actividades Recreativas

- **Acceso a Actividades:** Los clientes tendrán acceso a la piscina, playa, deportes acuáticos y otros servicios recreativos. Estas actividades deben realizarse durante los tiempos designados de descanso o al finalizar la jornada laboral.
- **Política de Team Building:** Las actividades de team building deberán ser coordinadas con anticipación para asegurar la disponibilidad de espacio y personal. Estas actividades pueden estar sujetas a cargos adicionales y se ofrecen opciones personalizadas.

6. Limpieza y Mantenimiento

- **Política de Limpieza:** Se espera que los clientes mantengan el orden en las áreas de trabajo y recreación. El personal de limpieza realizará mantenimientos periódicos, pero los participantes deben colaborar manteniendo las áreas limpias.
- **Cuidado de Instalaciones:** Cualquier daño causado a las instalaciones o equipos será responsabilidad del cliente y podría generar costos adicionales para la reparación o reemplazo.

7. Política de Seguridad

- **Objetos Personales:** La Costa del Sabor no se hace responsable por la pérdida de objetos personales. Se recomienda a los clientes utilizar los lockers disponibles para guardar pertenencias de valor.
- **Protocolo de Emergencia:** En caso de emergencias, se seguirán los protocolos de seguridad establecidos. El personal está capacitado para asistir en caso de accidentes o situaciones imprevistas.

8. Política de Comportamiento

- **Conducta Profesional:** Se espera que todos los participantes del Daypass empresarial mantengan una conducta profesional y respetuosa en todo momento. Cualquier comportamiento inadecuado podría resultar en la terminación anticipada del servicio sin derecho a reembolso.
- **Confidencialidad:** Se prohíbe la toma de fotografías o grabaciones de sesiones de trabajo sin el consentimiento de todos los participantes involucrados.

9. Política de Internet y Tecnología

- **Acceso a Internet:** Los clientes del Daypass tendrán acceso a internet de alta velocidad en todas las áreas. En caso de requerir conexiones especiales o servicios adicionales, estos deberán ser solicitados con anticipación.
- **Uso de Dispositivos Electrónicos:** Se espera que los clientes utilicen los dispositivos electrónicos con responsabilidad. El uso indebido o el daño a los equipos tecnológicos será responsabilidad del cliente.

10. Política de Privacidad

- **Protección de Datos:** La Costa del Sabor asegura la privacidad de los datos de los clientes. Cualquier información compartida para la reserva y el desarrollo de las actividades será tratada con confidencialidad.
- **Privacidad en Áreas de Trabajo:** Se espera que los clientes respeten la privacidad y confidencialidad de las actividades de otras empresas que compartan el espacio.

3. CRONOGRAMA ANUAL DE TEMPORADAS ALTA-MEDIA-BAJA Y ESTRATEGIAS DE PRECIOS PARA LA COSTA DEL SABOR

Para enfrentar las temporadas de baja en el hotel y restaurante de La Costa del Sabor, se implementará un cronograma estratégico de actividades que mantenga el flujo de clientes, impulsando el interés en visitar y aprovechar los servicios en cualquier época del año. Este cronograma incluirá eventos temáticos, promociones exclusivas, y colaboraciones locales, orientados a diversificar las opciones y crear un atractivo constante en temporada baja.

MES	FECHA	TEMPORADA	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	ESTRATEGIAS DE PRECIO Y PROMOCIONES
Enero	01/01/2025-15/01/2025	Alta	Alta demanda por eventos corporativos post-fiestas	Paquetes de integración empresarial y descuento en alquiler de sala de reuniones
Enero-Febrero	De lunes a jueves	Baja	Periodo de menor actividad empresarial	Daypass empresarial con 15% descuento y promociones de beach office
Febrero	Fines de semana	Media	Encuentros informales y team building	Descuento en actividades grupales; paquete "work and relax" que incluya bebidas
Marzo	Todo el mes	Alta	Tarifa alta para todos los servicios nuevos	Tarifas premium con paquetes de catering y descuento en uso de instalaciones de un 25% si se reserva con 6 meses de anticipación, 15% si se hace con 3 meses de anticipación y 10% si se hace con un mes de anticipación

Abril - Mayo	Mes	Baja	Época baja de eventos, ideal para planificación	Promociones de descuentos de 25%,15% y 10% con seis meses, 3 meses y 1 mes de anticipación respectivamente, ofertando también alquiler 2x1 sala de reuniones pequeñas por un día completo o dos medios días por el precio de uno, tarifas por horas, entre otras.
Junio - Agosto	Mes	Media	Empresas buscan beach office para temporada alta	Paquetes Beach office con equipo audiovisual y un tiempo de comida incluido.
Septiembre	Entre semana	Baja	Demanda reducida de eventos; ideal para receso	Descuento del 30% en Beach Office
Octubre - Noviembre	Mes	Baja	Menor afluencia, ideal para coworking y team building	Ofertas 2x1 en daypass; promociones grupales para equipos pequeños
Diciembre	01/12/2025-15/12/2025	Media	Eventos de fin de año, actividades de integración	Paquetes de fiestas de fin de año con catering; descuento en salas para reuniones
Diciembre	16/12/2025-31/12/2025	Alta	Festividades, eventos empresariales de cierre	Tarifas Premium; paquetes de fin de año con bebidas y decoración incluida

Tabla 46 Cronograma Anual de Temporadas y estrategias de precios para la Costa del sabor 2025

Estrategias adicionales:

- 1. Paquetes para Work & play:** Dirigido a empresas y emprendedores que buscan una jornada de trabajo en un entorno relajado. Incluir daypass empresarial con acceso a coworking y descuento en menús ejecutivos.
- 2. Descuentos por anticipación:** Ofertas de reserva anticipada para eventos corporativos con descuento de hasta 20% en servicios y servicios de catering.
- 3. Ofertas de networking:** En temporada baja, promociones para grupos de trabajo y emprendedores locales, ofreciendo descuento en actividades de networking y espacios de coworking colaborativo.
- 4. Actividades de Team Building:** durante el año, incluir actividades como clases de yoga o spa en paquetes de integración empresarial.

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Las encuestas de satisfacción tienen como objetivo conocer la experiencia de los clientes con los servicios ofrecidos en La Costa del Sabor y son parte fundamental del proceso de cada uno de los servicios.

Diseñar encuestas de satisfacción tiene varios propósitos clave, especialmente en el contexto de La Costa del Sabor:

1. **Medir la Experiencia del Cliente:** Las encuestas permiten evaluar cómo los clientes perciben los servicios que ofrecemos, identificando aspectos que funcionan bien y áreas que requieren mejora.
2. **Recoger Retroalimentación Específica:** Ayudan a obtener comentarios detallados sobre experiencias específicas, como el uso del Beach Office, el Daypass empresarial y los eventos en el Centro de Negocios.
3. **Tomar Decisiones Informadas:** La información recolectada proporciona datos concretos que pueden guiar las decisiones estratégicas para mejorar nuestros servicios y adaptar nuestras ofertas a las necesidades de los clientes.
4. **Fidelizar Clientes:** Al demostrar que valoramos la opinión de nuestros clientes y estamos dispuestos a realizar mejoras, fomentamos la lealtad y la satisfacción, aumentando la probabilidad de que vuelvan y recomienden nuestros servicios.
5. **Identificar Oportunidades de Innovación:** Las encuestas pueden revelar nuevas ideas y oportunidades para innovar en nuestros servicios, lo que puede ayudar a diferenciar a La Costa del Sabor de la competencia.

6. Evaluar el Rendimiento del Personal: También pueden servir para evaluar la calidad del servicio al cliente proporcionado por el personal, lo que permite identificar áreas de capacitación y desarrollo.
7. Establecer un Estándar de Calidad: Proporcionan una base para medir el desempeño a lo largo del tiempo y asegurarnos de que mantenemos un estándar de calidad en todos nuestros servicios.

Por lo antes mencionado y haciendo uso de la herramienta de Google Forms se diseñaron las siguientes encuestas de satisfacción para cada uno de los servicios planteados:

a. Beach Office

Encuesta de Satisfacción Beach Office de La Costa del Sabor

Queremos conocer su opinión sobre su experiencia en Beach Office la costa del sabor. Su feedback es muy importante para nosotros y nos ayudará a mejorar nuestros servicios.

bl15004@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

1. ¿Cómo calificaría el ambiente del Beach Office?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

2. ¿El espacio de trabajo era cómodo y adecuado para sus necesidades?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

3. ¿Cómo calificaría la velocidad y estabilidad de la conexión a Internet?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

4. ¿El personal fue atento y resolvió sus necesidades adecuadamente?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

5. ¿Tuvo el nivel de privacidad y tranquilidad que esperaba?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

6. Comentarios adicionales:

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Ilustración 44 Encuesta de Satisfacción para Beach Office

b. Centro de Negocios

Encuesta de Satisfacción Centro de Negocios de La Costa del Sabor

Queremos conocer su opinión sobre su experiencia en el Centro de Negocios de La Costa del Sabor. Su feedback es muy importante para nosotros y nos ayudará a mejorar nuestros servicios.

bl15004@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

1. ¿Qué tan satisfecho estuvo con la organización previa al evento?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

2. ¿Cómo calificaría las instalaciones del Centro de Negocios (salas de reuniones, equipo audiovisual, mobiliario)?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

3. ¿El personal del Centro de Negocios fue profesional y eficiente en su atención?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

4. ¿Cómo calificarían los alimentos y bebidas proporcionados durante el evento?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

5. ¿El equipo audiovisual y las herramientas tecnológicas cumplieron con sus expectativas?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

6. ¿Recomendaría el Centro de Negocios para futuros eventos?

- Definitivamente
- Probablemente
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

7. Comentarios adicionales:

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Ilustración 45 Encuesta de Satisfacción para Centro de Negocios

c. Daypass Empresarial

Encuesta de Satisfacción Daypass Empresarial de La Costa del Sabor

Queremos conocer su opinión sobre su experiencia en el Daypass Empresarial de La Costa del Sabor. Su feedback es muy importante para nosotros y nos ayudará a mejorar nuestros servicios.

bl15004@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

1. ¿Cómo calificaría su experiencia general con el Daypass Empresarial?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

2. ¿Qué le pareció la atención y el servicio brindado durante su estadía?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

3. ¿Cómo calificaría los servicios y atención en el spa durante su Daypass Empresarial?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

4. ¿La calidad de los alimentos y bebidas ofrecidos fue satisfactoria?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

5. ¿Las áreas recreativas y de descanso cumplían con sus expectativas?

- Excelente
- Bueno
- Aceptable
- Necesita mejorar
- Deficiente

6. ¿Consideraría repetir la experiencia del Daypass Empresarial?

- Definitivamente
- Probablemente
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

7. Comentarios adicionales:

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Ilustración 46 Encuesta de Satisfacción para Daypass Empresarial

4. OTROS FORMATOS

Diseñar herramientas como el **menú ejecutivo**, la **hoja de presupuesto para eventos** y el **programa de actividades para el Daypass Empresarial** es fundamental para mejorar la oferta de servicios en **La Costa del Sabor**. Estas herramientas permiten una planificación más eficiente, estandarizan los procesos y garantizan que se cumplan las expectativas de los clientes empresariales. Además, brindan claridad tanto al equipo de trabajo como a los clientes, facilitando la personalización de servicios según las necesidades específicas. En conjunto, estas herramientas contribuyen a ofrecer una experiencia profesional, organizada y satisfactoria, lo que fortalece la imagen de **La Costa del Sabor** como un destino preferido para eventos y reuniones corporativas.

RESTAURANTE LA COSTA DEL SABOR



Programa de Actividades para el Daypass Empresarial
Ubicación: Restaurante La Costa del Sabor
Fecha:
Duración: 8:00 AM - 5:00 PM
Número de participantes:

8:00 AM - 9:00 AM:
Registro y Bienvenida

- ✓ Recepción de participantes.
- ✓ Entrega de pulseras de acceso y kits de bienvenida.
- ✓ Breve introducción sobre el uso de las instalaciones y el programa del día.

9:00 AM - 10:30 AM:
Sesión de Trabajo Remoto

- ✓ Acceso a áreas de trabajo equipadas con internet de alta velocidad.
- ✓ Uso de salas de reuniones para discusiones en grupo.

10:30 AM - 11:00 AM:
Coffee Break

- ✓ Servicio de café, té y refrigerios saludables.
- ✓ Oportunidad para networking informal.

11:00 AM - 12:30 PM:
Taller de Team Building

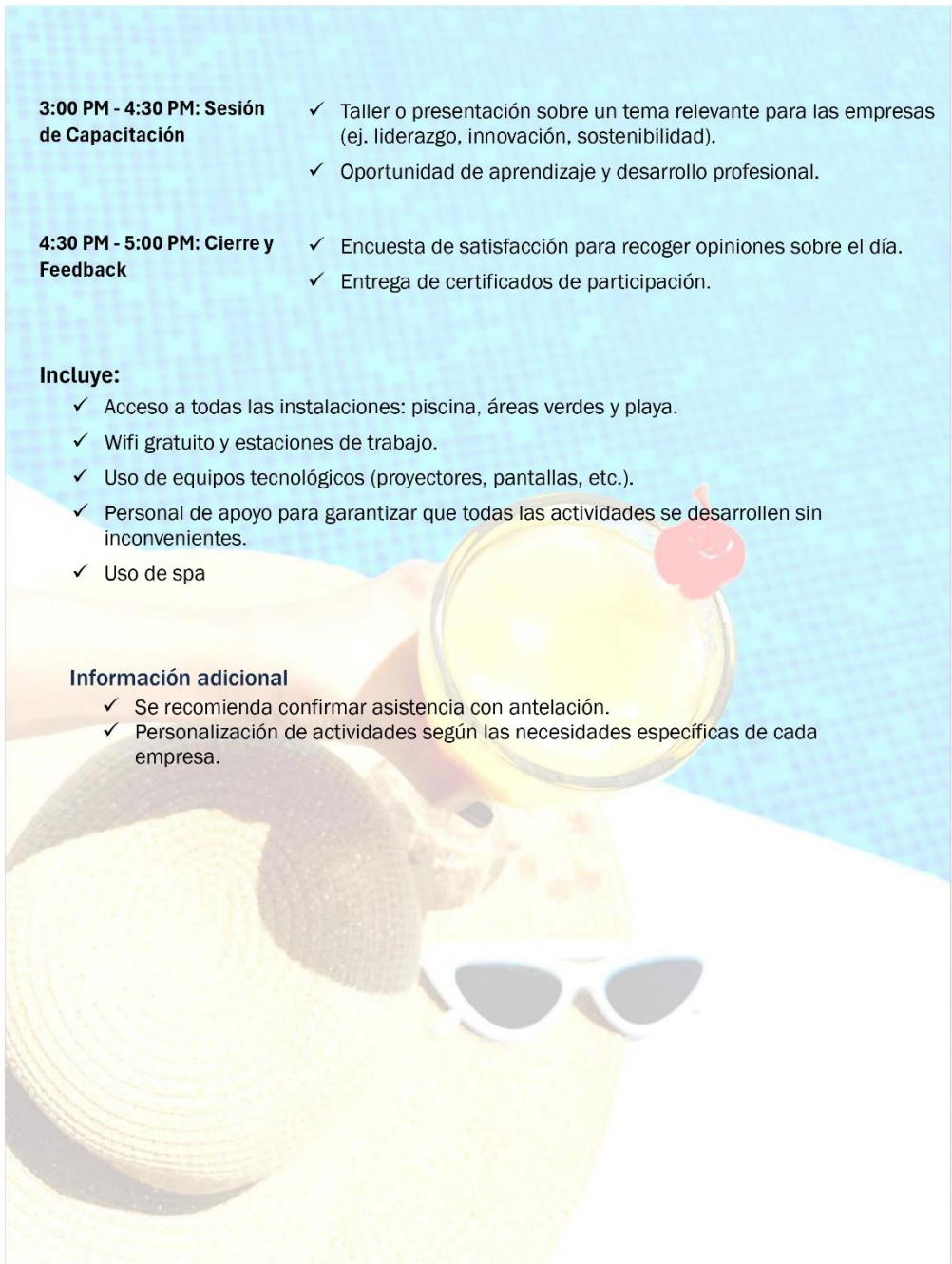
- ✓ Actividades interactivas para fomentar la colaboración y el trabajo en equipo.
- ✓ Ejemplo: Juego de resolución de problemas en grupo o actividad de confianza.

12:30 PM - 1:30 PM:
Almuerzo

- ✓ Almuerzo buffet con opciones saludables y sostenibles.
- ✓ Espacio para interacciones sociales entre los participantes.

1:30 PM - 3:00 PM:
Actividad de Bienestar

- ✓ Clase de yoga o meditación guiada en un entorno tranquilo junto a la playa.
- ✓ Opción de ejercicio al aire libre: caminata en la playa o ejercicios en grupo.



3:00 PM - 4:30 PM: Sesión de Capacitación

- ✓ Taller o presentación sobre un tema relevante para las empresas (ej. liderazgo, innovación, sostenibilidad).
- ✓ Oportunidad de aprendizaje y desarrollo profesional.

4:30 PM - 5:00 PM: Cierre y Feedback

- ✓ Encuesta de satisfacción para recoger opiniones sobre el día.
- ✓ Entrega de certificados de participación.

Incluye:

- ✓ Acceso a todas las instalaciones: piscina, áreas verdes y playa.
- ✓ Wifi gratuito y estaciones de trabajo.
- ✓ Uso de equipos tecnológicos (proyectores, pantallas, etc.).
- ✓ Personal de apoyo para garantizar que todas las actividades se desarrollen sin inconvenientes.
- ✓ Uso de spa

Información adicional

- ✓ Se recomienda confirmar asistencia con antelación.
- ✓ Personalización de actividades según las necesidades específicas de cada empresa.

Ilustración 48 Programa de actividades para Daypass Empresarial

LA COSTA DEL SABOR



Presupuesto de Evento Empresarial - Centro de Negocios

Cliente: _____

Empresa: _____

Fecha de evento: _____

Número de asistentes: _____

1. Detalles del Evento:

Tipo de Evento: _____

Duración del Evento: _____

Horario: _____

2. Espacios y Salas de Reunión:

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Alquiler de sala (horas)		\$	\$
Equipos Audiovisuales		\$	\$
Proyector		\$	\$
Servicio de internet		\$	\$

Subtotal Espacios y Salas de Reunión: \$

3. Catering

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Desayuno/Coffee break		\$	\$
Almuerzo		\$	\$
Bebidas		\$	\$
Cena		\$	\$

Subtotal Catering: \$

4. Decoración y Servicios Adicionales

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Decoración del evento		\$	\$
Servicio de animación/música		\$	\$
Personal de servicio		\$	\$

Subtotal Decoración y Servicios: \$

5. Otros Servicios

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Transporte (si aplica)		\$	\$
Materiales/Equipos adicionales		\$	\$
Programas de Bienestar/Actividades		\$	\$

Subtotal Otros Servicios: \$

6. Resumen Costos

Subtotal Espacios y salas	\$
Subtotal Catering	\$
Subtotal Decoración y Servicios	\$
Subtotal Otros Servicios	\$
Total Presupuesto:	\$

7. Observaciones: _____

Aprobado por: _____

Fecha: _____



Menú Ejecutivo



Disfruta de los platos seleccionados para su estadía Ejecutiva o Empresarial del Restaurante **La Costa del Sabor**

Pescado Jumbo

Pescado frito acompañado de ensalada fresca, arroz, tortillas fritas y refresco de temporada



Churrasco Don Milton

Carne asada acompañada con chorizo argentino, arroz, chirmol, ensalada fresca, tortillas fritas y refresco de temporada

Pollo al gusto

Pollo a la plancha acompañado con arroz, ensalada fresca, pure de papa, tortillas fritas y fresco de temporada



**Todos los break incluyen café y pan dulce*



Menú Ejecutivo



Disfruta de los platos seleccionados para su estadía Ejecutiva o Empresarial del Restaurante La Costa del Sabor

Desayuno Típico

Huevo al gusto acompañado de frijoles, plátanos fritos, crema y dos panes



Desayunos a tu elección

Torre de Pancakes acompañado de fruta y miel
Yogurt con Granola y frutas de temporada

Pupusas

*Dos pupusas del sabor de tu elección
(Queso, frijol con queso, revuelta)*



**Todos los desayunos incluyen café o jugo de naranja*

C. ESPECIFICACIONES DE RECURSOS

REQUERIMIENTOS PARA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO

1. MANO DE OBRA OPERATIVA Y DE APOYO

A continuación, se presenta a detalle el listado de vacantes a considerar por área para cada uno de los servicios que implementará La Costa del Sabor, este listado está establecido de acuerdo al personal extra que se necesitará por los nuevos servicios y en el que podremos hallar una información más desglosada en el apartado de manuales descriptores de puesto, todos estos puestos son los que servirán de soporte para el correcto uso de los servicios y una experiencia adecuada para el cliente.

Área o departamento	
Restaurante:	
Puestos	Vacantes
Jefe de restaurante	*
Cocineros	2
Lavaplatos	1
Meseros	*
Bar tender	*
Hospedaje:	
Puestos	Vacantes
Jefe de Hospedaje	*
Recepcionista	*
Limpieza de habitación	*
Lavandería	*
Encargado de spa	2
Eventos y servicios:	
Puestos	Vacantes
Jefe de eventos y servicios	1
Encargado de ventas	1
Encargado de decoración	1
Supervisor de evento	1
Camareros	2
Administración:	

Puestos	Vacantes
Jefe administrativo	*
Contador general	*
Encargado RRHH	1
Seguridad	*
Auxiliar de mantenimiento	*
Supervisor de limpieza general	*
Limpieza general	*
Total de vacantes	13

Tabla 47 Mano de obra operativa y de apoyo

Para el caso de “*” no se consideran como vacantes porque son puestos que ya se cubren de la parte del hospedaje que ofrecen como servicio de habitación. Así mismo, se consideran 2 cocineros extra porque estos serán específicamente para los menús ejecutivos de los servicios nuevos y así no desestabilizar el área de cocina que es para el restaurante; esto mismo para los lavaplatos, para no afectar el proceso de flujo del servicio de restaurante y que ambos sean eficientes de manera simultánea.

Presupuesto de Salarios para vacantes


Puestos	Área o departamento	Cantidad	Salario	Subtotal
Cocineros	Restaurante:	2	\$365.00	\$730.00
Lavaplatos	Restaurante:	1	\$365.00	\$365.00
Encargado de spa	Hospedaje	2	\$600.00	\$1,200.00
Jefe de eventos y servicios	Eventos y servicios	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Encargado de ventas	Eventos y servicios	1	\$500.00	\$500.00
Encargado de decoración	Eventos y servicios	1	\$365.00	\$365.00
Supervisor de evento	Eventos y servicios	1	\$500.00	\$500.00
Camateros	Eventos y servicios	2	\$365.00	\$730.00
Encargado RRHH	Administración	1	\$600.00	\$600.00
Presupuesto para vacantes				\$5,990.00

Tabla 48 Presupuesto de salarios para vacantes

2. MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRESTACION DE SERVICIOS

Mobiliario y equipo

Imagen	Nombre	Especificación	Cantidad	Precio	Precio total
	Wifi	Internet corporativo de fibra óptica ultrarrápida	2	\$35	\$70.00
	Proyector	proyector PowerLite E20. Con la avanzada tecnología 3LCD, este proyector ultrabrillante de 3.400-lúmenes ofrece imágenes vibrantes y muy reales con el mejor Brillo de Color y una resolución nativa XGA.	2	\$475	\$950.00
	Pantallas	Alimentación: 120 V~ 60 Hz 500 W máx. Dimensiones pantalla: 2 000 x 1 500 mm	2	\$150	\$300.00

		Distancia máxima de control remoto: 60 m			
	Monitores	Monitor HP M24fw - LED monitor - 24 (23.8 viewable) - 1920 x 1080 Full HD (1080p) @ 75 Hz - IPS - 300 cd/m - 1000:1 - 5 ms - HDMI, VGA - ceramic white, silver (stand)	3	\$285.00	\$855.00
	Impresora	Multifuncional epon 13250 (wifi) velocidad de impresion: 10 ipm negro, 5 ipm color. resolucion: 5760x1440 tanque de tinta integrado	4	\$224	\$896.00
	Sistema de audio	Proporciona audio digital sin comprimir de 24 bits/48kHz	1	\$2,294.14	\$2,294.14
	Microfono inalambrico	Ideal para conferencias, eventos escolares o karaoke	2	\$41.99	\$83.98



Alcance de hasta 30 m,
 Recepción unidireccional
 Sin interferencia entre los
 micrófonos y otros equipos.
 Transmisor (micrófonos):
 Alimentación: 3 V--- (2 x
 AA c/u)
 Respuesta en frecuencia: 60
 Hz a 13 kHz



Lampara de
 escritorio

Lámpara de escritorio
 blanca 1 luz 23565.
 Su diseño elegante dará un
 toque sofisticado a su
 espacio, cuenta con luz
 atenuable de 4000 a 6500 k,
 permitiéndole personalizar
 la iluminación según la tarea
 que desea realizar

6

\$19.90

\$119.40

Mesas

3

\$150

\$450.00

					
	Sillas	<p>Ergonómica elaborada en espuma 2" alto densidad, con 50% de liberación de aire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de regulación de altura a gas • Respaldo y cabecera en malla, cabecera ajustable • Soporte lumbar fijo • Mecanismo reclinable y altura ajustable 	11	\$120	\$1,320.00
	Archivero	<p>Imacenamiento: 2 gavetas</p> <p>Tamano: oficina Llave:</p> <p>Si Rodos: No Atributos:</p> <p>estructura de metal con</p> <p>Medidas: 46x62x72cms</p>	3	\$189	\$567.00

	<p>Armario</p>	<p>Dimensiones del producto: 200x160x50cm aglomerado recubierto en melamina con 4 puertas, 2 gavetas y gabinete con espejo con manijas metálicas cromadas</p>	<p>6</p>	<p>\$329.00</p>	<p>\$1,974.00</p>
	<p>Basureo</p>	<p>Basurero plástico capacidad interna 2.5 litros elaborado en plástico resistente perfecto para uso en interior o exterior ideal para todo tipo de espacio oficina, hogar, baño</p>	<p>10</p>	<p>\$3.95</p>	<p>\$39.50</p>
	<p>Grapadora</p>	<p>Grapadora Stanley Bostitch Tira Completa B660 Negra</p>	<p>8</p>	<p>\$10.43</p>	<p>\$83.44</p>
	<p>Mesa para conferencia</p>	<p>Mesa de Reunion – Conferencia – Para 6 a 8 Personas – Catania CNT 106 – 2.00 Ancho x 1.00 Profundidad x 0.75 Altura - Zapelly</p>	<p>1</p>	<p>\$212</p>	<p>\$212.00</p>

	<p>Calentador de toallas para spa</p>	<p>Capacity: 23L Working Temperature: 149-158°F Voltage: 110V Frequency: 50~60Hz Product Dimension: 17.8inchx13.8inchx11.9inch</p>	<p>1</p>	<p>\$88.88</p>	<p>\$88.88</p>
	<p>Camillas de masaje</p>	<p>Mesa de masaje portátil, 29 libras, peso ligero, 2 secciones, plegable, para tatuaje, cuidado facial, spa, cama de pestañas, altura ajustable, marco de madera resistente con bolsa de transporte</p>	<p>3</p>	<p>\$90</p>	<p>\$270.00</p>

Tabla 49Mobiliario y equipo de apoyo

Insumos consumibles

Imagen	Nombre	Especificación	Cantidad	Precio	Precio total
	Papel	Resma de papel bond T/Carta de 500 hojas	2	\$4.85	9.70
	Tinta para impresora	Botella de Tinta EPSON T544	8	\$13.05	\$104.4
	Grapas	Grapa Standard 26/6 5000 Stanley Bostitch	8	\$1.89	\$15.12
	Clips	Clips de papel para carpeta, clip pequeño, 144 unidades por paquete	2	\$9.00	\$18.00

	<p>Bolígrafos</p>	<p>Caja de bolígrafo bic</p> <p>Rinde más escritura</p> <p>Tapa ventiladora</p> <p>El bolígrafo ícono de BIC, más de 60 años en el mercado</p> <p>Punto 1.0 mm</p> <p>Cuerpo Hexagonal</p>	<p>3</p>	<p>\$2.99</p>	<p>\$8.97</p>
	<p>Folder</p>	<p>Marca: office depot</p> <p>Modelo: 8074</p> <p>mpn: 8074</p>	<p>50</p>	<p>\$0.35</p>	<p>\$17,50</p>
	<p>Plumones</p>	<p>Plumón artline 509 pizarra bisel</p>	<p>10</p>	<p>\$1.50</p>	<p>\$15.00</p>
	<p>Tollas</p>	<p>El material absorbe y elimina rápidamente el exceso de humedad, se mantienen suaves después de múltiples ciclos de lavado y secado. Perfectas para la limpieza facial, el tiempo de ducha, spa o el maquillaje.</p>	<p>50</p>	<p>\$5.86</p>	<p>\$293.00</p>

	<p>Batas para Spa</p>	<p>Set de 4 unidades, bata de spa con cierre ajustable, parte superior elástica</p>	<p>3</p>	<p>\$39.99</p>	<p>\$119.97</p>
	<p>Par de zapatillas</p>	<p>Zapatillas de Spa de 6 Pares para Hombres y Mujeres Fleece Zapatillas Desechables No Deslizables Bulk Pack para Huéspedes, Viajes, Casa, Interior, Dormitorio, Spa, Hogar Sin Zapatos, Hotel, Zapatillas de Novia de Boda, Lavable y Reutilizable</p>	<p>3 set</p>	<p>\$25.00</p>	<p>\$75.00</p>
	<p>Vela aromática</p>	<p>CANDLE-LITE Vela perfumada de 3 mechas de caoba y coco isla, 10 onzas, color marrón</p>	<p>3</p>	<p>\$10.00</p>	<p>\$30.00</p>
	<p>Aceites para masajes</p>	<p>Aceite de masaje muscular puro de árnica para el cuerpo, el mejor aceite de terapia natural con aceites</p>	<p>10</p>	<p>\$14.49</p>	<p>\$144.90</p>


		<p>esenciales de lavanda y manzanilla, calentador, relajante, para masajear las articulaciones y músculos</p>			
---	--	---	--	--	--

Tabla 50 Insumos consumibles

Consumo de insumos anual

Nombre	Cantidad	Precio	Precio	Consumo anual	Precio anual
Papel	2	\$4.85	9.70	6	\$ 58.20
Tinta para impresora	8	\$13.05	\$104.4	15	\$ 417.60
Grapas	8	\$1.89	\$15.12	8	\$ 45.36
Clips	2	\$9.00	\$18.00	2	\$ 36.00
Bolígrafos	3	\$2.99	\$8.97	9	\$ 80.73
Folder	50	\$0.35	\$17,50	100	\$ 52.50
Plumones	10	\$1.50	\$15.00	25	\$ 375.00
Tollas	50	\$5.86	\$293.00	3	\$ 879.00
Batas para Spa	3	\$39.99	\$119.97	9	\$ 959.76

Par de zapatillas	3 set	\$25.00	\$75.00	4	\$ 300.00
Vela aromática	3	\$10.00	\$30.00	5	\$ 150.00
Aceites para masajes	10	\$14.49	\$144.90	3	\$ 434.70
Total, anual					\$3,788.85

Tabla 51 Calculo de insumos anual

3. ESPECIFICACIONES DE OBRA CIVIL

ESTIMACIONES DE COSTOS

ESTIMACION DE COSTOS EDIFICIO CENTRO DE NEGOCIOS			
No.	DESCRIPCIÓN	PARTIDAS	TOTAL
1.0	INSTALACIONES PROVISIONALES		\$ 4,901.17
1.1	Instalaciones Provisionales Generales	\$ 4,901.17	
2.0	TERRACERIA		\$ 1,637.77
2.1	Terraceria General + Compactación	\$ 1,637.77	
3.0	OBRA GRIS		\$ 12,198.67
3.1	Fundaciones (zapatas, soleras y pedestales y losa)	\$ 2,897.57	
3.2	Columnas	\$ 975.10	
3.3	Vigas de Acero	\$ 8,326.00	
5.0	PAREDES		\$ 14,181.25
5.1	Pared de bloque de concreto	\$ 11,236.00	
5.2	Pared de tabla roca para interiores + mano de obra	\$ 2,945.25	
6.0	CUBIERTA		\$ 31,432.23
6.1	Estructura de techo	\$ 16,895.37	
6.2	Cubierta	\$ 14,536.86	
7.0	ACABADOS		\$ 28,700.71
7.1	Pisos	\$ 7,762.50	
7.2	Cielo Falso	\$ 14,436.61	
7.3	Baldosas	\$ 253.00	
7.4	Puertas y ventanas	\$ 6,248.60	
8.0	INSTALACIONES ELECTRICAS		\$ 7,327.85
8.1	Instalacion Electrica + luminarias	\$ 7,327.85	
9.0	INSTALACIONES HIDRAULICAS		\$ 2,054.82
9.1	Instalaciones de Aguas Negras	\$ 651.28	
9.2	Instalaciones de Agua Potable + ducha, inodoro y lavamanos	\$ 932.31	
9.3	Instalaciones de Aguas Lluvias	\$ 471.23	
			\$ 102,434.47

Tabla 52 Estimación de costos edificio centro de negocios

ESTIMACION DE COSTOS OFFICE BEACH			
No.	DESCRIPCIÓN	PARTIDAS	TOTAL
1.0	MOBILIARIO		\$ 943.35
1.1	Escritorio	\$ 289.00	
1.2	Silla	\$ 186.00	
1.3	Armario	\$ 468.35	
			\$ 943.35

Tabla 53 Estimación de costos beach office

ESTIMACION DE COSTOS EDIFICIO DE SPA			
No.	DESCRIPCIÓN	PARTIDAS	TOTAL
1.0	PAREDES + FUNDACIONES		\$ 6,155.01
1.1	Pared de bloque de concreto + fundaciones	\$ 5,289.69	
1.2	Pared de tabla roca para interiores + mano de obra	\$ 865.32	
2.0	ACABADOS		\$ 6,015.65
2.1	Acabado general paredes de bloque repello + pintura + baldosa	\$ 3,698.65	
2.2	Cielo falso	\$ 2,317.00	
3.0	MOBILIARIO		\$ 5,678.90
3.1	Mobiliario General	\$ 5,678.90	
4.0	VENTANERIA Y PUERTAS		\$ 4,424.77
4.1	Ventanas	\$ 2,365.00	
4.2	Puertas Abatibles de madera y corredizas	\$ 562.00	
4.3	Puertas corredizas y abatibles de vidrio y perf. De pvc	\$ 1,497.77	
TOTAL			\$ 22,274.33

Tabla 54 Estimación de costos edificio de spa

III. TAMAÑO DEL PROYECTO

Cálculo del Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto de los nuevos servicios propuestos en La Costa del Sabor, es necesario tener en cuenta diversos factores clave, tales como la demanda proyectada de los servicios, los costos estimados, los ingresos esperados y otros indicadores financieros.

A continuación, se presenta un enfoque general para calcular el tamaño del proyecto:

1. Demanda Proyectada de los Servicios

Esta demanda está basada en el estudio de mercado, encuestas o análisis de tendencias:

Servicio	Eventos Año 1	Eventos Año 2	Eventos Año 3	Eventos Año 4	Eventos Año 5
Beach Office	12	13	13	14	15
Catering de eventos	9	9	10	10	11
Daypass	10	11	11	12	12
Salón de eventos con equipos tecnológicos	11	12	12	13	13
Actividades de team building y recreativas	7	7	8	8	9
Programas de bienestar y spa para empleados	4	4	4	5	5
Alojamiento para conferencias	5	5	6	6	6

Tabla 55 Demanda proyectada

Para complementar la propuesta de la demanda para los servicios seleccionados se adicionará la demanda de los servicios relacionados:

Demanda total de Beach Office = Beach office + alojamiento para conferencias

Demanda total de Centro de Negocios = Salón de eventos con equipos tecnológicos + catering de eventos

Demanda total Daypass Empresarial = Daypass + Actividades de team building y recreativas
+ programas de bienestar y spa para empleados

Servicio	Eventos Año 1	Eventos Año 2	Eventos Año 3	Eventos Año 4	Eventos Año 5
Beach Office	17	18	19	20	21
Centro de Negocios	20	21	22	23	24
Daypass Empresarial	21	22	23	25	26

Tabla 56 Demanda de los servicios principales

2. Costos Estimados

Es necesario calcular los costos asociados con la implementación de los nuevos servicios.

Estos costos incluyen, entre otros:

- ✓ **Costos de infraestructura:** Renovaciones, adquisición de mobiliario, tecnología, etc.
- ✓ **Costos operativos:** Sueldos del personal, insumos, mantenimiento y otros gastos relacionados con la operación diaria. Gastos en publicidad y estrategias de marketing para dar a conocer los nuevos servicios de carácter fijo.

Costos de Infraestructura

Estimaciones	Costo
Estimaciones de costos de centro de negocios	\$102,434.47
Estimaciones de beach office	\$943.35
Estimaciones de Spa	\$22,274.33
Total de estimaciones	\$125,652.15

Tabla 57 Costos de infraestructura

Costos operativos

Puestos	Área o departamento	Cantidad	Salario	Subtotal
Cocineros	Restaurante:	2	\$365.00	\$730.00
Lavaplatos	Restaurante:	1	\$365.00	\$365.00
Encargado de spa	Hospedaje	2	\$600.00	\$1,200.00
Jefe de eventos y servicios	Eventos y servicios	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Encargado de ventas	Eventos y servicios	1	\$500.00	\$500.00
Encargado de decoración	Eventos y servicios	1	\$365.00	\$365.00
Supervisor de evento	Eventos y servicios	1	\$500.00	\$500.00
Camareros	Eventos y servicios	2	\$365.00	\$730.00
Encargado RRHH	Administración	1	\$600.00	\$600.00
Presupuesto para vacantes mensual				\$5,990.00
Presupuesto para vacantes anual				\$71,880.00

Tabla 58 Costos operativos

Costos operativos y administrativos

Nombre de la empresa	Costo
	\$159.00 / mes
Descripción de servicio	Plan de servicio mensual con datos estándar ilimitados, IP pública, prioridad de red, soporte de prioridad más 1TB de velocidad
	\$300.00 / mes

Descripción de servicio	Administración de Facebook/Instagram, publicaciones, promociones, alcance y comunicación
Costo operativo mensual total	\$459.00
COSTO OPERATIVO ANUAL	\$5,508.00

Tabla 59 Costos administrativos

Insumos operativos

Nombre	Cantidad	Precio	Precio	Consumo anual	Precio anual
Papel	2	\$4.85	9.70	6	\$ 58.20
Tinta para impresora	8	\$13.05	\$104.4	15	\$ 417.60
Grapas	8	\$1.89	\$15.12	8	\$ 45.36
Clips	2	\$9.00	\$18.00	2	\$ 36.00
Bolígrafos	3	\$2.99	\$8.97	9	\$ 80.73
Folder	50	\$0.35	\$17,50	100	\$ 52.50
Plumones	10	\$1.50	\$15.00	25	\$ 375.00
Tollas	50	\$5.86	\$293.00	3	\$ 879.00
Batas para Spa	3	\$39.99	\$119.97	9	\$ 959.76
Par de zapatillas	3 set	\$25.00	\$75.00	4	\$ 300.00
Vela aromática	3	\$10.00	\$30.00	5	\$ 150.00
Aceites para masajes	10	\$14.49	\$144.90	3	\$ 434.70
Total, anual					\$3,788.85

Tabla 60 Insumos operativos

Resumen

Costos operativos	Costo
Sueldos de personal	\$71,880.00
Marketing y publicidad	\$5,508.00
Insumos	\$3,788.85
Obra civil	\$125,652.15
Total	\$ 206,829

Tabla 61 Resumen de costos

3. Ingresos Esperados

El siguiente paso es estimar los ingresos que se espera obtener de los servicios nuevos. Para ello, es necesario:

✓ **Establecer un precio por servicio:**

1. Beach Office: \$150 por persona
2. Centro de Negocios: Desde \$500 hasta \$2,500
3. Daypass Empresarial: \$50 por persona

✓ **Estimar el número de clientes proyectados basado en la demanda:**

Servicio	Eventos Año 1	Capacidad mínima de personas	Capacidad máxima de personas
Beach Office	17	1	10
Centro de Negocios	20	10	75
Daypass Empresarial	21	10	50

Tabla 62 Clientes estimados para el año 1

La fórmula básica sería multiplicar el precio de cada servicio por el número de clientes proyectados.

Servicio	Eventos Año 1	Precio	Cantidad de personas Pesimista	Pesimista	Cantidad de personas Optimista	Optimista
Beach Office	17	\$150.00	17	\$2,550.00	170	\$25,500.00
Centro de Negocios	20	\$500.00	200	\$10,000.00	1,500	\$50,000.00
Daypass Empresarial	21	\$50.00	210	\$10,500.00	1,050	\$52,500.00
TOTAL				\$23,050.00		\$128,000.00

Tabla 63 Calculo de ingresos esperados

4. Tamaño del Proyecto

Finalmente, el tamaño del proyecto puede calcularse como la diferencia entre los ingresos esperados y los costos estimados. Esta fórmula básica permite determinar si el proyecto es rentable o si requiere ajustes.

Escenario Optimista

$$\text{Tamaño del proyecto} = \text{Ingresos Esperados} - \text{Costos Estimados}$$

$$\text{Tamaño del proyecto} = \$128,000.00 - \$206,829.00$$

$$\text{Tamaño del proyecto} = -(78,829.00)$$

Escenario Pesimista

$$\text{Tamaño del proyecto} = \text{Ingresos Esperados} - \text{Costos Estimados}$$

$$\text{Tamaño del proyecto} = \$23,050.00 - \$206,829$$

$$\text{Tamaño del proyecto} = -(183,779.00)$$

El cálculo del tamaño del proyecto es esencial para determinar su viabilidad financiera. Este análisis proporciona una visión clara sobre la relación entre los ingresos proyectados y los costos asociados, permitiendo tomar decisiones informadas.

Tamaño del proyecto para el año 2:

1. Demanda Proyectada:

Servicio	Eventos Año 2
Beach Office	18
Centro de Negocios	21
Daypass Empresarial	22

Tabla 64 Demanda proyectada para el año 2

2. Precios por Servicio (mantenemos los mismos):

4. Beach Office: \$150 por persona
5. Centro de Negocios: Desde \$500 hasta \$2,500
6. Daypass Empresarial: \$50 por persona

3. Ingresos Esperados:

Para obtener los ingresos esperados, multiplicamos la demanda proyectada por el precio del servicio.

Servicio	Año 2	Precio	Cantidad de personas Pesimista	Pesimista	Cantidad de personas Optimista	Optimista
Beach Office	18	\$150.00	18	\$2,700.00	180	\$27,000.00
Centro de Negocios	21	\$500.00	210	\$10,500.00	1,575	\$52,500.00
Daypass Empresarial	22	\$50.00	220	\$11,000.00	1,100	\$55,000.00
TOTAL				\$24,200.00		\$134,500.00

Tabla 65 Calculo de ingresos esperados año2

4. Costos Operativos Año 2:

- ✓ **Sueldos de personal:** \$71,880
- ✓ **Marketing y publicidad:** \$5,508
- ✓ **Insumos:** \$3,788.85

Si aplicamos un factor de ajuste que refleje el crecimiento de la inflación en un aumento del 4%¹¹ basado en proyecciones actuales la inflación en los costos operativos por insumos y marketing y publicidad serán:

Costos operativos	Costo	Inflación	Costo total
Marketing y publicidad	\$5,508	4%	\$5,728.32
Insumos	\$3,788.85	4%	\$3,940.40
Total			\$9,669.01

Tabla 66 Costos operativos año2

Total, Costos Operativos Año 2: \$71,880.00 + \$5,728.32+ \$3,940.40= \$81,549.01

5. Cálculo del Tamaño del Proyecto Año 2:

Escenario Optimista

Tamaño del proyecto = Ingresos Esperados – Costos Estimados

Tamaño del proyecto = \$134,500.00 – \$81,549.01

Tamaño del proyecto = 52,950.99

Escenario Pesimista

Tamaño del proyecto = Ingresos Esperados – Costos Estimados

Tamaño del proyecto = \$24,200.00 – \$81,549.01

Tamaño del proyecto = -(57,349.01)

Resultados:

- ✓ **Escenario Optimista Año 2:** El proyecto tendría una ganancia de \$52,950.99.
- ✓ **Escenario Pesimista Año 2:** El proyecto tendría una pérdida de \$57,349.01.

¹¹ (Fondo Monetario Internacional, 2024)

Esto muestra que, si la demanda crece según lo proyectado en el escenario optimista, el proyecto sería rentable en el segundo año. Sin embargo, si la demanda es baja (escenario pesimista), aún podría haber pérdidas considerables.

IV. DISTRIBUCION EN PLANTA

Carta de actividades relacionadas

Esta técnica sirve para explicar cómo está distribuido el trabajo y las relaciones que existen dentro del grupo, respecto del mismo. La tabla de relaciones nos muestra las actividades y sus relaciones mutuas. Además, evalúa la importancia de la proximidad entre las actividades, apoyándose sobre una codificación apropiada. Esta tabla constituye uno de los instrumentos más prácticos y más eficaces para preparar una distribución. La tabla permite integrar los servicios anexos y los servicios productivos y operacionales, y, además, permite prever la disposición de los servicios y de las oficinas en los que apenas haya recorrido de los productos.

