

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



TEMA:

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PANCHIMALCO, QUE
CONTRIBUYA A INCREMENTAR LA AFLUENCIA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADA POR:

DELMY NOHEMY HÉRCULES HERNÁNDEZ	HH05058
GILBERTO ADONAY MONGE LÓPEZ	ML07020
IDALIA CLARIBEL URBINA RAMÍREZ	UR05004

DOCENTE ASESOR:

LIC. ATILIO ALBERTO MONTIEL HERRERA

**PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

JULIO DE 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Lic. Luis Argueta Antillón (interino)
Secretaria General: Dra. Ana Leticia de Amaya

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández
Secretario: Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Rafael Arístides Campos
Lic. Alfonso López Ortiz
Lic. Atilio Alberto Montiel Herrera (Docente Asesor)

JULIO 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer principalmente a Dios por todas las bendiciones que ha derramado en mi vida personal, familiar y académica, a mis padres por el apoyo que me brindaron desde que inicie mi vida escolar, ya que sin su motivación y su esfuerzo no podría haber culminado mis estudios, agradezco también a mi abuela Lidia Morales por ser mi apoyo moral y económico cuando lo necesité, y al Lic. Atilio Montiel por habernos guiado durante todo este proceso, para llevar a cabo esta investigación.

Delmy Nohermy Hércules Hernández

Primeramente quiero agradecer a Dios y a mis padres por haberme ayudado siempre y es por ellos que hoy puedo terminar de manera satisfactoria mis estudios superiores, a mis familiares, compañeros y amigos que de una u otra manera me ayudaron a lo largo de mi vida y mi carrera a cumplir un logro más, también quiero agradecer a todos los maestros que he tenido a lo largo de mis estudios, pues de cada uno de ellos obtuve muchos conocimiento que me permitieron terminar la carrera de Administración de Empresas en la Universidad de El Salvador, también quiero expresar un especial agradecimiento al Licenciado Atilio Alberto Montiel Herrera por habernos orientado ayudado en gran manera para terminar este trabajo de investigación.

Gilberto Adonay Monge López.

Agradezco a Dios Todo Poderoso por permitirme culminar mis estudios superiores de forma satisfactoria, y por las infinitas bendiciones que ha derramado en mi vida, a mi madre Vilma Idalia Ramírez por ser una madre ejemplar y motivadora que ha estado a mi lado apoyándose siempre, así como al resto de mi familia por brindarme su apoyo incondicional en los momentos oportunos, también expresar mis agradecimientos al Licenciado Atilio Alberto Montiel Herrera por ser un maestro comprensivo que nos orientó de la mejor manera haciendo posible la finalización de esta investigación.

Idalia Claribel Urbina Ramírez

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO Y ETAPAS DE UN PLAN ESTRATÉGICO.....	1
<i>A. GENERALIDADES DEL TURISMO</i>	<i>1</i>
1. Definición de Turismo	1
2. Turismo Cultural	2
3. Características de Turismo Cultural	2
4. Clasificación de Turismo Cultural	3
<i>B. ANTECEDENTES DEL TURISMO CULTURAL.....</i>	<i>4</i>
1. Antecedentes del Turismo en El Salvador	4
2. Entidades que rigen el turismo en El Salvador.....	5
a) Ministerio de Turismo de El Salvador	5
b) Corporación Salvadoreña de Turismo	5
c) Instituto Salvadoreño de Turismo.....	5
d) Policía de Turismo.....	5
e) Secretaria de la cultura	6
f) Cámara Salvadoreña de Turismo	6
<i>C. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO</i>	<i>6</i>
1. Antecedente Histórico.....	6
2. Geografía.....	7
3. Vías de Acceso	8
4. Comercio	9
5. Características turísticas del Municipio	9
a) Viabilidad turística	10
6. Patrimonio Cultural de Panchimalco.....	10
a) Material.....	10
b) Inmaterial.....	10
7. Descripción de los servicios ofrecidos para el Municipio	11

a)	Naturaleza.....	11
b)	Clima.....	11
c)	Alojamiento.....	11
d)	Transporte.....	11
e)	Gastronomía.....	11
f)	Recreación.....	12
g)	Servicios de apoyo y servicios complementarios.....	12
D.	GENERALIDADES DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PANCHIMALCO.....	12
1.	Administración Política.....	12
2.	Misión Institucional.....	13
3.	Visión Institucional.....	14
4.	Estructura Organizacional.....	14
a)	Organigrama de la Alcaldía Minicipal de Panchimalco.....	10
E.	SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO.....	11
1.	Municipalidad de Panchimalco.....	11
2.	Proyectos activos en el Municipio.....	12
F.	OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO.....	14
a)	Cantón Planes de Renderos.....	14
(1)	Parque Balboa.....	14
(2)	Parque de la Familia.....	15
(3)	Puerta del Diablo.....	15
(4)	Casa del Escritor.....	16
(5)	Hotel Amatechan.....	16
(6)	Casa del Mirador Distrito.....	16
(7)	Restaurante Alba Clara:.....	17
b)	Casco Urbano de Panchimalco.....	17
(1)	Las Cruces.....	17
(2)	Casa de la Cultura.....	17
(3)	Casa Taller Encuentros.....	18
(4)	Simposio cultural o parque escultórico.....	18
(5)	Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma.....	18
(6)	Mercado de Artesanías.....	19

(7)	Complejo Deportivo de Panchimalco	19
(8)	Parque Acuático	19
c)	Festividades.....	20
(1)	Fiestas Patronales en honor a Santa Cruz de Roma	20
(2)	Feria Cultural de las Flores y las Palmas.....	20
G.	<i>MARCO LEGAL</i>	20
1.	LEYES QUE RIGEN EL TURISMO EN EL PAÍS.....	21
a)	Constitución de la República de El Salvador.....	21
b)	Código Municipal.....	22
c)	Ley de la Carrera Administrativa.....	22
d)	Ley Orgánica de la Administración Financiera del Estado (AFI)	22
e)	Ley De Turismo	23
f)	Código de comercio	23
g)	Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo	23
h)	Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo.....	24
i)	Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.....	24
j)	Ley de Creación del Fondo para El Desarrollo Económico Y Social de los Municipio.....	25
H.	<i>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</i>	25
1.	Definiciones.....	25
2.	Tipos de planes	26
3.	Proceso de planeación Estratégica.....	28
4.	Estrategias de Mercadotecnia o Mercado.....	30
a)	Definiciones.....	30
b)	Características del mercadeo de servicio turístico.....	32
c)	Niveles de un Producto	33
d)	Estrategias.....	34
(1)	Producto	35
(2)	Precio.....	35
(3)	Plaza.....	35
(4)	Promoción.....	36
e)	Canales de distribución de bienes y servicios turísticos.....	40
(1)	Funciones claves de los canales de distribución.....	41

(2)	Objetivo de canales de distribución:	41
(3)	Tipos de canales de distribución turística	41
(4)	Características de los canales de distribución:	42
(5)	Clasificación de los canales de distribución:.....	42
(6)	Selección de los canales de distribución turística:.....	42
I.	RESUMEN DEL CAPÍTULO	43

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA CONDICIÓN ACTUAL DE LA AFLUENCIA DE SERVICIOS A TURISTAS EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO..... 44

A.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO	44
1.	Objetivos De La Investigación	44
a)	General.....	44
b)	Específicos	44
2.	Importancia De La Investigación	45
B.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	45
1.	Método de Investigación.....	45
2.	Tipo de Investigación	46
3.	Tipo de diseño de Investigación.....	46
4.	Técnicas de investigación	46
a)	Fuentes Primarias:	46
(1)	Encuesta.....	46
(1)	Entrevista	47
b)	Fuentes Secundarias:	47
5.	Instrumentos de investigación.....	47
(1)	Cuestionario.....	47
(2)	Guía de entrevista	48
6.	Determinación del Universo y Muestra.....	48
a)	Universo	48
b)	Muestra.....	50
a)	Cuadro resumen	52
7.	Tabulación, Análisis e Interpretación de Datos.....	53

<i>C. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURISMO EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PANCHIMALCO</i>	53
1. Mezcla de Mercadeo.....	53
a) Servicio (Producto).....	53
b) Precio.....	54
c) Plaza.....	55
d) Promoción.....	55
2. Análisis del ambiente Interno y Externo.....	56
a) Matriz.....	57
b) Fortalezas.....	57
c) Debilidades.....	59
d) Oportunidades.....	60
e) Amenazas.....	60
3. Limitantes.....	61
<i>D. CONCLUSIONES</i>	63
<i>E. RECOMENDACIONES</i>	65

CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO, PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO..... 67

<i>A. OBJETIVOS</i>	67
1. General.....	67
2. Específicos.....	67
<i>B. RESUMEN DEL CAPÍTULO</i>	68
<i>C. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO</i>	70
1. Mercado Meta.....	71
2. Mezcla estratégica de Mercadeo 4’P.....	72
a) Servicio.....	72
(1) Estrategia: Cambio de Imagen Corporativa del Municipio.....	72
(2) Estrategia: Crear Imagen Corporativa del Parque Acuático.....	77
(3) Estrategia: Adquisición de mobiliario, para el área gastronómica del Parque Acuático Ketsali	80
(4) Estrategia: Nueva piscina, para el Parque Acuático Ketsali.....	80

(5)	Estrategia: Colocación de toboganes en las piscinas del Parque Acuático Ketsali	81
(6)	Estrategia: Mejorar la Seguridad del Municipio	82
(7)	Estrategia: Buena calidad en los Productos alimenticios	83
(8)	Estrategia: Recorridos en Conga bus, dentro del Municipio	84
(9)	Estrategia: Organización de eventos culturales	85
(10)	Estrategia: Crear unidad de desarrollo turístico.....	87
(11)	Estrategia: Adquisición de Servicios profesionales, Jefe de Desarrollo de Turismo y Guías Turístico	88
(12)	Estrategia: Implementación de Recorrido en Conga bus.....	91
b)	Plaza.....	93
(1)	Estrategia: Puntos de información en principales destinos turísticos del Municipio..	93
(2)	Estrategia: Mejoras en parqueo e infraestructura.	94
(3)	Estrategia: Mantener limpios los destinos turísticos.....	95
(4)	Estrategia: Alumbrado eléctrico (iluminación).....	96
(5)	Estrategia: Mantenimiento a vías de acceso.....	96
(6)	Estrategia: Dibujar y pintar murales en el casco urbano	97
(7)	Estrategia: Señalización de sitios turísticos en el Municipio	97
c)	Precio	101
(1)	Estrategia: Recorrido de conga bus.	101
(2)	Estrategia: Descuentos Escuelas y Colegios	101
(3)	Estrategia: Capacitar a vendedores sobre el cálculo de costos y determinación de Precios. 102	
(4)	Estrategia: Incremento gradual de precios de Conga Bus y Parque Acuático Ketsali .	102
d)	Promoción	103
(1)	Estrategia: Entregar Brochure´s a Operadores turísticos y Ministerio de Turismo (MITUR)	103
(2)	Estrategia: Promocionar el Municipio en medios de comunicación.....	106
D.	<i>PRESUPUESTO</i>	120
E.	<i>CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN</i>	121
G.	<i>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA</i>	122
Anexos	125

RESUMEN

El Municipio de Panchimalco está ubicado en el Departamento de San Salvador, este cuenta con una diversidad de atractivos turísticos, tanto en el cantón principal Planes de Renderos, como en el casco urbano, y a pesar de la variedad muchas personas no lo visitan, por esta razón la municipalidad ve la necesidad de promover la oferta turística que poseen, para incrementar la afluencia de visitantes, aprovechando la belleza de los sitios turísticos, cultura y tradiciones con las que poseen, convirtiéndolo en un Municipio sobresaliente turísticamente.

Es por esto que se plantea el objetivo principal, que es incrementar la afluencia de turistas, se desarrolló esta investigación que consiste en un plan estratégico; para elaborarlo fue necesario recopilar información teórica que la respalde, como antecedentes de turismo y del Municipio, principales atractivos turísticos, e instituciones que lo rigen.

El método de investigación utilizado, es el método científico, por ser el adecuado, porque posee características que cumplen con un proceso sistemático que nos ayudó a plantear y responder las interrogantes que surgieron a lo largo del estudio, y en consecuencia logramos los resultados deseados.

El tipo de investigación aplicado fue el explicativo y se implementó un tipo de diseño no experimental, porque el alcance de la investigación es limitado; los resultados los pondrán en práctica las autoridades de la municipalidad de Panchimalco, las técnicas para la recolección de información que se utilizaron fueron la encuesta y la entrevista. El universo de estudio que se consideró fueron los turistas tanto nacionales como internacionales, divididos entre los

que visitan y los que no visitan el Municipio, tomando una muestra de 150 personas elegidas totalmente al azar, de las cuales se obtuvo la información necesaria para realizar un diagnóstico.

Por lo tanto, al culminar esta investigación se puede decir que el Municipio de Panchimalco, es un destino que posee una diversidad de sitios turísticos reconocidos, y otros que se consideran potenciales para incrementar la afluencia turística. Es por esto, que la municipalidad debe contar con el personal idóneo que se encargue de desarrollar este sector, a través de la promoción adecuada del mismo, enfocándose en grupos familiares o de amigos, aprovechando que cualquier clase de turismo es realizado en compañía.

Para finalizar se desarrollan las estrategias que se consideran adecuadas, para lograr el principal objetivo que tiene la municipalidad, el cual es incrementar la afluencia de turistas en el Municipio, explicando detalladamente cada una de ellas, además se muestra el presupuesto necesario para la implementación de la propuesta.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica donde las personas pueden adquirir distintos bienes o servicios, y se realiza en diversidad de lugares llamativos.

La Alcaldía del Municipio de Panchimalco, observa la diversidad de atractivos turísticos que pueden ser explotados para el desarrollo del Municipio; por lo cual surgió la necesidad de crear un plan estratégico que sirva para poder cumplir el objetivo de transformar a Panchimalco en un destino turístico reconocido.

Ante esta necesidad se desarrolló la investigación titulada: “Plan estratégico para la Alcaldía Municipal de Panchimalco, que contribuya a incrementar la afluencia turística del Municipio”.

Este documento consta de tres capítulos, el primero recopila la información teórica en la cual está basada la investigación, el segundo cuenta con los resultados de la investigación de campo, realizada para presentar una propuesta confiable, y el tercero contiene la propuesta, un conjunto de estrategias y actividades que se deberán realizar a fin de lograr el objetivo principal de la Alcaldía.

Para finalizar, este documento fue realizado para la Alcaldía de Panchimalco, por ello será entregada una copia del mismo a las autoridades encargadas de la Municipalidad, para que a futuro de ser aprobadas por el Concejo Municipal, puedan implementarse y contribuyan al desarrollo turístico del Municipio.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO Y ETAPAS DE UN PLAN ESTRATÉGICO.

A. GENERALIDADES DEL TURISMO

1. Definición de Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan las personas, en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como mínimo y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos).

Existen muchas clasificaciones de turismo, entre las cuales se pueden mencionar:

- **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
- **Turismo Gastronómico:** Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.
- **Turismo Histórico:**Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.
- **Turismo Deportivo:** El turismo deportivo es aquel en el que el motivo principal del viaje es la práctica de actividades deportivas en ambientes naturales o la visita a un país o una ciudad para presenciar una competición o un evento deportivo.
- **Turismo Religioso:** tiene como motivación fundamental la fe.Este es una clase de turismo que mueve gran cantidad de personas que profesan gran Fe por la religión

- **Turismo de Cementerios o Necroturismo:** es la nueva moda en muchos países de Latino América y ahora también lo es en El Salvador, es una forma de hacer turismo muy diferente, porque se trata de visitar los cementerios y disfrutar de esta visita, siempre con el máximo respeto

De acuerdo a su definición; la clasificación que más se apega a la realidad actual del Municipio de Panchimalco, es el turismo cultural.

2. Turismo Cultural

El turismo cultural o histórico es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país.

Este tipo de turismo se da cuando las personas se concentran en la cultura de los lugares que visitan, museos, infraestructura antigua y monumentos, incluido el llamado patrimonio inmaterial: idiomas, folklore, costumbres, gastronomía, música, literatura, religión, historia.

3. Características de Turismo Cultural

- Este tipo de turismo realiza cortas estancias con un tiempo de destino entre 1 a 4 días aproximadamente.
- Es muy flexible ya que suele combinar la cultura con otras motivaciones, con lo que supone un fácil manejo de la demanda.
- Los lugares de destino principales de éste turismo, son sitios que generan turismo por medio de la historia.

4. Clasificación de Turismo Cultural

El turismo cultural se puede dividir en diferentes tipos de atracciones que hacen que el turista se sienta interesado en visitar un lugar, a continuación se detallan algunas de las divisiones que puede tener este tipo de turismo.

- Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos (también puede llamarse turismo folklórico cuando está especializado en fiestas y costumbres locales).
- Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico o biográfico. Suelen llevar como guía un libro de viajes famoso, una autobiografía o un clásico, como la Odisea o la Ilíada de Homero.
- Cinematográfico: motivado por la visita a lugares y destinos en los que se han rodado determinadas películas.
- De formación: vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas (también llamado Turismo idiomático).
- Gastronómico: vinculado a la comida tradicional del destino turístico.
- Ecoturismo. Es el que tiene como propósito conocer las maravillas naturales de montañas, bosques, ríos, lagos, cuevas, volcanes, fuentes termales etcétera. Por lo general se realiza a parques naturales.
- Turismo rural: se alquila una casa antigua en el campo en un entorno natural de montaña o bosque, o rural.
- Religioso. Peregrinaciones por festividades religiosas, o a ciudades sagradas como Roma, Jerusalén o Santiago de Compostela.

Conociendo los diferentes enfoques del turismo cultural se puede decir, que Panchimalco es un Municipio que posee de forma general un Turismo Cultural, de tipo Etnográfico, Gastronómico y Ecoturístico.

B. ANTECEDENTES DEL TURISMO CULTURAL

1. Antecedentes del Turismo en El Salvador

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. A los excelentes atractivos naturales que posee el país, con playas paradisíacas, un clima tropical agradable y maravillosos paisajes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.

La cultura popular de El Salvador comprende tradiciones y costumbres ancestrales, provenientes de las culturas prehispánicas, que se fusionaron con las costumbres españolas. Las localidades donde se encuentran las de mayor tradición, incluyen a Izalco, Panchimalco, Jayaque y San Pedro Nonualco.¹

En el año de 1994, visitaron al país 181 mil turistas dejando al país 28,8 millones de dólares; debido a esto, tres años después se creó un ente rector especializado, denominado Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR),

Desde ese momento el turismo ha registrado un crecimiento significativo con respecto a los años anteriores.

En 2004, la actividad inyectó \$424.7 millones a la economía. Se creó además el Ministerio de Turismo para dirigir la política de desarrollo del sector. Para favorecer el impulso de esta actividad, durante 2005 se elaboró la Ley de Turismo, que ofrece incentivos fiscales a las nuevas inversiones en el ramo.

¹El Diario de Hoy. «Panchimalco Tradición en la sangre». Consultado el 6 de febrero de 2012.

2. Entidades que rigen el turismo en El Salvador

a) *Ministerio de Turismo de El Salvador*

El Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR) es la entidad gubernamental, que le corresponde determinar y velar por el cumplimiento, de la política nacional de la cultura en el país, relacionada en materia de turismo.

Se encarga de elaborar, formular, y planificar la política y el plan nacional de turismo, así como implementa acciones para impulsar la micro, pequeña y mediana empresa, ya que son estas generadoras e impulsadoras del desarrollo turístico nacional.

b) *Corporación Salvadoreña de Turismo*

La corporación Salvadoreña de turismo (CORSATUR), es una entidad pública que tiene como finalidad el desarrollo del turismo en el país, a través de la realización de actividades, como la promoción de atractivos turísticos del país, a nivel nacional e internacional, llevar el registro y el control de las empresas turísticas, llevar un control estadístico actualizado sobre atractivos turísticos e información de interés sobre el turismo nacional e internacional.

c) *Instituto Salvadoreño de Turismo*

El instituto Salvadoreño de turismo (ISTU) se creó el 13 de diciembre de 1961 como una dependencia del Ministerio de Economía, tiene el objetivo de promocionar y estimular la sana recreación familiar y social, ésta entidad cuenta con patrimonio propio, y se encarga de la administración de los Centros Recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados.

d) *Policía de Turismo*

La Policía de Turismo (POLITUR), es una dependencia de la Policía Nacional Civil de El Salvador, creada en 1997, por una propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) cuyos objetivos son brindar seguridad,

asistencia y orientación a los turistas; así como la protección del patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

e) Secretaria de la cultura

Es una institución encargada de velar por la cultura en el país, se encarga de organizar y promover actividades relacionadas con Letras, Artes Plásticas, Música, Teatro y Danza, así como la integración de otras entidades, ya creadas y relacionadas al que hacer cultural del país, como por ejemplo las casas de la cultura del territorio nacional.

f) Cámara Salvadoreña de Turismo

La Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), fue fundada en el año 1978, en pro del desarrollo turístico del país con el objeto de impulsar, promocionar y fomentar el Turismo.

