

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



**"PLAN DE MERCADEO PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE
SAN PEDRO PUXTLA A TRAVES DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL, DEL
DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN"**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

CLAUDIA PATRICIA MOLINA LOPEZ

KENZO RYNALDO JOMA LOPEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ABRIL 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR INTERINO: LIC. LUIS ARGUETA ANTILLÓN

SECRETARIO GENERAL: DRA. ANA LETICIA ZAVALETA DE AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ

SECRETARIO: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO

TRIBUNAL CALIFICADOR

LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS

LIC. ALFONSO LÓPEZ ORTÍZ

LIC. ABRAHAM VÁSQUEZ SÁNCHEZ (DOCENTE ASESOR)

ABRIL 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios por haberme brindado la fuerza para iniciar este camino, la perseverancia para seguir adelante, y la sabiduría para concluir y haber logrado este sueño.

A mi compañero de trabajo con el cual compartimos esta etapa de nuestras vidas y hemos logrado sacarla adelante, por todo el apoyo académico y de conocimientos que ha compartido, por haber creído en mí para sacar este proyecto adelante, por su responsabilidad pero sobre todo por su amistad, comprensión y esfuerzo

A mis padres y hermano que me han ayudado a llegar a esta instancia de mis estudios ya que siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente.

A mi mejor amiga Alexandra Crespin que sin ningún compromiso se involucró y colaboro arduamente para la finalización del trabajo de grado, porque estuvo siempre apoyándonos y colaborando para salir adelante.

A nuestro asesor que durante todo este tiempo compartió sus conocimientos, su experiencia, nos alentó a seguir adelante y nos brindó todo su apoyo.

Claudia Patricia Molina López

El presente trabajo de grado se lo dedico primeramente a **Dios** por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, por hacer realidad este sueño tan anhelado.

A mi compañera de trabajo, por haber sido paciente y darme ánimos cuando las cosas se complicaban o faltaba motivación.

A mi asesor, por la dedicación y disposición de guiarnos en este camino, sacrificando horas de su tiempo libre para apoyarnos.

A mi familia, que me daba animo cuando el trabajo me consumía las energías, por apoyarnos en algunas actividades directamente de este trabajo de graduación. Por estar pendientes de mi compañera y yo cuando nos desvelábamos trabajando. Definitivamente la familia es única e irremplazable.

Y finalmente, pero no menos importante, al tercer integrante de este equipo, que se merece el crédito al igual que nosotros o más, porque sin tener un beneficio se sumó a este esfuerzo y se comprometió durante todo el camino para apoyarnos y aportar sus buenas ideas siempre; gracias **Alexandra Crespin**.

Kenzo Rynaldo Joma López

INDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	iii

CAPITULO I

MARCO TEORICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR E INSTRUMENTOS DE MERCADEO PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

A. GENERALIDADES DE LA ALCALDIA MUNICIPAL.....	1
1. Antecedentes	1
2. Misión.....	2
3. Visión.....	2
4. Valores.....	2
a. Justicia.....	2
b. Probidad.....	3
c. No Discriminación.....	3
d. Transparencia.....	3
e. Eficiencia y eficacia.....	3
f. Responsabilidad.....	3
g. Disciplina.....	3
h. Solidaridad.....	3
i. Igualdad.....	4
5. Organigrama de la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.....	5
6. Servicios que ofrecen en la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla	6
7. Marco Legal con los que se rige La Alcaldía de San Pedro Puxtla	7
a. Constitución de la Republica de El Salvador	7

b.	Ley del Medio Ambiente.....	9
c.	Código de Comercio.....	10
d.	Código Municipal.....	10
e.	Ley General Tributaria Municipal.....	11
f.	Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES)	11
g.	Ley Orgánica y Reglamento del Instituto Salvadoreño para el Desarrollo Municipal (ISDEM)	13
h.	Ley Reguladora de Endeudamiento Público Municipal.....	13
i.	Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP)	14
B.	GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.....	14
1.	Antecedentes.....	14
2.	Geografía.....	15
3.	Economía y Comercio.....	15
4.	Costumbres y tradiciones.....	16
5.	Inventario Turístico Del Municipio De San Pedro Puxtla.....	17
a.	Iglesia Católica.....	17
b.	Mirador de la Cruz.....	17
c.	Salto de Tequendama	17
d.	Poza "El Zapote"	18
e.	Finca San José.....	18
C.	ENFOQUE HISTORICO DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	18
1.	Antecedentes.....	18
2.	Pueblos Vivos.....	21
3.	Entidades rectoras y promotoras del turismo en El Salvador	23
a.	Ministerio de Turismo (MITUR).....	23
b.	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).....	24
c.	Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).....	25
d.	Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR).....	25
e.	POLITUR.....	26
D.	GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN....	26

E.	GENERALIDADES DEL TURISMO	27
1.	Definición de la actividad turismo.....	27
2.	Definición de turismo.....	28
3.	Factores del turismo.....	29
4.	Tipos de turismo.....	32
a.	Turismo de descanso.....	32
b.	Turismo científico.....	32
c.	Ecoturismo.....	33
d.	Turismo de Aventura.....	33
e.	Turismo Cultural.....	34
f.	Turismo Histórico.....	34
g.	Turismo religioso.....	34
h.	Turismo gastronómico.....	35
i.	Turismo de salud.....	35
j.	Turismo espacial.....	35
k.	Turismo de negocios.....	36
F.	PLAN DE MERCADEO.....	36
1.	Plan de Mercadeo.....	36
a.	Definición de Plan.....	36
b.	Definición de Mercadeo.....	38
c.	Definición de Plan de Mercadeo.....	38
2.	Análisis de la mezcla de mercado.....	39
a.	Producto.....	39
b.	Precio.....	40
c.	Promoción.....	42
d.	Plaza.....	43
e.	Personal.....	44
f.	Presencia.....	44
g.	Procesos.....	45
3.	Mercado Meta.....	45
G.	DEMANDA Y OFERTA DE SERVICIOS.....	46

1.	Demanda.....	46
a.	Definición.....	46
b.	Demanda turística.....	47
c.	Características de la demanda turística.....	48
d.	Demanda Potencial.....	49
2.	Oferta.....	50
a.	Definición.....	50
b.	Oferta turística.....	51
c.	Clasificación de la Oferta de servicios turísticos.....	52

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

A.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
1.	General.....	54
2.	Específicos.....	54
B.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
C.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	55
1.	Métodos.....	55
a.	Analítico.....	55
b.	Sintético.....	56
2.	Técnicas de recolección de datos.....	56
a.	La encuesta.....	56
b.	La entrevista.....	57
c.	La observación directa.....	57
3.	Instrumentos de las técnicas de recolección de datos.....	58
a.	El cuestionario.....	58
b.	Guía de entrevista.....	58
c.	Lista de chequeo.....	58
4.	Tipo de investigación.....	58
5.	Tipo de diseño de investigación.....	59

6.	Fuentes de información.....	59
a.	Primarias.....	59
b.	Secundarias.....	60
7.	Unidades de análisis.....	60
8.	Determinación del universo y la muestra.....	61
a.	Universo.....	61
b.	Muestra.....	62
9.	Tabulación y análisis de datos.....	64
D.	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.....	65
1.	Producto.....	65
2.	Precio.....	66
3.	Plaza.....	67
4.	Promoción.....	69
5.	Personal.....	70
6.	Presencia.....	71
7.	Procesos.....	72
8.	Oferta y Demanda.....	73
a.	Demanda.....	73
b.	Oferta.....	74
9.	Mercado Meta.....	76
10.	Competencia.....	77
11.	Posicionamiento de Mercado.....	80
E.	ALCANCES Y LIMITACIONES.....	81
1.	Alcances.....	81
2.	Limitaciones.....	82
F.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
1.	Conclusiones.....	82
2.	Recomendaciones.....	83

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO DIRIGIDO A LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN PEDRO PUXTLA, EN EL DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN PARA FORTALECER EL TURISMO.

A.	OBJETIVOS.....	85
1.	General.....	85
2.	Específicos.....	85
B.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	86
1.	Presentación.....	86
2.	Justificación.....	86
3.	Importancia de la Propuesta.....	87
C.	DISEÑO DE PLAN DE MERCADEO.....	87
1.	Misión.....	87
2.	Visión.....	88
3.	Objetivos de la propuesta.....	88
a.	General.....	88
b.	Específicos.....	88
4.	Elementos del plan de mercadeo.....	88
a.	Producto.....	88
b.	Precio.....	93
c.	Plaza.....	96
d.	Promoción.....	97
e.	Personal.....	104
f.	Presencia.....	119
g.	Procesos.....	121
5.	Oferta y Demanda.....	121
a.	Demanda.....	121
b.	Oferta.....	123
6.	Mercado Meta.....	124
7.	Competencia.....	124
8.	Posicionamiento de Mercado.....	126

9. Presupuesto Consolidado.....	128
D. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	130
E. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	131
F. BIBLIOGRAFÍA.....	132

ANEXOS

ANEXO 1: Instrumentos de Recolección de Datos

ANEXO 2: Cuestionario dirigido a habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla

ANEXO 3: Cuestionario dirigido a turistas de los municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán

ANEXO 4: Entrevista dirigida al Alcalde municipal, Concejo municipal, propietario de finca

ANEXO 5: Guía de observación a realizar en el municipio de San Pedro Puxtla departamento de Ahuachapán

RESUMEN

El Municipio de San Pedro Puxtla ubicado en el oriente del departamento de Ahuachapán, cuenta con un gran potencial para ser desarrollado como destino turístico debido a sus atributos geográficos y el deseo que tienen sus pobladores de hacer crecer el municipio. Sin embargo, los esfuerzos nos han sido centralizados en un plan estratégico que pueda dar frutos concretos y sustentables. Para ello se ha realizado el presente trabajo de investigación cuyo fin principal es brindar a la Alcaldía del mencionado municipio de una guía que ubique este destino dentro de la oferta turística del país.

Derivado de lo anterior, el principal objetivo de la investigación consiste en la creación de una herramienta que presente de forma sistemática y ordenada las acciones a seguir para posicionar a San Pedro Puxtla como un destino turístico y hacer de esta actividad un detonante del crecimiento sostenible de la economía local, lo cual beneficiará a los pequeños productores con los que actualmente cuenta el municipio y generará nuevas fuentes de empleo para personas potenciando el desarrollo de jóvenes y aprovechando la experiencia de las personas mayores en actividades artesanales.

La investigación se realizó a través del método científico, aplicando específicamente los métodos Analítico y Sintético; además el tipo de investigación aplicado fue el descriptivo, ya que el propósito de este tipo de investigación es especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos y otro fenómeno que se someta al análisis. Los datos se obtuvieron a través de la aplicación de instrumentos a los habitantes, autoridades municipales, turistas y propietarios de fincas, los cuales fueron cuestionarios, entrevistas y lista de chequeo según la unidad de análisis.

Luego de realizar la investigación se concluyó lo siguiente:

1. San Pedro Puxtla cuenta con un potencial turístico muy grande, ya que cuenta con diversos programas y actividades que se pueden enfocar al turismo, tales como: fincas de cultivos locales; festival del maíz y las fiestas patronales que se celebran con especial fervor durante cinco días consecutivos.
2. El gobierno municipal y los habitantes se encuentran motivados por hacer crecer el municipio y fomentar su desarrollo debido a las obras de remodelación que está realizando la municipalidad.
3. A pesar de ser considerado un municipio con bajos índices de delincuencia no se observa mucha presencia policial, lo cual brindaría una sensación de seguridad a los visitantes.
4. Las vías de acceso no se encuentran en las mejores condiciones lo cual complica el acceso al municipio y puede desmotivar a los turistas potenciales.

Derivado de las anteriores conclusiones se recomienda lo siguiente:

1. Mejorar las atracciones turísticas actuales y promover nuevos productos y/o servicios competitiva esta actividad entre los municipios de la zona.
2. Canalizar la motivación de las autoridades y habitantes en acciones que generen el crecimiento de la actividad turística en el municipio.
3. Solicitar apoyo de POLITUR para el desarrollo de rutas turísticas en las áreas rurales del municipio.
4. Remodelar las rutas de acceso al municipio e invertir en la señalización que guíe a los turistas hasta los atractivos que este ofrece.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la actividad turística en El Salvador ha crecido de manera constante y progresiva, ya que ha contribuido significativamente en el desarrollo económico y local de los municipios, así como también ha permitido la generación de empleos, la producción de alimentos propios de las localidades, elaboración y venta de artesanías.

En este documento se ha desarrollado la investigación titulada: "Plan de mercadeo para fortalecer el turismo en el Municipio De San Pedro Puxtla a través de la alcaldía municipal, del departamento de Ahuachapán".

Con esta investigación se pretende proporcionar al municipio de San Pedro Puxtla herramientas mercadológicas que contribuyan al fortalecimiento del turismo en la ciudad, dando a conocer a los turistas nacionales y extranjeros sus atractivos naturales.

Por lo tanto, inicialmente en el primer capítulo se plantea la problemática a partir de la cual surge la necesidad de llevar a cabo una investigación. De igual forma se incluye una base teórica y el marco de referencia sobre los instrumentos de mercadotecnia utilizados para sustentar la investigación.

El segundo capítulo, está constituido por la investigación de campo, en este se definen los métodos y técnicas de investigación, procedimientos e instrumentos de recolección de la información, la determinación de la muestra y el análisis e interpretación de los datos obtenidos de la opinión de los habitantes y turistas, estableciendo así un diagnóstico sobre las condiciones de la oferta y la demanda de los servicios turísticos que ofrece el municipio.

Finalmente, el tercer capítulo comprende la propuesta mercadológica de las estrategias enfocadas a promocionar la oferta turística. Dicha propuesta consiste en el establecimiento de

estrategias, elaboración de tácticas para dar conocer las costumbres y tradiciones; así como los atractivos ubicados en el municipio a través de diferentes medios publicitarios con el objetivo de promover el desarrollo local, de esta manera fomentar condiciones que permitan el lanzamiento de la oferta y demanda turística, guiadas con criterios de sostenibilidad y participación social para beneficio de la población.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR E INSTRUMENTOS DE MERCADEO PARA FORTALECER EL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

A. GENERALIDADES DE LA ALCALDIA MUNICIPAL

1. Antecedentes

San Pedro Puxtla, durante toda la época colonial, fue pueblo de la provincia de los izalcos o Alcaldía Mayor de Sonsonate. El 12 de junio de 1824 el pueblo quedó incluido como Municipio del distrito y departamento de Sonsonate.

Por ley del 30 de septiembre de 1836, esta población se segregó del distrito de Sonsonate y se incorporó al de Ahuachapán. El 29 de enero de 1859 se incorporó al Departamento de Santa Ana. Por ley del 9 de febrero de 1869, se separó del Departamento de Santa Ana y se incorporó de nuevo a Ahuachapán.

El 31 de enero de 1870 se ordenó que esta población, en lo judicial, se segregara del distrito de Sonsonate y se incorporara definitivamente de Ahuachapán en 1990 tenía 2,300 habitantes.

Actualmente la alcaldía ha sido gobernada por mismo partido político por 3 períodos consecutivos a partir del año 2009, lo cual ha permitido darle continuidad a proyectos importantes para el desarrollo del municipio, tales como renovación de vías, remodelación del parque central, proyectos deportivos y recreativos, entre otros¹.

¹ Alcaldía Municipal San Pedro Puxtla

También se celebra con gran fervor las fiestas patronales en honor a San Pedro Apóstol, las cuales se organizan en su mayoría desde la comuna, la cual se encarga de darle el realce que se merece a la celebración de los Puxtlecoc.

Para el año 2015 la población mayor de 18 años es de 6,515².

2. Misión

La Alcaldía de San Pedro Puxtla, es una Municipalidad honesta, eficaz y transparente con apertura a la colaboración y la cooperación pública y privada que ejerce su competencia basados en los principios de la democracia y representatividad participativa que impulsa la cohesión social, la igualdad de oportunidades y equidad social y de género³.

3. Visión

Convertir a San Pedro Puxtla en un Municipio competitivo en lo económico, social y medio ambiente, donde se fomente la generación de riqueza y empleo mediante el fortalecimiento del sector agrícola, turístico y artesanal; la preservación y la promoción de los recursos naturales con la implantación de una gestión ambiental e hídrica participativa⁴.

4. Valores

a. Justicia

Cumplir las funciones del cargo, otorgando al público, a los superiores, a los subordinados y al Estado lo que les es debido, según derecho o razón.

² <http://www.tse.gob.sv/documentos/Eleccion2015/guiadelecciones2015v1.pdf>

³ IDEM⁽¹⁾

⁴ IDEM⁽¹⁾

b. Probidad

Actuar con honradez, integridad, rectitud, respeto y sobriedad.

c. No Discriminación

Atender a las personas que demandan o solicitan servicios públicos, sin discriminar por motivos de nacionalidad, raza, sexo, religión, ideología política, posición social o económica.

d. Transparencia

Actuar de manera accesible para que toda persona pueda conocer si las actuaciones del servidor público son apegadas a la ley, a la eficiencia, a la eficacia y a la responsabilidad.

e. Eficiencia y eficacia

Cumplir programas y tareas propias del cargo y lograr los objetivos al menor costo para el público y la institución.

f. Responsabilidad

Disposición y diligencia en el cumplimiento de los actos de servicio, función o tareas encomendadas a la posición o puesto que se ocupa.

g. Disciplina

Observar estrictamente el cumplimiento de las normas administrativas, respecto a asistencia, horarios y vocación de servicio.

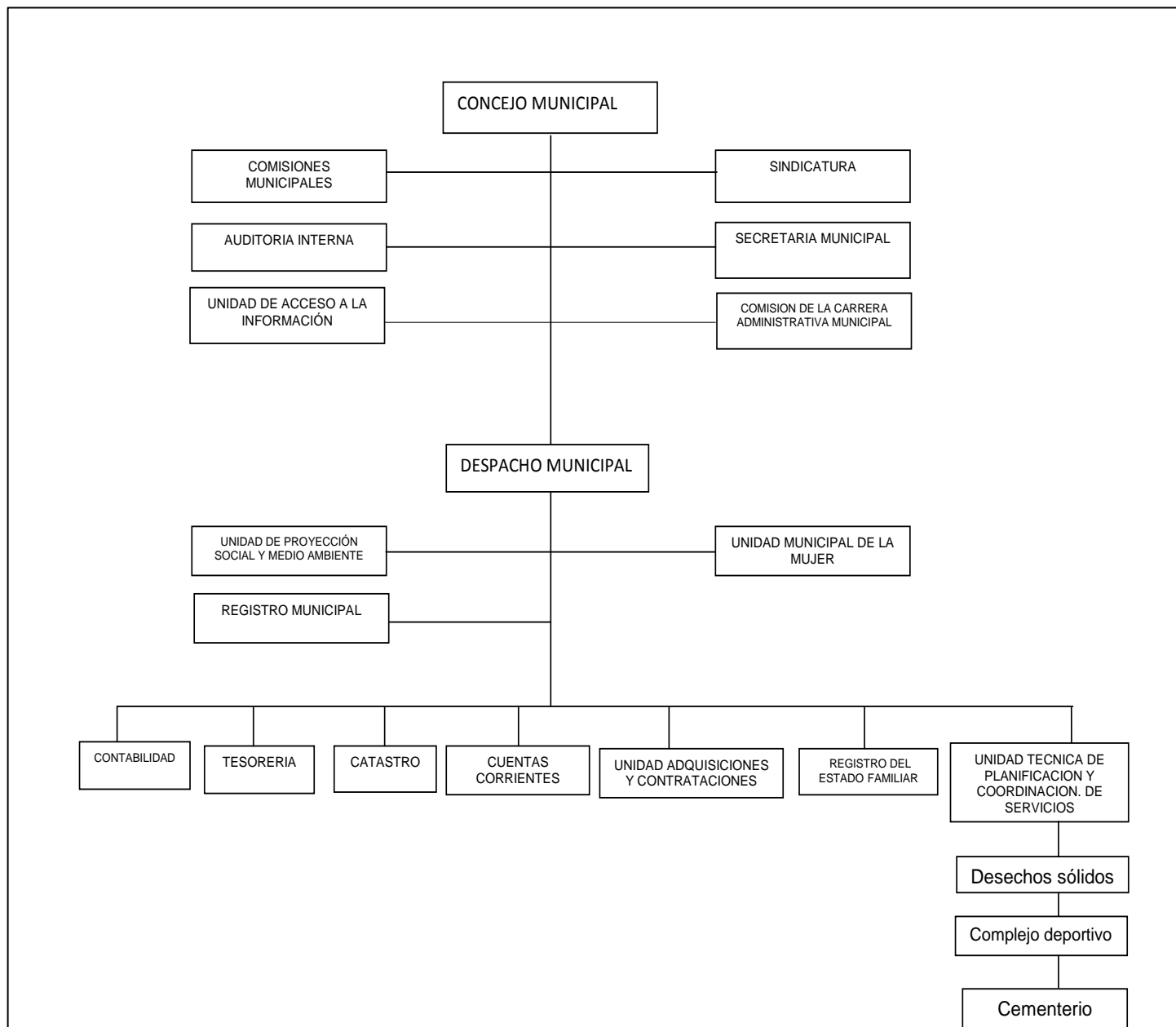
h. Solidaridad

Verdaderos cambios que favorecen el desarrollo de los individuos y de las naciones, está fundada principalmente la igualdad universal.

i. Igualdad

La justicia social que propugna que todas las personas tienen básicamente las mismas posibilidades de acceder al bienestar social y poseen los mismos derechos políticos y civiles.

5. Organigrama de la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla



Fuente: Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla

6. Servicios que ofrecen en la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla

a. Alumbrado

Proveer a la ciudadanía del alumbrado público necesario para el bienestar y seguridad ciudadana, esforzándose por mantenerlo en condiciones funcionales, velando por su mantenimiento y mejora en beneficio de la población.

b. Aseo y ornato

Brindar a la población el servicio de mantenimiento y aseo de calles, aceras y otros, así como también la recolección de basura, coordina y apoya los servicios públicos de recreación, parques, gimnasios, turicentros entre otros.

c. Baños y lavaderos públicos

Ofrece los servicios de uso de baños, y lavandería a bajos costos, con el propósito de brindar ayuda a las personas de escasos recursos.

d. Casa comunal

Son construidas por el gobierno municipal para el servicio del pueblo y son utilizados en eventos culturales, artísticos, familiares, escolares y sociales.

e. Cementerio

Poner a disposición de la población del municipio los servicios correspondientes del cementerio, ordenando la distribución de los puestos asignados a las personas que han adquirido el derecho ya sea temporal o permanente.

f. Mercado

Proporcionar y mantener las instalaciones físicas de los mercados o plazas en condiciones óptimas e higiénicas para proveerle a la comunidad un suficiente servicio de compra y venta de productos de la canasta básica, así como otros productos.

g. Parques y plazas

Ubicar a los comerciantes en determinados puestos, durante las fiestas patronales o ferias del municipio. Así como también el mantenimiento de estos lugares de recreación ordinariamente.

h. Pavimentación de vías

Dirigir y controlar los trabajos de mantenimiento y conservación de instalaciones y arterias viales urbanas y rurales con el objetivo de evitar el deterioro de éstas.

7. Marco Legal con los que se rige La Alcaldía de San Pedro Puxtla

a. Constitución de la República de El Salvador

Según Decreto Constituyente No. 38 del 15 de diciembre de 1983, publicado en el D. O. N° 234, Tomo N° 281, con fecha de publicación 16 de diciembre de 1983.

La Constitución de la República de El Salvador en el Capítulo VI, sección segunda, en los artículos 202 al 207 establece todo lo referente a las municipalidades, las disposiciones sobre las cuales se fundamentan la autonomía y el funcionamiento de los gobiernos municipales.

Artículo 202. Para el Gobierno Local, los departamentos se dividen en Municipios, que estarán regidos por Concejos formados de un Alcalde, un Síndico y dos o más Regidores cuyo número será proporcional a la población.

Los miembros de los Concejos Municipales deberán ser mayores de veintiún años y originarios o vecinos del municipio; serán elegidos para un período de tres años, podrán ser reelegidos y sus demás requisitos serán determinados por la ley.

Artículo 203. Los Municipios serán autónomos en lo económico, en lo técnico y en lo administrativo, y se regirán por un Código Municipal, que sentará los principios generales para su organización, funcionamiento y ejercicio de sus facultades autónomas.

Los Municipios estarán obligados a colaborar con otras instituciones públicas en los planes de desarrollo nacional o regional.

Artículo 204. La autonomía del Municipio comprende:

1° Crear, modificar y suprimir tasas y contribuciones públicas para la realización de obras determinadas dentro de los límites que una ley general establezca.

Aprobadas las tasas o contribuciones por el Concejo Municipal se mandará publicar el acuerdo respectivo en el Diario Oficial, y transcurridos que sean ocho días después de su publicación, será obligatorio su cumplimiento;

2° Decretar su Presupuesto de Ingresos y Egresos;

3° Gestionar libremente en las materias de su competencia;

4° Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de sus dependencias;

5° Decretar las ordenanzas y reglamentos locales;

6° Elaborar sus tarifas de impuestos y las reformas a las mismas, para proponerlas como ley a la Asamblea Legislativa.

Artículo 205. Ninguna ley ni autoridad podrá eximir ni dispensar el pago de las tasas y contribuciones municipales.

Artículo 206. Los planes de desarrollo local deberán ser aprobados por el Concejo Municipal respectivo; y las Instituciones del Estado deberán colaborar con la Municipalidad en el desarrollo de los mismos.

Artículo 207.- Los fondos municipales no se podrán centralizar en el Fondo General del Estado, ni emplearse sino en servicios y para provecho de los Municipios.

Para garantizar el desarrollo y la autonomía económica de los municipios, se creará un fondo para el desarrollo económico y social de los mismos. Una ley establecerá el monto de ese fondo y los mecanismos para su uso.

Los Concejos Municipales administrarán el patrimonio de sus Municipios y rendirán cuenta circunstanciada y documentada de su administración a la Corte de Cuentas de la República.

La ejecución del Presupuesto será fiscalizada a posteriori por la Corte de Cuentas de la República, de acuerdo a la ley.

b. Ley del Medio Ambiente

La presente ley tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refieren a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida

de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

c. Código de Comercio

Se constituye según Decreto Legislativo No. 671 del 8 de mayo de 1970, Publicado en el D.O. No. 140, Tomo 228, del 31 de Julio de 1970.

Artículo 42. El estado, los municipios y en general, cualesquiera instituciones públicas, pueden ejercer actividades comerciales. Las últimas pueden crearse con objeto y formas mercantiles, como medios para realizar las finalidades que les corresponden

d. Código Municipal

El Código Municipal fue creado según Decreto Legislativo N° 274, de fecha 31 de enero de 1986, publicado en el Diario Oficial No. 23, Tomo 290 de fecha 5 de febrero de 1986.

El Código Municipal tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, funcionamiento y ejercicio de las facultades autónomas de los municipios.

Artículo 4 numeral 7. El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio.

e. Ley General Tributaria Municipal

Según Decreto Legislativo No. 86 del 17 de octubre de 1991, publicado en el D.O. No. 242, Tomo 313, del 21 de diciembre de 1991.

Tiene como finalidad establecer los principios básicos y el marco normativo general que requieren los municipios para ejercer y desarrollar autoridad tributaria.

f. Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES)

Se establece la Ley FODES según Decreto Legislativo N° 74 de fecha 8 de septiembre de 1988 publicado en el Diario Oficial No. 176 Tomo 300 de fecha 23 de septiembre de 1988.

Art.1 Créase el Fondo para el desarrollo económico y social de los municipios de El Salvador, que podrá denominarse "FODES", el cual estará constituido por:

Un aporte anual del estado igual al ocho por ciento de los ingresos corrientes netos del presupuesto del estado, que deberá consignarse en el mismo en cada ejercicio fiscal, y entregado en forma mensual y de acuerdo a lo establecido en los artículos 4 y 4-a de esta ley, el cual podrá financiarse con:

- a) Los subsidios y aportes que posteriormente le otorgue el Estado.
 - b) Aportes y Donaciones
 - c) Préstamos externos e internos.
 - d) Bonos u otros ingresos que por cualquier concepto reciba.
- (1) (2) (3) (6) (10)

Art. 2. El manejo del Fondo Municipal a que se refiere el artículo anterior, estará a cargo del Instituto Salvadoreño de Desarrollo

Municipal, creado por Decreto Legislativo número 616, de fecha 4 de marzo de 1987, publicado en el Diario Oficial No 52, Tomo 294,

Art. 4.- El monto a distribuir anualmente a los municipios se asignará proporcionalmente según los siguientes criterios:

Población 50%

Equidad 25%

Pobreza 20%

Extensión Territorial 5%

El Fondo a distribuir estará compuesto por el monto destinado para que el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal los transfiera a los Municipios y podrá complementarse con los recursos del fondo de inversión social para el desarrollo local.

Art. 4-A - El cincuenta por ciento a que se refiere el criterio de población se distribuirá por el sistema de asignación per cápita, en base a la población de cada municipio, en forma inversamente proporcional a, la misma, identificados los municipios por los diferentes rangos de la población, se hará una asignación que será el resultado de multiplicar la población por la constante de población ponderada per cápita y por grado de relación per cápita.

Esta ley se creó para asegurar justicia en la distribución de los recursos, tomando en cuenta las necesidades sociales, económicas y culturales de cada municipio, se dan los lineamientos y los mecanismos de usos, para la distribución de fondos

La asignación total del FODES para todos los municipios del país en el año 2015 fue de: \$347,862,915.00

**g. Ley Orgánica y Reglamento del Instituto Salvadoreño
para el Desarrollo Municipal (ISDEM)**

Se constituye según Decreto Legislativo N° 616 de fecha 4 de marzo de 1987 publicado en el Diario Oficial No 52 Tomo 294 de fecha 17 de marzo de 1987.

Se crea el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal, como una entidad autónoma de derecho público, especializado en el campo de la administración municipal.

Tiene como objetivo básico proporcionar asistencia técnica, administrativa, financiera y de planificación, con la finalidad de capacitar a las municipalidades para el mejor cumplimiento de sus funciones y atribuciones.

h. Ley Reguladora de Endeudamiento Público Municipal

Según Decreto Legislativo No. 930 del 21 de diciembre de 2005, publicado en el D.O. No. 238, Tomo 369, del 21 de diciembre de 2005.

Tiene como finalidad establecer los requisitos que deben satisfacerse para la contratación, registro y control de las obligaciones financieras que constituyen la deuda pública municipal.

La utilización responsable del endeudamiento por parte de los gobiernos locales, constituye un instrumento de gestión indispensable para lograr el desarrollo económico y social en el nivel local, volviéndose necesario dictar las normas que les permitan a los gobiernos locales el acceso al crédito.

**i. Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la
Administración Pública (LACAP)**

Según Decreto Legislativo No. 868 del 5 de abril de 2000, publicado en el D.O. No. 88, Tomo 347, del 15 de mayo de 2000. Tiene por objeto regular las adquisiciones y contrataciones de obras, bienes y servicios, que deben celebrar las instituciones de la administración pública.

Es deber del estado que las adquisiciones y contrataciones de las instituciones de la administración pública se realicen en forma clara, ágil y oportuna, asegurando procedimientos idóneos y equitativos; es deber del estado velar por el uso racional de sus recursos financieros, y para ello es menester la unificación de las normas reguladoras de las adquisiciones y contrataciones dentro de los principios de libre competencia.

En su Art. 2 menciona que: las adquisiciones y contrataciones costeadas con fondos municipales, las que podrán ejecutar obras de construcción bajo el sistema de administración, a cargo del mismo Concejo y conforme las condiciones que señala esta ley.

B. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA

1. Antecedentes

Puxtla es pueblo yaqui o pipil de fundación muy anterior a la llegada de los españoles. En idioma náhuatl, tal nombre significa "lugar de mercaderes", ya que proviene de puxti, pushti (en azteca o mexicano pochteca), mercader, traficante, desinencia de lugar. Todavía en estos tiempos los sampedrinos de Puxtla siguen siendo

activos mercaderes y su plaza pública una de las más activas en el occidente de la República.

En 1732 el pueblo de Puxtla poseía 34 cacahuatales, con 4,368 arbustos de cacao. Según el arzobispo don Pedro Cortés y Larraz, esta población era pueblo añejo de la parroquia de Nahuizalco en 1770 y tenía 344 familias con 783 personas. Durante toda la época colonial fue pueblo de la provincia de los Izalcos o alcaldía mayor de Sonsonate⁵.

2. Geografía

Es un municipio del Distrito y Departamento de Ahuachapán, El Salvador, tiene una extensión territorial de 41.42 kilómetros cuadrados, con una población de unos 9 mil habitantes.

Se encuentra a 79 km de la capital su llegada es por la calle que lleva también a Santo Domingo de Guzmán. Para su administración el municipio se divide en 6 cantones, los cuales son: El Cortés, El Durazno, Guachipilín, La Concepción, Pululapa y Taxispulco. Además cuenta con 36 caseríos, a 500 metros sobre el nivel del mar⁶.

3. Economía y Comercio

Su principal actividad económica del Municipio es La agricultura, la ganadería y el comercio.

En general, el departamento de Ahuachapán es uno de los principales productores de café a nivel nacional, a su vez, es productor de granos básicos y caña de azúcar; genera energía eléctrica; y también se dedica al comercio, turismo, crianza de ganado, producción de lácteos, la explotación salina y de los manglares, además de la elaboración de productos de arcilla; sin

⁵ Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.

⁶ <http://www.municipiosdeelsalvador.com/ahuachapan/san-pedro-puxtla>

embargo; su base económica es esencialmente agropecuaria. En este sector se genera la principal fuente de empleo e ingresos de la población.

4. Costumbres y tradiciones

a. Fiestas patronales

Las fiestas patronales de San Pedro Puxtla son celebradas del 25 al 29 de agosto en honor a San Pedro Apóstol con diferentes actividades para niños, jóvenes y adultos mayores.

Las principales actividades son: Desfile de correo, Carreras de cinta, Jaripeo Puxtleco, Cabalgatas artísticas, Apertura de fiestas En cofradía de San Pedro Apóstol, Serenata a las diferentes reinas, Festival del maíz, Final torneo agostino, Recorrido de carrozas, Festival de la juventud, Misa patronal.

b. Tradiciones religiosas

Semana Santa: Comenzando con el Domingo de Ramos, el cual se celebra con mucha solemnidad con la fiesta de los presentes música de cuerda y mucho colorido en la cofradía del Santo Entierro.

La semana santa es una de las épocas más importantes para la población Puxtleca católica se celebra con mucho fervor y devoción diferentes actos penitenciales que enmarcan la pasión, muerte y resurrección de Cristo⁷.

Natividad: En diciembre se celebran las tradicionales posadas en las viviendas de los habitantes que la solicitan, se realiza la pastorela Puxtleca, se celebra la cofradía de la fiesta de San Pablo Apóstol el 23 diciembre.

⁷ IDEM (6)

5. Inventario Turístico Del Municipio De San Pedro Puxtla

De acuerdo a visitas y reuniones con autoridades locales, los atractivos turísticos que posee son los siguientes⁸:

a. Iglesia Católica

Fue construida posiblemente a finales de siglo XVIII entre los años 1780 y 1800, pero se ignora quien la edificó.

Actualmente, la iglesia es de construcción moderna, de la iglesia colonial solo se conservan las dos partes inferiores de los campanarios que estas adosados a los costados de la fachada y en su interior se conservan 16 columnas de un solo tronco de madera con sus bases de piedra.

Como obras de arte, se pueden mencionar algunas imaginarias coloniales y una pila bautismal tallada en piedra, el altar principal o mayor es de estilo gótico tallado en madera.

b. Mirador de la Cruz

El mirador de la Cruz, se encuentra a 1 kilómetro del casco urbano localizado en el punto más alto al poniente del municipio de San Pedro Puxtla, Ahuachapán, desde acá se observan en la distancia el mar que baña el occidente del país incluyendo al puerto de Acajutla.

c. Salto de Tequendama

El sitio más atractivo es el Salto de Tequendama, ubicado a 4 kilómetros del casco urbano en el cantón El Durazno lugar donde nace el río Sihuapan, tiene una caída de agua de 20 metros.

⁸ Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla

d. Poza "El Zapote"

Balneario natural que en el pasado era un lugar privado, pero con gestión municipal hoy en día es un patrimonio del municipio donde todos pueden asistir.

e. Finca San José

Es una casa de campo con piscinas para disfrutar en familia ubicada en Cantón El Durazno a 2.5 km del casco urbano.

C. ENFOQUE HISTÓRICO DEL TURISMO EN EL SALVADOR

1. Antecedentes

El sector turismo en El Salvador inicia en el año de 1924, durante la Administración del Dr. Alfonso Quiñónez Molina, el 20 de junio del mismo año el Gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no sólo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores culturales e históricos y establecer nuevas relaciones que beneficiarán al comercio.⁹

Para el año 1947, se celebra una Asamblea General de Turismo, que involucra a instituciones afines como Aduanas, Migración, Obras Públicas, Cultura Popular y otras, considerando que era deber del estado fomentar el desarrollo material y cultural del país, combinándose los esfuerzos del gobierno y la empresa privada.

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

⁹ Aspectos Generales del Turismo en El Salvador, Universidad Francisco Gavidia.
<http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.479%201-B453p/338.479%201-B453p-Capitulo%20I.pdf>

En 1960 desaparece la Junta Nacional de Turismo y se crea el Departamento de Fomento de la Industria Turística, como dependencia del Ministerio de Economía, haciendo reformas a la ley y creando en 1961 el actual Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), el cual al año 2014 es dependencia del Ministerio de Turismo.

En el periodo de los años de 1977 y 1978, el turismo alcanzó el tercer lugar en generación de divisas en la economía nacional, después del café y el algodón. Se definió una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa.

En 1997 se constituye un nuevo ente rector de la industria del turismo, la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), lo que aportó nuevas energías y generación de incentivos necesarios para hacer del turismo "clúster" de calidad mundial.

Con la llegada del presidente Sr. Elías Antonio Saca en junio de 2004, el turismo pasa a formar parte de las prioridades del gobierno y como muestra de ese apoyo al sector, se creó el Ministerio de Turismo, el que a su vez, asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

El turismo busca ser una actividad fundamental para el desarrollo económico, social, cultural y ecológico de El Salvador, ya que es un segmento económico de mucho potencial en la generación de riquezas y que acompañado de elementos de tipo social y cultural, es una alternativa para el desarrollo integral de diferentes sectores, mediante la generación de oportunidades de empleo e ingresos y al mejoramiento de la calidad de vida de los salvadoreños y al posicionamiento internacional como destino turístico.