A través de esta técnica se analizan los puestos que integrar, por departamento o sección, para lograr una división de funciones y mejorar la estructura de los grupos de trabajo.

Sirve para analizar labores relacionadas de cinco, hasta quince, personas.

Ventajas:

- ✓ Define la naturaleza del trabajo y de los departamentos a los que corresponden.
- ✓ Elimina la duplicidad e ineficiencia en el trabajo.
- ✓ Normaliza y estandariza procedimientos.

- ✓ Distribuye adecuadamente las cargas de trabajo de los distintos puestos.
- ✓ Delimita funciones, evitando fugas de responsabilidad.

Se realizará una carta de actividades de relaciones para observar la importancia de cercanía que debe haber entre los departamentos. Para ello será necesario definir la importancia de cercanía y bajo qué criterios se debe relacionar un departamento con otro.

Se define los valores de relación.

Definición de valores de relación

IMPORTANCIA DE CERCANIA		
Código	Motivo	Nº de líneas
A	Absolutamente necesario	4
E	Especialmente necesario	3
I	Importante	2
O	Ordinario	1
U	Sin importancia	0
X	No recomendable	----

Tabla 67 Importancia de cercanía

Dónde:

- ✓ El código “A”, debe restringirse al movimiento de cantidades masivas de material entre los puestos, o una gran cantidad de personas.
- ✓ El código “E”, denota que se mueve mucho material o personas, pero no todos lo hacen al mismo tiempo.
- ✓ Los códigos “I” y “O” se usan si se desea algún nivel de importancia.
- ✓ El código U, es útil porque informa que no se necesita actividad o interfaz entre los puestos.

- ✓ El código “X” es opuesto al código “A”, no existe ninguna relación entre los puestos.

Motivos de cercanía de los departamentos

RAZONES DE CERCANIA	
Código	Motivo
1	Por flujo de proceso
2	Acceso de materia prima
3	Por conveniencia
4	Seguridad y salud ocupacional
5	Comparten espacio

Tabla 68 Razón de cercanía

Áreas del hotel

N°	AREAS	ÁREA (m ²)
1	Área de alojamiento	273.8
2	Área de cocina	139.5
3	Área de Spa	62.3
4	Beach office	82.1
5	Salones	156.9
6	Piscina de agua dulce	32
7	Piscina de agua salada	55

Tabla 69 Áreas del hotel

Diagrama de actividades relacionadas

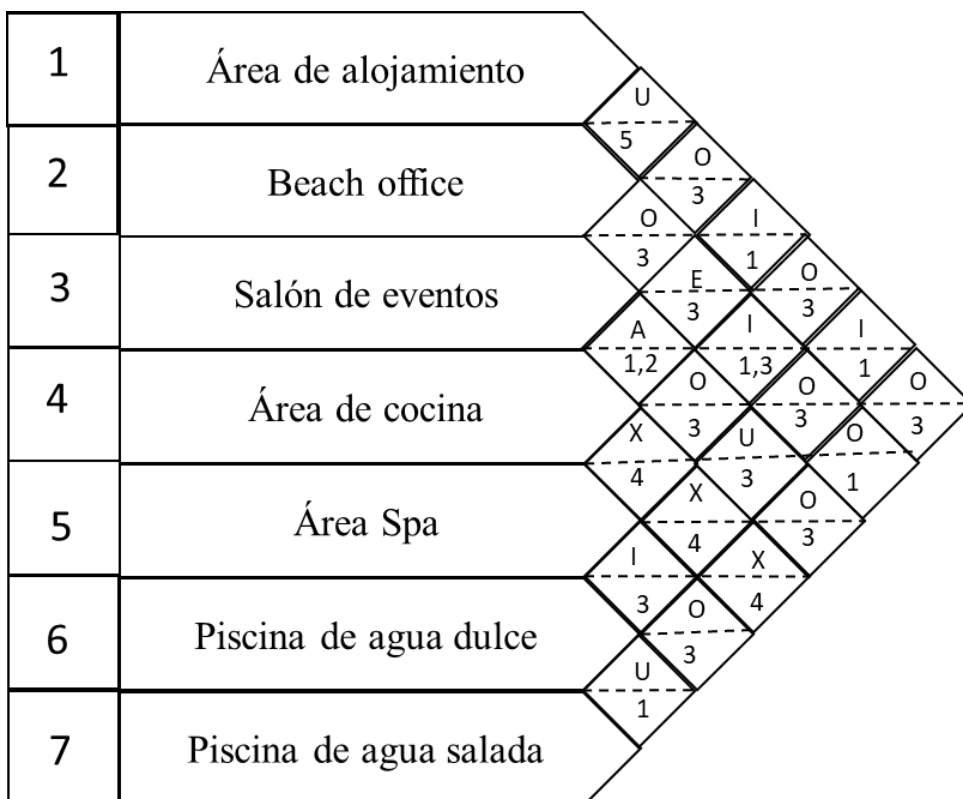


Ilustración 53 Diagrama de relaciones

Diagrama de relación de bloques

Número	Áreas	Área (m ²)	Bloques (15m ²)	Relación A-E	Importancia
1	Área de alojamiento	273.8	18.02	1	273.8
2	Área de cocina	139.5	9.3	3	418.5
3	Área de spa	62.3	4.2	2	124.6
4	Beach Office	82.1	5.5	3	246.3
5	Salones	156.9	10.5	2	313.88
6	Piscina de agua dulce	32	2.1	2	64
7	Piscina de agua salada	55	3.7	-	-
TOTAL		801.6	53.32		

Tabla 70 Distribución de bloques

Las especificaciones de las áreas de las diferentes zonas del Hotel La Costa del Sabor, se representan a continuación, asimismo el número de relaciones que deben de existir entre cada zona.

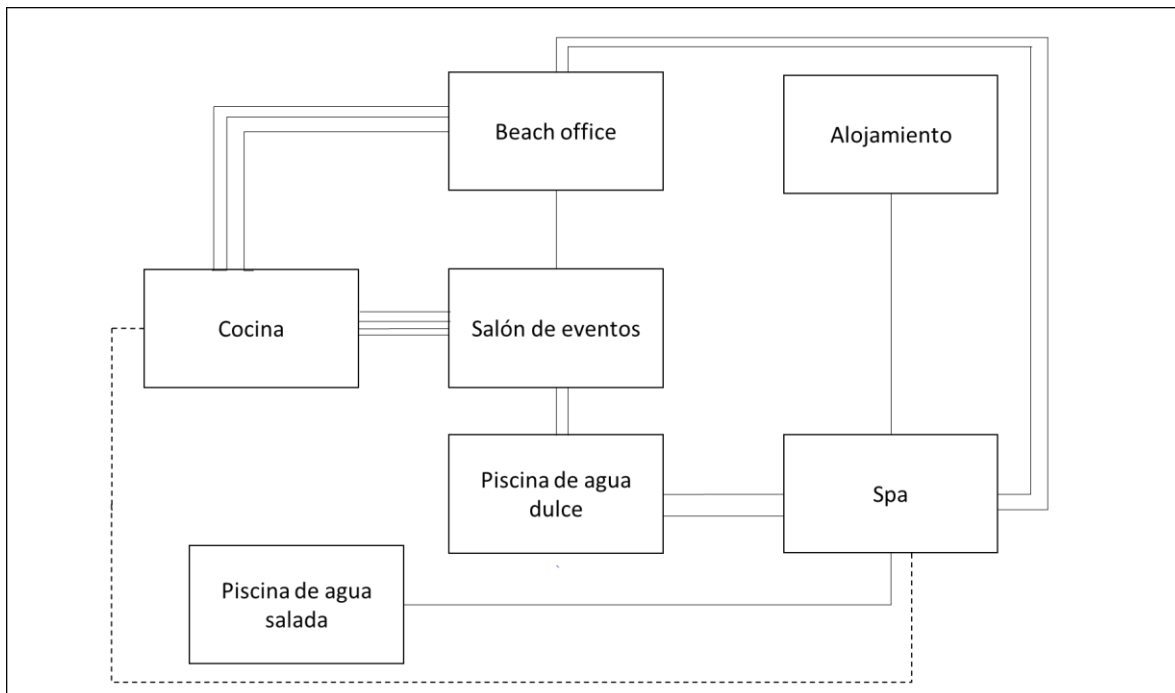


Ilustración 54 Diagrama de bloques

LAYOUT

Area de Beach office, Salones y Spa

Número	Color	Áreas
1	Amarelo	Área de alojamiento
2	Grigio	Área de cocina
3	Azul oscuro	Área de spa
4	Verde claro	Beach Office
5	Rosa	Salones
6	Púrpura	Piscina de agua dulce
7	Azul gris	Piscina de agua salada

4				1			
				5			
	2						3
	7				6		

Ilustración 55 Layout

Plano de distribución de planta

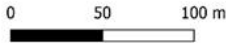
PLANO DE ÁREAS



Áreas

- Carretera 
- Areas
- Area de Alojamiento 
- Area de cocina 
- Area de spa 
- Area Total 
- Office Beach 
- Piscina de agua dulce 
- Piscina de agua salada 
- Salones 

id	Nombre	Ubicacion
1	Carretera Del Litoral	Tamanique, La Libertad



V. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

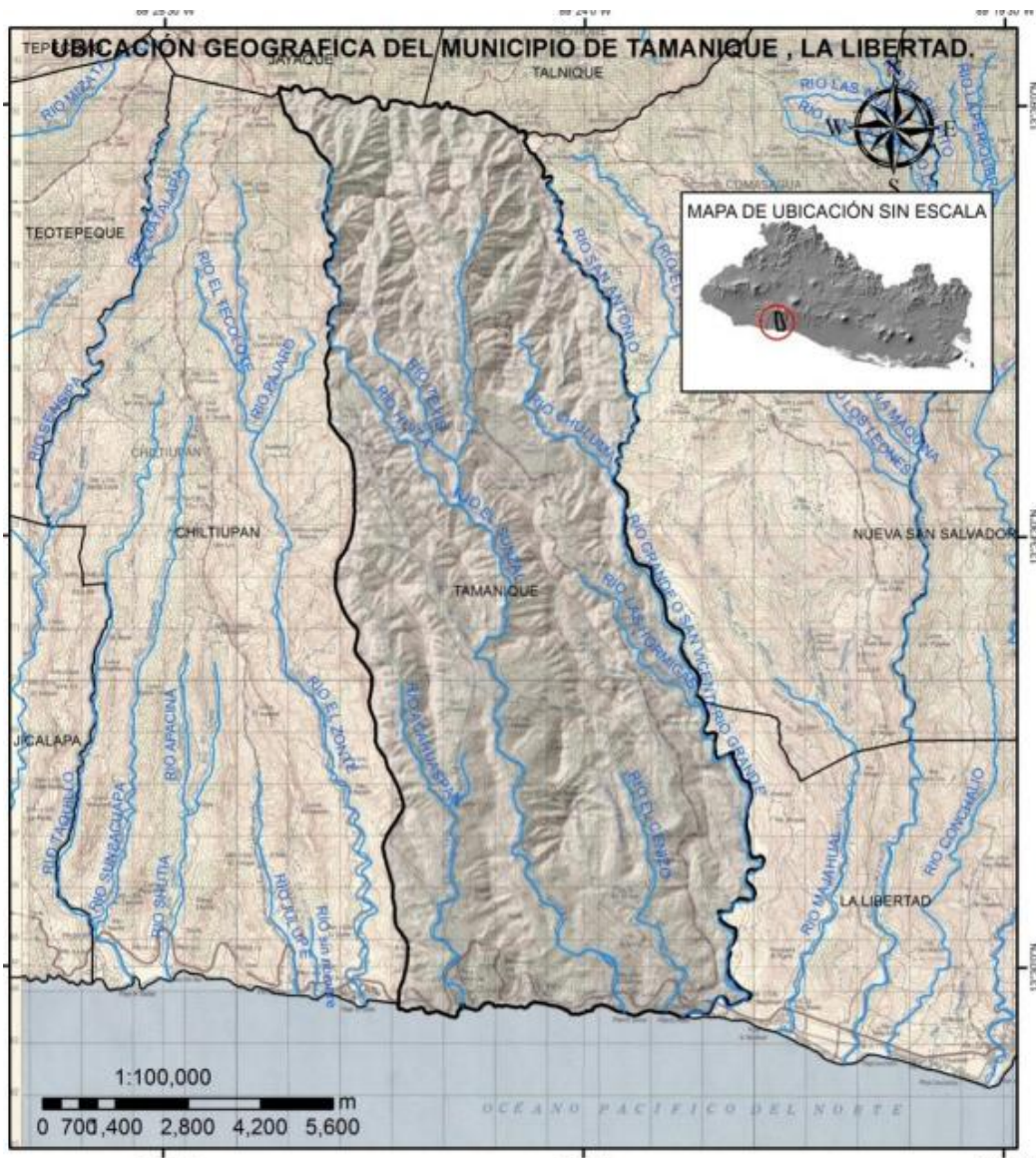


Ilustración 56 Macro localización de la costa del sabor

FACTORES A CONSIDERAR EN LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La ubicación actual de La Costa del Sabor es de fácil acceso para su mercado objetivo, lo que hace que siga siendo una opción viable para el funcionamiento óptimo del restaurante y

del hotel. Además, el espacio físico disponible es suficiente para las adecuaciones que se planean con la implementación de los nuevos servicios.

Por lo tanto, no es necesario realizar cálculos ni análisis para determinar nuevas localizaciones, ya que el sitio actual satisface las necesidades de la empresa y permite su expansión sin necesidad de traslado.

Existen varios factores que impactan la localización del proyecto, que pueden ser sociales, económicos y ambientales. A continuación, se presentan los factores tomados en cuenta:

MACRO LOCALIZACIÓN:

1. **Acceso y conectividad:** El Sunzal es una playa reconocida que atrae a turistas tanto nacionales como internacionales. Además, su proximidad a la capital y a otras zonas turísticas populares facilita el acceso para clientes corporativos y visitantes.
2. **Atracción turística:** El Sunzal es un destino conocido por su excelente surf y belleza natural. Esto no solo atrae a turistas, sino también a empresas que buscan un entorno único para eventos corporativos y retiros.
3. **Crecimiento del sector turístico:** La región ha experimentado un crecimiento en infraestructura turística, con nuevas carreteras y servicios, lo que lo convierte en un lugar estratégico para desarrollar un hotel y restaurante enfocado en el turismo y el sector empresarial.
4. **Clima y entorno natural:** La ubicación costera ofrece un clima agradable y un entorno relajante, ideal para el concepto de beach office y eventos corporativos que combinen trabajo con bienestar.

MICRO LOCALIZACIÓN:

- 1. Proximidad a la playa:** La cercanía directa a la playa El Sunzal es clave, ya que permite ofrecer experiencias únicas como oficinas frente al mar y actividades acuáticas para clientes corporativos.
- 2. Acceso directo a recursos turísticos:** Además de la playa, el lugar se encuentra cerca de otros atractivos turísticos, como parques naturales y zonas de surf, lo que añade valor al ofrecer un paquete integral a los visitantes.
- 3. Privacidad y exclusividad:** La ubicación específica dentro de El Sunzal puede ofrecer la privacidad necesaria para eventos corporativos exclusivos y retiros empresariales, diferenciándose de otros destinos más concurridos.
- 4. Infraestructura existente:** Si hay instalaciones o servicios ya desarrollados en la zona (como caminos pavimentados, conexiones eléctricas, agua potable), esto puede fortalecer la justificación de la ubicación, mostrando que es un lugar bien preparado para el desarrollo del proyecto.

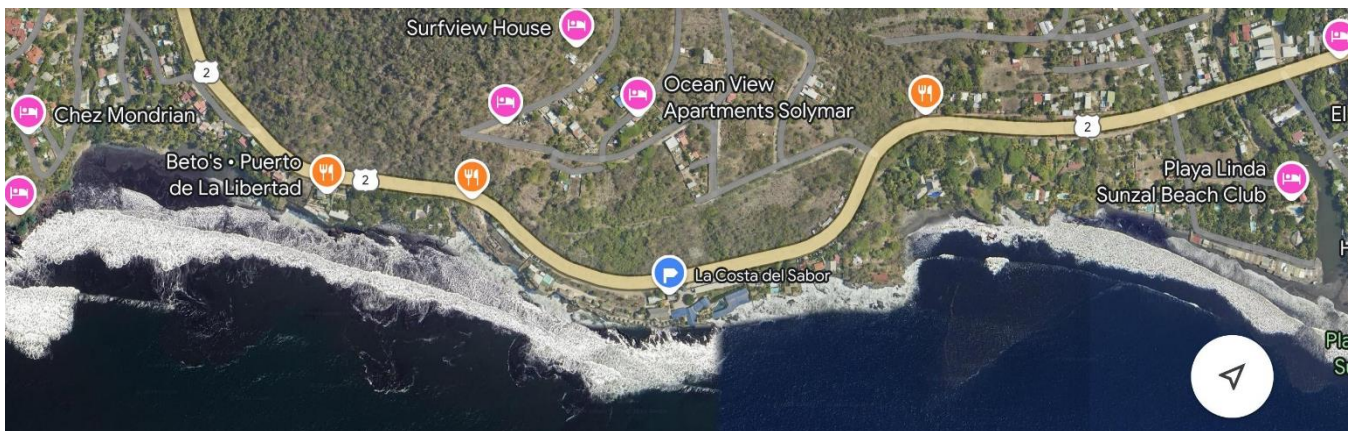


Ilustración 57 Microlocalización de La Costa del Sabor

Evaluación de la Ubicación de “La Costa del Sabor”

El presente análisis tiene como objetivo validar la ubicación actual de 'La Costa del Sabor' utilizando el método de factores ponderados. Este método permite evaluar de manera estructurada y objetiva qué tan bien satisface la ubicación las necesidades del proyecto.

Método de factores ponderados

El método de factores ponderados consiste en identificar factores clave que son críticos para el éxito del proyecto, asignarles un peso según su importancia, evaluar la ubicación actual en cada factor y calcular una puntuación ponderada que permita obtener una visión clara de la viabilidad de la ubicación.

1. Identificación de factores: Primero, se identifican los factores clave que son críticos para el éxito del proyecto.
 - ✓ Acceso y conectividad
 - ✓ Atracción turística
 - ✓ Crecimiento del sector turístico
 - ✓ Clima y entorno natural
 - ✓ Proximidad a la playa
 - ✓ Privacidad y exclusividad
 - ✓ Infraestructura existente

2. Peso de cada factor: Cada factor se pondera según su importancia. Esto significa que los aspectos más críticos tienen un mayor peso

Esta tabla muestra los factores clave y su peso en una escala del 1 al 10, donde los factores más importantes tienen pesos más altos.

Factores	Peso (Del 1 al 10)	Justificación
Acceso y conectividad	9	Fundamental para atraer clientes y facilitar la logística.
Atracción turística	8	La ubicación debe aprovechar la popularidad de la playa para atraer visitantes.
Crecimiento del sector turístico	7	Importante para asegurar el desarrollo y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.
Clima y entorno natural	6	Atractivo para el concepto de beach office y eventos.
Proximidad a la playa	10	Esencial para el concepto de beach office y para atraer clientes interesados en actividades acuáticas.
Privacidad y exclusividad	7	Importante para eventos corporativos y retiros exclusivos.
Infraestructura existente	6	Reduce costos adicionales y facilita operaciones.

Tabla 71 Factores claves para Micro localización

3. Evaluación de ubicación actual de La Costa del Sabor: La ubicación se evalúa en cada factor de forma individual y se otorgan puntuaciones basadas en su desempeño

Puntuando la ubicación actual de "La Costa del Sabor" en cada uno de los factores, utilizando una escala (del 1 al 5, donde 1 es pobre y 5 es excelente).

Factor	Peso	Puntuación (1-5)	Justificación
Acceso y conectividad	9	5	Excelente accesibilidad desde la capital y otras zonas turísticas.
Atracción turística	8	5	El Sunzal es un destino muy popular que atrae a turistas locales e internacionales.
Crecimiento del sector turístico	7	4	Buen desarrollo en infraestructura y servicios turísticos.

Clima y entorno natural	6	5	Clima ideal y entorno natural que favorece actividades al aire libre.
Proximidad a la playa	10	5	Ubicación muy cercana a la playa, clave para beach office y eventos.
Privacidad y exclusividad	7	4	La ubicación ofrece buen nivel de privacidad para eventos exclusivos.
Infraestructura existente	6	5	Infraestructura adecuada que permite el desarrollo sin grandes inversiones adicionales.

Tabla 72 Puntuación de factores claves

4. Cálculo de la puntuación

Multiplicando la puntuación de cada factor por su peso y sumar las puntuaciones totales para obtener un resultado final. Este resultado nos dará una idea clara de cuán bien la ubicación actual cumple o no con los criterios cualitativos definidos.

Factores	Peso (Del 1 al 10)	Puntuación (1-5)	Puntuación ponderada
Acceso y conectividad	9	5	45
Atracción turística	8	5	40
Crecimiento del sector turístico	7	4	28
Clima y entorno natural	6	5	30
Proximidad a la playa	10	5	50
Privacidad y exclusividad	7	4	28
Infraestructura existente	6	5	30
Total			251

Tabla 73 Resultado final de puntuación

5. Interpretación del Resultado de la Puntuación Ponderada

La siguiente tabla que interpreta las puntuaciones y cómo se clasifican según el rango, para ayudar a evaluar la viabilidad de la ubicación actual:

Rango de puntuación	Interpretación
200 - 300 (Alta)	La ubicación actual cumple con la mayoría de los factores importantes y es adecuada para el proyecto.
100 - 199 (Media)	La ubicación tiene algunas fortalezas, pero también aspectos que deben mejorarse o factores críticos que no están siendo cubiertos. Puede requerir ajustes o considerar otras ubicaciones.
0 - 99 (Baja)	La ubicación no es adecuada para el proyecto según los factores considerados. Sería necesario buscar una ubicación alternativa.

Tabla 74 Rango de puntuación ponderada

La evaluación mediante el método de factores ponderados indica que la ubicación actual de 'La Costa del Sabor' es muy adecuada. El resultado de 251 puntos demuestra que la localización en El Sunzal cumple con los criterios clave, especialmente en términos de accesibilidad, atracción turística, proximidad a la playa, y más. Por lo tanto, se recomienda mantener esta ubicación para el desarrollo y expansión del proyecto.

VI. DISEÑO ORGANIZACIONAL

A. DEFINICIONES ESTRATEGICAS

Evaluación de la Misión actual de La Costa del Sabor

✓ MISIÓN

Ofrecer una experiencia gastronómica única que combine los sabores tradicionales salvadoreños, en un ambiente acogedor y familiar, brindando un servicio único con ingredientes frescos y de alta calidad para satisfacer a nuestros clientes y superar sus expectativas.

Componente	Cumplimiento
Clientes	Si
Servicio	Si
Mercados	No
Tecnología	No
Rentabilidad	No
Filosofía	Si
Concepto de sí misma	Si
Imagen publica	No
Empleados	No

Tabla 75 Evaluación de misión actual

Componentes de la misión

- ✓ **Clientes.** ¿Quiénes son los clientes o beneficiarios de esta empresa?
- ✓ **Servicios.** ¿Cuáles son los servicios más importantes de esta empresa?
- ✓ **Mercados.** ¿En dónde compite la empresa geográficamente?
- ✓ **Tecnología.** ¿Está la empresa actualizada tecnológicamente?
- ✓ **Rendimiento y rentabilidad.** ¿La empresa está comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?

- ✓ **Filosofía.** ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y las prioridades éticas de la empresa?
- ✓ **Imagen Pública.** ¿La empresa debe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?
- ✓ **Preocupación por los empleados.** ¿Los empleados son valiosos para la empresa?

En la siguiente tabla se presenta a manera de un cuadro resumen todos los componentes que debe de tener una misión elaborada correctamente.

No.	COMPONENTES	INTERROGANTE	RESPUESTA
1	Clientes	¿Quiénes son los clientes o beneficiarios de esta empresa?	Clientes en general.
2	Servicios	¿Cuáles son los servicios más importantes de esta empresa?	Experiencia gastronómica, ambiente acogedor y familiar, atención al cliente, uso de ingredientes frescos y de alta calidad
3	Mercados	¿En dónde compite la empresa geográficamente?	A nivel nacional específicamente en la playa el Sunzal, La Libertad
4	Tecnología	¿Está la empresa actualizada tecnológicamente?	Se encuentra en proceso la provisión de internet de alta velocidad, equipos tecnológicos y mobiliario ergonómico.
5	Rendimiento y rentabilidad	¿La empresa está comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?	La empresa se compromete al crecimiento a través del cumplimiento de las exigencias de los clientes implementando acciones más concretas en cuanto a la optimización de recursos.
6	Filosofía	¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y las prioridades éticas de la empresa?	Se compromete con la calidad, satisfacción del cliente, el respeto, la tradición y el compromiso con la mejora continua, reflejando valores sólidos y aspiraciones hacia el crecimiento y la excelencia.

7	Imagen Publica	¿La empresa debe responder a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?	Alta calidad y reputación, logrando una mayor lealtad por parte de los clientes y una imagen más solida.
8	Preocupación por los empleados	¿Los empleados son valores para la empresa?	Se preocupan en crear un ambiente de trabajo saludable y justo, donde se respete el bienestar de los empleados, fortaleciendo la capacidad para ofrecer un servicio de calidad y construir una cultura organizacional sólida.

Tabla 76 Elaboración de misión propuesta

Al evaluar la misión actual es fácil la determinación de los componentes de la empresa que están involucrados en la misión actual, los componentes que posee la empresa pero que no han sido incluidos. Con esto se procede a integrar todos los componentes de manera que se incluyan todos los que tiene la organización, los que no posee, y los que no han sido desarrollados. Enfocándolos de manera real y consistente cumpliendo con los requisitos de una misión.

✓ MISIÓN

Ofrecer una experiencia gastronómica excepcional que combine la rica tradición salvadoreña con un enfoque sostenible, creando un ambiente acogedor y familiar, donde la comunidad se sienta valorada y conectada con un servicio personalizado y un equipo de empleados apasionados, buscando superar las expectativas de nuestros clientes y contribuir al bienestar social y económico de nuestra comunidad.

Evaluación de la Visión actual de La Costa del Sabor

✓ VISIÓN

Ser reconocidos como el restaurante líder en el país por nuestros platillos y servicio al cliente, convirtiéndonos en un destino gastronómico de referencia tanto para locales como para visitantes, manteniendo siempre nuestro compromiso con la calidad y la autenticidad.

Componente	Cumplimiento
Es factible alcanzarla	Si
La visión motiva e inspira	Si
Es compartida	No
Es clara y sencilla, de fácil comunicación	Si

Tabla 77 Componentes para cumplimiento

Análisis de los componentes en la visión actual

Para poder verificar si la visión que posee actualmente es la adecuada para la organización, se deben de dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es lo que realmente queremos?	Consolidarse como una empresa líder en el mercado gastronómico de El Salvador.
2. ¿A que nos gustaría llegar en el futuro?	Liderazgo en la gastronomía y servicio al cliente.
3. ¿En qué lugar del mercado nos visualizamos en el futuro?	Nivel nacional.
4. ¿Cuál es el sueño de la organización?	Ampliar el mercado.

Tabla 78 Análisis de los componentes en la visión actual

Elaboración de visión propuesta

En la siguiente tabla se presenta a manera de un cuadro resumen todos los componentes que debe de tener una visión elaborada correctamente.

No.	INTERROGANTE	RESPUESTA
1	¿Qué es lo que realmente queremos?	Ser una empresa competitiva donde exista atracción tanto de locales como turistas

2	¿A “que” nos gustaría llegar en el futuro?	Ser reconocidos como el restaurante líder en el país, destacando por sus platillos auténticos
3	¿En qué lugar del mercado nos visualizamos en el futuro?	Mercado extranjero.
4	¿Cuál es el sueño de la organización?	Mantener la calidad y durabilidad de los productos y servicios

Redacción de visión propuesta

Se procede a integrar todas las respuestas obtenidas de las preguntas de manera que se incluyan dentro de la nueva visión, la cual quedara formulada de la siguiente manera:

VISIÓN.

Ser reconocidos como el destino gastronómico líder en El Salvador, destacando por nuestra calidad, autenticidad y excelente servicio, atrayendo tanto a locales como a visitantes.

VALORES

Según la visión y misión establecidas, también es aconsejable incorporar algunos valores a la empresa para mejorar la atención hacia el mercado:

- ✓ Calidad
- ✓ Autenticidad
- ✓ Compromiso con el cliente
- ✓ Innovación
- ✓ Sostenibilidad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Hospitalidad

Calidad: Garantizando siempre la mejor calidad en nuestros platillos, servicio y experiencia general, superando las expectativas de nuestros clientes.

Autenticidad: Manteniendo la esencia y originalidad en cada aspecto de nuestro restaurante, desde la comida hasta la atención al cliente.

Compromiso con el cliente: Escuchar y priorizar las necesidades de nuestros clientes, brindando un servicio excepcional que los haga sentir valorados.

Innovación: Adaptarnos constantemente a las nuevas tendencias gastronómicas y de servicio, mejorando y ofreciendo experiencias únicas.


Sostenibilidad: Promover prácticas responsables y sostenibles, respetando el entorno y la comunidad local.

Trabajo en equipo: Fomentando un ambiente colaborativo donde todos los miembros del equipo contribuyan al éxito y crecimiento de la empresa.

Hospitalidad: Hacer sentir a cada cliente como en casa, con una atención personalizada y acogedora.

B. PROPUESTA DE MANUALES DE ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVOS BASICOS

Para la buena organización es indispensable documentar el funcionamiento de las áreas organizativas definiendo y estandarizando la comunicación jerárquica, funciones, descriptores de puestos, procesos y procedimientos a seguir para la propuesta de diseño del proyecto:

MANUALES DE ORGANIZACIÓN PARA LA COSTA DEL SABOR

ELABORADO POR: BONILLA LÓPEZ, HUBERT ABNER CASTELLANOS PEÑA, GABRIELA MELISSA GÓMEZ SORTO, GEILY KARINA
CONTENIDO

1. **MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**
2. **MANUAL DESCRIPTOR DE PUESTOS**
3. **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

1. **MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES**

LA COSTA DEL SABOR	Código:	MNL-ORF-0001
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 1 de 28	
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES		
 <p style="text-align: center;">RESTAURANTE LA COSTA DEL SABOR</p>		
<i>Jefe de Recursos Humanos</i>	<i>Jefe Administrativo</i>	<i>Gerencia General</i>
Elaboró	Visto Bueno	Aprobó

Manual de Organización y Funciones	Código:	MNL-ORF-0001
	Revisión:	01

	Fecha de emisión:	01/08/2024
Página 2 de 28		
CONTENIDO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. INTRODUCCIÓN 2. OBJETIVOS 3. ÁMBITO DE APLICACIÓN 4. ESTRUCTURA ORGÁNICA 5. ORGANIGRAMA 6. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES 7. GLOSARIO DE TÉRMINOS 		
INTRODUCCIÓN		
<p>Este manual tiene la finalidad de contar con un documento que muestre como se conforma la organización del proyecto. Se definen las áreas organizativas que lo integran, así como las líneas de autoridad y dependencia.</p> <p>Es de gran importancia contar con información del centro de trabajo para que los que en ella trabajen conozcan con precisión y exactitud cuáles son sus funciones que deben desempeñar como colaboradores, así como a quien están subordinados. Por lo tanto, este manual servirá como una guía para el desarrollo de las actividades que comprende la propuesta de diseño para la costa del sabor.</p> <p>Este manual únicamente servirá durante la propuesta de diseño, luego debe ser sustituido por el Manual de Organización y Funciones definitivo para la Costa del Sabor.</p>		
OBJETIVOS		

Objetivo General:

Servir como un instrumento administrativo de apoyo que defina y establezca la estructura organizativa, así como las líneas de autoridad y responsabilidad que permita una funcionalidad del proyecto en proceso de diseño.

Objetivos Específicos:

- ✓ Definir la estructura orgánica formal y real para La Costa del Sabor que establezca los niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, requeridos para el funcionamiento organizacional.
- ✓ Definir, describir y ubicar los objetivos y funciones de cada puesto y áreas administrativas con el fin de evitar sobrecargas de trabajo, duplicidad, y establecer responsabilidades.
- ✓ Establecer la planificación estratégica general de La Costa del Sabor.
- ✓ Facilitar el control interno verificando el cumplimiento de las rutinas de trabajo y demás actividades propias del servicio.
- ✓ Ser un guía para la ejecución y desarrollo de las actividades para el personal responsable pertinente del servicio.

Manual de Organización y Funciones	Código:	MNL-ORF-0001
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 3 de 28	
AMBITO DE APLICACIÓN		

El Manual Organización de la propuesta de diseño para La Costa del Sabor, incluye todas las áreas organizativas constituyentes.

Brinda al usuario, ya sea personal interno o instituciones externas, un mecanismo de consulta continua para su evolución desde el punto de vista estructural de este servicio.

ESTRUCTURA ORGANICA CON ÁREAS FUNCIONALES

A. GERENCIA GENERAL

1.1.0. RESTAURANTE

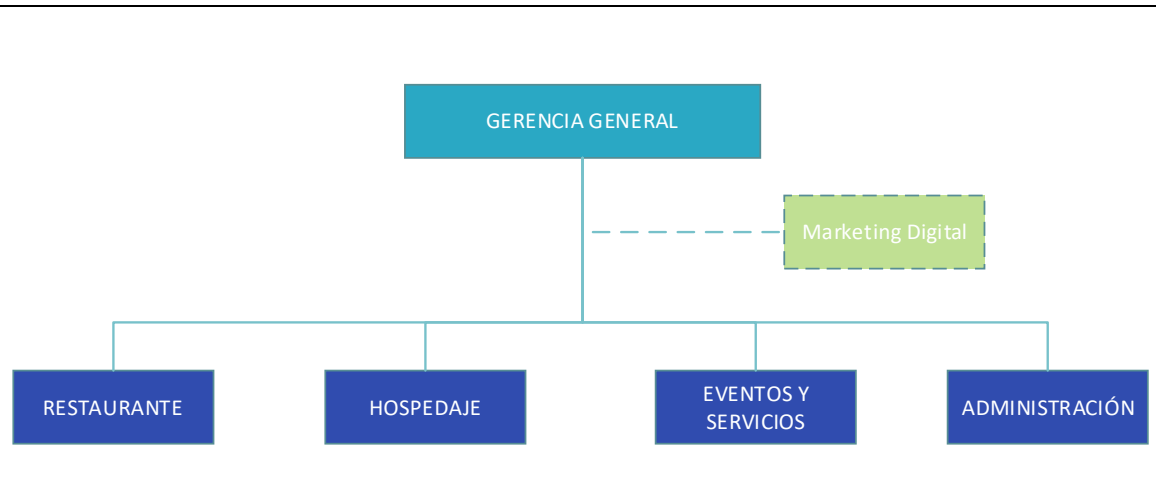
1.1.1. HOSPEDAJE

1.1.2. EVENTOS Y SERVICIOS

1.1.3. ADMINISTRACIÓN

1.1.4. MARKETING DIGITAL

ORGANIGRAMA



Manual de Organización y Funciones	Código:	MNL-ORF-0001
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 3 de 28	

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

GERENCIA GENERAL: Es el nivel más alto de la estructura organizativa y se encarga de la dirección y supervisión global del hotel y restaurante. Su función principal es establecer las estrategias y objetivos generales del negocio, supervisar el desempeño de todas las áreas funcionales, tomar decisiones clave, y garantizar que todas las áreas trabajen en armonía para ofrecer una experiencia óptima al cliente. También maneja las relaciones con proveedores, socios comerciales y otras partes interesadas.

RESTAURANTE: Se encarga de la operación y gestión del servicio de alimentos y bebidas. Incluye la planificación del menú, la gestión de la cocina y el personal de servicio, la atención al cliente y la garantía de calidad en la presentación y preparación de los alimentos. Esta área debe asegurar una experiencia culinaria satisfactoria, manejar inventarios de insumos y mantener un ambiente agradable para los clientes.

HOSPEDAJE: Se enfoca en la gestión de las habitaciones y servicios relacionados con el alojamiento. Incluye la recepción y atención al huésped, la asignación de habitaciones, administración de Daypass, Beach Office, Spa y limpieza de las instalaciones. También se ocupa de la gestión de reservas, el check-in y el check-out, y la atención a cualquier necesidad especial de los huéspedes. La calidad del servicio en esta área es crucial para garantizar una estancia cómoda y agradable.

EVENTOS Y SERVICIOS: Se encarga de la planificación y coordinación de eventos especiales y servicios adicionales que el hotel y restaurante pueden ofrecer. Esto incluye la organización de banquetes, conferencias, bodas, reuniones, entre otros. Se ocupa de todos los aspectos logísticos y operativos relacionados con los eventos, como el catering, la disposición de espacios, el equipamiento necesario, y la coordinación con otras áreas para asegurar que todo se ejecute según lo planeado.

ADMINISTRACIÓN: Maneja todos los aspectos administrativos y financieros del hotel y restaurante. Incluye la contabilidad, la gestión de presupuestos, la nómina de empleados, la administración de contratos y proveedores, servicios generales, mantenimiento y el cumplimiento de regulaciones y normativas. Esta área es responsable de la planificación financiera, el análisis de costos y la implementación de políticas para asegurar la rentabilidad y la eficiencia operativa del negocio.

MARKETING DIGITAL: Gestionar a través de un equipo técnico subcontratado, responsable de administrar las redes sociales y desarrollar estrategias de marketing digital orientadas a aumentar el alcance y la captación de clientes potenciales.

GLOSARIO DE TERMINOS

ESTRATEGIA: Plan general para alcanzar los objetivos del hotel y restaurante.

SUPERVISIÓN: Control y monitoreo de todas las operaciones.

DECISIONES: Elección de cursos de acción importantes.

RELACIONES: Interacción con proveedores y socios.

MENÚ: Lista de alimentos y bebidas disponibles.

COCINA: Área de preparación de alimentos.

SERVICIO: Atención a los clientes en el restaurante.

INVENTARIO: Registro de insumos y suministros.

RECEPCIÓN: Área que recibe y registra a los huéspedes.

RESERVAS: Proceso de asegurar habitaciones para los huéspedes.

CHECK-IN/CHECK-OUT: Procedimientos de entrada y salida de los huéspedes.

LIMPIEZA: Mantenimiento y aseo de las habitaciones.

EVENTOS: Actividades especiales como bodas y conferencias.

LOGÍSTICA: Organización de todos los aspectos del evento.

CATERING: Servicio de alimentos y bebidas para eventos.

COORDINACIÓN: Gestión de detalles y comunicación entre departamentos.

CONTABILIDAD: Registro y análisis de transacciones financieras.

PRESUPUESTOS: Planificación de ingresos y gastos.

NÓMINA: Pago de salarios a los empleados.

REGULACIONES: Cumplimiento de leyes y normativas.

2. MANUAL DESCRIPTOR DE PUESTOS

LA COSTA DEL SABOR	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 4 de 28	
MANUAL DESCRIPTOR DE PUESTOS		
 <p style="text-align: center;">RESTAURANTE LA COSTA DEL SABOR</p>		
<i>Jefe de Recursos Humanos</i>	<i>Jefe Administrativo</i>	<i>Gerencia General</i>
Elaboró	Visto Bueno	Aprobó

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 5 de 28	

INTRODUCCIÓN

El Manual Descriptor de Puestos es de gran importancia, debido a que por medio de él se pueden conocer todos los diferentes puestos que conforman cada una de las unidades parte de la organización para la ejecución de los servicios, así como la dependencia de cada puesto, la cantidad de puestos, la descripción específica de sus labores o funciones y los requisitos que se deben de cumplir para poder ocuparlo. Para este manual, se presenta la estructura de conformación desde los objetivos, su respectivo ámbito de aplicación instrucciones de su uso y recomendaciones. Luego se presenta la estructura de los puestos de la unidad que ejecuta los servicios y la descripción de las actividades de cada uno de los puestos que la conforman.

Este manual únicamente servirá durante la propuesta de diseño de los servicios, luego debe ser sustituido por el Manual de Descriptor de Puestos definitivo para La Costa del Sabor en funcionamiento.

OBJETIVO

Objetivo General: Proporcionar a las diversas áreas de la empresa los manuales técnicos de organización que respalden su operación, para cada uno de los involucrados en la propuesta de diseño de los servicios.

Objetivos Específicos:

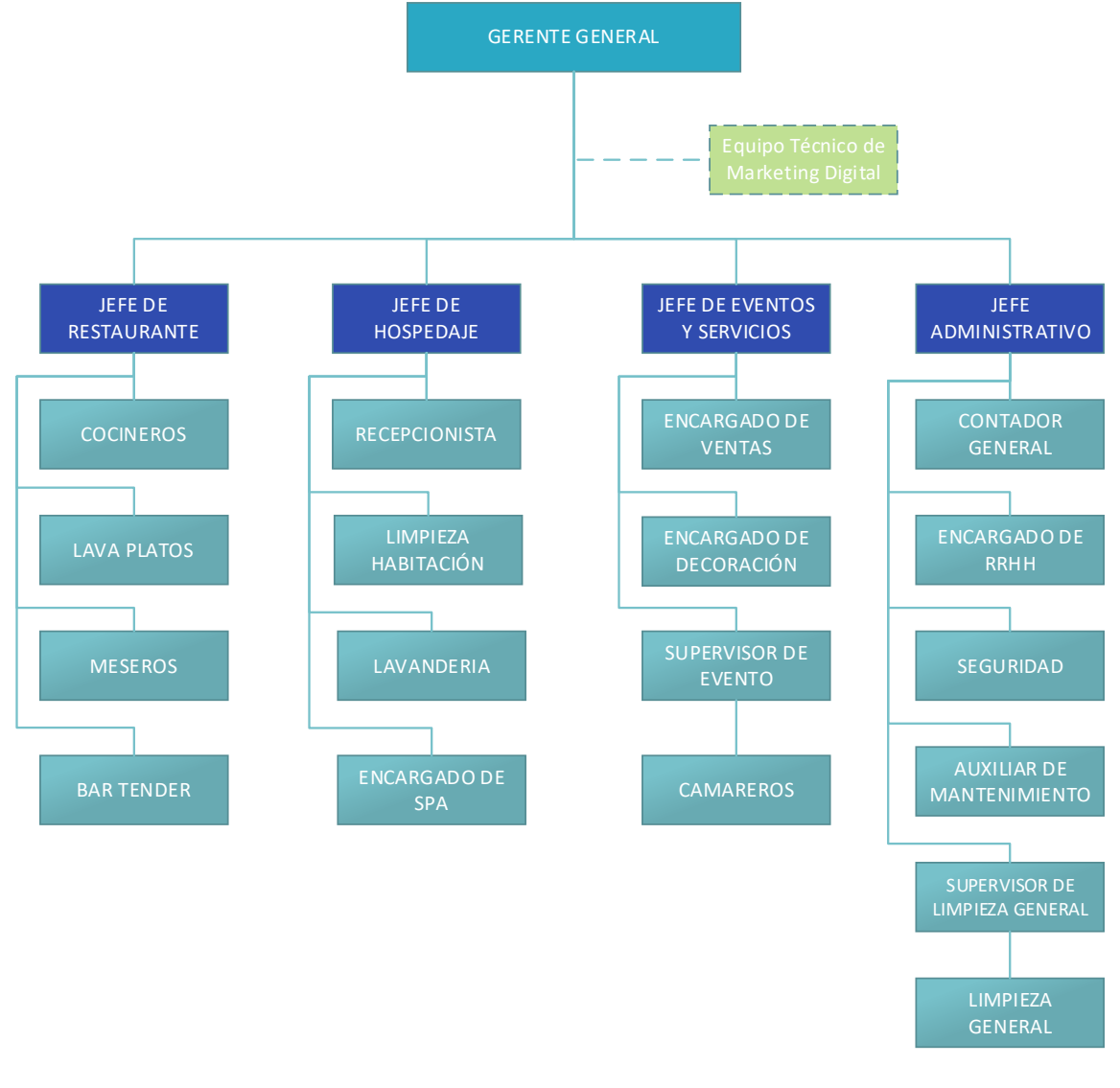
- ✓ Detallar cada una de las actividades según el puesto de trabajo.
- ✓ Definir la denominación y número de cargos que conformarán la estructura.
- ✓ Asignar a cada cargo las funciones que le corresponden.
- ✓ Establecer las políticas, métodos y procedimientos.
- ✓ Establecer las relaciones jerárquicas entre los diferentes cargos.
- ✓ Verificar la correcta ejecución de las actividades por parte del personal.