CASATUR pone a disposición de sus asociados y público en general, el mapa turístico de nuestro país y el de la ciudad de San Salvador; los turistas pueden encontrar en ellos toda la información necesaria para identificar el destino turístico de su interés, y amplia oferta de servicios.

C. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO

1. Antecedente Histórico

"Panchimalco" proviene del Náhuatl, y significa "Lugar de Banderas y Escudos" (panti: bandera; chimalli: escudo; con: en, lugar).

La población de Panchimalco es de origen precolombino y fue fundada por emigrantes toltecas (pipiles). Durante la conquista del territorio, por las fuerzas

españolas, la zona fue llamada “El Fuerte” por la forma cóncava del terreno que les daba ventaja a los nativos.

En 1550 tenía unos 300 habitantes y era pueblo de encomienda que le pertenecía a la Real Corona. Según el documento más antiguo, llevado a cabo entre el 27 de noviembre y 13 de diciembre de 1548.²

Por decreto legislativo el 7 de febrero de 1879 obtuvo el título de Villa. Pero fue hasta el año 2000 que por decreto legislativo No.144 del 21 de septiembre que le otorgan el título de Ciudad.³

En el año 1740 se designa a esta población con el santo patrono que la iglesia decretó para esta ciudad (Santa cruz); no se sabe cuáles hayan sido los motivos para designar este patronazgo religioso a favor de Panchimalco, pues la costumbre de los españoles era la de conmemorar como santo patrono al santo del día de la fundación del poblado o del día que se libró la batalla decisiva para conquistarlo, o en el que se establecieron las autoridades españolas.

2. Geografía⁴

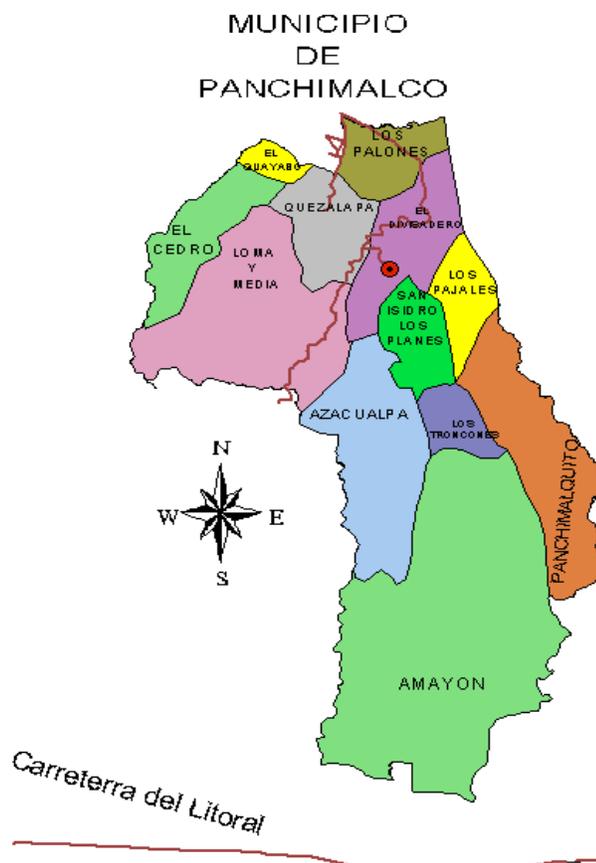
Panchimalco es unode los 19 Municipios pertenecientes a San Salvador, ubicado en la zona central a 17 Kilómetros al sur de la ciudad capital; según el censo oficial de 2007 tiene una población de 41,260 habitantes.

² Reseña Histórica, Casa de la cultura Panchimalco; CONCULTURA 2007

³ Reseña Histórica, Casa de la cultura Panchimalco; CONCULTURA 2007

⁴ Fuente: Plan de Competitividad Municipal de Panchimalco 2012-2016

Panchimalco posee una extensión territorial de 89.97 Km²; limita al norte con el Municipio de San Marcos, al sur con La Libertad, al este con Olocuiltadepartamento dela Paz, y al oeste con Rosario de Mora y Huizúcar.



3. Vías de Acceso

Una carretera pavimentada conecta a la ciudad de Panchimalco con San Salvador, y con el pueblo de Rosario de Mora. Se comunica por calle de tierra con la villa de Huizúcar (Departamento de La Libertad), y con las cabeceras municipales de San Marcos y Santo Tomás. Una red de caminos vecinales une al casco urbano con los cantones y caseríos.

4. Comercio

Entre las actividades económicas del Municipio se encuentran el cultivo doméstico de granos básicos, hortalizas y frutas; además de crianza de ganado vacuno, caballar, porcino, y aves de corral elaboración de artesanías.

Existen diferentes locales donde se puede disfrutar de pupusas y platos típicos, Panchimalco cuenta con farmacias, tiendas, zapaterías, venta de muebles entre otros.

5. Características turísticas del Municipio

En Panchimalco se dan desplazamientos de visitantes nacionales y extranjeros, que vienen de paseo pero no necesariamente en temporadas de vacaciones, por ejemplo de semana santa, fiestas agostinas, navideñas y en fines de semana; ya que durante todo el año se perciben turistas, aunque en menor proporción.

El Municipio cuenta con un patrimonio natural y cultural. El primero representado por parques naturales recreativos, que actualmente son administrados por el Instituto Salvadoreño de Turismo. La mayoría de visitas a Panchimalco son motivadas por la naturaleza y el clima, sin dejar a un lado la recreación, el descanso y la gastronomía, los principales atractivos turísticos son los Parques de la Familia, parque Balboa, la Puerta del Diablo, y la gastronomía basada mayormente en alimentos típicos.

Y el segundo por la constituido por la casa de la cultura, que es la que se encarga de mantener las tradiciones del Municipio dentro de las cuales se pueden mencionar la Procesión de las Palmas y las 22 cofradías que se realizan cada año; a su vez la casa taller encuentros incentiva a los habitantes, con clases de pintura, escultura y lectura.

a) Viabilidad turística

El Municipio está a 27 minutos la capital Salvadoreña, y a 38 minutos del Aeropuerto Internacional Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez. Las carreteras de acceso de la capital y del aeropuerto hacia Panchimalco son totalmente pavimentadas.

6. Patrimonio Cultural de Panchimalco⁵

a) Material

Panchimalco cuenta con un inventario de 32 inmuebles con valor cultural, compuesto por 27 viviendas particulares, una es usada para la Casa de la Cultura, 6 para negocios, entre las que se encuentran un comercial, una peluquería popular, venta de enseres domésticos y tres tiendas; una plaza, un parque, la Alcaldía, dos iglesias: el Calvario y Santa Cruz de Roma.

b) Inmaterial

Desde la casa de la cultura se está realizando esfuerzos por rescatar las tradiciones locales. Cuentan con fiestas patronales que también se acostumbra a realizarlas en los cantones; la festividad más popular y colorida es la de la localidad llamada “Feria cultural de las flores y las palmas” o simplemente “Procesión de las Palmas” en honor a la virgen María, en estas festividades realizan representaciones de las danzas tradicionales de los chapetones (danza que representa un sarcasmo de la burguesía española, del tiempo de la colonización) y los historiantes (danza que representa aspectos religiosos y de guerra, y fue introducida por los conquistadores ibéricos en la etapa de la colonización del continente)

Panchimalco es uno de los pocos Municipios, donde todavía hay personas que habla Náhuatl y donde se está tratando de rescatarlo para no perderlo por

⁵ Plan de Desarrollo Turístico de Panchimalco (José Osmin Domínguez), Julio 2013

completo, es así como se están implementando clases de náhuatl en el Centro Escolar Villa Mariona de primer a sexto grado.

7. Descripción de los servicios ofrecidos para el Municipio

a) Naturaleza

Es uno de los atractivos principales que posee el Municipio, pues cuenta con áreas boscosas, montañas, lomas y la vegetación los cuales incluyen especies como ceiba, maquilishuat, conacaste, pino, laurel, ciprés, cedro, café, amate y frutales.

b) Clima

La zona en la que se ubica el Municipio posee una gran ventaja, ya que por encontrarse a 570 metros sobre el nivel del mar, conserva un clima fresco y agradable para los turistas que lo visitan.

c) Alojamiento

El Municipio cuenta con un único lugar para el alojamiento de turistas, el cual es el Hotel Amatechan (Casa del Árbol), posee paisajes naturales y cuenta con habitaciones, en donde pueden alojarse las personas, además posee un salón donde pueden realizarse diferentes eventos.

d) Transporte

Panchimalco cuenta con transporte colectivo de autobuses y microbuses, que realizan su recorrido de los diferentes cantones del Municipio a la capital, estas son la Ruta 12 que recorre Planes de Renderos y sus alrededores y la Ruta 17 que llega hasta el casco urbano de Panchimalco.

e) Gastronomía

En el Municipio hay una variedad de pequeños comedores, chalets y pupuserías, también en el centro del pueblo hay un pequeño restaurante que

ofrece comida gourmet, llamado “Simposio”, con capacidad para 25 personas aproximadamente.

f) Recreación

Panchimalco cuenta con los siguientes atractivos turísticos; Puerta del Diablo Parque de la Familia, Parque Balboa, Las Cruces, Casa de La Cultura, Casa Taller Encuentros, Casa del Escritor, Mercado de Artesanías , Parque Acuático, Finca Alba Clara, Hotel Amatechan, Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma, Complejo Deportivo, Simposio (Parque de Esculturas de piedra).

g) Servicios de apoyo y servicios complementarios

Se encuentran estaciones de Policía Nacional Civil, Policía Rural, Policía de Turismo (POLITUR), y con el Cuerpo de Agentes Municipales (CAM), también hay una variedad de negocios necesarios como por ejemplo; cajeros automáticos, gasolinera, farmacias, clínicas, un hospital nacional y un Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS).

D. GENERALIDADES DE LAALCALDÍA MUNICIPAL DE PANCHIMALCO

1. Administración Política

Actualmente el Municipio es gobernado por el señor Alcalde Mario Meléndez Portillo, en representación del partido político Frente Farabundo Martí Para la Liberación Nacional (FMLN).

La municipalidad cuenta con diferentes departamentos que son:

- | | |
|----------------------|-------------------------------|
| ➤ Despacho Municipal | ➤ Contabilidad |
| ➤ Gerencia General | ➤ Tesorería |
| ➤ Sindicatura | ➤ Unidad Tributaria Municipal |
| ➤ Recursos Humanos | (UATM) |

- Registro Familiar
- Cuentas Corrientes
- Unidad de Adquisición y Contrataciones Institucionales (UACI)
- Gestión Y Riesgo
- Servicios Generales
- Medio Ambiente
- Acceso A La Información Pública
- Promoción Social
- Informática
- Protección Civil
- Planificación Y Proyectos
- Administración De Mercado Y Polideportivo
- Administración De Cementerio Y Rastro
- Distrito N° 1 Planes De Renderos

El número de empleados que laboran son 186, de los cuales 122 son fijos y 64 son por contrato. Del total de personas que desempeñan funciones 70 son mujeres y 116 son hombres.

La municipalidad tiene ya establecido su deber ser, y hacia dónde quiere llegar como institución; a continuación se citan la misión y visión de la Alcaldía de Panchimalco.

2. Misión Institucional⁶

Convertir a Panchimalco en un Municipio modelo a nivel nacional e internacional, cuyos compromisos sean velar porque sus habitantes tengan acceso a los servicios públicos, de salud y educación de forma oportuna y eficiente en todos sus niveles. Por medio de un proceso de participación activa, donde los representantes de los cantones, comunidades y subsectores productivos determinen sus necesidades y la solución a sus propios problemas con un enfoque de sostenibilidad.

⁶ Manual Institucional de Alcaldía Municipal de Panchimalco.

3. Visión Institucional

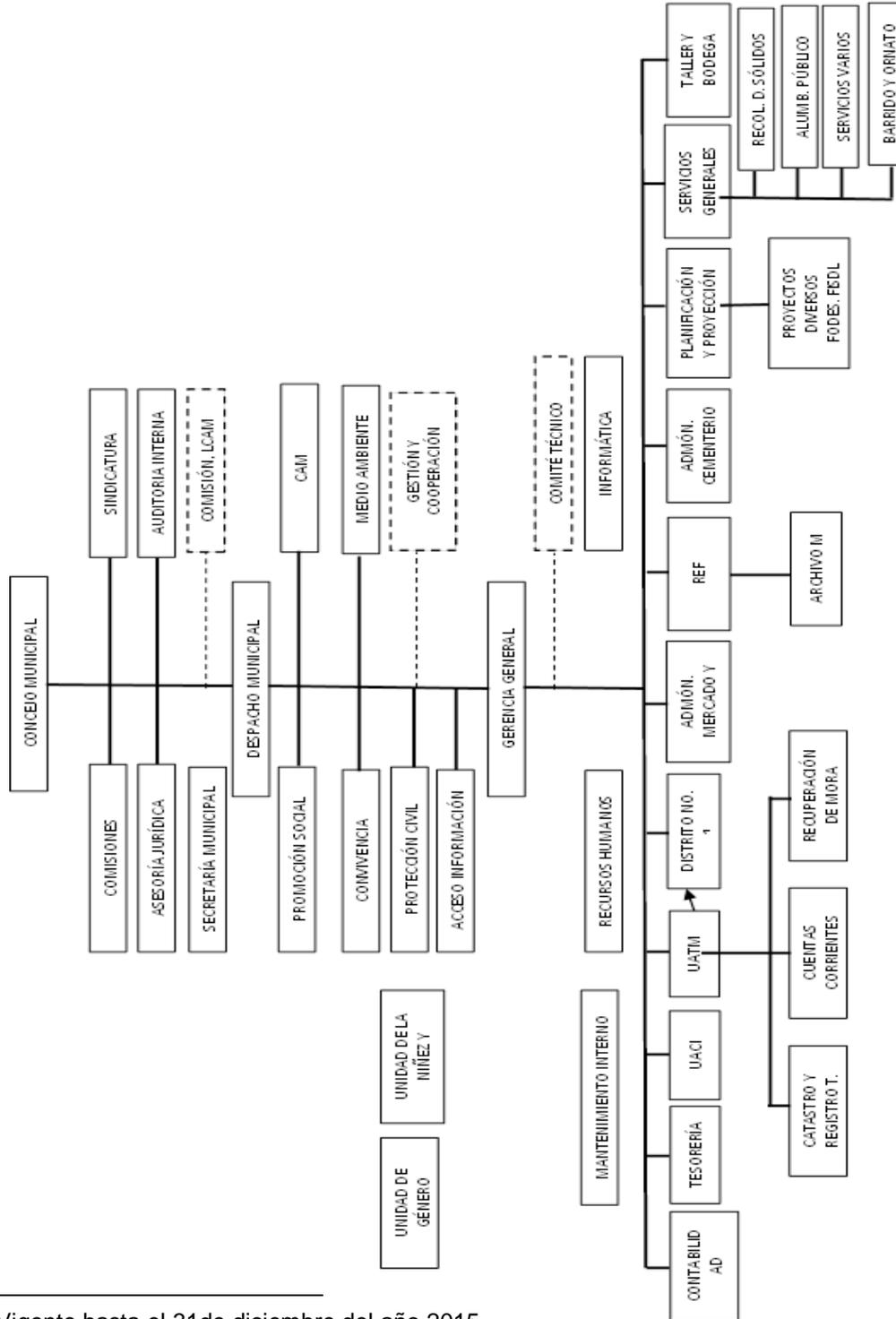
Ser una institución pública que presta servicios en forma oportuna, eficiente a todos los ciudadanos del Municipio de Panchimalco, a través de una gestión municipal dinámica y transparente comprometida con el desarrollo sostenible del Municipio.

4. Estructura Organizacional

Según la estructura organizativa de la Alcaldía, no está designado el cargo del responsable del sector turismo; sin embargo, dichas tareas son realizadas por el promotor social Jorge Olmedo.

Actualmente la municipalidad está estructurada de la siguiente manera:

a) Organigrama de la Alcaldía Municipal de Panchimalco⁷



⁷ Vigente hasta el 31 de diciembre del año 2015

E. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURISMO EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO.

1. Municipalidad de Panchimalco

La municipalidad no posee en su estructura organizativa, un área específica que se encargue de las actividades turísticas. No existe planificación del turismo, ni mecanismos para la promoción del mismo, como campañas publicitarias, o mantenimiento adecuado de la infraestructura natural que posee.

Sin embargo, existe un promotor social, que se encarga de realizar las actividades de turismo, que son hasta el momento mínimas, pero que están en vías de lograr una mayor afluencia turística en todo el Municipio.

Por lo que en la actualidad, en ocasiones dicho promotor se reúne con el sector organizado del comercio, con el cual están realizando festivales gastronómicos cada dos meses, tratando de generar expectativas y atraer turistas, para que con el paso del tiempo dicho festival se realice cada semana; y así, Panchimalco sea reconocido por sus festivales gastronómicos, y sus diferentes atractivos turísticos, también sostiene comunicación con personal del Ministerio de Turismo, con el cual programan el Citi-tuor, que consiste en trasladar un bus desde el Ministerio de Turismo hacia el casco urbano del Municipio y viceversa.

Para el actual Alcalde Mario Meléndez y su concejo, es muy importante transformar el Municipio, no solamente en infraestructura, sino también el pensamiento de las personas, especialmente en niños y jóvenes, a los cuales se les están abriendo diferentes espacios, donde ellos pueden desarrollarse intelectual, musical y deportivamente.

2. Proyectos activos en el Municipio⁸

- **Las Artes un camino a la prevención:** es un proyecto municipal que inició en febrero del año 2014, con el objetivo de apoyar a la prevención de la violencia social contra la niñez y juventud de Panchimalco, en todos sus cantones, hasta la fecha se ha logrado beneficiar a una población de 200 niños, niñas y jóvenes con el que se trabaja en el rescate de los valores a través de danza folklórica, música andina, canto, guitarra clásica, dibujo y pintura.

- **Programas Deportivos:** busca constantemente incentivarlos y apoyarlos desde la comisión de deporte, conformada por miembros del concejo municipal, es así como se tienen escuelas de futbol, taekwondo y lucha olímpica, en las cuales participan más de 100 jóvenes, de los que se han destacado en competencias nacionales e internacionales.
La municipalidad proporciona uniformes deportivos, balones y trofeos a Centros Escolares, Comités de Deportes y a los diferentes Cantones que organizan torneos deportivos.

- **Centro para el desarrollo de la mujer:** está en funcionamiento desde el año 2011, beneficiando hasta la fecha a 832 mujeres, las cuales han aprendido diferentes talleres, como cosmetología, corte y confección, barro, telar de cintura, piñatería, elaboración de tarjetas, dulces artesanales y computación.

- **Inserción productiva:** este proyecto tiene 44 participantes, que son beneficiados a través de 10 iniciativas productivas en agricultura, cultivo de tilapia, piñatería, manualidades, foami, vinos y velas artesanales en

⁸ Revista Anual de “Fiestas Patronales de Panchimalco”

estos se brindan capacitación de habilidades, formación empresarial y vocacional, así como también se les apoya con equipamiento.

- **Becas:** la municipalidad cuenta con un programa de becas, para motivar y apoyar a los estudiantes que se esfuerzan por mantener un buen rendimiento académico, desde el año 2013 a la fecha se han otorgado más de 570 becas.

- **Becados a Rusia:** en el marco del convenio de hermanamiento con la Ciudad de Gzhel en Rusia y el Municipio, firmado en junio de 2011, se logró enviar a 4 habitantes que se dedican a la elaboración de artesanías, a especializarse en cerámica, en el Instituto de Arte e Industria, un esfuerzo que traerá beneficios a la población, ya que se está trabajando para instalar una fábrica de cerámica municipal, para producir una artesanía propia de Panchimalco, que integren elementos que identifiquen su cultura.

- **Centro Municipal de Formación Vocacional:** inaugurado en octubre del 2015, donde se están formando jóvenes con conocimientos en electricidad, cocina internacional, reparación de celulares y cursos de Microsoft office Word y Excel, se les proporciona la certificación a nivel internacional, en este centro se está capacitando por primera vez a jóvenes para ser guías turísticos, donde reciben adiestramiento en primeros auxilios, cultura general y principalmente del Municipio, para que estos conocimientos puedan ser transmitidos a los turistas.

F. OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO

a) *Cantón Planes de Renderos*

Los Planes de Renderos, es el cantón más conocido del Municipio de Panchimalco, está ubicado a 9.5 kilómetros al sureste de San Salvador⁹. Este posee diferentes zonas recreativas y de entretenimiento para los visitantes. Dentro de los cuales tenemos:

(1) Parque Balboa

Cuenta con 44 manzanas de terreno donde se puede disfrutar de la naturaleza, aire fresco, aventura, zona para deportes extremos, cancha de futbol, basquetbol además cuenta con un “pupusódromo”, y diversos locales donde ofrecen amplia variedad de comidas, dichos locales se encuentran en diferentes puntos que rodean al parque; logrando observar plantas y juegos.

También se encuentran lugares llenos de cultura como lo son:

- Monumento al dios del fuego
- Monumento a la diosa del agua
- Monumento al dios del hechizo

Asimismo hay monumentos en memoria de la independencia de Centroamérica los cuales son:

- Obelisco
- Monumento a José Simeón Cañas
- Monumento a los Próceres de la Independencia

⁹https://es.wikipedia.org/wiki/Los_Planes_de_Renderos

(2) Parque de la Familia

Este parque goza de una extensión de 48 manzanas de terreno, donde se encuentran coloridos árboles y variada vegetación que sirve de hábitat para animales como conejos, ardillas y aves.

En este lugar se encuentra un anfiteatro con capacidad de más de 200 personas. También se hallan amplias canchas de basquetbol, futbol y voleibol. Se puede hacer uso de diferentes áreas de juego infantiles, área forestal y senderos que lo llevarán a un mirador en dirección al volcán de San Salvador. Es ideal para circular en bicicleta, cabalgar y pasear en el tren familiar.

El Parque de la Familia cuenta con un amplio parqueo con seguridad permanente; posee más de 10 comedores que ofrecen ricas pupusas, platos de comida completos, antojos, entre otros.

(3) Puerta del Diablo

La Puerta del Diablo es una formación pétreica ubicada en el Cerro El Chulo a un kilómetro del Parque Balboa, es el punto más alto de San Salvador estos terrenos fueron donados en 1951 por los señores Harrison Step y Eliseo Rovira a la Junta Nacional de Turismo, con una extensión de 4 manzanas.

Desde la Puerta del Diablo se puede apreciar el litoral del Océano Pacífico, el Municipio de Panchimalco, el Lago de Ilopango, el Cerro de las Pavas y el volcán de San Vicente.

Otro de los atractivos de este lugar es practicar el alpinismo o canopy (consiste en el desplazamiento pendiendo de cables en una polea suspendida por cables trazados entre arboledas) instalado en lo alto de las rocas, donde se puede disfrutar de un clima refrescante, ideal para quienes gozan de aventura. También poseen diversidad de ventas, platillos típicos, derivados del maíz y artesanías.

(4) Casa del Escritor

La casa donde vivió el escritor Salvador Salazar Arrué (Salarrué) es ahora un lugar donde nacen escritores de las nuevas generaciones.¹⁰

Fue fundada en el año 2003 por el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA). Está destinada para todas aquellas personas que tienen pasión por la literatura. Niños, jóvenes y adultos pueden desarrollarse en diversas áreas como narrativa, poesía, guion cinematográfico y radiofónico.

(5) Hotel Amatechan

El nombre del hotel es Amatechan palabra combinada con Náhuatl que significa “Casa del Árbol”; este espacio está ubicado en un ambiente ecológico y cercano a la ciudad, posee 21 habitaciones y ofrece la realización de eventos con servicios completos de alimentación, decoración y montaje. Es el primer hotel en Panchimalco, se encuentra en la finca Santa Rosa kilómetro 11, cantón Planes de Renderos.¹¹

(6) Casa del Mirador Distrito

Esta instalación es propiedad de la municipalidad, ubicada frente al mirador, donde se puede encontrar las oficinas del distrito de Panchimalco, así como también diferentes comercios gastronómicos. Este sitio es conocido por los habitantes de la zona, y las personas que visitan el Municipio, ya que en él se encuentran una variedad de chalets que ofrecen comida típica, además de un establecimiento que tiene a disposición del público café y postres gourmet.

¹⁰http://www.comunica.edu.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=1054:casa-de-salarrue-alberga-a-futuros-escritores

¹¹<http://www.hotelamatechan.com>

(7) **Restaurante Alba Clara:**

Posee una extensión de 10 manzanas de terreno, donde se puede cabalgar y también aventurarse a las emociones que se viven en el canopy (consiste en el desplazamiento pendiente de cables en una polea suspendida por cables trazados entre arboledas), con instalaciones aptas para eventos de cualquier tipo, ya sea empresarial o de ocasión especial.¹²

Está rodeado de áreas verdes y vistas panorámicas impresionantes donde apreciará las imponentes montañas que rodean la Puerta del Diablo y al horizonte, las costas de La Libertad.¹³

b) Casco Urbano de Panchimalco

Es el sitio principal del Municipio, y en este se encuentran diferentes atractivos turísticos, los cuales son:

(1) **Las Cruces**

Está ubicada en la entrada principal del pueblo, conocido como el "Indio"; en este lugar se puede apreciar una cruz de aproximadamente 5 metros, adornada con plantas y flores, rodeada de fotografías de como Panchimalco lucía en el pasado, mostrando las principales tradiciones del Municipio.

(2) **Casa de la Cultura**

La Casa de Cultura está haciendo una gran labor de rescate de las tradiciones y artesanías locales, tales como los bailes folklóricos, los trajes típicos de los Panchimalquenses, y la Procesión de Las Palmas, siendo uno de los principales atractivos de este Municipio en ella nuestros indígenas le ofrendan al dios Xipeotec por las buenas cosechas, se hace una procesión con palmas y flores de la época y se reparte "chicha", las danzas de los Historiantes, y otras.

¹²<http://www.parquealbaclara.com/>

¹³<https://ipanel salvador.wordpress.com/2012/09/23/parque-albaclara/>

(3) Casa Taller Encuentros

Miguel Ángel Ramírez es uno de los artistas plásticos más talentosos y reconocidos del país, también es una persona comprometida con el arte emergente. Este interés lo llevó a fundar la "Casa Taller Encuentros". En este lugar se encuentran diversas exposiciones de arte de forma rotativa en los diferentes lugares que les son solicitados, aunque también hay algunas permanentes como la exposición patrimonial.

(4) Simposio cultural o parque escultórico

Es un espacio donde se reflejan las diferentes expresiones artísticas, de jóvenes talentos del Municipio, y de personalidades extranjeras que colaboraron para la realización del parque escultórico; donde se pueden apreciar 18 hermosas esculturas elaboradas en piedra. Está situado a unos 15 metros frente a la Alcaldía Municipal de Panchimalco.

(5) Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma

Al centro del Municipio, se encuentra un lugar que transporta al visitante a las épocas de la colonia, donde hace más de cuatro siglos, frailes españoles dirigieron a los indígenas de la zona para construir uno de los templos coloniales más importantes del país, y que hoy es admirado y respetado por las nuevas generaciones.

Según algunos archivos, fue construida en abril de 1543 y finalizada el 29 de abril de 1730.¹⁴ Su fachada mide 40 metros de longitud por 18 de ancho. Su bóveda es reforzada por 16 columnas de madera de bálsamo. El templo donde se venera la Santa Cruz de Roma constituye una verdadera joya arquitectónica salvadoreña de la época colonial, sus altares e imágenes son de origen

¹⁴Monografía de Panchimalco, Universidad Don Bosco, Mayo 2011

barroco. La primera partida de bautismo está escrita en el año de 1655 esto le da antigüedad a la iglesia de más de trecientos años.

(6) Mercado de Artesanías

Este es un espacio que la Alcaldía Municipal ha creado, para que los diferentes artesanos puedan ofrecer sus productos, tales como: ollas de barro, sandalias mantos y pitos panchos que son propios del Municipio, así como también artículos decorativos para el hogar y de uso personal como aritos, pulseras collares entre otros. Además se utiliza como taller de pinturas donde niños, jóvenes y adultos pueden aprender este arte; y está ubicado a un costado de la iglesia colonial a dos cuadras de la Alcaldía Municipal.

(7) Complejo Deportivo de Panchimalco

Se encuentra ubicado a cuatro cuadras de la Alcaldía Municipal, en el barrio Concepción. Éste ofrece lugares para disfrutar en familia y de sano esparcimiento; el complejo deportivo posee una piscina, una cancha de básquetbol y dos canchas de futbol, una de ellas con grama artificial que es utilizada para futbol rápido y la segunda para futbol libre, también cuenta con un graderío para los observadores.

(8) Parque Acuático

Es la más reciente oferta turística que está brindando Panchimalco, ubicado en el Barrio Concepción contiguo al complejo deportivo. Cuenta con dos piscinas, una cancha de futbol engramada, áreas verdes donde se pueden apreciar esculturas en piedras, realizadas por artistas nacionales e internacionales específicamente de los países de Italia, España, Honduras.

Panchimalco está constituido por una variedad de atractivos turísticos que se ofertan en el casco urbano del Municipio, cada uno con orientación diferente, ya que cuenta con destinos deportivos, culturales y artísticos.

c) Festividades

(1) Fiestas Patronales en honor a Santa Cruz de Roma

Las fiestas patronales se celebran del 1 al 14 de septiembre, (siendo los días principales el 13 y 14) en honor de la Santa Cruz de Roma. Donde todos los días se realizan diferentes actividades, tales como: quiebra de piñatas, se comparte refrigerios a todos los presentes, bailes folklóricos, juegos para niños y adultos, entre otros.

(2) Feria Cultural de las Flores y las Palmas

El primer domingo de mayo tiene lugar la festividad más popular y colorida de la localidad llamada “Feria cultural de las flores y las palmas” o simplemente “Procesión de las palmas” en honor de la Virgen María, festividad a cargo de una “Cofradía de las flores y las palmas”. En este día hay representaciones de las danzas tradicionales de los Chapetones y los Historiantes.

El evento más colorido es la procesión religiosa. En ella los asistentes portan palmas de coco que llevan insertadas flores de temporada. La multitud parte desde tres puntos de la localidad, cargando imágenes de la Virgen María. El evento culmina en una misa en la iglesia colonial del Municipio.

G. MARCO LEGAL

Como toda actividad económica, el turismo es una actividad que está regulada por las leyes salvadoreñas, en diferentes tipos de códigos y leyes, los cuales deben ser respetados, con el fin de cumplir las exigencias del Estado. Para

realizar esta actividad económica, a continuación se muestran las leyes que regulan la actividad turística en nuestro país.

1. LEYES QUE RIGEN EL TURISMO EN EL PAÍS

a) *Constitución de la República de El Salvador*

La constitución establece en su artículo N° 63 que la riqueza artística, histórica y arqueológica del país forma parte del tesoro cultural salvadoreño, el cual queda bajo salvaguarda del Estado y sujetos a leyes especiales para su conservación¹⁵.

El artículo N°101, menciona que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo, además en el artículo N°102 se establece que se garantiza la libertad económica en todo lo que no se oponga al interés social; por lo cual la constitución de la república de el salvador permite la explotación del turismo en el país puesto que es un recurso con el cual éste cuenta y además garantiza la libertad económica para poder explotarlo¹⁶.

De acuerdo a lo establecido en la Constitución de la República, en el artículo 203, los Municipios serán autónomos en lo económico, en lo técnico y en lo administrativo y se regirán por un Código Municipal.

Según éste artículo, la Constitución le permite a los gobiernos locales ser independientes económicamente, es decir, poseen la facultad de decidir la mejor manera de ejercer su funciones, siempre y cuando se realice de acuerdo a lo establecido en el código municipal.

¹⁵Constitución de la República de El Salvador, decreto N° 38 de fecha 16 de diciembre de 1983

¹⁶ Constitución de la República de El Salvador, decreto N° 38 de fecha 16 de diciembre de 1983

b) Código Municipal

Este código tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, funcionamiento y ejercicio de las facultades autónomas de los Municipios¹⁷. Además de indicar, que el desarrollo del turismo, es tarea que le concierne también a la municipalidad, prueba de esto, se encuentra en el artículo cuatro citado a continuación:

Art. 4.- Compete a los Municipios:

Literal 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.¹⁸

c) Ley de la Carrera Administrativa

Esta ley se encarga de normar la carrera administrativa municipal, para que, mediante el ofrecimiento de oportunidades se permita el ingreso al servicio público municipal de forma igualitaria, sin discriminación política, racial, social religiosa, sexual o de cualquier índole. Bajo este contexto es una Ley de suma importancia porque al cumplirla se logra obtener personal apto para desempeñar las funciones requeridas.

d) Ley Orgánica de la Administración Financiera del Estado (AFI)

Tiene por objeto normar y armonizar la gestión financiera del sector público y establecer el sistema de administración financiera integrado, que comprende los subsistemas de presupuesto, tesorería, crédito público y contabilidad gubernamental. Esta ley es la que se encarga de lograr la eficiencia y eficacia en la obtención y aplicación de los recursos públicos.

¹⁷ Código Municipal, de fecha 3 de febrero de 1986

¹⁸ Código municipal, (Con sus reformas) 24 edición, marzo 2014.

e) Ley De Turismo

La Ley de Turismo establece que es de interés nacional promover el país como destino turístico que tiene como objeto fomentar, promover y regular la industria turística facilitado por personas naturales y jurídicas nacionales o extranjeras.

Establece que el Ministerio de Turismo, es el organismo rector en materia de turismo y la corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR), es la institución responsable del registro de personas naturales o jurídicas de la industria turística¹⁹.

f) Código de comercio

Toda actividad económica independientemente de su rama lleva implícito el comercio y el turismo no es la excepción puesto que en la actividad turística se realiza la compra-venta de bienes y servicios por lo cual esta actividad se ve obligada a respetar las leyes que regulan el comercio²⁰.

g) Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo

El Instituto Salvadoreño de Turismo, es una entidad de utilidad pública, que tiene como finalidad la administración de los centros recreativos, que sean de su propiedad o que se le han asignado²¹, citados en el artículo 2 de la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo.

Esta ley es de suma importancia, porque dos de los principales atractivos turísticos de Panchimalco, están bajo las dependencias del Instituto Salvadoreño de Turismo, los cuales son el Parque Balboa y La Puerta del Diablo.

¹⁹ Ley de Turismo, de fecha 20 de diciembre de 2005

²⁰ Código de Comercio, de fecha 21 de diciembre de 2012

²¹ Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, de fecha 22 de agosto de 2012

h) Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo

Es una ley que crea la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ésta es una institución autónoma que tiene como finalidad promover el desarrollo, a través de actividades como: la promoción de atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero, llevar estadísticas nacionales en materia de turismo y sobre todo fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales²². Citado en el artículo 2 de esta ley.

i) Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.

Todas las empresas que ofrezcan bienes o brinden servicios a turistas en Panchimalco estarán sometidas a la ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y la prestación de servicios (comúnmente conocida como ley del IVA), esta es una ley que establece que se cobrará un impuesto a toda transacción económica que se realice en el territorio nacional.

Por lo cual las empresas que brinden productos o servicios y posean la capacidad de contribuyentes, se convierten en recaudadores de este impuesto; según el artículo N°29 de esta ley únicamente están excluidas del pago de este impuesto todas las empresas cuyo activo sea inferior a ₡20,000.00 salvadoreños o su equivalente \$2,280.00 americanos aproximadamente²³.

²² Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo, de fecha 22 de agosto de 2012

²³ Ley de Impuesto A La Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación De Servicios. de fecha 24 de julio de 1992

j) Ley de Creación del Fondo para El Desarrollo Económico Y Social de los Municipio²⁴

En el art. 1 de esta ley se establece que el Estado hará un aporte del 8% de los ingresos corrientes netos del presupuesto del estado, que deberá consignarse en el mismo en cada ejercicio fiscal, y entregado en forma mensual.

También indica la forma en que estará distribuido, el art. 4 literal “a” menciona que se destinarán ₡5,000,000.00 al Fondo de Inversión Social del Desarrollo Local. El cuál será la fuente de financiamiento para la propuesta de esta investigación.

H. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1. Definiciones

La planeación estratégica no debe entenderse como la suma de planes estratégicos, sino como un proceso que arranca con la aplicación de ciertas etapas, para obtener el plan estratégico a desarrollar²⁵.

Es recomendable que toda organización posea un plan estratégico, que ayude a los líderes de la entidad a determinar el rumbo hacia el cual se dirigirá la empresa; bajo este contexto es importante que previamente se tenga claro ciertas definiciones, tales como:

- **Plan:** Documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Es decir, consiste en definir claramente los objetivos y las acciones que se deben tomar para llegar a alcanzarlos.²⁶

²⁴Ley de Creación del Fondo para El Desarrollo Económico Y Social de los Municipios, 9 de agosto de 1988

²⁵ José María Sainz de Vicuña Ancín, El Plan Estratégico en la Práctica

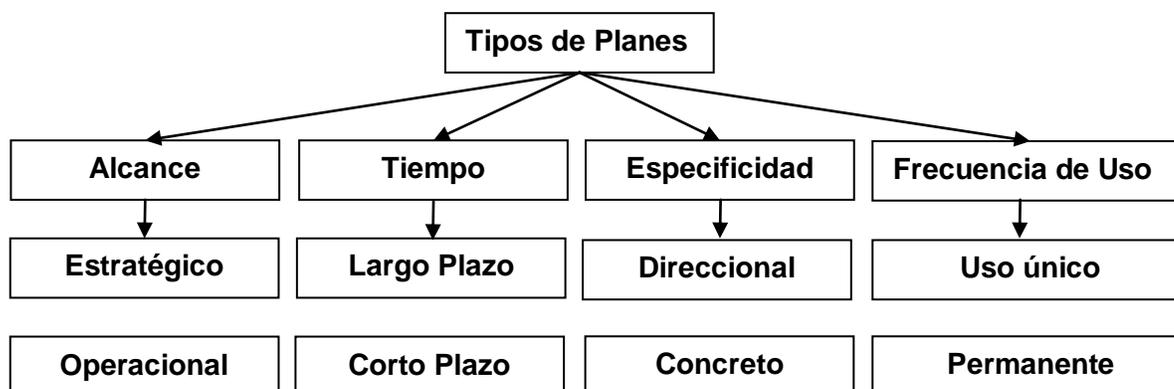
²⁶ sobreconceptos.com

2. Tipos de planes

Los planes pueden clasificarse en términos de alcance, tiempo, especificidad, y frecuencia de uso.

- De acuerdo a su alcance los planes se pueden clasificar; en planes estratégicos y planes operacionales, los planes estratégicos son planes que se aplican a toda la organización y establecen sus objetivos generales, mientras que los planes operacionales abarcan solamente un área operativa en particular.
- De acuerdo al periodo de tiempo en que se implementarán, se puede clasificar: en planes de largo plazo, que son utilizados para planes de más de un año de duración, los planes a corto plazo son planes de un año o menos, todo lo que se encuentre entre estas dos clasificaciones se considera un periodo intermedio.
- De acuerdo a su especificidad se puede clasificar en planes direccionales, que son planes flexibles que exponen pautas generales y proporcionan un enfoque pero no limitan con objetivos sumamente específicos o líneas de acción concretas, por otro lado están los planes concretos los cuales son planes claramente definidos y no dan a lugar a interpretaciones, no hay ambigüedad y tienen objetivos definidos claramente.
- De acuerdo a su frecuencia de uso los planes pueden ser únicos, puesto que se diseñan específicamente para satisfacer las necesidades o resolver un problema de una situación única, además, pueden ser permanentes porque pueden ser utilizados varias veces ya que proporcionan una guía para las actividades que se realizan, incluyen políticas, reglas y procedimientos.

A continuación se muestra una figura donde se resumen los tipos de planes²⁷:



De acuerdo con este cuadro para el trabajo de investigación como equipo de trabajo realizaremos un plan estratégico, a largo plazo, Direccional y de uso único, con el objetivo de incrementar la afluencia turística al Municipio.

- **Estrategia:** Es el conjunto de acciones anticipadas, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa, para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento.

Al unir estas definiciones podemos decir que:

Plan estratégico es un documento en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, gubernamental) reflejan, cuáles serán las acciones a seguir en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años, aunque por lo general son 3 años.

Por otra parte para diseñar un plan estratégico, se debe seguir un proceso que comprende varias etapas, como se describen a continuación:

²⁷ José María Sainz de Vicuña Ancín, El Plan Estratégico en la Práctica

3. Proceso de planeación Estratégica²⁸

El plan estratégico es un valioso documento que incluye una estructura de seis etapas básicas; las cuales, pueden ser adaptadas a las necesidades de la municipalidad.