El turismo en El Salvador se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos en la economía nacional; adicional a esto el fomento al turismo permite la generación de empleo para las comunidades aledañas a cada uno de los lugares turísticos; algunos de ellos se desempeñan como guías, ya que por el conocimiento que poseen del lugar, permiten que al turista le sea más fácil ubicarse; de la misma manera esto permite que los microempresarios expongan sus productos artesanales, en su mayoría propios del lugar para que el turista pueda disponer de ellos y llevarse un recuerdo de su visita, todo esto permite que las comunidades utilicen el turismo como una fuente de ingresos para el desarrollo sostenible.

En los últimos años la actividad turística en el país ha crecido de manera constante y progresiva. La confianza depositada por inversionistas tanto nacionales como extranjeros y con el apoyo recibido de muchas comunidades, están haciendo del sector uno de los de mayor crecimiento y sostenibilidad en El Salvador, lo que lo convierte en un pilar importante de desarrollo nacional.

En el año 2014 se pretende continuar con una industria turística sostenible, innovadora, rentable, impulsora del desarrollo económico, enmarcada en la integración centroamericana y que añade valor competitivo al país. Para materializar esa aspiración, El Salvador debe transformarse en un destino único y singular, que explote sus mejores fortalezas.

El Ministerio de Turismo planteó que el turismo de reuniones será la clave, "El Salvador basará su oferta turística en el "Meeting" (Encuentros), la cual significa propiciar encuentros de negocios, familiares, con la naturaleza y culturales, convirtiendo al país en el punto de encuentros de Centro América.

Esta nueva filosofía transformará la tradicional manera de hacer turismo en El Salvador. El nuevo concepto implica retos en todos los segmentos: turismo de negocios, de sol y playa, eventos

deportivos, de ecoturismo, científico, turismo rural y cultural, todos, bajo el concepto del meeting.

2. Pueblos Vivos

Es una estrategia integradora que se implementa con la nueva administración del Ministerio de Turismo bajo la dirección del Lic. José Napoleón Duarte Durán, con la cual se trata de posicionar la cultura, costumbres y tradiciones, para convertir a las jurisdicciones con destino turístico altamente competitivo y en un polo de desarrollo.

Con el objetivo de promover y estimular la participación e integración de los habitantes de las distintas zonas del país, quienes, con sus actividades, obras o proyectos, contribuirán a embellecer sus localidades y las han convertido en un lugar atractivo, limpio y ordenado, capaz de atraer un mayor flujo de visitantes, fomentando la identidad, costumbres y valores autóctonos, de las comunidades receptoras.

Logrando así la generación de empleo, para contribuir a sacar El Salvador de la crisis, seguir la ruta hacia el desarrollo turístico para construir y consolidar la democracia y el estado de derecho, y crear así un renacimiento de identidad, la valorización del patrimonio natural y cultural. Tener como prioridad la conciencia ciudadana sobre el turismo, polos de progreso turístico, de las personas, y descentralización de los programas de apoyo. Objetivo principal que busca la estrategia de Pueblos Vivos¹⁰.

Para dicho concurso se han tomado algunos puntos a consideración para la recuperación e identificación de cada uno de los pueblos participantes:

- Reconstrucción de sitios históricos, hasta ponerlos con valor turístico.

¹⁰ <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADLC0000786/C1.pdf>

- Determinar la gastronomía autóctona.
- Impulsar festivales gastronómicos con la participación de las comunidades.
- Inducir en centros escolares las danzas folklóricas de cada municipio.
- Rescate del vestuario autóctono.
- Promover los sitios históricos contemporáneos hasta convertirlos en museos históricos.
- Identificar las lenguas nativas y fomentar su aprendizaje en los centros escolares y en la misma población.

Para el titular del ramo, Pueblos Vivos es una nueva versión de desarrollo local, invita a una relación exitosa entre los distintos actores del sector público y privado. Constituye el eje transversal del turismo, que representa una de las estrategias principales del plan turismo nacional. Las acciones ejecutadas están orientadas a posicionar la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador. "La visión es convertir a cada distrito participante en un destino turístico altamente competitivo y en un polo de desarrollo", cuando se lanzó el programa "Pueblos Vivos", se hizo bajo la reflexión de puentes entre ambos sectores, municipios y el gobierno central; preparándose para sustentar las bases para el despegue de la economía turística local y de contribuir desde esta Secretaría de Estado a rescatar la identidad cultural.

Este programa "Pueblos Vivos", debe ser el inicio del trabajo en conjunto que se debe realizar. Con un equipo, la planificación y el compromiso de convertir el recurso en un atractivo turístico de calidad dará la pauta para fortalecer la oferta turística nacional y sobre todo por ese carisma único que caracteriza a los salvadoreños.

Desde su lanzamiento, se proyectaba la inscripción de 40 municipios; no obstante, se rebasaron las expectativas porque

participaron 56, que con esfuerzo y dedicación lograron su objetivo, posicionar sus pueblos en destinos turísticos dignos de admirar, promover así el desarrollo turístico de la región y el fomento de la identidad, costumbres y valores autóctonos que los caracteriza. Al evento asistieron representantes de los 56 participantes, se contó con la asistencia de más de 500 personas”.

Es de reconocer el esfuerzo de cada jurisdicción inscrita, puesto que han establecido sus mejores acciones para lograr posicionar su belleza escénica, sus costumbres y valores; en conjunto suman 56 Pueblos Vivos, distribuidos en 11 de la zona Central (7 de La Libertad, 2 de San Salvador y 2 de La Paz); 14 de la Paracentral (3 de San Vicente, 5 de Chalatenango, 3 de Cuscatlán y 3 de Cabañas). Por la franja de occidente, se incluyeron 14 pueblos (4 de Santa Ana, 4 de Ahuachapán y 6 de Sonsonate), mientras que 17 de la zona de oriente (6 de Usulután, 7 de Morazán y 4 de La Unión). El Ministerio de Turismo entrega premio Pueblos Vivos 2009 a los municipios de La Palma, San Francisco Menéndez y Alegría. Este último en Usulután, se agenció el primer lugar, el segundo lugar San Francisco Menéndez, Ahuachapán y el tercer lugar La Palma, Chalatenango. El MITUR entregó placas de reconocimiento a los 56 distritos partícipes y a los programas de televisión especializados en Turismo.

3. Entidades rectoras y promotoras del turismo en El Salvador

Las entidades rectoras y promotoras del turismo nacional son las siguientes:

a. Ministerio de Turismo (MITUR)

El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. MITUR

asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

b. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)¹¹

En el año 1996 fue creada la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) por medio del Decreto Legislativo N° 779. Es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible. CORSATUR fue creada como una entidad estatal y descentralizada.

Es la institución gestora del desarrollo turístico del país, sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población en forma sostenible.

CORSATUR apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos.

Objetivo Estratégico:

“Gestionar el establecimiento de un marco regulatorio básico que permita el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable”.

¹¹ <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.4791-C311d/338.4791-C311d-Capitulo%20I.pdf>

c. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)¹²

El interés del Estado salvadoreño por impulsar el turismo en el territorio nacional llevó a la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) en 1961, enfocada de forma especial en la promoción de esta actividad a nivel local. De acuerdo a las reformas realizadas a la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo a partir de octubre de 2008, la institución pública se encarga actualmente de la administración de los Centros Recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes. Además, tiene a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar, social y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos centros, coordinación de medios de transporte accesibles y otras establecidas en la Ley.

Objetivo General:

El objetivo general de la gremial consiste en "incrementar nuestra participación en el desarrollo económico y social del país, trabajando UNIDOS Empresa Privada, Gobierno Central y Municipal".

d. Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)¹³

La Cámara Salvadoreña de Turismo, es una asociación sin fines de lucro, apolítica, no lucrativa, ni religiosa, la cual se rige por las leyes de la República de El Salvador, por sus Estatutos y su Reglamento Interno.

La Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), fue fundada en el año 1978 en Pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el turismo. Miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR) constituida el 4 de febrero de 2004.

¹² <http://www.istu.gob.sv/>

¹³ http://www.casatur.org/web_site/

Trabaja en coordinación con la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y con el Ministerio de Turismo de El Salvador, con el objeto de unificar esfuerzos entre la empresa privada y el Sector Oficial.

e. POLITUR

La Policía de Turismo (POLITUR), es un organismo policial especializado creado mediante el Decreto 1301-01, del 21 de Diciembre del 2000, del Poder Ejecutivo, integrado por miembros de las FF. AA y la Policía Nacional, con la capacidad técnica, confiabilidad y rectitud moral necesaria para prevenir y contrarrestar las acciones o hechos que constituyan infracciones dentro de la legislación del sector turístico, así como orientar y proteger a los turistas nacionales y extranjeros que visitan las diferentes zonas turísticas de El Salvador¹⁴.

Propósito: Permitir el desarrollo del turismo salvadoreño mediante el mantenimiento de un clima de seguridad dentro de los polos turísticos del territorio nacional, así como vigilar el cumplimiento de las leyes que regulan sus actividades¹⁵.

D. GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN

El departamento de Ahuachapán cuenta con una diversidad de recursos naturales entre los que podemos encontrar: ríos, lagunas, cerros, nacimientos de aguas termales entre otros. Por medio de estos recursos los habitantes del departamento logran desarrollar una serie de actividades económicas que le generan divisas, entre ellas podemos mencionar:

¹⁴ <http://politurelsalvador.com/>

¹⁵ <http://www.politur.gob.do/SobreNosotros/Filosof%C3%ADaInstitucional/tabid/65/Default.aspx>

- Cultivo del café
- Cultivo de caña de azúcar
- Cultivo de cereales básicos
- Sistemas de riego
- Producción de energía geotérmica
- Nacimientos de aguas termales
- Y lugares con riquezas turísticas naturales, no explotadas.

Cabe mencionar que algunas fuentes hidrológicas son utilizadas como parte del turismo del departamento. Así como para cubrir necesidades básicas de los habitantes aledaños (higiene personal, lavado de ropa, etc.)

E. GENERALIDADES DEL TURISMO

1. Definición de la actividad turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos.¹⁶

Arthur Bormann (Berlín, Alemania 1930) define el turismo como el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo

Walter Hunziker, Kurt Krapf, 1942 dicen que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en

¹⁶ «UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics» pág. 10. World Tourism Organization (1995). Consultado el 26 de marzo de 2009.

tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

De acuerdo a las definiciones anteriores, se puede señalar que turismo es la acción de viajar por distracción y recreo con el fin de satisfacer una necesidad de esparcimiento de la persona, ya sea por uno o más días en un lugar distinto al de permanencia.¹⁷

2. Definición de turismo

El término surgió como consecuencia del fenómeno que se generó con el desplazamiento de turistas ingleses a Europa oriental durante las postrimerías del siglo XVIII entre los años 1785 y 1800 y principios del siglo XIX entre los años 1801 y 1811.

Es en Inglaterra, donde por primera vez se le define y aparece en 1811 como: La teoría y la práctica del viaje de placer.

Posteriormente, y conforme la actividad turística se va incrementando, surgen estudiosos, quienes describen y definen turismo en concordancia con su especialidad o profesión. Es de este modo, como en Alemania aparece en 1929 La Escuela Berlinese representada por investigadores del turismo, quienes, entre otras cosas, brindan definiciones más completas como es la siguiente de Schiwink (Fernández 1978, 24)¹⁸

Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión.

La Organización Mundial del Turismo, propuso en 1991 una definición según la cual el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares

¹⁷ Walter Hunziker - Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1942

¹⁸<http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/619/1/10136066.pdf>

distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos)

Organización Mundial del Turismo dice que es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no).

De acuerdo a lo anterior se puede concluir que la actividad llamada turismo es aquel conjunto de tareas que van orientadas a permanecer en un lugar diferente a la residencia habitual de los individuos y que no llevan consigo ningún fin de lucro.

3. Factores del turismo

Para el estudio y realización de esta investigación, es importante señalar una serie de factores que inciden en el fenómeno turístico, referidos por el autor Manuel Ramírez Blanco en su obra Teoría General del Turismo, él retoma en primer lugar la definición aportada por el Instituto Mexicano de Investigación Turística, sobre tales factores, a continuación se entenderá como factores del turismo lo siguiente: "Es el conjunto de hechos sociales que en forma directa o indirecta se relacionan necesariamente para conjugar el fenómeno turístico proporcionándole su característica particular y específica".

Los elementos que inciden en el fenómeno turístico se clasifican en factores directos y factores indirectos, ambos se sub

clasifican en estructurales y dinámicos, estos factores se presentan a continuación¹⁹.

a. Factores indirectos del turismo.

• **Factores estructurales**

Dentro de la estructura socioeconómica que los constituye, destacan aquellos que, influyendo en forma decisiva en el desarrollo de la actividad turística, han sido creados para satisfacer necesidades propias de la comunidad nacional, regional o local. Ellos son: las comunicaciones y transportes, las finanzas, las industrias conexas y los servicios públicos y de urbanización generales²⁰.

• **Factores Dinámicos**

Constituye un factor dinámico por su capacidad de generar factores al introducir nuevas condiciones y situaciones en el fenómeno turístico.

Esta surge gracias a un determinado nivel de desarrollo socioeconómico lo que hace posible que un determinado número de personas cuente con el tiempo y el dinero necesario para generar esta actividad; Es el elemento esencial para el surgimiento y desarrollo del turismo y puede concebirse en su forma potencial como el conjunto de personas que tienen una actitud de disposición para realizar un viaje lo cual influye de manera determinante en la actividad²¹.

b. Factores directos del turismo.

• **Factores Estructurales**

Los directos estructurales del turismo son los medios institucionales específicos y particulares que mueven y orientan los intereses y satisfacen las necesidades

¹⁹ <http://www2.unwto.org/es>

²⁰ IDEM (11)

²¹ IDEM (11)

fundamentales de los visitantes. Están constituidos por los recursos (naturales, diversiones y salud), los servicios (alojamientos, alimentación, agencias, guías, transportación, comercias, etc.); y la promoción institucional (pública y privada). Cada uno de los elementos mencionados está en función especial de la actividad en mención²².

- **Factores Dinámicos**

Son el conjunto de personas (hombres y mujeres, niños, jóvenes y adultos) que realizan la actividad turística en un tiempo y espacio determinado, integrado un grupo social con características transitorias²³.

Se puede identificar de manera más detallada a continuación²⁴:

TURISMO			
FACTORES INDIRECTOS		FACTORES DIRECTOS	
ESTRUCTURALES	DINAMICOS	ESTRUCTURALES	DINAMICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo socioeconómico • Comunicaciones • Transporte • Finanzas • Industrias conexas • Servicios públicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo • Capacidad de adquisición 	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Recursos naturales • Transporte • Promoción institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que realizan actividad turística.

²² IDEM ⁽¹¹⁾

²³ IDEM ⁽¹¹⁾

²⁴ http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Introduccion_al_estudio_del_turismo/Pdf/Unidad_04.pdf

4. Tipos de turismo

La clasificación del turismo toma en cuenta las características generales de los viajes y de quienes los emprenden, por lo cual se clasifican de la siguiente manera:

a. Turismo de descanso

Este tipo de turismo genera mayormente en localidades costeras en las que existen playas y/o lagos en que la mayoría del tiempo posee condiciones climáticas de tiempo soleado y temperaturas suaves (de 25 a 30 °C). En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para el ocio y el tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento²⁵.

b. Turismo científico

El turismo mediante el cual existe el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas.

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos. Se lleva a cabo a través de convenciones o congresos, las corrientes turísticas que este tipo de convenciones producen son muy importantes porque generalmente están integradas por personas de un nivel superior de cultura que enriquece el acervo del sitio donde se desarrolla y además, que por su posición social, son a la vez, económicamente más dadas a un mayor gasto turístico per cápita²⁶.

²⁵ http://turismo_vivencial.blogspot.com/

²⁶ IDEM ⁽¹³⁾

c. Ecoturismo

El Turismo ecológico posee un enfoque en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros.

Pese a su corta existencia, el ecoturismo es visto por varios grupos conservacionistas, instituciones internacionales y gobiernos como una alternativa viable de desarrollo sostenible.

En su acepción más común la etiqueta ecoturismo implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para conservar tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos²⁷.

d. Turismo de Aventura

El Turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El Turismo de Aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno. Implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado²⁸.

²⁷ IDEM (13)

²⁸ IDEM (13)

e. Turismo Cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Es el turismo que practican individuos o grupos en función de manifestaciones culturales, festivales de música, de arte, de poesía, de cine, de teatro o de ciencia y tecnología que visitan sitios apropiados a tales fines y comparten su tiempo con actividades turísticas. El turismo cultural es selecto y educativo y como el comercial e industrial o de hombres de negocios, es también productivo²⁹.

f. Turismo Histórico

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico, contemplando los vestigios dejados por los indígenas que habitaban en tiempos pasados; logrando de esta manera un sitio de privilegio en aquellos turistas que disfrutaban dicha alternativa. Es una forma de turismo cultural especializado, que dentro del marco de las actividades turísticas persigue promover la pasión por el pasado histórico y la conservación del patrimonio³⁰.

g. Turismo religioso

El turismo religioso es una actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el contacto con lo sagrado. Por lo tanto, es un tipo de turismo relacionado fundamentalmente con las creencias. A diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe³¹.

²⁹ IDEM (13)

³⁰ IDEM (13)

³¹ IDEM (13)

h. Turismo gastronómico

La gastronomía es uno de los principales recursos para el turismo en el medio rural.

Uno de los principales objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de experimentar con nuevos sabores y/o experiencias culinarias.

Las actividades no solo se centran en la degustación de platos, sino que abarca visitas de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, entre otros³².

i. Turismo de salud

Es un fenómeno global que consiste en el viaje a otra ciudad o país para recibir algún tipo de tratamiento o atención médica (como cirugías, tratamientos, rehabilitación) o del tipo de bienestar como tratamientos estéticos o en spa (lugar de tratamientos de relajación y belleza).

El término "turismo de salud" es el adecuado para describir esta actividad, debido a que técnicamente el "turismo médico" no incluye otros procedimientos como los estéticos, odontológicos o similares³³.

j. Turismo espacial

Es una modalidad de turismo que se realiza a más de 100 kilómetros de altura de la Tierra, lo que se considera la frontera del espacio. Por el momento sólo se ha llevado a cabo en transportes y estaciones espaciales gubernamentales; pero a principios del siglo XXI las iniciativas privadas han dado los primeros pasos para fabricar vehículos y alojamientos turísticos, es realizado por

³² IDEM (13)

³³ IDEM (13)

personas adineradas y valientes, los riesgos de perder la vida en un viaje al espacio son elevados³⁴.

k. Turismo de negocios

Es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales con la finalidad de cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. El turismo de negocios se caracteriza principalmente por tener un perfil más estable a lo largo del año que el de ocio³⁵.

F. PLAN DE MERCADEO

1. Plan de Mercadeo

a. Definición de Plan

En su forma más simple el concepto se define como la intención de hacer algo, o como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Así mismo se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo³⁶.

Por otra parte, dice Blake: otros autores lo definen como el documento rector, producto del proceso de planeación. Consiste en el conjunto coordinado de objetivos, metas y acciones que relacionadas con las estrategias y programas jerarquizan una serie de políticas e instrumentos en el tiempo y el espacio, para alcanzar una imagen objetiva propuesta.

³⁴ IDEM (13)

³⁵ IDEM (13)

³⁶ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>

Para Ezequiel Arder-Egg es el parámetro técnico-político dentro del cual se enmarcan los programas o proyectos. Y menciona que hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan:

- Lineamientos
- Prioridades
- Estrategias de acción
- Asignación de recursos
- Conjunto de medios o instrumentos (técnicas) que se han de utilizar para alcanzar metas y objetivos propuestos.

Andrés E. Miguel lo conceptualiza como la gestión materializada en un documento, con el cual se proponen acciones concretas que buscan conducir el futuro hacia propósitos predeterminados. Es un documento donde se indican las alternativas de solución a determinados problemas de la sociedad y la forma de llevarlo a cabo determinando las actividades prioritarias y asignando recursos, tiempos y responsables a cada una de ellas. El contenido básico de un Plan es: Justificación, Visión, Diagnóstico, Prospectiva, Objetivos, Estrategias, Políticas, Programas y Proyectos de este.

Derivado de lo anterior se dice que es un instrumento de carácter técnico político en el que de manera general y en forma coordinada se encuentran: lineamientos, prioridades, metas, directrices, criterios, disposiciones, estrategias de acción, financiamiento, y una serie de instrumentos con el fin de alcanzar las metas y objetivos propuestos.

Para el grupo de investigación Plan se define como: "Conjunto de acciones ordenadas sistemáticamente para alcanzar un objetivo establecido para un período determinado".

b. Definición de Mercadeo

“Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes”³⁷

Según la American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general³⁸.

El Dr. Philip Kotler define la mercadotecnia como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados.

Para el grupo de investigación, mercadeo se define como: “Un conjunto de actividades que incluye procesos mediante los cuales se identifican o crean las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos, promoviendo el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio”.

c. Definición de Plan de Mercadeo

“Una herramienta de gestión empresarial, organizada y estructurada, que analiza el modelo de negocio particular de cada empresa o entidad, para obtener unos fines concretos con unos recursos determinados; a través de la planificación, ejecución y

³⁷ Kotler, Philip y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, 8va Edición., Pearson Educación, México, 2008

³⁸ <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9/#sthash.JdNn0bQN.dpuf>

medición de unas acciones específicamente diseñadas para la consecución de esos fines”³⁹

2. Análisis de la mezcla de mercado⁴⁰

a. Producto

Centrado en los beneficios. Característica diferencial, marcas, modelos, envases, nuevos productos.

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo.⁴¹

Los principales factores que definen los atributos del producto son:

- **Núcleo:** Comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos.
- **Calidad:** Valoración de los elementos que componen el núcleo, en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.
- **Precio:** Valor último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.

³⁹ <http://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-la-herramienta-de-gestion-empresarial-imprescindible/>

⁴⁰ <http://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---the-marketing-mix---from-4-p-s-to-7-p-s>

⁴¹ Muñiz González, Rafael; Marketing en el Siglo XXI, 5ta Edición, Edición Rustica, 2008.

- **Envase:** Elemento de protección del que está dotado el producto y que tiene, junto al diseño, un gran valor promocional y de imagen.
- **Diseño, forma y tamaño:** Permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configuran la propia personalidad del mismo.
- **Marca, nombres y expresiones gráficas:** Facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas.
- **Servicio:** Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más valora el mercado, de ahí su desarrollo a través del denominado marketing de percepciones.
- **Imagen del producto:** Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.
- **Imagen de la empresa:** Opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma.

b. Precio

No es solo el valor monetario, sino también el tiempo utilizado y esfuerzo/molestias ocasionadas. Método de fijación de precios a: un producto o cartera de productos.

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por un lado, tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto,

con unos atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado.

Para el cliente potencial, el valor del producto se manifiesta en términos objetivos y subjetivos, ya que tiene una escala muy particular a la hora de computar los diferentes atributos de los que está compuesto, de ahí la denominación de caro o barato que les da.

La fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios por parte de la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas, aunque no guarde una relación directa con los beneficios que obtiene, ya que, si los precios son elevados, los ingresos totales pueden ser altos, pero que esto repercuta en los beneficios dependerá de la adecuada determinación y equilibrio entre las denominadas "áreas de beneficios".

Factores que influyen en la fijación de precios⁴²:

Áreas internas	Áreas externas
<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos de la empresa • Estrategia de las variables del marketing mix • Costes 	<ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza del mercado y la demanda • Competencia • Otros factores del entorno (Economía, Gobierno, intermediarios, etc.)

⁴² Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana, Fijación de Precios, Edición 2008

c. Promoción

Un propósito fundamental del negocio es aumentar las ventas, ganar clientes y mejorar su posición en el mercado, es decir, hacer mejor las cosas con respecto a la competencia. Para lograrlo, hay que diseñar estrategias que permitan que más personas se conviertan en clientes y, mejor aún, en clientes frecuentes. Las estrategias más usuales para ello son la promoción y la publicidad⁴³.

Las promociones son acciones extraordinarias o temporales en las que el negociante ofrece sus productos en mejores condiciones de compra para el cliente, que en situaciones normales. Estas condiciones se refieren al precio que paga el cliente por unidad de producto o a la forma en que lo paga.

Algunas formas de promoción son: descuentos, muestras gratis, cupones, paquetes promocionales, premios, concursos, sorteos, juegos, entre otros. Todas ellas tienen un propósito final: aumentar las ventas e ingresos sin que el negocio incurra en deudas o desabasto.

La publicidad es lo que da vida al negocio: anuncios espectaculares, carteles, volantes, folletos, tarjetas y personas que recomiendan son algunas formas que se usan de manera cotidiana. Con estas estrategias se espera influir en las decisiones de compra de los posibles clientes, destacando las características positivas de los productos o servicios que se anuncian y los beneficios que el cliente puede obtener con ellos.

⁴³http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/mi_negocio/html/publicidad_promociones.html

Con la publicidad se busca:

- Incrementar las ventas.
- Atraer nuevos clientes.
- Mantener el nivel actual de las ventas.
- Promocionar ofertas.
- Introducir nuevos productos o servicios.

d. Plaza

El lugar más adecuado para instalar tu negocio es aquel que está cerca del cliente y cuenta con las condiciones y características adecuadas para darle un buen servicio. Existen algunos aspectos básicos por considerar para tomar una decisión adecuada. Éstos se mencionan a continuación⁴⁴:

- Tipo de producto o actividad que se va a realizar.
- Cercanía del cliente o consumidor.
- Distribución del producto o servicio.

Tener el producto a disposición del consumidor y hacerlo de forma que estimule su adquisición. Decisiones sobre canales de distribución.

Canal de distribución, lo podríamos definir como «áreas económicas» totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final. Aquí el elemento clave radica en la transferencia del derecho o propiedad sobre los productos y nunca sobre su traslado físico⁴⁵.

⁴⁴ http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/mi_negocio/html/donde_instalar.html

⁴⁵ Muñiz González, Rafael; Marketing en el Siglo XXI, 5ta Edición, Edición Rustica, 2008.

e. Personal

Son todas aquellas que se encuentran implicadas (directa o indirectamente) en el proceso de la atención o producción de un bien o servicio determinado. Vale decir: empleados, administradores, obreros, gerentes y hasta los propios consumidores. Todos ellos agregan valor a lo que finalmente queremos ofrecer. No basta con tener el personal idóneo, ya que hay que seleccionarlo en función a sus cualidades y expertise; luego, hay que capacitarlo y saber transmitir la misión y visión que comparte la empresa⁴⁶.

Las empresas se forman de personas. Acá la importancia de saber que recurso humano requerimos tanto para la empresa, pero más que nada quienes estarán en contacto directo con el cliente. Las personas pasan a ser el activo más valioso.

f. Presencia

Percepción de productos y servicios en el mercado, conllevando la estrategia de posicionamiento en la mente del consumidor.

La evolución del mercado en estos últimos 10 años ha dado lugar a una etapa donde «lo esencial no es serlo, sino parecerlo», donde lo que prima es lo que llamamos marketing de percepciones, es decir, lo que importa verdaderamente es lo que percibe el mercado de nosotros, de nuestra empresa y de nuestra marca. Por ello debemos utilizar todas las herramientas que el marketing pone a nuestro alcance para posicionarnos en la mente del consumidor para que este nos perciba de manera positiva y así, paralelamente, posicionarnos en el mercado de forma más competitiva. No hay que olvidar que los productos se hacen en las fábricas y las marcas en nuestra mente.

⁴⁶ <http://blog.rpp.com.pe/marketingmix/2011/01/18/cuando-las-4p%C2%B4s-no-son-suficientes/>

g. Procesos

Ejecución impecable de toda la actividad del negocio, a nivel interno y externo, lo cual puede contribuir a minimizar costos y maximizar utilidades.

Resulta gravitante formular y ejecutar los procesos de diseño y producción como las actividades, mecanismos o métodos requeridos para el desarrollo y entrega de un determinado bien o servicio; donde se desarrollarán los recursos que definen las estrategias claves para el éxito. Estas pueden leerse como servicio, tecnología, creatividad, determinación de la necesidad real del cliente, alianzas estratégicas y el desarrollo de nuevos productos o servicios. Ello determinará, en gran parte, la calidad con la que son ejecutados y poder alcanzar el éxito que logrará la diferenciación.

3. Mercado Meta

Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", consideran que un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"⁴⁷

Según Philip Kotler, la determinación de los mercados meta suele generar controversia en el público, especialmente cuando los encargados de Marketing se aprovechan en forma ventajosa de grupos vulnerables, como: niños, grupos marginados, sectores suburbanos de gente pobre, o bien, cuando promueven productos que potencialmente son susceptibles de causar daño (cigarrillos, bebidas alcohólicas, comida con alto contenido de grasa, etc. ⁴⁸

⁴⁷ KOTLER, Philip. "Fundamentos de Marketing". New Jersey, Prentice Hall, 1996

⁴⁸ IDEM ⁽¹⁶⁾

Por consiguiente, al determinar los mercados meta, la cuestión no es únicamente decidir a quién se determina, sino cómo y para qué. Es decir, que el encargado de Marketing socialmente responsable realiza una segmentación y localización de mercados meta que funcione no solo para los intereses de la empresa u organización, sino también para los intereses de quienes fueron determinados como mercado meta.

Segmentación del Mercado⁴⁹: Es el proceso de dividir o clasificar un mercado en grupos similares y significativos. Por cada segmento de mercado se desarrolla un marketing mix estratégico único

Tres razones por los que hay que segmentar el mercado:

- a. Permite identificar grupos con necesidades similares.
- b. Permite diseñar un marketing mix a la medida del segmento
- c. Permite satisfacer las necesidades del consumidor al mismo tiempo que los objetivos de la empresa.

Tipos de segmentación más común son: Geográfica, edad, sexo, ingresos, estilo de vida, beneficios, etc.

G. DEMANDA Y OFERTA DE SERVICIOS

1. Demanda

a. Definición

En términos generales, la "demanda" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

⁴⁹ <http://competitividadturistica.com/la-demanda-potencial-y-el-mercado-meta/>

- Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".⁵⁰
- Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".⁵¹
- El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como "el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas"⁵²

Para el grupo de investigación la demanda es: "La cantidad de producto y/o servicio, que el mercado necesita para satisfacer sus necesidades".

b. Demanda turística

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- **Demanda turística potencial:** Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- **Demanda turística actual o real:** Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

⁵⁰ Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 10.

⁵¹ Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, Pág. 240.

⁵² Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 87

c. Características de la demanda turística⁵³

La demanda turística se caracteriza por ser:

1. Culturalmente determinada;
2. Cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos;
3. Estar asociada a lugares o puntos de interés individuales.

“Puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística”.

4. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.
5. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes. La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.
6. La demanda está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda

⁵³ <http://problematicaturistica.blogspot.com/2010/06/caracteristicas-de-la-oferta-y-demanda.html>

como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciables, tradición, política, etc.

d. Demanda Potencial

Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias.

La Demanda Potencial del Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales.

Las Variables que determinan la demanda potencial son:

- Las determinantes genéricas de la demanda: precios, renta y preferencias.
- El esfuerzo comercial realizado en su máxima intensidad, para modificar las preferencias de los consumidores.
- En la demanda futura hay que tener en cuenta el transcurso del tiempo.
- La evolución de la industria.

Hay tres niveles de Potencialidad:

- **Demanda potencial máxima teórica:** Demanda que se obtendría en que todos los consumidores posibles son consumidores efectivos y que se considera para su cálculo que todas las alternativas posibles de uso del producto.
- **Demanda potencial máxima realizable:** Resultante de suponer que se aprovechan sólo los usos actuales y reales del producto, no todos los posibles.

- **Demanda potencial máxima actual o existente:** Resultante de adoptar la sola hipótesis de que se realiza un esfuerzo comercial máximo por todos y cada uno de los oferentes del producto, dadas las condiciones reales del mercado.

2. Oferta

a. Definición

En un sentido general, la "**oferta**" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

- Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".⁵⁴
- La American Marketing Association (A.M.A.), define la oferta (desde la perspectiva del negocio) como: "El número de unidades de un producto que será puesto en el mercado durante un periodo de tiempo".⁵⁵
- El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los

⁵⁴ Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill

⁵⁵ MarketingPower.com, de la American Marketing Association, Sección: Dictionary of Marketing Terms

productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".⁵⁶

- Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender".⁵⁷

Para el grupo de investigación oferta es: "Es la cantidad de productos y/o servicios que las empresas o productores colocan en el mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores".

b. Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.⁵⁸

⁵⁶ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.

⁵⁷ Principios de Economía, Tercera Edición, de Mankiw Gregory, Mc Graw Hill

⁵⁸ http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

c. Clasificación de la Oferta de servicios turísticos

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. Éste está compuesto por:

- i. Los recursos turísticos Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda. Estos recursos han sido categorizados en:
 - Sitios naturales.
 - Manifestaciones culturales.
 - Folclor
 - Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas.
 - Acontecimientos programados.
- ii. Los atractivos turísticos son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.
- iii. La planta turística Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en:
 - Alojamiento
 - Restaurantes
- iv. Servicios complementarios Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como:
 - Sistema bancario.
 - Servicios de transporte diversos.

- Servicios de salud
 - Comercio en general.
 - Otros (policía, bomberos, etc.).
- v. Los medios de transporte Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en:
- Transporte terrestre.
 - Transporte acuático.
 - Transporte aéreo.
- vi. La infraestructura básica Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos:
- Rutas de acceso.
 - Comunicaciones.
 - Equipamiento urbano.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

A. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1. General

Elaborar un diagnóstico de la situación actual que permita conocer la oferta y demanda turística en el municipio de San Pedro Puxtla ubicado en el departamento de Ahuachapán.

2. Específicos

- 2.1 Conocer los factores internos y externos que condicionan la oferta y demanda turística del municipio de San Pedro Puxtla.
- 2.2 Diseñar instrumentos de recolección de información que permitan identificar las percepciones de los habitantes sobre los atractivos turísticos que ofrece el municipio de San Pedro Puxtla.
- 2.3 Analizar los resultados de la investigación para diseñar un plan de mercadeo que contribuya a fortalecer el turismo del municipio de San Pedro Puxtla.

B. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad, el gobierno central está enfocando la mayor parte de sus esfuerzo en atraer inversión extranjera al país, en

gran medida se ha focalizado hacia la promoción del turismo; a través de nuevos productos y mejorando los ya existentes.

Por lo tanto es necesario crear planes estratégicos en los cuales se exploten las ventajas competitivas que ofrece el país en la región dentro de este rubro.

Debido a esto es importante realizar una investigación que permita conocer aquellos lugares que posee y ofrece la ciudad de San Pedro Puxtla, para mejorar las condiciones físicas de los establecimientos haciéndolos más llamativos a los habitantes y a turistas externos, garantizando de esta forma el fortalecimiento de la economía en el municipio y la generación de nuevos empleos.

C. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación fue necesario utilizar métodos y técnicas que permitieron establecer un diagnóstico acertado de la situación actual del turismo en el municipio de San Pedro Puxtla, dichos métodos y técnicas se presentan a continuación:

1. Métodos.

Los métodos específicos que se aplicaron son los siguientes:

a. Analítico.

“Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede:

explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías”⁵⁹.

En la investigación, este método se utilizó para identificar las variables internas y externas que afectan la oferta y demanda turística en el municipio de San Pedro Puxtla.

b. Sintético.

“Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una exposición metódica y breve, en resumen.

En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades”⁶⁰.

Este método permitió agrupar todos los elementos del plan de mercadeo propuesto para impulsar el turismo en el Municipio de San Pedro Puxtla, obteniendo de esta forma una visión integrada, lo cual proporcionó mejores elementos para definir las estrategias a seguir para la propuesta del plan.

2. Técnicas de recolección de datos.

a. La encuesta.

Esta técnica fue utilizada para obtener información de los objetos de estudio, sobre opiniones, actitudes y/o sugerencias sobre las distintas interrogantes que se estructuraron y se presentaron dentro de un cuestionario elaborado con base a los indicadores

⁵⁹ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm> (historia y evolución del pensamiento científico, Ramón Ruiz Limón)

⁶⁰ Ibidem ⁽¹⁾

establecidos en la operacionalización de las hipótesis, el cual fue dirigido a dos unidades de análisis:

1. La población residente en el casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla, compuesta por personas mayores de 18 años de edad;
2. Treinta turistas de los Municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán.

La recolección de la información se realizó por los miembros del equipo de investigación, mediante dos visitas al Municipio de San Pedro Puxtla por la afluencia de personas en este lugar, y una visita a los municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán.

b. La entrevista.

La entrevista como instrumento de recolección en esta investigación, fue de vital importancia, debido a que permitió tener un contacto directo con personas representantes de las diferentes entidades que impulsan el turismo en el municipio y algunas personas del lugar, Entre ellas:

1. El Alcalde Municipal del Municipio de San Pedro Puxtla
2. Los concejales miembros del Concejo Municipal de San Pedro Puxtla.
3. El propietario de la Finca San José.

c. La observación directa.

Esta técnica proporcionó información valiosa para el análisis de la oferta y demanda turística en el municipio, y poder comprender a profundidad la situación actual San Pedro Puxtla, y de esa forma comprender las ventajas competitivas de los atractivos turísticos. Para esto fue necesario realizar varias visitas a los potenciales

destinos turísticos con los que cuenta el municipio para complementar la investigación.

3. Instrumentos de las técnicas de recolección de datos.

a. El cuestionario.

Se utilizó este instrumento con una serie de preguntas que permitieron medir una o más variables, se formularon preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple. Cada miembro del equipo le hacía la pregunta del cuestionario al encuestado, con el fin de hacer dinámico el proceso de recolección de información para ambas partes.

b. Guía de entrevista.

El equipo de trabajo diseñó una serie de preguntas estructuradas, donde cada persona expresaba su opinión a través de su respuesta, además de comentarios que se hacían al final de cada entrevista. Se programó lugar y hora con cada persona para aplicar este instrumento.

c. Lista de chequeo.