AMBITO DE APLICACIÓN

- ✓ El manual comprende las diferentes áreas organizativas que conforman los servicios.
- ✓ El manual podrá ser consultado por todo el personal y por aquellas personas e instituciones externas que cuentan con la autorización.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 6 de 28	

ORGANIGRAMA INTERNO DE ÁREAS



GERENTE GENERAL

Jefe inmediato	Subordinados
-----------------------	---------------------

N/A	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de Restaurante • Jefe de Hospedaje • Jefe de Eventos y Servicios • Jefe Administración • Equipo Técnico de Marketing
FUNCIÓN GENERAL	
<p>Dirigir, coordinar y supervisar todas las operaciones de La Costa del Sabor, asegurando la calidad en los servicios de restaurante, hospedaje, y eventos. Su objetivo principal es maximizar la rentabilidad y garantizar la satisfacción del cliente mediante una gestión eficiente y estratégica.</p>	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar y ejecutar planes estratégicos para alcanzar los objetivos financieros y operativos del negocio. 2. Evaluar el mercado y la competencia para identificar oportunidades de crecimiento e innovación en los servicios ofrecidos. 3. Supervisar las operaciones diarias de todas las áreas, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia. 4. Coordinar con los jefes de cada área (restaurante, hospedaje, eventos) para garantizar una operación fluida y efectiva. 5. Elaborar y gestionar el presupuesto anual, controlando los costos y optimizando los recursos financieros. 6. Revisar y analizar informes financieros para asegurar la rentabilidad del negocio. 	

7. Contratar, formar y supervisar al equipo de jefes de área, promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo y motivador.
8. Evaluar el desempeño del personal y desarrollar estrategias para mejorar la productividad y satisfacción laboral.
9. Mantener y fortalecer las relaciones con los clientes clave, proveedores, y socios comerciales para asegurar la satisfacción y la continuidad del negocio.
10. Coordinar eventos sociales en área de restaurante.
11. Implementar estrategias de fidelización y mejorar la experiencia del cliente.
12. Asegurar que todas las operaciones cumplan con las leyes locales, regulaciones sanitarias, y estándares de sostenibilidad.
13. Supervisar la implementación de prácticas eco-sostenibles en todas las áreas de operación.
14. Promover la innovación en los servicios, buscando constantemente mejorar la oferta y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.
15. Implementar un sistema de mejora continua que permita optimizar los procesos y la calidad del servicio.

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título universitario en Administración de Empresas, Gestión Hotelera, Turismo, o carreras afines. ✓ Conocimiento profundo en áreas clave como finanzas, marketing, 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicación efectiva ✓ Honesto y transparente ✓ Responsable con orientación a resultados

<p>gestión de recursos humanos, y normativas de sostenibilidad.</p> <p>✓ Experiencia previa en la implementación de prácticas de sostenibilidad y mejora continua.</p> <p>✓ Habilidades demostrables en la toma de decisiones estratégicas, liderazgo de equipos multidisciplinarios, y optimización de procesos operativos.</p>	<p>✓ Capacidad de trabajo en equipo y liderazgo</p> <p>✓ Proactivo, con iniciativa y creatividad</p> <p>✓ Habilidad de trabajar bajo presión</p> <p>✓ Adaptación a cambios y capaz de motivar al personal</p> <p>✓ Competencia tecnológica</p> <p>✓ Idiomas: Español e inglés fluido.</p> <p>✓ Sexo: Indistinto</p>
--	---

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 7 de 28	

ORGANIGRAMA INTERNO DEL ÁREA DE RESTAURANTE



JEFE DE RESTAURANTE

Jefe inmediato	Subordinados
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocineros ✓ Lava platos ✓ Meseros ✓ Bar tender

FUNCIÓN GENERAL

Supervisar y coordinar las operaciones diarias del restaurante, garantizando una experiencia culinaria de alta calidad para los clientes, cumpliendo con los estándares de servicio, y asegurando la eficiencia operativa.

FUNCIONES ESPECIFICAS

1. Dirigir, capacitar y motivar al equipo del restaurante para asegurar un servicio excelente.
2. Supervisar la preparación y presentación de los alimentos, asegurando que cumplan con los estándares de calidad.
3. Resolver cualquier problema o queja de los clientes de manera efectiva y mantener una alta satisfacción.
4. Supervisar el control de inventarios, asegurando la disponibilidad de productos y reduciendo el desperdicio.
5. Colaborar con la planificación de menús, incorporando opciones locales y sostenibles.
6. Asegurar que el restaurante cumpla con todas las normativas de salud, seguridad e higiene.
7. Controlar los costos operativos, incluyendo la gestión del presupuesto y la optimización de los recursos.
8. Proponer mejoras en el servicio y en la oferta gastronómica para atraer y retener a los clientes.
9. Coordinar la organización y ejecución de eventos sociales dentro del restaurante.
10. Gestionar las relaciones con proveedores para asegurar el abastecimiento de productos frescos y de calidad.

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia

Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título Universitario en Administración de Empresas, Hostelería, Gastronomía, o en un campo relacionado con la gestión de alimentos y bebidas. ✓ Experiencia en la gestión de inventarios, planificación de menús, y control de costos operativos. ✓ Experiencia previa en la supervisión de personal, incluyendo la capacitación y desarrollo de equipos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad para dirigir y motivar equipos, con enfoque en el desarrollo y la eficiencia del personal. ✓ Alta capacidad para gestionar múltiples tareas y coordinar las operaciones diarias del restaurante. ✓ Precisión en la supervisión de la calidad de los alimentos y el servicio. ✓ Habilidad para tomar decisiones rápidas y efectivas en situaciones de alta presión. ✓ Habilidades de comunicación para interactuar tanto con el equipo como con los clientes y proveedores. ✓ Idiomas: Bilingüe (español e inglés) para interactuar con una clientela diversa. ✓ Sexo: Indistinto
--	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 8 de 28	
COCINEROS		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Restaurante		N/A
FUNCION GENERAL		
Responsable de la preparación y presentación de alimentos de alta calidad, siguiendo las recetas y estándares establecidos por el restaurante.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cocinar y presentar platos de acuerdo con el menú y las recetas establecidas. 2. Asegurarse de que los alimentos se preparen con ingredientes frescos y de calidad. 3. Controlar el inventario de ingredientes y realizar pedidos según sea necesario. 4. Mantener altos estándares de higiene y limpieza en el área de trabajo. 5. Seguir las normativas de seguridad alimentaria y las prácticas de manejo seguro de alimentos. 6. Trabajar en estrecha colaboración con otros cocineros y personal de cocina para asegurar un flujo de trabajo eficiente. 7. Participar en la capacitación y desarrollo del personal nuevo, si es necesario. 8. Operar y mantener en buen estado los equipos de cocina. 9. Participar en la elaboración y prueba de nuevos platos. 		

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none">✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad.✓ Certificación o diploma en cocina, artes culinarias, o una disciplina relacionada (deseable).✓ Experiencia Previa en Cocina: Al menos 1-2 años de experiencia trabajando en un entorno de cocina profesional, preferiblemente en restaurantes de similar tipo o con un menú comparable.	<ul style="list-style-type: none">✓ Dominio en técnicas culinarias, incluyendo preparación, cocción, y presentación de alimentos.✓ Precisión en la preparación de ingredientes y en el cumplimiento de recetas y estándares de calidad.✓ Habilidad para mantener la calidad del trabajo en un entorno de cocina a ritmo rápido y en condiciones de alta demanda.✓ Sexo: Indistinto

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 9 de 28	
LAVA PLATOS		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Restaurante		N/A
FUNCION GENERAL		
Mantener los utensilios de cocina y equipos limpios y listos para su uso.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Limpiar platos, cubiertos y otros utensilios de cocina. 2. Asegurar el buen funcionamiento de los lavavajillas y reportar problemas. 3. Colocar los utensilios limpios en su lugar adecuado. 4. Manejar y desechar residuos correctamente. 5. Trabajar con el equipo de cocina para asegurar un flujo continuo de utensilios. 6. Seguir normas de higiene y seguridad alimentaria 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad. ✓ Experiencia previa en cocina. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sexo: Indistinto ✓ Responsabilidad y Atención al Detalle. ✓ Resistencia Física para tareas repetitivas.

	<ul style="list-style-type: none">✓ Trabajo en Equipo y seguir instrucciones.✓ Compromiso con la Limpieza.✓ Puntualidad y Fiabilidad.✓ Actitud Positiva.
--	---

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 10 de 28	
MESEROS		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Restaurante		N/A
FUNCION GENERAL		
Atender a los clientes de La Costa del Sabor de manera eficiente y amable, asegurando una experiencia de calidad.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir y sentar a los clientes. 2. Tomar y servir pedidos de alimentos y bebidas. 3. Mantener las mesas limpias y ordenadas. 4. Asistir eventos sociales y empresariales cuando sea requerido. 5. Gestionar pagos y transacciones. 6. Comunicarte con el equipo de cocina para coordinar los pedidos. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none">✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad.✓ Experiencia previa en atención al cliente	<ul style="list-style-type: none">✓ Sexo: Indistinto✓ Actitud amable y orientada al servicio.✓ Buenas habilidades de comunicación.✓ Capacidad para trabajar bajo presión.✓ Buena presentación personal.✓ Puntualidad y disposición para horarios flexibles.✓ Capacidad para trabajar en equipo.
--	---

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 11 de 28	
BAR TENDER		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Restaurante		N/A
FUNCION GENERAL		
Responsable de preparar y servir bebidas a los clientes de manera eficiente, manteniendo altos estándares de calidad y servicio.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar bebidas alcohólicas y no alcohólicas según las recetas establecidas. 2. Mantener la barra organizada y limpia en todo momento. 3. Asistir a los clientes en la selección de bebidas y responder a sus preguntas. 4. Controlar el stock de bebidas e insumos, solicitando reabastecimiento cuando sea necesario. 5. Asistir eventos sociales y empresariales. 6. Seguir las normas de higiene y seguridad alimentaria. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none">✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad.✓ Experiencia previa como bartender de al menos 1 año, preferiblemente en un entorno similar.	<ul style="list-style-type: none">✓ Sexo: Indistinto✓ Habilidad para trabajar bajo presión.✓ Buenas habilidades de comunicación y servicio al cliente.✓ Conocimiento de coctelería básica y avanzada.✓ Capacidad para trabajar en equipo y mantener una actitud positiva.✓ Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluidos fines de semana y días festivos.
--	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 12 de 28	

ORGANIGRAMA INTERNO DEL ÁREA DE HOSPEDAJE



JEFE DE HOSPEDAJE

Jefe inmediato	Subordinados
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepcionista ✓ Limpieza habitación ✓ Lavandería ✓ Encargado de Spa

FUNCIÓN GENERAL

Responsable de supervisar y coordinar todas las operaciones relacionadas con el alojamiento en La Costa del Sabor, asegurando que los huéspedes reciban un servicio de alta calidad durante su estadía.

FUNCIONES ESPECIFICAS

1. Supervisar el registro y salida de huéspedes, garantizando un proceso eficiente.
2. Coordinar la limpieza y mantenimiento de las habitaciones y áreas comunes.
3. Gestionar las reservas y asegurar la máxima ocupación posible.
4. Resolver cualquier problema o solicitud de los huéspedes de manera rápida y eficaz.
5. Supervisar al personal de recepción, limpieza y mantenimiento.
6. Controlar el inventario de suministros y coordinar con proveedores.
7. Asegurar el cumplimiento de las normas de seguridad y salud.

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título Universitario en Administración de Empresas, Hostelería, turismo o afines ✓ Experiencia previa de al menos 3 años en un puesto similar dentro de la industria hotelera. ✓ Experiencia previa en la supervisión de personal, incluyendo la capacitación y desarrollo de equipos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelentes habilidades de liderazgo y comunicación. ✓ Orientación al cliente y capacidad para resolver problemas. ✓ Conocimiento de sistemas de gestión hotelera. ✓ Capacidad para trabajar bajo presión y manejar múltiples tareas.

<p>✓ Ingles avanzado deseable.</p>	<p>✓ Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluyendo fines de semana y días festivos.</p> <p>✓ Sexo: Indistinto</p>
------------------------------------	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 13 de 28	
RECEPCIONISTA		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Hospedaje		N/A
FUNCION GENERAL		
<p>Recibir a los huéspedes en La Costa del Sabor, asegurando una atención rápida, cordial y eficiente en la recepción, y facilitando toda la información necesaria para una estancia satisfactoria.</p>		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir y registrar a los huéspedes en el sistema, gestionando el proceso de check-in y check-out. 2. Proporcionar información sobre servicios del hotel, horarios, y atracciones locales. 3. Atender llamadas telefónicas, correos electrónicos, y solicitudes de los huéspedes. 4. Gestionar reservas y disponibilidad de habitaciones. 5. Coordinar con otras áreas para satisfacer las necesidades de los huéspedes. 6. Resolver cualquier inconveniente o queja de los clientes de manera rápida y profesional. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none">✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad, deseable formación en turismo, hotelería o áreas afines.✓ Experiencia mínima de 1 año en recepción o atención al cliente en hoteles o restaurantes.	<ul style="list-style-type: none">✓ Sexo: Indistinto✓ Excelentes habilidades de comunicación y servicio al cliente.✓ Conocimiento de sistemas de reservas y software de gestión hotelera.✓ Habilidad para resolver problemas de manera efectiva y bajo presión.✓ Buena presencia, puntualidad y actitud positiva.✓ Flexibilidad para trabajar en horarios rotativos, incluyendo fines de semana y feriados.
---	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 14 de 28	
LIMPIEZA HABITACIÓN		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Hospedaje		N/A
FUNCION GENERAL		
Asegura que todas las áreas de las habitaciones en La Costa del Sabor estén limpias, ordenadas y preparadas para los huéspedes, manteniendo los estándares de calidad del establecimiento.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Limpiar y desinfectar habitaciones, incluyendo baños, pisos y superficies. 2. Reponer suministros (jabones, toallas, papel higiénico, etc.). 3. Cambiar sábanas y toallas, y realizar el arreglo de camas. 4. Vaciar basureros y manejar la disposición adecuada de residuos. 5. Informar de cualquier daño o necesidad de mantenimiento en las habitaciones. 6. Mantener un inventario de suministros de limpieza y solicitar reposiciones cuando sea necesario. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<p>✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad.</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Atención al detalle y habilidad para seguir procedimientos de limpieza rigurosos.✓ Capacidad para trabajar de manera eficiente y bajo presión.✓ Buenas habilidades de organización y gestión del tiempo.✓ Actitud profesional y habilidad para interactuar de manera cordial con los huéspedes y el equipo.✓ Capacidad para realizar tareas físicas y levantamiento de objetos según sea necesario.
---	---

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 15 de 28	
LAVADERÍA		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Hospedaje		N/A
FUNCION GENERAL		
Proceso de lavado, secado y planchado de la ropa y lencería del hotel, asegurando que todas las telas estén limpias, en buen estado y listos para su uso.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Operar y mantener las máquinas de lavandería, incluyendo lavadoras, secadoras y planchas. 2. Clasificar la ropa y lencería por tipo de tejido y color antes de su lavado. 3. Medir y añadir los detergentes y productos de limpieza adecuados. 4. Revisar y reparar cualquier daño en la tela, y enviar a mantenimiento si es necesario. 5. Doblar, planchar y organizar la ropa y lencería para su distribución. 6. Controlar el inventario de productos de lavandería y solicitar reposiciones cuando sea necesario. 7. Cumplir con las normas de seguridad e higiene en el área de lavandería. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<p>✓ Título de Bachiller en cualquier especialidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al detalle y habilidad para manejar telas y equipos de lavandería. ✓ Capacidad para realizar tareas físicas y manejar cargas pesadas. ✓ Buenas habilidades organizativas y de gestión del tiempo. ✓ Conocimiento básico de productos de limpieza y técnicas de lavado. ✓ Actitud profesional y capacidad para trabajar de manera independiente y en equipo.
---	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 16 de 28	
ENCARGADO DE SPA		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Hospedaje		N/A
FUNCION GENERAL		
Supervisa y gestiona las operaciones diarias del spa, garantizando la calidad de los servicios de bienestar y relajación ofrecidos a los clientes, y coordinando el equipo de personal de spa.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar las reservas y la programación de citas para servicios de spa. 2. Supervisar al personal del spa, incluyendo esteticistas y recepcionistas. 3. Asegurar la limpieza y el mantenimiento adecuado de las instalaciones y equipos del spa. 4. Gestionar el inventario de productos y suministros del spa, realizando pedidos y controlando el stock. 5. Desarrollar y promover paquetes y ofertas especiales de servicios de spa. 6. Mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y técnicas en tratamientos de spa y bienestar. 7. Atender las quejas y sugerencias de los clientes para mejorar la calidad del servicio. 		

8. Implementar y seguir procedimientos de seguridad e higiene en el spa.

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none">✓ Educación técnica o superior en áreas relacionadas con el bienestar, estética, o gestión de spas.✓ Experiencia previa en la gestión de spas o centros de bienestar, preferiblemente en el sector hotelero.	<ul style="list-style-type: none">✓ Excelentes habilidades de comunicación y liderazgo.✓ Capacidad para gestionar y motivar a un equipo de trabajo.✓ Conocimiento en técnicas de masajes, tratamientos estéticos y servicios de spa.✓ Habilidad para manejar problemas y resolver conflictos de manera efectiva.✓ Buena organización y habilidades de gestión del tiempo.✓ Actitud profesional, orientación al cliente y compromiso con la calidad del servicio.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 17 de 28	

ORGANIGRAMA INTERNO DEL ÁREA EVENTO Y SERVICIOS



JEFE DE EVENTOS Y SERVICIOS

Jefe inmediato	Subordinados
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargado de ventas ✓ Encargado de decoración ✓ Supervisor de servicios ✓ Camareros

FUNCIÓN GENERAL

Responsable de coordinar, organizar y promover los eventos empresariales y sociales que se lleven a cabo, asegurando la calidad del servicio de catering y supervisando la decoración y ambientación de los espacios para cada evento. Su objetivo principal es garantizar la satisfacción del cliente mediante la planificación eficiente y la ejecución impecable de eventos.

FUNCIONES ESPECIFICAS

1. Desarrollar y promover paquetes de eventos empresariales que incluyan catering, decoración y otros servicios relevantes.
2. Coordinar el montaje, decoración y disposición de los espacios para eventos, asegurando que cumplan con los estándares de calidad.
3. Supervisar y colaborar con los proveedores de catering, garantizando la adecuada preparación y presentación de los alimentos.
4. Asegurar la correcta ejecución de eventos empresariales, supervisando todos los detalles desde la preparación hasta la conclusión.
5. Mantener una comunicación efectiva con los clientes para ajustar los servicios a sus expectativas y asegurar su satisfacción.
6. Gestionar la logística del equipo de trabajo durante los eventos, distribuyendo responsabilidades para asegurar un flujo de trabajo eficiente.
7. Desarrollar estrategias para atraer nuevos clientes empresariales, manteniendo relaciones comerciales duraderas.
8. Realizar seguimiento y evaluación de los eventos para mejorar continuamente los servicios ofrecidos.

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none">✓ Título Universitario en Administración de Empresas, Hostelería, turismo o afines✓ Experiencia previa en un puesto de supervisión o gestión de servicios en un hotel, resort o establecimiento similar.✓ Ingles avanzado deseable	<ul style="list-style-type: none">✓ Excelentes habilidades de liderazgo y gestión de equipos.✓ Fuerte orientación al cliente y compromiso con la calidad del servicio.✓ Habilidad para resolver problemas y tomar decisiones efectivas bajo presión.✓ Capacidad de organización y manejo del tiempo.✓ Buena comunicación y habilidades interpersonales.✓ Flexibilidad para adaptarse a los cambios y necesidades del servicio.✓ Sexo: Indistinto

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 18 de 28	
ENCARGADO DE VENTAS		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Eventos y Servicios		N/A
FUNCION GENERAL		
<p>Desarrollar e implementar estrategias de ventas para aumentar la ocupación del hotel y la participación en eventos, así como para promocionar los servicios adicionales de La Costa del Sabor, asegurando un crecimiento constante en los ingresos.</p>		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar y ejecutar planes de ventas para promover los servicios de hospedaje, eventos y otros servicios del hotel. 2. Identificar y captar nuevos clientes corporativos y turísticos. 3. Mantener relaciones con clientes existentes y asegurar su satisfacción continua. 4. Colaborar con el equipo de marketing para crear campañas efectivas que impulsen las ventas. 5. Analizar las tendencias del mercado y la competencia para ajustar las estrategias de ventas. 6. Negociar y cerrar acuerdos con clientes, asegurando que los términos sean beneficiosos para ambas partes. 		

7. Preparar informes de ventas y realizar análisis para evaluar el rendimiento de las estrategias.
8. Participar en ferias y eventos para representar a La Costa del Sabor y captar nuevas oportunidades de negocio.

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en administración de empresas, mercadeo, o áreas relacionadas. ✓ Experiencia previa en ventas, preferiblemente en el sector hotelero o de servicios. ✓ Inglés avanzado deseable 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelentes habilidades de comunicación y negociación. ✓ Orientación a resultados y capacidad para trabajar bajo presión. ✓ Habilidad para identificar oportunidades de negocio y cerrar ventas efectivas. ✓ Buenas habilidades organizativas y de gestión del tiempo. ✓ Conocimiento del mercado turístico y corporativo local. ✓ Capacidad para trabajar en equipo y colaborar con otros departamentos.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 19 de 28	
ENCARGADO DE DECORACIÓN		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Eventos y Servicios		N/A
FUNCION GENERAL		
Diseñar y ejecutar la ambientación de los espacios en La Costa del Sabor, asegurando una experiencia visual y estética que se alinee con la identidad del lugar, los eventos y las preferencias de los clientes.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear y desarrollar propuestas de decoración para eventos especiales y áreas comunes. 2. Coordinar la adquisición y montaje de materiales decorativos. 3. Asegurar que la decoración cumpla con los estándares de calidad y seguridad. 4. Colaborar con los equipos de ventas y marketing para diseñar decoraciones temáticas. 5. Asistir eventos empresariales y sociales cuando le sea requerido. 6. Supervisar el mantenimiento y la renovación de decoraciones según la temporada o evento. 7. Trabajar en conjunto con proveedores para la personalización de los elementos decorativos. 		

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none">✓ Formación de diseño de interiores, arquitectura o áreas relacionadas.✓ Experiencia mínima de 2 años en decoración de eventos o espacios comerciales.✓ Conocimiento en tendencias de diseño y manejo de materiales.	<ul style="list-style-type: none">✓ Creatividad y buen ojo para los detalles.✓ Capacidad para trabajar bajo presión y cumplir plazos.✓ Excelentes habilidades de comunicación y trabajo en equipo.✓ Flexibilidad para adaptarse a las necesidades del cliente.✓ Capacidad de manejo de presupuesto y proveedores.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 20 de 28	
SUPERVISOR DE SERVICIOS		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe de Eventos y Servicios		<ul style="list-style-type: none"> • Camareros
FUNCION GENERAL		
<p>Supervisar y coordinar la planificación, organización y ejecución de eventos, asegurando que los eventos cumplan con las expectativas de los clientes y se realicen sin inconvenientes. Debe gestionar al equipo de eventos, coordinar recursos, y garantizar una excelente experiencia para los participantes.</p>		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar la logística antes, durante y después de los eventos. 2. Supervisar al personal asignado a cada evento y asignar tareas específicas. 3. Colaborar con el cliente para garantizar que los requerimientos del evento sean cumplidos. 4. Verificar que las instalaciones, equipos y recursos estén listos y en condiciones óptimas. 5. Asistir eventos sociales cuando le sea requerido. 6. Resolver cualquier problema que surja durante el evento de manera eficiente. 7. Monitorear el cumplimiento de los estándares de calidad y servicio. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en administración de empresas, mercadeo, o áreas relacionadas. ✓ Experiencia previa de 2 a 3 años en la coordinación y supervisión de eventos. ✓ Experiencia en el sector hotelero o de eventos es deseable. ✓ Ingles avanzado deseable. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidades de liderazgo y comunicación efectiva. ✓ Capacidad para resolver problemas bajo presión. ✓ Orientación al cliente y atención al detalle. ✓ Capacidad para trabajar bajo presión y gestionar varios eventos simultáneamente. ✓ Disponibilidad para trabajar horarios flexibles, incluidos fines de semana y feriados.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 21 de 28	
CAMAREROS		
Jefe inmediato		Subordinados
Supervisor de servicios		N/A
FUNCION GENERAL		
Atender a los clientes de manera profesional y cordial, asegurando que disfruten de una experiencia gastronómica satisfactoria al brindar un servicio eficiente y de alta calidad.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir y atender a los clientes de manera amable y profesional. 2. Tomar pedidos y asegurar la correcta entrega de los alimentos y bebidas. 3. Conocer el menú y realizar sugerencias a los clientes sobre opciones de comida y bebida. 4. Mantener las mesas y el área de comedor limpias y ordenadas. 5. Asistir eventos sociales cuando le sea requerido. 6. Resolver cualquier inquietud o solicitud de los clientes durante su visita. 7. Colaborar con el equipo de cocina para asegurar un servicio fluido y eficiente. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none">✓ Educación básica o secundaria completa.✓ Experiencia previa como camarero o en servicio al cliente (preferible, pero no indispensable).✓ Inglés básico deseable.	<ul style="list-style-type: none">✓ Excelente comunicación y habilidades interpersonales.✓ Actitud proactiva y orientación al cliente.✓ Capacidad para trabajar bajo presión y en equipo.✓ Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluidos fines de semana y días festivos.✓ Buena presentación personal.
--	---

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 22 de 28	

ORGANIGRAMA INTERNO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA



JEFE ADMINISTRATIVO

Jefe inmediato	Subordinados
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contador General ✓ Encargado de RRHH ✓ Seguridad

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Auxiliar de mantenimiento ✓ Supervisor de limpieza general ✓ Limpieza General
FUNCIÓN GENERAL	
Supervisar y coordinar las operaciones administrativas y financieras, asegurando la eficiencia en la gestión de recursos y el cumplimiento de las políticas internas de La Costa del Sabor.	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar los procesos contables, financieros y presupuestarios de la empresa. 2. Coordinar el pago de proveedores y la gestión de inventarios. 3. Supervisar al personal administrativo y asegurar el correcto funcionamiento de las áreas de soporte. 4. Elaborar informes financieros y operativos para la Gerencia General. 5. Garantizar el cumplimiento de normativas fiscales y laborales. 6. Coordinar la logística de compras y servicios generales. 7. Implementar mejoras en los procesos administrativos para optimizar recursos. 	
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Licenciatura en Administración de Empresas, Contabilidad o afines. ✓ Experiencia mínima de 3 a 5 años en un puesto similar. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo y capacidad de gestión de equipos. ✓ Habilidades organizativas y atención al detalle.

<p>✓ Conocimientos en gestión financiera, contabilidad y recursos humanos.</p>	<p>✓ Capacidad analítica para resolver problemas operativos y financieros.</p> <p>✓ Buen manejo de herramientas tecnológicas (software administrativo, contable, etc.).</p> <p>✓ Actitud proactiva y orientada a resultados.</p>
--	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 23 de 28	
CONTADOR GENERAL		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe administrativo		N/A
FUNCION GENERAL		
Supervisar y ejecutar los procesos contables y financieros de La Costa del Sabor, asegurando el registro adecuado de las transacciones y el cumplimiento de las obligaciones fiscales y legales.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar los registros contables de la empresa, asegurando la correcta clasificación de ingresos, costos y gastos. 2. Preparar los estados financieros mensuales, trimestrales y anuales. 3. Gestionar la elaboración y presentación de informes fiscales, como IVA, retenciones y declaraciones de impuestos. 4. Supervisar el control de inventarios y las conciliaciones bancarias. 5. Asegurar el cumplimiento de las normativas contables y fiscales vigentes. 6. Proponer mejoras en los procesos contables y financieros. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Licenciatura en Contaduría Pública, Finanzas o afines. ✓ Experiencia mínima de 3 a 5 años como contador en empresas similares. ✓ Dominio de normativa fiscal y leyes contables locales. ✓ Conocimiento de softwares contables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alto grado de responsabilidad y ética profesional. ✓ Atención al detalle y habilidades analíticas. ✓ Capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con plazos establecidos. ✓ Excelentes habilidades organizativas. ✓ Proactividad para proponer mejoras en los procesos financieros.
--	--

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 24 de 28	
ENCARGADO RRHH		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe administrativo		N/A
FUNCION GENERAL		
<p>Gestionar y coordinar todos los procesos relacionados con la administración del personal en La Costa del Sabor, desde la contratación hasta el desarrollo del talento, garantizando un ambiente laboral óptimo y el cumplimiento de las normativas laborales.</p>		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar los procesos de reclutamiento, selección y contratación de personal. 2. Diseñar e implementar programas de capacitación y desarrollo para los empleados. 3. Administrar las políticas de compensación, beneficios y bienestar. 4. Gestionar las relaciones laborales y mediar en la resolución de conflictos. 5. Supervisar el cumplimiento de las normativas laborales y de seguridad social. 6. Realizar el seguimiento de evaluaciones de desempeño y planes de carrera. 7. Mantener los registros del personal y gestionar la documentación laboral. 8. Desarrollar estrategias para la retención del talento y mejora del clima organizacional. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Licenciatura en Psicología, Administración de Empresas, Recursos Humanos o afines. ✓ Experiencia mínima de 3 a 5 años en áreas de recursos humanos. ✓ Conocimiento de legislación laboral y manejo de nómina. ✓ Experiencia en desarrollo organizacional y gestión de talento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelentes habilidades interpersonales y de comunicación. ✓ Capacidad para manejar situaciones de conflicto y resolver problemas. ✓ Organizado, con enfoque en la mejora continua y la eficiencia. ✓ Proactividad y capacidad para trabajar en equipo. ✓ Conocimientos en herramientas de gestión de RRHH y manejo de software de nómina.
---	---

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 25 de 28	
SEGURIDAD		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe administrativo		N/A
FUNCION GENERAL		
Garantizar la seguridad y protección de los clientes, empleados y las instalaciones de La Costa del Sabor, previniendo situaciones de riesgo y respondiendo adecuadamente ante emergencias.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitorear el acceso y salida de personas en las instalaciones. 2. Realizar rondas de vigilancia por todas las áreas del establecimiento. 3. Controlar el uso adecuado de los equipos de seguridad, como cámaras y alarmas. 4. Prevenir y reportar situaciones de riesgo o comportamientos sospechosos. 5. Colaborar en la evacuación de personas en caso de emergencias. 6. Responder de manera efectiva a incidentes y emergencias, aplicando protocolos de seguridad. 7. Mantener actualizados los informes diarios de las actividades de vigilancia. 8. Coordinar con las autoridades locales en caso de incidentes graves o necesidades de intervención externa. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bachillerato completo. ✓ Experiencia previa en roles de seguridad (al menos 2 años). ✓ Conocimiento en manejo de equipos de seguridad, primeros auxilios y protocolos de emergencia. ✓ Cursos de seguridad privada o manejo de situaciones de riesgo deseable 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de observación y atención a los detalles. ✓ Habilidad para mantener la calma y reaccionar rápidamente en situaciones de emergencia. ✓ Buenas habilidades de comunicación. ✓ Físicamente apto para realizar rondas y estar de pie por largos períodos. ✓ Discreción, responsabilidad y compromiso con la seguridad.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 26 de 28	
AUXILIAR DE MANTENIMIENTO		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe administrativo		N/A
FUNCION GENERAL		
Realizar tareas de mantenimiento preventivo y correctivo en las instalaciones de La Costa del Sabor, asegurando que todos los equipos y áreas estén en óptimas condiciones de funcionamiento y presentación.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejecutar reparaciones menores en electricidad, plomería y carpintería. 2. Realizar mantenimiento preventivo de equipos e instalaciones del hotel y restaurante. 3. Inspeccionar las áreas comunes y habitaciones para identificar posibles daños o necesidades de reparación. 4. Colaborar en la limpieza y conservación de áreas técnicas y de servicio. 5. Controlar el inventario de herramientas y materiales de mantenimiento. 6. Apoyar en la instalación de mobiliario o equipo según sea necesario. 7. Reportar cualquier avería o situación que requiera intervención especializada. 8. Cumplir con los protocolos de seguridad al realizar reparaciones o tareas de mantenimiento. 		

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none">✓ Bachillerato técnico o cursos en mantenimiento general.✓ Al menos 1 año de experiencia en trabajos de mantenimiento o áreas relacionadas.✓ Conocimientos básicos de electricidad, plomería y carpintería.✓ Experiencia en el uso de herramientas manuales y eléctricas.	<ul style="list-style-type: none">✓ Capacidad para trabajar de manera autónoma y resolver problemas.✓ Habilidad para manejar diversas tareas de mantenimiento de manera efectiva.✓ Buena condición física para realizar trabajos manuales.✓ Responsabilidad, proactividad y atención al detalle.✓ Flexibilidad para trabajar en horarios rotativos o fuera de horarios regulares según la necesidad.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 27 de 28	
SUPERVISOR DE LIMPIEZA GENERAL		
Jefe inmediato		Subordinados
Jefe administrativo		N/A
FUNCION GENERAL		
Supervisar y coordinar las actividades de limpieza en todas las áreas de La Costa del Sabor, garantizando que las instalaciones se mantengan en condiciones higiénicas y presentables, cumpliendo con los estándares de calidad establecidos.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar al personal de limpieza en sus tareas diarias. 2. Asegurar que todas las áreas del hotel y restaurante se mantengan limpias y organizadas. 3. Verificar el cumplimiento de los protocolos de higiene y seguridad. 4. Coordinar los horarios y asignaciones de tareas del equipo de limpieza. 5. Inspeccionar áreas comunes, habitaciones, baños y áreas de servicio para asegurar la limpieza adecuada. 6. Gestionar el inventario de productos y equipos de limpieza, solicitando reposiciones cuando sea necesario. 7. Capacitar al personal en el uso adecuado de productos y técnicas de limpieza. 8. Resolver cualquier incidente o queja relacionado con la limpieza. 		

COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS

Educación y experiencia	Características y otros requisitos
<ul style="list-style-type: none">✓ Bachillerato completo.✓ Experiencia mínima de 2 años en un puesto similar, preferiblemente en el sector hotelero o de restaurantes.✓ Conocimientos en técnicas de limpieza y manejo de productos químicos.	<ul style="list-style-type: none">✓ Capacidad para liderar y coordinar equipos de trabajo.✓ Habilidades organizativas y atención al detalle.✓ Proactividad y habilidad para resolver problemas rápidamente.✓ Buena comunicación y trato con el personal.✓ Flexibilidad para trabajar en horarios rotativos y fines de semana.

Manual de Descriptor de Puestos	Código:	MNL-MDP-0002
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	01/08/2024
	Página 28 de 28	
LIMPIEZA GENERAL		
Jefe inmediato		Subordinados
Supervisor de limpieza general		N/A
FUNCION GENERAL		
Realizar la limpieza y mantenimiento de todas las áreas de La Costa del Sabor, asegurando que se mantengan en condiciones óptimas de higiene y presentación para los huéspedes y clientes.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Limpiar y desinfectar áreas comunes, habitaciones, baños, y áreas de servicio. 2. Mantener los pisos, ventanas y mobiliario en buen estado de limpieza. 3. Reponer suministros de higiene como papel higiénico, toallas y jabón en los baños. 4. Realizar la limpieza profunda en áreas específicas según un calendario de mantenimiento. 5. Reportar cualquier daño o necesidad de reparaciones a su supervisor inmediato. 6. Utilizar y almacenar adecuadamente los productos de limpieza. 7. Cumplir con los estándares de higiene y seguridad establecidos. 8. Manejar los residuos de forma segura y eficiente. 		
COMPETENCIAS Y REQUISITOS MÍNIMOS		
Educación y experiencia		Características y otros requisitos

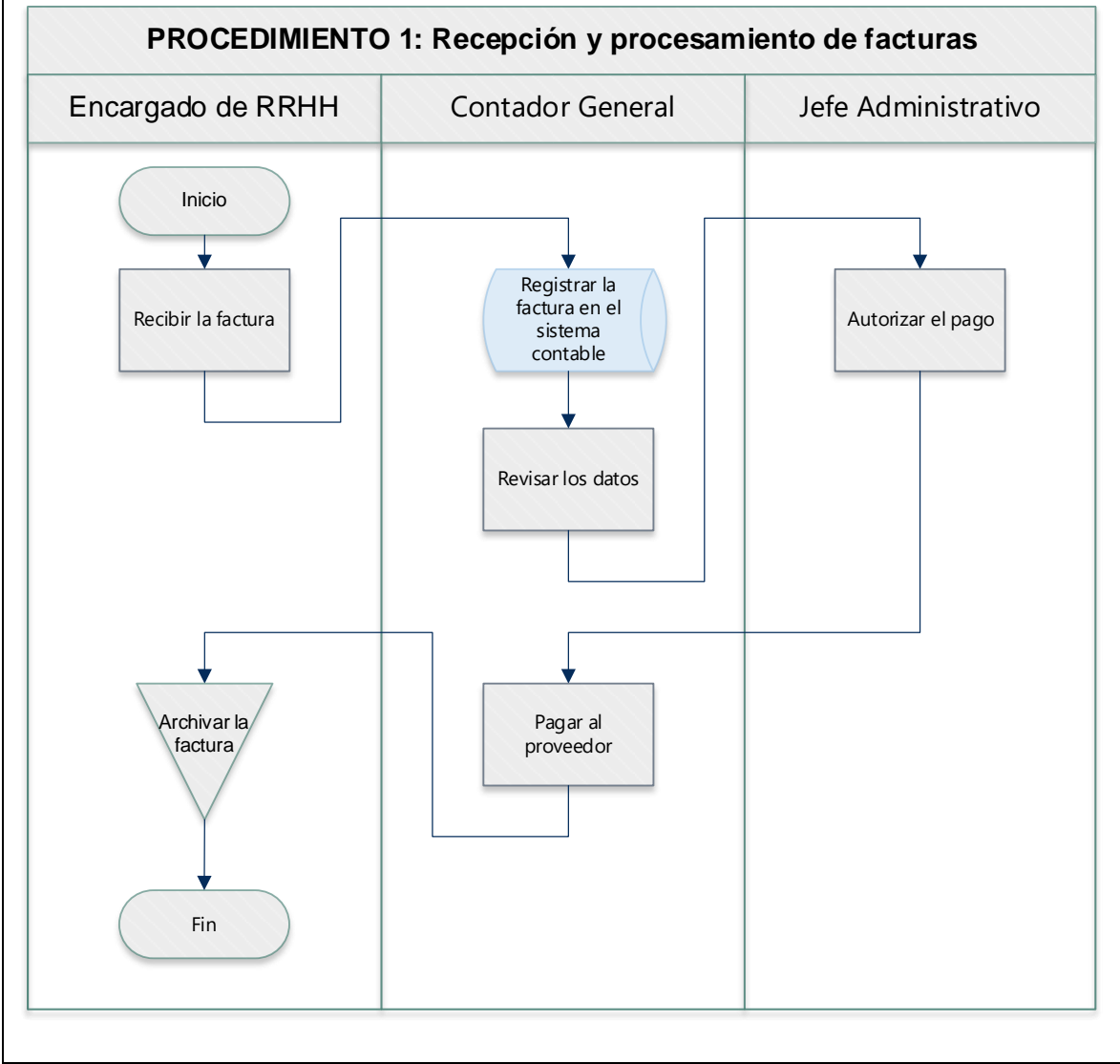
<ul style="list-style-type: none">✓ Bachillerato completo.✓ No se requiere experiencia previa, aunque es valorable experiencia en limpieza de hoteles, restaurantes o establecimientos similares.	<ul style="list-style-type: none">✓ Atención al detalle y compromiso con la limpieza.✓ Capacidad para trabajar en equipo.✓ Proactividad y organización en el trabajo diario.✓ Buen manejo de productos de limpieza y equipos básicos.✓ Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluyendo fines de semana y feriados.
--	---

3. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

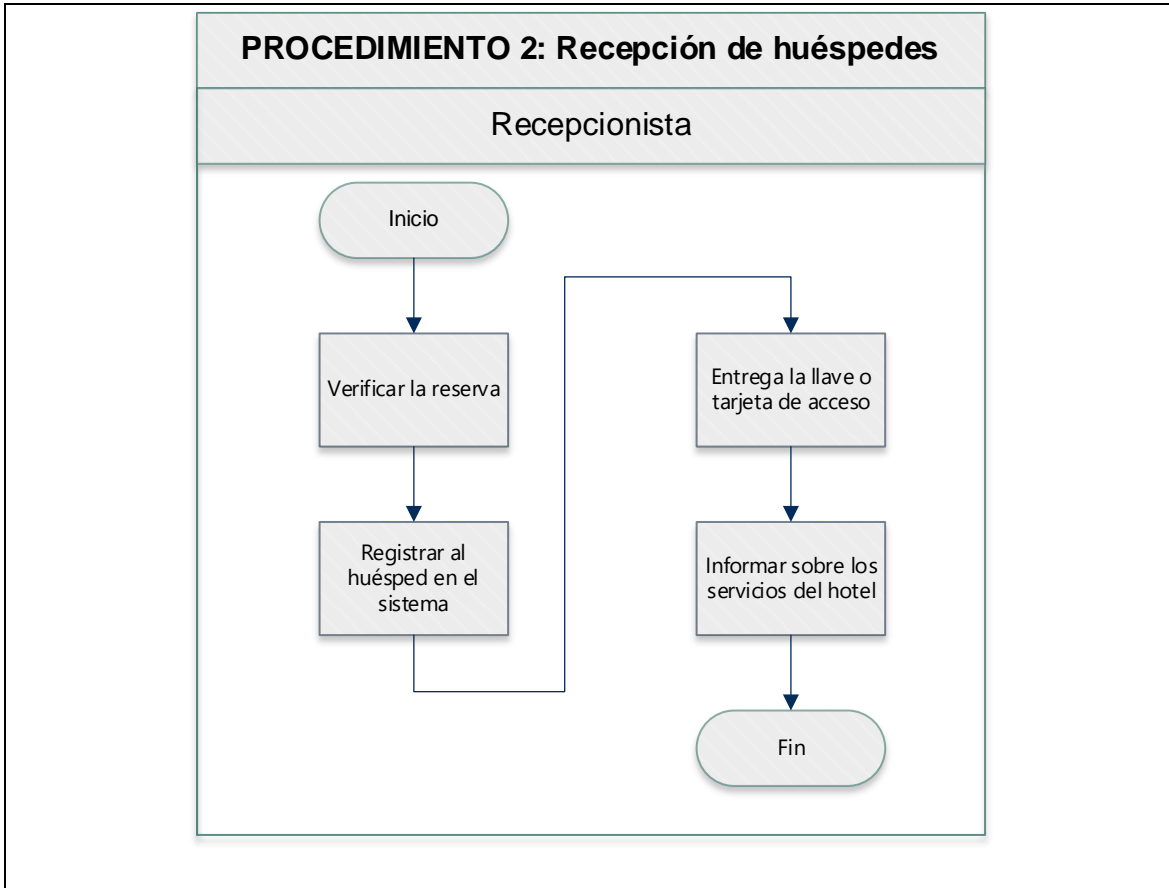
LA COSTA DEL SABOR	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 1 de 14	
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS		
 <p>RESTAURANTE LA COSTA DEL SABOR</p>		
<i>Jefe de Recursos Humanos</i>	<i>Jefe Administrativo</i>	<i>Gerencia General</i>
Elaboró	Visto Bueno	Aprobó

Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 2 de 14	
PROCEDIMIENTO 1:	Recepción y procesamiento de facturas	
Objetivo del procedimiento: Asegurar que todas las facturas de proveedores sean recibidas, revisadas y procesadas de manera oportuna y correcta para evitar retrasos en los pagos y mantener la contabilidad actualizada.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recibir la factura	Encargado de RRHH	Recibir la factura física o digital y verificar que cumpla con los requisitos fiscales.
2. Registrar la factura en el sistema contable	Contador General	Ingresar los datos de la factura en el sistema contable, asignando un número de referencia.
3. Revisar los datos	Contador General	Revisar que la información contenida en la factura sea correcta y que corresponda con los productos o servicios adquiridos.
4. Autorizar el pago	Jefe Administrativo	Revisar y aprobar el pago de la factura, asegurando que los fondos estén disponibles.
5. Pagar al proveedor	Contador General	Procesar el pago al proveedor mediante transferencia bancaria u otro método acordado.

6. Archivar la factura	Encargado de RRHH	Archivar la factura digital o físicamente, manteniendo un registro organizado y accesible.
------------------------	-------------------	--



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 3 de 14	
PROCEDIMIENTO 2:	Recepción de huéspedes	
Objetivo del procedimiento: Garantizar un proceso fluido y eficiente al recibir a los huéspedes, desde el check-in hasta la asignación de habitaciones.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Verificar la reserva	Recepcionista	Revisar en el sistema la reserva del huésped y confirmar su validez.
2. Registrar al huésped en el sistema	Recepcionista	Ingresar los datos personales y de la reserva en el sistema.
3. Entregar la llave o tarjeta de acceso	Recepcionista	Proporcionar la llave o tarjeta y explicar su uso al huésped.
4. Informar sobre los servicios del hotel	Recepcionista	Explicar al huésped los horarios, servicios y áreas comunes disponibles.