Es un proceso que consta de seis etapas, las primeras cuatro etapas describen el proceso de planeación, y se debe tener en cuenta que incluso las mejores estrategias pueden fallar, si no se implementan o evalúan adecuadamente. Por lo cual todo el proceso de planeación estratégica es muy importante, y continuación se describen cada una de sus etapas:

Etapas 1: Identificar la misión actual de la organización, sus objetivos y estrategias

Toda organización o entidad ya sea con fines o sin fines de lucro, debe tener una misión, porque es la declaración de un propósito por la cual existe dicha entidad, así mismo es importante identificar los objetivos y estrategias que posee; con la finalidad de tener una base para establecer si los objetivos y estrategias que existen deben ser modificados de acuerdo a las necesidades que tenga la entidad.

Etapas 2: Realizar un análisis externo

Se deben examinar tanto el entorno general como el específico, como por ejemplo, saber el posicionamiento en el mercado de la competencia, las leyes que regulan la entidad, demanda del producto, etc. Una vez analizado el entorno, se deben identificar las oportunidades que la organización puede explotar y las amenazas con las que se puede encontrar.

²⁸William J. Staton, Michael J. Etsel, Bruce J. Walker; Fundamentos de Marketing

Etapa 3: Realizar un análisis interno (FODA)

El análisis interno proporciona información importante, sobre los recursos y capacidades específicas de una organización; entre los cuales se puede mencionar, activos financieros, físicos, humanos e intangibles, que son utilizados para el funcionamiento de la misma. Por lo cual después de realizar un análisis interno, se deben identificar las fortalezas y debilidades de la entidad.

Después de completar el análisis FODA, se deberán formular las estrategias apropiadas para la entidad, es decir, las estrategias que explotan las fortalezas, las oportunidades, y las estrategias que ayudan a proteger la entidad de amenazas disminuyendo debilidades.

Etapa 4: Formulación de Estrategias

Mientras se formulan estrategias que ayuden al logro de los objetivos, se deben considerar las realidades del entorno externo, los recursos y las capacidades disponibles.

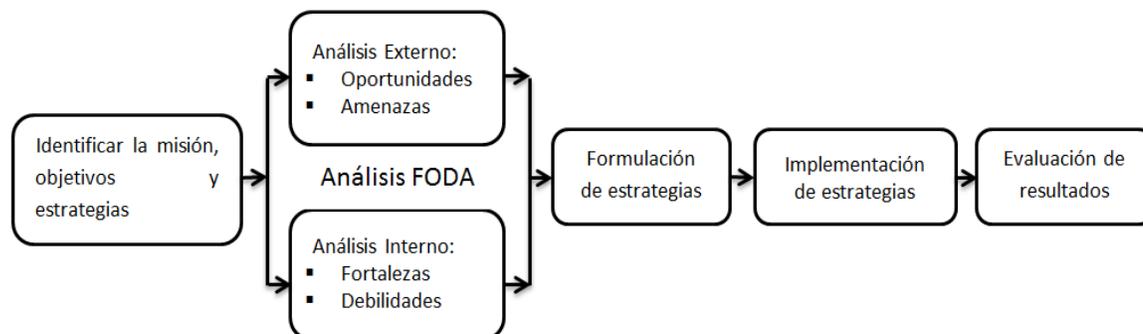
Etapa 5: Implementación de estrategias

Una vez se han formulado las estrategias estas deben ser implementadas y ejecutadas adecuadamente, para obtener los mejores resultados posibles, ya que, de nada sirve un buen plan, si no se desarrolla de manera apropiada.

Etapa 6: Evaluación de resultados

El paso final del proceso de la planeación estratégica es la evaluación de los resultados, es decir ¿Qué tan efectivas han sido las estrategias para ayudar a lograr los objetivos? Y también para saber qué ajustes serán necesarios para cumplir las expectativas esperadas.

Proceso de Planeación Estratégica²⁹



Conociendo cada una de las etapas que comprende un plan estratégico se aclara que se hará énfasis en el parte mercadológica, ya que la municipalidad requiere el proyecto de investigación sobre dicha área.

4. Estrategias de Mercadotecnia Mercado

a) Definiciones

Mercadeo es un proceso social y administrativo, mediante el cual una persona o grupos de personas, obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando productos y valores por otros³⁰.

Las estrategias de mercadeo consisten en acciones que se llevan a cabo, para alcanzar determinados objetivos, tales como: dar a conocer un nuevo producto o servicio, aumentar las ventas, o lograr una mayor participación en el mercado a través de la penetración en la mente del consumidor³¹.

Para elaborar estrategias de mercadeo, es muy importante conocer algunos términos básicos que son utilizados en esta área:

²⁹ Philip Kotler, Dirección de marketing, Editorial Pearson Educación, México 2006.

³⁰ Philip Kotler, Fundamentos de Mercadotecnia

³¹ www.monografias.com/trabajos93/estrategias-de-mercadotecnia/estrategias-de-mercadotecnia.shtml

➤ **Necesidad**

Es el concepto más básico de mercadeo; puesto que como humanos contamos con una cantidad ilimitada de necesidades; una necesidad es un estado de carencia percibida, entre las que se incluye las básicas como la alimentación, vestido, seguridad, salud, y las necesidades no tan básica como diversión, prestigio, reconocimiento, etc.

➤ **Deseos**

Se refiere a los deseos humanos, los que son moldeados por la cultura y la personalidad de cada hombre o mujer, por lo tanto los deseos se describen como objetos y experiencias, que satisfacen cada una de las necesidades de las personas.

➤ **Producto**

Las personas satisfacen sus necesidades y deseos con el consumo de productos o servicios, y podemos definir un producto, como cualquier cosa que se pueda ofrecer, para satisfacer una necesidad y deseo; el concepto de producto no se limita a objetos físicos.

Cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad puede denominarse producto, en sentido más amplio los productos incluyen también experiencias, personas, lugares, información e ideas etc.

➤ **Valor**

El valor para el cliente es la diferencia entre los beneficios que obtiene al poseer o utilizar un producto, y los costos de obtener el producto, incluyendo costos monetarios, como no monetarios un ejemplo de este es el tiempo.

➤ **Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente depende de la medida en que el producto aporta valor en relación con las expectativas que ellos poseen, si la aportación de valor es escasa, dadas las expectativas del cliente, el comprador estará insatisfecho; caso contrario, si la aportación alcanza las expectativas el comprador estará satisfecho; y aún mejor, si esa aportación de valor supera todas las expectativas del comprador, él estará complacido. Es por ésta razón que toda entidad busca complacer a los clientes, prometiéndoles sólo lo que pueden brindar, y probablemente ofreciendo luego, mucho más de lo que han prometido.

b) Características del mercadeo de servicio turístico

Para realizar las actividades del mercadeo de servicios turísticos, se debe centrar la atención en cuatro características principales; las cuales son:

➤ **Intangibilidad**

Es la característica que se refiere a que; lo único que un comprador tiene al adquirir un servicio, es la promesa de que se cumplirá lo estipulado al momento de recibirlo; para reducir esta incertidumbre que provoca esta intangibilidad de los servicios, el comprador buscará signos que evidencien la información y la confianza en el servicio, por ejemplo condiciones de un local, limpieza, elegancia, profesionalidad de su personal etc.

➤ **Carácter indisociable**

En la mayoría de servicios turísticos, tanto el suministrador del servicio como el cliente deben estar presentes para que la operación tenga lugar, los empleados que atienden al cliente forman parte del producto, puesto que ellos son los que en la mayoría de los casos brindan el servicio, el carácter indisociable del servicio, significa también que los clientes

forman parte del producto, por lo tanto deben estar presentes en el lugar y la hora acordada para que el servicio pueda realizarse.

➤ **Variabilidad**

Los servicios son muy variables, su calidad depende de quién, cuándo y dónde se le suministre un servicio, la variabilidad de un servicio es producida por diferentes motivos, los servicios se producen y se consumen de manera simultánea, y esto limita el control de calidad del mismo, así que; un cliente puede recibir un servicio excelente un día, y un servicio no tan bueno de la misma persona al día siguiente.

➤ **Carácter perecedero**

Los servicios no se pueden almacenar, por lo cual se debe administrar la capacidad y la demanda puesto que no se pueden acumular existencias no vendidas, el carácter perecedero significa que la gestión de capacidad y la demanda es importante para el éxito de una empresa turística.

c) Niveles de un Producto

En el sector turístico es necesario pensar en el producto respecto a cuatro niveles, a continuación se describen cada uno de ellos:

➤ **Producto genérico**

El producto genérico es el nivel más básico de un producto, se puede definir como la versión mínima, que en atributos y beneficios, responde a la necesidad esencial de la demanda.

➤ **Producto esperado**

El producto esperado son aquellos servicios o bienes que deben estar presentes para que el cliente use el producto genérico, es decir el

conjunto de atributos que el comprador normalmente espera y con los que está de acuerdo cuando lo compra.

➤ **Producto mejorado**

Es aquel que incluye beneficios adicionales, añadiendo valor al producto genérico y ayudando a diferenciarlo de la competencia, incluye otros beneficios y atributos agregados por encima de lo que brinda la competencia; puede ser un mejor servicio o mejores características.

➤ **Producto potencial**

Es el producto concebido como conjunto de modificaciones y mejoras a que se puede someter en el futuro, para ello se requiere la participación de los consumidores, proponiendo mejoras para poder perfeccionarlo; es anticipar los deseos y requerimientos de los compradores, para la mejora o desarrollo de un nuevo producto.

d) Estrategias

Para una mejor gestión de las estrategias de mercadeo, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos principales; son un conjunto de elementos conocido como las 4 P's:

1. Estrategias para el producto
2. Estrategias para el precio
3. estrategias para la plaza (o distribución)
4. estrategias para la promoción (o comunicación)

(1) Producto

Los seres humanos satisfacen sus necesidades y deseos mediante productos y servicios, así podemos definirlo; “un producto es como cualquier cosa que se pueda ofrecer, para satisfacer una necesidad y deseo” el concepto de producto no se limita a objetos físicos. Cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad puede denominarse producto, en sentido más amplio los productos incluyen también experiencias, personas, lugares, información e ideas etc.

Este elemento se refiere a los bienes y servicios que el Municipio de Panchimalco posee para ofrecer a sus visitantes.

(2) Precio

El precio es la cantidad de dinero cobrada por un producto o un servicio, el precio es la suma de valores que los consumidores intercambian por el beneficio de tener o utilizar un producto o un servicio, se debe comprender correctamente la fijación de precios pues cobrar demasiado echa para atrás a los clientes potenciales, cobrar poco puede provocar que no se tengan los recursos necesarios para mantener en funcionamiento la empresa turística.

El precio, es el valor monetario que se le asigna al producto, o servicio al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores. Fijar el precio de un producto o servicio, no es solo el resultado de sus costos más la ganancia esperada, sino un complejo proceso que se debe tomar considerando el impacto que generara en los clientes.

(3) Plaza

La plaza refiere al lugar donde se vende el producto o servicio, medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a

los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener acceso al producto o servicio.

Una parte importante son los canales de distribución por lo cual se debe definir bien a través de qué canales de distribución va a llegar al mercado. Los canales son diversos, y ello dependerá por un lado de tu tipo de producto o servicio, y por otro de cómo se quiere llegar al mercado.

(4) Promoción

La promoción o comunicación consiste en dar a conocer, informar o hacer recordar la existencia del producto o servicios a los consumidores, así como persuadir, estimular o motivar su consumo. Hay que tener en cuenta formas de comunicación tradicionales, como los avisos, comerciales, banner, etc. Ya que de acuerdo a los medios que se utilicen, los mensajes que se elijan y la inversión que realice, se podrá alcanzar a distintos públicos.

Debe haber una adecuada comunicación con los clientes del mercado objetivo, lo que significa que la entidad debe preguntarse no sólo ¿cómo llegar a los clientes?, sino también ¿cómo pueden ellos llegar hasta nosotros?; por lo tanto se debe tener claro que todo el mercadeo que se implementa debe estar integrado para desarrollar un mensaje coherente y un posicionamiento estratégico.

La promoción posee cuatro herramientas importantes, las cuales son:

- Publicidad: cualquier forma onerosa de presentación y de promoción de ideas, productos o servicios por parte de un patrocinador identificado.

- Promoción de ventas: incentivos a corto plazo para animar la compra o las ventas de un producto o servicio.
- Relaciones públicas: desarrollo de una buena imagen corporativa y la habilidad para hacer frente a rumores, noticias y sucesos desfavorables.
- Venta personal: presentación oral en una conversación con uno o más compradores potenciales con el propósito de realizar una venta.

Para realizar el proceso de comunicación efectiva es necesario poner en práctica los seis pasos de desarrollo de comunicaciones, detallados a continuación:

1. Identificar al público objetivo

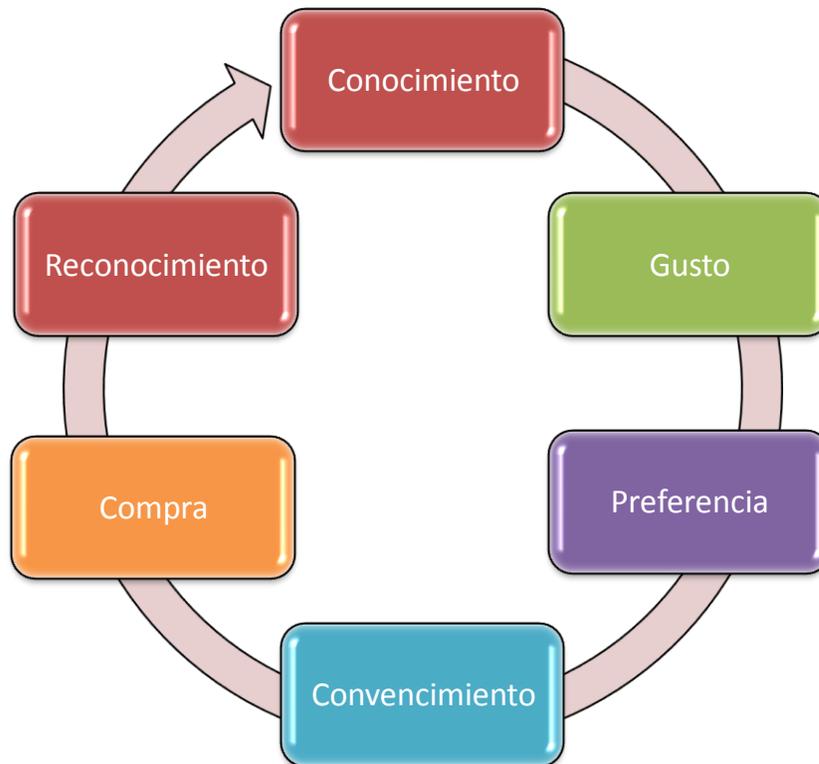
El público objetivo para el turismo pueden ser los clientes potenciales o los clientes actuales; es decir, aquellos que toman la decisión de consumir. Es importante que para lograr una comunicación efectiva, se comprenda a los clientes, demostrándolo a través del mensaje que les será transmitido.

2. Determinación del objetivo de la comunicación³²

Generalmente el objetivo primordial que busca el comunicador de mercadeo es motivar la compra en los clientes. La cual es el resultado de un proceso de decisión por parte del consumidor.

Como se muestra a continuación:

³²Marketing para turismo, Philip Kotler, Pearson Prentice Hall, España.



Interpretación: Puede ser que la entidad en este caso el Municipio, sea reconocido al menos por su nombre, para lograr estar presente en la mente del consumidor; y cuando lo conozcan, es importante que ellos sepan también los productos o servicios ofrecidos; y de alguna manera lograr un nivel de gusto considerable en los clientes.

Después de haber logrado el gusto por los productos y servicios se conseguirá la preferencia de los mismos, a través de la calidad que éstos posean. En seguida vendrá la convicción, la cual finalizará con la compra mediante el otorgamiento de información.

3. Diseñar el mensaje

Es importante elaborar un mensaje efectivo, para conseguir de esta manera lograr la atención, desarrollar el interés, provocar el deseo y mover a la acción.

Para hacer un diseño es necesario responder a las siguientes preguntas:

➤ ¿Qué decir? Contenido del mensaje.

Se debe descubrir un motivo o tema de atracción que produzca la respuesta deseada, existen tres tipos atractivos racional (están relacionados con los intereses de la audiencia, y muestran como los productos y servicios producirán los beneficios deseados), emocional (como su nombre lo indica, busca lograr emociones que motiven la compra; este tipo es utilizado por destinos turísticos³³), moral (está dirigido al sentimiento de lo que es correcto y adecuado para el público).

➤ ¿Cómo decirlo? Estructura del mensaje.

En este aspecto se tiene presente si informar los argumentos más importantes al principio o al final, así como también si indicar una conclusión o dejar que el público lo haga.

➤ ¿Cómo expresarlo? Formato del mensaje.

Debe ser un formato consistente, dependiendo del tipo de anuncio, pudiendo ser impreso, radial o televisivo. Ya que existen muchos factores relevantes, por ejemplo, el color, el texto, palabras, sonidos, voces, lenguaje corporal, etc.

4. Seleccionar los canales de comunicación

Para esto se tienen dos tipos de canales, los cuales son:

³³Marketing para turismo, Philip Kotler, Pearson Prentice Hall, España.

➤ Canales de comunicación personales:

Se da entre dos o más personas de manera directa, pueden hacerlo de manera cara a cara, por correo, por teléfono, hacia una audiencia. Estos canales son eficaces porque permiten individualizar la presentación.

➤ Canales de comunicación no personales:

Son aquellos medios que permiten la transmisión del mensaje sin contacto personal, pueden ser en masas (incluye periódicos, revistas y correo directo), audiovisuales, y externos (vallas, señales y carteles).

5. Medir los resultados del proceso de comunicación³⁴

Como es natural es necesario evaluar los resultados obtenidos, para comprobar que el mensaje transmitido haya sido captado favorablemente y de la forma en que se había planeado.

Por tal razón es importante obtener una retroalimentación para garantizar que el mensaje sea comprendido perfectamente por el receptor, puede ser mediante una encuesta, una llamada telefónica u otro medio que permita corroborar que el mensaje que el emisor transmite sea entendido a la perfección.

e) Canales de distribución de bienes y servicios turísticos³⁵

Son la estructura que se forma de un conjunto de organizaciones interdependientes en un mercado turístico con el objetivo principal de llevar al consumidor al producto; parques, pueblos, hoteles etc.

³⁴Marketing para turismo, Philip Kotler, Pearson Prentice Hall, España.

³⁵m.monografias.com/trabajo103/canales-distribución-bienes-y-servicios-turisticos/canales-distribucion-bienes-y-servicios-turisticos.shtml

(1) Funciones claves de los canales de distribución

- Información: reúnen información relevante sobre el ambiente de mercadeo.
- Promoción: desarrollan y difunden comunicaciones convincentes sobre una oferta.
- Contacto: buscan clientes potenciales y se comunican con ellos.
- Adaptación: modifican la oferta a las necesidades del consumidor.
- Negociación: establecen términos y acuerdos de la oferta.
- Financiación: adquieren y utilizan los fondos para cubrir los costos de las operaciones del canal.

(2) Objetivo de canales de distribución:

Es poner el producto a disposición del consumidor, en el lugar y en el momento en que dicho consumidor lo necesita, se trata de un desplazamiento físico del producto hacia el consumidor.

(3) Tipos de canales de distribución turística

➤ **Canales directos:**

Se utiliza el Internet como principal medio de distribución de paquetes turísticos porque con este medio se llega directamente al cliente evitando las comisiones a los intermediarios (agencias de viaje y operadores de turismo).

➤ **Canales indirectos:**

Con este tipo de distribución se vende los paquetes de turismo de naturaleza con las empresas intermediarias. Estas empresas son las agencias de viajes y operadores de turismo que se encuentran a nivel nacional y en el extranjero, quienes actúan como representantes facilitando toda la información sobre los servicios que se ofrecen.

(4) Características de los canales de distribución:

Los canales de distribución se definen por dos dimensiones:

- **Longitud:** depende del número de instituciones que sirven de intermediarios entre productor y consumidor.
- **Amplitud:** Se refiere a la intensidad de la distribución del producto o servicio turístico en cada uno de los canales.

(5) Clasificación de los canales de distribución:

- **Canal Directo o Nivel Cero:** no existen intermediarios, las funciones las asume el prestador de servicios.
- **Canal Corto o Nivel Uno:** Es aquel en el que interviene un solo tipo de intermediario entre el productor y el consumidor
- **Canal Largo o Nivel Dos o Tres:** existencia de dos o más tipos de intermediarios.