Este instrumento fue de mucha utilidad para el equipo de investigación ya que a través de ella se logró validar si existían o no, ciertos elementos que se esperaban encontrar en el lugar de estudio. Así como también, hacer anotaciones de eventos o variables relevantes para la investigación.

4. Tipo de investigación.

Para el presente estudio será de tipo descriptivo, ya que el propósito de una investigación descriptiva es especificar las

propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos comunidades, procesos, objetos u otro cualquier fenómeno que se someta a un análisis.

El estudio mide o recoge información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. Este estudio es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de una situación.

5. Tipo de diseño de investigación.

El término se refiere al plan o estrategia concebida para obtener información que se desea.

El diseño que se consideró es el no experimental, transversal descriptivo, debido a que se llevó a cabo sin manipular las variables. Lo que la señala como no experimental es observar el fenómeno tal y como se da en su contexto natural para después ser analizados.

La investigación transversal recolectó datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelaciones en un momento dado.

6. Fuentes de información.

La información utilizada se obtuvo a través de las siguientes fuentes:

a. Primarias.

Se realizaron entrevistas y también se utilizaron encuestas para obtener información en las diferentes áreas donde se realizó el estudio, dichas técnicas se aplicaron a:

- Alcalde Municipal de San Pedro Puxtla.
- Concejo y Autoridades de la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.
- Habitantes de la Zona
- Emprendedores locales
- Turistas de la Zona

b. Secundarias.

En este estudio se utilizaron libros, artículos de publicaciones periódicas, documentos oficiales del Ministerio de Turismo de El Salvador y artículos periodísticos

7. Unidades de análisis

A continuación se identifican el objeto y las unidades de estudio que dieron vida al trabajo de investigación.

a. Objeto de estudio:

El Municipio de San Pedro Puxtla.

b. Unidades de estudio:

- Alcalde Municipal.
- Concejo Municipal.
- Dueños de sitios turísticos privados.
- Habitantes mayores de 18 años del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla.
- Turistas de la zona.

8. Determinación del universo y la muestra

a. Universo

A continuación se detallan los elementos que forman parte del Universo del estudio:

- **Habitantes**

Para determinar el universo de estudio se tomó de referencia la información contenida en el documento: Almanaque 262, Estado del Desarrollo Humano de los Municipios de El Salvador 2009; en el cual se determinó que el municipio de San Pedro Puxtla tiene una población de 7,763 habitantes, conformada por mujeres, hombres y menores de edad.

- **Turistas del Municipio**

Derivado de la visita realizada a San Pedro Puxtla, se identificó que la afluencia de turistas es nula, por lo que se ha tomado una muestra representativa que se detalla en el apartado b. Muestra, de este mismo numeral.

- **Alcalde Municipal**

Este universo se compone de una persona, el cual funge en este puesto.

- **Concejo y Autoridades Municipales de la Alcaldía de San Pedro Puxtla.**

Este grupo de autoridades municipales está compuesto por 9 personas de las cuales 1 es síndico y 8 concejales.

- **Propietario de Finca San José**

Este universo se compone de una, ya que es el propietario único del lugar.

b. Muestra

- **Habitantes**

Para efectos de localizar una muestra representativa fue necesario considerar los habitantes mayores de 18 años residentes en el casco urbano de San Pedro Puxtla, el cual está conformado por un total de 1,583⁶¹ habitantes. Para el caso de este estudio la muestra se ajustó con base a la fórmula para poblaciones finitas la cual fue la siguiente:

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

Dónde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

Z² = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido: siempre se opera con valor de la curva normal. Véase la tabla de valores de Z.

E = Margen de error o de imprecisión permitido (lo determinará el director del estudio).

Aplicando la formula a nuestro estudio los valores de las variables son los siguientes:

N = 1,583 habitantes

P = 0.5

Q = 0.5

Z = 1.96

⁶¹ Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.

$$E = 0.10$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(1,583)}{(0.10)^2(1,583 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \underline{91 \text{ habitantes}}$$

Se utilizó un nivel de confianza del 95% debido a que el tamaño de la muestra era finito, por lo cual se tiene que la estimación efectuada es bastante representativa con respecto al universo; la probabilidad de éxito y fracaso de la investigación fue de 0.50 cada una, esto debido a la incertidumbre con que se manejaron los resultados de la investigación; el margen de error permisible que se consideró fue del 10%, es decir, que por cada 100 cuestionarios, 10 podrían tener fallas en la información durante la investigación.

El cálculo de estos datos a través de la fórmula nos determinaron el número de habitantes mayores de 18 años residentes en el casco urbano del municipio.

Además se realizó un censo considerando treinta (30) turistas de los municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán. Estos se agregan a las personas que se aplicó un cuestionario, sin embargo fue un instrumento diferente al de los habitantes por las variables que se analizaron de esta muestra.

- **Turistas del Municipio**

Debido a la ausencia de turistas en San Pedro Puxtla se tomó una muestra de 30 turistas de los municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán; a las cuales, por su cantidad, se aplicó un censo.

- **Alcalde Municipal**

La muestra de este universo es igual al mismo, ya que solo se trata de una persona. Por tal motivo se aplicó un censo.

- **Concejo y Autoridades Municipales de la Alcaldía de San Pedro Puxtla.**

La muestra se compone de nueve personas al igual que el universo, por lo tanto se aplicó un censo.

- **Propietario de Finca San José**

Debido a que el propietario de Finca San José es una sola persona, la muestra es igual al universo, por lo que se aplicó un censo.

9. Tabulación y análisis de datos

Una vez obtenida la información por medio de las técnicas utilizadas se llevó a cabo la tabulación de los datos, con la finalidad de analizar los resultados y así obtener la interpretación de las respuestas.

Los datos obtenidos se procesaron a través del software Microsoft Excel 2010, la utilización de esta herramienta permitió hacer una representación mediante cuadros estadísticos y gráficos que sirvieron como insumo fundamental en la interpretación de los resultados obtenidos.

Se tabuló cada una de las preguntas de forma ordenada para lograr una mejor interpretación y análisis, lo cual permitió obtener un diagnóstico más preciso de la situación actual del municipio.

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

1. Producto

Actualmente San Pedro Puxtla carece de un catálogo de productos bien estructurado, por el momento cuenta con los siguientes atractivos turísticos: Iglesia católica colonial, Poza El Zapote, Mirador de la Cruz y Salto de Tequendama.

Además de estos, poseen un producto que atrae la mayor cantidad de turismo y actividad comercial en el año, el cual es la celebración de las fiestas patronales. Sin embargo, el estado de los atractivos permanentes no es el adecuado para apostar a una campaña de atracción de turistas por lo que la alcaldía pretende invertir en el mejoramiento tanto de la infraestructura como de vías que llevan a ellos.

San Pedro Puxtla es un pueblo lleno de riqueza cultural, el cual por su ubicación se ha mantenido a través de los años con ese toque rústico pero acogedor que a los habitantes de la ciudad les permite desconectarse del bullicio y la vida agitada permitiendo tener una experiencia totalmente diferente en contacto con las tradiciones de los pueblos salvadoreños, en especial con el distintivo que tiene la zona occidental.

Uno de sus principales atractivos es el Mirador de la Cruz, el cual muestra una impresionante vista panorámica de 360 grados, desde allí se ven las llanuras y los cultivos en los cerros y montañas, su ubicación próxima al centro del municipio lo hace un punto de interés para los turista; sin embargo se puede explotar promoviendo mayor actividad comercial en él.

También es importante destacar la preferencia que se muestra hacia el sector de alimentos tanto por los locales como por los

visitantes, pues es una característica de los turistas buscar algo diferente en sus paseos para consentir al paladar.

Es por ello que se aprecia una notable intención por parte de los habitantes en apostar por esta actividad para generar ingresos a sus familias y dinamizar la economía en el municipio.

La segunda actividad que pretender impulsar según el estudio, es la producción y venta de artesanías, ya que en el pueblo habitan personas que se han dedicado a esta actividad a lo largo de los años y otras que han adquirido estos conocimientos para llevar el sustento a sus hogares.

Sin embargo, hay otras actividades o tipos de negocio que necesitan ser desarrolladas para ofrecer a los turistas que visiten el municipio, y de esta manera ofrecer un turismo integral que haga sentir al visitante plenamente satisfecho y con todas sus expectativas cubiertas, una de ellas es la oferta de alojamiento que no tiene presencia en el municipio, y podría ser ofrecida por aquellos propietarios de casas antiguas llenas del encanto colonial, con corredores, grandes salones y coloridos jardines, lo cual a la vez les permitiría generar ingresos.

También se carece de actividades al aire libre, tales como deportes extremos, senderismo, caminatas guiadas, tours por fincas agrícolas con cultivos de frutas y hortalizas, entre otros.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla preguntas 5, 6, 9, 11, 13 y 16.

2. Precio

En su mayoría, los atractivos turísticos en el municipio de San Pedro Puxtla carecen de un precio de admisión, debido al estado en que se encuentran, según los mismos habitantes.

Parte estratégica del plan de mercadeo es proponer precios acordes a lo ofertado, ya que esto impulsará el crecimiento económico y permitirá el desarrollo sustentable del turismo local.

Por lo tanto se tiene una gran oportunidad en el establecimiento de los precios para los atractivos que aún no se tienen disponibles de acuerdo al producto que se ofrezca a los turistas.

En cuanto a la oferta actual, se puede observar que los precios se consideran correctos o bajos a comparación de los pueblos turísticos de referencia en la zona, lo cual permite tener esa ventaja competitiva media vez se puedan ofertar productos que hagan atractivo al municipio; es decir que sus precios permitirían que la afluencia de personas sea mayor que a los otros sitios turísticos del departamento.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla pregunta 21; y cuestionario dirigido a los turistas del departamento de Ahuachapán específicamente de los sitios turísticos de Apaneca, Concepción de Ataco y Juayua, pregunta 14.

3. Plaza

Actualmente el inventario turístico de San Pedro Puxtla se encuentra integrado por la iglesia católica, el mirador de la cruz, el salto de Tequendama, la poza El Zapote y Finca San José; lugares que cuentan con vegetación abundante y un clima cálido, factores que motivan a la hora de seleccionar un sitio turístico.

Por otro lado, también mencionaron algunos habitantes que la ruta de acceso no es muy conocida por personas externas, sobre todo porque no existe una señalización adecuada que guíe la ruta a seguir, según los excursionistas de las zonas aledañas algunas de las razones que motivan en la selección de un destino turístico es el exotismo del lugar de la cual se puede sacar ventaja

competitiva además de ello la calidez de la gente, misma se expresa en la amabilidad, alegría y entusiasmo de los habitantes; sin embargo se deben perfeccionar dichas cualidades para proveer un excelente servicio de atención al cliente.

A través de la guía de observación se identificó que el nivel de comercio en la zona es bajo, existen pocos lugares en los que se puede disfrutar de la gastronomía del municipio, así como tampoco existe un lugar de alojamiento para albergar a viajeros que decidan pasar la noche en el lugar, de igual forma la seguridad es una aspecto que se debe reforzar visualmente ya que aunque el municipio está calificado con bajos índices delincuenciales la presencia policial brindaría a los excursionistas mayor confianza para visitarlo constantemente.

- **Infraestructura**

A través de la opinión de los habitantes de la zona se determinó que no cuentan con la infraestructura adecuada para satisfacer las exigencias de visitantes externos a lo cual ellos sugieren que deben de ejecutarse programas de mejoramiento de la zona.

Algunos puntos de mejora en el tema de infraestructura son: renovación de pintura en algunos sitios, construcción de áreas de descanso, mejora de establecimientos alimenticios, construcción de lugares de alojamiento.

- **Vías de Acceso**

Así mismo se verificó que solamente existe una vía de acceso en buenas condiciones al municipio de San Pedro Puxtla lo que dificulta la llegada de los turistas. Sin embargo, existen 3 vías de acceso adicionales: 2 provenientes de Apaneca que no son pavimentadas, y 1 proveniente de Guaymango en las mismas condiciones, por lo que no es posible el acceso en cualquier medio de transporte, sino que debe utilizarse un vehículo todo terreno. Actualmente está por iniciar un proyecto para transformar una de

las vías que conecta con Apaneca en una carretera pavimentada, que permitirá conectarse directamente con la Ruta de las Flores; dicho proyecto iniciará en el primer trimestre de 2016 y tendrá una duración de 10 meses, con un apoyo financiero del PNUD.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla preguntas 1,2,5,10, y cuestionario dirigido a los turistas del departamento de Ahuachapán específicamente de los sitios turísticos de Apaneca, Concepción de Ataco y Juayua, preguntas 3,4,7.

4. Promoción

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los habitantes del municipio los medios por los cuales se dan a conocer las actividades turísticas se limitan a la radio local y los anuncios realizados en las reuniones en el parque de la municipalidad, por lo tanto tomando en cuenta las edades promedio de los turistas entrevistados las cuales oscilan entre los 25 - 31 años, deben fijarse estrategias adecuadas para alcanzar este mercado meta ampliando las redes de comunicación y de esa manera aumentar el interés de turistas por visitar el municipio.

Así como también es de gran importancia que en la carretera que conduce a San Pedro Puxtla se coloquen vallas publicitarias las cuales creen una expectativa en los conductores que la transitan y de esa manera aumentar la afluencia del turismo en el municipio.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla preguntas 14,15 y cuestionario dirigido a los turistas del departamento de Ahuachapán específicamente de los sitios turísticos de Apaneca, Concepción de Ataco y Juayua, pregunta 18.

5. Personal

En San Pedro Puxtla, los habitantes tienen todo el compromiso por sacar adelante a su pueblo; sin embargo, actualmente hay necesidad de capacitación del personal en los aspectos de atención al cliente. Esta es una parte fundamental, ya que estratégicamente no hay mejor opción que tener personas locales para la atención de los turistas que se pretenden atraer al municipio.

En ese sentido un guía o agente turístico debe tener conocimientos técnicos sobre el trato de personas, identificación de necesidades, conocer los productos, historia, orientación geográfica de los diferentes atractivos, y sobre todo resolución de problemas, ya que se verá expuesto a escenarios con este tipo de elementos los cuales debe estar apto para enfrentar y solventar.

En el municipio hay un gran compromiso con la juventud, y los jóvenes tienen ansias de contribuir al desarrollo de su pueblo, lo cual permite apreciar la disposición de las personas a trabajar y mejorar sus condiciones de vida.

El potencial de las personas es muy alto y definitivamente es una prioridad desarrollarlo para tener la capacidad de satisfacer la demanda de los turistas potenciales que espera recibir San Pedro Puxtla.

Otra característica muy importante de los habitantes, es el arraigo que tienen a sus costumbres y cultura, la cual pueden transmitir con sus acciones y palabras a los turistas, llevándolos a una experiencia de enriquecimiento cultural con solo interactuar con las personas del lugar.

Derivado de lo anterior se concluye que aunque los habitantes del municipio presentan un interés genuino de formar parte del desarrollo turístico del municipio, necesitan el apoyo de una institución para emprender dentro de este rubro, expresando que de

formar parte de un comité turístico o del personal requerido para impulsar el turismo necesitarían capacitaciones que los ayuden a desarrollar las competencias necesarias para brindar un buen servicio y crear la fidelidad en los turistas potenciales.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla preguntas 19 y 20

6. Presencia

Es muy importante para los pueblos de El Salvador formar parte del programa Pueblos Vivos, ya que este les permite ofrecer sus atractivos a nivel nacional y tener mayor promoción turística a través del Ministerio de Turismo.

Actualmente la alcaldía municipal de San Pedro Puxtla hace los esfuerzos necesarios que le permitan competir a ese nivel y tener esa inyección de promoción, sin embargo a través de las encuestas realizadas a los habitantes y la guía de observación se puede identificar que el inventario turístico necesita mejorar las condiciones de los mismos.

El eslogan "Verde y Productivo" es lo que identifica al municipio de San Pedro Puxtla y es por ello que los esfuerzos mercadológicos deben ir dirigidos a posicionarlo dentro de la mente de los turistas potenciales.

Parte fundamental de la atracción de turistas es el mejoramiento de la infraestructura, ya que todo entra por la vista, por lo que un lugar vistoso, atractivo y limpio puede atraer más personas, pero sobre todo retenerlas y hacer que vuelvan y permanezcan más tiempo en el lugar. La alcaldía se ha preocupado por iniciar esa renovación del pueblo.

Primero con la renovación del parque central, un punto turístico estratégico por ubicarse en el casco urbano el cual ofrece un

anfiteatro donde se pueden realizar eventos al aire libre de índole, social, cultural, religioso, etc.

En su reciente remodelación se ha contemplado también el fácil acceso a las personas de la tercera edad, así como también a las personas con capacidades especiales por medio de rampas; una fuente luminosa y detalles modernos sin perder ese ingrediente especial que tienen los pueblos de nuestro país.

También se ha trabajado en la restauración de vías de acceso rurales para transportarse a las fincas y otras zonas que pueden ser explotadas turísticamente como una opción de estar en contacto con la naturaleza. Dichos cambios han sido orientados a mejorar el concepto que se tiene actualmente del municipio y posicionarse en la mente del turista.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla 3, 10, 12 y 13.

7. Procesos

La forma en la que se ofrecen los productos es muy importante para que el turista se sienta atraído. Muchas veces se utilizan canales de promoción donde el turista meta no tiene acceso; o se orienta localmente, lo cual permite que personas de fuera visiten y aporten económicamente a las actividades que se ofrecen.

En este momento, se ha determinado que no hay un canal de promoción que atrae turistas que en su mayoría habitan en el mismo departamento, lo cual no hace un correcto aprovechamiento de los atractivos turísticos. Tampoco se cuenta con un comité turístico que se preocupe única y exclusivamente a la promoción y desarrollo del municipio en este rubro. Esto se considera estratégico desde el punto de vista que el turismo debe ser monitoreado constantemente, y más cuando se quiere elevar a un nivel más competitivo que permita considerarlo como una de las principales

actividades económicas del municipio. Para alcanzar ese nivel deseado es necesario determinar las personas encargadas exclusivamente del turismo, productos, servicios, precios, canales de promoción, logística para el desarrollo de actividades turísticas, promoción de la inversión en turismo, programación de actividades turísticas anuales, divulgación de las actividades que se van realizando; con el fin de tener bajo control las variables que afectan el turismo y que serán determinantes en el buen desarrollo de esta actividad.

Según cuestionario dirigido a los habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla pregunta 14.

8. Oferta y Demanda

a. Demanda

A través del estudio realizado en el municipio de San Pedro Puxtla se ha logrado identificar que la demanda en sitios turísticos tiene una alta preferencia por la ecología y los climas frescos dos características con las que cuenta el municipio en mención.

Como se mencionaba en el Capítulo I, la demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística y esta se divide en:

- **Demanda turística potencial:** Es aquel grupo de personas que son posibles compradores del producto o servicio turístico, para el municipio de San Pedro Puxtla la demanda turística potencial estará conformada por todas aquellas personas interesadas en conocer nuevos destinos turísticos dentro de El Salvador, encontraremos más información en el apartado de mercado meta seleccionado para el estudio.

- **Demanda turística actual o real:** es definida como el grupo de personas que consumen o compran el producto o servicio turístico en la actualidad, por lo que se considera que por ahora la demanda turística actual la componen los habitantes del municipio y familiares de los mismos.

A partir de los resultados obtenidos en los instrumentos de recolección de datos se eligen los sitios turísticos a visitar por la variedad de actividades que encuentran en estos lugares, actualmente la mayoría de visitas que realizan al departamento van direccionadas hacia Apaneca, Juayua y Ataco, además se logró identificar que un elemento muy importante para los turistas tanto actuales como potenciales es el cuidado de la naturaleza, otra de las variables que se reconoce en el estudio es que el turismo al departamento en su mayoría ha sido motivado a través de tour operadores y por la recomendaciones de otros turistas.

Actualmente el municipio de San Pedro Puxtla no cuenta con turistas directamente en la zona, en algunas ocasiones se hacen presentes para días festivos sobre todo para las fechas en que se celebran las fiestas patronales y en su mayoría son familiares de los habitantes del municipio, cabe mencionar que uno de los aspectos más importantes que un turista evalúa para su visita es la seguridad, la calidez y la amabilidad de la gente.

Según Anexo 3 cuestionario dirigido a turistas de los municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán preguntas 3, 6,7 y 8.

b. Oferta

Según se observó y anteriormente se detalló en el inventario turístico los principales productos con los que el municipio de San Pedro Puxtla cuenta son:

- Iglesia Católica
- Mirador de la Cruz
- Salto de Tequendama

- Poza "El Zapote"
- Finca San José

Uno de los objetivos de la investigación a través de los instrumentos de recolección de datos es evaluar el estado actual del catálogo de productos turísticos con que cuenta el municipio hoy en día.

Dentro de los resultados los aspectos que más resaltaron fueron los siguientes:

- En cuanto al nivel de escolaridad de los habitantes, menos de la cuarta parte de la población cuenta con estudios de bachillerato, por lo cual actualmente no ofrecen un servicio al cliente adecuado que satisfaga las necesidades de los turistas y visitantes a pesar de conocer los productos con los que el municipio de San Pedro Puxtla cuenta.
- Los productos ofrecidos por el municipio deben ser mejorados tanto en infraestructura como en señalización, pues los habitantes lo consideran poco atractivos para los turistas.
- Dentro de los productos y servicios ofertados por el municipio de San Pedro Puxtla se pueden aprovechar no solamente los atractivos turísticos sino también las tradiciones que se dejan ver en las fiestas patronales y la cultura a través del patrimonio con el cual el municipio cuenta.

Según Anexo 2 cuestionario dirigido a habitantes del casco urbano del municipio de San Pedro Puxtla preguntas 4, 10, 11, y 13.

Clasificación de la oferta de acuerdo a los recursos turísticos con los que cuenta:

- **Recursos Naturales**

Salto de Tequendama: Salto rodeado de una diversidad de vegetación, posee una altura de 20 m.

Poza "El Zapote": Balneario natural, actual patrimonio del municipio de San Pedro Puxtla.

Finca San José: Es una casa de campo con piscinas ubicada en Cantón el Durazno.

- **Miradores**

El mirador de la Cruz: Se encuentra a un kilómetro del casco urbano localizado en el punto más alto poniente del municipio de San Pedro Puxtla.

- **Patrimonio Cultural**

Iglesia católica: Fue construida posiblemente a finales de siglo XVIII entre los años 1780 y 1800.

Fiestas Patronales: Se realizan del 25 al 29 de agosto, en honor a San Pedro Apóstol.

9. Mercado Meta

El mercado meta de la investigación lo conforman todas las personas interesadas en conocer nuevos destinos turísticos dentro del país, especialmente personas apasionadas por la naturaleza e

interesadas en el ecoturismo, así como también la población que quiera conocer sus raíces y la historia que encierra cada sitio en El Salvador.

Dentro del proceso de segmentación de mercado a partir de la encuesta realizada a los turistas del departamento de Ahuachapán, se puede determinar que se fraccionará el mercado potencial de acuerdo a los turistas que realizan viajes entre 1 y 3 veces al año, siendo la mayor parte de ellos del sexo femenino, estando en un rango de edad de 25 a 31 años, teniendo ingresos mensuales entre \$151.00 y \$300.00

Teniendo determinado nuestro mercado meta, los esfuerzos de la Alcaldía de San Pedro Puxtla estarían encaminados a focalizarse en este tipo de personas, tomando en cuenta que la mayoría de ellos gasta en el viaje turístico un promedio de \$15.00 a \$25.00 de igual forma la principal sugerencia de los turistas es la creación de más atractivos turísticos, así como también la percepción de la seguridad en los sitios visitados y vías accesos.

Según cuestionario dirigido a los turistas del departamento de Ahuachapán específicamente de los sitios turísticos de Apaneca, Concepción de Ataco y Juayua preguntas 1, 7, 11, 14, 17, 18 y 19.

10. Competencia

Dentro de los sitios turísticos más importantes del departamento de Ahuachapán son Apaneca y Concepción de Ataco, además de Juayua que pertenece al departamento de Sonsonate pero se presenta como un pueblo que atrae turistas en la zona, los tres representan una competencia para un municipio joven en turismo como lo es San Pedro Puxtla.

- **Apaneca**

Dentro de los principales atractivos se encuentran:

Laguna Verde. Queda a 4.5 kilómetros de Apaneca, si se viaja en vehículo se hace de 15 a 20 minutos, pero a pie se hacen entre 45 minutos y una hora.

Laguna de las Ninfas. Se llama así porque lo que más abundan son específicamente Ninfas, si se va a pie se hace alrededor de media hora, pero si se viaja en auto se hacen entre 15 a 20 minutos.

Cerro de las Tres Cruces. Se reconoce porque la familia es muy católica. En honor a Jesús y a los dos ladrones se decidió ponerle así; otras personas dicen que ahí hay oro y por eso están las tres cruces, para cuidar el oro; otros dicen que aparece una culebra también para cuidar el oro. Este cerro queda a 15 minutos de Apaneca.

Apaneca Aventura. Se puede disfrutar de vistas panorámicas de la zona recorriéndolos en *buggy*, conformado por un circuito aproximado de 25 kilómetros. Conocerá la Laguna Verde, de las Ninfas y de Las Ranas donde apreciará vegetación exuberante y aves de todo tipo; descubra importantes plantaciones de café, así como los llamativos ausoles de Ahuachapán y diferentes destinos de la cordillera volcánica Apaneca-Ilamatepec.

Los recorridos varían de dos a cinco horas aproximadamente con el acompañamiento de guía y refrigerio liviano. Podrá realizarlos desde \$50.00 USD por persona, con opción de tarifas especiales para dos o más personas. También ofrecen paquetes especiales que incluyen un itinerario completo de canopy, *buggy* y alimentación de alta calidad con empresas aliadas por \$60.00 USD por persona.

- **Concepción de Ataco**

Los atractivos turísticos más visitados en este municipio son:

Piscinas de Atzumpa. A 1 1/2 Km. de Ataco, sobre la Ruta de Las Flores. Hay piscinas para niños y adultos. Tienen horario flexible y la entrada es gratuita.

La Cruz del Cielito Lindo. Es un mirador desde donde se puede contemplar el paisaje de Ataco y sus alrededores.

- **Juayúa**

Los principales atractivos para los turistas son:

Festival Gastronómico. En este evento de todos los fines de semana, el cual atrae a cientos de turistas nacionales e internacionales se lleva a cabo al aire libre en la plaza central de Juayua. Restaurantes locales e invitados ofrecen deliciosos platillos típicos, entre los que se encuentran en la sopa de gallina india, las pupusas, la yuca con chicharrón, los tamales y mariscos, entre otros.

Chorros de la Calera. Los chorros de la calera están localizados a 45 minutos de la ciudad de Juayúa, siendo éste el único sitio para acceder a ellos realizando una caminata desde el centro de la ciudad. Se le dio el nombre de "Chorros de la calera" debido a que el agua que los baña sale directamente de las rocas como chorros de agua fresca.

Los Ausoles de Juayúa. Los ausoles de Juayúa están localizados dentro del pueblo San Juan de Dios. Para poder acceder a este atractivo se debe de llegar primero a la Finca Portezuelo Park donde se estacione el vehículo para luego comenzar una agradable caminata hasta llegar a los ausoles. Este regalo que la naturaleza nos ha dado a los salvadoreños es una gran oportunidad para vivir una experiencia sin igual pues al llegar hasta los ausoles las personas se pueden relajar y se revitalizar.

11. Posicionamiento de Mercado.

Puede haber varias formas de presentar la palabra posicionamiento, en las cuales la palabra es aplicable para descubrir el posicionamiento estratégico. A continuación se mencionan 3 de ellas:

- La percepción que tiene el consumidor sobre el producto

Aquí viene el concepto de marca, la gente compra productos porque conoce la marca y en cierto grado está familiarizada con ella. No importa si es el mejor o peor producto pero se compra porque se conoce. Actualmente San Pedro Puxtla no es conocido como un producto turístico, y por ende no tiene la demanda ni oferta turística necesaria para ser considerado un destino para esta actividad.

- La posición que tiene el producto frente a la competencia

Esta es la posición relativa que se tiene versus el/los competidores. San Pedro Puxtla se encuentra actualmente en una posición desfavorable en el mapa turístico respecto a sus competidores más cercanos. Sin embargo, esto le ofrece un abanico innumerable de oportunidades para emerger en el mercado de servicios turísticos y ofrecer productos de mejor calidad que el resto, e incluso productos o servicios que ninguno tiene. Por lo que esta posición puede significarle una ventaja al municipio y una oportunidad de crear turismo para un desarrollo económico sostenible.

- La posición respecto al mercado del futuro

San Pedro Puxtla tiene una visión respecto al futuro en cuanto a su desarrollo en el ámbito del turismo, el cual consiste en ser un municipio capaz de ofrecer las atracciones que buscan los visitantes a través de ideas innovadoras, pero sobre todo de calidad y que creen una fidelidad hacia el municipio por parte de los turistas.

Es por ello que actualmente se encuentran desarrollando proyectos de mejora de vías de acceso, infraestructura de plazas públicas; y creación de espacios y atracciones nuevas para los visitantes.

E. ALCANCES Y LIMITACIONES

1. Alcances

A continuación se mencionan los principales alcances logrados con la investigación realizada.

- 1.1 Se contó con la colaboración de habitantes y Alcaldía Municipal para llevar a cabo la investigación.
- 1.2 Contar con los instrumentos de recolección de datos adecuados permitió acceder a la información y realizar un diagnóstico certero.
- 1.3 Se contó con la asesoría necesaria para el control y seguimiento del proceso de investigación.

2. Limitaciones

Durante el estudio realizado se encontraron las dificultades detalladas a continuación:

- 2.1 Debido a que San Pedro Puxtla actualmente no es un atractivo turístico no contaba con visitantes externos, por lo cual para identificar gustos y necesidades de clientes potenciales se recurrió a entrevistar turistas de zonas aledañas.
- 2.2 La ubicación del municipio de San Pedro Puxtla requirió invertir tiempo para el desplazamiento hacia el lugar.
- 2.3 Disponibilidad de tiempo por parte del equipo de investigación debido a obligaciones laborales.

F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

- 1.1 El precio del único atractivo turístico que tiene tarifa para hacer uso de sus instalaciones es aceptable con respecto a las condiciones físicas del mismo.
- 1.2 Las vías de acceso al Municipio de San Pedro Puxtla son limitadas y no están en condiciones óptimas para que cualquier tipo de vehículos pueda acceder al municipio lo cual se convierte en una limitante para visitarlo.
- 1.3 A pesar de estar calificado como un municipio con bajos índices delincuenciales no se logra identificar presencia policial que permita brindar mayor seguridad a los turistas.
- 1.4 No existe publicidad que contribuya a que el municipio sea reconocido como un sitio turístico de interés.

- 1.5 La actividad comercial dentro del municipio de San Pedro Puxtla es mínima lo que no brinda opciones de selección en cuanto a artesanías para recuerdos o gastronomía.
- 1.6 La mayoría de turistas extranjeros que ingresan al país buscan un lugar adecuado donde hospedarse y el municipio de San Pedro Puxtla no cuenta con ello.
- 1.7 San Pedro Puxtla no cuenta con una actividad turística bien estructurada; sin embargo, su gobierno municipal y habitantes están en un momento que tienen mucha motivación para sacar adelante su pueblo, impulsado principalmente por las obras de desarrollo que se encuentra ejecutando la municipalidad.
- 1.8 El potencial turístico de San Pedro Puxtla es muy grande, ya que cuenta con diversos programas y actividades que se pueden enfocar al turismo, tales como: fincas de cultivos de frutas, hortalizas, y café; festival del maíz; y las fiestas patronales que se celebran con una especial dedicación y fervor por parte de los puxtlecos.

2. Recomendaciones

- 2.1 Mejorar las condiciones físicas de cada uno de los atractivos turísticos permitirá establecer precios que generen mayores ingresos al municipio, logrando así un desarrollo económico superior en San Pedro Puxtla.
- 2.2 Crear nuevas vías de acceso y mejorar las condiciones de las vías actuales creara una ventaja competitiva en el municipio de San Pedro Puxtla, convirtiéndolo en una de las opciones turísticas a visitar.

- 2.3 Implementar nuevas medidas de seguridad que sean visibles a los turistas y habitantes, logrando formar una imagen de seguridad dentro del municipio.
- 2.4 Realizar proyectos de publicidad y promoción motivará a los turistas a visitar el municipio de San Pedro Puxtla.
- 2.5 Promover el Emprendedurismo en los habitantes del municipio y apoyar la creación de nuevos negocios que amplíen la diversidad gastronómica y artesanal.
- 2.6 Aperturar un lugar que ofrezca a los visitantes una opción viable de hospedaje y que a la vez satisfaga las exigencias de los turistas.
- 2.7 Utilizar canales de promoción que lleguen a más turistas potenciales, lo cual propiciará más visitantes al municipio y contribuirá al desarrollo de la economía y de la sociedad puxtleca en general.
- 2.8 Mejorar las atracciones turísticas actuales del municipio y promover nuevos productos y/o servicios que hagan competitiva esta actividad entre los municipios de la zona, a través de alianzas con empresa privada, cooperación internacional, y apoyo de otras municipalidades que cuentan con un turismo más desarrollado.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO DIRIGIDO A LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN PEDRO PUXTLA, EN EL DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN PARA FORTALECER EL TURISMO.

A. OBJETIVOS

1. General

Elaborar un plan estratégico y operativo de mercadeo dirigido a la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla que permita fortalecer e impulsar la demanda de servicios turísticos que ofrece el municipio.

2. Específicos

- Identificar estrategias mediante el análisis de la mezcla de mercado, que permitan fomentar el turismo en la ciudad de San Pedro Puxtla.
- Crear una propuesta que permita impulsar los servicios turísticos para incrementar la demanda de estos en el municipio.
- Definir un plan de implementación que sirva como guía para el desarrollo del plan de mercadeo a la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.

B. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

1. Presentación

A partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico de la oferta y demanda turística, a través del análisis de la mezcla de mercado, se determinó que debido a la falta de estrategias mercadológicas y descuido de los atractivos que forman parte del inventario turístico, actualmente el municipio no es un destino generador de demanda turística; por lo cual existe la necesidad de crear un plan de mercadeo dirigido a la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.

Con la realización de este diagnóstico se pretende impulsar el inventario turístico con el que cuenta el municipio, así como también fortalecer el desarrollo local y generar nuevas fuentes de empleo, de igual forma aumentar la actividad económica, lo cual permitirá convertir el municipio en una opción de destino turístico en el país.

Finalmente la propuesta a implementar permitirá a la Municipalidad contar con una guía práctica que promueva la creación de oferta y demanda turística.

2. Justificación

Debido a la carencia de planes de mercadeo que genere actividad turística en el Municipio de San Pedro Puxtla, la comuna se ve en la necesidad de contar con un plan que permita fomentar la afluencia turística, así como también el desarrollo de la riqueza cultural y económica del municipio.

Partiendo de los objetivos y de las áreas de acción se establecerán bases estratégicas más adecuadas para hacer un aprovechamiento eficiente de las fortalezas que posee la zona y de esa manera consolidarlo como un destino turístico.

3. Importancia de la Propuesta

Con la implementación de la propuesta se pretenden ofrecer atractivos turísticos que incentiven la afluencia de visitantes al municipio, lo cual permitirá crecimiento en la demanda de servicios de este tipo generando nuevas fuentes de empleo para los habitantes, y por ende agilizando la economía para el crecimiento local.

La gestión está orientada a lograr la inclusión de todas las entidades, asociaciones, grupos y comercios de la zona; asegurando un compromiso para la mejora de las condiciones del inventario turístico, incentivando la inversión y la incorporación de todos los actores para realizar actividades que contribuyen a la generación de turismo.

C. DISEÑO DE PLAN DE MERCADEO

Se propone un plan de mercadeo, debido a que el municipio de San Pedro Puxtla cuenta con lugares turísticos con gran potencial que a la fecha no han sido explotados ni publicitados hacia el mercado turístico. Por lo que un plan de mercadeo lanzaría los atractivos en este lugar como una nueva propuesta para turistas nacionales y extranjeros, dinamizando la economía del municipio.

1. Misión

Ser un municipio capaz de satisfacer las necesidades turísticas a sus visitantes, basado en la calidad, accesibilidad y seguridad como ejes principales.

2. Visión

Ser un Municipio identificado como destino turístico por la población salvadoreña, caracterizado por su atractivo ecológico, cultural y gastronómico.

3. Objetivos de la propuesta

a. General

Diseñar estrategias de mercadeo que fortalezcan la actividad turística en el municipio de San Pedro Puxtla.

b. Específicos

- Crear un plan de mercadeo que involucre a todos los habitantes del Municipio, generando compromiso sólido con el desarrollo de esta actividad en la zona.
- Renovar los sitios que forman parte del inventario turístico para mejorar la imagen del municipio y atraer más visitantes a San Pedro Puxtla.

4. Elementos del plan de mercadeo

a. Producto



v. Recursos Naturales

Entre los recursos ofertados con los que cuenta el municipio tenemos:

- **Salto del Tequendama**

El sitio más atractivo es el salto de Tequendama, ubicado a 4 kilómetros del casco urbano en el cantón el Durazno

lugar donde nace el río Sihuapan, tiene una caída de agua de 20 metros.

Salto rodeado de una diversidad de vegetación, posee una altura de 20 m, como consecuencia de su caída se genera una poza la cual se utiliza como área de baño por los visitantes, dicho salto lo origina el Río Tequendama (Sihuapán) ubicado al norte del municipio.

La calle es de tierra solo se puede transitar en vehículo alto o caminando, el camino siguiente es de tierra rodeado por vegetación y pocos relieves.

Está ubicada en el cantón La Concepción, ubicada al norte del municipio.

- **Poza "El Zapote"**

Balneario natural que en el pasado era un lugar privado, pero con gestión municipal hoy en día es un patrimonio del municipio donde todos pueden asistir



- **Finca San José**

Es una casa de campo con piscinas para disfrutar en familia ubicada en Cantón el Durazno a 2.5 km del casco urbano.

Lugar recreativo visitado por muchos de los habitantes del municipio de San Pedro Puxtla por la belleza y tranquilidad características del mismo, ofreciendo venta de hortalizas a los visitantes.



vi. Miradores

- **Mirador de la Cruz**



El mirador de la Cruz, se encuentra a un kilómetro del casco urbano localizado en el punto más alto poniente del municipio de San Pedro Puxtla, Ahuachapán, desde acá se observan en la distancia el mar que baña el occidente del país incluyendo al puerto de Acajutla.