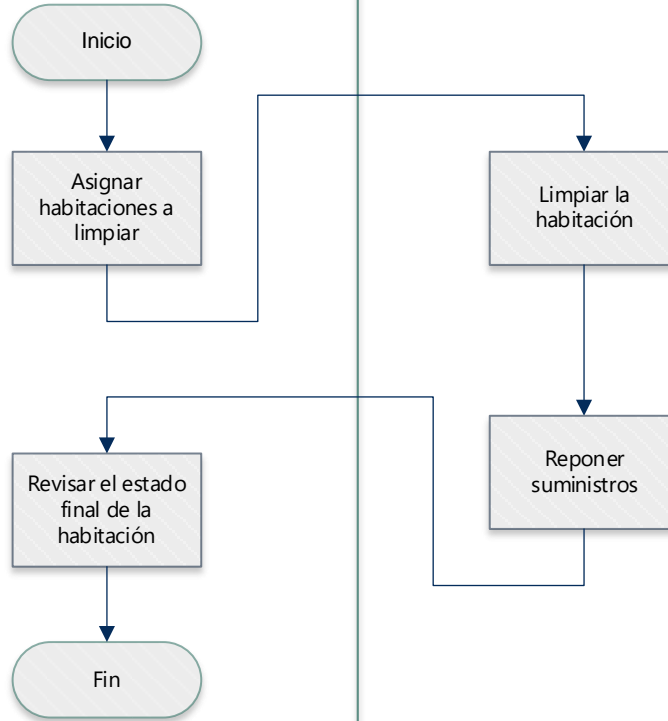
Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 4 de 14	
PROCEDIMIENTO 3:	Limpieza de habitaciones	
Objetivo del procedimiento: Mantener las habitaciones en óptimas condiciones de limpieza y orden para los huéspedes.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		

Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Asignar habitaciones a limpiar	Jefe de Hospedaje	Revisar la lista de habitaciones pendientes de limpieza y asignarlas al personal.
2. Limpiar la habitación	Personal de Limpieza	Realizar la limpieza completa de la habitación, incluyendo baños, camas y superficies.
3. Reponer suministros	Personal de Limpieza	Reabastecer artículos de higiene personal, toallas y otros suministros necesarios.
4. Revisar el estado final de la habitación	Jefe de Hospedaje	Verificar que la habitación esté en condiciones óptimas antes de ser ocupada.

PROCEDIMIENTO 3: Limpieza de habitaciones

Jefe de Hospedaje

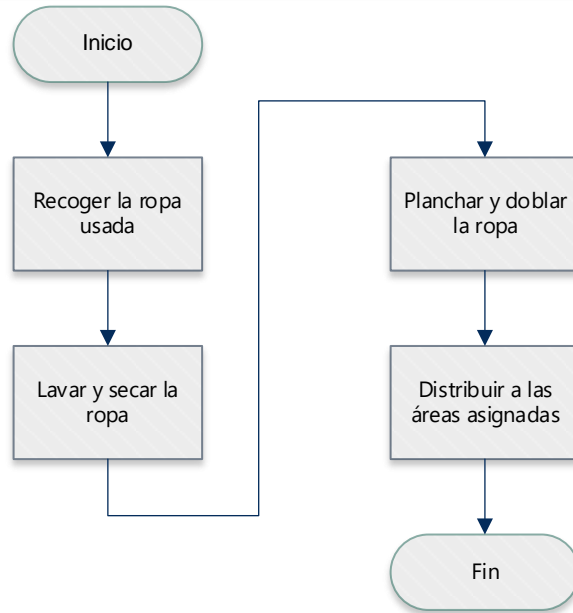
Personal de Limpieza



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 5 de 14	
PROCEDIMIENTO 4:	Lavandería	
Objetivo del procedimiento: Asegurar que toda la ropa de cama y toallas se limpien y distribuyan correctamente.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recoger la ropa usada	Encargado de Lavandería	Retirar la ropa de cama y toallas de las habitaciones y áreas comunes.
2. Lavar y secar la ropa	Encargado de Lavandería	Realizar el lavado y secado de la ropa de cama y toallas.
3. Planchar y doblar la ropa	Encargado de Lavandería	Planchar y doblar la ropa limpia según los estándares del hotel.
4. Distribuir a las áreas asignadas	Encargado de Lavandería	Entregar la ropa de cama y toallas limpias a las habitaciones o áreas comunes.

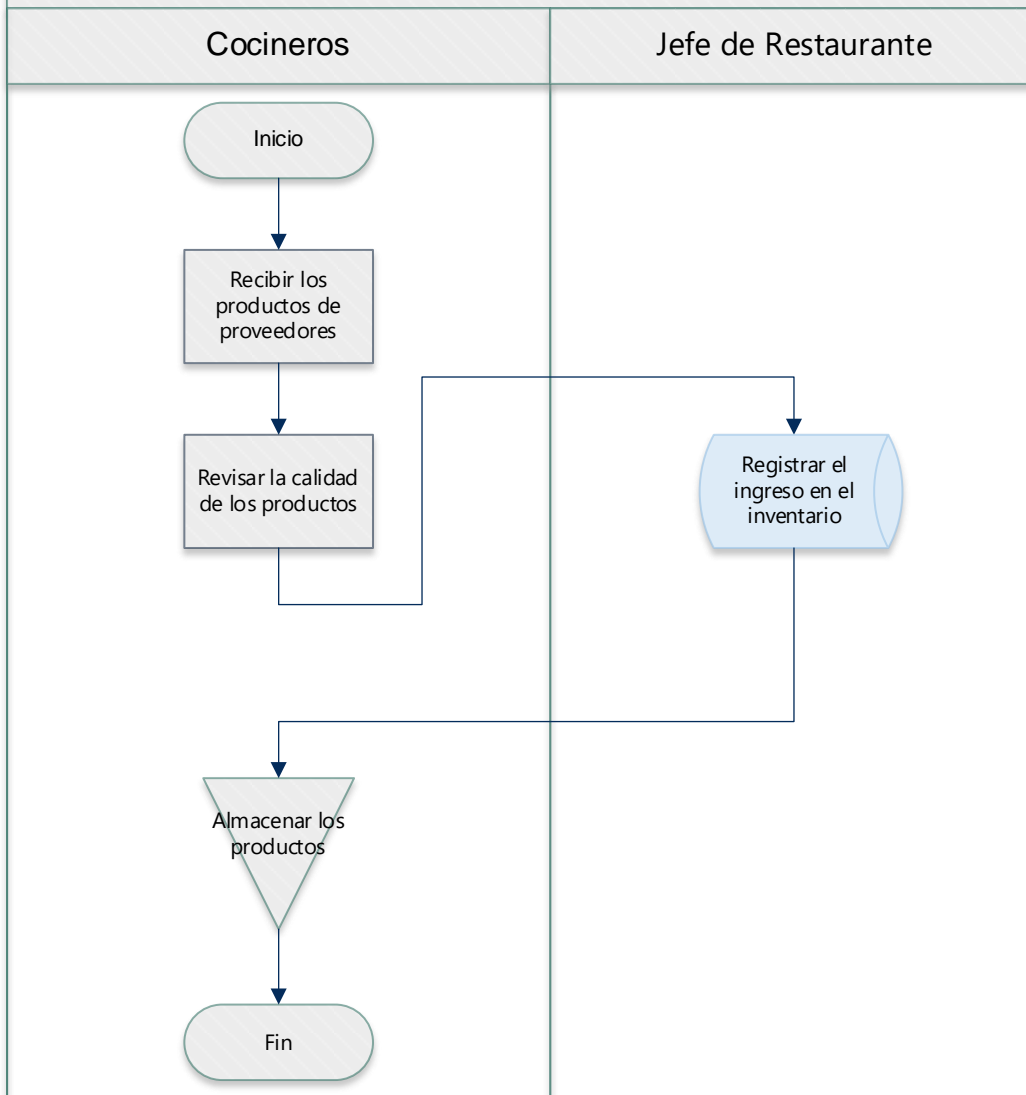
PROCEDIMIENTO 4: Lavandería

Encargado de Lavandería



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 6 de 14	
PROCEDIMIENTO 5:	Recepción y almacenamiento de productos	
Objetivo del procedimiento: Garantizar que los productos recibidos cumplan con los estándares de calidad y se almacenen correctamente.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recibir los productos de proveedores	Cocineros	Asegurarse de que los productos entregados estén completos y en buen estado.
2. Revisar la calidad de los productos	Cocineros	Verificar que los alimentos y productos cumplan con los estándares de calidad requeridos.
3. Registrar el ingreso en el inventario	Jefe de Restaurante	Anotar la entrada de productos en el sistema de inventario.
4. Almacenar los productos	Cocineros	Colocar los productos en las áreas de almacenamiento apropiadas (frigoríficos, despensas).

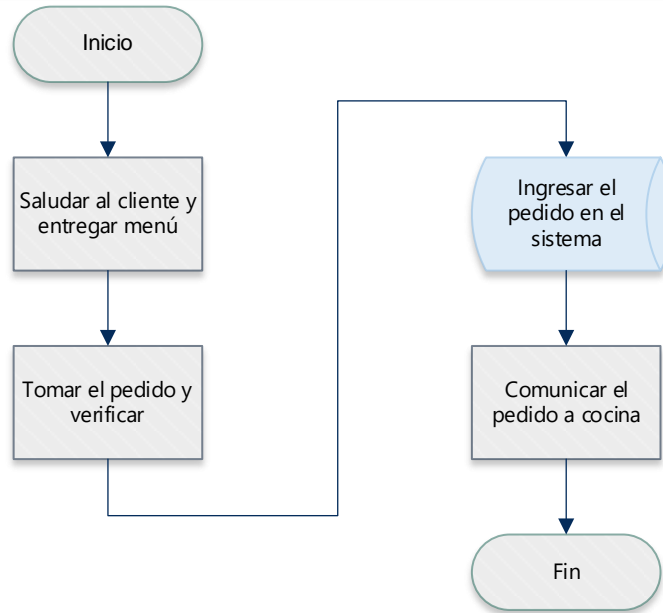
PROCEDIMIENTO 5: Recepción y almacenamiento de productos



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 7 de 14	
PROCEDIMIENTO 6:	Toma de pedidos en el restaurante	
Objetivo del procedimiento: Garantizar que los pedidos de los clientes se tomen de forma precisa y rápida.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Saludar al cliente y entregar el menú	Mesero	Dar la bienvenida al cliente y ofrecer el menú.
2. Tomar el pedido y verificar	Mesero	Escuchar y confirmar con el cliente el pedido solicitado.
3. Ingresar el pedido en el sistema	Mesero	Registrar el pedido en el sistema de punto de venta (POS).
4. Comunicar el pedido a cocina o barra	Mesero	Enviar el pedido a la cocina o barra según corresponda.

PROCEDIMIENTO 6: Toma de pedidos en el restaurante

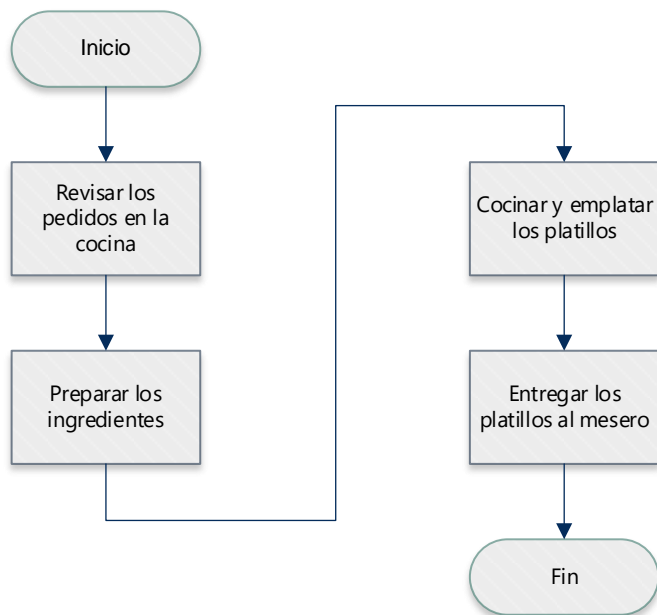
Mesero



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 8 de 14	
PROCEDIMIENTO 7:	Preparación de alimentos	
Objetivo del procedimiento: Asegurar que la comida sea preparada según los estándares de calidad y de manera eficiente.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Revisar los pedidos en la cocina	Cocinero	Verificar los pedidos recibidos y priorizar según el orden de llegada.
2. Preparar los ingredientes	Cocinero	Seleccionar y alistar los ingredientes necesarios para cada platillo.
3. Cocinar y emplatar los platillos	Cocinero	Cocinar los alimentos y presentarlos en los platos de manera adecuada.
4. Entregar los platillos al mesero	Cocinero	Pasar los platillos terminados al mesero para que los sirva al cliente.

PROCEDIMIENTO 7: Preparación de alimentos

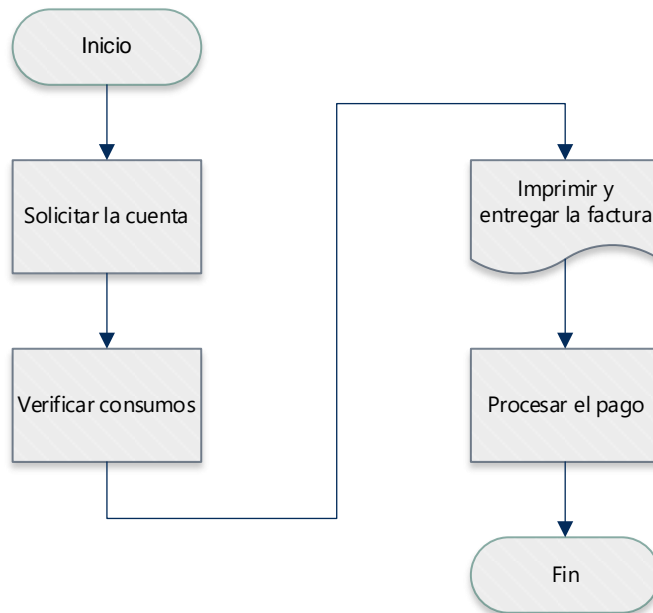
Cocinero



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 9 de 14	
PROCEDIMIENTO 8:	Facturación y cobro	
Objetivo del procedimiento: Asegurar que el proceso de cobro a los clientes sea ágil y sin errores.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Solicitar la cuenta	Mesero	Preguntar al cliente si desea la cuenta.
2. Verificar consumos	Mesero	Revisar los consumos registrados para asegurarse de que sean correctos.
3. Imprimir y entregar la factura	Mesero	Preparar la factura y entregarla al cliente.
4. Procesar el pago	Mesero	Recibir el pago y registrar la transacción en el sistema.

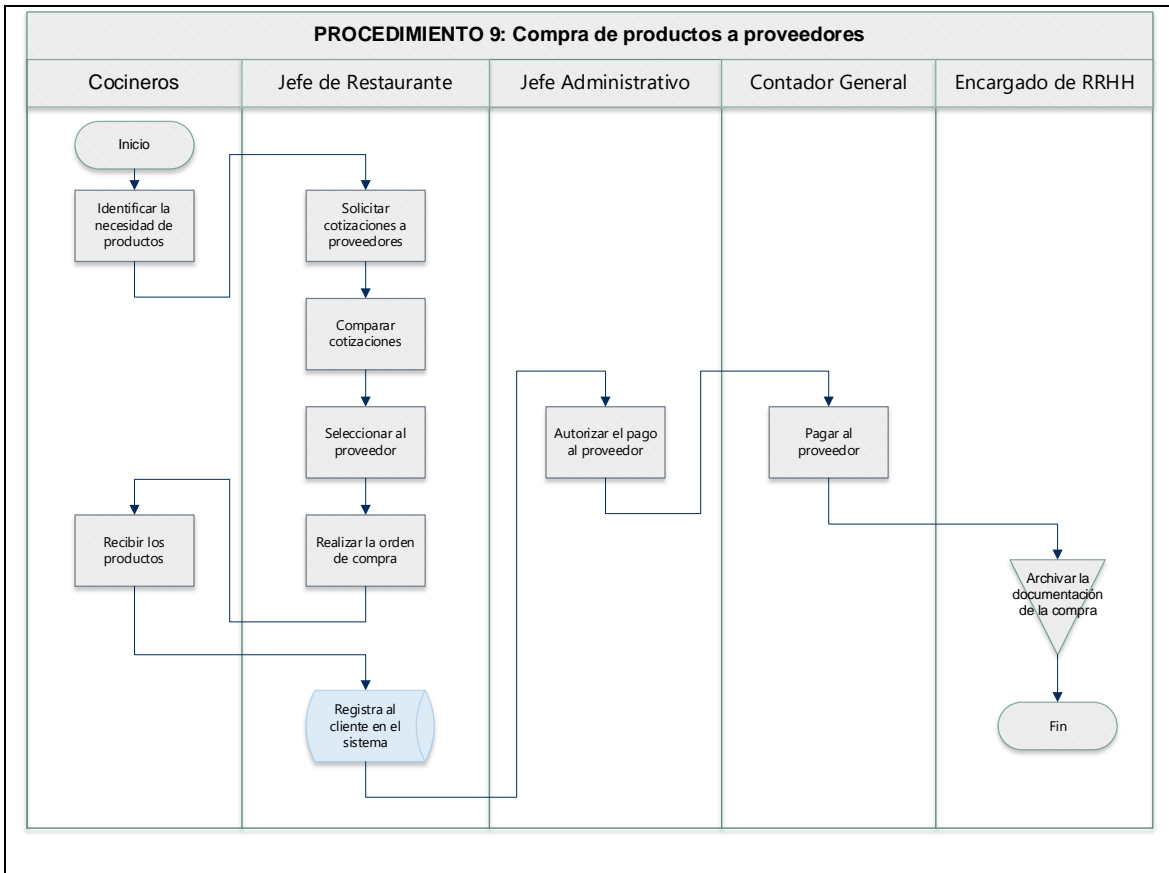
PROCEDIMIENTO 8: Facturación y cobro

Mesero



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 10 de 14	
PROCEDIMIENTO 9:	Compra de productos a proveedores	
Objetivo del procedimiento: Asegurar la compra eficiente y transparente de productos a proveedores, garantizando la calidad de los insumos y el control de inventario adecuado.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Identificar la necesidad de productos	Cocineros	Revisar el inventario y determinar qué productos están agotados o próximos a agotarse.
2. Solicitar cotizaciones a proveedores	Jefe de Restaurante	Contactar a los proveedores para obtener cotizaciones de los productos necesarios.
3. Comparar cotizaciones	Jefe de Restaurante	Evaluar las diferentes cotizaciones recibidas en términos de precio, calidad y tiempos de entrega.
4. Seleccionar al proveedor	Jefe de Restaurante	Escoger el proveedor que ofrece la mejor relación calidad-precio y confirmar el pedido.
5. Realizar la orden de compra	Jefe de Restaurante	Formalizar la compra mediante una orden de compra enviada al proveedor, especificando cantidades, precios y condiciones.

6. Recibir los productos	Cocineros	Verificar la entrega de los productos por parte del proveedor, asegurándose de que cumplan con la cantidad y calidad acordadas.
7. Registrar el ingreso en inventario	Jefe de Restaurante	Actualizar el sistema de inventario con los productos recibidos, incluyendo lotes y fechas de vencimiento.
8. Autorizar el pago al proveedor	Jefe Administrativo	Revisar y autorizar la factura del proveedor, asegurando que los productos recibidos coincidan con la orden de compra.
9. Pagar al proveedor	Contador General	Procesar el pago al proveedor según las condiciones acordadas (transferencia bancaria, cheque, etc.).
10. Archivar la documentación de la compra	Encargado de RRHH	Guardar la orden de compra, factura y comprobante de pago en el archivo correspondiente para futuras referencias.



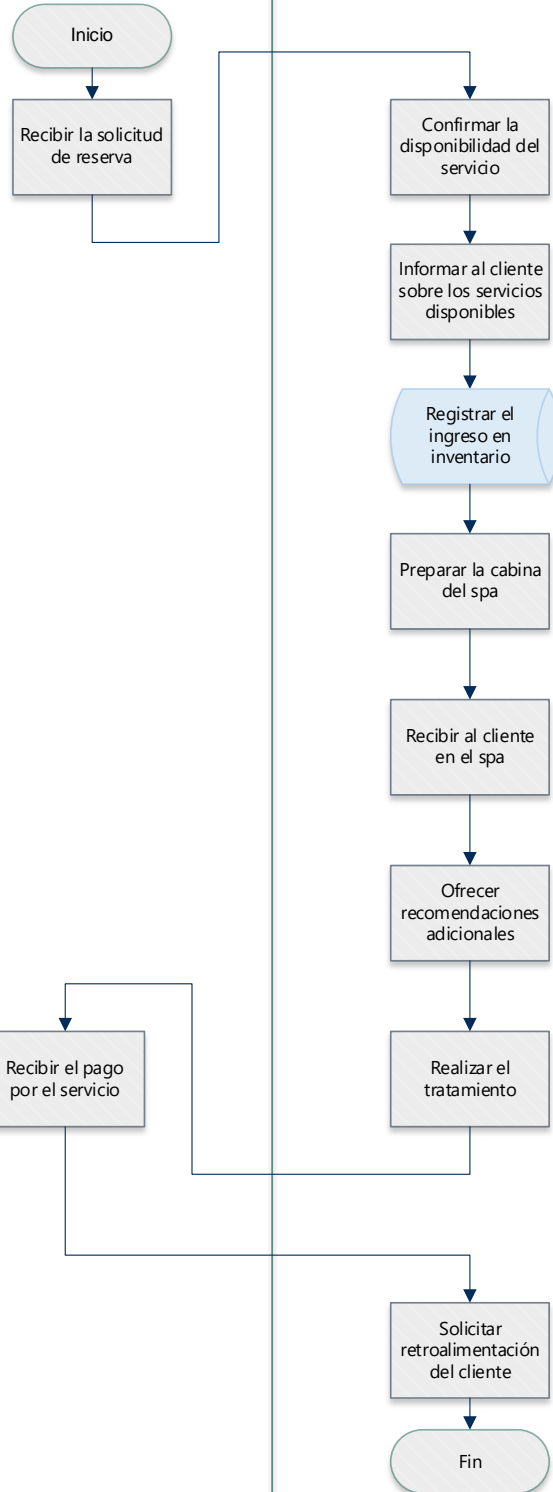
Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 11 de 14	
PROCEDIMIENTO 10:	Atención del Spa	
Objetivo del procedimiento: Garantizar que los clientes disfruten de una experiencia de spa organizada, segura y de alta calidad, desde la reserva hasta el servicio.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recibir la solicitud de reserva	Recepcionista	Recibir la solicitud de reserva por parte del cliente (en persona, teléfono o en línea) e ingresar la información en el sistema de reservas.
2. Confirmar la disponibilidad del servicio	Encargado de Spa	Verificar la disponibilidad de personal y cabinas de spa para la fecha y hora solicitada.
3. Informar al cliente sobre los servicios disponibles	Encargado de Spa	Explicar los tratamientos disponibles, sus beneficios, duración y precios.
4. Registrar la reserva en el sistema	Recepcionista	Confirmar la reserva del cliente y actualizar el calendario del spa.

5. Preparar la cabina del spa	Encargado de Spa	Asegurarse de que la cabina esté limpia, con los suministros necesarios, y con un ambiente adecuado (aromaterapia, música, etc.).
6. Recibir al cliente en el spa	Encargado de Spa	Dar la bienvenida al cliente y verificar la reserva y el tratamiento solicitado.
7. Ofrecer recomendaciones adicionales	Encargado de Spa	Ofrecer recomendaciones sobre otros tratamientos o servicios complementarios que puedan mejorar la experiencia del cliente.
8. Realizar el tratamiento	Encargado de Spa	Realizar el tratamiento solicitado siguiendo los protocolos de calidad y seguridad del spa.
9. Recibir el pago por el servicio	Recepcionista	Procesar el pago del cliente al finalizar el tratamiento, emitiendo la factura correspondiente.
10. Solicitar retroalimentación del cliente	Encargado de Spa	Pedir la opinión del cliente sobre el servicio para mejorar la calidad y la experiencia en el spa.

PROCEDIMIENTO 10: Atención del Spa

Recepcionista

Encargado de Spa

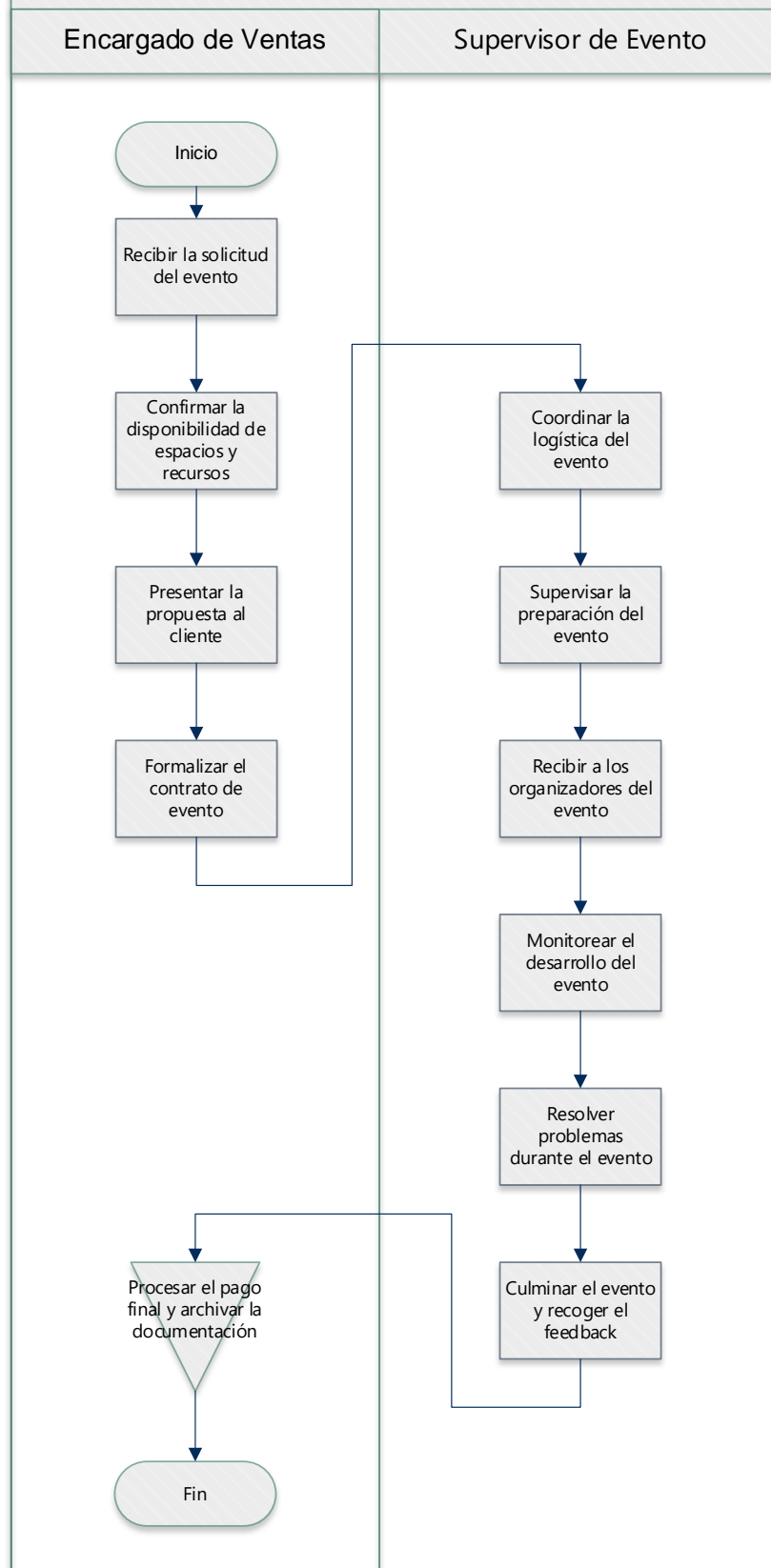


Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 12 de 14	
PROCEDIMIENTO 11:	Ejecución de eventos de negocios	
<p>Objetivo del procedimiento: Garantizar la planificación y ejecución eficiente de eventos de negocios, asegurando que los recursos y servicios del Centro de Negocios se utilicen de manera óptima para satisfacer las necesidades del cliente.</p>		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recibir la solicitud del evento	Encargado de Ventas	Atender la solicitud de los clientes interesados en realizar un evento, reuniendo la información básica sobre la fecha, número de asistentes y tipo de evento.
2. Confirmar la disponibilidad de espacios y recursos	Encargado de Ventas	Revisar el calendario de disponibilidad del Centro de Negocios, salas de reunión y equipos necesarios.
3. Presentar la propuesta al cliente	Encargado de Ventas	Crear una propuesta personalizada, detallando costos, servicios disponibles y condiciones del evento.

4. Formalizar el contrato de evento	Encargado de Ventas	Confirmar la reserva y formalizar el contrato con el cliente, incluyendo términos de pago y uso de instalaciones.
5. Coordinar la logística del evento	Supervisor de Evento	Definir todos los detalles del evento: disposición de mesas y sillas, equipos audiovisuales, catering, y necesidades especiales del cliente.
6. Supervisar la preparación del evento	Supervisor de Evento	Asegurar que todos los elementos del evento estén preparados según lo planificado, incluyendo decoración, tecnología y catering.
7. Recibir a los organizadores del evento	Supervisor de Evento	Dar la bienvenida al cliente el día del evento, y revisar que todo esté dispuesto según lo acordado.
8. Monitorear el desarrollo del evento	Supervisor de Evento	Supervisar la ejecución del evento, verificando que el personal esté atento a las necesidades del cliente y que los recursos técnicos y logísticos funcionen correctamente.
9. Resolver problemas durante el evento	Supervisor de Evento	Estar disponible para solucionar cualquier problema o ajuste que surja durante el evento, asegurando la satisfacción del cliente.
10. Culminar el evento y recoger el feedback	Supervisor de Evento	Finalizar el evento, recoger la retroalimentación del cliente sobre la experiencia y tomar nota para mejoras futuras.

11. Procesar el pago final y archivar la documentación	Encargado de Ventas	Procesar cualquier saldo pendiente de pago, emitir la factura final y archivar el contrato y los detalles del evento para futuras referencias.
--	---------------------	--

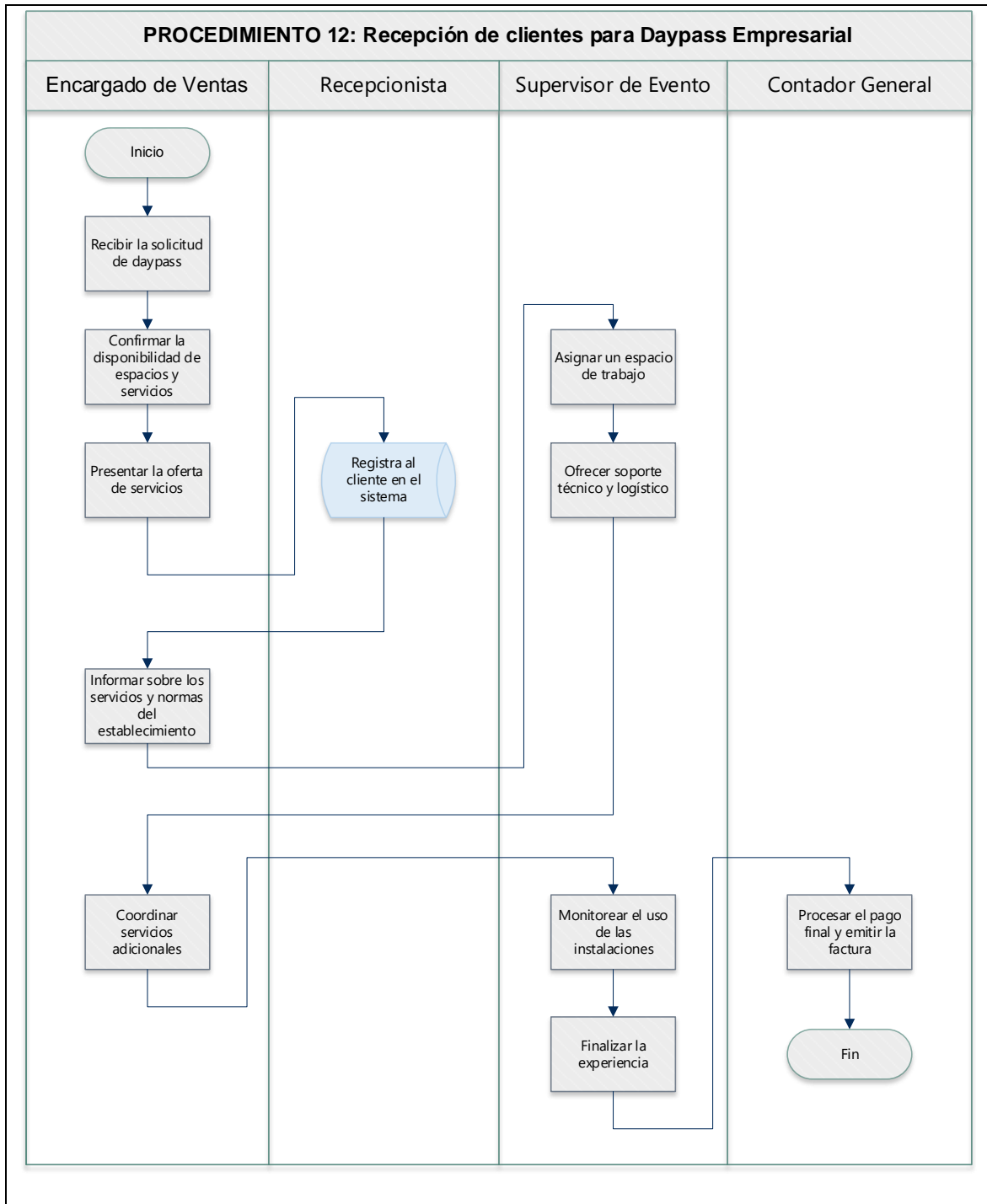
PROCEDIMIENTO 11: Ejecución de eventos de negocios



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 13 de 14	
PROCEDIMIENTO 12:	Recepción de clientes para Daypass Empresarial	
Objetivo del procedimiento: Asegurar que los clientes corporativos disfruten de una experiencia fluida y cómoda al acceder a las instalaciones y servicios ofrecidos en el Daypass Empresarial.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recibir la solicitud de Daypass	Encargado de Ventas	Atender la solicitud del cliente para un Daypass Empresarial, obteniendo información sobre la fecha y el número de personas.
2. Confirmar la disponibilidad de espacios y servicios	Encargado de Ventas	Verificar la disponibilidad de las salas de trabajo, equipos y servicios ofrecidos en el Daypass, y confirmar la fecha solicitada.
3. Presentar la oferta de servicios	Encargado de Ventas	Detallar los servicios incluidos en el Daypass (acceso a internet, salas de reunión, coffee break, etc.) y enviar una confirmación formal al cliente.

4. Registrar al cliente en el sistema	Recepcionista	Al llegar, registrar los datos del cliente y del grupo, proporcionando acceso a las áreas del centro de negocios.
5. Informar sobre los servicios y normas del establecimiento	Encargado de Ventas	Dar la bienvenida al cliente, explicando los servicios incluidos, las áreas disponibles y las normas de uso de las instalaciones.
6. Asignar un espacio de trabajo	Supervisor de Evento	Asignar una sala de trabajo o espacio según las necesidades del cliente, garantizando que esté equipada con los recursos solicitados (pantallas, proyectores, mesas, etc.).
7. Ofrecer soporte técnico y logístico	Supervisor de Evento	Asegurarse de que los equipos tecnológicos (internet, proyectores, sonido) funcionen correctamente y estén disponibles para el uso del cliente.
8. Coordinar servicios adicionales	Encargado de Ventas	Gestionar servicios extras solicitados por el cliente, como coffee breaks, almuerzos, o acceso a otras instalaciones (gimnasio, spa, etc.).
9. Monitorear el uso de las instalaciones	Supervisor de Evento	Estar disponible para resolver cualquier problema durante el uso de las instalaciones y garantizar que se mantenga un ambiente óptimo para trabajar.

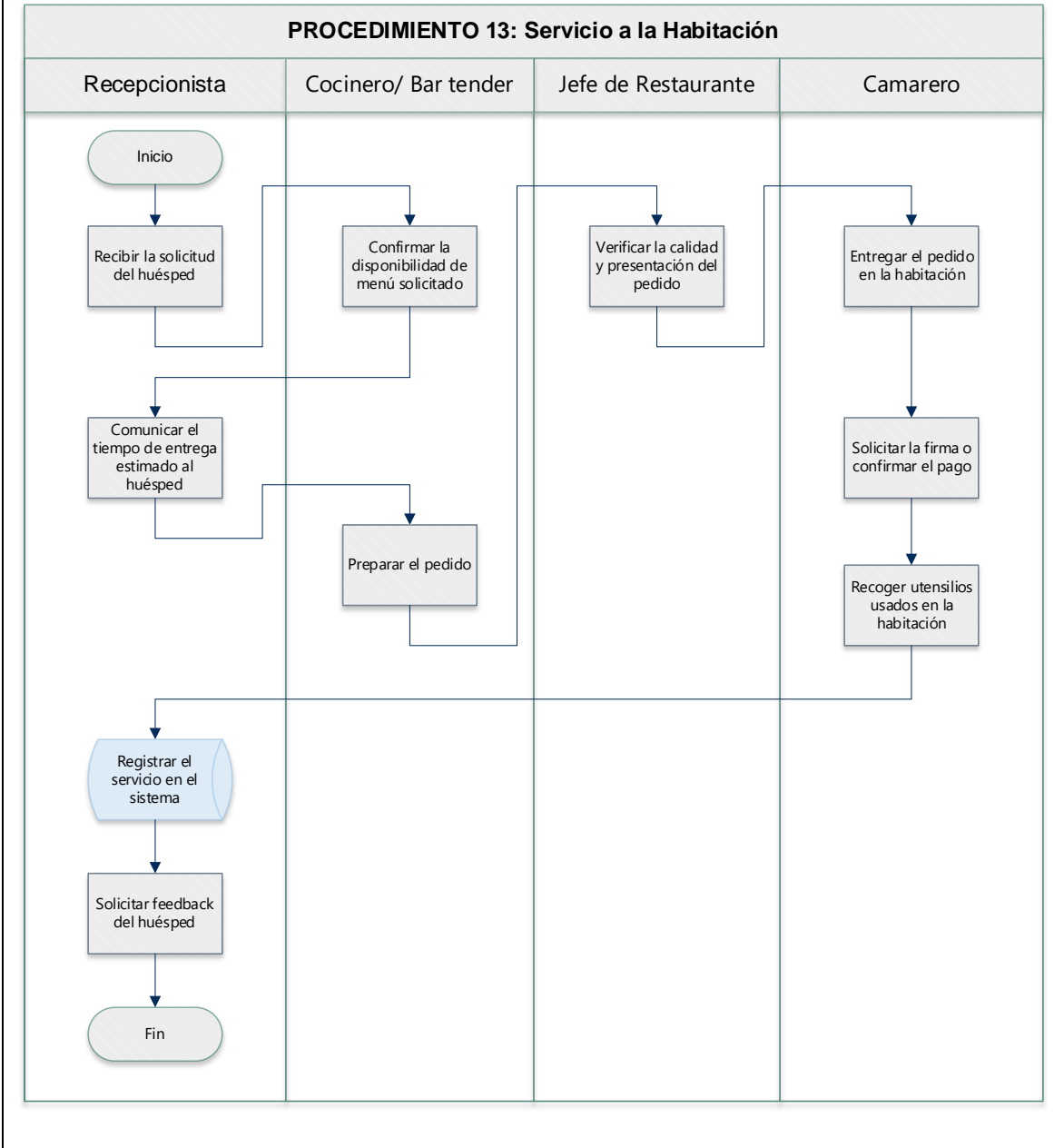
10. Finalizar la experiencia	Supervisor de Evento	Asegurarse de que el cliente esté satisfecho, recoger feedback sobre la experiencia y agradecerles su visita.
11. Procesar el pago final y emitir la factura	Contador General	Procesar el pago del Daypass, emitir la factura correspondiente y archivar los detalles para futuras referencias o renovaciones de servicios.



Manual de Procedimientos	Código:	MNL-MPR-0003
	Revisión:	01
	Fecha de emisión:	05/10/2024
	Página 14 de 14	
PROCEDIMIENTO 13:	Servicio a la habitación	
Objetivo del procedimiento: Proporcionar un servicio eficiente y de calidad a los huéspedes que soliciten alimentos y bebidas en su habitación, asegurando satisfacción y cumplimiento de los estándares del hotel.		
LISTA DE PASOS DEL PROCEDIMIENTO		
Paso	Responsable	Descripción del paso
1. Recibir la solicitud del huésped	Recepcionista	Recibir la solicitud de servicio a la habitación, ya sea por teléfono o a través de una aplicación, y tomar nota de los detalles del pedido.
2. Confirmar la disponibilidad del menú solicitado	Cocinero/Bar tender	Verificar que los alimentos o bebidas solicitados estén disponibles en la cocina, confirmando tiempos estimados de entrega.
3. Comunicar el tiempo de entrega estimado al huésped	Recepcionista	Informar al huésped sobre el tiempo estimado en que recibirán su pedido, asegurando que tengan expectativas claras.

4. Preparar el pedido	Cocinero / Bartender	Cocinar los platillos y preparar las bebidas solicitadas, asegurándose de que cumplan con los estándares de presentación y calidad.
5. Verificar la calidad y presentación del pedido	Jefe de Restaurante	Revisar que el pedido esté correctamente preparado, bien presentado y que no falte ningún artículo solicitado por el huésped.
6. Entregar el pedido en la habitación	Camarero	Llevar el pedido a la habitación del huésped, presentarlo con cortesía y asegurarse de que todo esté en orden.
7. Solicitar la firma o confirmar el pago	Camarero	Solicitar la firma del huésped para confirmar la recepción del pedido, o procesar el pago si es necesario.
8. Recoger los utensilios usados en la habitación	Camarero	Después de un tiempo prudente, regresar a la habitación para recoger los platos y utensilios usados, manteniendo la habitación limpia y ordenada.
9. Registrar el servicio en el sistema	Recepcionista	Registrar la solicitud en el sistema para fines de control y facturación, asegurando que se refleje correctamente en la cuenta del huésped.

10. Solicitar feedback del huésped	Recepcionista	Al momento del checkout, pedir retroalimentación sobre el servicio a la habitación para identificar áreas de mejora.
------------------------------------	---------------	--



ETAPA ECONÓMICA FINANCIERA

ETAPA ECONOMICA FINANCIERA

OBJETIVO GENERAL DE LA ETAPA ECONÓMICA FINANCIERA

Desarrollar y evaluar un análisis económico-financiero exhaustivo que permita determinar la viabilidad y rentabilidad de la inversión en los nuevos servicios ofrecidos por el hotel y restaurante, mediante la identificación y proyección de costos, ingresos, financiamiento, y escenarios de retorno sobre la inversión.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA ETAPA ECONÓMICA FINANCIERA

1. Calcular la inversión inicial requerida, desglosando los rubros de inversión fija tangible e intangible y el capital de trabajo necesario para la operación del proyecto.
2. Evaluar el costo de operación y el impacto de costos variables y fijos para los servicios innovadores como Beach Office, Centro de Negocios y Daypass Empresarial.
3. Determinar el punto de equilibrio para cada uno de los servicios, considerando diferentes escenarios de precios y proyecciones de ventas.
4. Generar estados financieros proforma que permitan simular los resultados operativos y el flujo de efectivo en distintos escenarios, con el objetivo de planificar y optimizar la gestión económica.
5. Analizar la rentabilidad del proyecto mediante indicadores económicos como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), y la relación Beneficio-Costo (B/C).

6. Realizar el análisis del impacto económico social, de género y el impacto ambiental del proyecto en cada una de esas áreas.

ALCANCE DE LA ETAPA ECONÓMICA FINANCIERA

La etapa económica financiera delimitará su alcance bajo el siguiente contenido:

1. Se analizarán las opciones de financiamiento disponibles para el proyecto, considerando tanto fuentes internas como externas. Esto incluirá la evaluación de condiciones de préstamos, posibles inversores y otras fuentes de capital, con el objetivo de definir la estructura óptima de financiamiento que respalde la implementación de los nuevos servicios.
2. Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los costos asociados con la implementación de los nuevos servicios, incluyendo costos de infraestructura, capacitación, recursos humanos, equipos y materiales necesarios. Este análisis permitirá establecer un presupuesto detallado y prever posibles desviaciones.
3. Se calcularán y analizarán los ratios financieros relevantes para evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, tales como la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN), el Periodo de Recuperación de la Inversión, entre otros. Estos indicadores permitirán medir el rendimiento económico esperado del proyecto.
4. Finalmente, se realizarán evaluaciones del impacto social, de género y ambiental de los nuevos servicios. Se analizará cómo el proyecto contribuirá al bienestar de la comunidad local, fomentará la equidad de género y reducirá posibles impactos negativos en el entorno natural. Estos análisis garantizarán que el proyecto se alinee con principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

METODOLOGÍA

El estudio económico permitirá establecer los elementos y requisitos necesarios para evaluar posteriormente la propuesta y permitir una toma de decisiones consistente.