(6) Selección de los canales de distribución turística:

La selección de los canales de distribución deberá plantearse desde una óptica que busque los beneficios de la empresa económica, el prestigio y calidad del

servicio. Los principales criterios que se deben considerar en la selección del canal de distribución son:

- La flexibilidad: capacidad de adaptarse ante los cambios de la demanda.
- El control: el control de información y servicios que ejercen los productores en los canales de distribución.
- La colaboración: de los intermediarios en la información de mercadeo
- La imagen: debe estar ligada a la imagen dueña del producto
- La cobertura: es la que ejerce el canal de distribución sobre el mercado
- La competencia: debe existir armonía entre el productor y canal de distribución
- La compatibilidad: afinidad que debe existir entre los distintos canales de distribución

I. RESUMEN DEL CAPÍTULO

En este documento se expuso el marco teórico de referencia para la investigación titulada “Plan estratégico para la Alcaldía de Panchimalco, que contribuya a incrementar la afluencia turística del Municipio.”

En el cual se recopiló la información teórica necesaria para llevar a cabo la investigación, se ilustra la información referente a las generalidades del turismo en El Salvador, y Municipio de Panchimalco, donde se planteó una definición de turismo, se muestran las características, cultura, y su clasificación; así como también, se identifican las entidades que lo rigen.

Continuando con los antecedentes del Municipio de Panchimalco, junto con datos geográficos y de comercio, además se realiza una descripción de los principales atractivos turísticos con los que cuenta el Municipio y sus fiestas

más destacadas. Además de la información teórica necesaria para la elaboración de la propuesta de un plan estratégico.

Para finalizar presentamos un marco legal de las leyes y códigos que regulan la actividad turística en el país, y con esto poder aplicar la futura propuesta que realizará el equipo de trabajo.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA CONDICIÓN ACTUAL DE LA AFLUENCIA DE SERVICIOS A TURISTAS EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO.

A. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La investigación de campo permite conocer a través de fuentes de recolección de datos, la información necesaria, para elaborar el diagnóstico de la situación actual del turismo, en el Municipio de estudio.

1. Objetivos De La Investigación

a) General

- ☛ Elaborar un diagnóstico sobre la condición actual del sector turístico en el Municipio de Panchimalco, departamento de San Salvador.

b) Específicos

- ☛ Identificar la situación actual del Municipio en cuanto a los servicios turísticos que poseen.
- ☛ Determinar las principales oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas, que afectan al turismo dentro del Municipio.

- ☞ Recolectar información a través de técnicas e instrumentos, que nos permitan determinar, la percepción de los turistas que visitan y que no visitan el Municipio.

2. Importancia De La Investigación

La investigación de campo es de suma importancia dentro de cualquier estudio que se desea realizar, ya que es una etapa indispensable a través de la cual, se conoce objetivamente la situación; y posteriormente elaborar estrategias que cumplan los objetivos establecidos.

A través de la investigación de campo se conocen aspectos relevantes sobre el Municipio, los cuales permitirán plasmar estrategias, que contribuirán al incremento de la afluencia turística.

B. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Es necesario hacer uso de la metodología de investigación que oriente la ejecución de la misma, a través de técnicas e instrumentos, que faciliten la recopilación de la información, las cuales ayuden a elaborar el diagnóstico de la situación actual del turismo del Municipio.

1. Método de Investigación

El método aplicado en la investigación es el método científico, se utilizó este método por ser el más adecuado, ya que posee características que cumplen con un proceso sistemático, que nos ayuda a plantear y responder las interrogantes que surjan a lo largo del estudio, y en consecuencia lograr los resultados deseados.

Para esta investigación se utilizaron dos métodos auxiliares, los cuales son el método de Análisis, debido a que nos interesa conocer las diferentes variables en estudio, para identificar, qué relación poseen en común sobre la poca afluencia de turistas al casco urbano. Y el método Síntesis, muy importante, ya que integraremos, cada uno de los elementos que componen las variables que serán estudiados por separado, para unificarse posteriormente y poder brindar una solución satisfactoria.

2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación aplicado fue el explicativo, debido a que este estudio trata de explicar, porqué los turistas que visitan los atractivos más concurridos de Panchimalco no asisten también el casco urbano.

3. Tipo de diseño de Investigación

Se implementó en este estudio el tipo de diseño no experimental, ya que el alcance de la investigación es limitado; porque los resultados los pondrán en práctica las autoridades de la municipalidad de Panchimalco, con lo cual podrán poner a prueba las propuestas formuladas.

4. Técnicas de investigación

Para la recolección de datos se utilizaron como técnicas, la entrevista y la encuesta, por ser las indicadas para esta recopilación.

a) Fuentes Primarias:

(1) Encuesta

Técnica que se aplicó a las personas que se acercan a los tres atractivos más visitados en el Municipio, los cuales son Parque Balboa, Parque de la Familia,

Puerta del Diablo. A la misma vez a los posibles turistas que aún no han visitado el Municipio.

(1) Entrevista

La entrevista consiste en la obtención de información proporcionada de forma oral, de parte del entrevistado, la cual es recabada por el entrevistador en forma directa. Esta técnica se implementó, para recolectar la información proporcionada por el promotor de turismo de la Alcaldía Municipal, y por los Operadores turísticos, que promueven destinos como los que ofrece Panchimalco.

b) Fuentes Secundarias:

Dentro de las fuentes secundarias utilizadas se encuentran:

- Informes periódicos emitidos por organismos turísticos, tales como Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Consejo Nacional para la Cultura y el Arte de El Salvador CONCULTURA y otros.
- Artículos de revistas, periódicos, textos, etc., relacionados con la investigación.
- Sitios y páginas web relacionadas con el tema de la investigación.

5. Instrumentos de investigación

(1) Cuestionario

El instrumento aplicado fue un cuestionario impreso, elaborado con el propósito de conocer, los gustos y preferencias de los turistas, que frecuentan los destinos antes mencionados, y la razón por la cual aún no han visitado los que se encuentran en el Casco Urbano del Municipio. (Ver anexo 1.1)

A la misma vez, se utilizó para recopilar información, acerca de los turistas que no han visitado el Municipio de Panchimalco. (Ver anexo 1.2)

(2) Guía de entrevista

Se realizó la entrevista de forma directa, utilizando como instrumento la guía de entrevista, la cual fue elaborada previamente con el propósito de, recopilar información necesaria, para determinar si el Municipio de Panchimalco le favorece ser promovido por los operadores turísticos. (Ver anexo 1.3)

Así como también, para conocer si la Alcaldía, realiza actividades apropiadas para beneficiar la afluencia turística en el Municipio. (Ver anexo 1.4)

6. Determinación del Universo y Muestra

a) Universo

Esta investigación posee cuatro universos, los cuales son:

- Visitantes de centros turísticos recreativos que frecuentan Panchimalco.
- Personas que no han visitado el Municipio (Centros Comerciales de San Salvador; Metrocentro, Galerías Escalón, Plaza Mundo).
- Promotor Social de la Alcaldía de Panchimalco.
- Operadores Turísticos públicos (Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo), y privados detallados a continuación:

La investigación de campo sobre los operadores turísticos privados, se realizó en la Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR), en la que se encuentran 15 miembros activos dentro de su sociedad.

No obstante, al contactar a cada empresa vía telefónica, se determinó, que las que se encuentran apropiadas por el tipo de destinos que ofrecen son 8, las cuales son:



Ecomayan Tours, DMC

Contacto: Leonor de Castellanos

Número telefónico: 2527-0229

Dirección: Paseo Gral. Escalón 3658, San Salvador



Green Blue Red

Contacto: Carlos Velasco / Ada Lazo

Número telefónico: 2252-7660

Dirección: Avenida Los Bambúes, Calle Ámsterdam,
Reparto Miralvalle #497, S. S.



Inter Tours

Contacto: Francisco García

Número telefónico: 2263-6188

Dirección: Condominio Balam Quitze Local 1-A, Paseo
General y 89 Ave. Sur, S.S.



Mayan Escapes – Incoming Tour Operator

Contacto:Guillermo Barrientos H.

Número telefónico: 2525-6456.

Dirección: 17ª Norte, Ciudad Merliot, La Libertad



Nahuat Tours

Contacto:Lic. Mario Domínguez

Número telefónico:2257-4895 y 2533-8952



Network Tours

Contacto: Álvaro Edgardo Cuellar

Número telefónico: 2229-7322 / 2517-4478

Dirección: Calle Chiltiupan, Campo Verde Polig. L-1 #39, Santa Tecla, La Libertad



Salvadorean Tours, S. A. de C.V.

Contacto: Lic. Rodrigo Moreno / Gte. Mercadeo y Lic. Cecilia de Moreno, Gte. Gral.

Número telefónico: 2243-6113 / 2243-6074

Dirección: Centro Comercial Feria Rosa 1ra. Planta Local 118-B Carretera a Santa Tecla



CADISI Tours Operador

Contacto: José Antonio Méndez

Número telefónico: 2243-3584 / 7729-5887

Dirección: Jardines de Guadalupe Av. Mississippi 29, AntiguoCuscatlán, La Libertad

- ➔ En cuanto al personal de la Alcaldía de Panchimalco, se realizó una entrevista al promotor social, quien es el único que realiza actividades del área turística, el señor Jorge Alberto Olmedo Portillo.

b) Muestra

Tamaño de la muestra para visitantes de centros turísticos recreativos, que frecuentan el Municipio de Panchimalco (Parque Balboa, Puerta del Diablo y Parque de la Familia) y para personas que no lo visitan (Se realizó en centros comerciales de San Salvador).

Se utilizó la fórmula de muestras infinitas, debido a que se desconocía el número exacto de turistas, tanto nacionales como extranjeros que visitan el Municipio, ya que no se encontraron datos estadísticos de éstos.

La Fórmula para poblaciones infinitas fue:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Dónde:

n =	Tamaño de la muestra	= ?
Z =	Nivel de confianza	= 95%
p =	Probabilidad de éxito	= 0.50
q =	Probabilidad de fracaso	= 0.50
e =	Error permitido	= 0.08

Sustituyendo datos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.08^2}$$

Resultado:

$$n = 150.06$$

Ajustando:

$$n = 150 \text{ Personas}$$

Dado que son para dos tipos de encuestados, se utilizó una distribución equitativa para cada una de ellos, es decir 75 para los visitantes del Municipio y 75 para la población no visitante, la cual se llevó a cabo en tres diferentes

centros comerciales de San Salvador ya que estas personas son considerados clientes potenciales.

a) Cuadro resumen

Nº	Población Visitante de Panchimalco	Tamaño de muestra
1	Visitantes del Parque Balboa	25
2	Visitantes del Parque de la Familia	25
3	Visitantes de Puerta del diablo	25
	TOTAL	75

Nº	Población No Visitante de Panchimalco	Tamaño de muestra
1	Centro Comercial Metrocentro	25
2	Centro Comercial Plaza Mundo	25
3	Centro Comercial Galerías Escalón	25
	TOTAL	75

Nº	Censos	Tamaño de muestra
1	Promotor Social, Alcaldía Municipal de Panchimalco	1
2	Operadores Turísticos (Compañías turísticas)	11
	TOTAL CENSO	12

=	TOTAL GENERAL	162
---	----------------------	------------

En total se pasaron 150 encuestas, distribuidas equitativamente entre visitante y no visitantes, y fueron 12 entrevistas; una para el promotor social de la Alcaldía y once operadores de turismo nacionales y privados.

7. Tabulación, Análisis e Interpretación de Datos

La información recopilada a través de los instrumentos, el Cuestionario y la Guía de Entrevista, fueron procesados mediante el programa Microsoft Excel 2010, con el fin de facilitar la interpretación de los datos obtenidos en cada una de las interrogantes, a través de la representación de los mismos, en gráficos y cuadros estadísticos.

C. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURISMO EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE PANCHIMALCO

Como resultado de la investigación de campo, se hicieron notar aspectos muy importantes que sirvieron de base, para elaborar las estrategias a proponer a la municipalidad de Panchimalco, en el siguiente capítulo.

Se han separado según la mezcla de mercadeo, es decir por cada P que corresponda.

1. Mezcla de Mercadeo

a) Servicio (Producto)

A través de la investigación se observa que la mayoría de la población encuestada, tanto para los que visitan, como para los que no; la seguridad, higiene y comida son los aspectos que se consideran más importantes a la hora de elegir un destino turístico. (Ver anexo 2, cuadro y gráfico 5) y (Ver anexo 3, cuadro y gráfico 7).

De igual manera, hay un alto porcentaje de personas que no conoce, ni han escuchado mencionar los atractivos turísticos que se encuentran en el casco urbano del Municipio. (Ver anexo 2, cuadro y gráfico 11) y (Ver anexo 3, cuadro y gráfico 12).

Además se pudo notar que el tipo de turismo preferido entre todos los encuestados, es el “Ecoturismo”, ya que la mayoría de ellos opina, que el contacto con la naturaleza es un atractivo muy llamativo para las personas, por las vistas que se pueden apreciar y el clima que se disfruta.

Sin embargo existe una posibilidad de atraer a personas con gustos culturales, ya que según opiniones, esta preferencia está situada en el tercer lugar, por lo tanto se vuelve ventajoso que el Municipio posea tres tipos turísticos. (Ver anexo 3, cuadro y gráfico 6).

Después de analizar las opiniones de los turistas, se tiene entonces, que de todos los atractivos turísticos ubicados en el Municipio, los principales o los más reconocidos son los que se encuentran en el cantón principal llamado Planes de Renderos. Los clientes potenciales de los atractivos ubicados en Panchimalco, opinan que están dispuestos a realizar un recorrido por el Municipio, para aprovechar todo lo que éste ofrece, esto incluye la naturaleza, gastronomía, cultura y diversión (ver anexo 2, cuadro y gráfico 20).

b) Precio

En cuanto a precio, se observa que en un alto porcentaje los turistas opinan que están dispuestos a gastar entre \$10.00 y \$20.00 dólares por cada persona, lo que significa que los precios de los servicios ofrecidos deben ser accesibles para este segmento de personas. Sin embargo en menor proporción manifiestan que sus gastos pueden oscilar entre \$21.00 a \$30.00 dólares. (Ver anexo 2, cuadro y gráfico 7) y (Ver anexo 3, cuadro y gráfico 8).

Adicionalmente se les preguntó a los turistas del recorrido que se pretende proponer, es decir, que los lleve desde Planes de Renderos al Casco Urbano del Municipio en un Conga-Bus, y si estarían de acuerdo en pagar \$0.75 a \$1.00 por persona; y en su casi totalidad están de acuerdo y consideran que es

un precio razonable de acuerdo al presupuesto a lo que están dispuestos a gastar en recreación (Ver anexo 2, cuadro y gráfico 22).

c) Plaza

Este elemento es muy importante para los turistas, ya que las vías de acceso del destino elegido por ellos, debe estar en las mejores condiciones posibles, además la distancia a la que se encuentra. Se observa que entre los encuestados, más de la mitad sabe dónde está ubicado el Municipio de Panchimalco, lo que significa que tienen el conocimiento de la cercanía con la capital. (Ver anexo 2, cuadro y gráfico 8) (Ver anexo 3, cuadro y gráfico 11). Sin embargo a pesar de su cercanía y haber visitado el Cantón principal, en su mayoría desconocen donde se encuentra el centro del pueblo (ver anexo 2, cuadro y gráfico 9).

d) Promoción

Según datos obtenidos en la investigación, se observa que el Municipio posee una promoción muy pobre, ya que las actividades culturales que realizan el Municipio, son exhibidas solamente en canal 33, y cuenta con una serie de vallas publicitarias que están ubicadas específicamente donde inicia Panchimalco. A la misma vez el Municipio goza de una alta aceptación de parte de quienes lo visitan, que generalmente son grupos familiares (ver anexo 2, cuadro y gráfico 6); es por esto que lo recomiendan a un amigo o familiar como destino turístico. (Ver anexo 2, cuadro y gráfico 17)

Además la mayoría de las personas encuestadas opina que la televisión, el internet, el periódico y vallas publicitarias, son los medios de comunicación ideales, para promover los atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco (ver anexo 2, cuadro y gráfico 23 y anexo 3, cuadro y gráfico 15). Por lo tanto se

deben aprovechar estos medios, para promover el destino turístico con mayor preferencia, es decir el parque acuático del Municipio (ver anexo 2, cuadro y gráfico 14).

2. Análisis del ambiente Interno y Externo

Cabe mencionar que fue de vital importancia utilizar una herramienta, conocida como Análisis FODA, que permite identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes.

Cada una de ellas fue identificada por observación directa al momento de pasar las encuestas a turistas, y la entrevista realizada al Sr. Jorge Olmedo debido a que nos permitió tener un contacto directo con los visitantes y con los representantes de las instituciones que impulsan el turismo.

a) *Matriz*



b) *Fortalezas*

- **Afluencia turística:** Panchimalco posee una afluencia turística importante, que acude con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo, sin necesidad de gastar altos recursos económicos. Sin embargo el casco urbano del mismo no es muy frecuentado a pesar de poseer distintos atractivos culturales.
- **Clima:** En cuanto a este factor, el Municipio está caracterizado por su clima fresco especialmente en meses de noviembre a febrero.

- **Recursos Naturales:** Este Municipio se encuentra dotado de una gran cantidad de recursos llenos de belleza natural, que se prestan para realizar diferentes actividades al aire libre; además de poseer mucha vegetación.
- **Vías de Acceso:** Existen adecuadas vías de acceso, ya que una carretera pavimentada conecta a la ciudad de Panchimalco con San Salvador y con el pueblo de Rosario de Mora. Se comunica por calle de tierra con la villa de Huizúcar (departamento de La Libertad), y con las cabeceras municipales de San Marcos y Santo Tomás. Una red de caminos vecinales une al casco urbano con los cantones y caseríos.
- **Producción agrícola:** Por la frescura del clima y las condiciones geológicas del lugar, el Municipio cuenta con el entorno propicio para la producción agrícola, entre la que destaca el cultivo de café, maíz, frijol, maicillo, ayote, pipianes etc.
- **Cercanía:** una gran ventaja del Municipio radica en la cercanía con la capital, ya que se encuentra a tan sólo 17 km del centro de San Salvador, es decir; un recorrido que se realiza en 35 minutos aproximadamente.
- **Cultura y Tradiciones:** Panchimalco es un Municipio que cuenta con una variedad de tradiciones, las más reconocidas son las “Feria cultural de las flores y las palmas”, el baile de “Los Historiantes” con personas originarias del Municipio, así como también el dialecto náhuatl, que es hablado por algunos habitantes de la zona.

- **Apoyo municipal:** La Alcaldía está en la mayor disposición para lograr incrementar la afluencia de los turistas en el Municipio apoyando a los comerciantes, jóvenes con talentos y artesanos locales.

c) Debilidades

- **Disponibilidad de Recurso Humano:** Desafortunadamente la Alcaldía de Panchimalco, no cuenta con personal dedicado a trabajar en el fortalecimiento del sector turístico.
- **Desmotivación y falta de compromiso:** No todas las personas involucradas en la ejecución de festividades, están motivadas ni comprometidas con la realización de estos eventos.
- **Falta de publicidad del Municipio:** Cuando se realizan estas actividades hace falta más publicidad para darlo a conocer, y atraer mayor cantidad de turistas.
- **Alta vulnerabilidad ambiental:** el Municipio se es muy vulnerable ante los cambios climáticos, ya que por ser en su mayoría terrenos quebradizos y con peñascos, se eleva la probabilidad de ocasionarse un derrumbe o deslave.
- **Falta de señalización informativa:** una debilidad que requiere atención, es la falta de señalización de tipo informativa, ya que es difícil para los turistas guiarse hacia a los diversos atractivos turísticos.

d) Oportunidades

- **Espacios disponibles:** La belleza natural del Municipio, ofrece un lugar adecuado para llevar acabo eventos para la juventud (deportivas, bailes culturales y modernos), festivales gastronómicos, exposiciones de arte.

- **Atractivo Artesanal:** Algunos habitantes de la zona se dedican a la elaboración de artesanías, es por ello que se busca aprovechar la afluencia de turistas de este mercado.

- **Habilidades y destrezas de los habitantes:** Los festivales que organiza la municipalidad permiten el desarrollo de los jóvenes talentos, ya que ellos tendrán un espacio para mostrar sus destrezas en la pintura, música y danza; así como los deportistas en cada evento organizado.