Este se encuentra al final de la calle principal que pasa enfrente de la alcaldía, luego al trasladarse aproximadamente unos 300 m al norte se encuentra la finca donde se encuentra el mirador, en el cual se pueden apreciar montañas, cerros, el pueblo y cafetales alrededor, posee un clima fresco debido a su altura.

Se encuentra ubicado en Colonia Los Saltos, Altos de San Pedro, las calles son aptas para transitar tanto en vehículo como caminando, se encuentran en el casco urbano.

vii. Patrimonio Cultural

• Iglesia Católica

Fue construida posiblemente a finales de siglo XVIII entre los años 1780 y 1800, pero se ignora quien se edificó.

Actualmente, la iglesia es de construcción moderna, de la iglesia colonial solo se conservan las dos partes inferiores de los campanarios que están adosados a los costados de la fachada y en su inferior se conservan 16 columnas de un solo tronco de madera con sus bases de piedra, el altar principal o mayor es de estilo gótico tallado en madera.

La imagen del patrono San Antonio es venerada en la iglesia el 13 de junio y la fiesta patronal cierra el 25 de agosto. Frente a la cripta se halla el parque central, un lugar de descanso para lugareños y donde se degusta de comida típica, como de la yuca salcochada con merienda tradicional.



• Fiestas Patronales



Las fiestas patronales se realizan del 25 al 29 de agosto, en honor a San Pedro Apóstol, se daba a conocer por la fabricación de sombreros.

El pintoresco pueblo se ubica a 79 kilómetros de San Salvador y su principal acceso es vía Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate. El alcalde, Carlos Joma, encabeza el desfile del correo.

viii. Hostal y Merendero

Derivado del diagnóstico realizado en el Capítulo II del presente trabajo de grado el equipo de investigación propone la creación de un Hostal que cumpla con las necesidades básicas de los viajeros que deseen tener un lugar acogedor donde poder hospedarse.



El cual ofrezca habitaciones sencillas, dobles y acomodación triple a precios accesibles y que cumpla con las expectativas de los turistas, sirviendo con calidez y excelencia logrando así crear experiencias memorables a quienes les visiten.

HABITACIONES		
Sencilla	Doble	Triple
		
		*Se agregará cama extra



El equipo de investigación propone además tener una opción gastronómica que ofrezca platillos típicos a los turistas a precios accesibles, en un lugar acogedor que brinde una vista panorámica

del municipio, con ingredientes que provengan de los cultivos locales, generando esa sensación de frescura propia de los pueblos. Este se encontrará contiguo al Hostal San Pedro para satisfacer tanto las necesidades de los huéspedes como el público en general que los visite.

Presupuesto

PRESUPUESTO ESTIMADO PROYECTO " HOSTAL SAN PEDRO " Y "MERENDERO LOS MERCADERES", AHUACHAPAN					
ITEM	DESCRIPCION	CANT	UNIDAD	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
1.00	CONSTRUCCIÓN				\$ 160,443.75
1.01	OBRAS PROVISIONALES	1.00	S.G.	\$ 5,200.00	\$ 5,200.00
1.02	TERRACERÍA	1.00	S.G.	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00
1.03	FUNDACIONES	25.00	M3	\$ 365.00	\$ 9,125.00
1.04	PAREDES	735.00	M2	\$ 61.50	\$ 45,202.50
1.05	ESTRUCTURA Y CUBIERTA DE TECHOS	550.00	M2	\$ 75.25	\$ 41,387.50
1.06	PISOS	500.00	M2	\$ 45.00	\$ 22,500.00
1.07	PUERTAS	18.00	C/U	\$ 175.00	\$ 3,150.00
1.08	VENTANAS	72.50	M2	\$ 110.00	\$ 7,975.00
1.09	ACABADOS	1.00	S.G.	\$ 12,103.75	\$ 12,103.75
1.10	PARQUEO	500.00	M2	\$ 18.00	\$ 9,000.00
1.11	ACCESO PRINCIPAL CON RÓTULO	1.00	S.G.	\$ 550.00	\$ 550.00
1.12	LIMPIEZA GENERAL	1.00	S.G.	\$ 550.00	\$ 550.00
2.00	FUNCIONAMIENTO				\$ 31,420.00
2.01	MOBILIARIO	1.00	S.G.	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
2.02	EQUIPO	1.00	S.G.	\$ 9,750.00	\$ 9,750.00
2.03	ROPA	1.00	S.G.	\$ 4,320.00	\$ 4,320.00
2.04	UTENSILIOS	1.00	S.G.	\$ 2,350.00	\$ 2,350.00
TOTAL					\$ 191,863.75

Fuente: FJ & Asociados, S.A. DE C.V. (Precios incluyen IVA)

b. Precio

Al momento de seleccionar un destino turístico el precio es un factor determinante, por lo cual es importante establecer políticas de precios que permitan atraer clientes de todo tipo de ingresos.

Debido a que el único lugar del inventario turístico que tiene tarifa de acceso es La Piscina el Zapote, con un costo simbólico de USD\$0.50 por persona (incluyendo niños y adultos mayores), y ya que se realizará una inversión en cada uno de los sitios, el equipo investigador propone la siguiente ruta turística:

- **Tour Puxtleco (San Salvador/San Pedro Puxtla/San Salvador)**

Saliendo de San Salvador, para llevar a cabo dicha ruta se propone realizar alianzas estratégicas con tour operadores, los cuales brindaran soporte en la logística para la visita de los diferentes destinos. Además coordinaran transporte y sitios de alojamiento y alimentación, visitando los siguientes atractivos: Desayuno típico en alrededores del parque central, seguido de visita a la iglesia católica/parque central. Posteriormente se trasladarán al mirador de la Cruz para apreciar la vista panorámica donde se alcanza a ver el Océano Pacífico. Finalizando con dos alternativas a elegir entre la Poza el Zapote o el Salto de Tequendama.

Precio sugerido: USD\$ 25.00 por persona (adultos mayores pagan misma tarifa, y niños menores de 6 años \$10.00 cada uno)

- **Tour Ecológico (San Salvador/San Pedro Puxtla/San Salvador)**

A diferencia del Tour Puxtleco, esta ruta consiste en la visita al Mirador de la Cruz, almuerzo en Finca San José y caminata hacia el Salto de Tequendama.

Precio sugerido: USD\$ 25.00 por persona (adultos mayores pagan misma tarifa, y niños menores de 6 años \$10.00 cada uno)

- **Hostal San Pedro**

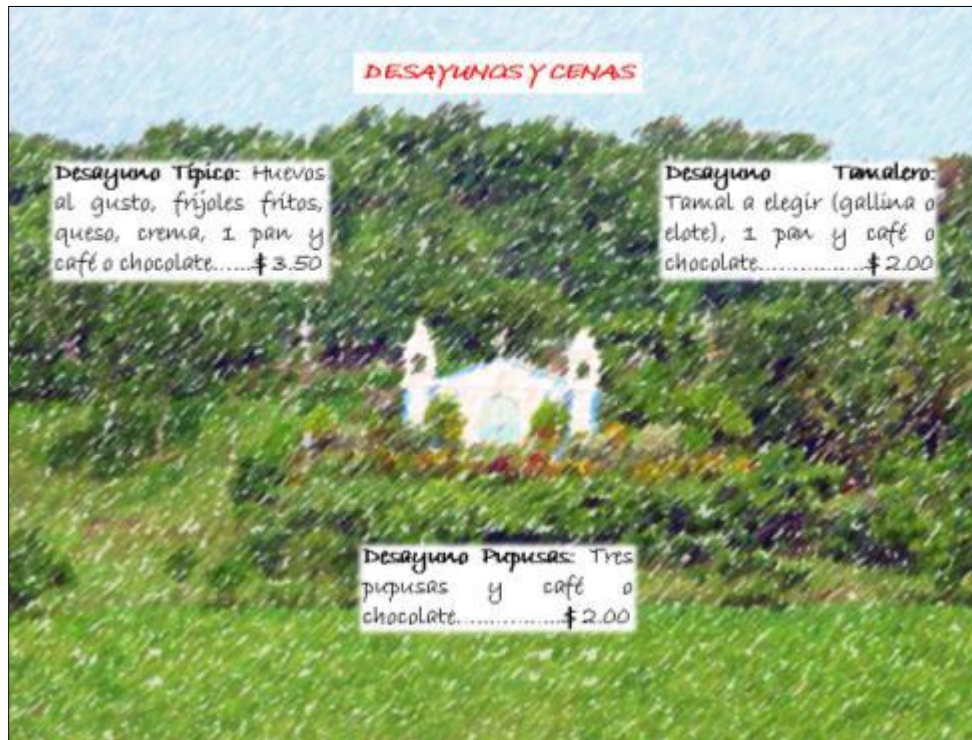
Habitación Sencilla: USD\$ 35.00 por noche / por persona (precio sugerido)

Habitación doble: USD\$ 30.00 por noche / por persona (precio sugerido)

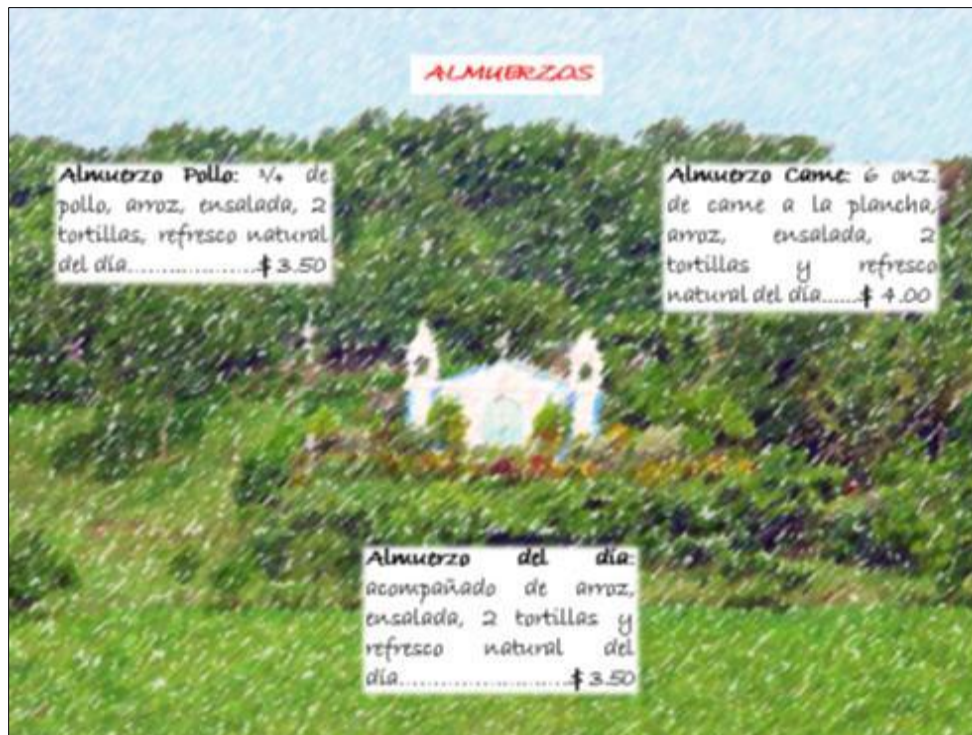
Habitación triple: USD\$ 25.00 por noche / por persona (precio sugerido)

- **Merendero de los Mercaderes**

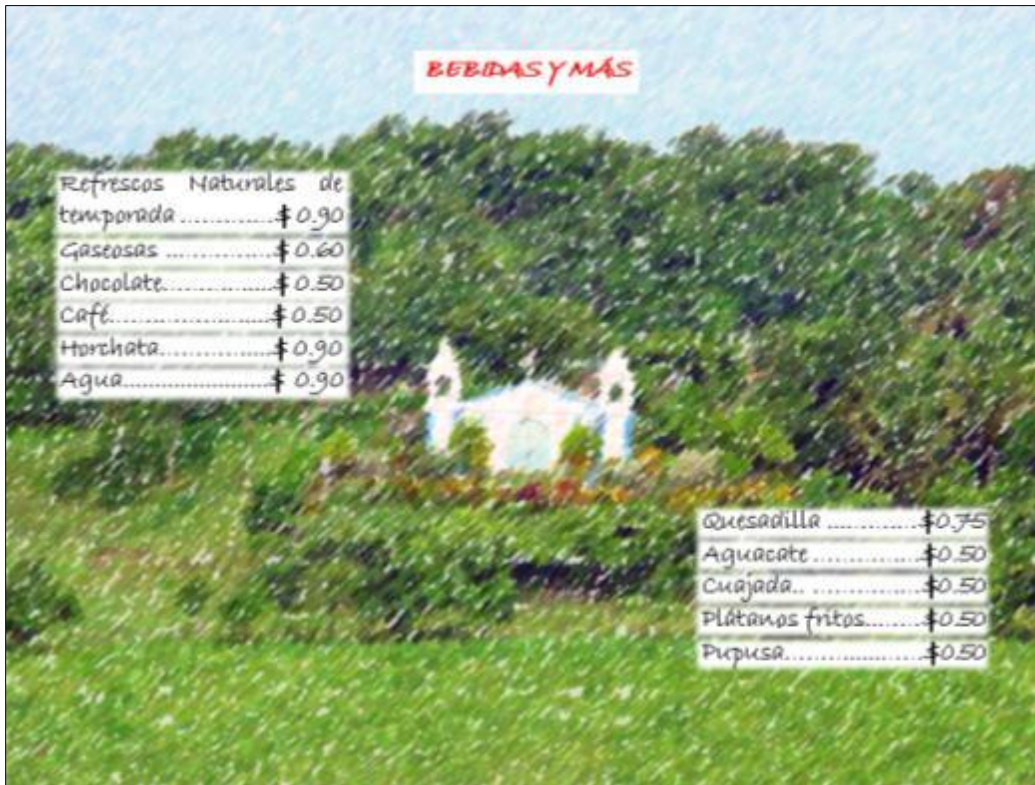
A continuación se presenta el menú sugerido:



Fuente: Equipo Investigador



Fuente: Equipo Investigador



Fuente: Equipo Investigador

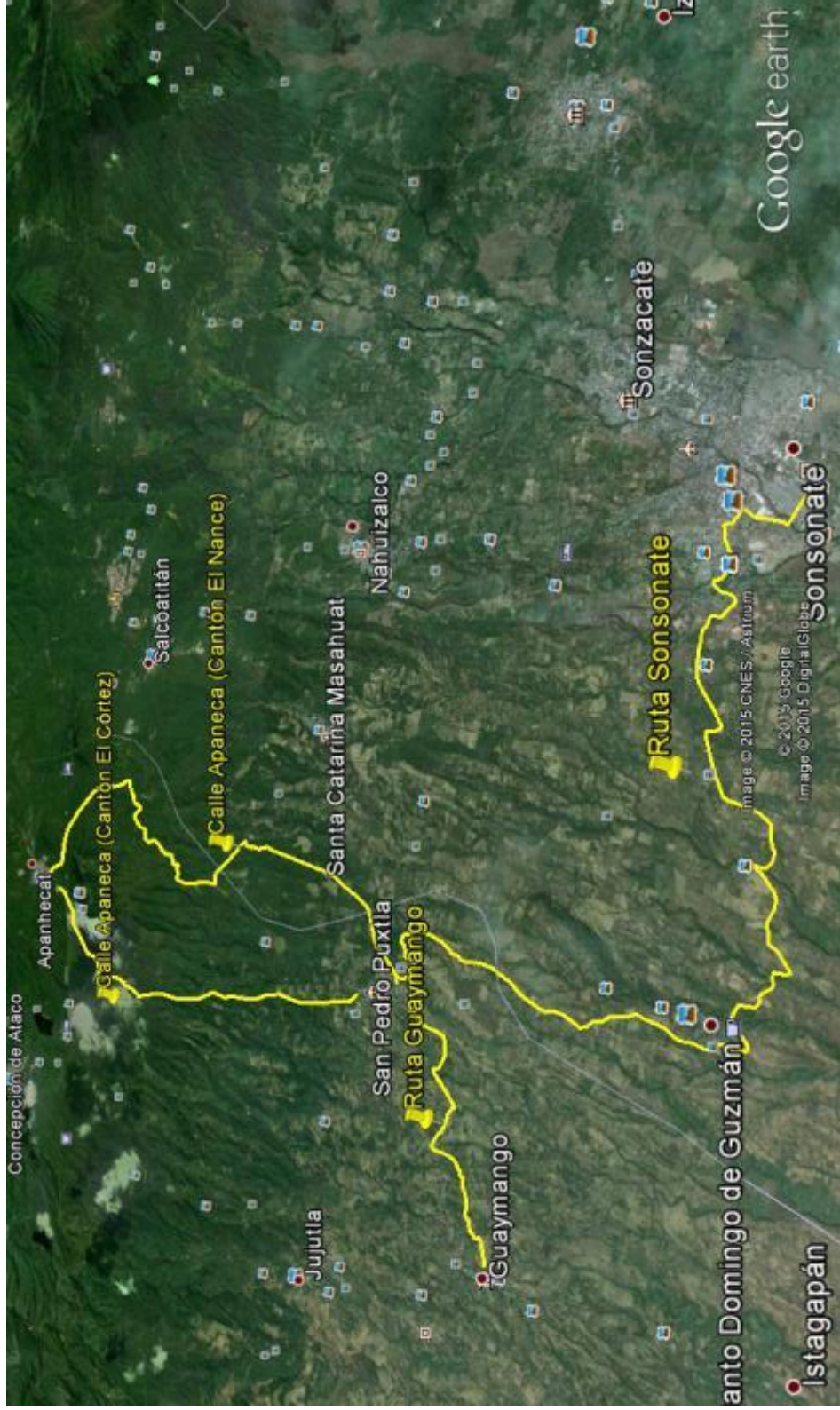
c. Plaza

i. Vías de Acceso

San Pedro Puxtla cuenta con 4 rutas de acceso desde diferentes puntos; sin embargo, la que se encuentra en mejor estado pero no en óptimas condiciones, es la ruta desde Sonsonate, la cual es la más transitada por todos los habitantes, visitantes y transporte colectivo.

Derivado de lo anterior, se propone invertir en la remodelación de la principal vía de acceso (Ruta Sonsonate) coordinando la colaboración del FOVIAL y Ministerio de Obras Públicas; ya que por el momento la Alcaldía Municipal realiza gestiones con el PNUD para el financiamiento del proyecto de pavimentación de la ruta que conduce a Apaneca (Cantón El Cortez), misma que conecta con las Ruta de Las Flores.

Mapa de Vías de Acceso



Fuente: Equipo investigador (Google Earth)

ii. Inventario Turístico

Considerando que San Pedro Puxtla solo cuenta con 4 sitios turísticos, se propone invertir en el mantenimiento y mejora de la infraestructura de los mismos, de ese modo se podrá asignar una tarifa por el uso o visita de ellos, y en el largo plazo recuperar la inversión realizada además de generar ingresos para su óptimo mantenimiento. Para esto es conveniente buscar apoyo de inversionistas privados que le apuesten al turismo del municipio.

d. Promoción

El tipo de promoción que se utilizará en el municipio de San Pedro Puxtla, se realizará con el propósito de aumentar la demanda turística del mismo, logrando un interés en los habitantes a nivel nacional de todas las edades, así como para aquellos que deseen tener un contacto con la naturaleza.

Derivado de lo anterior se realizaran las siguientes acciones:

i. Realzar el lema "San Pedro Puxtla, Verde y Productivo".

Lo que se pretende al realzar el lema característico del municipio es dar a conocer que el mismo posee una gran diversidad ecológica y una población emprendedora, pilares fundamentales para ejercer turismo en una zona, por lo tanto se propone transformar el lema en el siguiente logo para realzarlo:



Donde:

- El verde de las montañas representa la vegetación y los cultivos que se tienen en el municipio.
- La combinación del Naranja y Amarillo representan la calidez y la vocación de servicio de los Puxtlecos.
- El celeste deja ver los recursos hídricos con los que cuenta el municipio.

Para lograr la difusión del lema se propone utilizar el mismo en todo tipo de publicidad y propaganda que se realizará en el plan. De esta manera se posicionará implícitamente dentro de los costos de cada uno de los canales de publicidad, por lo que no generará un costo individual directo. Además el anterior logo es propuesto por el equipo investigador y no genera ningún costo para la institución.

ii. Redes Sociales.

Se utilizarán las siguientes redes para dar a conocer la riqueza del municipio.

- **Facebook**

Crear un página oficial del municipio de San Pedro Puxtla, en el cual se den a conocer el inventario turístico con el que cuenta el municipio, actividades que se realizan en el mismo, historias de los habitantes, fechas de tours en la zona.

La elaboración de la página de Facebook no genera ningún costo; sin embargo para lograr un mayor impacto se puede promocionar automáticamente mediante un pago que oscila entre \$2 y \$5 según la frecuencia de la publicidad.

Será un espacio administrado directamente por el Comité del Desarrollo Turístico del Municipio.



- **Página Web**

Crear un canal en el cual se transmitan las principales actividades del municipio, y se den a conocer visualmente todas las bellezas que posee.

Este canal no genera ningún costo ya que se ha realizado desde una aplicación de páginas web, solamente es necesaria una conexión a internet para acceder a ella y actualizar el contenido oportunamente por el personal encargado.



iii. Creación de vallas publicitarias a nivel de carretera principal (Ruta Sonsonate).

Se diseñará 1 valla publicitaria, la cual estará ubicada en la entrada principal de Sonsonate la cual contará con una dimensión de 3mts. De ancho por 2 mts. De alto, para colocar dicha valla se propone generar un convenio con la alcaldía de Sonsonate para evitar incurrir en gastos de instalación.

Dicho anuncio publicitario se colocará con el objetivo de persuadir a la población a visitar el municipio de San Pedro Puxtla. El diseño de la valla publicitaria no genera costo ya que fue elaborada por el equipo investigador; sin embargo los costos de elaboración e instalación se detallan posteriormente.



Sorprendete! ...
San Pedro Puxtla
Verde y productivo

 **San Pedro Puxtla**



Fuente: Equipo Investigador

iv. Presupuesto.

PRESUPUESTO PARA LA INSTALACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estructura metálica	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Grúa	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Diseño de valla	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Impresión de vallas	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Imprevistos		10%	\$ 52.50
TOTAL			\$ 577.50

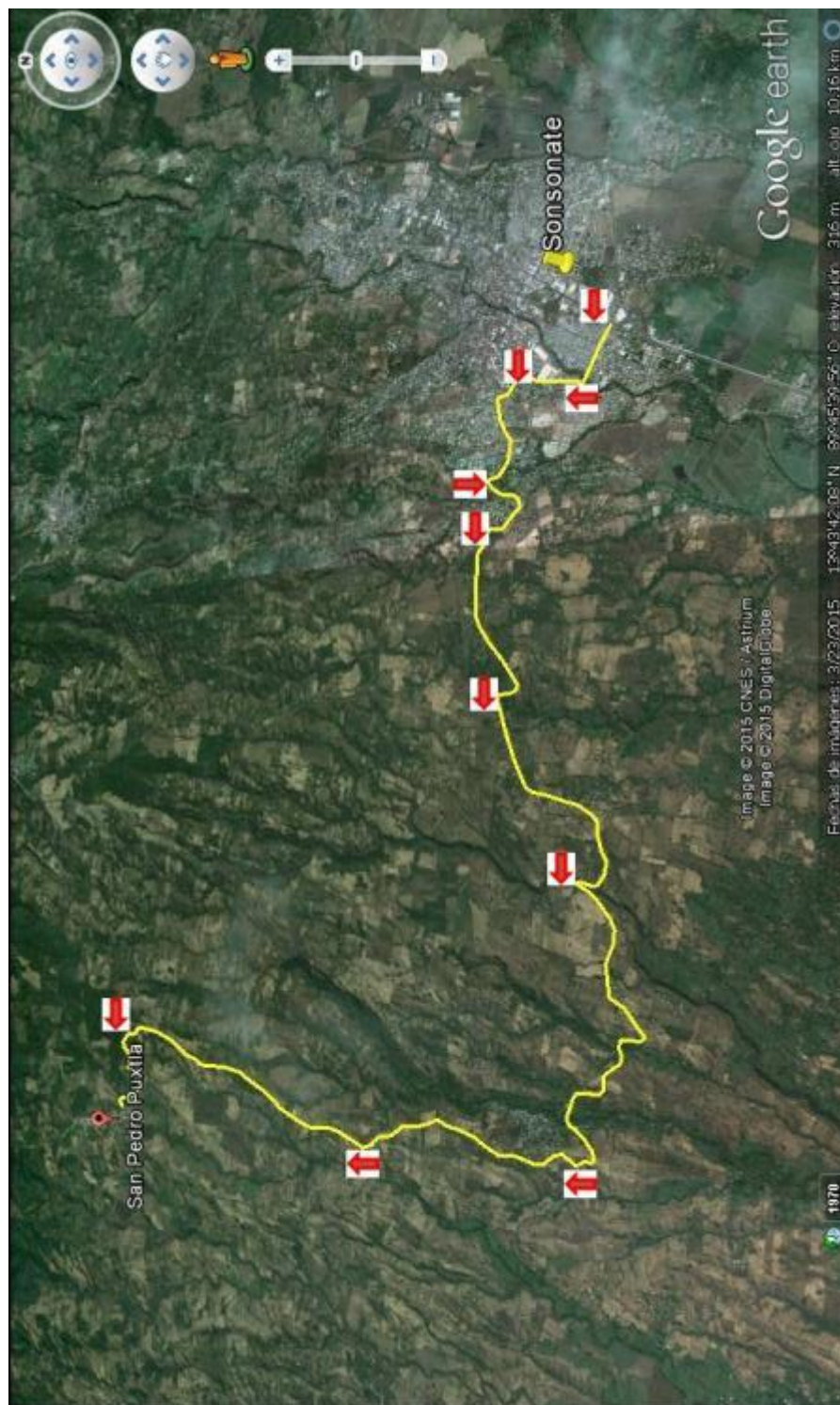
Precios incluyen IVA.

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD TRIMESTRAL					
NOMBRE	TIPO DE MEDIO	PUBLICIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SCAN 96.1	RADIO	CUÑA	20	\$ 16.05	\$ 321.00
VIVA LA MAÑANA	TELEVISIÓN	SPOT	2	\$ 245.00	\$ 490.00
ELO DIARIO DE HOY	PRENSA	ANUNCIO (15*8 CM)	2	\$ 395.50	\$ 791.00
TOTAL					\$ 1,602.00

Precios incluyen IVA.

v. Señalización de Ruta de acceso principal (Ruta Sonsonate).

Derivado que el acceso por la Ruta Principal (Ruta de Sonsonate) no posee la señalización adecuada que conduzca de una manera clara al destino de San Pedro Puxtla, se propone invertir en un proyecto que cubra esta necesidad y facilite el ingreso al municipio. La ruta de señalización que se pretende realizar es la siguiente:



vi. Presupuesto Señalización:

PRESUPUESTO PARA LA INSTALACIÓN DE SEÑALES PARA VIAS DE ACCESO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estructura metálica	2	\$ 350.00	\$ 700.00
Diseño de señales	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Impresión de señales	10	\$ 10.00	\$ 100.00
Materiales varios	1	\$ 140.00	\$ 140.00
Imprevistos		10%	\$ 99.00
TOTAL			\$ 1,089.00

Precios incluyen IVA

e. Personal

i. Creación Comité de Turismo

- **Objetivos del Comité de Turismo**

General

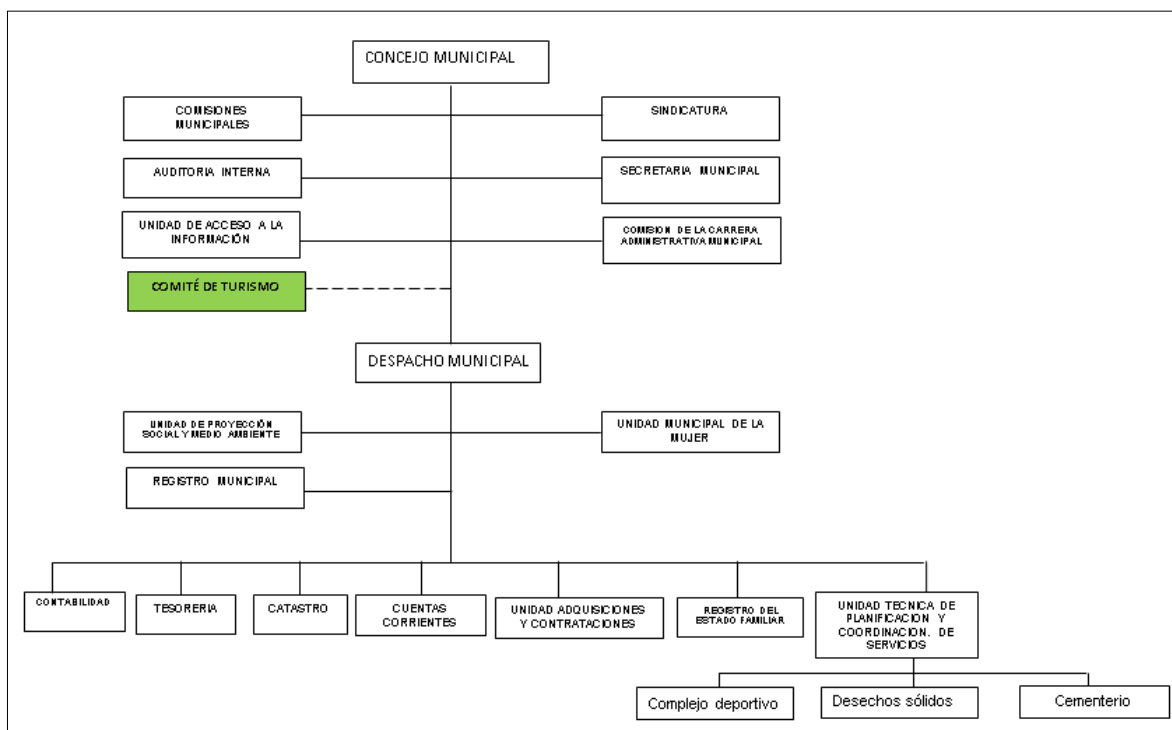
Promover el desarrollo del sector turístico mediante la promoción de los productos y servicios que el municipio ofrece en relación a este rubro.

Específicos

- Promover un ambiente de apertura y cooperación en el cual se discuten y desarrollan iniciativas para el desarrollo sustentable del turismo.
- Brindar información y servicios a la Alcaldía Municipal sobre planes y actividades que se pretenden implementar.
- Contribuir al desarrollo económico y social del municipio, a través de actividades culturales y turísticas.

ii. Estructura Organizativa

Propuesta Organigrama Alcaldía Municipal



Fuente: Equipo investigador

Creación de comité de turismo

Como equipo investigador se propone que se realice reclutamiento de personal interno que conforme el comité, es decir que esté compuesto por habitantes del municipio y actuales funcionarios de la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla; personas emprendedoras que compartan los valores de la alcaldía y persigan el desarrollo económico, social y cultural del municipio, dispuestos a aportar su tiempo e ideas de manera que fortalezcan la actividad turismo, brindando sus servicios ad honorem, recibiendo la satisfacción de apoyar con sus conocimientos y disponibilidad el capital humano que dé seguimiento a tan importante proyecto.

Propuesta Organigrama Comité de Turismo



Fuente: Equipo investigador

- **Director:** Puesto más alto de la Junta Directiva, es el encargado de brindar los informes a la Asamblea General.
- **Secretario:** Es el encargado de llevar a cabo el levantamiento de actas de las juntas con el fin de mantener un registro de las resoluciones tomadas por el comité.
- **Encargado de Seguridad:** Realizar contactos con los cuerpos de seguridad para actividades turísticas, así como también para actividades de prevención.
- **Encargado de Finanzas:** Administra los recursos económicos destinados a las actividades turísticas del Municipio.
- **Encargado de promoción y comercialización:** Llevar a cabo actividades de promoción y publicidad de San Pedro Puxtla como destino turístico.
- **Encargado de nuevos negocios:** Encargado de contactar y coordinar reuniones con posibles inversionistas que deseen invertir en el municipio.
- **Encargado de Calidad:** Asegurarse que los negocios y atractivos turísticos cumplan con los estándares de calidad necesarios para garantizar la satisfacción de los visitantes, además de identificar e implementar mejoras en estos.

iii. **Perfiles de puestos para el Comité de Turismo**

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Director
Cantidad de plazas	1
Jefe Inmediato	Ninguno
Subordinados	Secretario, Encargado de seguridad,encargado de finanzas, encargado de promoción y comercialización, encargado de nuevos negocios, encargado de calidad.
Salario	\$800.00
Objetivo del puesto	Encargado de brindar los informes a la Asamblea General
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> *Presidir las sesiones ordinarias y extraordinarias del comité *Velar por el cumplimiento de los acuerdos y resoluciones. * Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias *Presentar la memoria de labores de la asociación así como los informes requeridos para el funcionamiento de la misma * Planificar y organizar los diferentes proyectos de inversion. *Administrar correctamente los recursos asignados para los proyectos. *Representar al Comite turistico ante otras instituciones que apoyan
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Titulado en Admon. De Empresas o Ing. Industrial Experiencia minima de tres años en puestos similares Conocimientos en paquete de Microsoft Office
Perfil del puesto	Caracteristicas requeridas
	Buenas relaciones interpersonales Capacidad de liderazgo Responsable Analitico Dinámico Acostumbrado a trabajar en equipo Acostumbrado a trabajar bajo presion

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Encargado de Seguridad
Cantidad de plaza	1
Jefe Inmediato	Presidente
Subordinados	
Salario	\$600.00
Objetivo del puesto	Llevar a cabo los contactos con los cuerpos de seguridad, tanto para actividades turísticas como para la realización de charlas sobre seguridad
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> *Coordinar la realización de charlas sobre prevención de delitos y violencia *Gestionar los cuerpos de seguridad que se presenten en las actividades turísticas. * Participar en el comité municipal de emergencia de manera que se puedan coordinar los esfuerzos de gestión de riesgos con los de seguridad. * Crear conciencia entre la población acerca de la importancia de la seguridad para el turismo
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Lic. Admon. De Empresa o Ing. Industrial Técnicas de observación, recorridos y control de accesos Experiencia minima de tres años en puestos similares Conocimientos en paquete de Microsoft Office
	Características requeridas
	Cultura del servicio Relacionesinterpersonales Código de ética Elaboración de reportes Defensa personal básica

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Encargado de Finanzas
Cantidad de plazas	1
Jefe Inmediato	Presidente
Subordinados	
Salario	\$700.00
Objetivo del puesto	Es la persona encargada en realizar el levantamiento de las actas de
Funciones:	<p>adquiridos por junta directiva</p> <p>*Llevar los libros de contabilidad y preparar los estados financieros del comite</p> <p>*Llevar los libros de balance presentado en el registro de asociaciones y fundaciones sin fines de lucro</p> <p>*Autorizar junto con el presidente todas las erogaciones a cualquier miembro del comite</p>
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Lic. Admon. De Empresa o Contaduria publica Experiencia de cinco años en puestos similares Conocimientos en paquete de Microsoft Office Manejo de contabilidad y finanzas
	Caracteristicas requeridas
	Buenas relaciones interpersonales Capacidad de liderazgo Responsable Analitico Dinamico Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presion

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Encargado de Promoción y Comercialización
Cantidad de plaza	1
Jefe Inmediato	Presidente
Subordinados	
Salario	\$600.00
Objetivo del pues	Llevar a cabo las actividades de promocion y publicidad dentro del municipio
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> *Elaboracion del acta que contenga los acuerdos y planes que se generaron, firmada por cada uno de los miembros del Comite de desarrollo turistico *Organizar y actualizar el registro de los miembros que asisten a las reuniones y los puntos a tratar *Elaborar estrategias de publicidad y promoción *Seguimiento de implementación de estrategias.
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Lic. En mercadeo o admon. De empresas Experiencia minima de tres años en puestos similares Conocimientos en paquete de Microsoft Office
	Caracteristicas requeridas
	Buenas relaciones interpersonales Responsable Analitico Dinamico Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presion

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Encargado de Nuevos Negocios
Cantidad de plaza	1
Jefe Inmediato	Presidente
Subordinados	
Salario	\$600.00
Objetivo del puesto	Encargado de coordinar las reuniones necesarias con los interesados
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> * Coordinar presentaciones con los interesados en abrir nuevos negocios en el rubro turistico. *Buscar la adhesión de nuevos empresarios al comite *Facilitar a los emprendedores la información necesaria para iniciar sus negocios
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Lic. En mercadeo o admon. De empresas Experiencia minima de tres años en puestos similares Conocimientos en paquete de Microsoft Office
	Caracteristicas requeridas
	Buenas relaciones interpersonales Responsable Analitico Dinamico Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presion

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Encargado de Calidad
Cantidad de plazas	1
Jefe Inmediato	Presidente
Subordinados	
Salario	\$600.00
Objetivo del puest	Identificar las actividades que son especificas para las personas
Funciones:	<p>*Facilitar de los requerimientos basicos de calidad para la iniciativa de nuevas empresas en turismo</p> <p>*Asegurarse que los nuevos negocios asi como los existentes posean politicas de calidad y sostenibilidad para la realizacion de sus actividades</p> <p>*Brindar apoyo para llevar a cabo la funcion de vigilancia sobre el cumplimiento de las normas de calidad</p>
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Lic. Admon. De Empresa o Ing. Industrial
	Experiencia de 5 año en puestos similares
	Conocimientos en paquete de Microsoft Office
	Conocimientos de normas de calidad en empresas
	Caracteristicas requeridas
	Buenas relaciones interpersonales
	Capacidad de liderazgo
	Responsable
	Analitico
	Dinamico
	Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presion

Fecha	24.01.2016
Nombre del puesto	Secretario
Cantidad de plaza	1
Jefe Inmediato	Presidente
Subordinados	
Salario	\$500.00
Objetivo del puesto	Organizar las actividades de las cuales estara a cargo la junta
Funciones:	*Elaboracion del acta que contenga los acuerdos y planes que se generaron, firmada por cada uno de los miembros del Comite de desarrollo turistico *Organizar y actualizar el registro de los miembros que asisten a las reuniones y los puntos a tratar
Perfil del puesto	Requisitos Academicos
	Preparacion academica: Bachiller opcion general u otro Experiencia minima de un año en puestos similares Conocimientos en paquete de Microsoft Office Conocimiento en la elaboracion de actas e informes
	Caracteristicas requeridas
	Sexo: Masculino o Femenino Buenas relaciones interpersonales Responsable Analitico Dinamico Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presion

iv. Funciones del Comité de Turismo

- Realizar estrategias de promoción y marketing para promover la oferta turística local.
- Promover la elaboración y el desarrollo de programas de acción en materia de desarrollo e integración turística.
- Presentar recomendaciones para la toma de decisiones en materia turística.
- Planificar y controlar el desarrollo del turismo en el municipio para traer desarrollo económico a la población de la zona.
- Realizar programación de actividades, así como coordinar la logística de los mismos y su promoción para atraer a los turistas a dichos eventos.
- Elaborar programas de capacitación para personas involucradas en las actividades turísticas, con el fin de garantizar la calidad de productos y servicios.
- Velar por el cumplimiento de la Ordenanza del Medio Ambiente para fomentar la conservación de los recursos naturales del municipio.
- Promover e impulsar las costumbres, tradiciones, historia y gastronomía de San Pedro Puxtla.

v. Logotipo

Como segunda alternativa para la creación del Comité de Turismo, se propone la adquisición de personal trabajando a tiempo completo con un salario definido. Estos costos se pueden observar tanto en el descriptor de cada puesto, como en el presupuesto anual que se muestra en el siguiente apartado.

vi. Presupuestos Comité Turístico (planilla).