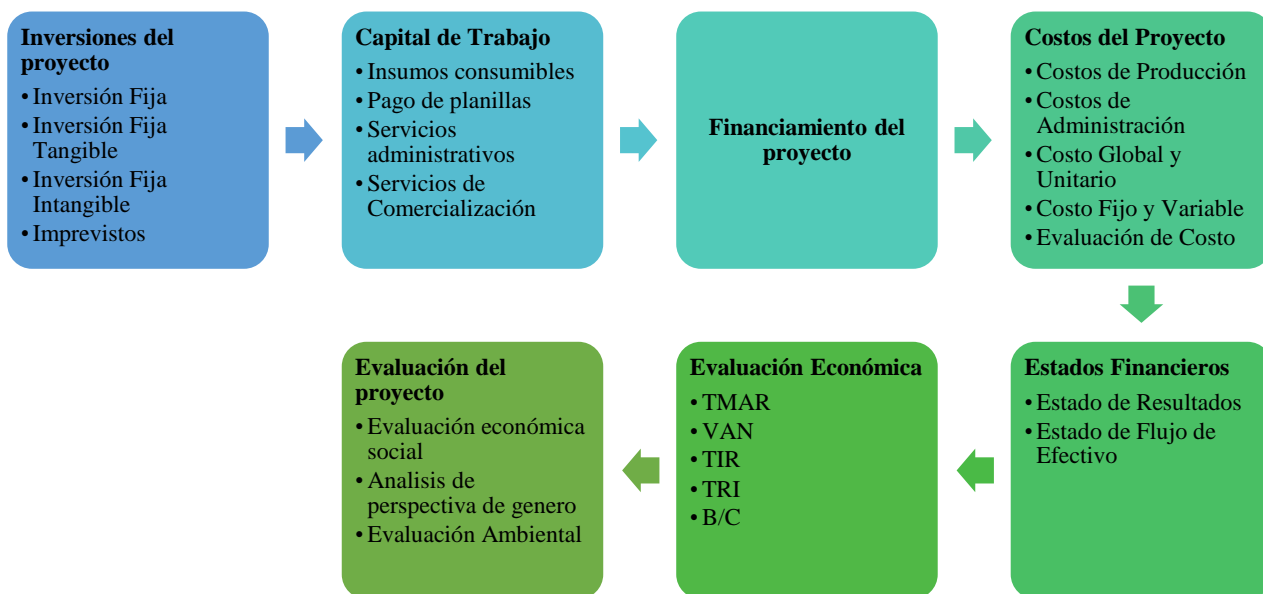


Ilustración 58 Metodología Etapa Económica Financiera

I. INVERSIONES DEL PROYECTO

A. INVERSION FIJA

La inversión fija es la inversión en activos físicos o intangibles que se utilizan para producir bienes o servicios.

Inversiones fijas	Rubro
TANGIBLES	Obra civil
	Maquinaria y equipo
	Insumos
INTAGIBLES	Administración de proyectos
	Imprevistos

Tabla 79 Inversiones fijas tangibles e intangibles

B. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.

A continuación, se desglosarán cada uno de los rubros de inversiones fijas tangibles.

Obra civil

Es necesaria la inversión para adecuar las instalaciones de la empresa a las nuevas necesidades de esta, como lo es para el Beach office, Salón de eventos y spa, se requiere un espacio destinado a esta actividad, ya se cuenta con el espacio por lo que solo se invertirá en la obra civil de la readecuación de los espacios

➤ **Centro de Negocios**

ESTIMACION DE COSTOS EDIFICIO CENTRO DE NEGOCIOS			
No.	DESCRIPCIÓN	PARTIDAS	TOTAL
1.0	INSTALACIONES PROVISIONALES		\$ 4,901.17
1.1	Instalaciones Provisionales Generales	\$ 4,901.17	
2.0	TERRACERIA		\$ 1,637.77
2.1	Terraceria General + Compactación	\$ 1,637.77	
3.0	OBRA GRIS		\$ 12,198.67
3.1	Fundaciones (zapatas, soleras y pedestales y losa)	\$ 2,897.57	
3.2	Columnas	\$ 975.10	
3.3	Vigas de Acero	\$ 8,326.00	
5.0	PAREDES		\$ 14,181.25
5.1	Pared de bloque de concreto	\$ 11,236.00	
5.2	Pared de tabla roca para interiores + mano de obra	\$ 2,945.25	
6.0	CUBIERTA		\$ 31,432.23
6.1	Estructura de techo	\$ 16,895.37	
6.2	Cubierta	\$ 14,536.86	
7.0	ACABADOS		\$ 28,700.71
7.1	Pisos	\$ 7,762.50	
7.2	Cielo Falso	\$ 14,436.61	
7.3	Baldosas	\$ 253.00	
7.4	Puertas y ventanas	\$ 6,248.60	
8.0	INSTALACIONES ELECTRICAS		\$ 7,327.85
8.1	Instalacion Electrica + luminarias	\$ 7,327.85	
9.0	INSTALACIONES HIDRAULICAS		\$ 2,054.82
9.1	Instalaciones de Aguas Negras	\$ 651.28	
9.2	Instalaciones de Agua Potable + ducha, inodoro y lavamanos	\$ 932.31	
9.3	Instalaciones de Aguas Lluvias	\$ 471.23	
			\$ 102,434.47

➤ **SPA**

ESTIMACION DE COSTOS EDIFICIO DE SPA			
No.	DESCRIPCIÓN	PARTIDAS	TOTAL
1.0	PAREDES + FUNDACIONES		\$ 6,155.01
1.1	Pared de bloque de concreto + fundaciones	\$ 5,289.69	
1.2	Pared de tabla roca para interiores + mano de obra	\$ 865.32	
2.0	ACABADOS		\$ 6,015.65
2.1	Acabado general paredes de bloque repello + pintura + baldosa	\$ 3,698.65	
2.2	Cielo falso	\$ 2,317.00	
3.0	MOBILIARIO		\$ 5,678.90
3.1	Mobiliario General	\$ 5,678.90	
4.0	VENTANERIA Y PUERTAS		\$ 4,424.77
4.1	Ventanas	\$ 2,365.00	
4.2	Puertas Abatibles de madera y corredizas	\$ 562.00	
4.3	Puertas corredizas y abatibles de vidrio y perf. De pvc	\$ 1,497.77	
		TOTAL	\$ 22,274.33

➤ **Mobiliario y equipo**

Se detallará a continuación la inversión a realizar en la compra de la mobiliario y equipo necesarios requeridos en cada uno de los servicios ofrecidos.

Nombre	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Proyector	2	\$475	\$950.00
Pantallas	2	\$150	\$300.00
Monitores	3	\$285.00	\$855.00
Impresora	4	\$224	\$896.00
Sistema de audio	1	\$2,294.14	\$2,294.14
Micrófono inalámbrico	2	\$41.99	\$83.98
Lampara de escritorio	6	\$19.90	\$119.40
Mesas	3	\$150	\$450.00
Sillas	11	\$120	\$1,320.00
Archivero	3	\$189	\$567.00
Armario	6	\$329.00	\$1,974.00
Basureo	10	\$3.95	\$39.50
Grapadora	8	\$10.43	\$83.44
Calentador de toallas para spa	1	\$88.88	\$88.88
Camillas de masaje	3	\$90	\$270.00
TOTAL			\$10,291.34

Tabla 80 Mobiliario y equipo

Resumen de inversión fija tangible

Inversión fija tangible	Total
Obra civil	\$125,652.15
Mobiliario y equipo	\$10,291.34
TOTAL	\$135,943.49

Tabla 81 Resumen de inversión fija tangible

C. INVERSION FIJA INTANGIBLE

Se puede entender como inversiones intangibles a los gastos que se realizarán en la fase preoperativa de proyecto que no sean posible identificarlos físicamente.

➤ Investigaciones y estudios previos

Este rubro no forma parte de la inversión inicial, sino más bien es parte de la reinversión y que se debe recuperar. Se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo de factibilidad y estudios especializados complementarios.

RESUMEN	
Recurso humano	\$ 15,330.00
Materiales y servicios	\$ 2,916.00
Viáticos	\$ 480.00
Total	\$ 18,726.00

Tabla 82 Investigación y estudios previos

➤ Capacitaciones

Este rubro comprende las capacitaciones que inicialmente se les dará a los empleados del proyecto, tales como los de atención al cliente y personal que se encontrará en el área de alojamiento:

TEMÁTICA	DESCRIPCIÓN
Capacitación en Servicio al Cliente	Formación en protocolos de servicio, manejo de quejas, y estándares de atención al cliente para personal de recepción, SPA y eventos.
Capacitación Técnica	Entrenamiento en el uso de equipos especializados, como el sistema de audio, proyectores, o equipos de SPA (camillas, aceites, y técnicas de masaje).
Capacitación en Seguridad y Salud Ocupacional	Incluye procedimientos de seguridad en áreas de cocina y SPA, y primeros auxilios básicos. Puede ser requerida por normativa para ciertos servicios de hospitalidad

Detalle de la inversión:

Tipo de Capacitación	Costo Total
Servicio al cliente	\$400.00
Capacitación técnica	\$500.00
Seguridad y salud ocupacional	\$500.00
Total de capacitaciones	\$1,400.00

Tabla 83 Capacitaciones

Resumen de inversión fija intangible:

RESUMEN DE INVERSIONES	
Total de investigación y estudios previos	\$18,726.00
Total de capacitaciones	\$1,400.00
Total de inversión fija intangible	\$20,126.00

Tabla 84 Resumen de inversión fija intangible

Resumen de inversiones fijas:

RESUMEN DE INVERSIONES	
Inversión fija tangible	\$135,943.49
Inversión fija intangible	\$20,126.00
Total de inversión fija	\$156,069.49

Tabla 85 Resumen de inversión fija tangible

D. IMPREVISTOS

Se establecerá un monto destinado a imprevistos que puedan generarse a lo largo del proyecto, este monto será el 5% del monto total de la inversión.

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Total de inversión fija del proyecto	\$156,069.49
Imprevistos 5%	\$7,803.47
Total de inversión fija con imprevistos	\$163,872.96

Tabla 86 Imprevistos

II. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica. Se entiende como capital de trabajo como aquellos recursos económicos que se deben de obtener a fin de garantizar un buen y continuo funcionamiento para empresa o negocio, en este caso serán todos los recursos económicos que el restaurante requiera para sus procesos y actividades a lo largo del tiempo; ya que prescindir de ellos conllevará a ausencias en los compromisos que la empresa posea, como la compra de insumos, pago a trabajadores y el capital adicional para suplir los gastos diarios.

A. INSUMOS CONSUMIBLES

Detalle de los insumos requeridos para la prestación de los servicios proyectados para un año:

Nombre	Cantidad	Precio	Precio	Consumo anual	Precio anual
Papel	2	\$4.85	\$9.70	6	\$58.20
Tinta para impresora	8	\$13.05	\$104.4	15	\$417.60
Grapas	8	\$1.89	\$15.12	8	\$45.36
Clips	2	\$9.00	\$18.00	2	\$36.00
Bolígrafos	3	\$2.99	\$8.97	9	\$80.73
Folder	50	\$0.35	\$17,50	100	\$52.50
Plumones	10	\$1.50	\$15.00	25	\$375.00
Tollas	50	\$5.86	\$293.00	3	\$879.00
Batas para Spa	3	\$39.99	\$119.97	9	\$959.76
Par de zapatillas	3 set	\$25.00	\$75.00	4	\$300.00
Vela aromática	3	\$10.00	\$30.00	5	\$150.00
Aceites para masajes	10	\$14.49	\$144.90	3	\$434.70
Total Anual					\$3,788.85

Tabla 87 Inventario de insumos

B. PAGO DE PLANILLAS

Se tomará en cuenta solo los salarios del personal nuevo ingreso que se requiere para la funcionalidad de los nuevos servicios y se proyectará el pago para el primer mes de implementación.

Puestos	Cantidad	Salario mensual	Salario mensual total
Cocineros	2	\$420.66	\$841.33
Lavaplatos	1	\$420.66	\$420.66
Encargado de spa	2	\$691.50	\$1,383.00
Jefe de eventos y servicios	1	\$1,152.50	\$1,152.50
Encargado de ventas	1	\$576.25	\$576.25
Encargado de decoración	1	\$420.66	\$420.66
Supervisor de evento	1	\$576.25	\$576.25
Camareros	2	\$420.66	\$841.33
TOTAL			\$6,211.98

Tabla 88 Pago de planillas de nuevo ingreso

Se han proyectado otros costos administrativos y de comercialización para el primer mes:

C. SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

Servicio	Costo mensual
Instalación del servicio*	\$50
Servicio de internet	\$159.00
Total	\$209.00

Tabla 89 Servicios Administrativos

*Nota: el costo de instalación es un pago de una sola vez para iniciar con el servicio.

D. SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN

Servicio	Costo mensual
Marketing y publicidad	\$300.00
Total	\$300.00

Tabla 90 Servicios de comercialización

Resumen de capital de trabajo:

RUBRO	MONTO DE INVERSION
Insumos consumibles	\$3,788.85
Pago de planilla	\$6,211.98
Servicios administrativos	\$209.00
Servicios de comercialización	\$300.00
TOTAL	\$10,509.83

Tabla 91 Resumen de capital de trabajo

RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

Descripción	Subtotal	Total
Obra civil	\$125,652.15	
Mobiliario y equipo	\$10,291.34	
Inversión fija tangible		\$135,943.49
Investigación y estudios previos	\$18,726.00	
Capacitaciones	\$1,400.00	
Inversión fija intangible		\$20,126.00
Total de inversión fija sin imprevistos		\$156,069.49
Imprevistos del 5%	\$7,803.47	
Total de inversiones fijas		\$163,872.96
Insumos consumibles	\$3,788.85	
Pago de planilla	\$6,211.98	
Servicios administrativos	\$209.00	
Servicios de comercialización	\$300.00	
Total de capital de trabajo		\$10,509.83
Plan de implementación		\$5,665.00
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO		\$180,047.79

Tabla 92 Resumen de inversiones del proyecto

III. FINANCIAMIENTO EN EL PROYECTO

El total de Inversión fija tangible e intangible para este proyecto suma la cantidad de \$180,047.79, siendo \$135,943.49 para inversión fija tangible y \$20,126.00 para inversión fija intangible. Para este estudio se considerará que todo el monto de inversión será financiado con un agente financiero.

Se presenta a continuación las diferentes instituciones financieras con las tasas vigentes de financiamiento:¹²

Institución Financiera	Tasa Nominal	Tasa Efectiva
Banco Agrícola S.A.	19.50%	22.00%
Banco Cuscatlán de El Salvador S.A.	15.00%	19.00%
Banco Davivienda Salvadoreño S.A.	21.25%	66.25%
Banco Hipotecario de El Salvador S.A.	Hasta 25.00%	Hasta 37.99%
CITIBANK, N.A. Suc. El Salvador	17.00%	22.00%
Banco de Fomento Agropecuario	Hasta 20.00%	Hasta 34.67%
Banco Promérica S.A.	22.34%	Hasta 28.68%
Banco de América Central S.A.	22.00%	32.00%
Banco Abank S.A.	21.00%	34.00%
Banco Industrial El Salvador S.A.	Hasta 14%	16.85%
Banco Azul de El Salvador S.A.	21.00%	39.00%

Tabla 93 Instituciones Financieras con tasas vigentes de financiamiento

¹² Tasas Activas obtenidas de la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador con Vigencia del 1 al 31 de octubre de 2024.

A partir de los datos obtenidos se puede observar que las menores tasas relacionadas a préstamos para el sistema es el **Banco Cuscatlán** por lo cual se toma la decisión de optar por un préstamo con el sistema que ofrece, en el cual también posee con líneas de crédito y requisitos generales, los cuales a continuación se presentan:

Línea de crédito para:

- ✓ Financiamiento para capital de trabajo en proyectos PYME.
- ✓ Financiamiento para capital de inversión en proyectos PYME.
- ✓ Financiamiento para pago de deudas en proyectos PYME.
- ✓ Financiamiento para importación y exportación.
- ✓ Crédito con garantía pignorada.

Requisitos generales:

- ✓ Experiencia mínima de un año en la actividad económica.
- ✓ Fotocopia de DUI y NIT del solicitante del Crédito y Codeudor.
- ✓ Seis últimas declaraciones de IVA y dos de renta.
- ✓ Contar con el mínimo del 20% de inversión total
- ✓ Estar legalmente constituida y manejar registros contables formales.

Mecanismo de financiamiento con Banco Cuscatlán

Para calcular la cuota mensual, que se va a desembolsar para el pago de la deuda, se tomarán en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Se considera que la contraparte proporcionará un **50%** de la inversión total del proyecto financiada con **fondos propios**: $\$180,047.79 (50\%) = \$90,023.90$

- ✓ Se utilizará la **tasa efectiva anual** de **19.00%** que se aplica a la financiación proporcionada por la institución bancaria seleccionada.
- ✓ **Monto a financiar: \$90,023.90**
- ✓ **Plazo:** considerando un plazo de **10 años**

Cuota anual de financiamiento

$$\text{Ecuación: } M = P \times \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Donde:

- ✓ M: Pago mensual
- ✓ P: Capital financiado
- ✓ i: tasa de interés
- ✓ n: plazo de crédito, número de años que dura el crédito

$$\text{Tasa mensual: } \frac{19\%}{12} = 1.5833\% \text{ o } 0.015833 \text{ mensual}$$

$$\text{Número de pagos: } 10 \times 12 \text{ meses} = 120 \text{ meses}$$

$$M = \$90,023.90 \times \frac{0.015833(1 + 0.015833)^{120}}{(1 + 0.015833)^{120} - 1}$$

$$M = \$1,680.50 \text{ Pago mensual estimado}$$

El costo total del préstamo es la suma de todos los pagos mensuales durante el plazo de 10 años:

$$\text{Costo total del préstamo} = \$1,680.50 \times 120$$

$$\text{Costo total del préstamo} = \$201,660.00$$

Por lo tanto, el costo total del préstamo a 10 años con una tasa efectiva del 19.00% será de **\$201,660.00**, lo que incluye tanto el monto del préstamo original como los intereses generados a lo largo del tiempo. Para calcular el total de intereses que se pagarán durante el préstamo, se puede restar el monto del préstamo original del costo total:

$$\text{Intereses} = \$201,660.00 - \$90,023.90$$

$$\text{Intereses} = \$111,636.10$$

El desglose de los primeros 12 meses del préstamo es el siguiente:

Mes	Pago Mensual	Pago de Interés	Amortización Capital	Saldo Pendiente
0				\$90,023.90
1	\$1,680.50	\$1,425.38	\$255.12	\$89,768.78
2	\$1,680.50	\$1,421.34	\$259.16	\$89,509.62
3	\$1,680.50	\$1,417.24	\$263.26	\$89,246.36
4	\$1,680.50	\$1,413.07	\$267.43	\$88,978.93
5	\$1,680.50	\$1,408.83	\$271.66	\$88,707.26
6	\$1,680.50	\$1,404.53	\$275.97	\$88,431.30
7	\$1,680.50	\$1,400.16	\$280.34	\$88,150.96
8	\$1,680.50	\$1,395.72	\$284.77	\$87,866.19
9	\$1,680.50	\$1,391.21	\$289.28	\$87,576.91
10	\$1,680.50	\$1,386.63	\$293.86	\$87,283.04
11	\$1,680.50	\$1,381.98	\$298.52	\$86,984.53
12	\$1,680.50	\$1,377.26	\$303.24	\$86,681.29

Tabla 94 Desglose del préstamo de 12 meses

Cada mes, el pago total se mantiene constante en \$1,680.50, pero la proporción de pago destinada a intereses disminuye mientras que la amortización del capital aumenta. Este desglose muestra cómo se distribuyen los pagos a lo largo del tiempo, permitiendo observar la reducción gradual del saldo pendiente del préstamo durante el primer año. El desglose de los pagos anuales para el préstamo de \$90,023.90 con una tasa de interés del 19% anual

durante 10 años, con pagos mensuales de \$1,680.50, es el siguiente:

Año	Pago Anual	Intereses (19%)	Amortización Capital	Saldo Pendiente
Año 0				\$90,023.90
Año 1	\$20,165.97	\$16,823.36	\$3,342.61	\$86,681.29
Año 2	\$20,165.97	\$16,129.93	\$4,036.04	\$82,645.25
Año 3	\$20,165.97	\$15,292.65	\$4,873.32	\$77,771.93
Año 4	\$20,165.97	\$14,281.67	\$5,884.29	\$71,887.63
Año 5	\$20,165.97	\$13,060.97	\$7,105.00	\$64,782.64
Año 6	\$20,165.97	\$11,587.03	\$8,578.94	\$56,203.70
Año 7	\$20,165.97	\$9,807.32	\$10,358.64	\$45,845.06
Año 8	\$20,165.97	\$7,658.41	\$12,507.56	\$33,337.50
Año 9	\$20,165.97	\$5,063.71	\$15,102.26	\$18,235.24
Año 10	\$20,165.97	\$1,930.73	\$18,235.24	\$0.00

Tabla 95 Desglose del préstamo para 10 años

IV. COSTOS DEL PROYECTO

El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto o prestación de servicio, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, entre otros.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo.

Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas. El método seleccionado para poder realizar el coste de los servicios para el caso de los diferentes tipos de servicios innovadores será el costeo por absorción el cual consiste en incluir los costos de los elementos (materiales, mano de obra y costos indirectos) incorporados a los servicios, tanto sean fijos o variables.

Además de ello para poder estimar el costo unitario y posteriormente el precio, los costos se dividirán en las áreas funcionales, es decir:

- ✓ Costos de Producción
- ✓ Costos de Administración
- ✓ Costos de Comercialización
- ✓ Costos Financieros

A. COSTOS DE PRODUCCIÓN / SERVICIO

Se entiende por costos de producción a los desembolsos de dinero en que se incurre para la elaboración del o de los servicios cabe mencionar que estos costos se dividen en directos (materia prima, materiales directos, mano de obra directa) e indirectos (mano de obra indirecta, materiales indirectos).

1. MANO DE OBRA DIRECTA

Para el cálculo del costo de la mano de obra directa se tendrán en cuenta lo siguiente:

- ✓ Se considerará para la cuota patronal un 7.5% para ISSS, un 7.75% para AFP
- ✓ Para el cálculo de las vacaciones anuales se considerará el salario diario de 15 días más un 30% del mismo.
- ✓ Para el cálculo del aguinaldo se considerará un salario de 15 días.
- ✓ Se considerará un salario mínimo de \$365 al mes.
- ✓ Se considerará un mes comercial de 30 días.

Nota: se hace la recomendación que se contrate al personal por servicios profesionales hasta La Costa del Sabor llegue a un nivel económico más alto para poder dar prestaciones de ley.

Puesto	Salario mensual	AFP (7.75%)	ISSS (7.50%)	Salario más prestaciones	Cantidad	Salario mensual total	Salario anual total
Cocineros	\$365.00	\$28.29	\$27.38	\$420.66	2	\$841.33	\$10,095.90
Lavaplatos	\$365.00	\$28.29	\$27.38	\$420.66	1	\$420.66	\$5,047.95
Encargado de spa	\$600.00	\$46.50	\$45.00	\$691.50	2	\$1,383.00	\$16,596.00
Jefe de eventos y servicios	\$1,000.00	\$77.50	\$75.00	\$1,152.50	1	\$1,152.50	\$13,830.00
Encargado de decoración	\$365.00	\$28.29	\$27.38	\$420.66	1	\$420.66	\$5,047.95
Supervisor de evento	\$500.00	\$38.75	\$37.50	\$576.25	1	\$576.25	\$6,915.00
Camareros	\$365.00	\$28.29	\$27.38	\$420.66	2	\$841.33	\$10,095.90
TOTAL MOD							\$67,628.70

Tabla 96 Mano de Obra Directa

2. DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO

La depreciación proyectada linealmente para anualmente según la vida útil:

Mobiliario y Equipo	Costo Total	Vida Útil (años)	Depreciación Anual
Proyector	\$950.00	5	\$190.00
Pantallas	\$300.00	5	\$60.00
Monitores	\$855.00	5	\$171.00
Impresora	\$896.00	5	\$179.20
Sistema de audio	\$2,294.14	5	\$458.83
Micrófono inalámbrico	\$83.98	5	\$16.80
Lámpara de escritorio	\$119.40	10	\$11.94
Mesas	\$450.00	10	\$45.00
Sillas	\$1,320.00	10	\$132.00
Archivero	\$567.00	10	\$56.70
Armario	\$1,974.00	10	\$197.40
Basurero	\$39.50	10	\$3.95
Grapadora	\$83.44	3	\$27.81
Calentador de toallas para spa	\$88.88	5	\$17.78
Camillas de masaje	\$270.00	5	\$54.00
TOTAL			\$1,623.41

Tabla 97 Depreciación de mobiliario y equipo

3. CONSUMO DE ENERGÍA ELECTRICA

Para determinar el consumo de energía de los equipos, se proporciona el consumo aproximado basado en las especificaciones por equipo:

- ✓ Proyector PowerLite E20: 500W
- ✓ Wifi: 20W
- ✓ Pantallas: 500W
- ✓ Monitores: 20W
- ✓ Impresora: 22W (en impresión)
- ✓ Sistema de audio: 30W
- ✓ Micrófono inalámbrico: bajo consumo (baterías)
- ✓ Lámpara de escritorio: 8W
- ✓ Calentador de toallas: 250W

Para el cálculo se considera el tarifario de la distribuidora de energía eléctrica del departamento de La Libertad, **DELSUR S.A de C.V** para un consumo de **pequeñas demandas**¹³, la tarifa de distribución es:

- ✓ Bloque 1 (0 a 99 kWh/mes): \$0.051952/kWh.
- ✓ Bloque 2 (100 a 199 kWh/mes): \$0.065378/kWh.
- ✓ Bloque 3 (más de 200 kWh/mes): \$0.080377/kWh.

Nombre	Cant. Equipo	Consumo (W)	Uso diario (h)	Uso mensual (h)	Consumo (kWh/mes)
Wifi	2	40	24	720	28.8
Proyector	2	1000	8	240	240
Pantallas	2	1000	8	240	240
Monitores	3	60	8	240	14.4
Impresora	4	88	8	240	21.12
Sistema de audio	1	30	8	240	7.2
Lampara de escritorio	6	48	8	240	11.52
Calentador de toallas para spa	1	250	8	240	60
Total consumo mensual (kWh/mes)					623.04

¹³ Cargos de Comercialización de energía eléctrica vigentes a partir del 1 de enero 2024. DELSUR S.A de C.V <https://www.delsur.com.sv/pliego-tarifario-vigente/>

Tarifa de bloque 3 (más de 200 kWh)	\$0.08
Costo mensual	\$50.08
Costo anual	\$600.94

Tabla 98 Cálculo de consumo de energía eléctrica

4. CONSUMO DE AGUA POTABLE

Para la estimación del consumo de agua potable se considera lo establecido en el artículo 4.2 del Pliego tarifario por los servicios de acueductos, alcantarillados y otros, que presta la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA), donde se especifican las tarifas de distribución de agua potable para establecimientos industriales, comerciales, instituciones estatales, instituciones oficiales autónomas y municipalidades¹⁴:

Rango de Consumo (m ³)	Tarifa de Acueducto (US\$)	Tarifa de Alcantarillado (US\$)
De 0 a 5 m³	\$3.76	\$0.10
De 6 a 20 m³	\$0.90/m ³	\$5.00
De 21 a 30 m³	\$1.20/m ³	\$5.00
De 31 a 50 m³	\$1.50/m ³	\$7.50
De 51 a 60 m³	\$1.87/m ³	\$7.50
De 61 a 90 m³	\$2.34/m ³	\$7.50
De 91 a 100 m³	\$2.93/m ³	\$7.50
De 101 a 500 m³	\$3.66/m ³	\$10.00
Más de 500 m³	\$4.57/m ³	\$20.00

Tabla 99 Tarifas de distribución de agua potable

¹⁴ Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA). (2015). Acuerdo No. 1279: Modificación del pliego tarifario de ANDA. Publicado el 10-08-2023. Recuperado de <https://www.anda.gob.sv/download/tarifas-vigentes/>

Para el cálculo se realizó el recuento de equipos instalados en las diferentes áreas donde se proporcionarán los nuevos servicios, asumiendo el consumo estimado diario por equipo según cada área.

La fórmula utilizada para calcular el consumo mensual es la establecida en el pliego tarifario de ANDA: $Factura\ mensual = (m^3 \times tarifa\ de\ acueducto) + tarifa\ mensual\ de\ alcantarillado$

Área	Equipo	Consumo estimado (litros/día)	Consumo mensual estimado (m ³)
Beach Office (5 habitaciones dobles)	5 baños completos	500	15
Restaurante y Zona Verde	6 inodoros	2700	2.7
	4 duchas	7200	7.2
	4 orinales	600	0.6
	4 lavamanos	1200	1.2
Consumo total mensual (m³)			26.7
Tarifa de acueducto (De 21 a 30 m³)			\$1.20
Tarifa fija de alcantarillado (De 21 a 30 m³)			\$5.00
Costo mensual			\$37.04
Costo anual			\$444.48

Tabla 100 Cálculo de consumo de energía eléctrica

RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN / SERVICIO

Costo de producción					
Costo asociado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	\$67,628.70	\$67,628.70	\$67,628.70	\$67,628.70	\$67,628.70
Depreciación	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41
Energía eléctrica	\$600.94	\$630.99	\$662.54	\$695.66	\$730.45
Agua potable	\$444.48	\$466.70	\$490.04	\$514.54	\$540.27
TOTAL	\$70,297.53	\$70,349.80	\$70,404.69	\$70,462.31	\$70,522.82

Tabla 101 Resumen de costos de producción

B. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Los costos administrativos son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos.

Dentro de los costos administrativos ligados al proyecto se van a considerar las siguientes categorías:

- ✓ Salario de personal administrativo
- ✓ Servicios contratados
- ✓ Insumos consumibles

1. SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Los salarios necesarios para el área administrativa, tomando en cuenta las debidas prestaciones laborales a responsabilidad el patrono, son los siguientes:

Puesto	Salario mensual	AFP (7.75%)	ISSS (7.50%)	Salario más prestaciones	Cantidad	Salario mensual total	Salario anual total
Encargado de ventas	\$500.00	\$38.75	\$37.50	\$576.25	1	\$576.25	\$6,915.00
TOTAL							\$6,915.00

Tabla 102 Mano de Obra Directa

2. INSUMOS CONSUMIBLES

Insumo	Consumo anual	Costo Unitario	Precio anual
Papel	12	\$4.85	\$58.20
Tinta para impresora	32	\$13.05	\$417.60
Grapas	24	\$1.89	\$45.36
Clips	4	\$9.00	\$36.00
Bolígrafos	27	\$2.99	\$80.73
Folder	150	\$0.35	\$52.50
Plumones	250	\$1.50	\$375.00
Tollas	150	\$5.86	\$879.00
Batas para Spa	24	\$39.99	\$959.76
Par de zapatillas	12 set	\$25.00	\$300.00
Vela aromática	15	\$10.00	\$150.00
Aceites para masajes	30	\$14.49	\$434.70
Total anual			\$3,788.85

Tabla 103 Costo de insumos consumibles

3. SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALIZACIÓN

Servicio	Costo Mensual	Costo Anual
Servicio de internet	\$159.00	\$1,908.00
Marketing y publicidad	\$300.00	\$3,600.00
Total anual		\$5,508.00

Tabla 104 Costo anual de servicios administrativos

RESUMEN DE LOS COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Costo de administración y comercialización					
Costo asociado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario de personal administrativo	\$6,915.00	\$6,915.00	\$6,915.00	\$6,915.00	\$6,915.00
Insumos consumibles	\$3,788.85	\$3,978.29	\$4,177.21	\$4,386.07	\$4,605.37
Servicios administrativos y comercialización	\$5,508.00	\$5,508.00	\$5,508.00	\$5,508.00	\$5,508.00
TOTAL	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37

Tabla 105 Resumen de costos de producción

C. COSTO GLOBAL Y UNITARIO

1. COSTO TOTAL

Se presenta a continuación un cuadro resumen de los costos totales del proyecto para cada año de estudio:

COSTOS DEL PROYECTO					
Costos asociados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción / Servicio	\$70,297.53	\$70,349.80	\$70,404.69	\$70,462.31	\$70,522.82
Costos de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
TOTAL	\$86,509.38	\$86,751.09	\$87,004.90	\$87,271.38	\$87,551.19

Tabla 106 Costos del proyecto

2. COSTO UNITARIO TOTAL

El costo unitario del producto se obtiene dividiendo los costos totales entre el número de eventos del servicio en el primer año de funcionamiento, para ello, se empleará la siguiente fórmula para el cálculo del costo unitario por cada servicio:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costos totales}}{\text{Número de eventos del servicio}}$$

Para el costo unitario, debido a que se manejarán 3 servicios, se prorrateó el costo operativo y administrativo por el porcentaje de producción / servicio de cada uno de los servicios, dicho análisis se presenta a continuación:

Servicio	Eventos Año 1	Representación
Beach Office	17	29.31%
Centro de Negocios	20	34.48%
Daypass Empresarial	21	36.21%
TOTAL	58	100.00%

Tabla 107 Prorrateo de los servicios primer año

		Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
Descripción	Costo	29.31%	34.48%	36.21%
Papel	\$58.20	\$17.06	\$20.07	\$21.07
Tinta para impresora	\$417.60	\$122.40	\$144.00	\$151.20
Grapas	\$45.36	\$13.30	\$15.64	\$16.42
Clips	\$36.00	\$10.55	\$12.41	\$13.03
Bolígrafos	\$80.73	\$23.66	\$27.84	\$29.23
Folder	\$52.50	\$15.39	\$18.10	\$19.01
Plumones	\$375.00	\$109.91	\$129.31	\$135.78
Tollas	\$879.00	\$393.24		\$485.76
Batas para Spa	\$959.76	\$429.37		\$530.39
Par de zapatillas	\$300.00	\$134.21		\$165.79
Vela aromática	\$150.00	\$67.11		\$82.89
Aceites para masajes	\$434.70	\$194.47		\$240.23
Mano de obra directa	\$67,628.70	\$19,822.21	\$23,320.24	\$24,486.25
Depreciación	\$1,623.41	\$475.83	\$559.80	\$587.79
Energía eléctrica	\$600.94	\$176.14	\$207.22	\$217.58
Agua potable	\$444.48	\$130.28	\$153.27	\$160.93
Salario de personal administrativo	\$6,915.00	\$2,026.81	\$2,384.48	\$2,503.71
Servicio de internet	\$1,908.00	\$559.24	\$657.93	\$690.83
Marketing y publicidad	\$3,600.00	\$1,055.17	\$1,241.38	\$1,303.45
Costo Global Total	\$86,509.38	\$25,776.33	\$28,891.70	\$31,841.35
Costo Unitario Total	\$1,491.54	\$1,516.25	\$1,444.58	\$1,516.25

Tabla 108 Prorratio de costos totales por volumen de producción / servicio

D. COSTO FIJO Y COSTO VARIABLE

Se presenta a continuación una tabla en la que se detallan los costos fijos y variables del proyecto para cada uno de los años de estudio:

Descripción	Año 1			Año 2			Año 3		
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Papel		\$58.20	\$58.20		\$61.11	\$61.11		\$64.17	\$64.17
Tinta para impresora		\$417.60	\$417.60		\$438.48	\$438.48		\$460.40	\$460.40
Grapas		\$45.36	\$45.36		\$47.63	\$47.63		\$50.01	\$50.01
Clips		\$36.00	\$36.00		\$37.80	\$37.80		\$39.69	\$39.69
Bolígrafos		\$80.73	\$80.73		\$84.77	\$84.77		\$89.00	\$89.00
Folder		\$52.50	\$52.50		\$55.13	\$55.13		\$57.88	\$57.88
Plumones		\$375.00	\$375.00		\$393.75	\$393.75		\$413.44	\$413.44
Tollas		\$879.00	\$879.00		\$922.95	\$922.95		\$969.10	\$969.10
Batas para Spa		\$959.76	\$959.76		\$1,007.75	\$1,007.75		\$1,058.14	\$1,058.14
Par de zapatillas		\$300.00	\$300.00		\$315.00	\$315.00		\$330.75	\$330.75
Vela aromática		\$150.00	\$150.00		\$157.50	\$157.50		\$165.38	\$165.38
Aceites para masajes		\$434.70	\$434.70		\$456.44	\$456.44		\$479.26	\$479.26
Mano de obra directa	\$67,628.70		\$67,628.70	\$67,628.70		\$67,628.70	\$67,628.70		\$67,628.70
Depreciación	\$1,623.41		\$1,623.41	\$1,623.41		\$1,623.41	\$1,623.41		\$1,623.41
Energía eléctrica		\$600.94	\$600.94		\$630.99	\$630.99		\$662.54	\$662.54
Agua potable		\$444.48	\$444.48		\$466.70	\$466.70		\$490.04	\$490.04
Salario de personal administrativo	\$6,915.00		\$6,915.00	\$6,915.00		\$6,915.00	\$6,915.00		\$6,915.00
Servicio de internet	\$1,908.00		\$1,908.00	\$1,908.00		\$1,908.00	\$1,908.00		\$1,908.00
Marketing y publicidad	\$3,600.00		\$3,600.00	\$3,600.00		\$3,600.00	\$3,600.00		\$3,600.00
TOTAL	\$81,675.11	\$4,834.27	\$86,509.38	\$81,675.11	\$5,075.98	\$86,751.09	\$81,675.11	\$5,329.78	\$87,004.89

Descripción	Año 4			Año 5		
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Papel		\$67.37	\$67.37		\$70.74	\$70.74
Tinta para impresora		\$483.42	\$483.42		\$507.60	\$507.60
Grapas		\$52.51	\$52.51		\$55.14	\$55.14
Clips		\$41.67	\$41.67		\$43.76	\$43.76
Bolígrafos		\$93.46	\$93.46		\$98.13	\$98.13
Folder		\$60.78	\$60.78		\$63.81	\$63.81
Plumones		\$434.11	\$434.11		\$455.81	\$455.81
Tollas		\$1,017.55	\$1,017.55		\$1,068.43	\$1,068.43
Batas para Spa		\$1,111.04	\$1,111.04		\$1,166.59	\$1,166.59
Par de zapatillas		\$347.29	\$347.29		\$364.65	\$364.65
Vela aromática		\$173.64	\$173.64		\$182.33	\$182.33
Aceites para masajes		\$503.22	\$503.22		\$528.38	\$528.38
Mano de obra directa	\$67,628.70		\$67,628.70	\$67,628.70		\$67,628.70
Depreciación	\$1,623.41		\$1,623.41	\$1,623.41		\$1,623.41
Energía eléctrica		\$695.66	\$695.66		\$730.45	\$730.45
Agua potable		\$514.54	\$514.54		\$540.27	\$540.27
Salario de personal administrativo	\$6,915.00		\$6,915.00	\$6,915.00		\$6,915.00
Servicio de internet	\$1,908.00		\$1,908.00	\$1,908.00		\$1,908.00
Marketing y publicidad	\$3,600.00		\$3,600.00	\$3,600.00		\$3,600.00
TOTAL	\$81,675.11	\$5,596.27	\$87,271.38	\$81,675.11	\$5,876.09	\$87,551.20

Tabla 109 Estimación de costos fijos y variables totales por año

1. DESGLOSE DE COSTOS Y COSTO UNITARIO POR SERVICIO

Se presenta a continuación una tabla en la que se detallan los costos fijos y variables cada uno de los servicios:

Descripción	Costo	Beach Office 29.31%		Centro de Negocios 34.48%		Daypass Empresarial 36.21%	
		Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
Papel	\$58.20		\$17.06		\$20.07		\$21.07
Tinta para impresora	\$417.60		\$122.40		\$144.00		\$151.20
Grapas	\$45.36		\$13.30		\$15.64		\$16.42
Clips	\$36.00		\$10.55		\$12.41		\$13.03
Bolígrafos	\$80.73		\$23.66		\$27.84		\$29.23
Folder	\$52.50		\$15.39		\$18.10		\$19.01
Plumones	\$375.00		\$109.91		\$129.31		\$135.78
Tollas	\$879.00		\$393.24				\$485.76
Batas para Spa	\$959.76		\$429.37				\$530.39
Par de zapatillas	\$300.00		\$134.21				\$165.79
Vela aromática	\$150.00		\$67.11				\$82.89
Aceites para masajes	\$434.70		\$194.47				\$240.23
Mano de obra directa	\$67,628.70	\$19,822.21		\$23,320.24		\$24,486.25	
Depreciación	\$1,623.41	\$475.83		\$559.80		\$587.79	
Energía eléctrica	\$600.94		\$176.14		\$207.22		\$217.58
Agua potable	\$444.48		\$130.28		\$153.27		\$160.93
Salario de personal administrativo	\$6,915.00	\$2,026.81		\$2,384.48		\$2,503.71	
Servicio de internet	\$1,908.00	\$559.24		\$657.93		\$690.83	
Marketing y publicidad	\$3,600.00	\$1,055.17		\$1,241.38		\$1,303.45	
TOTAL	\$86,509.38	\$23,939.26	\$1,837.08	\$28,163.83	\$727.87	\$29,572.02	\$2,269.33
DESGLOSE		\$1,408.19	\$108.06	\$1,408.19	\$36.39	\$1,408.19	\$108.06
COSTO UNITARIO			\$1,516.25		\$1,444.58		\$1,516.25

Tabla 110 Desglose de Costos y Costo Unitario por Servicio

E. EVALUACIÓN DE COSTOS

1. ECUACIÓN GENERAL DE COSTOS

Costos fijos totales

La suma de los costos fijos totales de cada uno de los anteriores nos da el costo fijo total. Así mismo se puede obtener el costo fijo unitario equivalente, el cual solo es para propósitos de análisis y resulta de dividir los costos fijos totales entre el número de eventos a realizar en el periodo.

Para obtener el nivel mínimo de eventos a realizar también, es necesario obtener el Costo Variable Unitario, retomando los datos anteriores, se obtienen los siguientes costos totales para cada servicio:

	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial	
Total	\$81,675.11	\$25,776.33	\$28,891.70	\$31,841.35

Tabla 111 Costos totales por servicio

Costo variable unitario

Para obtener los Costos Variables Unitarios, será necesario encontrar los Costos Variables Totales para la empresa, considerando aquellos costos que varían en su total, en proporción directa a los cambios en el volumen y cuyo costo unitario permanece constante dentro del rango relevante.

Es decir, el Costo Variable Unitario es igual a:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costo Variable Total por año}}{\text{Número de eventos del servicio en el año}}$$

	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
Total	\$25,776.33	\$28,891.70	\$31,841.35
Costos Fijos	\$23,939.26	\$28,163.83	\$29,572.02
Costos Variables	\$1,837.08	\$727.87	\$2,269.33
Costo Variable Unitario	\$108.06	\$36.39	\$108.06

Tabla 112 Costo Variable Unitario

Entonces la ecuación general sería la siguiente:

- Beach Office: $CT = 23939.26 + 108.06x$
- Centro de Negocios: $CT = 28163.83 + 36.39x$
- Daypass Empresarial: $CT = 29572.02 + 108.06x$

2. SITUACIÓN DE EQUILIBRIO

El análisis del **Nivel Mínimo de Ventas** es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios de una empresa; también es conocido como **Punto de Equilibrio**.

El Punto de Equilibrio de una empresa representa el volumen de producción/servicios y ventas que equilibran los costos y gastos necesarios para la producción/servicios y distribución de dicho volumen, es decir el Punto de Equilibrio, es el punto donde no se obtienen pérdidas ni ganancias, de tal forma que éste viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento en los volúmenes de venta generará pérdidas.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se deben conocer los costos Fijos y Costos Variables de la empresa; entendiendo por Costos Variables aquellos que están directamente relacionados con la manufactura de un producto y que varían con el nivel de producción, y

por Costos Fijos son los que no están directamente con la producción y que permanecen constantes para un rango relevante de actividad productiva.