- **Apoyo de instituciones:** Existen instituciones comprometidas con el desarrollo turístico del Municipio de las cuales podemos mencionar Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID *que* es una organización internacional que está apoyando al Municipio contra la prevención del crimen y la violencia, donde se trata de incentivar a los jóvenes que busquen capacitarse y desarrollar los talentos y así buscar un mejor desarrollo al Municipio y el país.

- **Empresa privada con intención de invertir:** la Alcaldía Municipal de Panchimalco, ha recibido solicitudes de permiso para el establecimiento de negocios que generarán ingresos y empleos a los habitantes.

e) Amenazas

- **Inseguridad:** Este factor es muy influyente en la imagen de todo lugar; El Salvador es conocido como un país inseguro, debido a la actual ola de violencia que atraviesa el territorio. A pesar de que este problema no

afecta directamente la realización de eventos, si representa una fuerte limitante a nivel de percepción, para ser seleccionado como destino turístico.

- **Crisis económica:** El incremento en el costo de la canasta básica (Actualmente \$198.69)³⁶, reduce el margen de gasto destinado para la recreación entre los consumidores, ya que las prioridades de las familias son cubrir las necesidades básicas para subsistir, poniendo la diversión en segundo plano.
- **Degradación de recursos naturales:** Algunos de los visitantes y parte de los comerciantes ambulantes del Municipio, no poseen una adecuada cultura hacia el cuidado del medio ambiente; lo que genera una mala imagen de los diferentes destinos turísticos.
- **Mala imagen que presentan los medios de comunicación:** Panchimalco se ha visto afectado, por la imagen negativa que se muestra en los medios de comunicación. La cual afecta grandemente el sector turismo, y que ante esa situación se desmotiva a las personas que se inclinan por visitar el Municipio.

3. Limitantes

Se consideran como limitantes de la investigación, la falta de información de algunos operadores turísticos; ya que se realizó un esfuerzo para lograr que proporcionaran la información que se le solicitaba, sin obtener resultados positivos.

³⁶ www.digestyc.gob.sv

Por lo tanto se detallan a continuación los operadores que no brindaron información:

1. Ecomayan Tours, DMC
2. Inter Tours
3. Mayan Escapes – Incoming Tour Operator
4. Nahuat Tours Network Tours
5. Salvadorean Tours, S. A. de C.V.
6. CADISI Tours Operador

D. CONCLUSIONES

- a. Existe una gran demanda de turistas nacionales que realizan actividades recreativas en el interior del país, los destinos turísticos más buscados por los salvadoreños son la playa y los destinos que incluyen naturaleza.
- b. Los turistas extranjeros no son muy frecuentes en el Municipio de Panchimalco; esto se debe a la falta de conocimiento de los atractivos turísticos que puede ofrecer el Municipio por parte de los operadores turísticos, que son los que se encargan de llevar, en su mayoría a turistas extranjeros, a destinos turísticos en nuestro país.
- c. El Turismo no se ha desarrollado plenamente en el Municipio de Panchimalco, debido a la falta de recursos económicos, técnicos, humanos debidos al desinterés de gobiernos locales anteriores; y a la falta de concientización de la población para valorar las costumbres, tradiciones y patrimonio cultural.
- d. El Turismo en el Municipio de Panchimalco no ha podido promoverse, debido a la carencia de una adecuada publicidad de todos los atractivos turísticos que éste posee.
- e. Los tres principales atractivos turísticos que posee el Municipio de Panchimalco son la Puerta del Diablo, el Parque Balboa y Parque de la Familia ya que son los más conocidos y frecuentados por los turistas.
- f. El parque acuático ubicado en el casco urbano del Municipio de Panchimalco, aún sin poseer un nombre, es el destino turístico que más genera expectativas de los turistas para poder ser visitado.

- g. Para los turistas nacionales como extranjeros, la seguridad es un factor muy importante cuando realizan turismo. Lo que se observó al realizar la investigación de campo fue muy poca presencia policial en los días de menor afluencia de visitantes que por lo general son los días de semana.
- h. Panchimalco posee diversas cualidades que los turistas buscan en un destino turístico como son naturaleza, clima, gastronomía, diversión y además se encuentra ubicado muy cerca de San Salvador, es decir es un sitio ideal para conocerlo.
- i. La mayoría de personas que realizan turismo prefieren hacerlo acompañados de sus familiares o amigos, esto es de suma importancia para poder enfocarse en un segmento de la población.
- j. La mayoría de personas encuestadas que han visitado el Municipio, considera que sería un destino turístico altamente recomendable tanto a familiares como amigos.
- k. Panchimalco tiene la ventaja de ser un Municipio a tan solo 17 km de la capital, es de fácil acceso y con carreteras en buen estado, posee como ventaja, que ya tiene posicionado en la mente de las personas, tres espacios recreativos tales como Parque de la Familia, Parque Balboa y la Puerta del Diablo. Pero a pesar que no conocen los demás atractivos estos manifiestan tener un interés de poder visitarlo.
- l. Se puede concluir de manera general, que la Alcaldía del Municipio de Panchimalco no cuenta con una guía sistematizada de criterios y herramientas, esenciales para promover e incentivar el turismo.

E. RECOMENDACIONES

- a. Debe existir mayor promoción de los diferentes atractivos turísticos que posee el Municipio de Panchimalco, y esto debe hacerse a través de los medios de comunicación más utilizados por las personas, como lo son la televisión y el internet.
- b. Deben realizar convenios con operadores turísticos, para que estos promuevan a turistas extranjeros, los diversos atractivos con los que cuenta el Municipio de Panchimalco.
- c. La Alcaldía Municipal, debe incluir en el presupuesto un rubro destinado al sector turismo, ya que con esto, se puede contemplar las capacitaciones a las personas para formarlas técnicamente en atención a turistas, promoción del Municipio y sus atractivos, además de poner en práctica estrategias para mejorar el Municipio.
- d. Crear una estrategia innovadora, que esté destinada a promover los destinos turísticos poco conocidos de Panchimalco.
- e. Los tres principales destinos turísticos de Panchimalco deben de mantenerse limpios, deben de ser seguros y deben ofrecer todas las condiciones que un turista espera de éstos, pues son estos la puerta de entrada para dar a conocer los demás atractivos turísticos de Panchimalco.
- f. Debe ponérsele un nombre al parque acuático del Municipio, de acuerdo a la cultura del mismo, además debe ser promocionado para que el turista conozca de su existencia y desee visitarlo.

- g. Deben crearse casetas de información y casetas policiales para que el turista, pueda sentirse seguro al contar con la presencia de la autoridad en el destino turístico que este visitando.
- h. Aprovechar las cualidades positivas, la naturaleza, clima, gastronomía, y diversión, con las que cuenta el Municipio de Panchimalco.
- i. Las estrategias de promoción de los atractivos turísticos de Panchimalco, deben de ir orientadas al segmento de población de familias y amigos.
- j. Debe siempre garantizarse la satisfacción del turista, para lograr crear una mayor aceptación, y que éste que pueda siempre recomendar los atractivos que el Municipio ofrece.
- k. Crear estrategias para no perder el posicionamiento en la mente del turista, y aprovecharlo para introducir también, los demás atractivos existentes en el Municipio.
- l. La Alcaldía Municipal de Panchimalco, debe realizar un esfuerzo para implementar estrategias de mercadeo, que contribuyan a promocionar adecuadamente los atractivos turísticos que éste posee.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO, PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE PANCHIMALCO.

A. OBJETIVOS

1. General

- ☞ Elaborar un plan estratégico que contribuya a incrementar la afluencia turística en el Municipio de Panchimalco.

2. Específicos

- ☞ Crear estrategias que ayuden a promocionar los atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco.
- ☞ Realizar propuestas que contribuirían a mejorar los productos, plaza, precio y promoción de los diferentes atractivos de Panchimalco.
- ☞ Proponer una marca, logotipo y eslogan al parque acuático ubicado en el Municipio de Panchimalco.
- ☞ Incorporar en el organigrama de la Alcaldía Municipal, un departamento específico que se encargue de gestionar el turismo en Panchimalco.
- ☞ Crear un plan de implementación que sirva como base para llevar a cabo las propuestas que se harán para incrementar la afluencia de turistas al Municipio.

B. RESUMEN DEL CAPÍTULO

El turismo es un factor muy importante en el desarrollo de un Municipio, conocer, disfrutar y degustar platillos diferentes es sin duda una razón que motiva a las personas a desplazarse de un lugar a otro, eligiendo destinos que satisfagan este tipo de necesidades.

Además Panchimalco es un destino turístico muy conocido por su naturaleza, la mayor parte de sus visitantes acuden a él por este motivo; cabe destacar que el Municipio posee diferentes opciones que ofrecer a los turistas; cuenta con turismo cultural, que se clasifica dentro del turismo de tipo etnográfico por sus costumbres y fiestas locales; resalta su gastronomía por la variedad de alimentos típicos que ofrece como las pupusas, productos elaborados a base de maíz, etc.; y finalmente Ecoturístico pues posee montañas, cuevas, bosques, entre otros.

A pesar de todas estas cualidades que se ubican en el Municipio, son pocos los turistas que conocen la variedad de alternativas que están disponibles, para toda persona que desee recrearse de forma sana y en un ambiente familiar, y sobre todo cerca de la capital, pues tan sólo se ubican a 17 kilómetros de distancia.

También se realiza la propuesta, partiendo de la necesidad de atraer más turistas al Municipio y convertirlo en un destino turístico reconocido; por lo cual para poder desarrollar el plan estratégico e incrementar la afluencia de turistas, se hizo un estudio técnico, del cual fueron obtenidos datos e información que sirvió para poder estructurar el plan estratégico que se explica en este documento.

Como primer punto de la propuesta se presenta el perfil de la Alcaldía del Municipio de Panchimalco, que está gobernada actualmente por el alcalde Mario Meléndez Portillo. Además completando el perfil se presenta la misión y la visión institucional de la Alcaldía; por otra parte esta investigación cuenta con 25 estrategias en total; divididas en cuatro categorías, que corresponden a las cuatro P, mezcla de mercadeo. Las cuatro P son: Producto, Plaza, Precio y Promoción.

Iniciando con la P de producto, se explican las estrategias referidas a los servicios, puesto que un destino turístico en sí, no vende un producto físico en específico, sino que es considerado como un servicio, donde el cliente lo que recibe son experiencias, diversión, entretenimiento o aventuras; por ésta razón se clasifican como estrategias de servicio; en este apartado se incorporaron estrategias que van encaminadas a mejorar los servicios que Panchimalco ofrece al turista, como organización de eventos culturales periódicamente, tener buena calidad de productos alimenticios que se venden, mejorar la seguridad del Municipio, para que el turista se sienta seguro, entre otras estrategias que contribuirán a mejorar los servicios que Panchimalco puede ofrecer y generar un buena imagen para el turista que le visite.

Las estrategias de plaza, tienen la finalidad de generar un ambiente más agradable para las personas que visitan el Municipio de Panchimalco, entre las cuales están: mantener limpios y ordenados los destinos turísticos, colocar iluminación donde es necesario, darle un buen mantenimiento a las vías de acceso, señalización de los diferentes lugares que el turista puede visitar, pintar murales en el centro del Municipio, entre otras estrategias que ayudaran a transformar a Panchimalco en un destino turístico muy reconocido y apreciado.

También se desarrollaron estrategias de precios, en las cuales se detallan ideas como: El valor del recorrido de Conga Bus, realizar descuentos especiales a escuelas y colegios, capacitar a los vendedores de parte de la Alcaldía en el tema de cálculo de costos y precios, e incrementar gradualmente los precios de los viajes en Conga bus y el acceso al parque acuático a medida que aumente la demanda turística en el Municipio.

Se formulan las estrategias de promoción, que se consideran adecuadas, para promover los atractivos turísticos que Panchimalco tiene para ofrecer, se propone realizar convenios con operadores turísticos y el Ministerio de Turismo a fin de que ayuden a promover sus atractivos, además se proponen estrategias de promoción por internet y vallas publicitarias, que son las que más se ajustan a las posibilidades económicas de la municipalidad; considerando los elevados costos de publicidad que tienen los diferentes medios de comunicación como la televisión.

Finalmente se presenta el presupuesto en el que se expresa el monto, que costará implementar el plan estratégico, con sus debidas cotizaciones anexadas; Todo este plan se propone que se realice a largo plazo, puesto que desarrollar un proyecto de tal magnitud, implica una gran inversión de recursos económicos, por tal razón se espera que todas las propuestas puedan ejecutarse en el transcurso de varios años y a medida se obtengan los resultados, la Alcaldía considerara si es conveniente invertir una mayor cantidad de recursos para fortalecer el proyecto turístico en el Municipio.

C. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico a desarrollar, tendrá énfasis en estrategias de mercadeo; y publicidad, pues es una manera de informar al público, sobre los productos o

servicios que posee Panchimalco; esto a través de los medios de comunicación adecuados, con el objetivo de motivar al turista a que visite el Municipio.

Las estrategias con este enfoque, buscan desarrollar campañas publicitarias dirigidas al mercado meta, tanto por medios impresos como virtuales.

1. Mercado Meta

El mercado meta, es un conjunto de consumidores con necesidades o características comunes, que pueden ser satisfechas por alguna entidad debido a la capacidad de llenar las expectativas de un segmento de mercado que estas tienen.

De acuerdo a los datos resultantes de la investigación, el mercado en el cual se deberían enfocar los esfuerzos de la Alcaldía para incrementar la afluencia turística, es en el de turistas nacionales, ya sean hombres o mujeres acompañados de su grupo familiar, o con un grupo de amigos; que estén entre los rangos de edades de 15 a 36 años, que estén dispuestos a realizar turismo interno, interesados en destinos turísticos tales como: naturaleza, pueblos coloniales, cultura, gastronomía y que realicen este tipo de actividades ya sea con familiares o con amigos.

Las estrategias de publicidad se dirigirán a las personas en estos rangos de edades, para lograr obtener, resultados positivos en el incremento de la afluencia de turistas en el Municipio, y de esta manera no desperdiciar recursos tratando de atraer al segmento equivocado.

También es importante tener claro hacia donde se dirigen las estrategias de mercadeo, pues son estas un pilar fundamental, del cual se obtendrá el máximo provecho al ser implementadas.

2. Mezcla estratégica de Mercadeo 4'P

El Municipio de Panchimalco, debe satisfacer las necesidades y deseos mediante los servicios ofrecidos, a un segmento del mercado; y tiene como objetivo en particular, aprovechar los diferentes atractivos turísticos del Municipio, mediante la implementación de estrategias, que los promuevan y logren posicionarlos, en la mente de los posibles visitantes.

Es por esto que se plantean las siguientes estrategias, clasificadas según la mezcla de mercadeo; Producto (Servicio), Plaza, Precio y Promoción:

a) Servicio

(1) Estrategia: Cambio de Imagen Corporativa del Municipio

Objetivo: Destacar mediante la información visual, los atractivos más importantes que se ubican en el Municipio, y que están a disposición para las personas que deseen realizar turismo.

Descripción: El Municipio de Panchimalco, ya cuenta con una marca, logotipo y eslogan establecidos, sin embargo se considera que se le pueden hacer mejoras, con el propósito de renovar la percepción de los turistas, y que les facilite identificar, mediante su logotipo, todo lo que se puede descubrir en el Municipio.

Partes de la imagen corporativa:

➔ **Marca del Municipio:**

En cuanto a la marca del Municipio, está definida como PANCHIMALCO, palabra de origen náhuatl, que significa “Lugar de escudos y de banderas”

Marca actual:

PANCHIMALCO

La marca está reflejada dentro del logotipo en letras mayúsculas, fuente Arial Black, estilo de fuente negrita, posee color gris y contorno negro.

Esta marca se considera propicio mantenerla, pues la marca es el nombre del Municipio, sin embargo se realizarán pequeños ajustes en la imagen, incluyendo cambios en el color y tipo de letra; la marca deberá impulsar y posicionar al Municipio en la mente de los turistas.

La nueva imagen que tendrá las letras de la marca es en forma de oración (Con la inicial mayúscula), siendo letra de carta, y de color negro; ya que se considera que el color negro es más llamativo y legible dentro de un el fondo blanco, el cual es el color de fondo que posee el logotipo en la parte inferior del mismo.

Colores y tipo de letra propuestos:

The image shows the word "Panchimalco" written in a highly decorative, cursive script. The letters are black with a prominent, golden-yellow outline or shadow effect, giving it a three-dimensional appearance. The font is elegant and flowing, with large, sweeping curves.

Los nuevos formatos son: Fuente Lucida Calligraphy, estilo de fuente negrita cursiva, de color negro y color dorado para el contorno del texto.

➤ Eslogan del Municipio:

El eslogan que posee el Municipio es, “Florece”, haciendo referencia a un renacimiento del mismo, a través de los diferentes talleres que son ofrecidos por la Alcaldía, y que están enfocados a la prevención de la violencia. No obstante, se considera que esta palabra no refleja los diferentes atractivos turísticos que ofrece.

Eslogan actual del Municipio:



Este eslogan, está hecho entre signos de admiración, con el tipo de letra Lucida Handwriting, posee color rojo y con una inclinación al final del texto de 25 grados aproximadamente.

El eslogan debe ser una frase expresiva, original y que se recuerde con facilidad, para lograr que el turista identifique y reconozca, que ese lema le pertenece al Municipio, por lo cual se propone el eslogan “**Una experiencia inolvidable**”

Con esta frase se logra transmitir al turista, que el Municipio le ofrece diversidad de actividades que pueden cumplir sus expectativas; y que al visitar Panchimalco, lograrán satisfacer necesidades de recreación, y ser cautivados llevándose una experiencia inolvidable.

Eslogan propuesto:

UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE

Para esta frase, se utilizan letras mayúsculas de color negro, con el tipo de fuente Elephan, y estilo negrita; pues éste color resalta y sobresale en el fondo de color blanco que posee la parte inferior del logotipo.

⇒ Logotipo del Municipio:

En cuanto a la imagen gráfica que representa al Municipio y que lo distingue de los demás, es importante aclarar que ya posee uno, e identifica a Panchimalco culturalmente, ya que se aprecian las palmas, su tradición principal, los Historiantes y la iglesia colonial, pero al fondo de la iglesia solo se logra ver un fondo verde que no es muy claro en lo que quieren transmitir, ya que lo que trata de reflejar es la reconocida Puerta del Diablo.

Logotipo actual de Panchimalco:



Este logotipo es muy colorido, sin embargo se le hicieron pequeños ajustes en los colores, el fondo y el diseño de las flores.

Logotipo propuesto:



Uno de los aspectos destacados en el nuevo logo, se puede apreciar atrás de la Iglesia Colonial, se realizó este cambio porque con la imagen verde que poseía el logotipo anterior, no se logra apreciar en forma definida las montañas, que son la representación gráfica de la Puerta del Diablo; con éste ajuste, son más fáciles de identificar.

Al mismo tiempo se cambió la forma y color de las flores, y ahora tienen el aspecto de la flor de ensarta que es la que se utiliza en esta tradición, conservando el traje que utilizan los Historiantes y la iglesia colonial demostrando en el logo que Panchimalco posee tradiciones, cultura y naturaleza.

(2) Estrategia: Crear Imagen Corporativa del Parque Acuático

Objetivo: Posicionar una imagen del Parque acuático del Municipio de Panchimalco, en la mente de los posibles turistas, que optan por este tipo de recreación.

Descripción: Es la más reciente oferta turística que se está brindando en Panchimalco, cuenta con dos piscinas, una cancha de futbol totalmente engramada, además de tener áreas verdes en las que al ingresar, se pueden apreciar diversas esculturas realizadas en piedras, hechas por diferentes artistas nacionales e internacionales (Italia, España, Honduras). Sin olvidar por supuesto los juegos recreativos para niños, pequeños chalets donde se comercializan alimentos, servicios sanitarios y duchas para el uso de los turistas, y un parqueo privado para los visitantes que ingresen con vehículo.

El parque acuático ubicado en el casco urbano, generó grandes expectativas para los encuestados, donde éstos manifiestan que sería un buen lugar para visitarlo; es por esto que se debe aprovechar este destino, para atraer más turistas al Municipio y puedan observar el resto de lugares recreativos.

➔ **Marca del Parque Acuático:**

Debido a que el parque acuático no cuenta con elementos importantes que lo identifiquen, se propone un nombre denominado “Ketsali”; palabra en náhuatl, que significa Bello o Hermoso; se considera indicado utilizar este lenguaje, porque es un Municipio que desde sus inicios utilizó éste dialecto, y actualmente se realizan esfuerzos para no perderlo en su totalidad.