PRESUPUESTO PARA LA CREACIÓN DEL COMITÉ TURISTICO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora de escritorio	2	\$ 349.00	\$ 698.00
Cañon	1	\$ 525.45	\$ 525.45
Papelería y útiles	1	\$ 175.00	\$ 175.00
Impresora multifuncional	1	\$ 246.34	\$ 246.34
Escritorio	2	\$ 310.00	\$ 620.00
Sillas	4	\$ 29.95	\$ 119.80
Archivero	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Imprevistos		10%	\$ 256.46
TOTAL			\$ 2,821.05

Puesto	Fecha de Ingreso	Días Aguinaldo	Salario mensual	Salario Anual	Vacación	Aguinaldo	ISSS	AFP	INSAFORP	TOTAL
Director	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 120.00	\$ 378.08	\$ 720.75	\$ 648.68	\$ 96.10	\$ 11,563.61
Encargado de Finanzas	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 700.00	\$ 8,400.00	\$ 105.00	\$ 330.82	\$ 630.66	\$ 567.59	\$ 84.09	\$ 10,118.16
Encargado de Seguridad	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 90.00	\$ 283.56	\$ 540.56	\$ 486.51	\$ 72.08	\$ 8,672.71
Encargado de Promoción y Comercialización	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 90.00	\$ 283.56	\$ 540.56	\$ 486.51	\$ 72.08	\$ 8,672.71
Encargado de Nuevos Negocios	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 90.00	\$ 283.56	\$ 540.56	\$ 486.51	\$ 72.08	\$ 8,672.71
Encargado de Calidad	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 90.00	\$ 283.56	\$ 540.56	\$ 486.51	\$ 72.08	\$ 8,672.71
Secretario	01/01/2017	\$ 345.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 75.00	\$ 236.30	\$ 450.47	\$ 405.42	\$ 60.06	\$ 7,227.25
TOTAL				\$ 52,800.00	\$ 660.00	\$ 2,079.45	\$ 3,964.13	\$ 3,567.71	\$ 528.55	\$ 63,599.84

vii. Plan de Capacitación.

De acuerdo al diagnóstico de necesidades realizado en el capítulo II del presente trabajo de investigación, se propone realizar un plan de capacitación que fortalezca las habilidades y cree las competencias necesarias en el recurso humano que estará a cargo de la atención al turista, así mismo se fortalecerán competencias administrativas para los artesanos que estén interesados en emprender a través de la comercialización de sus productos.

Derivado de lo anterior se plantean los siguientes planes de capacitación para el personal involucrado en el desarrollo del turismo en San Pedro Puxtla (elaborado por el equipo investigador):

Programa de Capacitación: Cómo mejorar la atención al cliente	
Objetivo: Estimular en cada participante una verdadera actitud de servicio, sensibilizando sobre la importancia de la relación con el consumidor.	
Facilitador: Proveedor gestionado por INSAFORP	
Costo: \$250.00 (apoyo del INSAFORP 80%)	
Contenido	Tiempo
Situación del Mercado Actual	Parte 1 3 horas
Conceptos y Teorías de Servicio al Cliente	
Claves para una atención de calidad	
Tipos de Clientes	Parte 2 4 horas
Lenguaje escrito, oral y corporal	
Presentación Oral	
Practica	
Recursos: Material didáctico, computadora, cañon proyector, parlantes, rotafolio, pizarra, plumones.	
Comentarios Adicionales:	
<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos no pueden exceder de 20 personas. - La programación de las jornadas será realizada por el Comité de Turismo de San Pedro Puxtla. - Cada jornada tiene un receso de 15 minutos. 	

Programa de Capacitación: ELPA - Elemental de primeros auxilios	
Objetivo: Brindar los conocimientos elementales de primeros auxilios a las personas que tendrán a cargo actividades relacionadas con el turismo en San Pedro Puxtla.	
Facilitador: Personal Cruz Roja Salvadoreña	
Costo: \$250.00 (apoyo del INSAFORP 80%)	
Contenido	Tiempo
Introducción al curso	8 horas
Botiquin de primeros auxilios	
Primeros auxilios para quemaduras	
Primeros auxilios para heridas leves y hemorragias	
Primeros auxilios para fracturas	
Primeros auxilios para emergencias repentinas	
Recursos: Material Didáctico. Los demás recursos serán brindados por la Cruz Roja Salvadoreña.	
Comentarios Adicionales:	
<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos no pueden exceder de 20 personas. - La programación de las jornadas será realizada por el Comité de Turismo de San Pedro Puxtla. - La jornada tiene dos recesos de 15 minutos y 1 hora de almuerzo. - Incluye diplomas de participación y constancia a la institución. 	

Programa de Capacitación: BAPA - Básico de primeros auxilios	
Objetivo: Brindar los conocimientos básicos de primeros auxilios a las personas que tendrán a cargo actividades relacionadas con el turismo en San Pedro Puxtla.	
Facilitador: Personal Cruz Roja Salvadoreña	
Costo: \$250.00 (apoyo del INSAFORP 80%)	
Contenido	Tiempo
Introducción al curso	16 horas
Introducción a los primeros auxilios	
Moviliación del lesionado	
Vendajes	
Botiquin de primeros auxilios	
Primeros auxilios para quemaduras	
Primeros auxilios para emergencias repentinas	
Evaluaciones	
Primeros auxilios para lesiones en los huesos y articulaciones	
Recursos: Material Didáctico. Los demás recursos serán brindados por la Cruz Roja Salvadoreña.	
Comentarios Adicionales:	
<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos no pueden exceder de 20 personas. - La programación de las jornadas será realizada por el Comité de Turismo de San Pedro Puxtla. - Son 2 jornadas de 8 horas, cada jornada tiene dos recesos de 15 minutos y 1 hora de almuerzo. - Incluye certificado para quienes tengan nota de 7 en adelante y constancia a la institución. 	

Programa de Capacitación: Evacuación	
Objetivo: Brindar los conocimientos sobre evacuación a las personas que tendrán a cargo actividades relacionadas con el turismo en San Pedro Puxtla.	
Facilitador: Personal Cruz Roja Salvadoreña	
Costo: \$250.00 (apoyo del INSAFORP 80%)	
Contenido	Tiempo
Conceptos generales de una emergencia	6 horas
Tipos de Emergencia	
Funciones de los brigadistas	
Mapas de riesgos	
Rutas de evacuación	
Cómo preparar un simulacro	
Procedimientos de evacuación	
Recursos: Material Didáctico. Los demás recursos serán brindados por la Cruz Roja Salvadoreña.	
Comentarios Adicionales:	
<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos no pueden exceder de 20 personas. - La programación de las jornadas será realizada por el Comité de Turismo de San Pedro Puxtla. - La jornada tiene dos recesos de 15 minutos y 1 hora de almuerzo. - Incluye diplomas de participación y constancia a la institución. 	

Programa de Capacitación: Nuevos Emprendedores	
Objetivo: Convertir personas talentosas en emprendedores capaces de generar sus propios ingresos de manera sustentable mediante la formación sistemática, para crear nuevos actores económicos en el	
Facilitador: Proveedor gestionado por INSAFORP	
Costo: \$250.00 (apoyo del INSAFORP 80%)	
Contenido	Tiempo
Conceptos básicos de emprendedurismo	2 meses (320 horas)
¿Por qué convertirse en emprendedor?	
Habilidades y características de un emprendedor	
Conceptos básicos de Administración	
Desarrollo de ideas de negocio	
Finanzas para emprendedores	
Promoción y Ventas	
Plan de producción	
Plan de Organización	
Plan de inversión y presupuesto	
Pasos para la creación de una empresa	
Emprendimiento Familiar	
Plan de puesta en marcha	
Recursos: Material didáctico, computadora, cañon proyector,	
Comentarios Adicionales:	
<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos no pueden exceder de 20 personas. - La programación de las jornadas será realizada por el Comité de Turismo de San Pedro Puxtla. - Son 40 jornadas de 8 horas, cada jornada tiene dos recesos de 15 minutos y 1 hora de almuerzo. - Incluye diplomas de participación. 	

f. Presencia

Según se logra identificar a lo largo del estudio de investigación para muchos de sus habitantes y autoridades municipales el municipio se define como "verde y productivo", se considera verde debido al alto grado de vegetación de la zona ya que a través de las entrevistas se identificó que entre sus principales fortalezas se encuentran las zonas montañosas y los mantos acuíferos que son propios del municipio, además de ello se considera productivo por los diferentes servicios y bienes que en el mismo podemos encontrar tales como: café, plantas y artesanías que aunque no son visibles en el casco urbano se tiene conocimiento de que se cuenta con el personal y las habilidades para poder explotar estos rubros, así como la disposición y el interés por parte de los habitantes para poder desarrollarlo.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, el plan mercadológico para el fortalecimiento del turismo en el municipio de San Pedro Puxtla realizará amplios esfuerzos por lograr un posicionamiento en la mente de los turistas potenciales y visitantes actuales para que el municipio sea reconocido a través del eslogan "Verde y Productivo", del mismo modo se busca no solo la identificación de los habitantes con sus raíces puxtlecas si no también la identificación de los turistas a la hora de seleccionar un destino turístico donde poder disfrutar de las maravillas que la naturaleza ofrece.

Criterios de selección del eslogan "Verde y Productivo"

- **Beneficio competitivo:**

El eslogan representa a primera vista las ventajas competitivas que el municipio ofrece en cuanto a los atractivos y los bienes que posee.

- **Comunicación convincente:**

Se trata a través del eslogan que el turista pueda recordarlo sin mayor esfuerzo y pueda asociarlo a lo que el municipio de San Pedro Puxtla ofrece.

- **Ventaja atrayente:**

El atributo que se pretende realzar al persuadir al turista es la excelencia en los servicios brindados, la calidez de la gente y el servicio al cliente.

- **Fortaleza:**

El eslogan tiene como objetivo dar a conocer la veracidad de lo que el Municipio de San Puxtla tiene a disposición de sus visitantes a través de sus bellezas naturales.

g. Procesos

Se ha identificado que los procesos estarán intrínsecamente ligados a las funciones y objetivos del comité de turismo que se creará ya que el diseño y producción para el desarrollo turístico de la zona estarán orientados al fortalecimiento del mismo.

Dentro de los procesos más relevantes cabe mencionar los siguientes:

- La organización formal del comité de turismo.
- La creación de proyectos de fortalecimiento del turismo.
- Preparación de estrategias de publicidad y promoción.

Seguimiento y control de los planes y proyectos propuestos dentro del rubro turístico.

5. Oferta y Demanda

a. Demanda

Para la implementación de la propuesta debemos considerar ampliamente la demanda turística potencial, de acuerdo a lo identificado en el diagnóstico, la demanda turística real para el municipio de San Pedro Puxtla departamento de Ahuachapán la demanda real es del 0% ya que actualmente el municipio no cuenta con demanda turística constante, sin embargo cabe mencionar que sufre variaciones mínimas en fechas específicas lo cual nos deja abierta las probabilidades a incrementar la demanda para que esta sea de manera recurrente por parte de los visitantes; según el anexo 3 los turistas están concentrados en los municipios de Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán, en el estudio realizado se nos presentan situaciones en las cuales logramos identificar dos aspectos muy importantes para incrementar la demanda real las cuales son:

- **La tendencia hacia la naturaleza:** Por lo que se propone darse a conocer como un municipio verde y productivo que apuesta por la sostenibilidad, la preservación y la apreciación por el medio ambiente, esta acción presentaría doble beneficio ya que brindaría la conservación de áreas naturales y el bienestar de la población local; si se dan a conocer estas condiciones de manera adecuada la demanda potencial que está presente como demanda real en los municipios aledaños serán los primeros atraídos a formar parte de desarrollo turístico de la zona.
- **Motivación por recomendación:** En el anexo 3 del presente estudio se recolecto información importante que nos revelo que la mayoría de visitantes se motivan a seleccionar su destino turístico a través de tour operadores y recomendaciones por otros turistas que ya conocen la zona, por lo cual se propone ampliar los sistemas de promoción durante las fechas que se cuenta con el mínimo de turistas esperados, las cuales son las vacaciones de fin de año, las fiestas patronales entre otras, cuando nos referimos a los turistas en fechas específicas en el año podemos asegurar que el Municipio de San Pedro Puxtla cuenta con demanda estacional, los cuales debemos de aprovechar para que al finalizar su visita nos puedan recomendar como un municipio óptimo para vacacionar y de esa manera atraer más turistas en cualquier fecha del año, explotando de esta manera lo que tradicionalmente conocemos como el marketing boca en boca, brindándoles la mejor experiencia para que lo puedan comentar.

b. Oferta

La oferta definida como aquellos productos que el Municipio ofrece para satisfacer una necesidad, para el municipio de San Pedro Puxtla se consideran sus principales productos aquellos lugares tales como: La Iglesia Católica, El Mirador de la Cruz, El Salto de Tequendama, La Poza "El Zapote", y La Finca San José, adicionalmente según la propuesta brindaríamos como producto o servicio también el Hostal San Pedro y el merendero Los Mercaderes que formarían parte del portafolio de productos y servicios del municipio, estos satisfacen las necesidades de ocio y recreación por medio de viajes o visitas a lugares de las cuales no son residentes, los productos que el municipio ofrece satisface necesidades de descanso, religiosas, culturales y ecológicas.

Los resultados obtenidos en el diagnóstico a través del Anexo 2 existen tres aspectos relevantes sobre los cuales se deben trabajar:

- Se propone apostarle a la educación, en vista de que actualmente la educación que predomina en la zona es de nivel básico lo que dificulta la oferta de un buen servicio al cliente.
- Se sugiere además la inversión en la creación de nuevas atracciones turísticas y el mejoramiento en los productos que actualmente se poseen en el Municipio de San Pedro Puxtla.

Las recomendaciones para mejorar la oferta actual es el incremento de actividades culturales y gastronómicas dentro del Municipio, es decir realizarlas no solamente en fiestas patronales sino más bien ejecutarlas con mayor frecuencia y realzarlas más a la vista de los turistas.

6. Mercado Meta

Como se observó en el capítulo II en la definición del mercado meta para nuestro sujeto de estudio, se deberán focalizar esfuerzos para la atracción del mismo sin tener que incurrir en una inversión fuerte, ya que el mercado meta es aquella porción de consumidores que estarían interesados en los productos y servicios que San Pedro Puxtla ofrece.

Por lo tanto se propone hacer una campaña publicitaria dirigida específicamente a las mujeres que tengan entre 25 y 30 años de edad a través de las redes sociales, o incluso haciendo alianzas con empresas que este tipo de mercado frecuenta para dar a conocer el municipio. Con esta estrategia se pretende popularizar el destino a toda la población mediante la captación del mercado meta principal.

Sin embargo no solo se puede hacer una campaña de este tipo, también se puede captar la atención del mercado meta visitando las rutas que conducen a destinos similares y que se encuentran en las cercanías de San Pedro Puxtla. Con esto se ofertarán los servicios y productos sin que el cliente potencial lo busque.

7. Competencia

San Pedro Puxtla tiene el potencial de ofrecer a los turistas los productos y servicios que ofrecen tres de sus principales competidores en un solo lugar. Debido a su estratégica ubicación y recursos naturales que embellecen su territorio, es posible tener desde una caída de agua 100% nacida de la montaña, hasta un emocionante viaje en canopy. Sin hablar de la riqueza gastronómica que caracteriza a todos los pueblos de El Salvador y que San Pedro Puxtla no es la excepción.

A continuación se detallan elementos que harán competitivo a San Pedro Puxtla con los sitios que tiene una actividad turística desarrollada:

- Gastronomía. Actualmente San Pedro Puxtla desarrolla una vez al mes el denominado "Callejón Puxtleco", el cual agrupa una diversa variedad de productos elaborados por sus habitantes; entre ellos se encuentran platillos típicos y propios del lugar, artesanías y obras de arte hechas por manos puxtlecas. Lo que se propone es dar un salto y promover esta actividad para que sea sustentable y se pueda realizar cada fin de semana. Con esto se atraerán a las personas y el municipio tendrá un atractivo diferente todas las semanas y de forma permanente.
- Atractivos naturales. San Pedro Puxtla se caracteriza por sus abundantes nacimientos de agua y bellos paisajes de las montañas que lo rodean y es precisamente a lo que su eslogan se refiere al denominarse un municipio "verde", pues se encuentra dotado de belleza natural en cada rincón.

Por ello se propone explotar sus mejores representantes en cuanto a sitios turísticos naturales se refiere, ya que el Salto de Tequendama es un paraíso escondido, y se hace necesario tener una ruta de acceso bien definida, y tomar en cuenta cada factor que podría significar un problema y mala experiencia para el visitante. Entre estos aspectos a considerar podríamos mencionar la seguridad; pues se trata de un sitio aislado entre la vegetación y no cuenta con desarrollo en sus colindancias, esto puede solventarse con patrullaje de la Policía Rural e incluso POLITUR, lo cual generaría confianza a sus visitantes.

- Aventura. La geografía de San Pedro Puxtla le brinda condiciones ideales para que los turistas aventureros puedan

encontrar adrenalina en este destino. Actualmente se trabaja en un proyecto de Canopy que sin duda le dará un aporte importante para la atracción de jóvenes que buscan este tipo de opción.

Además de eso se propone una ruta de caminata extrema cuyo destino sea el Salto de Tequendama, la cual sería guiada por pobladores de la zona que conozcan el territorio.

Esta ruta puede estar acompañada de montañismo y rappel para descender acantilados de una manera divertida.

- Sitios Icónicos. Como todos los pueblos de El Salvador, este tiene sitios emblemáticos que lo caracterizan por su historia y peculiaridades. En San Pedro Puxtla se puede considerar el Mirador de la Cruz como uno de ellos, pues es un lugar impresionante donde se aprecian espectaculares vistas a la zona montañosa y costera. Este lugar actualmente no posee productos complementarios, por lo que se propone realizar una pequeña feria para los visitantes, donde puedan ofrecerse alimentos, productos artesanales e incluso puntos artísticos ofrecidos por el talento local.

8. Posicionamiento de Mercado

El éxito de un producto o servicio depende del posicionamiento en la mente del consumidor por lo cual las estrategias deben estar orientadas a mantener un concepto en la mente del turista el mensaje con el que se quiere llegar al visitante es "San Pedro Puxtla, Verde y Productivo" por lo que todos los esfuerzos serán orientados a mantener esa idea en cada

- La percepción que tiene el consumidor sobre el producto.

En el diagnóstico se ha reconocido que el municipio de San Pedro Puxtla es desconocido como producto turístico ya que los esfuerzos aún no han sido canalizados de la manera adecuada para lograr un desarrollo turístico adecuado.

Por lo tanto para lograr una percepción en el turista se propone: Dar a conocer el slogan y logo propuesto por el equipo de investigación, dentro del mercado meta y la demanda potencial.

- La posición que tiene el producto frente a la competencia

Los lugares más cercanos al municipio de San Pedro Puxtla son altamente turísticos por lo que reflejan una gran oportunidad para formar parte del radar de los visitantes, en este posicionamiento la sugerencia se brinda para que la señalización propuesta por el equipo de investigación sea considerada uno de los aspectos principales a implementar, logrando así que tanto competidores como demandantes turísticos identifiquen al municipio como una opción a visitar.

- La posición respecto al mercado del futuro

Las necesidades de la demanda turística van evolucionando, con el tiempo se vuelven cada vez más exigentes por lo tanto se recomienda a la entidad responsable del desarrollo turístico del municipio crear mayores atractivos turísticos y al mismo tiempo darle mantenimiento al inventario turístico actual, llevando a cabo proyectos gastronómicos, de hospedaje entre otros.

9. Presupuesto Consolidado

PRODUCTO

Como equipo investigador proponemos que la creación del hostal San Pedro y el Merendero los Mercaderes se realice tras la búsqueda de emprendedores dispuestos a realizar inversión y colocar el negocio como propiedad privada.

DESCRIPCIÓN		
PRODUCTO		
HOSTAL SAN PEDRO Y MERENDERO LOS MERCADERES		\$ 191,863.75
CONSTRUCCIÓN	\$ 160,433.75	
FUNCIONAMIENTO	\$ 31,420.00	

Precios incluyen IVA.

PERSONAL

En cuanto a la primera propuesta que se refiere a la contratación de personal externo se presenta se presenta el gasto total a continuación:

DESCRIPCIÓN		
PERSONAL		\$ 66,670.89
CREACIÓN DE COMITÉ TURISTICO	\$ 2,821.05	
PLANILLA ANUAL DE COMITÉ TURISTICO	\$ 63,599.84	
PLAN DE CAPACITACIÓN	\$ 250.00	

Precios incluyen IVA.

En el caso que se considere la alternativa de personal voluntario que trabaje ad honoren el gasto se reduce como a continuación se presenta:

DESCRIPCIÓN		
PERSONAL		\$ 3,071.05
CREACIÓN DE COMITÉ TURISTICO	\$ 2,821.05	
PLAN DE CAPACITACIÓN	\$ 250.00	

Precios incluyen IVA.

Independientemente de la forma en que se decida realizar la contratación este costo será absorbido por la Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.

PLAZA Y PROMOCIÓN

Este presupuesto deberá ser financiado por la Alcaldía como una inversión inicial para el desarrollo del Municipio

DESCRIPCIÓN		
PROMOCIÓN		\$ 2,179.50
INSTALACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS	\$ 577.50	
RADIO (Valor mensual)	\$ 321.00	
TELEVISIÓN (Spot en Viva la Mañana)	\$ 490.00	
PERIODICO (2 Anuncios)	\$ 791.00	
DESCRIPCIÓN		
PLAZA		\$ 1,089.00
INSTALACIÓN DE SEÑALES VIAS DE ACCESO	\$ 1,089.00	
TOTAL		\$ 3,268.50

Precios incluyen IVA.

D. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO PARA FORTALECER EL TURISMO EN SAN PEDRO PUKTLA		
Fases	Actividad Descripción	
FASE I : PLANEACIÓN	Presentación del la Propuesta	Se presentará el plan de mercadeo propuesto a los miembros del concejo municipal.
	Análisis y aprobación de la propuesta	Los miembros del concejo municipal someterán a análisis la propuesta y posteriormente compartirán las observaciones para la aprobación del mismo.
	Conformación de Comité de Turismo	Se hará la convocatoria a los involucrados para la conformación del Comité de Turismo de San Pedro Puxtla.
	Calendarización de Actividades	El Comité de Turismo diseñará la programación de actividades a realizar en la ejecución del plan.
FASE I : PLANEACIÓN	Asignación de Recursos	Se entregarán los recursos a los responsables del Comité de Turismo para su administración y puesta en marcha del plan de mercadeo.
	Adquisición del Personal	Selección del personal que estará encargado de la atención al turista.
FASE II : EJECUCIÓN	Capacitación del Personal	Brindar entrenamiento para fortalecimiento de competencias a los integrantes del comité y personal de contacto directo con el turista.
	Elaboración de herramientas mercadológicas de publicidad	Diseño de un plan de publicidad y promoción que fortalezca el turismo en el municipio.
	Búsqueda y contacto con instituciones de apoyo al turismo	Crear alianzas con instituciones municipales y organizaciones no gubernamentales que apoyen el turismo interno.
FASE III : SEGUIMIENTO Y CONTROL	Instalación de vallas publicitarias y señalización en vías de acceso.	Se instalarán vallas publicitarias y señalización en vías de acceso en sitios estratégicos para atraer turistas potenciales
	Evaluación de resultados en comparación de lo planeado.	Esta etapa se realizará cada trimestre con el fin de controlar las actividades realizadas.
FASE III : SEGUIMIENTO Y CONTROL	Planteamiento de estrategias de mejora.	De acuerdo a los resultados obtenidos en la revisión trimestral se aplicarán medidas correctivas.

E. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO PARA FORTALECER EL TURISMO EN SAN PEDRO PUXTLA						
ACTIVIDAD/ SEMANA	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6
FASE I: PLANEACIÓN						
Presentación del la Propuesta						
Análisis y aprobación de la propuesta						
Conformación de Comité de Turismo						
Calendrarización de Actividades						
Asignación de Recursos						
FASE II: EJECUCIÓN						
Adquisición del Personal						
Capacitación del Personal						
Elaboración de herramientas mercadológicas de publicidad						
Búsqueda y contacto con instituciones de apoyo al turismo						
Instalación de vallas publicitarias y señalización en vías de ad						
FASE III: SEGUIMIENTO Y CONTROL						
Evaluación de resultados en comparación de lo planeado.						
Planteamiento de estrategias de mejora.						

F. BIBLIOGRAFÍA

1. Libros

- a. «UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics» pág. 10. World Tourism Organization (1995). Consultado el 26 de marzo de 2009.
- b. Walter Hunziker - Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1942
- c. Kotler, Philip y Gary Armstrong, Fundamentos de Marketing, 8va Edición., Pearson Educación, México, 2008
- d. Muñiz González, Rafael; Marketing en el Siglo XXI, 5ta Edición, Edición Rustica, 2008.
- e. KOTLER, Philip. "Fundamentos de Marketing". New Jersey, Prentice Hall, 1996
- f. Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 10.
- g. Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, Pág. 240.
- h. Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 87
- i. Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill
- j. MarketingPower.com, de la American Marketing Association, Sección: Dictionary of Marketing Terms
- k. Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.
- l. Principios de Economía, Tercera Edición, de Mankiw Gregory, Mc Graw Hill
- m. Ortez, Eladio Zacarías, Así se Investiga, pasos para hacer una investigación, segunda edición, clásicos Roxsil, El Salvador, 2001, pág. 35
- n. Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México.1997.
- o. Hernández Sampieri, C. Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. Metodología de la investigación, primera edición, McGRAW HILL, México, 1997.

2. Trabajos de Investigación

- a. Aspectos Generales del Turismo en El Salvador, Universidad Francisco Gavidia. <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.479%201-B453p/338.479%201-B453p-Capitulo%20I.pdf>
- b. Nochez Pacas, Alejandro José y otros, "Plan Estratégico de Mercadotecnia dirigido a la Alcaldía Municipal y la Casa de la Cultura del Municipio de San Pedro Nonualco Departamento de La Paz para generar Turismo en esta ciudad" Universidad de El Salvador 2014.

3. Páginas Web

- a. <http://www.tse.gob.sv/documentos/Eleccion2015/guialecciones2015v1.pdf>
- b. <http://www.municipiosdeelsalvador.com/ahuachapan/san-pedro-puxtla>
- c. <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.4791-C311d/338.4791-C311d-Capitulo%20I.pdf>
- d. <http://www.istu.gob.sv/>
- e. http://www.casatur.org/web_site/
- f. <http://politurelsalvador.com/>
- g. <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADLC0000786/C1.pdf>
- h. <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/619/1/10136066.pdf>
- i. <http://www2.unwto.org/es>
- j. http://turismo_vivencial.blogspot.com/
- k. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>
- l. <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9/#sthash.JdNn0bQN.dpuf>
- m. <http://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-la-herramienta-de-gestion-empresarial-imprescindible/>
- n. <http://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---the-marketing-mix---from-4-p-s-to-7-p-s>
- o. http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/mi_negocio/html/publicidad_promociones.html
- p. http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/mi_negocio/html/donde_instalar.html

- q. <http://blog.rpp.com.pe/marketingmix/2011/01/18/cuando-las-4p%C2%B4s-no-son-suficientes/>
- r. <http://competitividadturistica.com/la-demanda-potencial-y-el-mercado-meta/>
- s. <http://problematicaturistica.blogspot.com/2010/06/caracteristicas-de-la-oferta-y-demanda.html>
- t. http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- u. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm> (historia y evolución del pensamiento científico, Ramón Ruiz Limón)
- v. http://www.innovacion.gob.sv/inventa/index.php?option=com_content&view=article&id=3500:el-salvador-lanza-iniciativa-pueblos-vivos-para-impulsar-el-turismo-interno&catid=132:turismo&Itemid=308
- w. <http://www.tiposde.org>
- x. <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>

4. Otros

- a. Personal Alcaldía Municipal de San Pedro Puxtla.

ANEXOS

ANEXO 1

(INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS)



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS HABITANTES DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

Estimado/a Señor/a/ita.

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, Estamos realizando una investigación sobre la oferta de servicios turísticos del Municipio de San Pedro Puxtla, la información que nos brinde será utilizada única y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

INDICACIONES:

A continuación se le presentan una serie de preguntas como por favor responda marcando con una X la opción que usted considere conveniente:

I. DATOS GENERALES

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| A. Género | | | |
| Masculino | <input type="checkbox"/> | Femenino | <input type="checkbox"/> |
| B. Edad | | | |
| 20 a 24 años | <input type="checkbox"/> | 35 a 39 años | <input type="checkbox"/> |
| 25 a 29 años | <input type="checkbox"/> | 40 en adelante | <input type="checkbox"/> |
| 30 a 34 años | <input type="checkbox"/> | | |
| C. Grado Académico | | | |
| Educación básica | <input type="checkbox"/> | Técnico | <input type="checkbox"/> |
| Bachiller | <input type="checkbox"/> | Universitario | <input type="checkbox"/> |

II. DATOS DE CONTENIDO

1. Conoce usted los siguientes lugares turísticos en el municipio de San Pedro Puxtla

- Iglesia Católica
- Piscina el Zapote
- Mirador de la Cruz
- Salto de Tequendama
- Otro _____

2. ¿Cuál de todos los lugares que usted ha indicado considera son los más visitados?

- Iglesia Católica
- Piscina el Zapote
- Mirador de la Cruz
- Salto de Tequendama
- Otro _____

3. Considera que el municipio tiende a competir en el programa de pueblos vivos

Sí No

Porque:

4. ¿Le gustaría ser parte del fomento del turismo en San Pedro Puxtla?

Sí No

5. Si tuviera usted la oportunidad de emprender un negocio,
¿Qué tipo de producto ofrecería?

Alimentos

Artesanía

Café y Postres

Cítricos

Flores y Plantas

Otros _____

6. ¿Qué tipo de empleo le gustaría tener en San Pedro
Puxtla?

Empleo en Restaurantes

Guía Turístico

Promotor de Viaje

Otros _____

7. ¿Porque considera importante el turismo?

Genera Empleos

Genera Ingresos

Genera Comercio

Captar Visitantes

Fomenta el desarrollo del municipio.

8. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte de algún comité
para el desarrollo turístico del municipio de San Pedro
Puxtla?

Sí

No

Si su respuesta fue SI

9. ¿De los siguientes comités de turismo en cual le gustaría participar?

Alimentación

Alojamiento

Transporte

Ventas

Artesanías

Guía turístico

Otros _____

Si su respuesta fue NO, explique los motivos:

10. Según su punto de vista, ¿El Municipio de San Pedro Puxtla cuenta con las condiciones necesarias para explotar el turismo en la Zona?

Si No

Si su repuesta fue SI:

11. ¿Cuáles considera que son los principales atractivos turísticos para los visitantes?

Iglesia Católica

- Piscina el Zapote
- Mirador de la Cruz
- Salto de Tequendama
- Fiestas Patronales
- Otro _____

Si su respuesta fue NO

12. A su punto de vista, ¿Qué aspectos deben mejorarse en el municipio de San Pedro Puxtla para atraer un mayor número de turistas?

- ___ Seguridad.
- ___ Limpieza en el Municipio.
- ___ Mejoramiento de carreteras.
- ___ Precios accesibles en los establecimientos.
- ___ Creación de atracciones turísticas.
- ___ Transporte
- ___ Centros de Salud
- ___ Tecnología
- ___ Publicidad en el interior y exterior.
- ___ Alojamiento
- ___ Otros.

Especifique _____

13. Según su criterio, ¿cómo calificaría el estado de los atractivos turísticos del Municipio?

- Excelente
- Bueno
- Malo
- Necesita Mejorar

14. ¿Qué tipo de publicidad conoce que actualmente se esté haciendo para promover el turismo en el municipio?

- Radio
- Periódicos
- Rótulos
- Redes sociales
- Hojas volantes
- Revistas turísticas
- Otros _____

15. ¿Qué tipo de propaganda considera usted que debería hacer la alcaldía para incrementar la afluencia de turistas en el municipio?

- Radio
- Periódicos
- Rótulos
- Redes sociales
- Hojas volantes
- Revistas turísticas
- Otros _____

16. En su opinión que actividades debería de realizar la alcaldía para aumentar la afluencia de turistas en el municipio:

- Restaurantes
- Bares
- Deportes Extremos

- Turicentros
- Mercado de Artesanías
- Festival Gastronómico
- Otro _____

17. ¿Cómo considera la afluencia de las visitas de turistas al Municipio de San Pedro Puxtla?

- Alta
- Media
- Baja

18. ¿En qué época del año observa la mayor afluencia de turistas?

- Semana Santa
- Vacaciones Agostinas
- Fiestas Patronales
- Fiestas de Fin de Año

Otro: _____

19. ¿Considera que el Municipio cuenta con personas capacitadas para atender la demanda turística?

- Sí No

Si su respuesta fue NO

20. ¿En qué aspectos considera que deben de capacitarse a las personas designadas para la atención de los turistas?

Servicio al Cliente

Aprender otro idioma

Computación

Sitios turísticos

Otros _____

21. Considera que el precio establecidos de las actividades turísticas en San Pedro Puxtla son:

Altos

Correctos

Bajos

DATOS DE CONTROL

Lugar: _____

Fecha: _____

Responsable: _____

N° de Cuestionario: _____

Uso exclusivo del encuestador



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE MUNICIPAL, CONCEJO MUNICIPAL, PROPIETARIO DE FINCA.

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?
2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?
3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar
4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?
5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?
6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?
7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?
8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

13. Cree usted que la oferta turística con los que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TURISTAS DEL DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN ESPECIFICAMENTE DE LOS SITIOS TURISTICOS DE APANECA, CONCEPCIÓN DE ATACO Y JUAYUA.

Estimado/a Señor/a/ita.

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, Estamos realizando una investigación sobre la oferta de servicios turísticos del departamento de Ahuachapán, la información que nos brinde será utilizada única y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

1) ¿Cuál es el número aproximado de viajes a destinos turísticos nacionales que realiza en un año?

Marque con una cruz la respuesta seleccionada.

Entre 1 y 3 Entre 4 y 7
Entre 8 y 10 Más de 10 viajes

2) ¿Ha viajado a alguno de estos destinos?

Ataco

Apaneca

Juayua

La Palma

El Pital

Otros ¿cuáles? _____

3) Si marcó alguno de los destinos mencionados, entre las motivaciones por las que viajó a ese/esos destino/s,

¿Existió alguna razón de tipo medioambiental, de cuidado y respeto por la Naturaleza y las culturas locales?

Sí No

4) El cuidado y respeto por la Naturaleza y las culturas locales; realizar actividades turísticas de bajo impacto ambiental y cultural,

¿Son para Ud. aspectos a tener en cuenta al momento de elegir su destino de vacaciones?

Sí, a veces.

Sí, siempre.

No, nunca.

5) Por favor seleccione los destinos de la siguiente lista que le gustaría visitar

Apaneca

Ataco

Juayua

La Palma

Otros:

6) Entre las razones por las que eligió esos destinos, ¿puede identificar alguna/s de las siguientes?

Exotismo del lugar.

La calidez de la gente del lugar.

El contacto con la Naturaleza.

- La riqueza cultural.
- Por la posibilidad de visitar lugares donde se respeta el medioambiente y las comunidades locales.
- Por solidaridad con los habitantes por la situación que están viviendo.

Otras (por favor especificar):

7) Cuál sería la razón principal por las que descartaría algún destino de la lista

- Falta de seguridad en destino.
- La pobreza del lugar.
- Clima.
- La distancia.
- Aconsejan no ir.
- Poca atracción turística
- Precio del pasaje
- No me atrae.

Otras (por favor especificar):

8) ¿Cuál fue el motivo principal de su visita al departamento de Ahuachapán?

- Familia
- Amigos

- Recomendación
- Tour Operadores
- Religioso
- Cultura
- Publicidad
- Negocios.

Otras (por favor especificar):

9) ¿Cómo evalúa su paseo por los diferentes lugares turísticos del departamento de Ahuachapán?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Muy Bueno | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> |
| | | Necesita Mejorar | <input type="checkbox"/> |

10) ¿Considera usted que el comercio de Ahuachapán se encuentra preparado para la recepción de más turistas en la zona?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Si | No |

11) ¿En qué aspecto brindaría sugerencias de mejora al departamento de Ahuachapán?

___ Seguridad.

___ Limpieza en el Municipio.

- Mejoramiento de carreteras.
- Precios accesibles en los establecimientos.
- Creación de atracciones turísticas.
- Transporte
- Centros de Salud
- Tecnología
- Publicidad en el interior y exterior.
- Alojamiento
- Otros.

12) En términos generales, ¿Su visita al departamento de Ahuachapán ha sido satisfactoria en cuanto a su expectativa turística?