Cálculo de punto de equilibrio

La fórmula para calcular el punto de equilibrio es:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Margen de contribucion} = \text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}$$

$$\text{Margen de seguridad} = \text{Ventas Actuales} - \text{Ventas en el Punto de Equilibrio}$$

Para cada uno de los servicios, se obtienen los siguientes resultados:

Asumiendo 2 escenarios de precios:

Servicio	Capacidad	Precio mínimo	Precio máximo	Eventos Año 1
Beach Office	1-10 Personas	\$150	\$1500	17
Centro de Negocios	10-75 Personas	\$500	\$2500	20
Daypass Empresarial	10-50 Personas	\$500	\$2500	21

Escenario asumiendo ingresos mínimos:

Escenario 1	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
PEQ	571	61	75
PEQ(\$)	\$85,626.35	\$30,374.70	\$37,725.51
MC	\$41.94	\$463.61	\$391.94
MC %	28%	93%	78%
MS	-\$83,076.35	-\$20,374.70	-\$27,225.51
MS %	-3258%	-204%	-259%

Tabla 113 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 1

Escenario asumiendo ingresos máximos:

Escenario 2	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
PEQ	17	11	12
PEQ(\$)	\$25,797.79	\$28,579.88	\$30,908.03
MC	\$1,391.94	\$2,463.61	\$2,391.94
MC %	93%	99%	96%
MS	-\$297.79	\$21,420.12	\$21,591.97
MS %	426%	43%	41%

Tabla 114 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 2

	CF	Ingresos mínimos	CT
Año 1	\$23,939.26	\$2,550.00	\$25,776.33
Año 2	\$23,939.26	\$2,700.00	\$25,868.19
Año 3	\$23,939.26	\$2,850.00	\$25,964.63
Año 4	\$23,939.26	\$3,000.00	\$26,065.90
Año 5	\$23,939.26	\$3,150.00	\$26,172.23

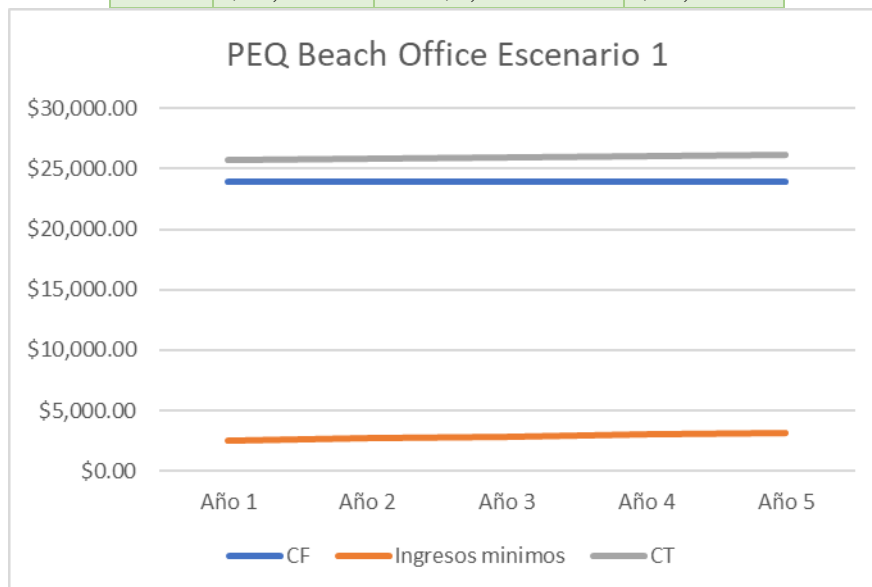


Ilustración 59 Grafica de PEQ Beach Office escenario1

	CF	Ingresos máximos	CT
Año 1	\$23,939.26	\$25,500.00	\$25,776.33
Año 2	\$23,939.26	\$27,000.00	\$25,868.19
Año 3	\$23,939.26	\$28,500.00	\$25,964.63

Año 4	\$23,939.26	\$30,000.00	\$26,065.90
Año 5	\$23,939.26	\$31,500.00	\$26,172.23

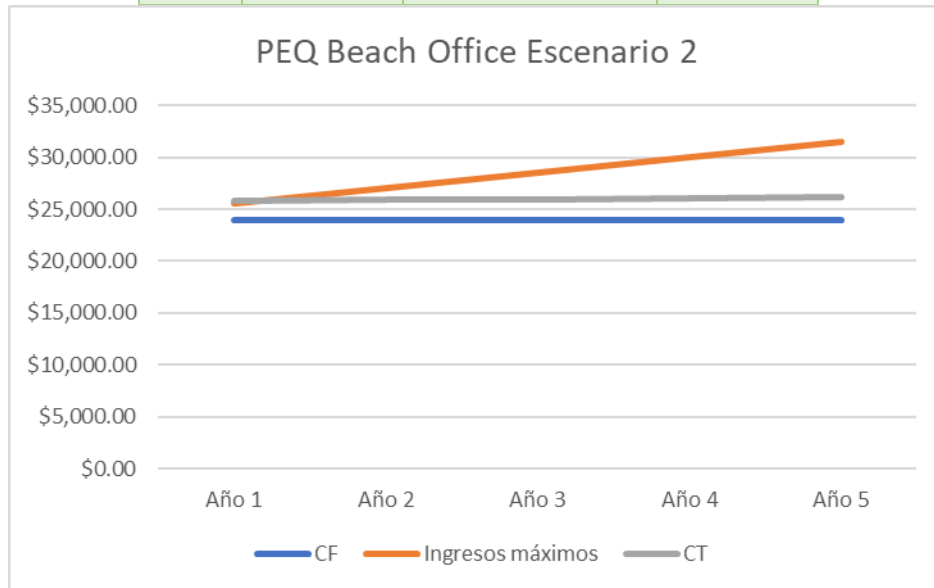


Ilustración 60 Grafica de PEQ Beach Office escenario2

Escenario con Precios Máximos: El Beach Office es financieramente sólido en este escenario. El punto de equilibrio es alcanzable con un número razonable de ventas, y el servicio tiene un buen margen de seguridad, lo que indica una rentabilidad saludable. Los costos están cubiertos y el servicio tiene espacio para manejar fluctuaciones en las ventas sin entrar en pérdidas.

Escenario con Precios Mínimos: Con precios bajos, el Beach Office enfrenta serias dificultades. El punto de equilibrio se vuelve mucho más alto, lo que significa que se requiere un volumen de ventas considerablemente mayor para cubrir los costos. Además, el margen de contribución se reduce, y el margen de seguridad negativo sugiere que las ventas actuales no son suficientes para cubrir los costos fijos. Esto podría resultar en pérdidas significativas si no se ajustan los precios o se aumenta el volumen de ventas.

Recomendación:

Para asegurar la viabilidad y rentabilidad de Beach Office, es esencial mantener precios lo suficientemente altos para garantizar que los ingresos sean suficientes para cubrir tanto los costos fijos como los variables. El escenario con precios altos es mucho más sostenible a largo plazo, mientras que el escenario con precios bajos plantea un riesgo elevado de pérdidas.

	CF	Ingresos mínimos	CT
Año 1	\$28,163.83	\$10,000.00	\$28,891.70
Año 2	\$28,163.83	\$10,500.00	\$28,928.09
Año 3	\$28,163.83	\$11,000.00	\$28,966.30
Año 4	\$28,163.83	\$11,500.00	\$29,006.43
Año 5	\$28,163.83	\$12,000.00	\$29,048.56

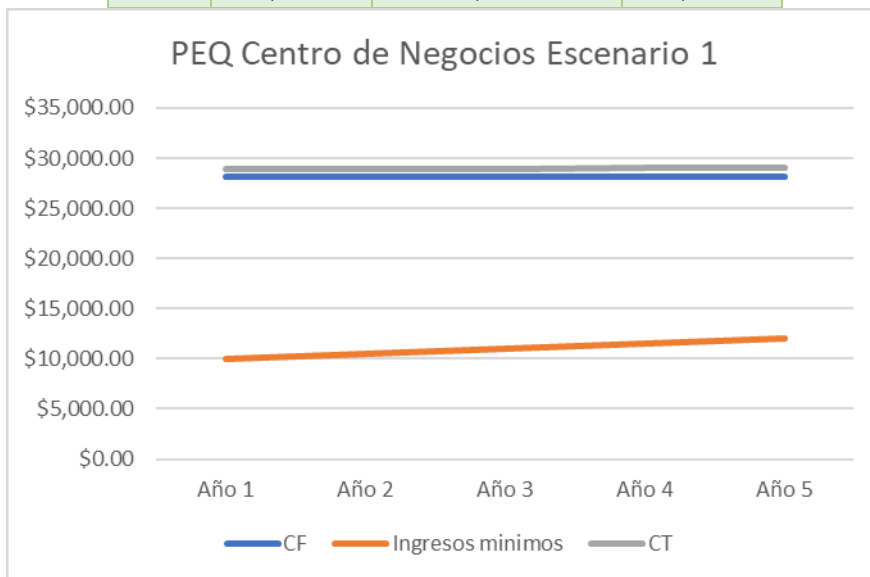


Ilustración 61 Gráfica de PEQ Centro de Negocios escenario 1

	CF	Ingresos máximos	CT
Año 1	\$28,163.83	\$50,000.00	\$28,891.70
Año 2	\$28,163.83	\$52,500.00	\$28,928.09
Año 3	\$28,163.83	\$55,000.00	\$28,966.30
Año 4	\$28,163.83	\$57,500.00	\$29,006.43
Año 5	\$28,163.83	\$60,000.00	\$29,048.56

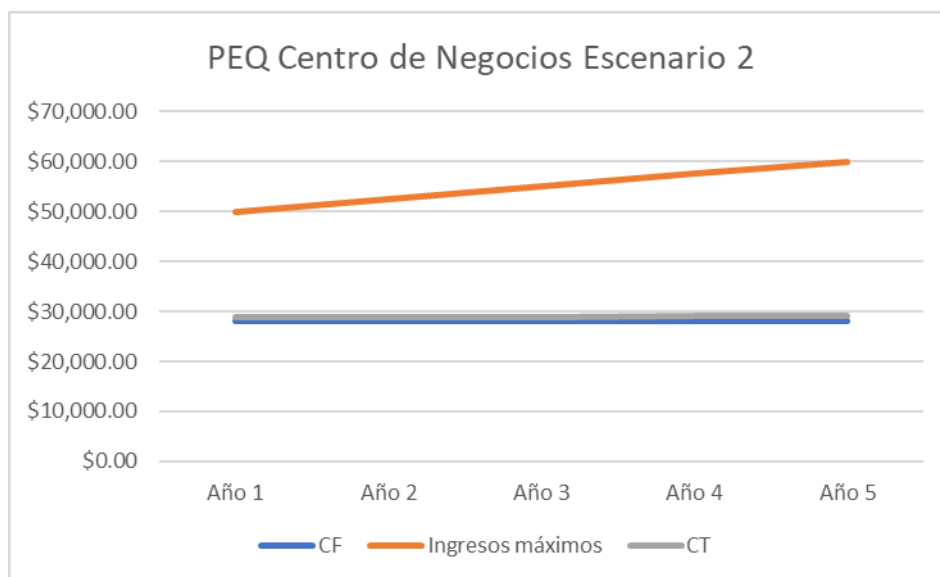


Ilustración 62 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario2

Escenario con Precios Máximos: El Centro de Negocios es financieramente más sólido en este escenario. Con un punto de equilibrio bajo de solo 19 eventos, el servicio tiene un margen de seguridad positivo, lo que significa que el pronóstico de ventas cubre los costos fijos y permiten una rentabilidad. Este escenario es viable y ofrece una posición financiera más estable.

Escenario con Precios Mínimos: Con los precios bajos, el Centro de Negocios enfrenta un punto de equilibrio mucho más alto (95 eventos), lo que hace que alcanzar la rentabilidad sea mucho más desafiante. El margen de contribución se reduce, y el margen de seguridad negativo es una señal de que el pronóstico de ventas no es suficiente para cubrir los costos fijos. Si este escenario persiste, el servicio estaría operando a pérdidas.

Recomendación:

Para garantizar la viabilidad y rentabilidad del Centro de Negocios, es crucial mantener los precios de venta altos o, en su defecto, aumentar significativamente el volumen de ventas si

los precios bajos son necesarios por razones de competitividad. El escenario con precios altos es mucho más sostenible, ya que el negocio tiene un punto de equilibrio más alcanzable y un margen de seguridad adecuado. En contraste, el escenario con precios bajos pone al negocio en riesgo de pérdidas, por lo que es importante evaluar otras opciones antes de seguir con precios reducidos.

	CF	Ingresos mínimos	CT
Año 1	\$29,572.02	\$10,500.00	\$31,841.35
Año 2	\$29,572.02	\$11,000.00	\$31,954.82
Año 3	\$29,572.02	\$11,500.00	\$32,073.96
Año 4	\$29,572.02	\$12,500.00	\$32,199.05
Año 5	\$29,572.02	\$13,000.00	\$32,330.41

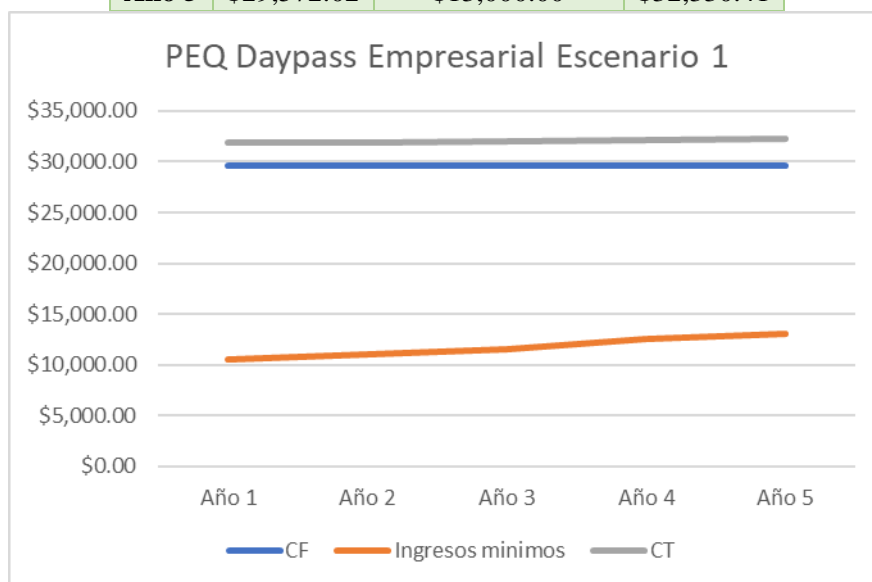


Ilustración 63 Gráfica de PEQ Daypass Empresarial escenario 1

	CF	Ingresos máximos	CT
Año 1	\$29,572.02	\$52,500.00	\$31,841.35
Año 2	\$29,572.02	\$55,000.00	\$31,954.82
Año 3	\$29,572.02	\$57,500.00	\$32,073.96
Año 4	\$29,572.02	\$62,500.00	\$32,199.05
Año 5	\$29,572.02	\$65,000.00	\$32,330.41

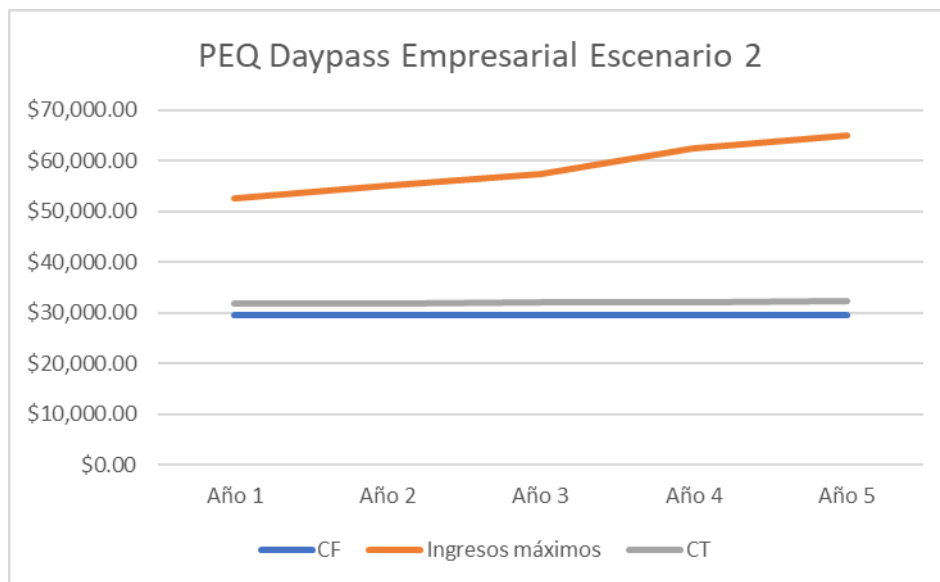


Ilustración 64 Gráfica de PEQ Daypass Empresarial escenario2

Escenario con Precios Máximos: El **Daypass Empresarial** es financieramente **más viable** en este escenario. Con un **punto de equilibrio bajo** de solo 19 unidades de eventos, el servicio tiene **un margen de seguridad positivo** de \$5,088.36, lo que indica que las ventas actuales cubren los costos fijos y generan un espacio para ganancias. Este escenario permite un mayor margen de maniobra frente a fluctuaciones de ventas.

Escenario con Precios Mínimos: Con los precios reducidos, el **Daypass Empresarial** enfrenta serias dificultades para alcanzar el punto de equilibrio. El **punto de equilibrio en unidades** se incrementa a 95 unidades, lo que es mucho más difícil de alcanzar. Además, el **margen de contribución** por unidad se reduce considerablemente, y el **margen de seguridad negativo** indica que las ventas actuales no están cubriendo los costos fijos, lo que llevaría a **pérdidas**.

Recomendación:

Para asegurar la **viabilidad y rentabilidad** del **Daypass Empresarial**, es esencial mantener los **precios de venta altos** o, en su defecto, **aumentar significativamente el volumen de ventas** si los precios bajos son necesarios por razones de competitividad. El **escenario con precios altos** ofrece una posición financiera más fuerte, con un **punto de equilibrio más bajo** y un **margen de seguridad positivo**, lo que asegura la cobertura de costos y la generación de ganancias. En cambio, el **escenario con precios bajos** es **insostenible**, ya que las ventas actuales no cubren los costos fijos, lo que pone al servicio en riesgo de **pérdidas**.

V. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Estados financieros proforma son estados que contienen, en todo o en parte, uno o varios supuestos o hipótesis con el fin de mostrar cuál sería la situación financiera o los resultados de las operaciones si éstos acontecieran.

Los estados financieros a realizar son los siguientes:

- ✓ Estado de resultados
- ✓ Estado de flujo de efectivo

A. ESTADO DE RESULTADOS

Estado de resultados: En contabilidad, el estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es cerrado, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso de este. Por lo tanto, debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Beach Office	\$2,550.00	\$2,700.00	\$2,850.00	\$3,000.00	\$3,150.00
(+)	Centro de Negocios	\$10,000.00	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,000.00
(+)	Daypass Empresarial	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,500.00	\$13,000.00
(=)	Ingreso por Ventas	\$23,050.00	\$24,200.00	\$25,350.00	\$27,000.00	\$28,150.00
(-)	Costo de Producción	\$70,297.53	\$70,349.80	\$70,404.69	\$70,462.31	\$70,522.82
(=)	Utilidad Bruta	-\$47,247.53	-\$46,149.80	-\$45,054.69	-\$43,462.31	-\$42,372.82
(-)	Costo de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
(=)	Utilidad de Operación	-\$63,459.38	-\$62,551.09	-\$61,654.90	-\$60,271.38	-\$59,401.19
(-)	Costos Financieros	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=)	Utilidad Antes de Impuestos	-\$79,813.35	-\$78,230.98	-\$76,520.86	-\$74,154.59	-\$72,097.75
(-)	Impuesto Sobre la Renta (10%)	-\$7,981.33	-\$7,823.10	-\$7,652.09	-\$7,415.46	-\$7,209.78
(=)	Utilidad Neta	-\$71,832.01	-\$70,407.88	-\$68,868.78	-\$66,739.13	-\$64,887.98

Tabla 115 Estado de Resultados con Ingresos Mínimos

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Beach Office	\$ 25,500.00	\$ 27,000.00	\$ 28,500.00	\$ 30,000.00	\$ 31,500.00
(+)	Centro de Negocios	\$ 50,000.00	\$ 52,500.00	\$ 55,000.00	\$ 57,500.00	\$ 60,000.00
(+)	Daypass Empresarial	\$ 52,500.00	\$ 55,000.00	\$ 57,500.00	\$ 62,500.00	\$ 65,000.00
(=)	Ingreso por Ventas	\$ 128,000.00	\$ 134,500.00	\$ 141,000.00	\$ 150,000.00	\$ 156,500.00
(-)	Costo de Producción	\$70,297.53	\$70,349.80	\$70,404.69	\$70,462.31	\$70,522.82
(=)	Utilidad Bruta	\$ 57,702.47	\$ 64,150.20	\$ 70,595.31	\$ 79,537.69	\$ 85,977.18
(-)	Costo de Administración y Comercialización	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=)	Utilidad de Operación	\$ 41,348.50	\$ 48,470.31	\$ 55,729.35	\$ 65,654.48	\$ 73,280.62
(-)	Costos Financieros	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=)	Utilidad Antes de Impuestos	\$ 24,994.53	\$ 32,790.42	\$ 40,863.38	\$ 51,771.28	\$ 60,584.06
(-)	Impuesto Sobre la Renta (10%)	\$ 2,499.45	\$ 3,279.04	\$ 4,086.34	\$ 5,177.13	\$ 6,058.41
(=)	Utilidad Neta	\$ 22,495.08	\$ 29,511.38	\$ 36,777.04	\$ 46,594.15	\$ 54,525.65

Tabla 116 Estado de Resultados con Ingresos Máximos

Análisis:

- ✓ **Escenario de ingresos mínimos:** El proyecto no sería viable sin un ajuste en la estrategia de precios, reducción de costos o expansión de ingresos. No sería rentable con los niveles de ingresos proyectados en este escenario.
- ✓ **Escenario de ingresos máximos:** El proyecto tiene potencial para ser rentable a largo plazo si continúa con el crecimiento de ingresos y maneja adecuadamente los costos operativos y financieros.

B. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El estado de flujo de efectivo es uno de los estados financieros básicos que informa sobre las variaciones y los movimientos de efectivo y sus equivalentes en un periodo dado. Muestra el efectivo que ha sido generado y aprovechado en las actividades operativas, de inversión y financiamiento de la empresa.

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Beach Office	\$2,550.00	\$2,700.00	\$2,850.00	\$3,000.00	\$3,150.00
(+)	Centro de Negocios	\$10,000.00	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,000.00
(+)	Daypass Empresarial	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,500.00	\$13,000.00
(=)	Ingreso por Ventas	\$23,050.00	\$24,200.00	\$25,350.00	\$27,000.00	\$28,150.00
(-)	Costo de Producción	\$70,297.53	\$70,349.80	\$70,404.69	\$70,462.31	\$70,522.82
(=)	Utilidad Bruta	-\$47,247.53	-\$46,149.80	-\$45,054.69	-\$43,462.31	-\$42,372.82
(-)	Costo de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
(=)	Utilidad de Operación	-\$63,459.38	-\$62,551.09	-\$61,654.90	-\$60,271.38	-\$59,401.19
(-)	Costos Financieros	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=)	Utilidad Antes de Impuestos	-\$79,813.35	-\$78,230.98	-\$76,520.86	-\$74,154.59	-\$72,097.75
(-)	Impuesto Sobre la Renta (10%)	-\$7,981.33	-\$7,823.10	-\$7,652.09	-\$7,415.46	-\$7,209.78
(=)	Utilidad Neta del periodo	-\$71,832.01	-\$70,407.88	-\$68,868.78	-\$66,739.13	-\$64,887.98
(+)	Depreciaciones	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41
(-)	Amortización del capital	\$3,249.35	\$3,923.43	\$4,737.35	\$5,720.12	\$6,906.76
(=)	Flujo neto de efectivo	-\$73,457.95	-\$72,707.90	-\$71,982.72	-\$70,835.83	-\$70,171.33

Tabla 117 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Mínimos

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Beach Office	\$25,500.00	\$27,000.00	\$28,500.00	\$30,000.00	\$31,500.00
(+)	Centro de Negocios	\$50,000.00	\$52,500.00	\$55,000.00	\$57,500.00	\$60,000.00
(+)	Daypass Empresarial	\$52,500.00	\$55,000.00	\$57,500.00	\$62,500.00	\$65,000.00
(=)	Ingreso por Ventas	\$128,000.00	\$134,500.00	\$141,000.00	\$150,000.00	\$156,500.00
(-)	Costo de Producción	\$70,297.53	\$70,349.80	\$70,404.69	\$70,462.31	\$70,522.82
(=)	Utilidad Bruta	\$57,702.47	\$64,150.20	\$70,595.31	\$79,537.69	\$85,977.18
(-)	Costo de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
(=)	Utilidad de Operación	\$41,490.62	\$47,748.91	\$53,995.10	\$62,728.62	\$68,948.81
(-)	Costos Financieros	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=)	Utilidad Antes de Impuestos	\$25,136.65	\$32,069.02	\$39,129.14	\$48,845.41	\$56,252.25
(-)	Impuesto Sobre la Renta (10%)	\$2,513.67	\$3,206.90	\$3,912.91	\$4,884.54	\$5,625.22
(=)	Utilidad Neta del periodo	\$22,622.99	\$28,862.12	\$35,216.22	\$43,960.87	\$50,627.02
(+)	Depreciaciones	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41
(-)	Amortización del capital	\$3,249.35	\$3,923.43	\$4,737.35	\$5,720.12	\$6,906.76
(=)	Flujo neto de efectivo	\$20,997.05	\$26,562.10	\$32,102.28	\$39,864.17	\$45,343.67

Tabla 118 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Máximos

Análisis:

- ✓ **Escenario de Ingresos Mínimos:** El negocio parece tener dificultades de flujo de efectivo, por lo que se deben considerar estrategias para mejorar los ingresos o reducir los costos fijos. También sería importante revisar la gestión de deuda y los pagos de amortización, ya que esto parece estar afectando la estabilidad del flujo de caja.
- ✓ **Escenario de Ingresos Máximos:** Aunque este escenario tiene una mejor proyección de flujo, sigue habiendo inestabilidad en los flujos de efectivo, lo que indica que la empresa podría necesitar una mayor optimización de costos y una estrategia de crecimiento más agresiva para garantizar una mayor estabilidad financiera.

VI. EVALUACION DEL PROYECTO

A. EVALUACION ECONOMICA

El análisis económico brinda los criterios que las personas y las empresas pueden medir para evaluar o proyectar el negocio en términos económicos y así maximizar su utilidad. Para seleccionar los proyectos, el principal criterio económico es la eficiencia. Esto se mide en términos de maximización de las ganancias o minimización de los costos de mercado en el caso del análisis financiero; y la maximización de los beneficios sociales netos cuando se emplea el análisis económico.

El análisis económico constará del cálculo de 4 indicadores económicos, estos son:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN)
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ✓ Tiempo de la Recuperación de la inversión (TRI)
- ✓ Beneficio / Costo (B/C)

1. TMAR

Debido a que el modelo de negocio únicamente tiene un solo financiamiento, se considerará la TMAR como la tasa de interés impuesta por el banco.

TMAR = 19.00%

2. VAN

El valor actual neto (VAN) de un proyecto, se define como el valor obtenido en el presente por el proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas del flujo neto de ingresos y egresos.

La tasa de actualización debe ser igual a la tasa de interés pagada por el empresario y representa el costo de oportunidad de capital.

Para la determinación del Valor Actual Neto, se utiliza el Estado Financiero Proforma de flujo de efectivo, el cual se calcula mediante la siguiente fórmula:

Donde:

$$VAN = -IO \pm \frac{F_1}{1+i} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5}$$

- ✓ Ft: Flujo de efectivo en el periodo t.
- ✓ i: Tasa de descuento o tasa de interés (porcentaje).
- ✓ t: El número de períodos (años, meses, etc.).
- ✓ IO: Inversión inicial (o costo de la inversión al principio del proyecto).

Donde Ft, es el saldo o beneficio neto, que se obtiene del flujo de efectivo (pues ya tiene descontado la depreciación y amortización de la Inversión IO) y en la formula no se incluye

-I0, cuando el Ft viene del estado de resultados (pues ahí el Ft ya incluye la depreciación y amortización de la inversión I0).

Con las siguientes utilidades netas y utilizando la TMAR de 19.00%

Escenario 1 con precios mínimos:

Flujo neto de efectivo	-\$73,973.66	-\$73,225.55	-\$72,502.70	-\$71,358.64	-\$70,697.54
------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

$$VAN = \frac{-\$73,973.66}{1 + 19\%} + \frac{-\$73,225.55}{(1 + 19\%)^2} + \frac{-\$72,502.70}{(1 + 19\%)^3} + \frac{-\$71,358.64}{(1 + 19\%)^4} + \frac{-\$70,697.54}{(1 + 19\%)^5}$$

$$VAN = -\$222,106.38$$

El valor negativo del VAN indica que el proyecto no es rentable, ya que los flujos de efectivo futuros descontados no cubren la inversión inicial ni los costos financieros asociados al préstamo. En este caso, el proyecto no generaría el retorno esperado y resultaría en una pérdida neta de aproximadamente \$346,677.92.

Escenario 2 con precios máximos:

Flujo neto de efectivo	\$20,903.78	\$26,449.49	\$31,966.31	\$39,699.99	\$45,145.44
------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

$$VAN = \frac{\$20,903.78}{1 + 19\%} + \frac{\$26,449.49}{(1 + 19\%)^2} + \frac{\$31,966.31}{(1 + 19\%)^3} + \frac{\$39,699.99}{(1 + 19\%)^4} + \frac{\$45,145.44}{(1 + 19\%)^5}$$

$$VAN = \$93,928.53$$

El VAN para este escenario indica en términos absolutos, el proyecto genera un excedente neto de \$93,928.53 sobre la inversión inicial al descontar los flujos de efectivo al valor presente

3. TIR

La tasa interna de retorno es aquella que iguala el VAN a cero, o es la tasa de interés en la cual quedan reinvertidos los fondos generados en el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna de retorno, se puede utilizar la siguiente ecuación:

$$TIR = -P \pm \left(\frac{FNE1}{1+i} \right) + \left(\frac{FNE1}{(1+i)^2} \right) + \left(\frac{FNE1}{(1+i)^3} \right) + \left(\frac{FNE1}{(1+i)^4} \right) + \left(\frac{FNE1}{(1+i)^5} \right)$$

Escenario 1 con precios mínimos:

Inversion inicial	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
-\$180,047.79	-\$73,973.66	-\$73,225.55	-\$72,502.70	-\$71,358.64	-\$70,697.54

Tabla 119 Resumen de flujo económico del proyecto-precios mínimos

TIR= Inviabile

La TIR es inviable o no puede calcularse de manera significativa porque la mayoría de los flujos de efectivo proyectados son negativos, lo que indica que el proyecto no genera retornos positivos, sino pérdidas constantes. Esto refleja una falta de rentabilidad bajo las condiciones actuales.

Escenario 2 con precios máximos:

Inversion inicial	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
-\$180,047.79	\$20,903.78	\$26,449.49	\$31,966.31	\$39,699.99	\$45,145.44

Tabla 120 Resumen de flujo económico del proyecto-precios máximos

TIR= -3%

La TIR de -3% lo que significa es que el proyecto no recupera completamente la inversión o incluso puede generar pérdidas. Este resultado señala que el proyecto, bajo las condiciones actuales, no es rentable y requiere ajustes sustanciales en su estructura de ingresos o costos para volverse viable financieramente.

4. TRI

Mediante este método de evaluación se determina el plazo necesario (tiempo) para recuperar la inversión que se realizó, en el proyecto con una tasa de interés de cero. Para el cálculo de dicho tiempo de recuperación se utilizará la siguiente fórmula:

$$TRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Utilidad promedio}}$$

Escenario 1 con precios mínimos:

Inversion inicial	\$180,047.79	-\$ 62,822.33	-\$ 136,047.88	-\$ 208,550.58	-\$ 279,909.22	-\$350,606.75
-------------------	--------------	---------------	----------------	----------------	----------------	---------------

Tabla 121 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios mínimos

TRI= -0.87

La TRI de -0.87 refleja un rendimiento negativo, lo que indica que el proyecto no es financieramente viable bajo las condiciones actuales.

Escenario 2 con precios máximos:

Inversion inicial	\$180,047.79	\$ 31,632.67	\$ 57,677.12	\$ 89,259.42	\$ 128,600.78	\$173,418.25
-------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------

Tabla 122 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios máximos

TRI= 1.87

La TRI de 1.87 significa que, por cada dólar invertido, el proyecto genera \$1.87 de retorno inmediato en términos relativos. Esto parecería indicar que el proyecto tiene un buen nivel de eficiencia en términos de retorno directo o inmediato. Sin embargo, dado que la TIR es negativa (-3%) y hay una posible inconsistencia entre los indicadores, esto podría reflejar que: El proyecto tiene retornos altos en ciertas etapas iniciales o inmediatas, pero no se sostienen en el tiempo o que a largo plazo, los costos o egresos más altos diluyen cualquier beneficio inicial, resultando en una TIR negativa.

5. BENEFICIO / COSTO

Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial.

El cálculo de la Relación Beneficio – Costo, se hace de la siguiente manera:

$$B/C = \frac{VAN}{Inversión\ inicial}$$

Escenario 1 con precios mínimos:

Inversion inicial	\$	180,47.79
VAN		-\$222,106.38
B/C		-1.23

Tabla 123 Beneficio/costo-precios mínimos

Este valor negativo indica que, por cada unidad monetaria invertida, el proyecto genera una pérdida de 1.23 unidades. Es decir, el retorno no solo es insuficiente para recuperar la inversión inicial, sino que genera un costo adicional.

Escenario 2 con precios máximos:

Inversion inicial	\$	180,047.79
VAN		\$93,928.53
B/C		0.52

Tabla 124 Beneficio/costo-precios máximos

Este valor significa que, por cada dólar invertido en el proyecto, se espera obtener \$0.52 en beneficios. En términos simples, el proyecto genera menos beneficios que costos, lo que indica que no es rentable desde una perspectiva financiera.

B. PROPUESTA ECONÓMICA ESCENARIO 2

Dado que los resultados planteados en Etapa Económica Financiera fueron negativos en viabilidad y sostenibilidad económica se realizará el planteamiento de un segundo escenario, basado en la implementación de servicios innovadores en el Restaurante La Costa del Sabor mediante el outsourcing de la mano de obra directa para la realización de eventos, se justifica como una estrategia que combina flexibilidad operativa y optimización de recursos. Esta opción permite al restaurante ajustar la cantidad de personal necesario según la demanda específica de cada evento. Al externalizar la ejecución de los eventos, se logra reducir la presión financiera derivada de los costos fijos asociados con la contratación y beneficios del personal permanente, manteniendo estables los costos proyectados para el análisis financiero. Para ello usaremos los mismos datos obtenidos para inversiones tangibles e intangibles, pero replanteando la mano de obra directa como un servicio contratado por evento como outsourcing bajo demanda:

Servicio	Eventos Año 1
Beach Office	17
Centro de Negocios	20
Daypass Empresarial	21
TOTAL	58

Tabla 125 Demanda Año 1

Distribuimos por cada uno de los empleados a contratar la demanda para el primer año según la utilización por servicio:

Puesto	Pago por evento	Cantidad	Costo por evento	Demanda	Costo según demanda
Cocineros	\$20.00	2	\$40.00	20	\$800.00
Lavaplatos	\$20.00	1	\$20.00	20	\$400.00
Encargado de spa	\$30.00	2	\$60.00	38	\$2,280.00
Jefe de eventos y servicios	\$45.00	1	\$45.00	20	\$900.00
Encargado de decoración	\$20.00	1	\$20.00	20	\$400.00

Supervisor de evento	\$30.00	1	\$30.00	20	\$600.00
Camareros	\$20.00	2	\$40.00	20	\$800.00
TOTAL		10	\$255.00		\$6,180.00

Tabla 126 Outsourcing de mano de obra según demanda

Y la única contratación fija que realizaremos será la del encargado de ventas como personal administrativo de los servicios:

Puestos	Cantidad	Salario mensual
Encargado de ventas	1	\$576.25

Tabla 127 Planilla para personal administrativo

Para el resumen de la inversión sumaremos el costo de outsourcing más un mes de pago de planilla del personal administrativo

1. RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

Descripción	Subtotal	Total
Obra civil	\$125,652.15	
Mobiliario y equipo	\$10,291.34	
Inversión fija tangible		\$135,943.49
Investigación y estudios previos	\$18,726.00	
Capacitaciones	\$1,400.00	
Inversión fija intangible		\$20,126.00
Total de inversión fija sin imprevistos		\$156,069.49
Imprevistos del 5%	\$7,803.47	
Total de inversiones fijas		\$163,872.96
Insumos consumibles	\$3,788.85	
Pago de planilla	\$6,756.25	
Servicios administrativos	\$209.00	
Servicios de comercialización	\$300.00	
Total de capital de trabajo		\$11,054.10
Plan de implementación		\$5,665.00
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO		\$180,592.06

Tabla 128 Resumen de inversiones del proyecto escenario 2

2. FINANCIAMIENTO EN EL PROYECTO

Con la definición de la inversión total del proyecto se calcula nuevamente el crédito a financiar bajo las mismas condiciones:

- ✓ Se considera que la contraparte proporcionará un **50%** de la inversión total del proyecto financiada con **fondos propios**: \$180,592.06 (50%) = **\$90,296.03**
- ✓ Se utilizará la **tasa efectiva anual** de **19.00%** que se aplica a la financiación proporcionada por la institución bancaria seleccionada.
- ✓ **Monto a financiar: \$90,296.03**
- ✓ **Plazo:** considerando un plazo de **10 años**
- ✓ **Cuota mensual: \$1,685.58**
- ✓ **Intereses totales a pagar:** \$111,973.24

El desglose de los primeros 12 meses del préstamo es el siguiente:

Mes	Pago Mensual	Pago de Interés	Amortización Capital	Saldo Pendiente
0				\$90,296.03
1	\$1,685.58	\$1,429.69	\$255.89	\$90,040.14
2	\$1,685.58	\$1,425.64	\$259.94	\$89,780.20
3	\$1,685.58	\$1,421.52	\$264.06	\$89,516.14
4	\$1,685.58	\$1,417.34	\$268.24	\$89,247.90
5	\$1,685.58	\$1,413.09	\$272.49	\$88,975.42
6	\$1,685.58	\$1,408.78	\$276.80	\$88,698.62
7	\$1,685.58	\$1,404.39	\$281.18	\$88,417.44
8	\$1,685.58	\$1,399.94	\$285.63	\$88,131.80
9	\$1,685.58	\$1,395.42	\$290.16	\$87,841.65
10	\$1,685.58	\$1,390.83	\$294.75	\$87,546.89
11	\$1,685.58	\$1,386.16	\$299.42	\$87,247.48
12	\$1,685.58	\$1,381.42	\$304.16	\$86,943.32

Tabla 129 Desglose del préstamo de 12 meses

Cada mes, el pago total se mantiene constante en \$1,685.58, pero la proporción de pago destinada a intereses disminuye mientras que la amortización del capital aumenta. Este desglose muestra cómo se distribuyen los pagos a lo largo del tiempo, permitiendo observar la reducción gradual del saldo pendiente del préstamo durante el primer año. El desglose de los pagos anuales para el préstamo de \$90,296.03 con una tasa de interés del 19% anual

durante 10 años, con pagos mensuales de \$1,685.58, es el siguiente:

Año	Pago Anual	Intereses (19%)	Amortización Capital	Saldo Pendiente
Año 0				\$90,296.03
Año 1	\$20,226.93	\$16,874.21	\$3,352.72	\$86,943.32
Año 2	\$20,226.93	\$16,178.69	\$4,048.24	\$82,895.08
Año 3	\$20,226.93	\$15,338.88	\$4,888.05	\$78,007.03
Año 4	\$20,226.93	\$14,324.85	\$5,902.08	\$72,104.94
Año 5	\$20,226.93	\$13,100.45	\$7,126.47	\$64,978.47
Año 6	\$20,226.93	\$11,622.06	\$8,604.87	\$56,373.60
Año 7	\$20,226.93	\$9,836.97	\$10,389.96	\$45,983.64
Año 8	\$20,226.93	\$7,681.56	\$12,545.37	\$33,438.28
Año 9	\$20,226.93	\$5,079.01	\$15,147.91	\$18,290.36
Año 10	\$20,226.93	\$1,936.56	\$18,290.36	\$0.00

Tabla 130 Desglose del préstamo para 10 años

3. COSTOS DEL PROYECTO

Para el cálculo de los costos del proyecto para el segundo escenario seguiremos manteniendo los costos asociados a la depreciación, energía eléctrica y agua potable, sin embargo, realizaremos el replanteamiento de la mano de obra directa bajo la proyección del outsourcing según demanda:

Servicio	Eventos Año 1	Eventos Año 2	Eventos Año 3	Eventos Año 4	Eventos Año 5
Beach Office	17	18	19	20	21
Centro de Negocios	20	21	22	23	24
Daypass Empresarial	21	22	23	25	26

Tabla 131 Demanda proyectada según servicio

Puesto	Pago por evento	Cantidad	Costo por evento	Demanda de eventos año 1	Costo según demanda 1
Cocineros	\$20.00	2	\$40.00	20	\$800.00
Lavaplatos	\$20.00	1	\$20.00	20	\$400.00

Encargado de spa	\$30.00	2	\$60.00	38	\$2,280.00
Jefe de eventos y servicios	\$45.00	1	\$45.00	20	\$900.00
Encargado de decoración	\$20.00	1	\$20.00	20	\$400.00
Supervisor de evento	\$30.00	1	\$30.00	20	\$600.00
Camareros	\$20.00	2	\$40.00	20	\$800.00
TOTAL		10	\$255.00		\$6,180.00

Tabla 132 Pago de Outsourcing Año 1

Puesto	Pago por evento	Cantidad	Costo por evento	Demanda de eventos año 2	Costo según demanda 2
Cocineros	\$20.00	2	\$40.00	21	\$840.00
Lavaplatos	\$20.00	1	\$20.00	21	\$420.00
Encargado de spa	\$30.00	2	\$60.00	40	\$2,400.00
Jefe de eventos y servicios	\$45.00	1	\$45.00	21	\$945.00
Encargado de decoración	\$20.00	1	\$20.00	21	\$420.00
Supervisor de evento	\$30.00	1	\$30.00	21	\$630.00
Camareros	\$20.00	2	\$40.00	21	\$840.00
TOTAL		10	\$255.00		\$6,495.00

Tabla 133 Pago de Outsourcing Año 2

Puesto	Pago por evento	Cantidad	Costo por evento	Demanda de eventos año 3	Costo según demanda 3
Cocineros	\$20.00	2	\$40.00	22	\$880.00
Lavaplatos	\$20.00	1	\$20.00	22	\$440.00
Encargado de spa	\$30.00	2	\$60.00	42	\$2,520.00
Jefe de eventos y servicios	\$45.00	1	\$45.00	22	\$990.00
Encargado de decoración	\$20.00	1	\$20.00	22	\$440.00
Supervisor de evento	\$30.00	1	\$30.00	22	\$660.00
Camareros	\$20.00	2	\$40.00	22	\$880.00
TOTAL		10	\$255.00		\$6,810.00

Tabla 134 Pago de Outsourcing Año 3

Puesto	Pago por evento	Cantidad	Costo por evento	Demanda de eventos año 4	Costo según demanda 4
Cocineros	\$20.00	2	\$40.00	23	\$920.00
Lavaplatos	\$20.00	1	\$20.00	23	\$460.00
Encargado de spa	\$30.00	2	\$60.00	45	\$2,700.00
Jefe de eventos y servicios	\$45.00	1	\$45.00	23	\$1,035.00

Encargado de decoración	\$20.00	1	\$20.00	23	\$460.00
Supervisor de evento	\$30.00	1	\$30.00	23	\$690.00
Camareros	\$20.00	2	\$40.00	23	\$920.00
TOTAL		10	\$255.00		\$7,185.00

Tabla 135 Pago de Outsourcing Año 4

Puesto	Pago por evento	Cantidad	Costo por evento	Demanda de eventos año 5	Costo según demanda 5
Cocineros	\$20.00	2	\$40.00	24	\$960.00
Lavaplatos	\$20.00	1	\$20.00	24	\$480.00
Encargado de spa	\$30.00	2	\$60.00	47	\$2,820.00
Jefe de eventos y servicios	\$45.00	1	\$45.00	24	\$1,080.00
Encargado de decoración	\$20.00	1	\$20.00	24	\$480.00
Supervisor de evento	\$30.00	1	\$30.00	24	\$720.00
Camareros	\$20.00	2	\$40.00	24	\$960.00
TOTAL		10	\$255.00		\$7,500.00

Tabla 136 Pago de Outsourcing Año 5

4. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN / SERVICIO

Costo de producción					
Costo asociado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	\$6,180.00	\$6,495.00	\$6,810.00	\$7,185.00	\$7,500.00
Depreciación	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41
Energía eléctrica	\$600.94	\$630.99	\$662.54	\$695.66	\$730.45
Agua potable	\$444.48	\$466.70	\$490.04	\$514.54	\$540.27
TOTAL	\$8,848.83	\$9,216.10	\$9,585.99	\$10,018.61	\$10,394.12

Tabla 137 Resumen de costos de producción

5. RESUMEN DE LOS COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Estos costos no sufrirán cambios con respecto a la propuesta original planteada.