Marca del parque acuático propuesto:

Ésta palabra en náhuatl, está escrita con color verde y con el contorno color café, posee una fuente de texto denominada Curlz Mt, con el estilo de fuente negrita y con una inclinación leve al final del texto de 15 grados aproximadamente; en la última letra se consideró llamativo hacer el punto de la letra “i” con un espiral de color rojo y contorno blanco.

☞ **Eslogan del Parque Acuático:**

Como eslogan se propone utilizar la frase “Naturaleza y diversión cerca de ti”, porque la diversión está garantizada, en una zona rodeada de naturaleza, clima y un ambiente agradable, con la ventaja de ser un destino que se encuentra a pocos kilómetros de la capital.

Eslogan propuesto:

Naturaleza y diversión cerca de ti

El eslogan diseñado para el parque acuático, está hecho en color negro, con la fuente de texto GungshuChe, en el estilo negrita, con un ángulo de inclinación de 25 grados aproximadamente, al final del texto.

➤ Logotipo del Parque Acuático:

Finalmente, para obtener el logotipo que será la imagen que representará al parque acuático, se utiliza como fondo agua en forma de espiral, abrazando una pelota de colores anaranjado, celeste y amarillo, haciendo alusión al agua cristalina de las piscinas, observándose también, dos splash al lado izquierdo y derecho de la marca.

Posee además el nombre del parque acuático “Ketsali” en color verde, representando la naturaleza que se encuentra en el lugar, la palabra “Parque Acuático” para que no quepa duda, que es un balneario el que se promociona.

Con la pelota se pretende incentivar a los turistas a jugar y buscar diversión cerca de la capital en Panchimalco; finalmente el eslogan se observa en letras de color negras y minúsculas a la orilla del agua, sobresaliendo en el fondo de color blanco.

Logotipo propuesto para el parque acuático:



Se considera que con todas las especificaciones antes mencionadas, este logotipo representará el parque acuático de la mejor forma posible, posicionando su imagen gráfica y colorida en la mente de los turistas.

(3) Estrategia: Adquisición de mobiliario, para el área gastronómica del Parque Acuático Ketsali

Objetivo: Obtener el mobiliario necesario, para brindar comodidad al turista que consume alimentos en los chalets del parque acuático.

Descripción: Considerando que el parque acuático ha generado expectativas positivas, según los resultados de la investigación, los turistas buscan comodidad al realizar una actividad, y una de las más importantes es la de ingerir alimentos, sin embargo el parque acuático posee tres chalets de los cuales solo uno está en funcionamiento y además cuenta solamente con una mesa y dos bancas para atender al turista.

Por lo tanto se debe habilitar los otros negocios restantes y ser dedicados a la gastronomía, para atender la futura demanda que tendrá este parque, se propone instalar 20 mesas en la glorieta ubicada frente a los 3 chalets, con el fin de que el turista pueda ingerir los alimentos que adquiera, y que sean consumidos cómodamente.

(4) Estrategia: Nueva piscina, para el Parque Acuático Ketsali

Objetivo: Aumentar el número de piscinas del parque acuático, a fin de hacerlo más atractivo para el turista.

Descripción: Para poder atraer mayor número de turistas y que estos queden complacidos en la visita, se debe invertir en la construcción de otra piscina, para que los visitantes tengan la oportunidad de elegir donde disfrutar, puesto que el parque acuático únicamente cuenta con dos, de las cuales una es para adultos y la otra para niños.

La implementación de esta estrategia, se sugiere que se tome en cuenta, para desarrollarse en los próximos tres años, ya que, debido al costo elevado en el que se incurriría no se podría ejecutar en un corto plazo. Sin embargo con su implementación su capacidad para cubrir la demanda de turistas se verá incrementada.

(5) Estrategia: Colocación de toboganes en las piscinas del Parque Acuático Ketsali

Objetivo: Adquirir nuevas atracciones para el parque acuático, logrando así hacerlo más competitivo, llamativo e innovador.

Descripción: Tomando en cuenta, que el parque acuático tiene poco tiempo de haber sido ofrecido al público (Dos años), aun se le deben realizar pequeñas mejoras, con la finalidad de satisfacer al turista en sus diferentes gustos, es por eso que se propone la colocación de dos toboganes (uno en cada piscina) para mayor atracción de visitantes, porque se considera que es un juego tan divertido que llamaría la atención de las personas, además los toboganes son un instrumento que no debe hacer falta en un parque acuático.

Tobogán propuesto para piscina de niños³⁷:



³⁷ Ver cotización en anexos

Éste es un diseño sencillo (tobogán celeste) para ser colocado en la piscina de niños, pues es pequeño y colorido, y garantizará la diversión de los pequeños visitantes.

Tobogán propuesto para piscina de adultos³⁸:



Éste tobogán es de más altitud, pues los adultos no buscan experiencias sencillas para su diversión, es por eso que se propone colocar un tobogán que posee una altura no menor a 8 metros, para elevar la experiencia de los turistas que gustan de este tipo juegos acuáticos.

(6) Estrategia: Mejorar la Seguridad del Municipio

Objetivo: Garantizar el disfrute del espacio turístico por parte de visitantes, brindando confianza en cuanto a la seguridad que se proporciona en el Municipio, para que los turistas puedan divertirse tranquilamente, en cualquiera de los atractivos que desee visitar.

La seguridad es una de las pautas principales que una persona valora, en la elección de un destino, durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación; ya que al desplazarnos de un lugar a otro, no se está exento de riesgos reales o potenciales.

³⁸ Ver cotización en anexos

Bajo este contexto es importante crear estrategias y medidas generales, para enfrentar riesgos comunes, porque la seguridad constituye uno de los pilares fundamentales, para hacer que un destino turístico establecido sea sostenible, de calidad y competitivo.

Descripción: Según el diagnóstico de la investigación, las personas consideran que hay poca presencia policial en las zonas recreativas, es por esto, que la Alcaldía municipal debe disponer de su cuerpo de agentes municipales, en conjunto con la policía de turismo, desarrollando patrullaje preventivo, para poder tener mayor vigilancia en las zonas turísticas.

Se debe hacer una programación de cuando y donde, se deben ubicar los agentes que brindarán el servicio de seguridad, así como también, solicitar ayuda a la policía de turismo para que apoye en los diferentes destinos, sobre todo en los que son más concurridos y que gozan de presencia de turistas, como por ejemplo La Puerta de Diablo, Parque Balboa y de La Familia; sin descuidar los destinos con poca presencia de visitantes.

(7) Estrategia: Buena calidad en los Productos alimenticios

Objetivo: Fomentar actitudes correctas, en los comerciantes de alimentos, en cuanto a la a la higiene y manipulación de los mismos, para asegurarse de que éstos, posean una excelente calidad al momento de proporcionarlos a los turistas.

Descripción: La preocupación de las personas por su salud, es un tema de mucha importancia, por lo que les inquieta, en conocer qué alimentos podían representar un riesgo o no para su salud.

Planes de Renderos, cantón principal de Panchimalco, es reconocido como un destino en el cual se pueden encontrar una variedad de comidas típicas, como por ejemplo pupusas, productos elaborados a base de elotes, antojitos (pasteles, enchiladas, yuca, etc.), tamales, chilate, entre otros; por lo que se vuelve un elemento importante para el turista, ya que espera encontrar en el lugar que visita, alimentos elaborados con higiene y calidad. Bajo este contexto se propone la estrategia a la municipalidad, de un curso de capacitación para los comerciantes de este rubro, para llevar a cabo enseñanzas con enfoques en Atención al Cliente y al manejo adecuado de los alimentos que se preparan.

Debido a que no es viable capacitar a todos los comerciantes de alimentos, sería ideal aprovechar los cursos impartidos por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) para trabajadores activos, enviando a uno o dos colaboradores de la Alcaldía para que se eduque en el área de Seguridad Alimentaria: Buenas Prácticas de Manufactura, Manipulación Higiénica de Alimentos³⁹, (curso que comprende 16 horas clase); y posteriormente se les enseñe a los comerciantes los cuidados que se deben tener al preparar y manipular los alimentos.

La persona que prepara alimentos, tiene antes la responsabilidad de respetar y proteger la salud de los consumidores por medio de una manipulación muy cuidadosa. Para lograrlo el manipulador debe adquirir conocimientos en materia de su trabajo en el manejo de los alimentos.

(8) Estrategia: Recorridos en Conga bus, dentro del Municipio

Objetivo: Incentivar a los turistas a conocer el Municipio y sus destinos recreativos, a través de transportarse en un autobús muy particular, para atraer una mayor afluencia de personas con este nuevo y divertido servicio.

³⁹www.insaforp.org.sv/index.php/programas-de-formacion-p/512-cursos-abiertos

Descripción: Además de realizar pequeñas caminatas y visitas al pueblo, se puede aprovechar para hacer un recorrido en la Conga Bus, un divertido autobús de colores y de dos niveles, con la parte superior descapotada, cuenta con música, dinámicas con los pasajeros, y otras actividades que permiten un recorrido por ciertos lugares, con un ambiente divertido.

La Alcaldía del Municipio de Panchimalco cuenta con un Conga Bus, a fin de aprovechar este recurso, se propone que se utilice para realizar recorridos cortos, del cantón planes de Renderos, donde se encuentran los principales atractivos turísticos, hacia el centro del Municipio, el conga bus deberá ir ambientado como Grupo de Batucada, Payasos, (Personal con los que ya cuenta la Alcaldía), y un guía turístico (Nueva plaza), que proporcione información de la historia del Municipio, y a su vez muestre los diferentes atractivos en el trayecto del viaje, esto beneficiará a que el turista conozca los diferentes destinos y probablemente en un futuro, se sienta motivado a visitarlos.

Según la investigación una ruta sugerida, para que las personas disfruten de los tres tipos de turismo que existen en el Municipio, ya sea etnográfico, gastronómico y ecoturístico; es una que deba incluir la cultura, parque acuático y gastronomía.

(9) Estrategia: Organización de eventos culturales

Objetivo: Crear una imagen positiva del Municipio, a través de la presentación de eventos culturales que se realizan, incentivando a su vez a los turistas que prefieren este tipo de festejos para su recreación.

Descripción: Panchimalco deberá promover la experiencia de vivir eventos culturales y recreativos, únicos de la cultura del Municipio, eventos que un turista probablemente no ha experimentado, por lo cual es importante

fortalecerlos y organizarlos. En este tipo de festejos se muestran bailes folklóricos, danzas tradicionales (Historiantes y Chapetones), pintores, escultores, deportistas, etc.

Los eventos culturales pueden ser: simples y cortos, con un aproximado de dos horas de duración, o tratarse, de un mega festival en honor o conmemoración de alguna fecha importante para el pueblo, con actividades especiales que pueden durar hasta días. Un evento cultural involucra como temática principal, alguna rama del arte o de la cultura, involucrando a veces usos y costumbres de la localidad o la región.

Se debe hacer una programación de eventos, al menos 1 vez al mes, específicamente en días domingos, ya que en este día se da una mayor afluencia de turistas. Se debe aprovechar también el sonido y canopi con los que cuentan la Alcaldía, y se debe organizar la presentación de obras de arte, eventos deportivos, puntos artísticos, etc.

Algunos eventos que se llevan a cabo en el Municipio son: Festivales gastronómicos, Turismo nocturno, Fiesta de las Flores y Palmas, Fiestas Patronales, Festivales Navideños.

Puntos a considerar para organizar un evento:

- Definir la naturaleza del evento, el motivo y la duración del mismo
- Determinar la fecha y lugar para la realización
- Visualizar el tipo de público
- Plasmar los resultados que se pretenden obtener con la organización del evento.
- Elaborar un presupuesto

- ☛ Promover el evento a través de medios de comunicación, por ejemplo sitio web (página oficial de la municipalidad), redes sociales, etc.
- ☛ Armar un equipo de trabajo, determinar la cantidad de personas que se necesitará para llevar a cabo el evento.

(10) Estrategia: Crear unidad de desarrollo turístico

Objetivo: Desarrollar al Municipio de Panchimalco como un atractivo turístico reconocido a nivel nacional e internacional en cuanto a naturaleza, gastronomía, cultura, tradiciones.

Descripción:

Para administrar todo lo referente a turismo en el Municipio de Panchimalco se recomienda que se cree una unidad de desarrollo turístico, la cual deberá tener a dos personas trabajando en esta unidad las cuales serán el encargado de la unidad de desarrollo turístico y un guía turístico

En vista de que la municipalidad no cuenta con ningún área dedicada al turismo, se recomienda la creación de un espacio específico para esto, y la creación de dos puestos para esta unidad de la Alcaldía, los cuales son: encargado de desarrollo turístico y guía turístico.

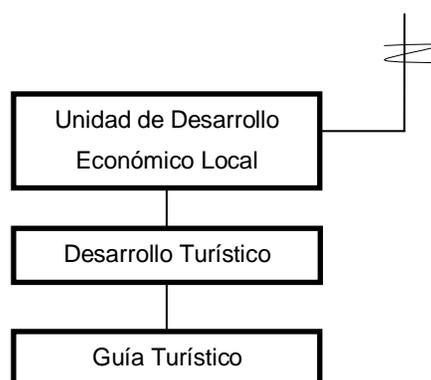
El encargado de desarrollo turístico se encargara de administrar, controlar y promover todo lo referente a actividades turísticas dentro del Municipio de Panchimalco; y el guía turístico brindara sus servicios dentro de los tours o eventos que realizará la Alcaldía para aumentar la influencia turística.

Es de vital importancia, que en el Municipio exista una persona capacitada, que brinde sus servicios a los visitantes como guía turístico; y debe poseer conocimientos del patrimonio cultural y natural de la zona, y ser capaz de

cautivar mediante la información transmitida a su audiencia, sobre la variedad de temas que representan al Municipio.

También se sugiere que el Sr. Jorge Olmedo, realice estrictamente actividades turísticas, desligándose de sus labores de promotor social, lo que significa que, su nuevo cargo de trabajo será cómo Encargado de Desarrollo Turístico, por lo tanto se convertirá en jefe inmediato del guía contratado.

Estos cambios tendrán su efecto en el organigrama de la municipalidad, de la siguiente manera⁴⁰:



(11) Estrategia: Adquisición de Servicios profesionales, Jefe de Desarrollo de Turismo y Guías Turístico

Objetivo: contar con personal dedicado a desempeñar funciones turísticas.

Descripción: El encargado de la unidad de desarrollo turístico será el encargado administrar, todas las actividades encaminadas a promover el Municipio de Panchimalco como un destino turístico. Por lo tanto deberá estar en contacto con operadores turísticos, Ministerio de Turismo, e instituciones públicas o privadas interesadas en visitar el Municipio, al mismo tiempo deberá

⁴⁰ Ver organigrama completo en anexo 1

encargarse de promover el Municipio a través de los diferentes medios de comunicación que se proponen en este documento.

Esta persona ya está contratado por la Alcaldía, su nombre es Jorge Olmedo, actualmente se desempeña como promotor social, pero debido a los intereses de la Alcaldía es necesario, que se traslade a la nueva unidad, y ocupe el puesto de encargado de la unidad de desarrollo turístico, pues es quién se encarga, de manera adicional a sus funciones de promover el turismo del Municipio.

El encargado de esta unidad tendrá como subalterno únicamente a la persona que se contratará como guía turístico, pero a medida que se requiera podrá aumentarse el número de personas que trabajen en esta nueva área.

Para el caso del guía turístico, si es necesario un nuevo miembro en la municipalidad, por lo tanto se propone que sea contratado bajo servicios profesionales, pues él trabajará sólo fines de semana, cuando el Conga bus, esté en funcionamiento y realice sus recorridos por el Municipio.

El guía turístico, es la persona que muestra a un grupo de visitantes, lugares de interés común, como estadios deportivos, edificios históricos, parques, pueblos, ciudades, etc.

En Panchimalco el guía ofrecerá un tour informativo dentro del Conga bus, con todo lo referente a la cultura y destinos turísticos que se tienen; mientras éste hace su recorrido por el Municipio. Debe ofrecer un trato amable y cortés a los visitantes, y su objetivo es hacer que el turista se interese por regresar al Municipio, y además tenga una experiencia agradable.

Dentro de las competencias que debe tener el guía, se enlistan las siguientes:

- Capacidad de planificación y organización; puesto que debe fijar el tiempo de duración de la transmisión de información, para ocupar el tiempo necesario sin que su discurso se vea interrumpido por extenderse en detallar los conocimientos que desea brindar.
- Comunicación eficaz; ya que debe transmitir la información de forma clara y oportuna, sabiendo escuchar y responder las dudas, o interrogantes de los turistas.
- Conocimientos técnicos; esto es porque que el guía se desempeñe en su cargo, debe mantenerse totalmente informado con todo lo relacionado a la cultura del Municipio, actualizándose constantemente con algún cambio o novedad que surja en el ámbito turístico.
- Dinamismo y energía; el guía debe ser una persona totalmente activa, con muchas energías, sobre cuando este compartiendo la información del Municipio, ya que esta actividad debe ser agradable e interesante para los visitantes.
- Manejo de crisis; debido al trato constante con las personas el guía debe poseer la capacidad de controlar cualquier situación, y al mismo tiempo buscar la solución adecuada.
- Orientación al cliente ; esta competencia es muy importante, puesto que “el cliente”, en este caso el turista, es la razón por la que se realizará su trabajo, por lo tanto debe ser sensible ante la necesidad del visitante y ofrecerle solución ante cualquier situación.
- Profundidad en el conocimiento; el guía debe conocer a fondo la cultura del Municipio, ya que toda esa información será proporcionada a todos los turistas que visiten Panchimalco.
- Responsabilidad; es una competencia de vital importancia, ya que el turista debe estar comprometido con las actividades que debe desempeñar, respetando las normas establecidas por la municipalidad.

Funciones a desempeñar:

- Supervisar la unidad de transporte, en cuanto orden y limpieza
- Elabora informes al finalizar el itinerario
- Acompaña a los turistas
- Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista
- Coordina los servicios que se realizaran mediante el recorrido
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour
- Explicar al turista las condiciones a cumplir
- Calcular el tiempo de duración de la visita para cada uno de los atractivos turísticos.
- Contar el número de pasajeros a su cargo constantemente, sobre todo a la entrada y salida de los lugares de visitas, y en cada subida y descenso de la unidad de transporte turístico.
- Cumplir con el horario y el itinerario establecido.

Posteriormente se puede agregar o modificar alguna de las funciones descritas anteriormente, si perder el objetivo, el cual es que el turistas obtenga una experiencia inolvidable en su visita a Panchimalco.

(12) Estrategia: Implementación de Recorrido en Conga bus

Objetivo: Utilizar el Conga Bus sacando el máximo provecho, de este recurso con el que la Alcaldía de Panchimalco cuenta.

Descripción: La Alcaldía del Municipio de Panchimalco cuenta con un Conga Bus, a fin de aprovechar este recurso, se propone que se utilice para realizar recorridos cortos, del cantón Planes de Renderos, donde se encuentran los principales atractivos turísticos, hacia el centro del Municipio, el Conga Bus deberá ir ambientado como Grupo de Batucada, Payasos, (Personal con los que ya cuenta la Alcaldía), y un guía turístico (Nueva plaza), que proporcione

información de la historia del Municipio, y a su vez muestre los diferentes atractivos en el trayecto del viaje, esto beneficiará a que el turista conozca los diferentes destinos y probablemente en un futuro, se sienta motivado a visitarlos nuevamente.

Según la investigación una ruta sugerida, para que las personas disfruten de los tres tipos de turismo que existen en el Municipio, ya sea etnográfico, gastronómico y ecoturístico; es una que deba incluir la cultura, parque acuático y gastronomía.

A manera de introducción en las rutas turísticas, se puede iniciar utilizando la propuesta de la ruta número 1, pues según la investigación en estudio, fue la más aceptada por los encuestados, posteriormente se puede incluir las otras dos rutas que aunque a un nivel inferior, tuvieron aceptación y cabe mencionar que todas las rutas están sujetas a cambios que sean necesarios para gozar de una buena aceptación.

Bajo este contexto, se elaboraron tres rutas en las que se incluye, los atractivos turísticos que se ubican en centro del Municipio, así como los que se encuentran en el cantón principal Planes de Renderos.

Todas las rutas se han programado con sus horarios de inicio y finalización, incluye el punto de partida, y el tiempo que durará la estancia en cada destino.

A su vez se aclara que el costo del abordaje es precisamente por realizar el recorrido en el Conga Bus, y los gastos de alimentación, e ingreso a ciertos lugares, se vuelven adicionales.