Si

No

Porque: _____

13) ¿Cuáles son los atractivos que más le han gustado del departamento de Ahuachapán?

Apaneca

Juayua

Ataco

14) ¿Cuánto dinero gastó por persona en su visita al departamento de Ahuachapán?

De \$5 a \$15

De \$15 a \$25

De \$25 a \$40

Más de \$40

15) Según su criterio, ¿Cuál es la característica principal del departamento de Ahuachapán?

16) ¿Cómo definiría al departamento de Ahuachapán en una palabra?

17) Por favor indique su sexo:

Hombre.

Mujer.

18) Por favor indique en que rango de edad se encuentra

Entre 18-24 años.

Entre 25-31 años.

Entre 32-38 años.

Entre 39-45 años.

Más de 45 años.

19) Por favor indique en que rango de ingresos mensuales se ubica:

Entre \$1-\$150

Entre \$151-\$300

Entre \$301-\$450

Entre \$451-\$600

Más de \$600

DATOS DE CONTROL

Lugar: _____

Fecha: _____

Responsable: _____

N° de Cuestionario: _____

Uso exclusivo del encuestador



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



GUÍA DE OBSERVACIÓN A REALIZAR EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA
DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.

OBJETIVO: Identificar los aspectos y características del municipio que sirvan de base para conocer la situación actual de los atractivos turísticos.

DATOS GENERALES

Área de observación: Municipio de San Pedro Puxtla.

a. Fachada del municipio

Necesita Mejorar

Muy Bueno

Bueno

Excelente

Comentarios:

b. Señalización

Necesita Mejorar

Muy Bueno

Bueno

Excelente

Comentarios:

c. Vías de acceso

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

d. Seguridad

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

e. Limpieza del Municipio

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

f. Afluencia de turistas

Alta	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>	Baja	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	-------	--------------------------	------	--------------------------

Comentarios:

g. Clima

Cálido

Templado

Frío

Comentarios:

h. Infraestructura

Necesita Mejorar

Muy Bueno

Bueno

Excelente

Comentarios:

i. Patrimonio cultura

Necesita Mejorar

Muy Bueno

Bueno

Excelente

Comentarios:

j. Vialidad y transporte

Necesita Mejorar

Muy Bueno

Bueno

Excelente

Comentarios:

k. Restaurantes

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

l. Hostales

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

m. Poza

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

n. Mirador

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios:

o. Atención al cliente

Necesita Mejorar

Muy Bueno

Bueno

Excelente

Comentarios:

ANEXO 2

(CUESTIONARIO DIRIGIDO A HABITANTES DEL CASCO
URBANO DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA)



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



CUESIONARIO DIRIGIDO A LOS HABITANTES DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA.

I. DATOS GENERALES

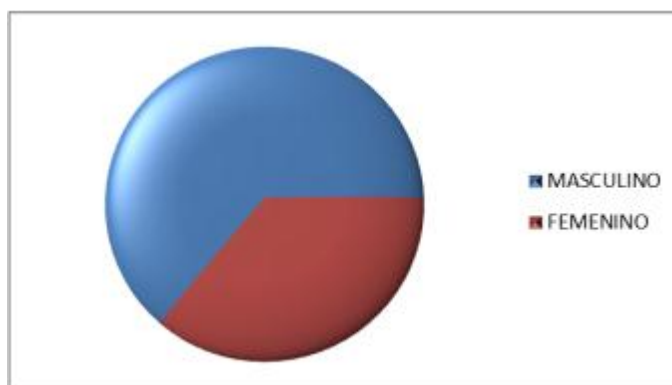
A. Género

OBJETIVO: Determinar cuál es el género de las personas que habitan el casco urbano del Municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N° 1

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	58	64%
FEMENINO	33	36%
Total	91	100%

Gráfico N° 1



Interpretación: Se puede apreciar que de los habitantes del casco urbano del Municipio un 64% corresponde al género masculino y el resto al género femenino, ya que son ellos los encargados cubrir las necesidades básicas de sus hogares.

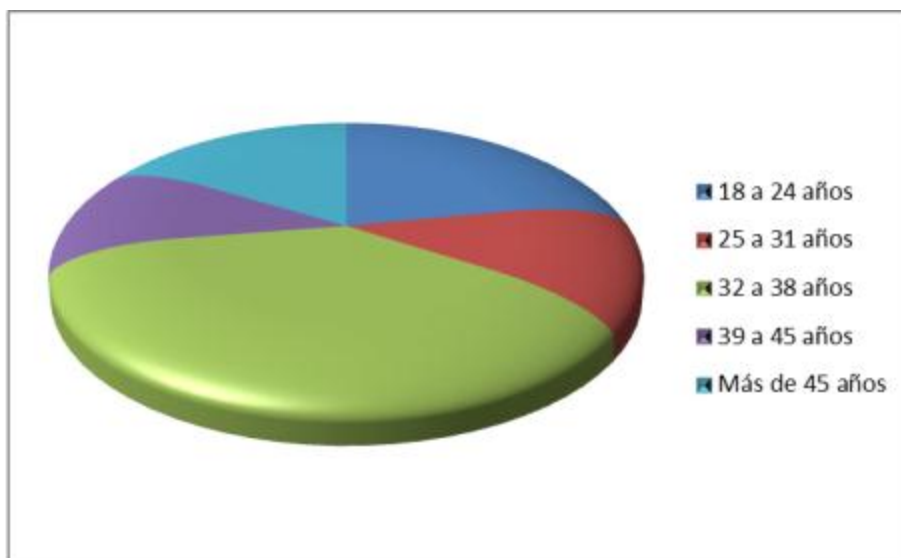
B. EDAD

OBJETIVO: Conocer cuál es la edad que predomina en las personas que habitan el casco urbano del Municipio.

Cuadro N° 2

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 24 años	20	22%
25 a 31 años	11	12%
32 a 38 años	35	38%
39 a 45 años	10	11%
Más de 45 años	15	16%
Total	91	100%

Gráfico N° 2



Interpretación: A través del gráfico se identifica que de la población residente en el casco urbano del municipio que fue encuestada se concentra en el rango de edades de 32 a 38 años, dando la pauta para implementar estrategias que desarrollen el turismo que puedan ser realizadas por los habitantes dentro de este rango de edad.

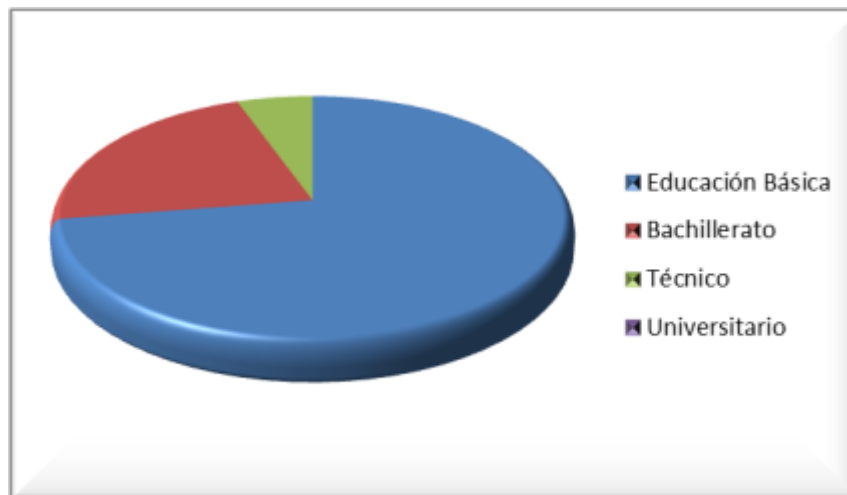
C. GRADO ACADÉMICO

OBJETIVO: Conocer el nivel de escolaridad de las personas que habitan el casco urbano del municipio.

Cuadro N° 3

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación Básica	66	73%
Bachillerato	20	22%
Técnico	5	5%
Universitario	0	0%
Total	91	100%

Gráfico N° 3



Interpretación: A partir de las encuestas realizadas se puede determinar que el nivel de escolaridad en un 73% es educación básica seguido del 22% con nivel de bachillerato, demostrando que se debe invertir en educación para aumentar el personal competente y de esa forma atender la demanda turística de mejor manera.

II. DATOS DE CONTENIDO

Pregunta N° 1

Conoce usted los siguientes lugares turísticos en el municipio de San Pedro Puxtla

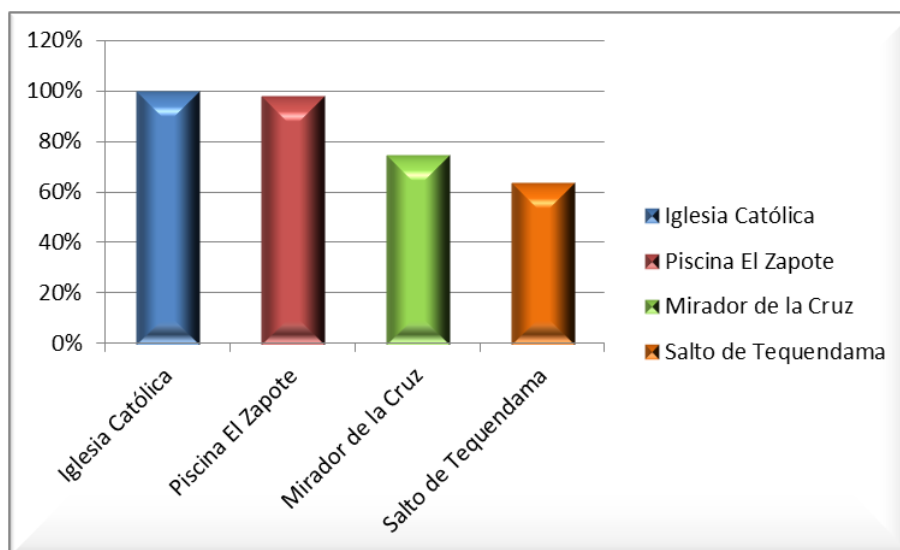
OBJETIVO: Investigar si los pobladores del casco urbano conoce los atractivos turísticos del municipio.

Cuadro N° 4

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Iglesia Católica	91	100%
Piscina El Zapote	89	98%
Mirador de la Cruz	68	75%
Salto de Tequendama	58	64%

N=91

Gráfico N° 4



Interpretación: A través de los resultados se identifica que los habitantes del casco urbano conocen los atractivos con los que cuenta el inventario turístico del municipio, lo que se considera una ventaja puesto que al implementar estrategias para el desarrollo turístico podrán brindar información útil y correcta a los turistas que visiten municipio.

Pregunta N° 2

¿Cuál de todos los lugares que usted ha indicado considera son los más visitados?

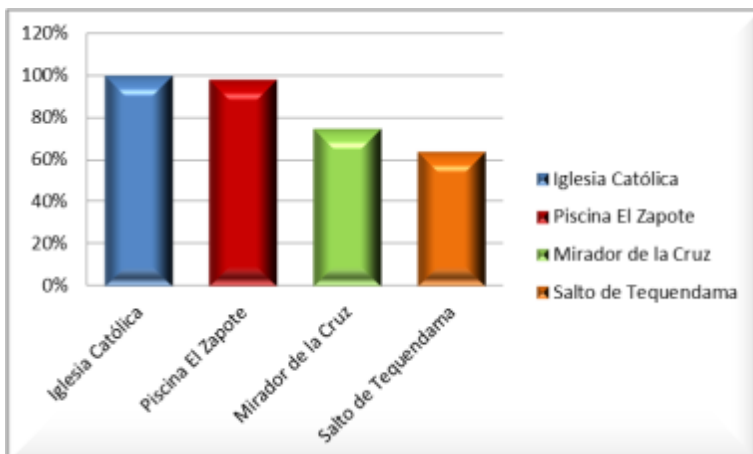
OBJETIVO: Identificar cuáles son los lugares turísticos más visitados según los habitantes del municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N°5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Iglesia Católica	91	100%
Piscina El Zapote	89	98%
Mirador de la Cruz	68	75%
Salto de Tequendama	58	64%

N=91

Gráfico N °5



Interpretación: El 100% de los habitantes manifestaron que del inventario turístico del municipio la Iglesia Católica es la más visitada por su ubicación y religiosidad del pueblo por lo que se considera que el turismo religioso podría ser explotado, la siguiente alternativa turística que se considera más visitada es la piscina el zapote debido a que se puede disfrutar de un clima agradable y pasar momentos de diversión con la familia, de igual forma el mirador de la cruz por la vista panorámica que ofrece hace que se vuelva uno de los favoritos para los turistas y habitantes, Siendo el salto de Tequendama calificado como uno de los mejores atractivos turísticos de la zona no obstante no es visitado con frecuencia por la distancia que se recorre para llegar al lugar.

Pregunta N° 3

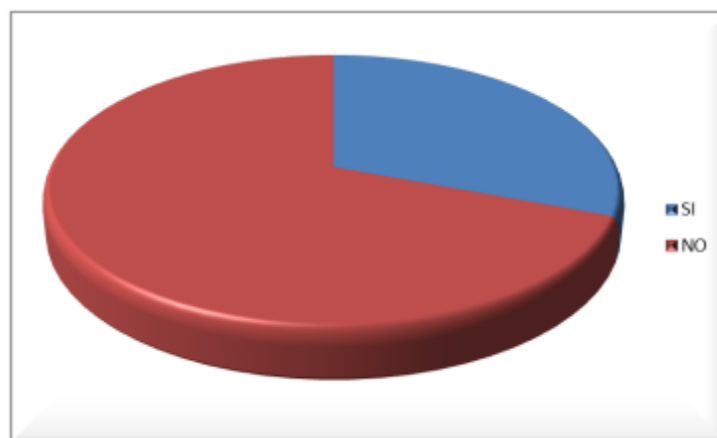
Considera que el municipio tiende a competir en el programa de pueblos vivos

OBJETIVO: Identificar si los habitantes del Municipio apoyan las iniciativas de turismo impulsadas por el gobierno central.

Cuadro N°6

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	31%
NO	63	69%
Total	91	100%

Gráfico N°6



Interpretación: En un 69% de habitantes del municipio de San Pedro Puxtla manifiestan que no cuentan con las condiciones necesarias para poder competir en el programa de pueblos vivos, argumentan que si tienen los atractivos turísticos necesarios, sin embargo estos deben ser remodelados y de esa forma ofrecer una mayor comodidad a los posibles turistas.

Pregunta N° 4

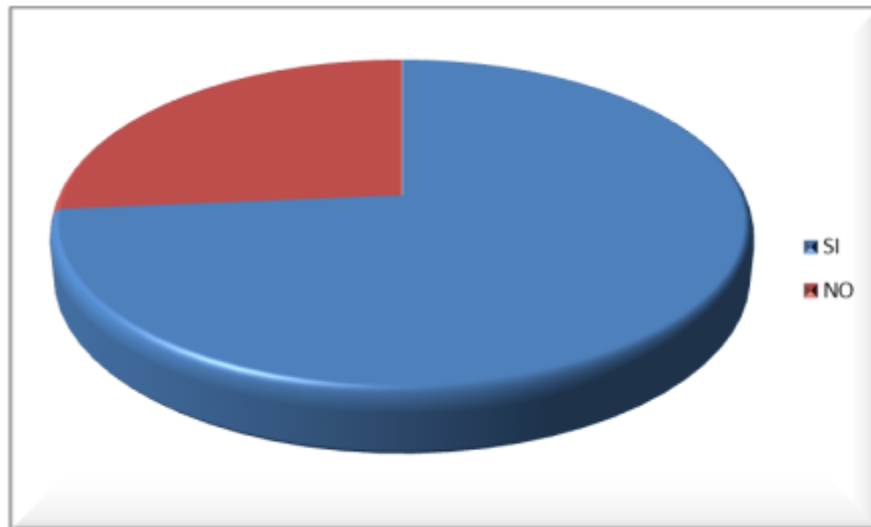
¿Le gustaría ser parte del fomento del turismo en San Pedro Puxtla?

OBJETIVO: Reconocer si los habitantes del municipio cuentan con iniciativa y disponibilidad de formar parte del desarrollo turístico en la zona.

Cuadro N°7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	74%
NO	24	26%
Total	91	100%

Gráfico N°7



Interpretación: Los habitantes entrevistados en su mayoría están conscientes que atraer turismo al municipio representaría un desarrollo económico, social y cultural por lo cual en un 74% acceden a formar parte del fomento de turismo en San Pedro Puxtla, mientras que el 26% restante aunque está de acuerdo con la importancia del fomento del turismo en el municipio no posee el tiempo para participar en la implementación de las estrategias de desarrollo turístico.

Pregunta N° 5

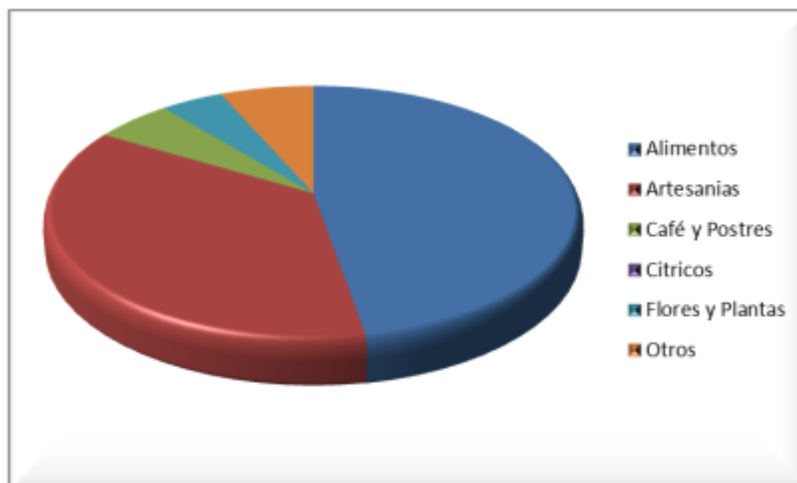
Si tuviera usted la oportunidad de emprender un negocio, ¿Qué tipo de producto ofrecería?

OBJETIVO: Indagar sobre el grado de Emprendedurismo en los habitantes de San Pedro Puxtla y sus preferencias comerciales.

Cuadro N°8

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentos	43	47%
Artesanias	33	36%
Café y Postres	5	5%
Citricos	0	0%
Flores y Plantas	4	4%
Otros	6	7%
Total	91	100%

Gráfico N°8



Interpretación: El 47% de los habitantes del Municipio de San Pedro Puxtla que fueron encuestados inclinan sus preferencias comerciales al área de alimentos puesto que consideran que es un área de fácil posicionamiento en el mercado turístico, seguido por las artesanías con un 36% considerado como un mercado de fácil explotación debido a la riqueza artesanal que se posee en el municipio y por ser un área comercial con oportunidad de desarrollo nuevo ya que hasta el momento nadie la ha explotado.

Pregunta N° 6

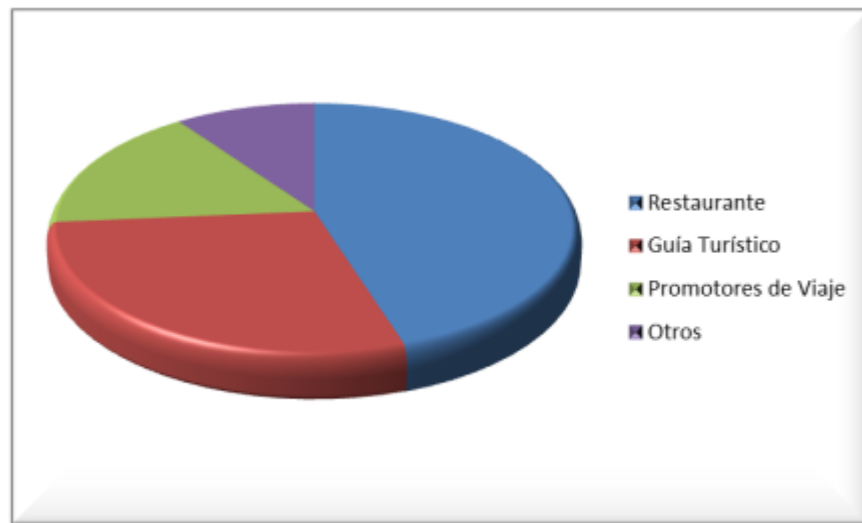
¿Qué tipo de empleo le gustaría tener en San Pedro Puxtla?

OBJETIVO: Analizar las expectativas laborales de los habitantes de San Pedro Puxtla

Cuadro N°9

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante	41	45%
Guía Turístico	26	29%
Promotores de Viaje	15	16%
Otros	9	10%
Total	91	100%

Gráfico N°9



Interpretación: El área de comercio preferente para los habitantes ha sido alimentación, lo cual se encuentra estrechamente ligado a que sus expectativas laborales se direccionan a un restaurante donde ellos puedan ofrecer un servicio de alimentos adecuado para turistas y habitantes, así mismo se determina que los habitantes están dispuestos a trabajar en empleos que están intrínsecamente ligados al turismo debido a que son nativos del municipio por lo que pueden ofrecer una visión más amplia del inventario turístico a los visitantes.

Pregunta N° 7

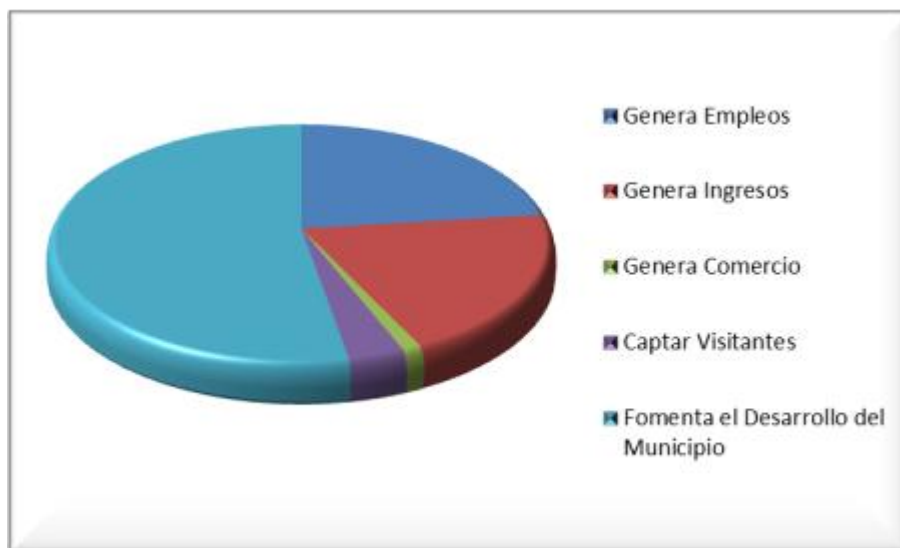
¿Porque considera importante el turismo?

OBJETIVO: Investigar sobre el punto de vista que tienen los habitantes con respecto al desarrollo turístico

Cuadro N°10

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Genera Empleos	21	23%
Genera Ingresos	18	20%
Genera Comercio	1	1%
Captar Visitantes	3	3%
Fomenta el Desarrollo del Municipio	48	53%
Total	91	100%

Gráfico N°10



Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que el 53% de los habitantes encuestados consideran que el turismo le genera desarrollo económico, cultural y social al municipio y como consecuencia de ello desencadenaría la generación de empleos e ingresos.

Pregunta N° 8

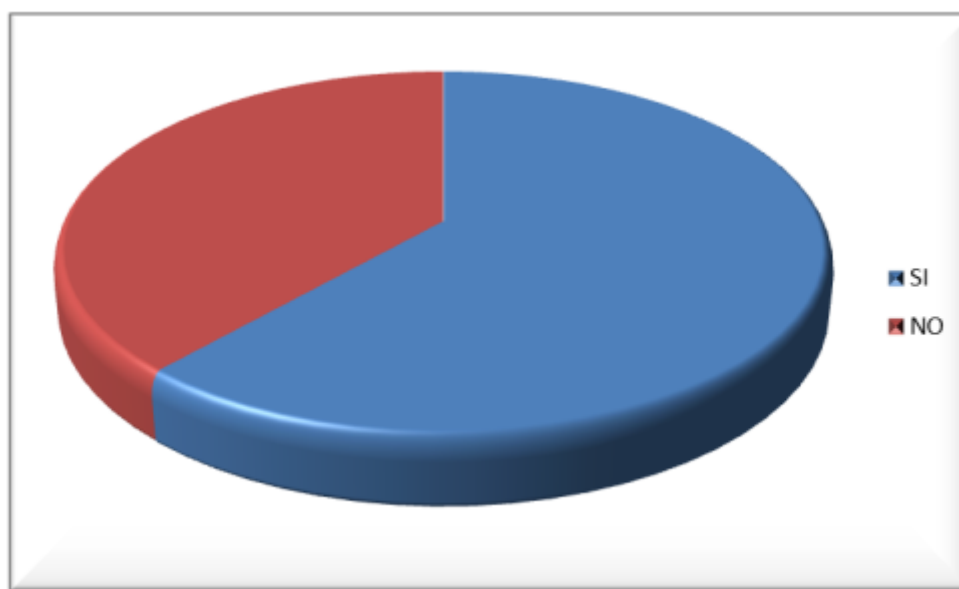
¿Estaría usted dispuesto a formar parte de algún comité para el desarrollo turístico del municipio de San Pedro Puxtla?

OBJETIVO: Conocer el grado de participación en actividades turísticas por parte de los habitantes del municipio.

Cuadro N°11

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	62%
NO	35	38%
Total	91	100%

Gráfico N°11



Interpretación: Los habitantes del Municipio en un 62% acceden a formar parte de un comité que contribuya a fomentar turismo en la zona y de esa manera generar empleos e ingresos dando como resultado una mejora en la calidad de vida de los habitantes.

Pregunta N° 9

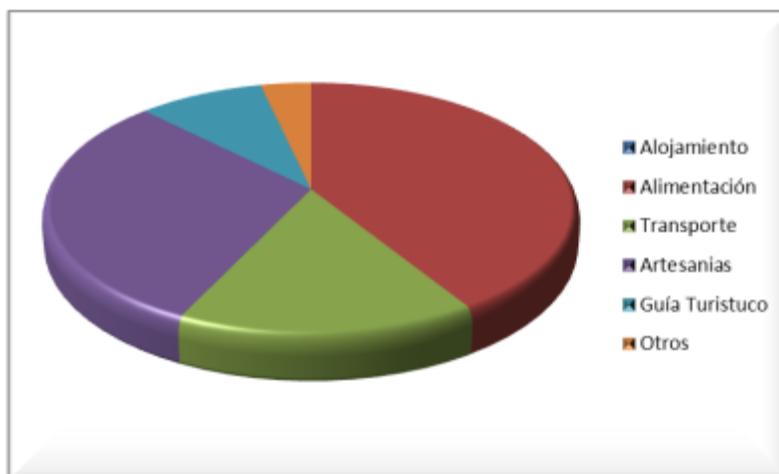
¿De los siguientes comités de turismo en cual le gustaría participar?

OBJETIVO: Conocer los grupos de interés a los cuales los habitantes del municipio les gustaría pertenecer para fomentar el turismo.

Cuadro N°12

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alojamiento	0	0%
Alimentación	23	41%
Transporte	9	16%
Artesanías	17	30%
Guía Turístico	5	9%
Otros	2	4%
Total	56	100%

Gráfico N°12



Interpretación: Con el resultado de habitantes que desean participar en un comité para fomentar el turismo el 41% se inclina a participar en comité de Alimentación prestando este servicio a turistas y habitantes ya que existe gran variedad de comida típica de nuestro país y han identificado una demanda alta de la misma, como segunda opción consideran los comités de artesanías por tener las habilidades manuales y los recursos para explotar este mercado que es de gran atracción para los visitantes.

Pregunta N° 10

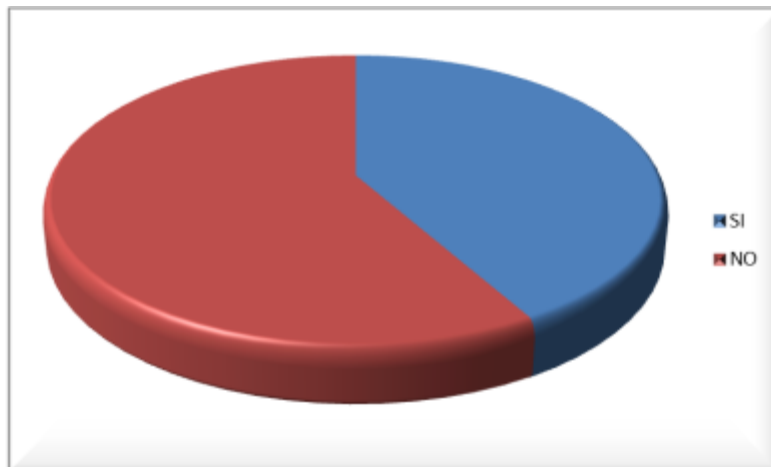
Según su punto de vista, ¿El Municipio de San Pedro Puxtla cuenta con las condiciones necesarias para explotar el turismo en la Zona?

OBJETIVO: Indagar sobre las condiciones físicas del inventario turístico que posee el municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N°13

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	38	42%
NO	53	58%
Total	91	100%

Gráfico N°13



Interpretación: Los habitantes encuestados en un 58% consideran que el municipio no cuenta con las condiciones necesarias para impulsar el turismo, pese a que poseen un inventario turístico atractivo para los visitantes estos no cuentan con lo que la demanda turística desea, el 42% restante considera que la belleza del municipio es suficiente para el desarrollo del turismo en San Pedro Puxtla sin embargo están conscientes que se deben realizar ciertos cambios a los sitios turísticos para hacerlos más atractivos.

Pregunta N° 11

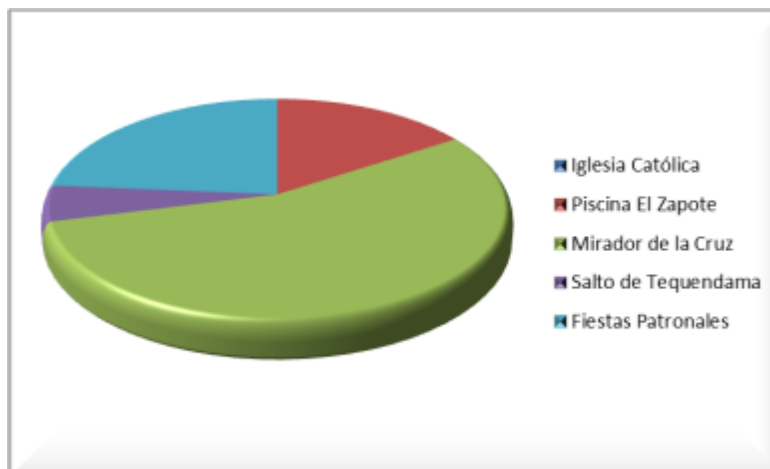
¿Cuáles considera que son los principales atractivos turísticos para los visitantes?

OBJETIVO: Identificar los principales atractivos turísticos del municipio de San Pedro Puxtla

Cuadro N°14

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Iglesia Católica	0	0%
Poza El Zapote	6	16%
Mirador de la Cruz	21	55%
Salto de Tequendama	2	5%
Fiestas Patronales	9	24%
Total	38	100%

Gráfico N°14



Interpretación: Para la población encuestada que indicaron que consideran que el municipio está listo para impulsar el turismo, se consultó cual consideraban como el principal atractivo turístico, a lo que un 55% respondió que es el mirador de la cruz por la belleza panorámica que ofrece y el clima agradable que se puede disfrutar en el lugar, la segunda opción a visitar es las Fiestas patronales ya que comentan que se realizan diversas actividades como Jaripeo, mercadito de alimentos entre otros que resultan ser muy llamativos para los visitantes, la siguiente opción a disfrutar es la poza el zapote que ofrece un ambiente familiar y un clima tropical la opción menos llamativa para los visitantes es el Salto de Tequendama no por falta de belleza sino por la distancia a la que se encuentra del pueblo.

Pregunta N° 12

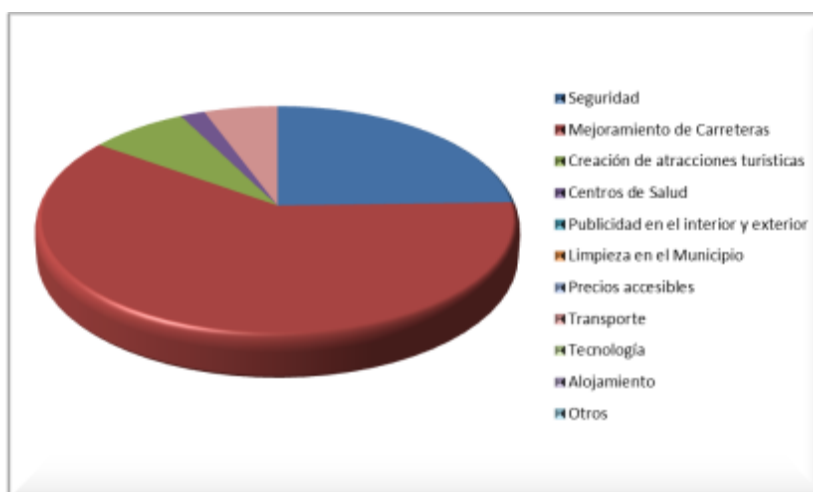
A su punto de vista, ¿Qué aspectos deben mejorarse en el municipio de San Pedro Puxtla para atraer un mayor número de turistas?

OBJETIVO: Identificar aspectos a mejorar en el municipio para impulsar el desarrollo turístico en la zona.

Cuadro N°15

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	13	25%
Mejoramiento de Carreteras	32	60%
Creación de atracciones turísticas	4	8%
Centros de Salud	1	2%
Publicidad en el interior y exterior	0	0%
Limpieza en el Municipio	0	0%
Precios accesibles	0	0%
Transporte	3	6%
Tecnología	0	0%
Alojamiento	0	0%
Otros	0	0%
Total	53	100%

Gráfico N°15



Interpretación: De los habitantes encuestados el 58% consideró que el municipio no se encuentra en condiciones de impulsar el turismo en la zona, y dentro de los aspectos que se deben mejorar un 60% de ellos indicó que debería realizarse un mejoramiento de carreteras ya que el pueblo está conectado solamente por una vía de transporte como entrada y salida del pueblo que hace que la llegada al mismo sea complicada para habitantes y turistas, consideran también que otro aspecto primordial para el desarrollo turístico es la condición de seguridad para crear mayor confianza a los visitantes.

Pregunta N° 13

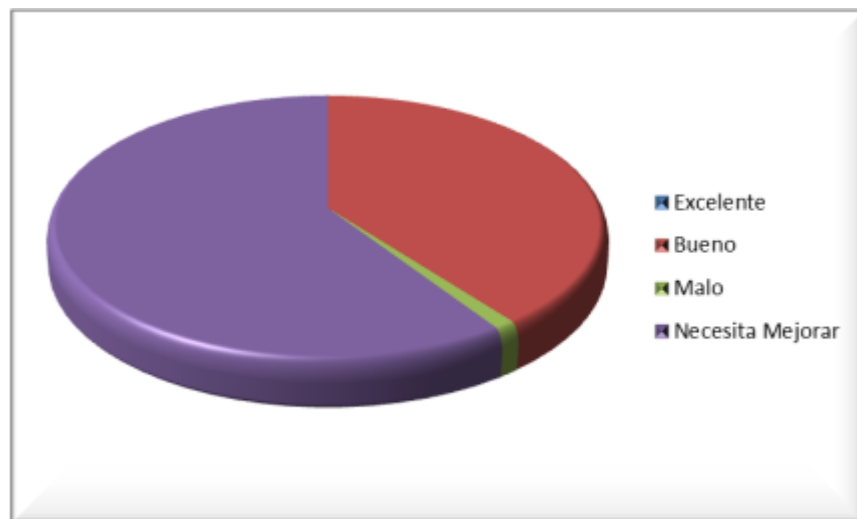
Según su criterio, ¿cómo calificaría el estado de los atractivos turísticos del Municipio?

OBJETIVO: Realizar una evaluación del estado físico del inventario turístico de municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N°16

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Bueno	36	40%
Malo	1	1%
Necesita Mejorar	54	59%
Total	91	100%

Gráfico N°16



Interpretación: Los habitantes del Municipio consideran en un 59% que se necesita mejorar ya que comentan que a pesar de tener sitios turísticos que puedan ofrecer a la demanda turística aún les falta remodelación y mantenimiento para lograr atraer mayor cantidad de turistas, un 40% de las personas encuestadas en caso contrario consideran que las condiciones son buenas ya que son accesibles y proveen de un ambiente recreativo para sus visitantes.

Pregunta N° 14

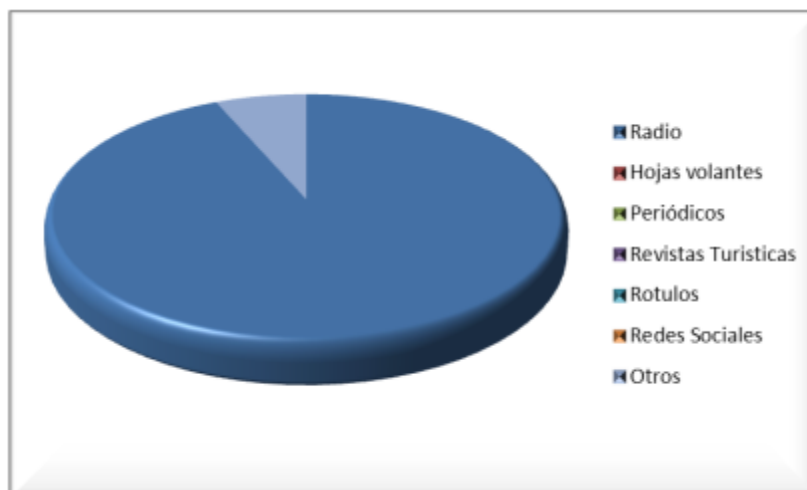
¿Qué tipo de publicidad conoce que actualmente se esté haciendo para promover el turismo en el municipio?

OBJETIVO: Indagar sobre los tipos de publicidad empleados para promover el turismo en el municipio.

Cuadro N°17

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	85	93%
Hojas volantes	0	0%
Periódicos	0	0%
Revistas Turísticas	0	0%
Rotulos	0	0%
Redes Sociales	0	0%
Otros	6	7%
Total	91	100%

Gráfico N°17



Interpretación: Actualmente la forma en que el Municipio de San Pedro Puxtla promueve el turismo en la zona es a través de espacios radiales ya que cuentan con la apoyo del alcalde para realizarlo por este medio, comentan también que otro medio utilizado aunque con menor frecuencia es anunciar las actividades con de megáfono en todo el municipio.