Costo de administración y comercialización					
Costo asociado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario de personal administrativo	\$6,915.00	\$6,915.00	\$6,915.00	\$6,915.00	\$6,915.00
Insumos consumibles	\$3,788.85	\$3,978.29	\$4,177.21	\$4,386.07	\$4,605.37

Servicios administrativos y comercialización	\$5,508.00	\$5,508.00	\$5,508.00	\$5,508.00	\$5,508.00
TOTAL	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37

Tabla 138 Resumen de costos de producción

6. COSTO TOTAL

Se presenta a continuación un cuadro resumen de los costos totales del proyecto para cada año de estudio:

COSTOS DEL PROYECTO					
Costos asociados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción / Servicio	\$8,848.83	\$9,216.10	\$9,585.99	\$10,018.61	\$10,394.12
Costos de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
TOTAL	\$25,060.68	\$25,617.39	\$26,186.20	\$26,827.68	\$27,422.49

Tabla 139 Costos del proyecto

7. COSTO UNITARIO TOTAL

Para el costo unitario, debido a que se manejarán 3 servicios, se prorrateó el costo operativo y administrativo por el porcentaje de producción / servicio de cada uno de los servicios, dicho análisis se presenta a continuación:

Servicio	Eventos Año 1	Representación
Beach Office	17	29.31%
Centro de Negocios	20	34.48%
Daypass Empresarial	21	36.21%
TOTAL	58	100.00%

Tabla 140 Prorrateo de los servicios primer año

		Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
Descripción	Costo	29.31%	34.48%	36.21%
Papel	\$58.20	\$17.06	\$20.07	\$21.07
Tinta para impresora	\$417.60	\$122.40	\$144.00	\$151.20
Grapas	\$45.36	\$13.30	\$15.64	\$16.42
Clips	\$36.00	\$10.55	\$12.41	\$13.03
Bolígrafos	\$80.73	\$23.66	\$27.84	\$29.23
Folder	\$52.50	\$15.39	\$18.10	\$19.01

Plumones	\$375.00	\$109.91	\$129.31	\$135.78
Tollas	\$879.00	\$393.24		\$485.76
Batas para Spa	\$959.76	\$429.37		\$530.39
Par de zapatillas	\$300.00	\$134.21		\$165.79
Vela aromática	\$150.00	\$67.11		\$82.89
Aceites para masajes	\$434.70	\$194.47		\$240.23
Mano de obra directa	\$6,180.00	\$1,260.00	\$3,900.00	\$1,020.00
Depreciación	\$1,623.41	\$475.83	\$559.80	\$587.79
Energía eléctrica	\$600.94	\$176.14	\$207.22	\$217.58
Agua potable	\$444.48	\$130.28	\$153.27	\$160.93
Salario de personal administrativo	\$6,915.00	\$2,026.81	\$2,384.48	\$2,503.71
Servicio de internet	\$1,908.00	\$559.24	\$657.93	\$690.83
Marketing y publicidad	\$3,600.00	\$1,055.17	\$1,241.38	\$1,303.45
Costo Global Total	\$25,060.68	\$7,214.13	\$9,471.46	\$8,375.10
Costo Unitario Total	\$432.08	\$424.36	\$473.57	\$398.81

Tabla 141 Prorratio de costos totales por volumen de producción / servicio

8. COSTO FIJO Y COSTO VARIABLE

Se presenta a continuación una tabla en la que se detallan los costos fijos y variables del proyecto para cada uno de los años de estudio:

Descripción	Año 1			Año 2			Año 3		
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Papel		\$58.20	\$58.20		\$61.11	\$61.11		\$64.17	\$64.17
Tinta para impresora		\$417.60	\$417.60		\$438.48	\$438.48		\$460.40	\$460.40
Grapas		\$45.36	\$45.36		\$47.63	\$47.63		\$50.01	\$50.01
Clips		\$36.00	\$36.00		\$37.80	\$37.80		\$39.69	\$39.69
Bolígrafos		\$80.73	\$80.73		\$84.77	\$84.77		\$89.00	\$89.00
Folder		\$52.50	\$52.50		\$55.13	\$55.13		\$57.88	\$57.88
Plumones		\$375.00	\$375.00		\$393.75	\$393.75		\$413.44	\$413.44
Tollas		\$879.00	\$879.00		\$922.95	\$922.95		\$969.10	\$969.10
Batas para Spa		\$959.76	\$959.76		\$1,007.75	\$1,007.75		\$1,058.14	\$1,058.14
Par de zapatillas		\$300.00	\$300.00		\$315.00	\$315.00		\$330.75	\$330.75
Vela aromática		\$150.00	\$150.00		\$157.50	\$157.50		\$165.38	\$165.38
Aceites para masajes		\$434.70	\$434.70		\$456.44	\$456.44		\$479.26	\$479.26
Mano de obra directa	\$6,180.00		\$6,180.00	\$6,495.00		\$6,495.00	\$6,810.00		\$6,810.00
Depreciación	\$1,623.41		\$1,623.41	\$1,623.41		\$1,623.41	\$1,623.41		\$1,623.41
Energía eléctrica		\$600.94	\$600.94		\$630.99	\$630.99		\$662.54	\$662.54
Agua potable		\$444.48	\$444.48		\$466.70	\$466.70		\$490.04	\$490.04
Salario de personal administrativo	\$6,915.00		\$6,915.00	\$6,915.00		\$6,915.00	\$6,915.00		\$6,915.00
Servicio de internet	\$1,908.00		\$1,908.00	\$1,908.00		\$1,908.00	\$1,908.00		\$1,908.00
Marketing y publicidad	\$3,600.00		\$3,600.00	\$3,600.00		\$3,600.00	\$3,600.00		\$3,600.00
TOTAL	\$20,226.41	\$4,834.27	\$25,060.68	\$20,541.41	\$5,075.98	\$25,617.39	\$20,856.41	\$5,329.78	\$26,186.19

Descripción	Año 4			Año 5		
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Papel		\$67.37	\$67.37		\$70.74	\$70.74
Tinta para impresora		\$483.42	\$483.42		\$507.60	\$507.60
Grapas		\$52.51	\$52.51		\$55.14	\$55.14
Clips		\$41.67	\$41.67		\$43.76	\$43.76
Bolígrafos		\$93.46	\$93.46		\$98.13	\$98.13
Folder		\$60.78	\$60.78		\$63.81	\$63.81
Plumones		\$434.11	\$434.11		\$455.81	\$455.81
Tollas		\$1,017.55	\$1,017.55		\$1,068.43	\$1,068.43
Batas para Spa		\$1,111.04	\$1,111.04		\$1,166.59	\$1,166.59
Par de zapatillas		\$347.29	\$347.29		\$364.65	\$364.65
Vela aromática		\$173.64	\$173.64		\$182.33	\$182.33
Aceites para masajes		\$503.22	\$503.22		\$528.38	\$528.38
Mano de obra directa	\$7,185.00		\$7,185.00	\$7,500.00		\$7,500.00
Depreciación	\$1,623.41		\$1,623.41	\$1,623.41		\$1,623.41
Energía eléctrica		\$695.66	\$695.66		\$730.45	\$730.45
Agua potable		\$514.54	\$514.54		\$540.27	\$540.27
Salario de personal administrativo	\$6,915.00		\$6,915.00	\$6,915.00		\$6,915.00
Servicio de internet	\$1,908.00		\$1,908.00	\$1,908.00		\$1,908.00
Marketing y publicidad	\$3,600.00		\$3,600.00	\$3,600.00		\$3,600.00
TOTAL	\$21,231.41	\$5,596.27	\$26,827.68	\$21,546.41	\$5,876.09	\$27,422.50

Tabla 142 Estimación de costos fijos y variables totales por año para escenario 2

9. DESGLOSE DE COSTOS Y COSTO UNITARIO POR SERVICIO

Se presenta a continuación una tabla en la que se detallan los costos fijos y variables cada uno de los servicios:

Descripción	Costo	Beach Office 29.31%		Centro de Negocios 34.48%		Daypass Empresarial 36.21%	
		Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
Papel	\$58.20		\$17.06		\$20.07		\$21.07
Tinta para impresora	\$417.60		\$122.40		\$144.00		\$151.20
Grapas	\$45.36		\$13.30		\$15.64		\$16.42
Clips	\$36.00		\$10.55		\$12.41		\$13.03
Bolígrafos	\$80.73		\$23.66		\$27.84		\$29.23
Folder	\$52.50		\$15.39		\$18.10		\$19.01
Plumones	\$375.00		\$109.91		\$129.31		\$135.78
Tollas	\$879.00		\$393.24				\$485.76
Batas para Spa	\$959.76		\$429.37				\$530.39
Par de zapatillas	\$300.00		\$134.21				\$165.79
Vela aromática	\$150.00		\$67.11				\$82.89
Aceites para masajes	\$434.70		\$194.47				\$240.23
Mano de obra directa	\$6,180.00	\$1,260.00		\$3,900.00		\$1,020.00	
Depreciación	\$1,623.41	\$475.83		\$559.80		\$587.79	
Energía eléctrica	\$600.94		\$176.14		\$207.22		\$217.58
Agua potable	\$444.48		\$130.28		\$153.27		\$160.93
Salario de personal administrativo	\$6,915.00	\$2,026.81		\$2,384.48		\$2,503.71	
Servicio de internet	\$1,908.00	\$559.24		\$657.93		\$690.83	
Marketing y publicidad	\$3,600.00	\$1,055.17		\$1,241.38		\$1,303.45	
TOTAL	\$25,060.68	\$5,377.05	\$1,837.08	\$8,743.59	\$727.87	\$6,105.77	\$2,269.33
	DESGLOSE	\$316.30	\$108.06	\$437.18	\$36.39	\$290.75	\$108.06
	COSTO UNITARIO		\$424.36		\$473.57		\$398.81

Tabla 143 Desglose de Costos y Costo Unitario por Servicio

10. ECUACIÓN GENERAL DE COSTOS

Recopilando los datos obtenidos del costeo:

	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
Total	\$7,214.13	\$9,471.46	\$8,375.10
Costos Fijos	\$5,377.05	\$8,743.59	\$6,105.77
Costos Variables	\$1,837.08	\$727.87	\$2,269.33
Costo Variable Unitario	\$108.06	\$36.39	\$108.06

Tabla 144 Costo Variable Unitario para segundo escenario

Entonces la ecuación general sería la siguiente:

- Beach Office: $CT = 5377.05 + 108.06x$
- Centro de Negocios: $CT = 8743.59 + 36.39x$
- Daypass Empresarial: $CT = 2269.33 + 108.06x$

11. SITUACIÓN DE EQUILIBRIO

Para la situación de equilibrio asumiremos 2 escenarios de precios:

Servicio	Capacidad	Precio mínimo	Precio máximo	Eventos Año 1
Beach Office	1-10 Personas	\$150	\$1500	17
Centro de Negocios	10-75 Personas	\$500	\$2500	20
Daypass Empresarial	10-50 Personas	\$500	\$2500	21

Escenario asumiendo ingresos mínimos:

Escenario 1	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
PEQ	128	19	16
PEQ(\$)	\$19,232.73	\$9,429.96	\$7,789.23
MC	\$41.94	\$463.61	\$391.94
MC %	28%	93%	78%
MS	-\$16,682.73	\$570.04	\$2,710.77
MS %	-654%	6%	26%

Tabla 145 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 1

El escenario 1 muestra bajas expectativas de rentabilidad para los tres servicios. La utilidad neta es negativa en todos los casos, con márgenes de seguridad bajos y fluctuaciones de costos que podrían dificultar la viabilidad financiera del proyecto.

Escenario asumiendo ingresos máximos:

Escenario 2	Beach Office	Centro de Negocios	Daypass Empresarial
PEQ	4	4	3
PEQ(\$)	\$5,794.50	\$8,872.75	\$6,381.62
MC	\$1,391.94	\$2,463.61	\$2,391.94
MC %	93%	99%	96%
MS	\$19,705.50	\$41,127.25	\$46,118.38
MS %	165%	82%	88%

Tabla 146 Resumen de datos para cálculo de punto de equilibrio escenario 2

El escenario 2 presenta mucho mejores resultados. Los márgenes de contribución son significativamente más altos, lo que mejora la rentabilidad por unidad y reduce el número de unidades necesarias para alcanzar el punto de equilibrio. Además, los márgenes de seguridad son mucho más altos, lo que sugiere que el proyecto está mejor posicionado para resistir variaciones en las ventas y costos.

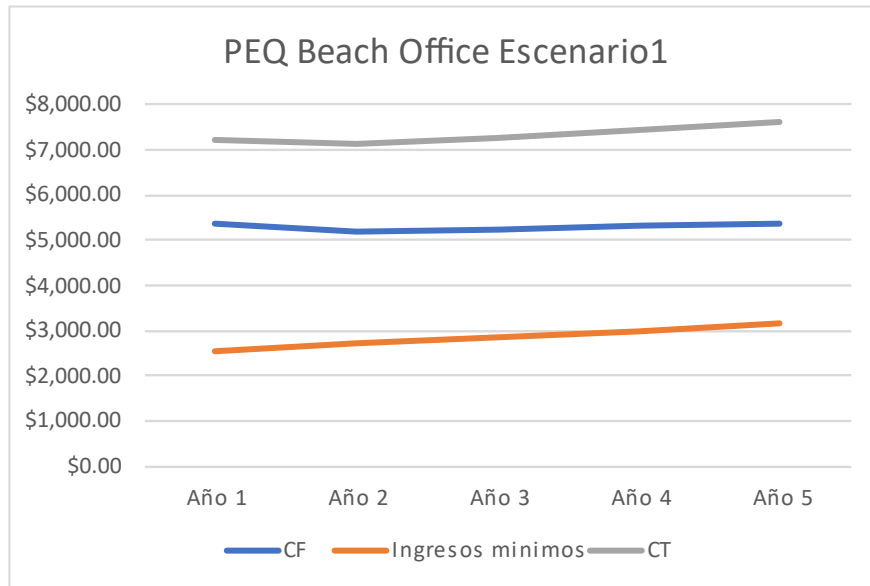


Ilustración 65 Grafica de PEQ Beach Office escenario1

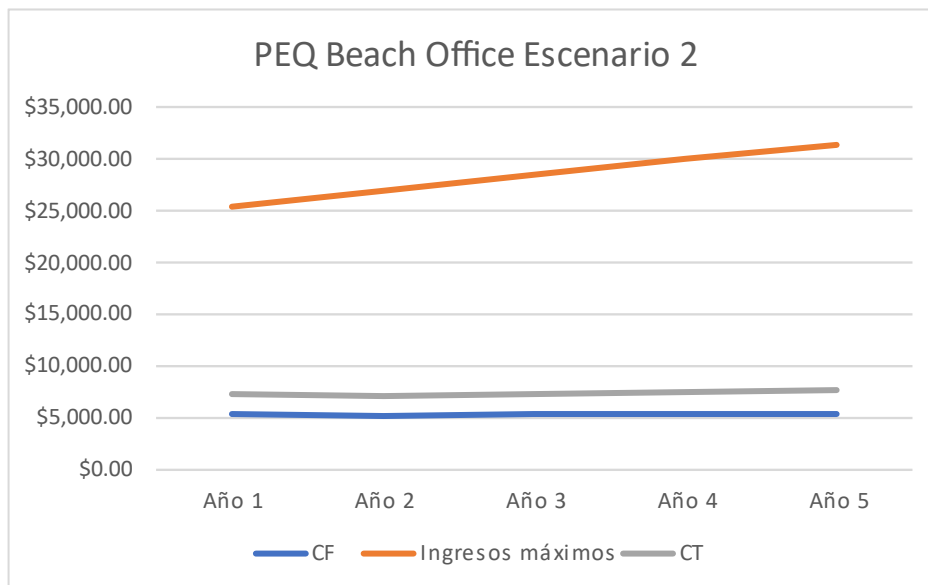


Ilustración 66 Grafica de PEQ Beach Office escenario2

- ✓ Escenario 1: Este escenario demuestra que el negocio no es financieramente viable sin aumentar los ingresos o reducir costos, ya que los márgenes son muy estrechos y el flujo de caja es insuficiente.

- ✓ Escenario 2: Este escenario muestra que el negocio tiene un potencial significativo de rentabilidad, con flujo de caja creciente, mayor rentabilidad y sostenibilidad financiera, lo que lo hace viable y sostenible a largo plazo.

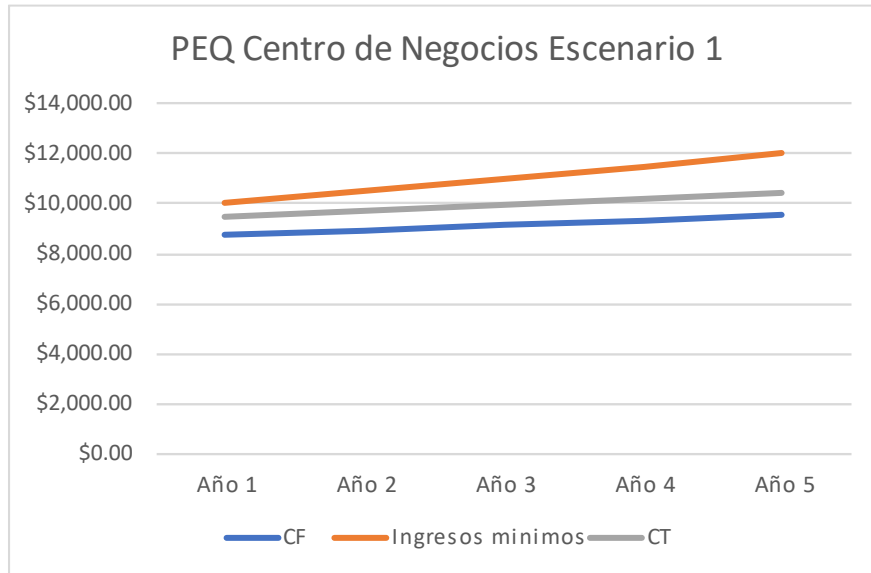


Ilustración 67 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario1

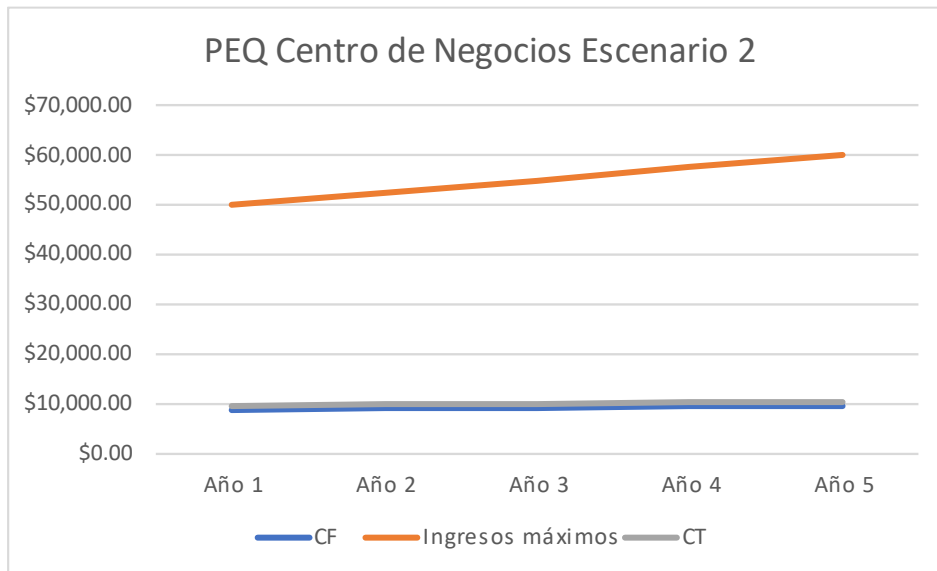


Ilustración 68 Grafica de PEQ Centro de Negocios escenario2

- ✓ El Escenario de Ingresos Bajos muestra un negocio en riesgo de no ser rentable, con flujo de caja limitado y costos crecientes. Este escenario requiere ajustes urgentes en los ingresos o en los costos operativos para asegurar la viabilidad financiera del proyecto.
- ✓ El Escenario de Ingresos Altos refleja un negocio viable y rentable, con un flujo de caja creciente y capacidad para generar ganancias sostenibles. Este escenario muestra la viabilidad del proyecto a largo plazo, con un buen control de costos y un crecimiento constante en los ingresos.

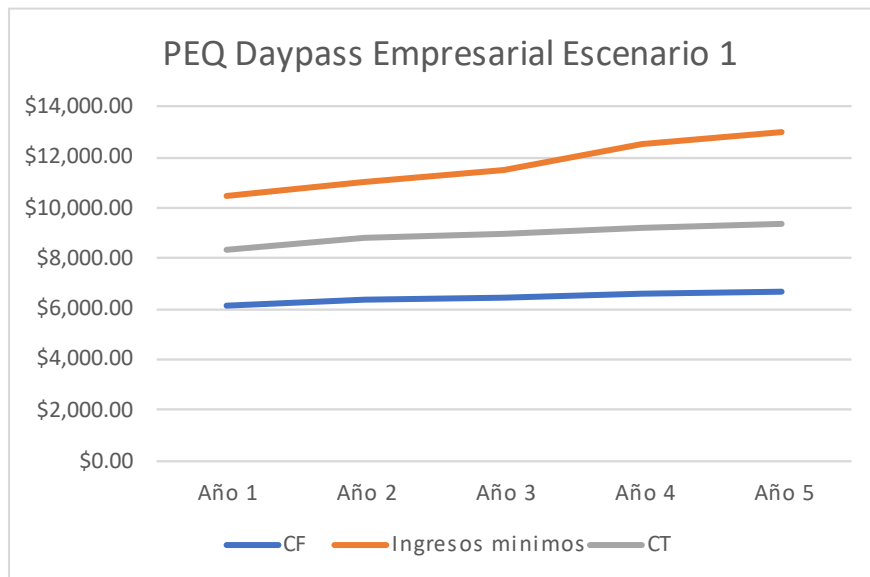


Ilustración 69 Grafica de PEQ Daypass Empresarial escenario 1

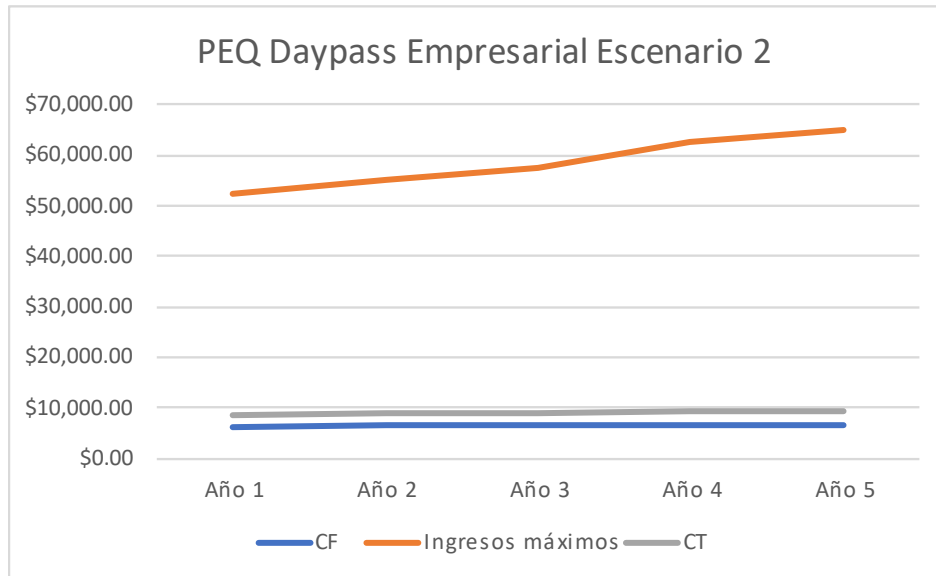


Ilustración 70 Grafica de PEQ Daypass Empresarial escenario2

- ✓ Escenario 1 Ingresos Bajos: Este escenario muestra que el negocio no es viable sin un aumento significativo de ingresos o una reducción en los costos. El flujo de caja es insuficiente para cubrir los costos operativos, lo que coloca al proyecto en una situación crítica.
- ✓ Escenario 2 Ingresos Altos: Este escenario muestra un negocio rentable y sostenible. El flujo de caja creciente y los costos controlados aseguran que el proyecto sea financieramente viable y altamente rentable a largo plazo.

12. ESTADO DE RESULTADOS

Con la nueva situación de costos se replantean el estado de resultados en sus 2 escenarios de la manera siguiente:

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Beach Office	\$2,550.00	\$2,700.00	\$2,850.00	\$3,000.00	\$3,150.00
(+)	Centro de Negocios	\$10,000.00	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,000.00
(+)	Daypass Empresarial	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,500.00	\$13,000.00
(=)	Ingreso por Ventas	\$23,050.00	\$24,200.00	\$25,350.00	\$27,000.00	\$28,150.00
(-)	Costo de Producción	\$8,848.83	\$9,216.10	\$9,585.99	\$10,018.61	\$10,394.12
(=)	Utilidad Bruta	\$14,201.17	\$14,983.90	\$15,764.01	\$16,981.39	\$17,755.88
(-)	Costo de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
(=)	Utilidad de Operación	-\$2,010.68	-\$1,417.39	-\$836.20	\$172.32	\$727.51
(-)	Costos Financieros	\$16,874.21	\$16,178.69	\$15,338.88	\$14,324.85	\$13,100.45
(=)	Utilidad Antes de Impuestos	-\$18,884.89	-\$17,596.08	-\$16,175.07	-\$14,152.53	-\$12,372.95
(-)	Impuesto Sobre la Renta (10%)	-\$1,888.49	-\$1,759.61	-\$1,617.51	-\$1,415.25	-\$1,237.29
(=)	Utilidad Neta	-\$16,996.40	-\$15,836.47	-\$14,557.56	-\$12,737.28	-\$11,135.65

Tabla 147 Estado de Resultados con Ingresos Mínimos

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Beach Office	\$ 25,500.00	\$ 27,000.00	\$ 28,500.00	\$ 30,000.00	\$ 31,500.00
(+)	Centro de Negocios	\$ 50,000.00	\$ 52,500.00	\$ 55,000.00	\$ 57,500.00	\$ 60,000.00
(+)	Daypass Empresarial	\$ 52,500.00	\$ 55,000.00	\$ 57,500.00	\$ 62,500.00	\$ 65,000.00
(=)	Ingreso por Ventas	\$ 128,000.00	\$ 134,500.00	\$ 141,000.00	\$ 150,000.00	\$ 156,500.00
(-)	Costo de Producción	\$8,848.83	\$9,216.10	\$9,585.99	\$10,018.61	\$10,394.12
(=)	Utilidad Bruta	\$ 119,151.17	\$ 125,283.90	\$ 131,414.01	\$ 139,981.39	\$ 146,105.88
(-)	Costo de Administración y Comercialización	\$16,874.21	\$16,178.69	\$15,338.88	\$14,324.85	\$13,100.45
(=)	Utilidad de Operación	\$ 102,276.96	\$ 109,105.21	\$ 116,075.14	\$ 125,656.54	\$ 133,005.42
(-)	Costos Financieros	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=)	Utilidad Antes de Impuestos	\$ 85,922.99	\$ 93,425.32	\$ 101,209.17	\$ 111,773.34	\$ 120,308.87
(-)	Impuesto Sobre la Renta (10%)	\$ 8,592.30	\$ 9,342.53	\$ 10,120.92	\$ 11,177.33	\$ 12,030.89
(=)	Utilidad Neta	\$ 77,330.69	\$ 84,082.79	\$ 91,088.25	\$ 100,596.00	\$ 108,277.98

Tabla 148 Estado de Resultados con Ingresos Máximos

Análisis:

- ✓ **El Escenario de Ingresos Mínimos** muestra riesgos financieros significativos para el proyecto, con pérdidas sostenidas y un flujo de efectivo insuficiente. Para que el proyecto sea viable, es necesario aumentar los ingresos y reducir costos operativos.
- ✓ **El Escenario de Ingresos Máximos** ofrece una perspectiva favorable, con rentabilidad desde el inicio y un flujo de efectivo positivo, lo que asegura que el proyecto es sostenible a largo plazo. Sin duda, la estrategia de ingresos altos es la clave para el éxito de este proyecto.

13. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Continuando con el replanteamiento se genera también los 2 escenarios para el estado de flujo de efectivo:

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Beach Office	\$2,550.00	\$2,700.00	\$2,850.00	\$3,000.00	\$3,150.00
(+) Centro de Negocios	\$10,000.00	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,000.00
(+) Daypass Empresarial	\$10,500.00	\$11,000.00	\$11,500.00	\$12,500.00	\$13,000.00
(=) Ingreso por Ventas	\$23,050.00	\$24,200.00	\$25,350.00	\$27,000.00	\$28,150.00
(-) Costo de Producción	\$8,848.83	\$9,216.10	\$9,585.99	\$10,018.61	\$10,394.12
(=) Utilidad Bruta	\$14,201.17	\$14,983.90	\$15,764.01	\$16,981.39	\$17,755.88
(-) Costo de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
(=) Utilidad de Operación	-\$2,010.68	-\$1,417.39	-\$836.20	\$172.32	\$727.51
(-) Costos Financieros	\$16,874.21	\$16,178.69	\$15,338.88	\$14,324.85	\$13,100.45
(=) Utilidad Antes de Impuestos	-\$18,884.89	-\$17,596.08	-\$16,175.07	-\$14,152.53	-\$12,372.95
(-) Impuesto Sobre la Renta (10%)	-\$1,888.49	-\$1,759.61	-\$1,617.51	-\$1,415.25	-\$1,237.29
(=) Utilidad Neta del periodo	-\$16,996.40	-\$15,836.47	-\$14,557.56	-\$12,737.28	-\$11,135.65
(+) Depreciaciones	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41
(-) Amortización del capital	\$3,352.72	\$4,048.24	\$4,888.05	\$5,902.08	\$7,126.47
(=) Flujo neto de efectivo	-\$18,725.71	-\$18,261.30	-\$17,822.21	-\$17,015.95	-\$16,638.72

Tabla 149 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Mínimos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Beach Office	\$25,500.00	\$27,000.00	\$28,500.00	\$30,000.00	\$31,500.00
(+) Centro de Negocios	\$50,000.00	\$52,500.00	\$55,000.00	\$57,500.00	\$60,000.00
(+) Daypass Empresarial	\$52,500.00	\$55,000.00	\$57,500.00	\$62,500.00	\$65,000.00
(=) Ingreso por Ventas	\$128,000.00	\$134,500.00	\$141,000.00	\$150,000.00	\$156,500.00
(-) Costo de Producción	\$8,848.83	\$9,216.10	\$9,585.99	\$10,018.61	\$10,394.12
(=) Utilidad Bruta	\$119,151.17	\$125,283.90	\$131,414.01	\$139,981.39	\$146,105.88
(-) Costo de Administración y Comercialización	\$16,211.85	\$16,401.29	\$16,600.21	\$16,809.07	\$17,028.37
(=) Utilidad de Operación	\$102,939.32	\$108,882.61	\$114,813.80	\$123,172.32	\$129,077.51
(-) Costos Financieros	\$16,353.97	\$15,679.89	\$14,865.97	\$13,883.20	\$12,696.56
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$86,585.35	\$93,202.72	\$99,947.84	\$109,289.11	\$116,380.95
(-) Impuesto Sobre la Renta (10%)	\$8,658.54	\$9,320.27	\$9,994.78	\$10,928.91	\$11,638.09
(=) Utilidad Neta del periodo	\$77,926.82	\$83,882.45	\$89,953.05	\$98,360.20	\$104,742.85
(+) Depreciaciones	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41	\$1,623.41
(-) Amortización del capital	\$3,352.72	\$4,048.24	\$4,888.05	\$5,902.08	\$7,126.47
(=) Flujo neto de efectivo	\$76,197.51	\$81,457.62	\$86,688.41	\$94,081.53	\$99,239.79

Tabla 150 Estado de Flujo de Efectivo para Ingresos Máximos

Análisis:

- ✓ **El Escenario de Ingresos Mínimos** presenta una situación financiera desafiante, con pérdidas continuas y un flujo de efectivo negativo que afecta la viabilidad del proyecto.

- ✓ **El Escenario de Ingresos Máximos** refleja un negocio rentable y sostenible, con utilidades positivas y un flujo de efectivo creciente, lo que indica que el proyecto tiene un potencial significativo de éxito a largo plazo.

14. EVALUACION ECONOMICA

Para evaluación económica se utilizarán los valores obtenidos en los apartados anteriores:

TMAR

Debido a que el modelo de negocio únicamente tiene un solo financiamiento, se considerará la TMAR como la tasa de interés impuesta por el banco.

TMAR = 19.00%

VAN

Escenario 1 con precios mínimos:

Flujo neto de efectivo	-\$18,725.71	-\$18,261.30	-\$17,822.21	-\$17,015.95	-\$16,638.72
-------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

$$VAN = -\$54,665.12$$

El valor negativo del VAN indica que el proyecto no es rentable, ya que los flujos de efectivo futuros descontados no cubren la inversión inicial ni los costos financieros asociados al préstamo. En este caso, el proyecto no generaría el retorno esperado y resultaría en una pérdida neta de aproximadamente \$54,665.12.

Escenario 2 con precios máximos:

Flujo neto de efectivo	\$76,197.51	\$81,457.62	\$86,688.41	\$94,081.53	\$99,239.79
-------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

$$VAN = \$261,498.19$$

El VAN para este escenario indica en términos absolutos, el proyecto genera un excedente neto de \$261,498.19 sobre la inversión inicial al descontar los flujos de efectivo al valor presente

TIR

Escenario 1 con precios mínimos:

Inversion inicial	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
-\$180,592.06	-\$18,725.71	-\$18,261.30	-\$17,822.21	-\$17,015.95	-\$16,638.72

Tabla 151 Resumen de flujo económico del proyecto-precios mínimos

TIR= Inviabile

La TIR es inviable o no puede calcularse de manera significativa porque la mayoría de los flujos de efectivo proyectados son negativos, lo que indica que el proyecto no genera retornos positivos, sino pérdidas constantes. Esto refleja una falta de rentabilidad bajo las condiciones actuales.

Escenario 2 con precios máximos:

Inversion inicial	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
-\$180,592.06	\$76,197.51	\$81,457.62	\$86,688.41	\$94,081.53	\$99,239.79

Tabla 152 Resumen de flujo económico del proyecto-precios máximos

TIR= 37%

La TIR de 37% indica que el proyecto es altamente rentable y financieramente atractivo.

TRI

Escenario 1 con precios mínimos:

Inversion inicial	-\$180,592.06	-\$18,725.71	-\$18,261.30	-\$17,822.21	-\$17,015.95	-\$16,638.72
-------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Tabla 153 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios mínimos

TRI= -0.69

La TRI de -0.69 refleja un rendimiento negativo, lo que indica que el proyecto no es financieramente viable bajo las condiciones actuales.

Escenario 2 con precios máximos:

Inversion inicial	-\$180,592.06	\$76,197.51	\$81,457.62	\$86,688.41	\$94,081.53	\$99,239.79
-------------------	---------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Tabla 154 Utilidad promedio para el periodo de estudio-precios máximos

TRI= 4.20

La TRI de 4.20 significa que, por cada dólar invertido, el proyecto genera \$4.20 de retorno inmediato en términos relativos. Esto parecería indicar que el proyecto tiene un buen nivel de eficiencia en términos de retorno directo o inmediato.

BENEFICIO / COSTO

Escenario 1 con precios mínimos:

Inversion inicial	\$180,592.06
VAN	-\$54,665.12
B/C	-0.30

Tabla 155 Beneficio/costo-precios mínimos

Este valor negativo indica que, por cada unidad monetaria invertida, el proyecto genera una pérdida de 0.30 unidades. Es decir, el retorno no solo es insuficiente para recuperar la inversión inicial, sino que genera un costo adicional.

Escenario 2 con precios máximos:

Inversion inicial	\$180,592.06
VAN	\$261,498.19
B/C	1.45

Tabla 156 Beneficio/costo-precios máximos

Este valor significa que, por cada dólar invertido en el proyecto, se espera obtener \$1.45 en beneficios. En términos simples, el proyecto genera más beneficios que costos, lo que indica que es rentable desde una perspectiva financiera.

15. EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL

La evaluación socio-económica se refiere a identificar los diversos aportes sociales que dicho proyecto pretende generar con su realización, es decir, cuáles son los intereses sociales que se propone conseguir. La evaluación social puede ser tanto directa o indirectamente, es decir, generar beneficios para los interesados principales y de esta manera ir generando beneficios sociales con los relacionados; la evaluación social es una contribución a que el proyecto no esté solamente dirigido a generar beneficios económicos a la empresa sino también generar un beneficio económico y social para el municipio de Tamanique y en cierta medida al país, de manera que pueda iniciarse y continuarse un desarrollo económico social, tendiendo como meta a la vez que dicho desarrollo sea sostenible. De acuerdo a lo anterior se pretende mediante dicho proyecto la generación de beneficios tanto directos como indirectos. Dentro de los beneficios que se pueden identificar se encuentran:

- ✓ Oportunidades de desarrollo del municipio: Al crear nuevos atractivos en la zona el municipio se generara la oportunidad de educación, mejores accesos a la zona, ya que al ser un lugar muy visitado, será de interés por parte de la municipalidad que se mejore y de mantenimiento a las condiciones de acceso, así también con mayores oportunidades de superación habrá mejores niveles de conocimiento y el que las personas posean mayores conocimientos pueden crear nuevas oportunidades de desarrollo tanto en el ámbito turístico como en otras áreas como lo es la agricultura, la agroindustria, comercio etc.
- ✓ Difusión de valores locales y promover las tradiciones del municipio: Integrar la difusión de valores locales y la promoción de tradiciones de Tamanique en el proyecto "La Costa del Sabor" puede enriquecer significativamente la experiencia turística y fortalecer el sentido de identidad cultural en la comunidad. Esto se lograría ofreciendo recorridos

culturales, eventos tradicionales y exhibiciones de arte local en colaboración con artesanos, lo cual permitiría a los visitantes conocer la historia, costumbres y gastronomía de la región de manera auténtica. Además, capacitar al personal sobre la cultura local y establecer alianzas con la comunidad no solo fomentaría el respeto y la preservación cultural, sino que también apoyaría la economía de la zona, diferenciando al proyecto como un destino de turismo cultural sostenible y responsable.

- ✓ **Generación de Empleo Local:** Con la creación de nuevos servicios, el proyecto aumenta la demanda de trabajadores en el área de turismo, servicio al cliente, y administración. Por lo que existirán nuevos empleos directos, de los cuales hemos proyectados 13 nuevas plazas para empezar pero que a medida el Hotel y Restaurante se posiciona en el mercado se generara la necesidad de contratar más personal.
- ✓ **Impulso al Turismo:** Al ofrecer servicios innovadores (como el Beach Office y el salón de eventos), se espera un incremento en el número de visitantes, lo cual beneficia a la economía local, a negocios vecinos, y a proveedores locales.
- ✓ **Desarrollo de Infraestructura:** Mejoras en las instalaciones (como la construcción del salón de eventos y el spa) pueden mejorar la infraestructura general de la zona y hacerla más atractiva para nuevos negocios e inversiones.
- ✓ **Capacitación y Formación de Personal:** La capacitación que ofreces para el personal genera beneficios a largo plazo en términos de profesionalización y habilidades laborales en la comunidad.

16. ANALISIS DE PERSPECTIVA DE GENERO

El Salvador, a través del Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MTPS) como entidad rectora de las políticas públicas en los derechos laborales individuales y colectivos ha realizado importantes avances en el cumplimiento de la normativa internacional que garantice la igualdad de oportunidades, las condiciones adecuadas y necesidades diferenciadas de las mujeres. A nivel normativo destacan reformas al Código de Trabajo (regula a las empresas); a la Ley de Servicio Civil (regula a las instituciones públicas), la Ley de la Carrera Administrativa Municipal (regula a las instituciones municipales) y la Ley de la Carrera Docente (regula a todo el personal docente de los ámbitos público y privado), con el propósito de proteger a las personas trabajadoras con enfermedades crónicas incapacitantes, para que tengan el derecho a mantener su puesto de trabajo y para prohibir a los patronos asignar a mujeres embarazadas o con enfermedades crónicas incapacitantes o trabajos que requieren esfuerzos físicos incompatibles con su estado o enfermedad; adicionalmente se reforma el Código de Trabajo para garantizar la igualdad salarial entre mujeres, hombres y personas con discapacidad que en una misma empresa desarrollen actividades idénticas. Otra reforma al Código de Trabajo es para garantizar el reinstalo inmediato en caso de despido de mujeres trabajadoras en estado de embarazo.¹⁵

La **perspectiva de género** en el proyecto "La Costa del Sabor" puede ser un componente crucial para garantizar que los beneficios y oportunidades generados por el proyecto se distribuyan equitativamente entre hombres y mujeres. A continuación, se propongo un

¹⁵ Comisión económica para América Latina y el Caribe; [INFORME NACIONAL EL SALVADOR Julio 2024 - CEPAL](#)

análisis, centrándonos en oportunidades laborales, capacitación, cultura organizacional, y alianzas con la comunidad:

Análisis de Perspectiva de Género en el Proyecto "La Costa del Sabor"

1. Oportunidades de Empleo Igualitarias

- ✓ **Acceso Equitativo a Puestos de Trabajo:** Asegurar que tanto hombres como mujeres tengan igual oportunidad de acceder a los puestos de trabajo creados por el proyecto, desde empleos en el restaurante, spa, y Beach Office hasta roles de supervisión y gerencia.
- ✓ **Condiciones y Beneficios Igualitarios:** Establecer políticas de igualdad en cuanto a salarios, beneficios y condiciones laborales para todos los empleados, independientemente de su género.

2. Capacitación y Desarrollo Profesional con Enfoque Inclusivo

- ✓ **Capacitaciones de Calidad para Todo el Personal:** Ofrecer programas de capacitación en habilidades específicas (como atención al cliente, seguridad, primeros auxilios, técnicas de cocina y spa) con un enfoque inclusivo, asegurando que tanto hombres como mujeres tengan acceso y apoyo en su desarrollo profesional.
- ✓ **Promoción del Liderazgo Femenino:** Crear espacios donde las mujeres puedan desarrollar habilidades de liderazgo y tomar roles de responsabilidad en el proyecto. Esto puede incluir programas de mentoría y entrenamiento en habilidades de gestión para trabajadoras interesadas en avanzar dentro de la empresa.

3. **Cultura Organizacional y Sensibilización en Igualdad de Género**

- ✓ **Sensibilización en Diversidad e Inclusión:** Realizar talleres y actividades de sensibilización sobre igualdad de género, respeto y colaboración en el ambiente laboral, contribuyendo a una cultura organizacional inclusiva y respetuosa.
- ✓ **Cero Tolerancia al Acoso y la Discriminación:** Establecer una política firme contra el acoso y la discriminación, garantizando que todos los empleados, sin importar su género, trabajen en un entorno seguro y de respeto.

4. **Alianzas con Mujeres Emprendedoras Locales**

- ✓ **Fomento del Emprendimiento Femenino:** Apoyar a mujeres emprendedoras de la comunidad mediante la compra de productos locales para el restaurante y el spa (por ejemplo, artesanías, productos de higiene natural, o alimentos tradicionales) que puedan ser utilizados en el proyecto.
- ✓ **Espacios de Venta para Mujeres Productoras:** Crear oportunidades para que mujeres productoras locales vendan sus productos a los visitantes de "La Costa del Sabor", aumentando su visibilidad y participación económica.

5. **Promoción de Igualdad en las Experiencias de los Visitantes**

- ✓ **Eventos de Valoración Cultural y de Género:** Organizar eventos que promuevan la igualdad de género y la valoración del rol de la mujer en la cultura local, tales como exposiciones de arte o ferias de emprendedoras locales.

- ✓ **Diseño de Servicios Sensibles al Género:** Asegurarse de que los servicios, desde las instalaciones hasta la oferta gastronómica, respondan a las necesidades de todos los clientes, sin sesgos o estereotipos de género

17. EVALUACION AMBIENTAL

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), exigida en el Art. 18 de la Ley de Medio Ambiente, es el proceso que incluye el conjunto de acciones que aseguran que las actividades, obras o proyectos que puedan tener un impacto negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de preinversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y se recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del ambiente y la sostenibilidad de la inversión. Cabe aclarar que lo que se hará en este apartado es una valoración, es decir, se dará importancia a los efectos que genere la empresa para tratar de que éstos, no afecten al medio ambiente de una manera significativa o muy significativa o tratar la disminución y mitigación. El objetivo es que la empresa sea amigable con el medio ambiente.

El método para la evaluación del impacto ambiental generado por el proyecto es el “Método de Matriz de Leopold”. Esta matriz tiene en el eje horizontal las acciones que causan impacto ambiental; y en el eje vertical las condiciones ambientales existentes que puedan verse afectadas por esas acciones. Este formato provee un examen amplio de las interacciones entre acciones propuestas y factores ambientales. Cada cuadro se divide en diagonal. En la parte superior se coloca la magnitud –M (extensión del impacto) –, precedida del signo “+” o bien “-”, según el impacto sea positivo o negativo respectivamente. La escala empleada incluye valores del 1 al 10, siendo 1 la alteración mínima y 10 la alteración máxima. En el triángulo inferior se coloca la importancia –I (intensidad)–, también en escala del 1 al 10. (Ponce, s.f.) La ponderación es subjetiva, pero debe hacerse con la participación de todo el equipo de especialistas para lograr la mayor objetividad posible. La suma por filas indica las incidencias del conjunto de acciones sobre cada factor, y por lo tanto su grado de fragilidad. La suma por

columnas provee la valoración relativa del efecto que cada acción producirá, es decir, su agresividad.

FACTORES DEL MEDIO	ACCIONES DE LA ACTIVIDAD PROYECTADA								
	A ₁	A ₂	A ₃			A _i			A _n
F ₁				*		*			
F ₂			*						*
					*		*		
	*	*							
F _j				*		*		*	*
	*								
		*			*				
F _m			*				*	*	*

Ilustración 71 Ejemplo de aplicación de Matriz de Leopold

Para la evaluación del impacto, se observarán los procesos que tienen que ver con la implantación del proyecto y su funcionamiento, el cual se le denomina “acción”.

Impactos a evaluar: Se desarrollarán los diversos procesos que se emplearán dentro de la empresa, esto comprende desde la recepción de MP hasta el empaclado de cada uno de los productos. Rubro de Impactos Se presenta a continuación el listado de los posibles impactos ambientales que se puedan percibir en el desarrollo del proyecto; cabe mencionar que debido a la naturaleza del proyecto y a las actividades involucradas, se tomarán en consideración únicamente aquellos relacionados al proyecto.