Pregunta N° 15

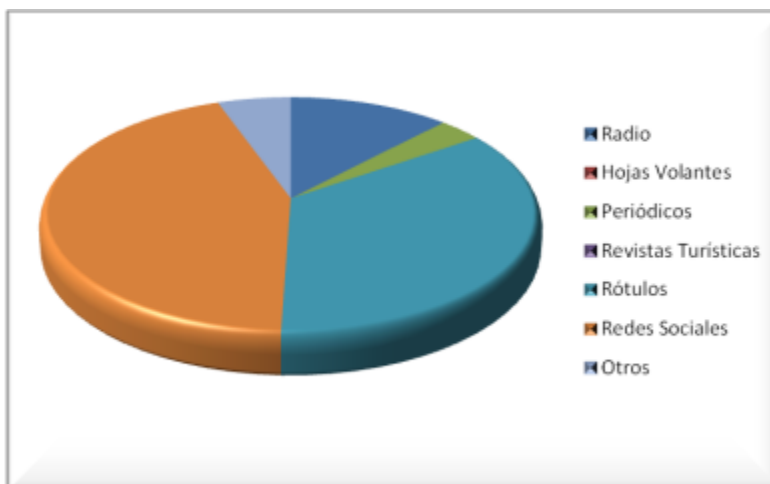
¿Qué tipo de propaganda considera usted que debería hacer la alcaldía para incrementar la afluencia de turistas en el municipio?

OBJETIVO: Definir los medios de publicidad y propaganda adecuados para la atracción de turistas al municipio.

Cuadro N°18

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	11	12%
Hojas Volantes	0	0%
Periódicos	3	3%
Revistas Turísticas	0	0%
Rótulos	32	36%
Redes Sociales	40	44%
Otros	5	5%
Total	91	100%

Gráfico N°18



Interpretación: Al encuestar a los habitantes del casco urbano de San Pedro Puxtla consideran que al hacer publicidad al municipio debería de realizarse a través de redes sociales y rótulos ya que en su opinión son medios muy populares y de gran magnitud, seguido de anuncios en radio para identificar los atractivos de la zona.

Pregunta N° 16

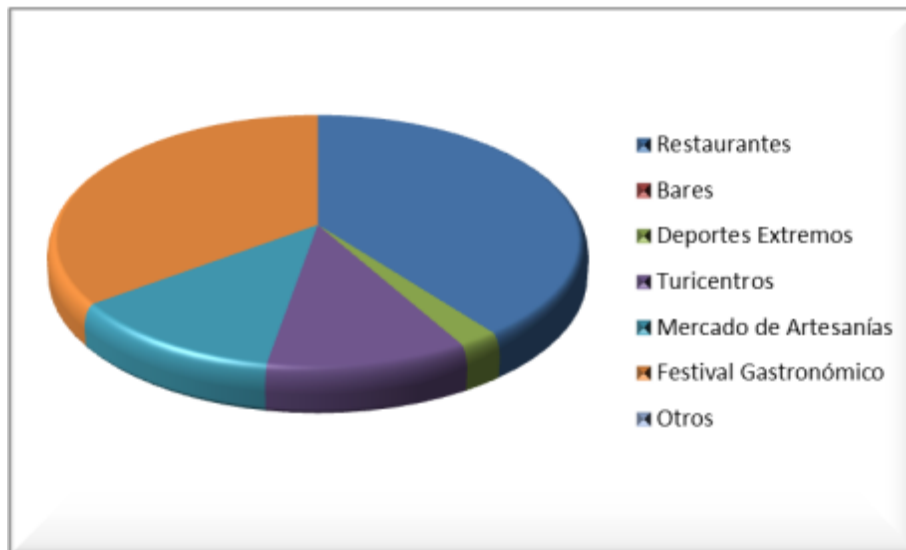
En su opinión que actividades debería de realizar la alcaldía para aumentar la afluencia de turistas en el municipio:

OBJETIVO: Identificar las posibles actividades que se deben realizar para incrementar la demanda turística

Cuadro N°19

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurantes	36	40%
Bares	0	0%
Deportes Extremos	2	2%
Turicentros	10	11%
Mercado de Artesanías	11	12%
Festival Gastronómico	32	35%
Otros	0	0%
Total	91	100%

Gráfico N°19



Interpretación: De acuerdo a la tendencia reflejada por los habitantes del Casco Urbano de San Pedro Puxtla se inclinan al área de alimentación un 40% se muestran interesados en actividades en restaurantes y el 35% a festivales gastronómicos ya que para ellos es considerado un rubro de amplia demanda y fácil explotación.

Pregunta N° 17

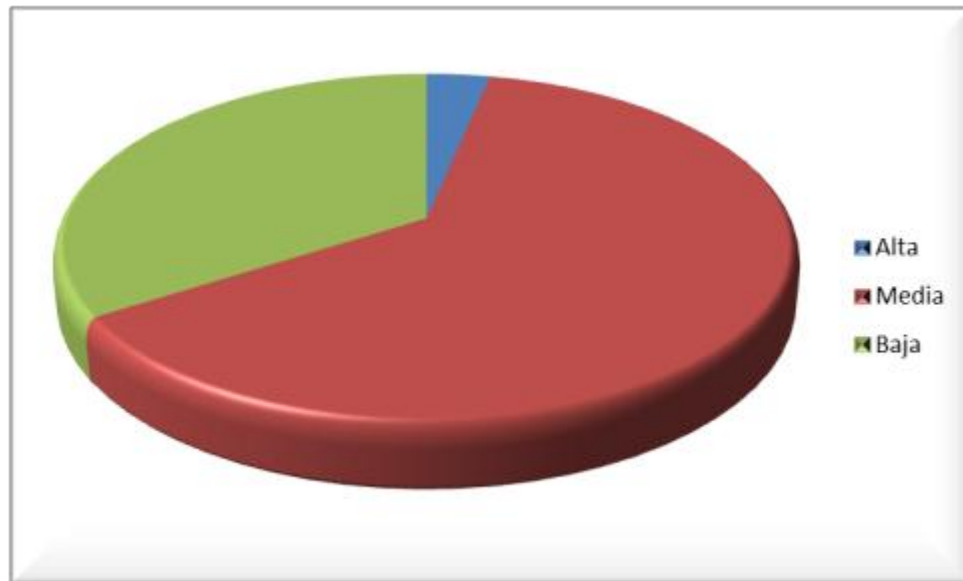
¿Cómo considera la afluencia de las visitas de turistas al Municipio de San Pedro Puxtla?

OBJETIVO: Conocer la afluencia de visitantes al Municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N°20

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	3	3%
Media	57	63%
Baja	31	34%
Total	91	100%

Gráfico N°20



Interpretación: De acuerdo con los habitantes encuestados acuerdan en un 63% que la afluencia de turistas es media, considerando en un 34% que la afluencia de turistas es baja, no obstante dichos habitantes están de acuerdo en fomentar el turismo para lograr alcanzar un demanda turística alta.

Pregunta N° 18

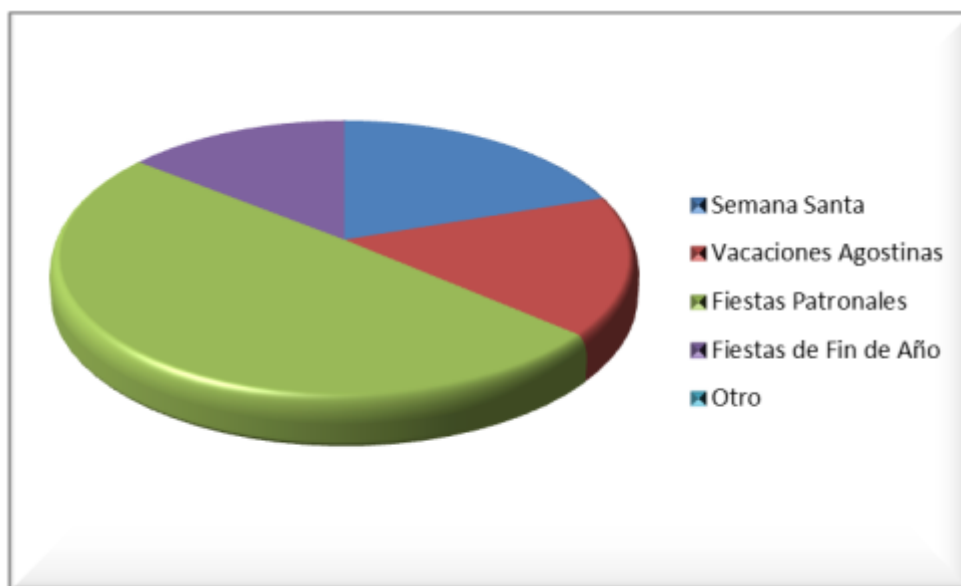
¿En qué época del año observa la mayor afluencia de turistas?

OBJETIVO: Identificar las fechas o épocas en que se tiene mayor número de visitas turísticas en el municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N°21

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semana Santa	18	20%
Vacaciones Agostinas	15	16%
Fiestas Patronales	45	49%
Fiestas de Fin de Año	13	14%
Otro	0	0%
Total	91	100%

Gráfico N°21



Interpretación: Debido a que San Pedro Puxtla realiza actividades de Jaripeo, Mercado de alimentos entre otros reciben mayor número de turistas en sus fiestas patronales pues se vuelven actividades de gran atracción para los habitantes y turistas, luego se encuentran a un mismo nivel en semana santa, vacaciones agostinas y fiestas de fin de año ya que son épocas que el municipio celebra ofreciendo un ambiente alegre y familiar.

Pregunta N° 19

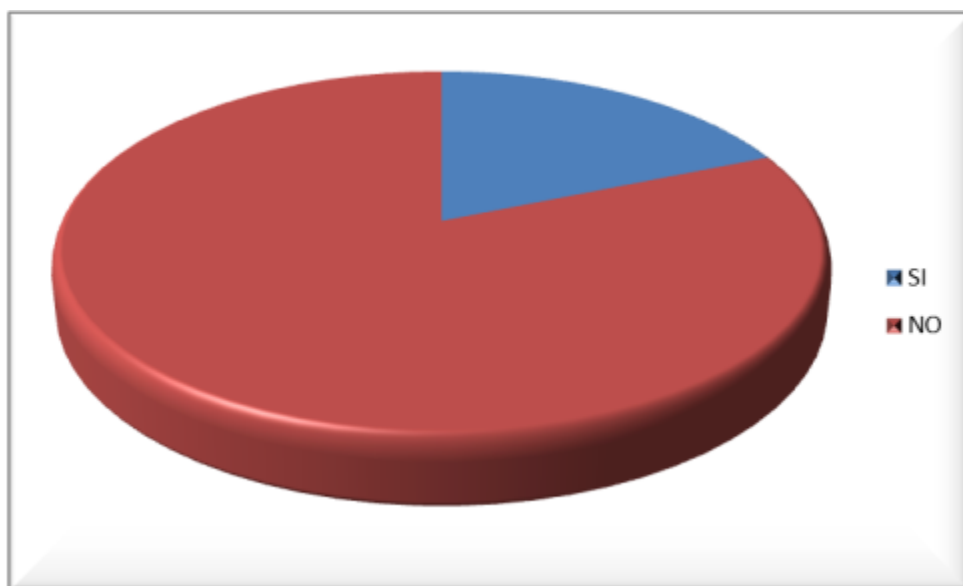
¿Considera que el Municipio cuenta con personas capacitadas para atender la demanda turística?

OBJETIVO: Identificar si existen personas capacitadas para atender la demanda turística en la zona.

Cuadro N°22

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	19%
NO	74	81%
Total	91	100%

Gráfico N°22



Interpretación: Debido a que los niveles de escolaridad en los Habitantes del Municipio de San Pedro Puxtla en su mayoría están en un nivel básico consideran que se debe brindar capacitaciones que les proporcionen las competencias necesarias para la recepción de turistas.

Pregunta N° 20

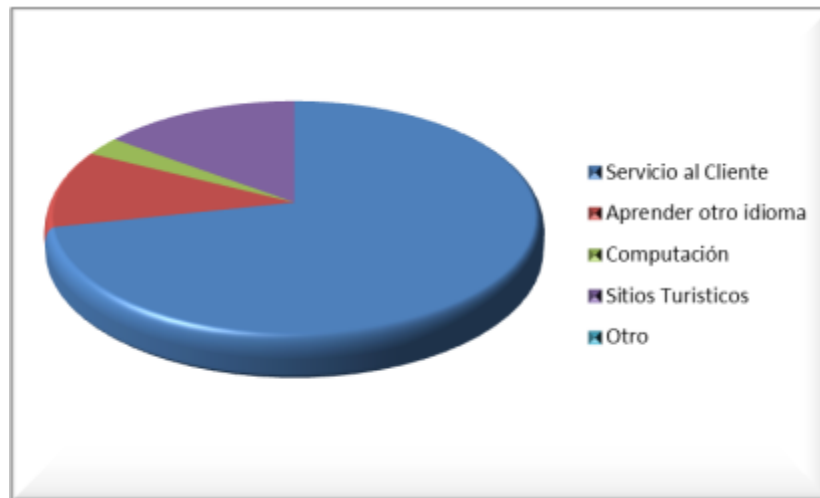
¿En qué aspectos considera que deben de capacitarse a las personas designadas para la atención de los turistas?

OBJETIVO: Determinar los grupos de aprendizaje que deben implementarse para capacitar a los habitantes

Cuadro N°23

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio al Cliente	53	72%
Aprender otro idioma	8	11%
Computación	2	3%
Sitios Turísticos	11	15%
Otro	0	0%
Total	74	100%

Gráfico N°23



Interpretación: De los habitantes encuestados que afirman que la población del municipio no cuenta con las personas capacitadas para atender la demanda turística, el 72% opina que la atención al cliente es de vital importancia a la hora de fomentar el turismo en el San Pedro Puxtla, de igual manera en menor proporción considera que los habitantes puedan brindar la información adecuada sobre la historia de los sitios turísticos a los visitantes del mismo.

Pregunta N° 21

Considera que los precios establecidos de las actividades turísticas en San Pedro Puxtla son: Altos, Correctos o Bajos

OBJETIVO: Definir si los precios establecidos son considerados correctos de acuerdo al producto turístico que se ofrece.

Cuadro N°24

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	0	0%
Correctos	2	2%
Bajos	89	98%
Total	91	100%

Gráfico N°24



Interpretación: Los habitantes del casco urbano de San Pedro Puxtla consideran que los precios establecidos a los atractivos turísticos del municipio son bajos, sin embargo están conscientes de que son adecuados ya que los mismos no se encuentran en un buen estado.

ANEXO 3

(CUESTIONARIO DIRIGIDO A TURISTAS DE LOS
MUNICIPIOS DE APANECA, CONCEPCIÓN DE ATACO Y
AHUACHAPÁN)



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TURISTAS DE Los DEPARTAMENTOS DE AHUACHAPÁN ESPECIFICAMENTE DE LOS SITIOS TURISTICOS DE APANECA, CONCEPCIÓN DE ATACO Y JUAYUA.

Estimado/a Señor/a/ita.

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, Estamos realizando una investigación sobre la oferta de servicios turísticos del departamento de Ahuachapán, la información que nos brinde será utilizada única y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

Pregunta N° 1

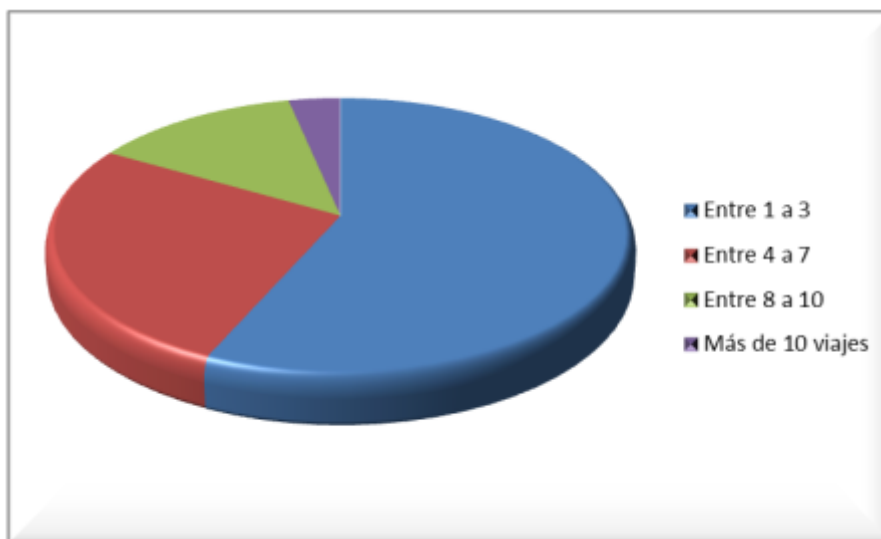
¿Cuál es el número aproximado de viajes a destinos turísticos nacionales que realiza en un año?

OBJETIVO: Conocer la frecuencia de viajes realizada en un año por turistas a zonas nacionales

Cuadro N°1

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 a 3	17	57%
Entre 4 a 7	8	27%
Entre 8 a 10	4	13%
Más de 10 viajes	1	3%
Total	30	100%

Gráfico N°1



Interpretación: De las personas encuestadas el 57% realiza entre uno a tres viajes al año, en los comentarios brindados por los turistas se identifica que este número se justifica de acuerdo al aprovechamiento de las vacaciones anuales, asimismo el interés por acudir al municipio en las épocas de fiestas ya que consideran que son las temporadas más alegres de la zona en las que pueden compartir con sus familias.

Pregunta N°2

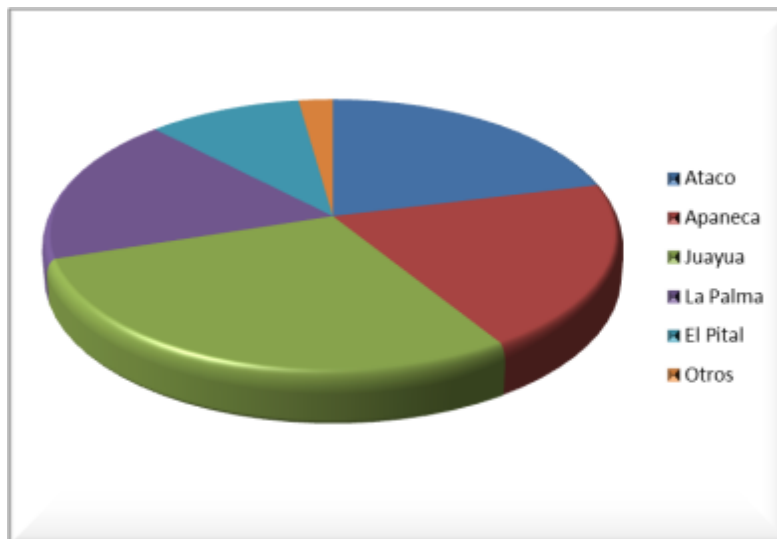
¿Ha viajado a alguno de estos destinos?

OBJETIVO: Identificar los destinos más visitados dentro de los pueblos vivos descritos con características similares al municipio de San Pedro Puxtla.

Cuadro N°2

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ataco	19	63%
Apaneca	18	60%
Juayua	26	87%
La Palma	16	53%
El Pital	9	30%
Otros	2	7%

Gráfico N°2



Interpretación: De acuerdo a los resultados brindados el sitio que tiene mayor afluencia turística es Juayua, seguido de Apaneca y Ataco. Según el sondeo realizado dichos sitios son elegidos por la variedad de actividades que encuentran en estos lugares tales como: Festival gastronómico, Caminata y visita a cascadas, música, entre otros, adicional a eso por el fácil acceso a la zona.

Pregunta N°3

Si marcó alguno de los destinos mencionados, entre las motivaciones por las que viajó a ese/esos destino/s,

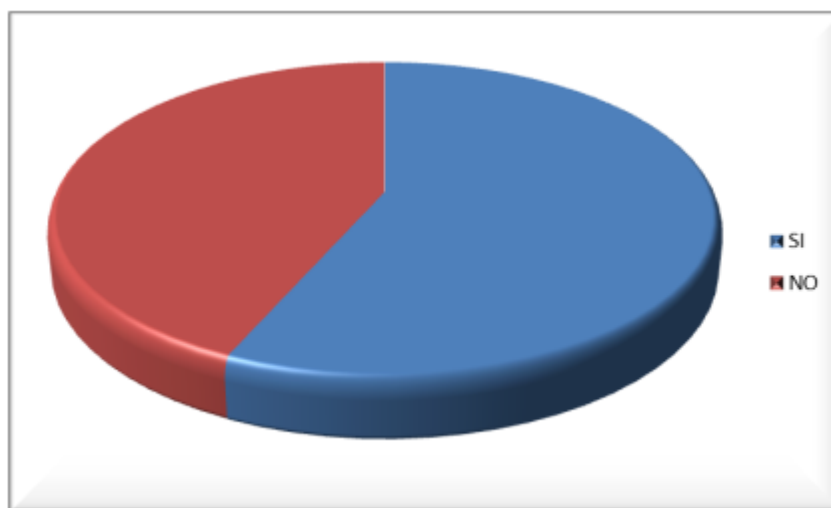
¿Existió alguna razón de tipo medioambiental, de cuidado y respeto por la Naturaleza y las culturas locales?

OBJETIVO: Identificar la importancia que representan las características medioambientales y el cuidado de la naturaleza para los turistas.

Cuadro N°3

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	57%
NO	13	43%
Total	30	100%

Gráfico N°3



Interpretación: Los turistas encuestados indican que el cuidado de la naturaleza y la cultura son un aspecto importante para mantener las características auténticas de las localidades y un factor determinante que les genera interés a la hora de elegir un destino turístico.

Pregunta N°4

El cuidado y respeto por la Naturaleza y las culturas locales; realizar actividades turísticas de bajo impacto ambiental y cultural,

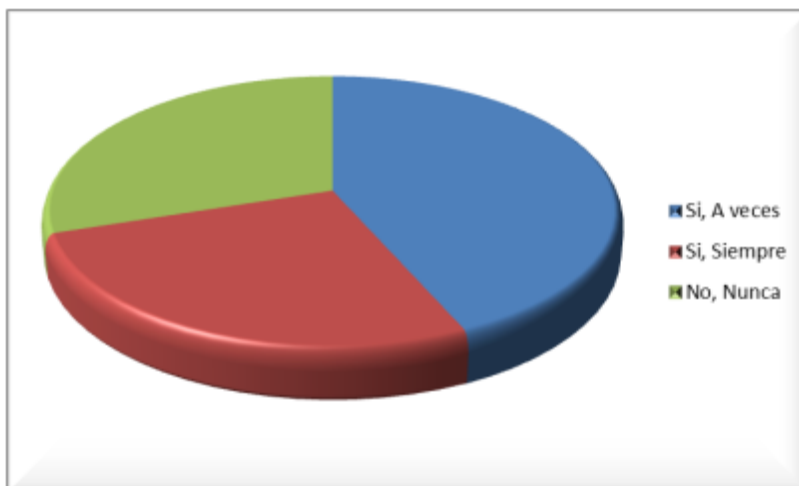
¿Son para Ud. aspectos a tener en cuenta al momento de elegir su destino de vacaciones?

OBJETIVO: Ratificar el compromiso de los turistas con las actividades que tienen bajo impacto ambiental y cultural

Cuadro N°4

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si, A veces	13	43%
Si, Siempre	8	27%
No, Nunca	9	30%
Total	30	100%

Gráfico N°4



Interpretación: Para el 70% de los turistas encuestados mencionan que el cuidado y respeto por la Naturaleza y las culturas locales; al realizar actividades turísticas de bajo impacto ambiental y cultural son un aspecto a considerar cuando seleccionan el lugar de destino para sus vacaciones reafirmando que están a beneficio del cuidado del medio ambiente.

Pregunta N° 5

Por favor seleccione tres destinos de la siguiente lista que le gustaría visitar

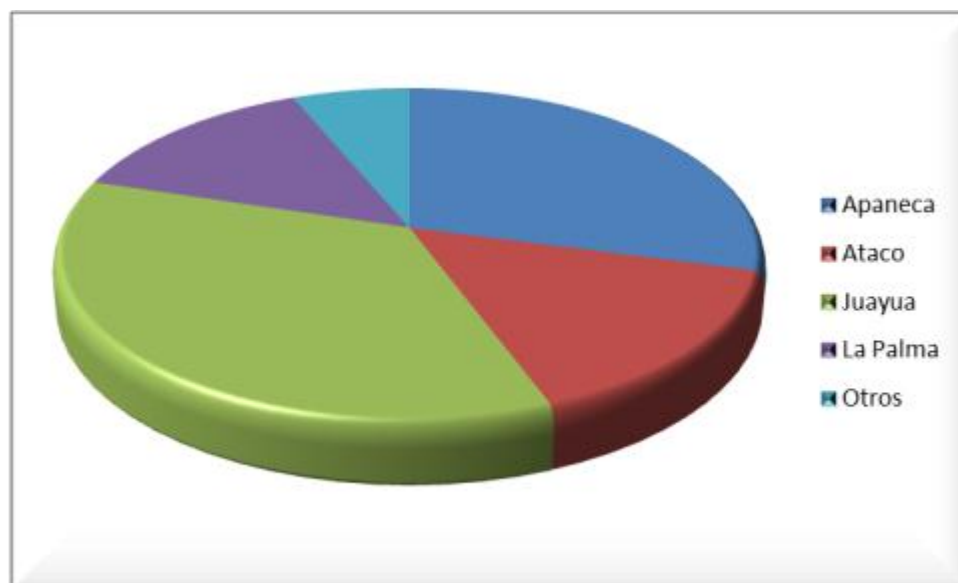
OBJETIVO: Conocer los destinos turísticos más atractivos para los visitantes e identificar las preferencias de los encuestados.

Cuadro N°5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Apaneca	23	77%
Ataco	12	40%
Juayua	28	93%
La Palma	11	37%
Otros	5	17%

N=30

Gráfico N°5



Interpretación: El 93% de la población encuestada posee una tendencia a visitar sitios turísticos en los cuales encuentran gastronomía salvadoreña en tal caso el destino turístico más atractivo para ellos es Juayua seguido de Apaneca y Ataco por la accesibilidad de los lugares, el clima y el aporte cultural que ofrecen.

Pregunta N°6

Entre las razones por las que eligió esos destinos, ¿puede identificar alguna/s de las siguientes?

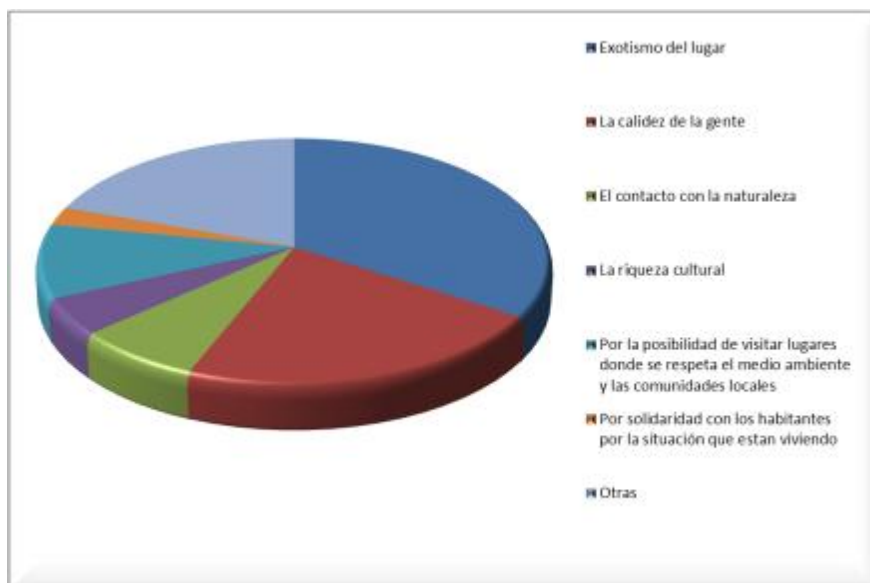
OBJETIVO: Profundizar las razones que influyen en la elección de los sitios turísticos a visitar

Cuadro N°6

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Exotismo del lugar	14	47%
La calidez de la gente	9	30%
El contacto con la naturaleza	3	10%
La riqueza cultural	2	7%
Por la posibilidad de visitar lugares donde se respeta el medio ambiente y las comunidades locales	4	13%
Por solidaridad con los habitantes por la situación que están viviendo	1	3%
Otras	8	27%

N=30

Gráfico N°6



Interpretación: Para los turistas un motivo determinante en la elección de los lugares a visitar es el exotismo del lugar y la calidez de la gente lo cual lo traducen en la amabilidad, alegría y entusiasmo de los habitantes, otra de las razones más influyentes es el contacto con la naturaleza pues buscan un lugar diferente al que habitualmente se rodean.

Pregunta N°7

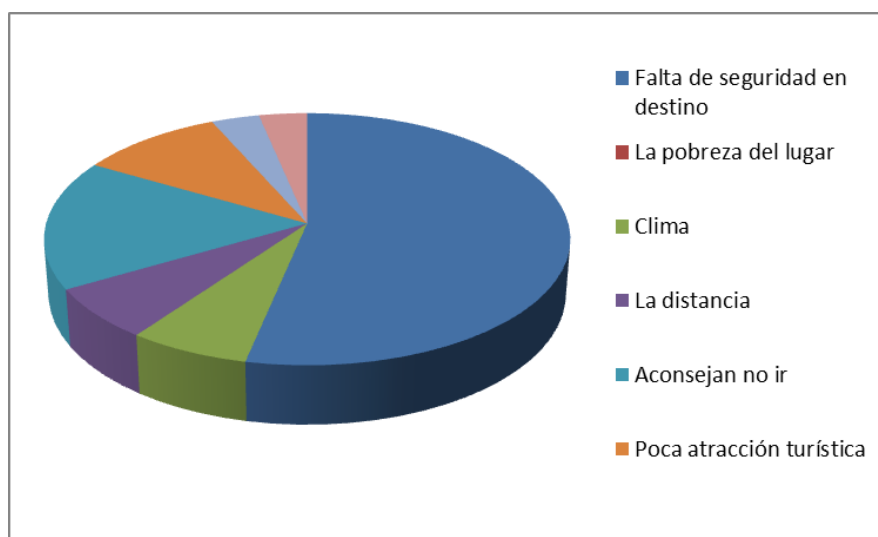
Cuál sería la razón principal por las que descartaría algún destino de la lista

OBJETIVO: Conocer que aspectos que hacen que un lugar turístico sea descartado por los visitantes.

Cuadro N°7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de seguridad en destino	16	53%
La pobreza del lugar	0	0%
Clima	2	7%
La distancia	2	7%
Aconsejan no ir	5	17%
Poca atracción turística	3	10%
Precio del pasaje	1	3%
No me atrae	1	3%
Otras	0	0%
Total	30	100%

Gráfico N°7



Interpretación: Un aspecto de trascendental importancia para los turistas encuestados es la seguridad ya que comentan que la situación actual representa mucha delincuencia y riesgo para los visitantes por lo que buscan lugares en los que puedan disfrutar sin preocuparse por la seguridad de la zona.

Pregunta N° 8

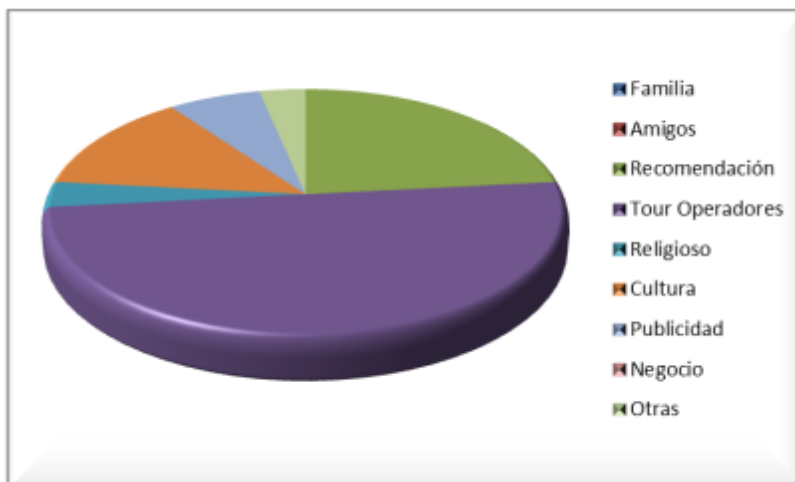
¿Cuál fue el motivo principal de su visita al departamento de Ahuachapán?

OBJETIVO: Identificar las razones que motivan a las visitas del departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°8

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	0	0%
Amigos	0	0%
Recomendación	7	23%
Tour Operadores	15	50%
Religioso	1	3%
Cultura	4	13%
Publicidad	2	7%
Negocio	0	0%
Otras	1	3%
Total	30	100%

Gráfico N°8



Interpretación: El 50% de los turistas encuestados han visitado el departamento de Ahuachapán gracias a tour operadores, asimismo un 23% comenta que su motivación a seleccionar el departamento como destino turístico radica en las recomendaciones de las experiencias de otras personas, concluyendo que más de la mitad despierta su interés según la satisfacción de los visitantes y promoción realizada por el lugar.

Pregunta N°9

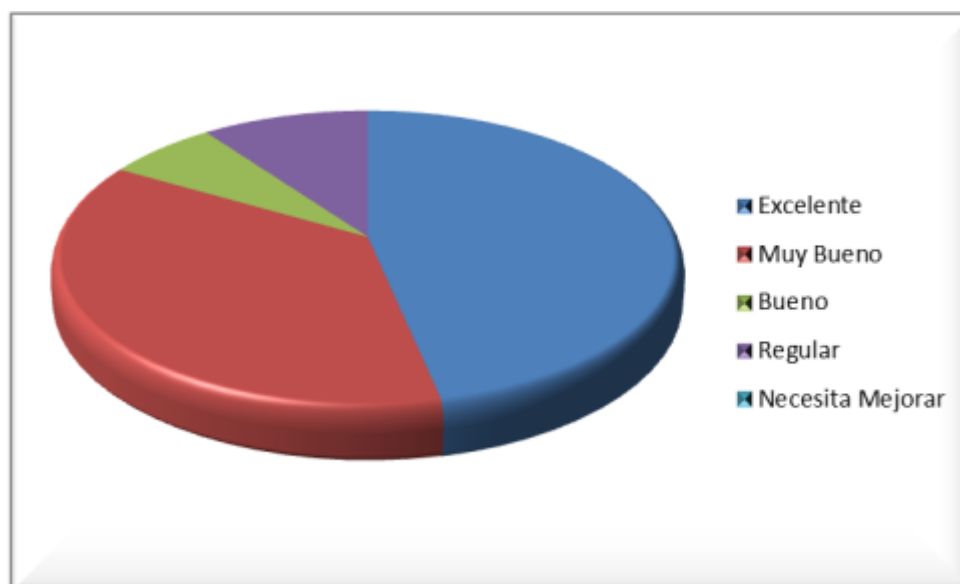
¿Cómo evalúa su paseo por los diferentes lugares turísticos del departamento de Ahuachapán?

OBJETIVO: Conocer la satisfacción de los turistas después de su visita al departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°9

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	14	47%
Muy Bueno	11	37%
Bueno	2	7%
Regular	3	10%
Necesita Mejorar	0	0%
Total	30	100%

Gráfico N°9



Interpretación: Los resultados obtenidos a través de los turistas encuestados reflejan su satisfacción con el lugar pues en más del 84% lo califican como excelente y muy bueno, motivando así el desarrollo del turismo en las zonas aledañas.

Pregunta N°10

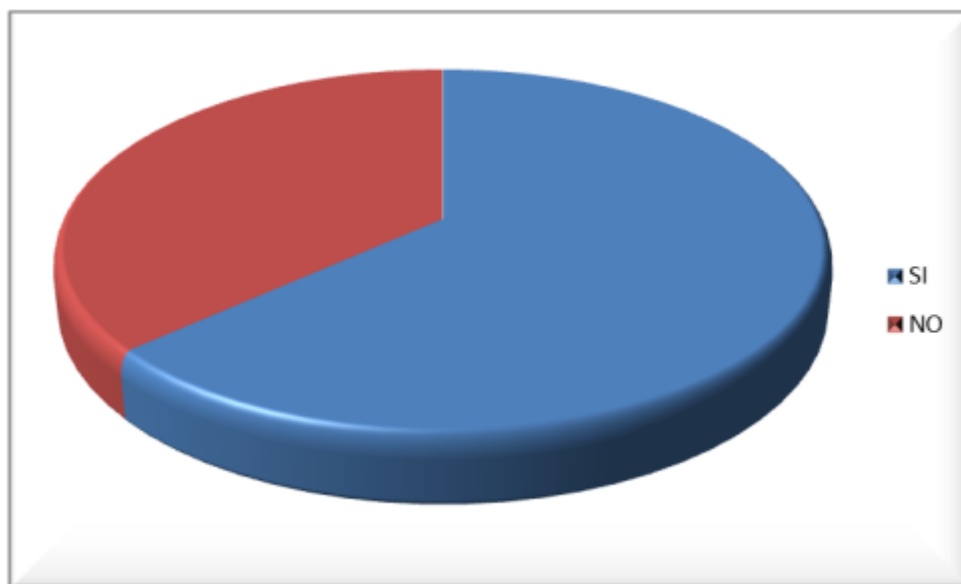
¿Considera usted que el comercio de Ahuachapán se encuentra preparado para la recepción de más turistas en la zona?

OBJETIVO: Identificar la capacidad del departamento de Ahuachapán para la recepción de turistas en cuanto al comercio.

Cuadro N°10

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	63%
NO	11	37%
Total	30	100%

Gráfico N°10



Interpretación: Para el 63% de los turistas encuestados considera que el departamento cuenta con la capacidad estructural y de servicio al cliente para la recepción de más turistas.

Pregunta N°11

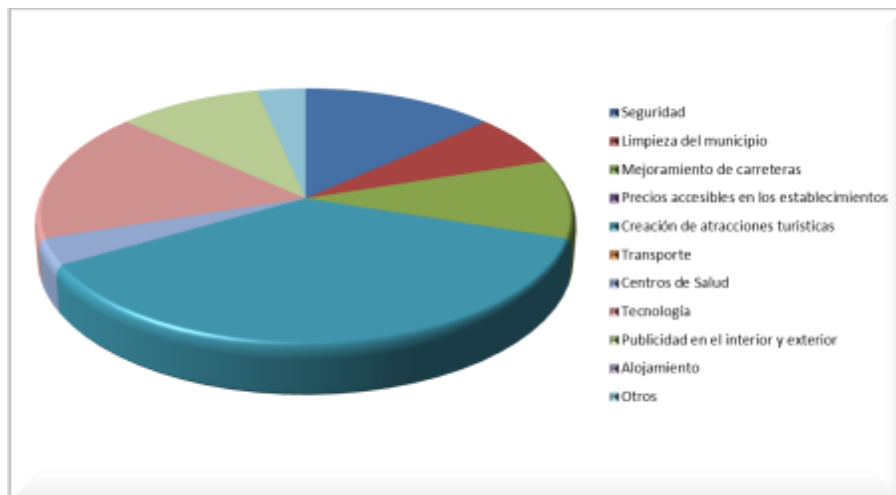
¿En qué aspecto brindaría sugerencias de mejora al departamento de Ahuachapán?

OBJETIVO: Identificar los puntos de mejora para que el departamento sea un atractivo para los turistas de la zona.

Cuadro N°11

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	4	13%
Limpieza del municipio	2	7%
Mejoramiento de carreteras	3	10%
Precios accesibles en los establecimientos	0	0%
Creación de atracciones turísticas	11	37%
Transporte	0	0%
Centros de Salud	1	3%
Tecnología	5	17%
Publicidad en el interior y exterior	3	10%
Alojamiento	0	0%
Otros	1	3%
Total	30	100%

Gráfico N°11



Interpretación: El 37% de los turistas encuestados consideran que uno de los aspectos a trabajar es la creación de atracciones turísticas, comentan que actualmente son tradicionales y de interés pero consideran que para poder mejorar se podrían innovar y diversificar las actividades.

Pregunta N°12

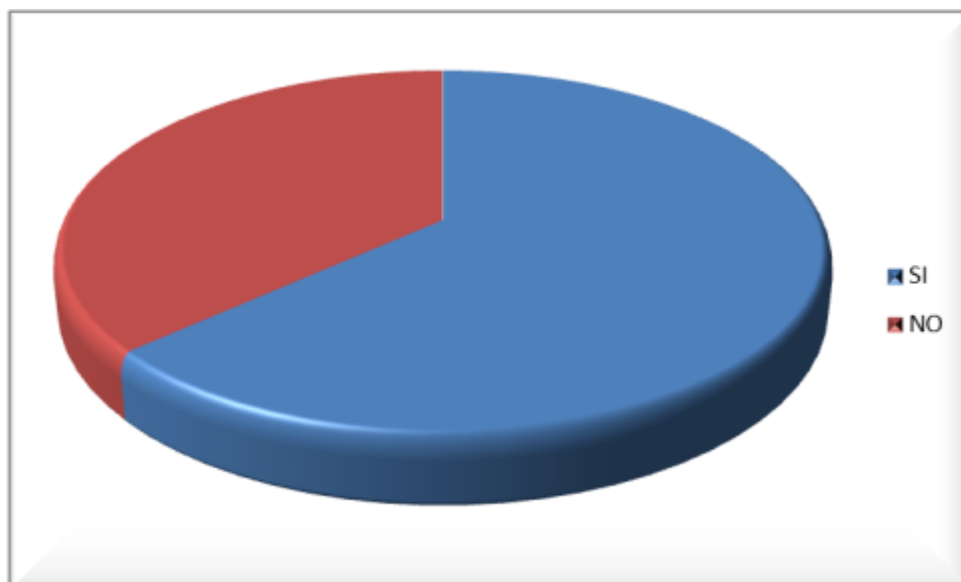
En términos generales, ¿Su visita al departamento de Ahuachapán ha sido satisfactoria en cuanto a su expectativa turística?

OBJETIVO: Conocer si la expectativa turística ha sido satisfactoria para los visitantes

Cuadro N°12

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	63%
NO	11	37%
Total	30	100%

Gráfico N°12



Interpretación: Para el 63% de los turistas encuestados el municipio del departamento de Ahuachapán cumplió las expectativas que tenían en el momento de la visita ya que comentan que la ubicación de los diferentes destinos turísticos, los precios y la calidez de la gente son excelentes.

Pregunta N°13

¿Cuáles son los atractivos que más le han gustado del departamento de Ahuachapán?

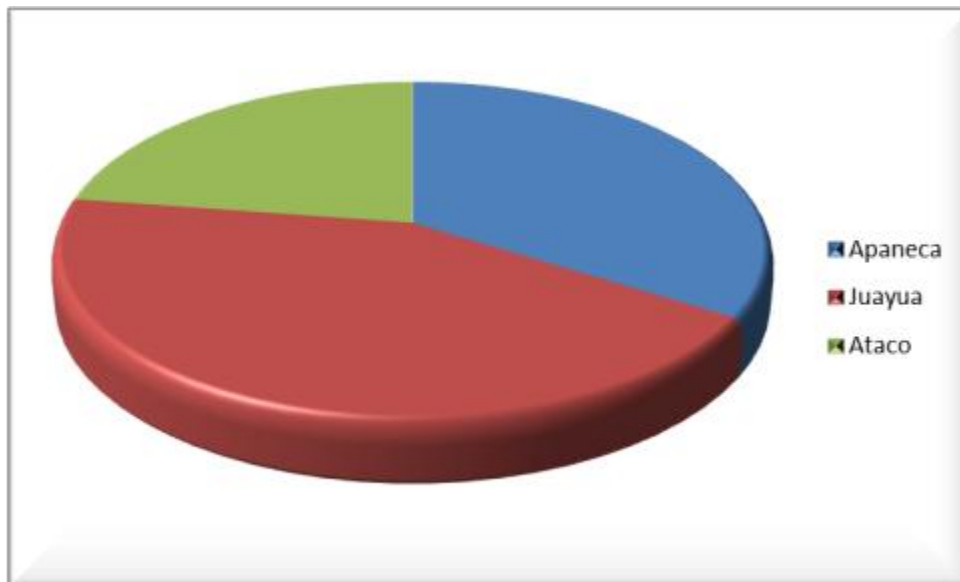
OBJETIVO: Identificar los destinos turísticos más atractivos dentro del departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°13

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Apaneca	18	60%
Juayua	23	77%
Ataco	12	40%

N=30

Gráfico N°13



Interpretación: El sitio turístico de mayor preferencia para los visitantes es Juayua por su calidez, el festival gastronómico y la diversidad de actividades que ofrece, Apaneca es otra de las opciones preferidas para los turistas por su agradable clima y las artesanías que ofrece el lugar.

Pregunta N°14

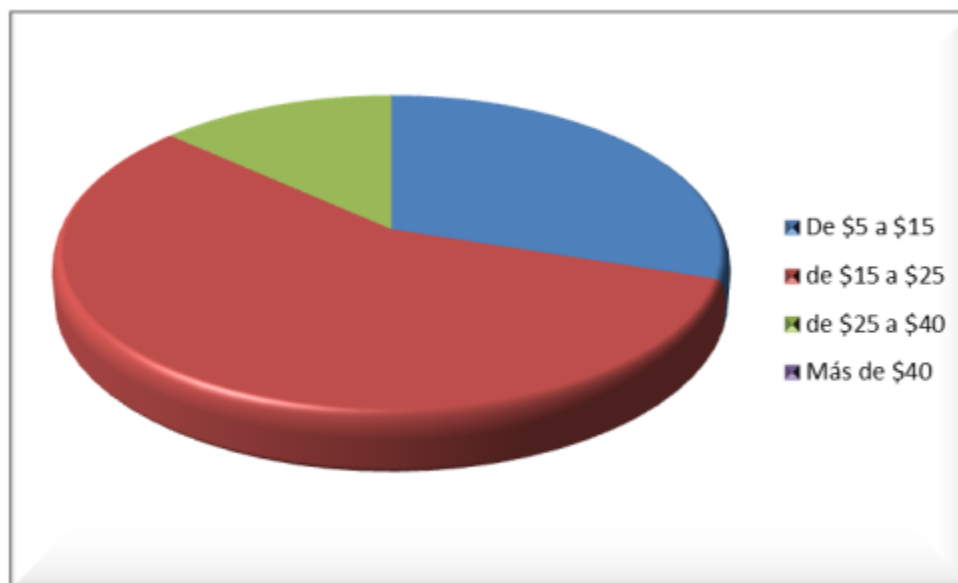
¿Cuánto dinero gastó por persona en su visita al departamento de Ahuachapán?

OBJETIVO: Conocer el gasto real por persona que destinan para una visita al departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°14

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$5 a \$15	9	30%
de \$15 a \$25	17	57%
de \$25 a \$40	4	13%
Más de \$40	0	0%
Total	30	100%

Gráfico N°14



Interpretación: El promedio del gasto generado por persona se encuentra entre el rango de \$15 a \$25 lo que indica que entre mayor atracción turística mayores ingresos obtendrá el municipio y por consiguiente un crecimiento en la economía del mismo.

Pregunta N°15

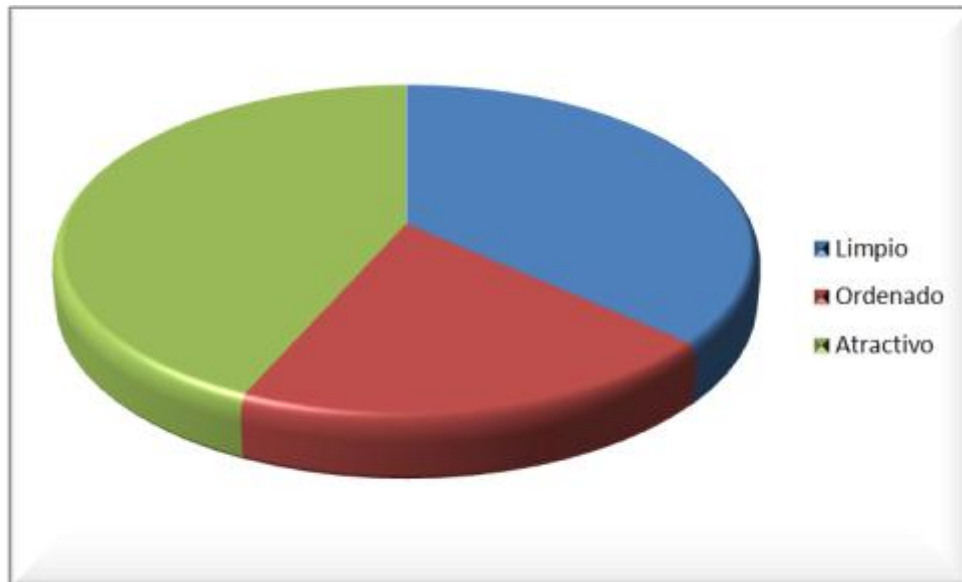
Según su criterio, ¿Cuál es la característica principal del departamento de Ahuachapán?

OBJETIVO: Conocer la perspectiva de los turistas sobre el departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°15

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpio	11	37%
Ordenado	6	20%
Atractivo	13	43%
Total	30	100%

Gráfico N°15



Interpretación: Los turistas caracterizan al municipio como atractivo, el 43% de las personas encuestadas indican que el departamento es de mucho interés debido a que los precios que ofrecen son justos y cuenta con varios destinos ecológicos, además es muy limpio ya que tienen ubicados recipientes para los desechos y en áreas públicas se mantiene una condición de aseo y cuidado.

Pregunta N°16

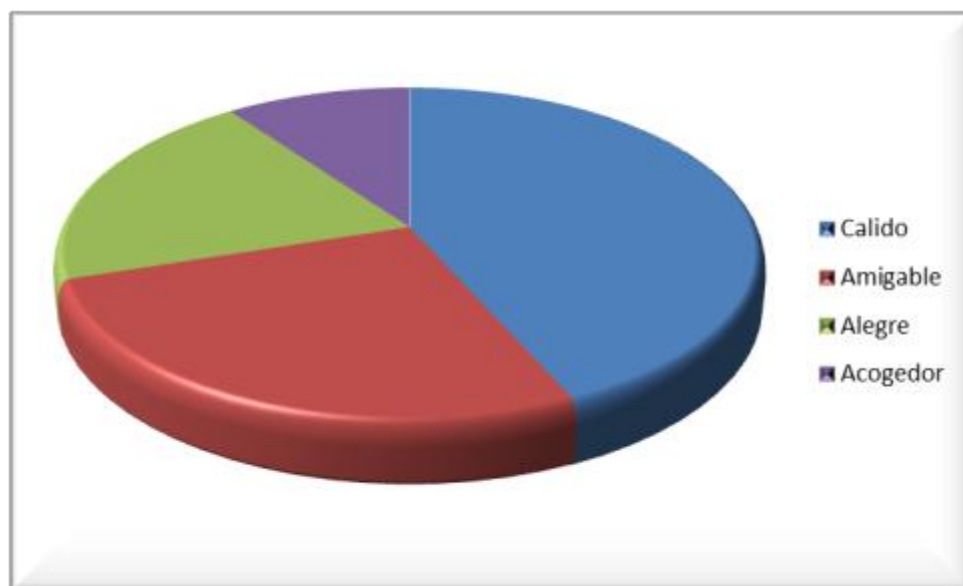
¿Cómo definiría al departamento de Ahuachapán en una palabra?

OBJETIVO: Encontrar la percepción que los turistas tienen del departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°16

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calido	13	43%
Amigable	8	27%
Alegre	6	20%
Acogedor	3	10%
Total	30	100%

Gráfico N°16



Interpretación: Para el turista las características que más definen al departamento es cálido y amigable ya que indican que el clima de la zona en la época en que han visitado mantiene temperaturas tropicales, además mencionan con mucha frecuencia que los habitantes con los cuales se han relacionado muestran mucha simpatía y cordialidad.

Pregunta N°17

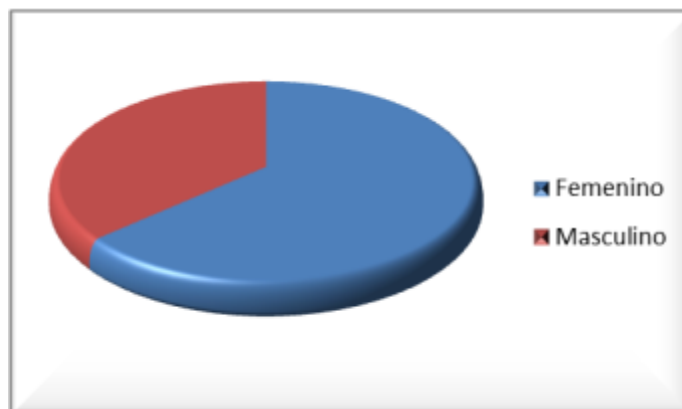
Por favor indique su sexo:

OBJETIVO: Determinar cuál es el género de las personas que visitan el departamento de San Pedro Puxtla

Cuadro N°17

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	19	63%
Masculino	11	37%
Total	30	100%

Gráfico N°17



Interpretación: Se puede apreciar que los turistas del departamento un 37% corresponden al género masculino y el 63% al género femenino, ya que son las delegadas de decidir los sitios turísticos más adecuados para las familias.

Pregunta N°18

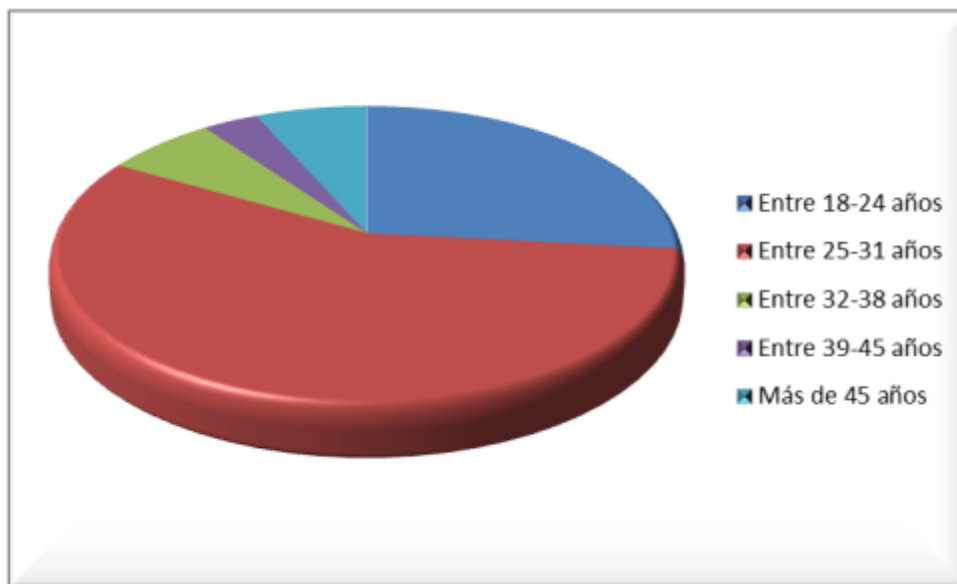
Por favor indique en que rango de edad se encuentra

OBJETIVO: Conocer cuál es la edad que predomina en las personas que visitan el departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°18

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 18-24 años	8	27%
Entre 25-31 años	17	57%
Entre 32-38 años	2	7%
Entre 39-45 años	1	3%
Más de 45 años	2	7%
Total	30	100%

Gráfico N°18



Interpretación: A través de los resultados se identifica que de la población de turistas que visitan el departamento se concentra en el rango de edades de 25 a 31 años, dando la pauta para implementar estrategias que desarrollen el turismo orientadas a este mercado meta, se concluye que en estas edades se presenta una independencia laboral y económica para poder crear turismo.

Pregunta N°19

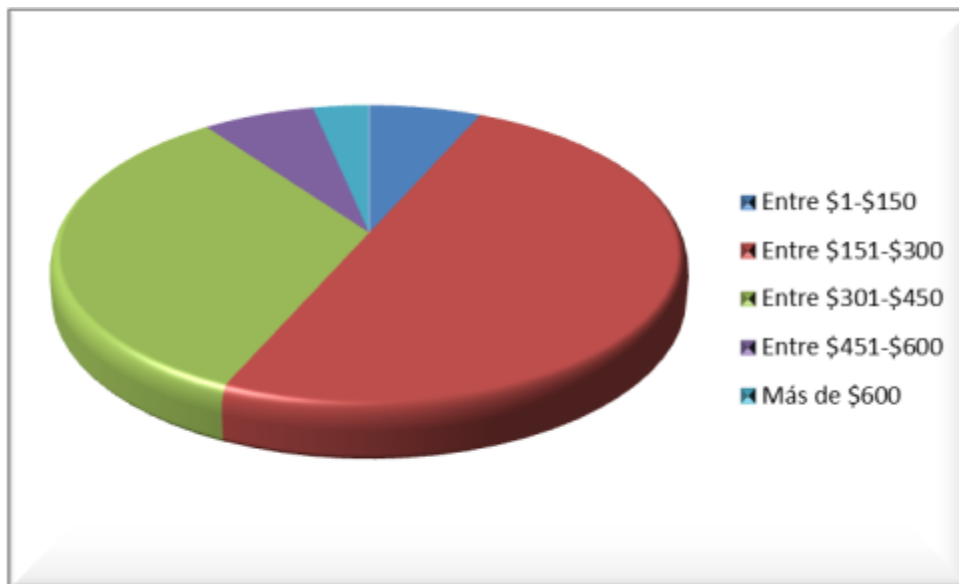
Por favor indique en que rango de ingresos mensuales se ubica

OBJETIVO: Identificar el ingreso promedio de los turistas que visitan el departamento de Ahuachapán.

Cuadro N°19

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$1-\$150	2	7%
Entre \$151-\$300	15	50%
Entre \$301-\$450	10	33%
Entre \$451-\$600	2	7%
Más de \$600	1	3%
Total	30	100%

Gráfico N°19



Interpretación: De acuerdo a la muestra el promedio en que se encuentra el ingreso de los turistas es entre \$151 - \$300 lo cual nos permite identificar un mercado meta al cual debe ser dirigido los esfuerzos del departamento de Ahuachapán con respecto a posibles proyectos, precios y promociones.

ANEXO 4

(ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE MUNICIPAL,
CONCEJO MUNICIPAL, PROPIETARIO DE FINCA)



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE MUNICIPAL EL SR. **CARLOS ARMANDO JOMA CABRERA**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Seguridad, ser un municipio verde y productivo, abundante agua, lugares turísticos.

1. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

Café, ríos y montañas, cultura, agricultura y ganadería.

2. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

Conectividad o rutas de acceso, falta de coordinación con empresarios locales.

3. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

Apoyo para la creación de la ruta de las culturas de la cual son parte, orden y limpieza a través de pintura y basureros

4. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

No, actualmente solo se cuenta con acciones orientadas a este rubro pero se ha considerado como un proyecto estratégico.

5. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

No.

¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Empleo y productividad, desarrollo económico local y mayores ingresos para los emprendedores del municipio.

6. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

7. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Gestión de conectividad vial con Apaneca para poder integrarse y formar parte de la ruta de las flores

8. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

Si, con el ministerio de turismo, medios de comunicación tv, radio y prensa.

9. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Ordenanza medio ambiental, política municipal de reforestación, parcelas y fincas agroforestales, limpieza permanente de ríos y fuentes de agua.

10. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Organizar a los productores, fortalecer capacidades y brindar capital semilla para emprendedores.

11. Cree usted que la oferta turística con los que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

Hace falta un plan estratégico que sirva de guía por lo que los avances no han sido significativos para la oferta turística.

12. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Comité ambiental, proyecto de callejón de las culturas y vivero micro regional.

13. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No.

14. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Se cuenta con el callejón de la cultura como un proyecto mensual que ofrece un festival gastronómico y tiene mucha presencia en la zona, en enero 2016 se inicia con la construcción de la calle que conectara con Apaneca, se ha iniciado el proceso de reforestación para mejorar lugares con potencial turístico y dar prioridad a los cultivos de café, cacao y plátano.

15. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Excelente, ya que servirá como un insumo para fortalecer el turismo en el municipio y de esa manera contribuir con el desarrollo económico y social del mismo.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL: **SR. CARLOS GERARDO VALENZUELA ASCENCIO**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

El clima

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

El turismo

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

La conectividad con los municipios vecinos

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

El gobierno central está a la disposición de las necesidades locales y brinda el apoyo requerido a proyectos de esta índole.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Los proyectos que se desarrollan dentro del municipio están orientados a la productividad agrícola pues es parte de las fortalezas con las que se cuenta y se considera que será de gran beneficio para el turismo local.

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

Considero que FUNDESYRAN (Fundación de desarrollo socioeconómico y restauración ambiental) sería un fuerte apoyo en mercadotecnia y desarrollo para potenciar el turismo.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Empleo

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

La creación de miradores y el mantenimiento del que se posee actualmente, de la misma forma la creación de hostales ya que actualmente no contamos con ellos.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

Si, considerando el ámbito cultural se cuenta a nivel local con la casa de la cultura en el municipio.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Campanas de concientización para que los habitantes del municipio colaboren con la protección del medio ambiente y el mantenimiento de los esfuerzos realizados en los sitios turísticos.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar en el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Organización e iniciativas

13. Cree usted que la oferta turística con la que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

No.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

La principal limitante con la que nos enfrentamos es la falta de interés y apoyo por parte de los habitantes.

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No.

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Considero importante el abrir ventanas al turismo en nuestro municipio para darlo a conocer a nivel regional y crear mayor desarrollo dentro del mismo.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Muy buena iniciativa ya que ayudaría a determinar estrategias que favorezcan en el fortalecimiento del turismo en nuestra comunidad.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL **SR. EDWIN OSWALDO MARTÍNEZ PEREZ**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Zonas montañosas, agricultura y los nacimientos de agua que se sitúan en la zona.

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

La zona alta y montañosa.

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

La falta de empleo dentro de la zona y como consecuencia los recursos económicos de los habitantes.

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

Apoyo en la iniciativa de participación y mejoramiento para formar parte del programa de pueblos vivos.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

El proyecto de infraestructura de carretera que conduce de San Pedro Puxtla hacia Apaneca.

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

Actualmente no se cuenta con ningún plan de mercadotecnia turística.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Contribuiría al desarrollo económico del municipio

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Ferias gastronómicas para lograr la atracción de turistas de otras zonas

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

No.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Campañas de reforestación, mantenimiento en la limpieza y aseo, fortalecimiento de nacimientos de agua.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Las carreteras y vías de acceso del municipio.

13. Cree usted que la oferta turística con los que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

A la fecha no contamos con una oferta turística.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Actualmente se cuenta con una ordenanza de medio ambiente.

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No.

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio

Actualmente se ha trabajado con el apoyo para el proyecto de la carretera que conectara con Apaneca.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Es muy importante ya que como puxtlecos evaluamos las condiciones y sabemos que los beneficios que traería como consecuencia el turismo contribuirían de manera significativa al mejoramiento de las condiciones económicas de los habitantes.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL **SR. JULIO CESAR ARIAS VÁSQUEZ**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Agricultura y la mano de obra que posee el municipio.

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

El turismo ecológico.

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

Las vías de acceso

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

Divulgación promocional a través de la radio local

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Si, el proyecto de vías de acceso a través de Apaneca hacia San Pedro Puxtla

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

Actualmente no.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

El incremento de los ingresos familiares y locales como parte del desarrollo que se generaría.

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Explotación de la gastronomía de la zona para la atracción de turistas.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

El esfuerzo ha sido poco, por falta de estrategias o planes establecidos.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Se está trabajando en la organización de ordenanzas de cuidado al medio ambiente.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar en el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

La accesibilidad al municipio.

13. Cree usted que la oferta turística con la que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

No, sin embargo actualmente se está trabajando por realizar proyectos que mejore las condiciones de los sitios turísticos para poder ofertarlos.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Actualmente se está organizando con la logística y luego se va a canalizar a través de la municipalidad

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No.

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Se apuesta por que la implementación de este tipo de proyectos sea exitosa para que el municipio pueda salir adelante.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Excelente, ya que se considera una estrategia que contribuirá al desarrollo del pueblo.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL: **SR. JULIO CESAR GONZALEZ FRANCO**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Se cuenta con nacimientos de agua y vegetación en la parte norte.

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

Fincas recreativas, comidas típicas, vegetación

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

Falta de fortalecimiento en cuanto a capacitaciones de personal para la maximización de sus competencias

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

Apoya los programas direccionados a este rubro de la misma manera impulsa para la participación dentro del programa de pueblos vivos.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Si, el proyecto el callejón elaborado en las cercanías de la casa de la cultura en el cual se promueve la gastronomía y el arte de la zona.

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

No.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Que el municipio sea conocido en toda la región del El Salvador y a través de ello dinamizar la economía local.

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Ferias gastronómicas y tours ecológicos o caminatas a la montaña.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

Si, se trata de impulsar a través del programa de pueblos vivos.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Se están realizando esfuerzos para la creación de una ordenanza con el objetivo de impulsar la protección del medio ambiente.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

El fortalecimiento de las capacidades de nuestros habitantes a través de programas de concientización y charlas de aprendizaje.

13. Cree usted que la oferta turística con los que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

Si, debido a que contamos con diferentes atractivos que pueden visitar.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Por el momento no se ha contado con mucho apoyo lo cual refleja la no organización y el poco interés que se convierte en la mayor limitante

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Ninguno

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla

Sería una gran oportunidad para nuestro municipio ya que se conocerían diversos aspectos y elementos que nos ayudarían a activar el turismo local.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL: **SR. JOSÉ DOMINGO GALICIA PÉREZ**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

El clima

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

El turismo local.

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

Las vías de acceso hacia el municipio y la señalización del mismo.

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

Se realizan evaluaciones de los proyectos que se presentan y de acuerdo a eso se les brinda el apoyo necesario.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Si, actualmente se está trabajando en el mejoramiento de carreteras para poder ampliar la accesibilidad.

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

Si en cuanto a la promoción del callejón gastronómico se realiza a través de la publicidad de radio local, sin embargo a nivel de departamento aún no se cuenta con ese tipo de herramientas.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Generación de empleo considero que sería el beneficio más evidente ya que al tener visitantes de otras zonas se ampliaría la oferta de servicios para ellos.

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Ampliación de lugares culturales, caminatas turísticas y publicidad sobre la gastronomía de la zona.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

No, actualmente no se ha realizado algún esfuerzo relevante.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Realizar con mayor frecuencia los festivales gastronómicos

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Las calles y señalización de los accesos

13. Cree usted que la oferta turística con los que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

No, debido a que los sitios turísticos que actualmente poseemos no tienen un mantenimiento atractivo para ellos.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

La falta de información sobre la implementación de proyectos turísticos.

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Ninguno

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Muy Buena, ya que nos proporcionaría un instrumento guía para la implementación de estrategias de turismo y atracción de visitantes.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL **SRA. CENIA SORAYDA JIMENEZ JIMENEZ**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Zonas montañosas, nacimientos de agua, seguridad y espacio cultural.

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

Las zonas montañosas y la altura extrema.

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

El desempleo

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

El apoyo que el gobierno central brinda es poco, considerando todas las mejoras que se deben realizar en las zonas turísticas.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Si, de mejoramiento de infraestructura local

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

No, actualmente no se posee ningún proyecto

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Desarrollo del municipio, y como consecuencia la generación de empleo, mayores ingresos para las familias.

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Entre las principales actividades considero que se vuelve necesario crear publicidad para todos aquellos lugares que nosotros consideramos como sitios turísticos y adicionalmente crear festivales gastronómicos.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

Si lo consideramos de un punto de vista que trasciende los límites del municipio no se ha realizado ningún esfuerzo de ese tipo.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Reforestar y dar protección a las áreas que se encuentran forestadas, así mismo materializar la ordenanza ambiental que se encargue de custodiar dichos intereses.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Organizar y apoyar a los productores y emprendedores de las diferentes zonas

13. Cree usted que la oferta turística con la que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

No.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Actualmente la organización con la que se cuenta es solamente la del callejón de la cultura que es una actividad mensual y el proyecto de la creación de la ordenanza ambiental

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No.

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Ninguno

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Me parece una excelente idea ya que la implementación del mismo contribuirá con el desarrollo del municipio.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL **SRA. SILVIA JANETTE SALGUERO**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

El clima

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

El turismo local

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

No existe un lugar donde se pueda fomentar el trabajo y el turismo de la mano.

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

El apoyo es de acuerdo a la evaluación de proyectos.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Se tienen diferentes proyectos en mente pero se les debe dar seguimiento.

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

Actualmente no se cuenta con ninguno, sin embargo se considera que se puede acudir a diferentes organizaciones que apoyen con la mercadotecnia para apoyar el turismo.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Se convertiría en una fuente de trabajo y contribuiría a ampliar la convivencia de los habitantes del municipio.

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Actividades gastronómicas y tours ecológicos

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

No, sin embargo si es necesario realizarlo.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Cuidar los mantos acuíferos con los que contamos y campañas de concientización.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar en el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Los accesos viales.

13. Cree usted que la oferta turística con la que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

No.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

No se posee ningún tipo de organización.

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No.

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

Es importante la creación de fuentes de información para el conocimiento del rubro turístico en el municipio.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Dentro de las estrategias a implementar se pueden formar grupos y capacitarlos para que luego sean los encargados en fomentar el turismo en toda la zona.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONCEJAL **SRA. ANA GUADALUPE VÁSQUEZ DE HERNÁNDEZ.**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Seguridad, Clima Favorable, amabilidad de las personas del pueblo.

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

Dentro de lo turístico: ríos, balnearios y zonas montañosas; ferias gastronómicas y comidas típicas.

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

La publicidad y poca intervención por parte de algunas entidades para potenciar los recursos.

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

A través del programa de pueblos vivos para potencializar las bellezas naturales que cada municipio posee.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

El proyecto con el que se cuenta actualmente es el del festival gastronómico del callejón

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

En el caso de las fiestas patronales se cuenta con un programa de publicidad y un plan de las actividades a realizar.

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Potenciar el desarrollo económico, cultural y turístico en el municipio

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Ferias gastronómicas, ferias de arte y cultura y recorridos por las zonas montañosas y de los ríos.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

Se impulsa al desarrollo y participación en el programa de pueblos vivos.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Reforestación con árboles productivos como el café, cacao y naranjo.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar en el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Organización y publicidad.

13. Cree usted que la oferta turística con la que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumple con las expectativas de los turistas

No, ya que no se cuenta con una oferta turística establecida.

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Se tiene un programa de jóvenes emprendedores que podría canalizarse para el desarrollo turístico.

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

San Pedro Puxtla tiene mucho que ofrecer pero no se han realizado proyectos que contribuyan a potencializarlos.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Muy bien ya que a través de ello se podría divulgar que somos un municipio que le apuesta a lo verde y productivo y que cuenta con lugares turísticos los cuales pueden ser visitados con frecuencia por la belleza natural que poseen.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA FINCA: **SR. ISIDRO PORTILLO AGUIRRE**

OBJETIVO: Obtener información confiable y relevante de parte de las personas encargadas de la administración del gobierno local y propietario de finca privada ubicados en el municipio de San Pedro Puxtla, con el propósito de conocer la situación actual y determinar los factores que influyen en el desarrollo turístico de esta ciudad.

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?

Seguridad y Clima agradable.

2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?

Las zonas montañosas y los mantos acuíferos con los que cuenta el municipio.

3. Que aspectos negativos existen en el municipio que se pueden mejorar

El poco interés que muestran los habitantes para las actividades turísticas.

4. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?

Motivación para potencializar los recursos naturales que cada municipio posee.

5. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?

Actualmente el único proyecto con el que se cuenta es el del festival gastronómico del callejón

6. ¿Existe algún plan estratégico u operativo de mercadotecnia que permita promocionar el turismo en la ciudad?

No, ninguno

7. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?

Potenciar el desarrollo económico, cultural y turístico en el municipio

8. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?

No.

9. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?

Ferias gastronómicas, ferias de cultura y tours por las zonas montañosas y de ríos.

10. Se ha hecho algún esfuerzo por promocionar al municipio con entidades que impulsen el turismo en nuestro país

Se impulsa al desarrollo y participación en el programa de pueblos vivos.

11. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?

Mejoramiento de la infraestructura para volverla más atractiva al turista.

12. A su juicio ¿Qué aspectos se deben mejorar en el municipio de San Pedro Puxtla para la realización de actividades que contribuyan al turismo?

Planificación y organización para la ejecución de las actividades

13. Cree usted que la oferta turística con la que cuenta el municipio de San Pedro Puxtla cumplen con las expectativas de los turistas

No, ya que se debe trabajar en infraestructura para poder satisfacer las expectativas de los turistas

14. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?

Actualmente se cuenta con un programa de jóvenes emprendedores .

15. Alguna vez han intentado crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a ofrecer paquetes turísticos

No

16. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

No.

17. ¿Qué opinión le merece la realización de un estudio de investigación que permita proponer un plan de mercadeo para fortalecer el turismo en San Pedro Puxtla?

Excelente, debido a que a través de los resultados se podrían orientar acciones que mejoren e impulsen al desarrollo turístico que dé a conocer las bellezas naturales con las que cuenta el municipio.

ANEXO 5

(GUÍA DE OBSERVACIÓN A REALIZAR EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN) .



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



GUÍA DE OBSERVACIÓN A REALIZAR EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO PUXTLA
DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.

OBJETIVO: Identificar los aspectos y características del municipio que sirvan de base para conocer la situación actual de los atractivos turísticos.

DATOS GENERALES

Área de observación: Municipio de San Pedro Puxtla.

a. Fachada del municipio

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: Al entrar al municipio de San Pedro Puxtla la fachada es aceptable, sin embargo se encuentra descuidada.

b. Señalización

Necesita Mejorar	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: Al ingresar por la vía de acceso principal no existe señalización adecuada que oriente a la personas para llegar al destino de San Pedro Puxtla.

c. Vías de acceso

Necesita Mejorar	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: Al transitar la carretera que conduce al municipio se observan baches, los cuales pueden dañar los vehículos de los turistas.

d. Seguridad

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: Al observar las personas que transitan dentro del municipio se puede percibir que es un ambiente sano, sin embargo no se identifica presencia policial.

e. Limpieza del Municipio

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: La limpieza del municipio es muy buena, en general es un municipio limpio.

f. Afluencia de turistas

Alta	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>	Baja	<input checked="" type="checkbox"/>
------	--------------------------	-------	--------------------------	------	-------------------------------------

Comentarios: En su mayoría las personas que se encontraban en el casco urbano y dentro de los lugares turísticos del municipio son habitantes del lugar.

g. Clima

Cálido Templado Frío

Comentarios: El clima que se percibe en San Pedro Puxtla es agradable y fresco.

h. Infraestructura

Necesita Mejorar Muy Bueno
Bueno Excelente

Comentarios: Los lugares que forman parte del inventario turístico del municipio se encuentran descuidados y en mal estado.

i. Patrimonio cultural

Necesita Mejorar Muy Bueno
Bueno Excelente

Comentarios: El municipio cuenta con una Casa de la Cultura la cual posee piezas históricas y parte de la historia del municipio.

j. Vialidad y transporte

Necesita Mejorar Muy Bueno
Bueno Excelente

Comentarios: Se observa 1 ruta de bus la cual es la que utilizan los habitantes del municipio para movilizarse dentro y fuera del mismo, de igual forma dentro de San Pedro Puxtla se visualizan distintos tipos de vehículos desde 4x4 hasta carros de tipo sedán.

k. Restaurantes

Necesita Mejorar	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: A los alrededores del parque existen ciertos comedores, sin embargo no hay un restaurante principal el cual sea atractivo.

l. Hostales

Necesita Mejorar	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: No se observan hostales en los cuales los turistas puedan pasar la noche y disfrutar por más tiempo del municipio.

m. Poza

Necesita Mejorar	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>

Comentarios: La poza está en condiciones no muy aptas para los turistas, necesitan hacer retoques a las instalaciones.

n. Mirador

Necesita Mejorar	<input checked="" type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>

Comentarios: El mirador ofrece una vista espectacular, sin embargo el lugar no está en condiciones adecuadas y se encuentra descuidado.

o. Atención al cliente

Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input checked="" type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>

Comentarios: Las personas del municipio son cálidas y generan un ambiente de confianza a los turistas.