Rubro	
Tierra	Erosión
	Contaminación del suelo
	Calidad del agua
Aire	Calidad del aire
Flora	Microflora
Fauna	Animales terrestres y marítimos
Paisaje y estética	Diseño del paisaje
	Condiciones físicas
Ruido	Eventos y actividades
Facilidad y actividad humana	Red de transporte
	Empleo

Tabla 157 Rubro de impacto

Definición de criterios de evaluación

Magnitud		
Intensidad	Afectación	Calificación
Baja	Baja	-1
Baja	Media	-2
Baja	Alta	-3
Mediana	Baja	-4
Mediana	Media	-5
Mediana	Alta	-6
Alta	Baja	-7
Alta	Media	-8
Alta	Alta	-9
Muy alta	Alta	-10

Tabla 158 Criterios de evaluación

Importancia		
Duración	Influencia	Calificación
Temporal	Puntual	1
Media	Puntual	2
Permanente	Puntual	3
Temporal	Local	4
Media	Local	5
Permanente	Local	6

Temporal	Regional	7
Media	Regional	8
Permanente	Regional	9
Permanente	Nacional	10

Ilustración 72 Importancia

Valoración de impacto	
Impacto bajo	1-30
Impacto medio	31-60
Impacto severo	61-92
Impacto crítico	> 92

Tabla 159 Valoración de impacto

MATRIZ DE LEOPOLD

Impacto ambiental		Construcción y adecuación		Operación diaria		Gestión de residuos		Movilidad de clientes	Mantenimiento	Sumatoria			
		Readequación	Instalación de equi. Y mobiliario	Preparación y servicio de alimentos y bebidas	Operación de áreas de servicio	Manejo de residuo	Tratamiento de aguas residuales	Uso de vehículos	Mantenimiento de instalaciones y equipo	Int.		negativa	positivo
										Negativo	Positivo		
Agua	Calidad del agua	1		-1	3	-3	-2				3	6	4
		1		2	4	2	3			7			12
Aire	Calidad del aire (gases, partículas)	-3		-2	-1		-2	-4			5	12	
		4		1	1		2	6		5			14
Tierra	Erosión	1				-2	-1				2	3	1
		1				1	3			4			5
Flora	Contaminación del suelo por residuos	-1		2	2	-3	-3				3	6	4
		1		3	3	3	3			7			13
Fauna	Microflora	-1			1	-1	-1				3	3	1
		2			1	4	4			5			11
Paisaje y estética	Animales terrestres y acuáticos				1	-1	-1	1			2	2	2
					1	1	1	1	1	6			4
Ruido	Diseño del paisaje	-2							-3		2	5	
		3								6			9
Facilidades y actividades humanas	Condiciones físicas únicas	-1							-5		2	6	
		1								3			4
Int.	Eventos o actividades	-6	-6	-1	-2			1	-4		5	18	1
		3	3	1	3			1	3	7			14
Sumatoria	Red de transporte								-7		1	7	
										3			3
Sumatoria	Empleo	4	4	4	4	4	4	4	4	8			32
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	8		24
Sumatoria	+	12	3	7	12	7	8	7	6	62			
	-	6	1	3	2	5	6	1	4	28			
Sumatoria	Negativa	14	6	4	3	10	10	4	19			68	0
	Positiva	6	4	6	11	4	4	6	4				45
Resultado										2.4	1	113	
										0		1.8	

Ilustración 73 Matriz de Leopold

Análisis: A partir de los resultados obtenidos de la matriz Leopold, se puede establecer en base a la tabla de valoración de impactos que las acciones llevadas a cabo a lo largo del proyecto no representan una magnitud o importancia considerable, y se establece, por lo tanto, para el proyecto, un impacto ambiental bajo debido a que los valores se encuentran en dicho rango

VII. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

En la administración del proyecto se aplican conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto de forma tal de cumplir con los requerimientos del proyecto. La gestión de proyectos se lleva a cabo mediante el uso de procesos tales como planificación, organización, ejecución y control.

El equipo del proyecto administra el trabajo de los proyectos, el trabajo comúnmente implica: Distintas demandas de: alcance, tiempo, costo, riesgo y calidad. Clientes con diferentes necesidades y expectativas.

Planificación del proyecto

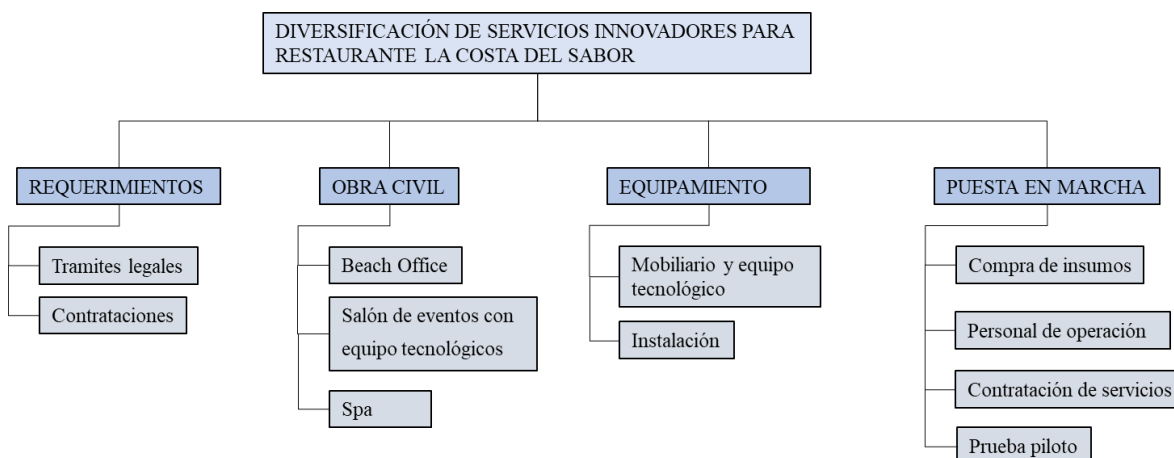
Dicha planificación del proyecto es la programación y estimación del orden de prioridades de las actividades necesarias para alcanzar los objetivos. Y es que el planificar, es estimar técnicamente lo que va a suceder en los próximos días, semanas, meses o años.

El objetivo de la planificación de proyectos es obtener una distribución de las actividades en el tiempo y una utilización de los recursos que minimice el coste del proyecto cumpliendo con los condicionantes exigidos de: plazo de ejecución, tecnología a utilizar, recursos disponibles, nivel máximo de ocupación de dichos recursos, entre otros.

Estructura de desglose de trabajo (EDT)

La Estructura de desglose de trabajo (EDT) es una herramienta fundamental que consiste en la descomposición jerárquica, orientada al entregable, del trabajo a ser ejecutado por el equipo de proyecto, para cumplir con los objetivos de este y crear los entregables requeridos, donde cada nivel descendente de la EDT representa una definición con un detalle incrementado del trabajo del proyecto.

El propósito de una EDT es organizar y definir el alcance total aprobado del proyecto según lo declarado en la documentación vigente. Su forma jerárquica permite una fácil identificación de los elementos finales, llamados "Paquetes de Trabajo". Se trata de un elemento exhaustivo en cuanto, al alcance del proyecto, y sirve como base para la planificación del proyecto. Todo trabajo del proyecto debe poder rastrear su origen en una o más entradas de la EDT. En este sentido, se presenta la EDT para la Diversificación de servicios innovadores para el Restaurante La Costa del Sabor ubicado en el municipio de Tamanique, La Libertad diseño del Plan de Negocio para el emprendimiento:



Esquema 1 Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)

Descripción de los entregables del proyecto

A continuación, se desarrolla una breve descripción en lo que consiste cada uno de los entregables del proyecto:

Requerimientos

Objetivo: Desarrollar las actividades necesarias de legalización y contratación de gerentes para que se lleve a cabo el proyecto.

Descripción: Este entregable involucra todas aquellas acciones que son necesarias previas a la ejecución del proyecto (legalización, licitación de obra civil y contratación de los gerentes del proyecto).

Obra Civil

Objetivo: Establecer las diferentes actividades de obra civil para llevar a cabo la construcción/adecuación del espacio físico para la implementación de los nuevos servicios.

Descripción: Este entregable contiene todo lo referente a la construcción de la obra civil para La Costa del Sabor de acuerdo al diseño propuesto en la etapa de diseño; es decir la planificación, ejecución, supervisión y control de la construcción de Beach Office, Salón de eventos con equipo tecnológico y el Spa.

Equipamiento

Objetivo: Establecer las diferentes actividades necesarias para cotizar diferentes mercados proveedores que brinden los mejores equipos y mobiliarios al mejor precio, para su futura instalación

Descripción: En este entregable contiene todo a lo referente a la compra de mobiliario y equipo necesaria para un óptimo funcionamiento de los nuevos servicios innovadores que ofrecerá Hotel y Restaurante La Costa del Sabor.

Puesta en marcha

Objetivo: Desarrollar las diferentes actividades para la compra de insumos, contratación de personal operativo y servicios necesarios, así como la realización de la prueba piloto.

Descripción: Este entregable incluye todo lo relacionado a la adquisición de materiales e insumos, contratación del personal operativo y administrativo, contratación de diferentes tipos de servicios y la prueba piloto que se lleva a cabo siendo esto necesario para la puesta en marcha de los nuevos servicios para Hotel y Restaurante La Costa del Sabor.

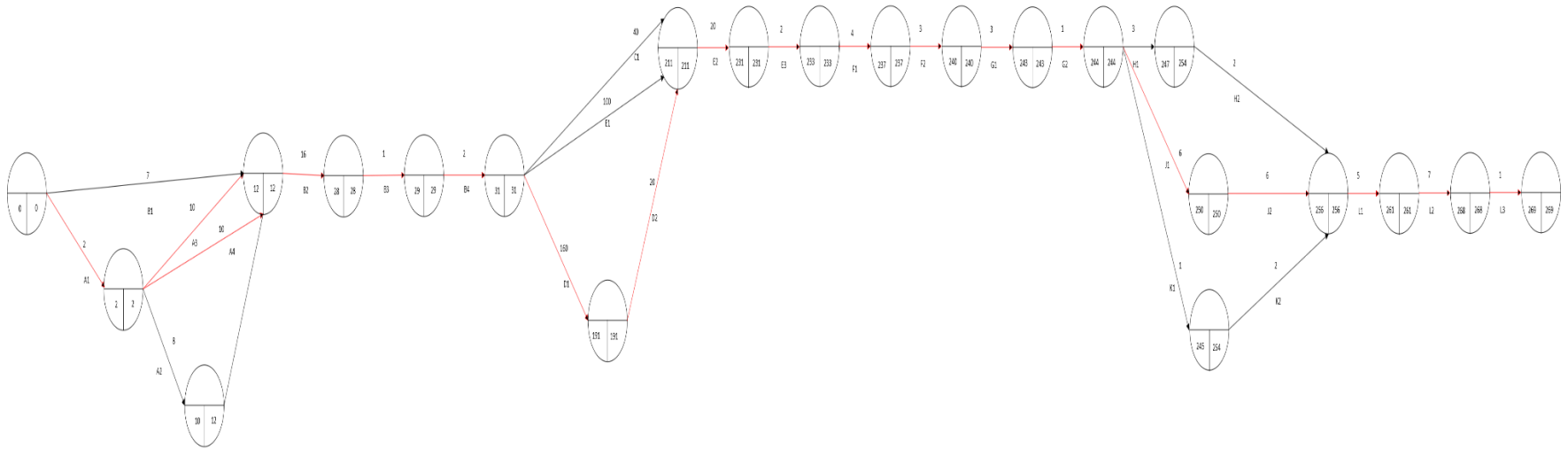
Actividades del proyecto

ENTREGABLE	PAQUETE	ACT	ACTIVIDADES	PREC	DURACION
REQUERIMIENTOS	TRAMITES LEGALES	A1	Contratación de abogado		2
		A2	Registro e inscripción de nuevos servicios	A1	8
		A3	Permiso de construcción	A1	10
		A4	Permisos ambientales y sanitarios	A1	10
	CONTRATACIONES	B1	Contratación de gerencia para el proyecto		7
		B2	Definir y publicar bases de licitación	A3, A4, B1	16
		B3	Elaboración de contrato con empresa ganadoras	B2	1
		B4	Gestionar Obra civil	B3	2
OBRA CIVIL	BEACH OFFICE	C1	Readecuación de habitaciones	B4	40
	SALON DE EVENTOS	D1	Construcción de salón de eventos	B4	160
		D2	Acabados finales del salon	D1	20
	SPA	E1	Construcción de espacio para Spa	B4	100
		E2	Acabados finales	E1,C1,D2	20
		E3	Acta de finiquito de finalización de obra civil	E2	2
EQUIPAMIENTO	MOBILIARIO Y EQUIPO	F1	Gestión de compra del mobiliario y equipo	E3	4
		F2	Compra y registro de mobiliario y equipo	F1	3
	INSTALACION	G1	Instalar mobiliario y equipo	F2	3
		G2	Realizar pruebas de desempeño de equipos	G1	1
PUESTA EN MARCHA	COMPRA DE INSUMOS	H1	Gestión de compra de insumos para la puesta en marcha	G2	3
		H2	Compra de insumos	H1	2
	PERSONAL DE OPERACIÓN	J1	Contratación de personal y empresas capacitadoras	G2	6
		J2	Realizar capacitaciones al personal	J1	6
	CONTRATACION DE SERVICIOS	K1	Contratar empresa con el servicio de internet	G2	1
		K2	Instalar servicio de internet	K1	2

	PRUEBA PILOTO	L1	Diseñar y planificar prueba piloto	H2, J2, K2	5
		L2	Ejecutar y evaluar prueba piloto	M1	7
		L3	Cerrar el proyecto	M2	1

Tabla 160 Actividades del proyecto

Red del proyecto



Esquema 2 Red del proyecto

Duración	269 días, aproximadamente 9 meses
Actividades	27, actividades de las cuales 19 actividades críticas lo que nos indica el porcentaje de criticidad es del aproximadamente del 65%
Ruta Crítica1	A1, A3, B2, B3, B4, D1, D2, E2, E3, F1, F2, G1, G2, J1, J2, L1, L2, L3
Ruta Crítica2	A1, A4, B2, B3, B4, D1, D2, E2, E3, F1, F2, G1, G2, J1, J2, L1, L2, L3

Asignación de responsabilidades y costos

ACT	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	COSTO
A1	Contratación de abogado	Director General	\$2,000.00
A2	Registro e inscripción de nuevos servicios	Director General	\$550.00
A3	Permiso de construcción	Director General	\$50.00
A4	Permisos ambientales y sanitarios	Director General	\$50.00
B1	Contratación de gerencia para el proyecto	Director General	\$500.00
B2	Definir y publicar bases de licitación	Director General y Administrativo	\$100.00
B3	Elaboración de contrato con empresa ganadoras	Director General y Administrativo	\$165.00
B4	Gestionar Obra civil	Director General y Administrativo	\$150.00
C1	Readecuación de habitaciones	Constructora seleccionada	\$7,275.00
D1	Construcción de salón de eventos	Constructora seleccionada	\$80,464.37
D2	Acabados finales del salón	Constructora seleccionada	\$5,748.10
E1	Construcción de espacio para Spa	Constructora seleccionada	\$24,547.00
E2	Acabados finales	Constructora seleccionada	\$7,274.33
E3	Acta de finiquito de finalización de obra civil	Constructora seleccionada	\$343.35
F1	Gestión de compra del mobiliario y equipo	Director administrativo	\$191.34
F2	Compra y registro de mobiliario y equipo	Propietario	\$10,000.00
G1	Instalar mobiliario y equipo	Empresa seleccionada	\$60.00
G2	Realizar pruebas de desempeño de equipos	Director administrativo	\$40.00
H1	Gestión de compra de insumos para la puesta en marcha	Director administrativo	\$100.00
H2	Compra de insumos	Propietario	\$3,688.85
J1	Contratación de personal y empresas capacitadoras	Director administrativo	\$150.00
J2	Realizar capacitaciones al personal	Director administrativo	\$1,400.00
K1	Contratar empresa con el servicio de internet	Director administrativo	\$159.00

K2	Instalar servicio de internet	Empresa seleccionada	\$50.00
L1	Diseñar y planificar prueba piloto	Director General y Administrativo	\$350.00
L2	Ejecutar y evaluar prueba piloto	Director General y Administrativo	\$100.00
L3	Cerrar el Proyecto	Director General y Administrativo	\$100.00

Tabla 161 responsables por actividad y su costo en el proyecto

Presupuesto del plan de implementación del proyecto

El siguiente presupuesto detalla los costos asociados con la implementación del proyecto, este presupuesto cubre desde los trámites legales y las contrataciones iniciales, hasta la obra civil, el mobiliario y equipo necesario, y la puesta en marcha del proyecto a través de una prueba piloto. Cada sección refleja los costos directos asociados a las actividades requeridas para completar el proyecto. A continuación, se presenta el desglose detallado del presupuesto total de implementación:

Descripción	Sub total	Total
Trámites legales	\$2,650.00	
Contrataciones	\$915.00	
Total de requerimientos		\$3,565.00
Obra civil	\$125,652.15	
Total de Obra civil		\$125,652.15
Mobiliario y equipo	\$10,291.34	
Total de equipamiento		\$10,291.34
Compra de insumos para prueba piloto	\$3,788.85	
Personal de operación para prueba piloto	\$1,550.00	
Contratación de servicios	\$509.00	
Prueba piloto	\$550.00	
Total, de puesta en marcha		\$6,397.85
TOTAL, DE IMPLEMENTACION DEL PROYECTO		\$145,906.34

Tabla 162 Tabla de presupuesto del proyecto

CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado ha identificado una clara oportunidad para introducir servicios innovadores en La Costa del Sabor. Las propuestas como el Beach Office, Catering de Eventos, DayPass y Salón de Eventos con equipos tecnológicos han mostrado alta aceptación entre los encuestados, con un interés particular por el Beach Office y el Salón de Eventos.
2. La mayoría de las empresas interesadas en los servicios de La Costa del Sabor provienen de los sectores de manufactura, servicios gubernamentales, turismo y hospitalidad, y servicios financieros. Este perfil permite una segmentación efectiva del mercado y un enfoque específico en los esfuerzos de marketing y ventas.
3. Se detectó que una gran parte de las empresas organiza eventos fuera de la oficina con frecuencia trimestral y mensual. Los propósitos principales de estos eventos incluyen capacitación, desarrollo, actividades recreativas y reuniones de negocio, destacando la necesidad de ofrecer servicios que integren trabajo y ocio.
4. Un 95.5% de las empresas que han utilizado los servicios de La Costa del Sabor reportó estar muy satisfecho o satisfecho con la calidad y el servicio, lo que indica un alto potencial para la fidelización de clientes y la recomendación boca a boca.
5. El 68.4% de los encuestados considera importante o muy importante que La Costa del Sabor implemente prácticas sostenibles. Esto sugiere que adoptar medidas ecológicas no solo contribuirá a la sostenibilidad ambiental, sino que también mejorará la percepción y preferencia de los clientes hacia la empresa.
6. La mayoría de las empresas encuestadas tienen un presupuesto promedio de \$500 a \$5,000 por evento, y el 54.1% estaría dispuesto a pagar más por servicios adicionales

innovadores y de alta calidad. Este dato es clave para definir la política de precios y de la propuesta de valor de los nuevos servicios.

7. Un 85.3% de los encuestados estaría dispuesto a recomendar La Costa del Sabor a otras empresas o socios comerciales, lo que destaca el potencial de crecimiento a través de referencias.
8. La evaluación de la competencia, utilizando técnicas como el cliente misterioso, permitirá a La Costa del Sabor identificar sus fortalezas y áreas de mejora en comparación con competidores directos e indirectos, información esencial para desarrollar estrategias competitivas efectivas.
9. Las proyecciones de demanda para los próximos cinco años indican un crecimiento significativo en la demanda de los servicios propuestos, justificando la inversión en infraestructura y personal necesarios para ofrecer estos servicios de manera eficiente y rentable.
10. El estudio de mercado confirma la viabilidad de introducir servicios innovadores en La Costa del Sabor. Con una demanda proyectada favorable, un alto nivel de satisfacción actual y un fuerte interés en nuevas ofertas, la empresa está bien posicionada para expandir sus servicios y mejorar su competitividad en el mercado.
11. En cuanto al diseño de los servicios, es fundamental que estos se alineen con las expectativas del mercado y las necesidades de los clientes. La implementación de herramientas como el Service Blueprint facilitará un diseño integral que contemple todos los aspectos del servicio. El enfoque en el diseño permitirá a La Costa del Sabor diferenciarse y ofrecer propuestas de valor únicas que resalten en un entorno competitivo.

12. Para llevar a cabo la inversión del proyecto se determinó por inversiones fijas tangibles, que se invertirá un monto de \$135,943.49, de igual forma se toma la inversión fija intangible, investigación de estudios previos y capacitaciones, calculando la inversión de \$20,126.00, haciendo una sumatoria de inversiones fijas se determinó por política que se dejara el 5% de la misma para imprevistos, dando un total de inversiones de \$163,872.96. En cuanto al capital de trabajo se ha considerado para un periodo de 1 mes, en el cual se invertirá un monto de \$11,151.33, por lo que el proyecto tiene una inversión total de \$175,024.29.
13. Al realizarse el análisis económico-financiero se puede ver que, bajo las condiciones actuales, el proyecto no alcanza la rentabilidad deseada. Tanto el Valor Actual Neto (VAN) como la Tasa Interna de Retorno (TIR) son negativos, lo que refleja una situación donde los ingresos proyectados no logran cubrir los costos operativos y la inversión inicial.
14. Si bien el proyecto no es rentable en este momento, existe potencial para que lo sea bajo condiciones diferentes. Es fundamental mantener una preparación constante, esto implica monitorear el mercado, identificar oportunidades de reducción de costos, y prepararse para un entorno más favorable donde el proyecto pueda ser rentable.
15. A partir de los estados de resultados y flujos de efectivo analizados, se observa que el proyecto enfrenta pérdidas sostenidas en ambos escenarios, aunque con diferencias significativas en la magnitud de las pérdidas y la proyección de rentabilidad.
16. Los ingresos no son suficientes para cubrir los costos de producción ni los gastos operativos, lo que genera pérdidas continuas durante los primeros cinco años. A pesar de algunas fluctuaciones en el flujo de efectivo, el proyecto muestra una gran inestabilidad en sus finanzas. El flujo neto de efectivo es negativo en la mayoría de

los años, lo que sugiere que el proyecto no es financieramente viable sin ajustes importantes en los precios o los costos.

17. Se enfrentan pérdidas en los primeros años, el proyecto muestra señales de mejora, con una utilidad neta positiva a partir del cuarto año. El flujo neto de efectivo es más estable en comparación con el escenario de ingresos mínimos, pero aún presenta desafíos debido a los altos costos financieros y operativos.
18. Según el análisis alternativo realizado se puede orientar el proyecto buscando la viabilidad a través del outsourcing del recurso humano orientado al trabajo operativo de los eventos, haciendo contrataciones acordes a la demanda de cada uno de los servicios, siendo este escenario el más viable y rentable para poder ejecutar el proyecto.

RECOMENDACIONES

1. Mantener un análisis constante del entorno competitivo, las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores, permitiendo adaptar rápidamente las estrategias a medida que se implementan las propuestas de nuevos servicios.
2. Continuar recogiendo feedback de los clientes a través de encuestas, entrevistas y análisis de comentarios en redes sociales, proporcionando información valiosa para ajustar y mejorar las experiencias ofrecidas según las expectativas del mercado.
3. Fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa, buscando siempre nuevas formas de mejorar los servicios existentes y evaluar la efectividad de las propuestas diseñadas, asegurando que se mantengan relevantes y atractivas para los consumidores.
4. Mantener y fortalecer las prácticas sostenibles y las iniciativas de responsabilidad social corporativa, ya que estas acciones no solo tienen un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente, sino que también mejoran la percepción de la marca ante los consumidores conscientes.
5. Invertir en la formación y desarrollo del personal para asegurar que estén alineados con los estándares de calidad y servicio de la empresa, con un enfoque en la capacitación específica relacionada con las nuevas propuestas de servicios.
6. Buscar oportunidades de colaboración con otras empresas, instituciones y organizaciones locales para ampliar la red de contactos, mejorar la visibilidad y explorar nuevas oportunidades de negocio que complementen las propuestas diseñadas.
7. Utilizar un enfoque integrado de marketing que combine estrategias digitales y tradicionales, aprovechando las redes sociales, el SEO, el marketing de contenidos,

así como campañas publicitarias y eventos promocionales para maximizar el alcance de las nuevas ofertas.

8. Ser flexible para ajustar las estrategias en respuesta a los cambios en el mercado, regulaciones gubernamentales y expectativas de los consumidores, asegurando que las propuestas de servicio se implementen de manera efectiva.
9. Mantener una comunicación transparente y regular con todos los stakeholders, incluyendo empleados, clientes, proveedores y socios estratégicos, para asegurar un alineamiento y colaboración efectivos en todas las áreas de la empresa.
10. Implementar las propuestas de diseño de servicios, utilizando herramientas como el Service Blueprint para garantizar una experiencia del cliente coherente y de alta calidad, facilitando así la transición hacia los nuevos servicios innovadores y alineados con las expectativas del mercado.
11. Si bien por el momento los resultados indican que no es favorable poner en marcha el proyecto, es recomendable mantener un plan de espera, enfocado en mejorar la propuesta de valor, reducir costos y preparar la infraestructura para un mejor momento de mercado.
12. Es crucial realizar ajustes en los precios de venta y buscar formas de reducir costos operativos para lograr la rentabilidad en el corto plazo.
13. Se debe continuar con el enfoque en el crecimiento de los ingresos, pero también trabajar en una optimización de los costos y reducción de los intereses para garantizar la estabilidad financiera a largo plazo.
14. Realizar outsourcing del recurso humano para la ejecución del proyecto como el planteado en el escenario alternativo para rentabilizar la propuesta.

15. Buscar alianzas estratégicas que permitan mantener una demanda constante en las bajas temporadas y consolidar la fidelización de los clientes empresariales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- ✓ Diario El Salvador. (2023). *El turismo interno salvadoreño continúa registrando crecimiento*. Recuperado el 23 de junio de 2024, de <https://diarioelsalvador.com/el-turismo-interno-salvadoreno-continua-registrando-crecimiento/428574/>
- ✓ Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador. (Año). *Consolidado final de los flujos migratorios de turismo en El Salvador*. Recuperado el 23 de junio de 2024, de <https://www.migracion.gob.sv/noticias/451-mil-381-viajeros-ingresaron-y-salieron-del-pais-durante-la-temporada-de-semana-santa-2023/>
- ✓ Ministerio de Turismo de El Salvador. (2023). *Informe Data Tur Ocupación en Servicios Turísticos de Hospedaje 2023*. Recuperado el 23 de junio de 2024, de <https://www.corsatur.gob.sv/>
- ✓ Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). (2018, 20 de diciembre). *Más de 300 mil micro, pequeñas empresas y emprendimientos registra última encuesta de la MYPE*. Recuperado el 23 de junio de 2024, de <https://www.conamype.gob.sv/blog/2018/12/20/mas-de-300-mil-micro-pequenas-empresas-y-emprendimientos-registra-ultima-encuesta-de-la-mype/>
- ✓ Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador (DIGESTYC). (2021). *Informe de Resultados del Censo Económico 2021*. Recuperado el 23 de junio de 2024, de <https://www.digestyc.gob.sv>
- ✓ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. (2019). *Directorio de Socios*. Recuperado el 23 de junio, 2024, de <https://camarasal.com/directorio-de-socios/>
- ✓ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (2022). *Informe Anual sobre el Sector de MYPES en El Salvador*. San Salvador: Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

- ✓ Porter, M. E. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Harvard Business Review, 86(1), 78-93. (Utilizado para el análisis del diamante de Porter).
- ✓ Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2011). *Quantitative Methods for Business* (11th ed.). South-Western Cengage Learning. (Utilizado para la técnica de mínimos cuadrados en la proyección de demanda).
- ✓ Heizer, J., & Render, B. (2016). *Operations Management* (11th ed.). Pearson Education. (Utilizado para entender y aplicar modelos de proyección de demanda).
- ✓ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. (Guía para el desarrollo de estudios de mercado y estrategias de marketing).
- ✓ Invest in El Salvador, (2024). La actividad económica de El Salvador creció 4.6% en 2023 (Utilizado para investigación de porcentaje a utilizar en las proyecciones anuales para el análisis de la demanda)
- ✓ Diagrama de Flujo. (2024). Símbolos de flujogramas. <https://www.diagramadeflujo.net/simbologia/>

GLOSARIO TECNICO

Análisis Competitivo: Evaluación de los competidores directos e indirectos en el mercado para identificar sus fortalezas y debilidades en comparación con la empresa en estudio.

Análisis de Costos y Presupuesto: Estimación detallada de los costos asociados con la implementación de un diseño, incluyendo materiales, mano de obra, herramientas, equipos y otras consideraciones. Este análisis permite asegurar que el diseño es económicamente viable.

Análisis de Factibilidad Técnica: Evaluación de la viabilidad de las soluciones ingenieriles propuestas en términos de su ejecución técnica, disponibilidad de recursos y compatibilidad con las limitaciones del proyecto (tecnológicas, de tiempo, de costos).

Análisis de Requerimientos: Es el proceso de identificar y documentar las necesidades y expectativas de los usuarios o clientes del proyecto, que guiarán el diseño de la solución ingenieril. Incluye tanto los requisitos funcionales como los no funcionales.

Análisis de Sensibilidad: Método que evalúa cómo los cambios en variables clave (como costos, ingresos o tasas de interés) afectan los resultados financieros de un proyecto. Ayuda a identificar los riesgos potenciales de un proyecto bajo diferentes escenarios.

Análisis Estructural: Evaluación de la capacidad de los materiales y estructuras propuestas para soportar cargas y tensiones. El análisis estructural incluye cálculos que aseguran que el diseño será seguro y funcional bajo las condiciones de operación previstas.

BCR: Banco Central de Reserva

Ciclo de Caja: Tiempo que transcurre entre la salida de efectivo para cubrir los costos de producción y la entrada de efectivo proveniente de las ventas. Es importante para evaluar la liquidez de un proyecto.

Cliente Misterioso: Técnica de investigación de mercado donde una persona es contratada para evaluar los productos o servicios de una empresa haciéndose pasar por un cliente común.

Costo de Capital: Tasa de retorno requerida por los inversores para financiar un proyecto. Representa el costo de obtener fondos, ya sea a través de deuda (préstamos) o capital propio (acciones), y es utilizado en la evaluación de proyectos para descontar flujos futuros.

Costo Fijo: Costos que no varían con el nivel de producción o ventas, tales como alquiler, sueldos fijos, entre otros.

Costo Variable: Costos que fluctúan según el volumen de producción o ventas, como materiales directos, energía, y comisiones de ventas.

Demanda: Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes niveles de precios durante un período de tiempo específico.

Diseño Conceptual: Fase inicial del proceso de diseño en la que se generan ideas y conceptos preliminares para la solución del proyecto. Implica la definición de la solución general y la selección de las mejores alternativas técnicas sin entrar en detalles.

Diseño Detallado: Es el paso siguiente al diseño conceptual donde se elaboran los planos y las especificaciones exactas del proyecto. Se incluyen detalles precisos sobre materiales, dimensiones, sistemas y equipos, y todas las consideraciones técnicas necesarias para la construcción o fabricación.

Encuesta: Herramienta de recolección de datos que consiste en un conjunto de preguntas dirigidas a un grupo específico de personas para obtener información sobre sus opiniones, comportamientos o características.

Especificaciones Técnicas: Documento detallado que describe las características, dimensiones, materiales, tolerancias y otros requisitos técnicos necesarios para la fabricación y construcción del proyecto. Las especificaciones aseguran que los entregables cumplan con los estándares y regulaciones establecidos.

Estimación de Vida Útil del Proyecto o Producto: Cálculo del tiempo durante el cual un producto o sistema diseñado funcionará correctamente bajo las condiciones de operación previstas. La estimación de vida útil es crucial para la gestión del mantenimiento y para los análisis de costos operativos

Estudio de Mercado: Proceso de recopilación, análisis e interpretación de información sobre el mercado, incluyendo consumidores, competidores y otras fuerzas del mercado.

Evaluación Social: Análisis de los efectos de un proyecto sobre el bienestar social, incluyendo factores como la creación de empleo, el desarrollo de la comunidad y la distribución de beneficios entre los distintos grupos sociales.

Flujo de Caja: Movimiento de dinero dentro y fuera de un proyecto o empresa durante un periodo determinado. El flujo de caja proyectado es utilizado para evaluar la viabilidad financiera de un proyecto.

Impacto Ambiental: Evaluación de los efectos de un proyecto sobre el medio ambiente, considerando factores como la contaminación, el uso de recursos naturales y la sostenibilidad.

Impacto de Género: Análisis de cómo un proyecto puede afectar de manera diferente a hombres y mujeres, promoviendo la equidad de género a través de la implementación de medidas que aseguren igualdad de oportunidades.

Indicadores Financieros: Herramientas utilizadas para medir la viabilidad y rentabilidad de un proyecto. Ejemplos incluyen el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), entre otros.

Margen de Beneficio: Porcentaje de las ventas que se convierte en ganancia después de cubrir los costos de producción. Indica la eficiencia de una empresa en generar ganancias.

Margen de Error: Medida de la precisión de los resultados de una encuesta, indicando el rango en el cual se espera que los resultados reales se encuentren.

Métodos Cuantitativos: Técnicas de análisis que utilizan datos numéricos y herramientas estadísticas para analizar la información y obtener conclusiones objetivas.

Muestra: Subconjunto de una población total que se utiliza para representar a toda la población en un estudio de mercado.

Plan de Implementación del Diseño: Detalle de las fases de ejecución del diseño, los recursos necesarios, el cronograma de actividades y las responsabilidades para llevar a cabo el proyecto. Incluye el proceso de producción o construcción basado en los planos y especificaciones.

Planificación de Recursos en el Diseño: Definición y gestión de los recursos necesarios para el diseño y desarrollo del proyecto, incluyendo personal, equipos, materiales y tiempo. La planificación asegura que los recursos estén disponibles y se utilicen de manera eficiente a lo largo del ciclo de vida del proyecto.

Planteamiento de Soluciones Alternativas: Desarrollo de diversas opciones técnicas para resolver un problema de diseño. A través de la comparación de las alternativas, se selecciona la opción más eficiente, rentable y técnica que cumpla con los requisitos del proyecto.

Proporción Esperada: Estimación de la proporción de la población que tiene una característica particular, utilizada en el cálculo del tamaño de la muestra.

Proyección de Demanda: Estimación del nivel futuro de demanda de productos o servicios, basada en datos históricos y métodos estadísticos.

Proyección Financiera: Estimación de los resultados financieros futuros de un proyecto o empresa, basada en supuestos sobre ingresos, costos, inversión y otros factores. Es crucial para evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto.

Punto de Equilibrio: Nivel de ventas en el que los ingresos son iguales a los costos totales, sin generar pérdidas ni ganancias. Es crucial para determinar cuánto necesita vender un proyecto para cubrir sus costos.

Ratios Financieros: Herramientas matemáticas utilizadas para evaluar la rentabilidad, solvencia, liquidez y eficiencia de una empresa o proyecto.

Rentabilidad: Medición de la capacidad de un proyecto para generar ganancias en relación con los costos invertidos. Se puede medir a través de indicadores como la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto).

Segmentación de Mercado: Proceso de dividir un mercado en grupos distintos de consumidores con necesidades, características o comportamientos similares que podrían requerir productos o estrategias de marketing diferentes.

Tamaño de la Población (Universo): Número total de individuos o entidades en un grupo específico que se está estudiando.

Tamaño de Muestra: Número de observaciones o individuos seleccionados de la población para participar en un estudio de mercado.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Tasa de interés que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de los flujos de caja de un proyecto sea igual a cero. Es utilizada para evaluar la rentabilidad de un proyecto: cuanto mayor sea la TIR, más atractivo es el proyecto.

Tendencias del Mercado: Cambios y desarrollos en el comportamiento de compra y las condiciones del mercado que pueden influir en la demanda de productos o servicios.

Validación: Proceso de asegurar que los métodos y herramientas de recolección de datos sean precisos y capaces de medir lo que están destinados a medir.


Valor Actual Neto (VAN): Medición del valor de un proyecto o inversión en términos de dinero actual, descontando los flujos de caja futuros a una tasa determinada. Un VAN positivo indica que el proyecto es rentable, mientras que un VAN negativo sugiere lo contrario.

Ventaja Competitiva: Característica o atributo que permite a una empresa superar a sus competidores en el mercado.

Viabilidad: Medida en la que una propuesta de negocio o proyecto puede ser implementada de manera práctica y sostenible.

ANEXOS


Anexo 1 Encuesta elaborada en Google Forms




Diversificación de Servicios Innovadores La Costa del Sabor

Evaluar la opinión sobre la ampliación de servicios de la empresa Hotel y Restaurante La Costa del Sabor para definir los servicios a innovar de acuerdo a las preferencias y necesidades de los consumidores finales

*Esta encuesta es completamente anónima y es para uso con fines educativos, no recolectaremos información personal o información confidencial de su lugar de trabajo.

bl15004@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#) 

 No compartido

¿Cuál es el tamaño de la empresa u organización donde labora?

- Microempresa (1-10 empleados)
- Pequeña empresa (11-50 empleados)
- Mediana empresa (51-250 empleados)
- Gran empresa (más de 250 empleados)

¿Cuál es el rubro o giro empresarial del lugar donde labora?

- Tecnología
- Servicios financieros
- Salud
- Educación
- Manufactura
- Turismo y hospitalidad
- Servicios gubernamentales
- Otro: _____

¿Con qué frecuencia organiza eventos fuera de la oficina su empresa u organización?

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente
- Raramente

¿Cuál es el propósito principal de estos eventos?

- Capacitación y desarrollo
- Trabajo fuera de oficina
- Reuniones de negocio o trabajo
- Actividades de recreativas
- Eventos de clientes, usuarios, socios y/o cooperantes
- Otro: _____

¿Ha utilizado su empresa u organización los servicios de La Costa del Sabor en el pasado?

- Sí
- No

[Siguiente](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad de El Salvador. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios



Diversificación de Servicios Innovadores La Costa del Sabor

bl15004@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

Pregunta de Satisfacción del Servicio

Si ha utilizado nuestros servicios, ¿qué tan satisfecho está con la calidad y servicio?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

[Atrás](#)

[Siguiete](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad de El Salvador. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios



Diversificación de Servicios Innovadores La Costa del Sabor

bl15004@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Continuación

¿Estaría interesada su empresa u organización en utilizar un espacio de trabajo en la playa (Beach Office) para reuniones o trabajo remoto de sus empleados?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Qué servicios adicionales serían de interés para su empresa? (Seleccione hasta * 3)

- Beach Office (Trabajo remoto con amenidades desde la playa)
- Catering de eventos (Servicio de organización y asistencia de eventos)
- DayPass (Pase de un día con acceso a todas las instalaciones)
- Salón de eventos con equipos tecnológicos
- Actividades de team building y recreativas
- Programas de bienestar y spa para empleados
- Alojamiento para conferencias y retiros corporativos
- Otro: _____

¿Qué tan importante es para su empresa u organización que el hotel/restaurante implemente prácticas sostenibles (reciclaje, energía renovable, etc.)?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- Nada importante

¿Cuál es el rango de presupuesto promedio que su empresa u organización destina por evento?

- Menos de \$500
- \$500-\$1,000
- \$1,000-\$5,000
- Más de \$5,000

¿Estaría dispuesta su empresa u organización a pagar más por servicios adicionales innovadores y de alta calidad en La Costa del Sabor?

- Sí
- No
- Depende del servicio

¿Estaría dispuesta su empresa u organización a recomendar La Costa del Sabor a otras empresas o socios comerciales?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad de El Salvador. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios

Anexo 2 Script de correo electrónico para compartir encuesta

Asunto: Encuesta sobre Diversificación de Servicios La Costa del Sabor

Buen día

Mi nombre es _____ estudiante egresado de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador, el motivo de este correo es pidiendo su colaboración en el llenado de una encuesta para mi trabajo de graduación que consiste en una investigación sobre la diversificación de servicios innovadores para la empresa Hotel y Restaurante La Costa del Sabor.

El objetivo de la encuesta es evaluar la opinión sobre la ampliación de servicios de la empresa Hotel y Restaurante La Costa del Sabor para definir los servicios a innovar de acuerdo a las preferencias y necesidades de los consumidores finales, que en este caso definimos como universo muestral a las empresas que forman parte del directorio de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

Cabe recalcar que esta encuesta es completamente anónima y está diseñada para uso con fines educativos, no recolectamos información personal o información confidencial de su lugar trabajo.

Agradeciendo de antemano su colaboración, le dejo el link a la encuesta para su llenado:

<https://forms.gle/WjUk1aBvgyw8DK8W9>

Saludos cordiales.

Símbolos de la Norma ANSI para levantamiento de diagramas de flujo (Diagramación Administrativa):





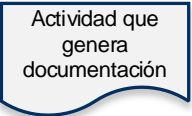

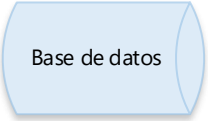


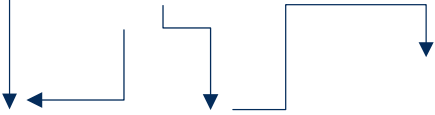
Símbolo	Representa
	<p>Inicio o fin: Indica el principio o el fin del flujo.</p>
	<p>Actividad: Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.</p>
	<p>Decisión o alternativa: Indica un punto dentro del flujo en donde se debe de tomar una decisión entre dos o más opciones.</p>
	<p>Subproceso: Referencia a un procedimiento ya definido en la misma u otra área organizativa.</p>
	<p>Documento: Representa cualquier actividad que genera documentos que entran o salen del procedimiento.</p>
	<p>Archivo: Indica una actividad de resguardo de un documento en forma temporal o permanente en el archivo físico o digital del área organizativa.</p>
	<p>Base de datos: Indica el almacenamiento o registro de información en bases de datos virtuales.</p>
	<p>Conector: Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo dentro de la página.</p>
	<p>Conector de página: Representa una conexión o enlace con otra página diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.</p>
	<p>Dirección de flujo o flecha: Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas acciones.</p>



Ilustración 74 Grupo de trabajo



Ilustración 75 Grupo de trabajo



Ilustración 76 Visita técnica con Lic. Douglas Geremias Alvarado



Ilustración 77 Instalaciones de La Curva de Don Gere



Ilustración 78 Instalaciones de La Curva de Don Gere

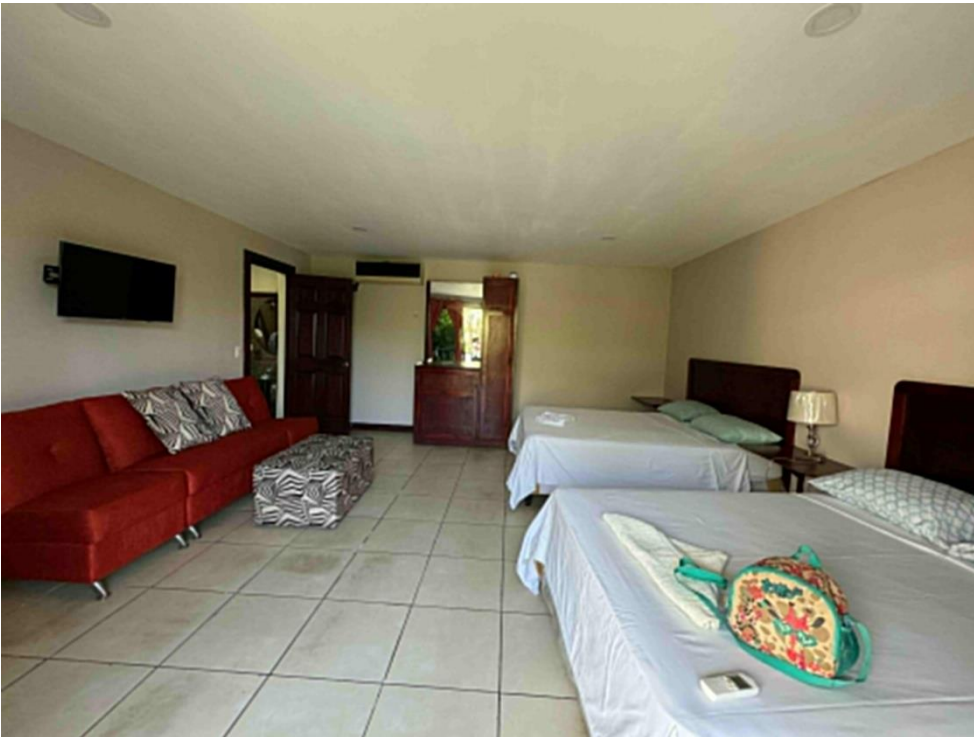


Ilustración 79 Instalaciones de La Curva de Don Gere



Ilustración 80 Instalaciones de La Curva de Don Gere



Ilustración 81 Instalaciones de La Curva de Don Gere



Ilustración 82 Reunión con Douglas Alvarado para ver diseño de los servicios innovadores junto al equipo de apoyo



Ilustración 83 Reunión con Douglas Alvarado para ver diseño de los servicios innovadores junto al equipo de apoyo