En la tabla siguiente, se detalla la propuesta de las rutas a implementar:

N°	Punto de Partida y Regreso	Hora de Partida	Destinos a Visitar	Duración	Hora de Finalización
Ruta 1	Triángulo	8:30 a.m	Las Cruces, Casa Taller Encuentros	30 Minutos	04:45 p.m
			Casa de la Cultura, Simposio o Parque Escultórico	45 Minutos	
			Iglesia Colonial, Mercado de Artesanías	30 Minutos	
			Parque Acuático (Se deja el grupo, y se recoge a las 3:30 pm)	5 Horas	
			Plaza Municipal El Mirador	Fin del Recorrido	
Ruta 2	Triángulo	9:00 a.m	Casa del Escritor	30 Minutos	02:00 p.m
			Puerta del Diablo	1 Hora	
			Parque de la Familia o Parque Balboa	2½ Hora	
Ruta 3	Triángulo	2:30 p.m	Restaurante Alba Clara	60 Minutos	4:30 p.m
			Hotel Amatechan	Fin del Recorrido	

Nota: El precio del abordaje al Conga Bus no incluye gastos adicionales al transporte.

a) Plaza

El objetivo principal, es proponer mejoras a la apariencia de las instalaciones de los atractivos turísticos del Municipio, mediante estrategias que contribuyan a que la estancia de los turistas, sea cómoda, tranquila y satisfactoria.

Por lo cual se plantean las siguientes estrategias:

(13)Estrategia: Puntos de información en principales destinos turísticos del Municipio

Objetivo: Informar a los visitantes del Municipio sobre la variedad de atractivos turísticos que posee.

Descripción: En el Municipio existen tres destinos turísticos preferidos, con un gran número de visitantes, por lo cual se debe aprovechar estos lugares, para brindar información de los atractivos restantes. Sería conveniente utilizar los canopis y equipos de sonido que ya posee la Alcaldía evitando incurrir en gastos innecesarios.

Durante el diagnóstico de la investigación se comprobó que muchos de los turistas no sabían en que Municipio se encontraban, incluso pensando algunos, que Planes de Renderos era un Municipio más de San Salvador; esta falta de información no contribuye a posicionar a Panchimalco como destino turístico, por lo cual existe la necesidad de casetas informativas, en lugares estratégicos, como en la Puerta del Diablo y la Plaza Municipal El Mirador frente al mirador, ya que muchas personas visitan a menudo estos lugares, y se les podría proporcionar la información de los atractivos del Municipio.

En el Parque Balboa y Parque de la Familia, se dejarán brochure que serán entregados a los turistas al momento de ingresar, esto previo a comunicaciones entre la Municipalidad y los administradores de dichos parques.

(14) Estrategia: Mejoras en parqueo e infraestructura.

Objetivo: Ofrecer seguridad y comodidad, a los turistas, mediante la facilidad de poder dejar su vehículo en un espacio establecido como parqueo.

Descripción: brindarles un mejor servicio a los visitantes, se sugiere la construcción de parqueos, ya que en el provisional que se encuentra frente a la Puerta del Diablo, no da abasto en días de alta afluencia de turistas y resulta ser inadecuado e inseguro, ya que no es una infraestructura construida para ocuparla como parqueo, sino más bien un terreno disponible al costado de la calle, donde las personas residentes de la zona se encargan de brindarle seguridad a los vehículos cobrando una cuota voluntaria.

En el casco urbano del Municipio, tampoco existen espacios apropiados para que el turista pueda dejar su vehículo.

Para solventar esta deficiencia es de vital importancia, la adquisición de espacios disponibles para la construcción de dichos parqueos, y que se encuentren cerca de los atractivos turísticos antes mencionados.

Adicionalmente, se sugiere que en la Puerta del Diablo se instalen barandas de seguridad en el recorrido hacia la cima.

(15)Estrategia: Mantener limpios los destinos turísticos.

Objetivo: Mejorar el aspecto en cuanto a limpieza, de los diferentes atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco.

Descripción: Si se busca hacer más agradable la visita de los turistas al Municipio, es necesario que los diferentes destinos turísticos estén aseados en todo momento, por lo tanto se debe, instalar basureros y señales donde se le recuerde al turista, el cuidado que debemos tener con el medio ambiente; al mismo tiempo la Alcaldía debe contribuir, con la pronta recolección de los desechos, y realizar periódicas campañas de limpieza, en las zonas verdes a fin de darle un aspecto higiénico a sus atractivos y al Municipio en general.

Y en consecuencia al mantener el Municipio limpio y ordenado, se podrá obtener una mejor impresión del visitante respecto a los lugares que visita, por lo cual esto contribuirá que en un futuro se sienta motivado a visitarlo nuevamente.

(16) Estrategia: Alumbrado eléctrico (iluminación)

Objetivo: Mantener iluminado La Puerta del Diablo, para alargar la visita de los turistas, en este destino.

Descripción: Al atardecer, tanto turistas como comerciantes deben retirarse de La Puerta del Diablo, ya que este lugar no cuenta con iluminación. Y siendo un destino turístico, las personas necesitan de ciertas condiciones para disfrutarlo, una de estas es la iluminación, detalle que hace falta en la calle principal que lleva a uno de los tres atractivos turísticos de Panchimalco más visitados.

Por lo tanto la Municipalidad debe instalar lámparas en dicho acceso, para mayor seguridad y tranquilidad de los visitantes. Serían un total de 50 lámparas, ya que el alumbrado público se coloca cada 20 metros y aproximadamente recorre un kilómetro de distancia, Es así cómo se lograría atraer a este tipo de turistas nocturnos.

(17) Estrategia: Mantenimiento a vías de acceso

Objetivo: Dar mantenimiento a las principales vías de acceso, para incentivar a los turistas a que visiten a menudo el Municipio, logrando con estas acciones causar una buena impresión al visitante.

Descripción: Según resultados obtenidos en la investigación, las personas que visitan el Municipio en su mayoría lo hacen en vehículo propio o vehículo de amigos, en segundo lugar lo hacen por transporte colectivo y otro pequeño porcentaje de personas, utiliza medios de transporte como son taxis y motocicletas.

Panchimalco cuenta con una vía de acceso principal desde San Salvador, por lo tanto la Alcaldía debe mantener en buen estado ésta vía de acceso, pues es una de las más utilizada por los visitantes.

Se deben programar jornadas de reparación de baches periódicamente.

(18) Estrategia: Dibujar y pintar murales en el casco urbano

Objetivo: Hacer pintoresco con murales el Municipio de Panchimalco, expresando mediante pinturas la cultura, mitos, historias y tradiciones.

Descripción: Realizar murales en el casco urbano del Municipio de Panchimalco, es una estrategia interesante que genera un alto realce de la cultura y tradiciones del Municipio, se propone realizar esta estrategia en la calle principal del casco urbano, adornando el lugar con diferentes ilustraciones artísticas realizadas por estudiantes de la casa taller encuentros, esta estrategia se propone basado en lo llamativo de los murales que existen en el simposio, y que ayudara a tener una apariencia muy pintoresca, la cual es la característica de los pueblos vivos, además de brindar una experiencia visual agradable y lograr llamar la atención del turista y motivarlo a visitar de nuevo el Municipio.

(19) Estrategia: Señalización de sitios turísticos en el Municipio

Objetivo: Lograr que el turista se ubique con facilidad el destino turístico que posee el Municipio de Panchimalco.

Descripción:

Realizar una debida señalización de lugares turísticos es muy importante para cualquier lugar que quiera desarrollarse como destino turístico, puesto que facilita al visitante encontrar los atractivos turísticos que el Municipio tiene, por lo cual se considera importante que Panchimalco cuente con una buena

señalización, para lo cual se proponen algunos tipos de carteles que deben ser agregados a fin de brindarle una mejor experiencia al visitante.

Reconociendo la diversidad y variedad de sitios turísticos que posee el Municipio de Panchimalco es desfavorable para éste que no cuente con señalizaciones de sus diferentes atractivos turísticos, por lo tanto se recomienda, la colocación de señalizaciones que ayuden al turista a ubicar los destinos turísticos que no se encuentren señalizados o que sean difíciles de encontrar.

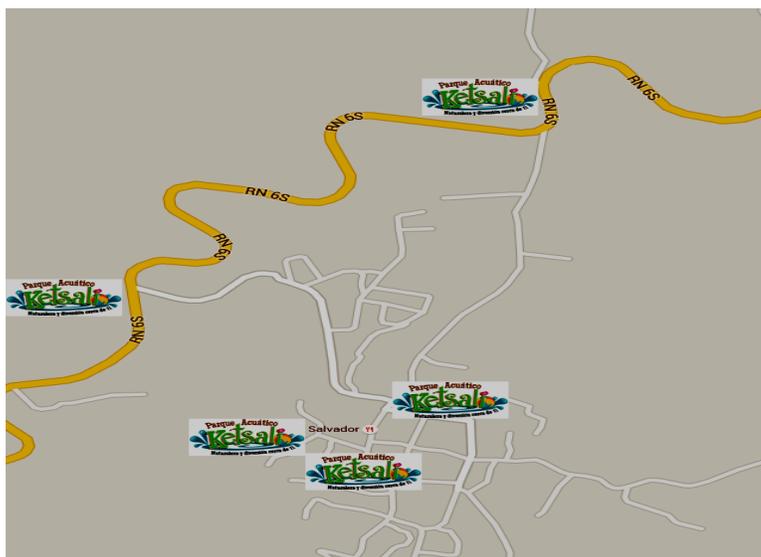
Se considera conveniente señalar la ruta que dirige al nuevo parque acuático, pues por ser nuevo es muy poco conocido por los turistas, por esto se estima ayudara al turista a ubicar más fácilmente este destino turístico, por lo cual se proponen las siguientes vallas que indican la dirección del parque acuático





A continuación se detallan las ubicaciones donde deberán colocarse respectivamente, en un mapa tanto del centro del Municipio como en la carretera que conduce a este.

Mapa 1:



Mapa del centro del Municipio de Panchimalco, con la ubicación propuesta para las vallas de señalización.

Mapa 2:



Mapa del cantón Planes de Renderos, en la carretera que conduce de San Salvador hacia Panchimalco.

También se propone colocar 25 señalizaciones, de la ubicación de basureros, para evitar que por falta de los mismos, los visitantes no sepan dónde están y tiren los desechos donde no se debe.

Señalización propuesta:



b) Precio

(1) Estrategia: Recorrido de conga bus.

Objetivo: Proponer una estrategia de precio accesible para los turistas, en los recorridos en el Conga bus dentro del Municipio.

Descripción: En la investigación realizada, se observa que, las personas están dispuestas a invertir, en una salida recreativa de \$10.00 a \$36.00 dólares, por cada integrante que asiste al viaje, además consideran que sería agradable realizar un tour por el Municipio en un conga bus, por lo tanto, manifestaron que, pagar hasta \$1.00 dólar por realizar un recorrido, es un precio accesible.

(2) Estrategia: Descuentos Escuelas y Colegios

Objetivo: Proponer una estrategia para atraer visitantes al Municipio de Panchimalco, durante los días de semana que se cuenta con poca afluencia de turistas.

Descripción: Panchimalco tiene una gran ventaja, en cuanto a espacios para la recreación, pues posee diversidad de destinos turísticos, los cuales pueden ser aprovechados por las escuelas o colegios, para realizar un viaje en excursión, ya sea con fines totalmente recreativos o con fines académicos; el Municipio posee la cualidad de poder mezclar diversión, naturaleza y cultura, por lo que se propone hacer convenios entre Alcaldía y las escuelas y colegios con tarifas especiales para atraer a más visitantes durante los días de semana en los cuales hay poca afluencia de turistas.

Se propone que el encargado de desarrollo turístico de la Alcaldía de Panchimalco se comunice con Ministerio de educación para solicitar que proporcionen números de contacto de escuelas y colegios que podrían estar interesadas en realizar una excursión al Municipio. Y de esta manera ofrecer

tarifas especiales en las entradas a las personas que decidan visitar el parque acuático que es propiedad de la municipalidad de Panchimalco.

(3) Estrategia: Capacitar a vendedores sobre el cálculo de costos y determinación de Precios.

Objetivo: Capacitar vendedores sobre el cálculo de costos y fijación de precios para optimizar ganancias de vendedores y evitar precios excesivos.

Descripción: Para un negocio es importante saber calcular los costos para poder asignar un precio competitivo, y ya que en Panchimalco la mayoría de comerciantes del Municipio son informales se considera apropiado transmitir los conocimientos que les ayuden calcular los costos en los que su negocio incurre, haciéndolo más rentable.

Esto debe realizarse a través de capacitaciones que sean impartidas por personal de la Alcaldía de Panchimalco, que cuente con conocimientos sobre cálculo de costos y precios para micro empresarios.

(4) Estrategia: Incremento gradual de precios de Conga Bus y Parque Acuático Ketsali

Objetivo: Lograr que el parque acuático y el servicio del conga-bus, genere más ingresos, para poder brindar un mejor servicio a los turistas que hacen uso de ello.

Descripción: Con el incremento de la afluencia de turista, se podrá hacer pequeños aumentos graduales, cada año, ya que después de haber logrado que el parque se haya posicionado en la mente de los turistas, se puede hacer un leve ascenso en el precio, sin afectar la demanda de visitantes. Con estos ingresos se podrán hacer futuras remodelaciones, en las instalaciones del

parque acuático, así como también mantenimiento y adquisición de nuevas unidades de Conga-Bus, para cubrir una mayor demanda.

c) Promoción

(1) Estrategia: Entregar Brochure's a Operadores turísticos y Ministerio de Turismo (MITUR)

Objetivo: Crear una estrategia que permita realizar vínculos con operadores turísticos y el Ministerio de Turismo a fin de captar la atención y poder atraer a los turistas que estas instituciones tienen a su cargo.

Descripción: Los brochure son una pieza fundamental en la comunicación, pues con éstos podemos informar y dar publicidad, por lo tanto se convierte en un medio idóneo para dar a conocer, los diferentes atractivos que se encuentran el Municipio de Panchimalco, además de sus días festivos, tradiciones y cultura. Por lo tanto se propone distribuir 10,000 unidades anuales. Por lo tanto, se sugiere a la Municipalidad que establezca lazos de cooperación con el Ministerio de Turismo MITUR, Instituto Salvadoreño de Turismo ISTU y Operadores turísticos privados, para que éstos puedan brindar información a los turistas que mediante los brochure, por lo cual el encargado de turismo de la Alcaldía de Panchimalco deberá brindarles estos ejemplares, donde se muestren los diferentes atractivos que posee, a fin de atraer a estos turistas ya sean nacionales o internacionales.

Parte externa e interna del brochure:

Parque Acuático



Es la más reciente oferta turística que está brindando Panchimalco, ubicado en el Barrio Concepción contiguo al complejo deportivo. Cuenta con dos piscinas, una cancha de fútbol engramada, y áreas verdes. esculturas en piedras, realizadas por artistas nacionales e internacionales específicamente de los países de Italia, España, Honduras .



Hotel Amatecham



El nombre del hotel es una palabra combinada con Náhuatl que significa "Casa del Árbol". Es el primer hotel en Panchimalco, se encuentra en la finca Santa Rosa kilómetro 11, cantón Planes de Renderos.

Alba Clara

Espacio donde puede cabalgar y también aventurarse a las emociones que se viven en el canopy. Además de contar con instalaciones aptas para eventos de cualquier tipo, ya sea empresarial o de ocasión especial.



"Panchimalco" proviene del Náhuatl, y significa "Lugar de Banderas y Escudos"

Panchimalco es uno de los 19 municipios pertenecientes a San Salvador, ubicado en la zona central a 17 Kilómetros al sur de la ciudad capital.

Una carretera pavimentada conecta a la ciudad de Panchimalco con San Salvador y con el pueblo de Rosario de Mora. Se comunica por calle de tierra con la villa de Huizúcar (departamento de La Libertad), y con las cabeceras municipales de San Marcos y Santo Tomás. Una red de caminos vecinales une al casco urbano con los cantones y caseríos.





Tradición y Diversión



DESTINOS TURÍSTICOS

Feria Cultural de las Flores y las Palmas

El primer domingo de mayo tiene lugar la festividad más popular y colorida de la localidad llamada "Feria cultural de las flores y las palmas" o simplemente "Procesión de las palmas" en honor de la Virgen María, festividad a cargo de una "Cofradía de las flores y las palmas". En este día hay representaciones de las danzas tradicionales de los Chapetones y los Historiantes.

Puerta del Diablo

La Puerta del Diablo es una formación pétreica ubicada en el Cerro El Chulo a un kilómetro del Parque Balboa, es el punto más alto de San Salvador. Desde la Puerta del Diablo se puede apreciar el litoral del Océano Pacífico, el Municipio de Panchimalco, el Lago de Ilopango, el cerro de las Pavas y el volcán de San Vicente. Otro de los atractivos de este lugar es practicar el alpinismo o canopy (consiste en el desplazamiento pendiente de cables en una polea suspendida por cables trazados entre arboledas)

Simposio

Es un espacio donde se reflejan las diferentes expresiones artísticas de jóvenes talentos del municipio y de personalidades extranjeras que colaboraron para la realización del parque escultórico; donde se pueden apreciar 18 hermosas esculturas elaboradas en piedra. Está situado a unos 10 metros frente a la alcaldía municipal de Panchimalco.

Casa Taller Encuentros

Miguel Ángel Ramírez es uno de los artistas plásticos más talentosos y reconocidos del país, también es una persona comprometida con el arte emergente. Este interés lo llevó a fundar la "Casa Taller Encuentros" comprometida con el arte emergente. Este interés lo llevó a fundar la "Casa Taller Encuentros". En este lugar se encuentran diversas exposiciones de arte.



Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma

Según algunos archivos, fue construida en abril de 1543 y finalizada el 29 de abril de 1730.

Hace más de cuatro siglos, frailes españoles dirigieron a los indígenas de la zona para construir uno de los templos coloniales más importantes del país, y que hoy es admirado y respetado por las nuevas generaciones.

Casa de la Cultura

La Casa de Cultura está haciendo una gran labor de rescate de las tradiciones y artesanías locales, tales como los bailes folklóricos, los trajes típicos de las Panchas, la Procesión de Las Palmas, siendo este es uno de los principales atractivos de este municipio

(2) Estrategia: Promocionar el Municipio en medios de comunicación

Objetivo: Proponer las formas más adecuadas y eficientes de promocionar los atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco.

Descripción:

a) Promoción por Televisión

La televisión es uno de los principales medios de comunicación existentes, pues goza de gran aceptación en la población salvadoreña, pero a pesar de ser un excelente medio de comunicación, que se puede utilizar para informar de los diversos atractivos que posee Panchimalco, no se recomienda a la Alcaldía Municipal realizar publicidad en este medio, por los altos costos que generaría a la Municipalidad, considerando que no existe ningún rubro para estos costos en el presupuesto.

b) Promoción con Vallas publicitarias

Las vallas se han convertido en algo muy habitual en el paisaje de las ciudades, y es muy común que se presenten sus anuncios o mensajes publicitarios por medio de estas; a que poseen la ventaja de estar en lugares estratégicos donde difícilmente pasan desapercibidas.

De acuerdo a la investigación, este tipo de medio es adecuado para mostrar a los turistas, que se dirigen hacia el Municipio, la variedad de atractivos que se ubican en él; logrando persuadir al visitante a que conozca los otros destinos.

Se recomienda colocar tres estilos de vallas publicitarias con las siguientes especificaciones:

- ✚ Tamaño: valla de 4x2 metros
- ✚ Materiales: Estructura con tubos estructural de 1 pulgada , Lamina lisa y galvanizada calibre 26, Soportes con caño negro de 4 pulgadas
- ✚ Impresión: en vinil adhesivo a full color de alta calidad

Propuesta de valla #1



La primera en el límite del Municipio de San Salvador, a la altura de Casa de Piedra, en el kilómetro 8.5 que conduce de San Salvador a Panchimalco, para que los visitantes identifiquen que están ingresando al Municipio.

Propuesta de valla #2



La segunda estará ubicada en la carretera de San Salvador a Panchimalco en el Kilómetro 9 en el desvío de Panchimalco y Planes de Renderos, mejor conocido como “Triangulo”, promoviendo el parque acuático del centro del Municipio, esto con el motivo de utilizarlo como incentivo para atraer a los turistas al casco urbano.

Se considera que es el lugar adecuado, pues la mayoría de personas pasa por este sitio cuando se dirige a los tres atractivos principales de Planes de Renderos, o cuando se dirige al mirador.

Propuesta de valla #3



Parque Acuático
Ketsali
Naturaleza y diversión cerca de ti

Abierto
de Martes a Domingo
de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Valor de la entrada:
US\$ 1.00

Panchimalco
UNA EXPERIENCIA
INOLVIDABLE

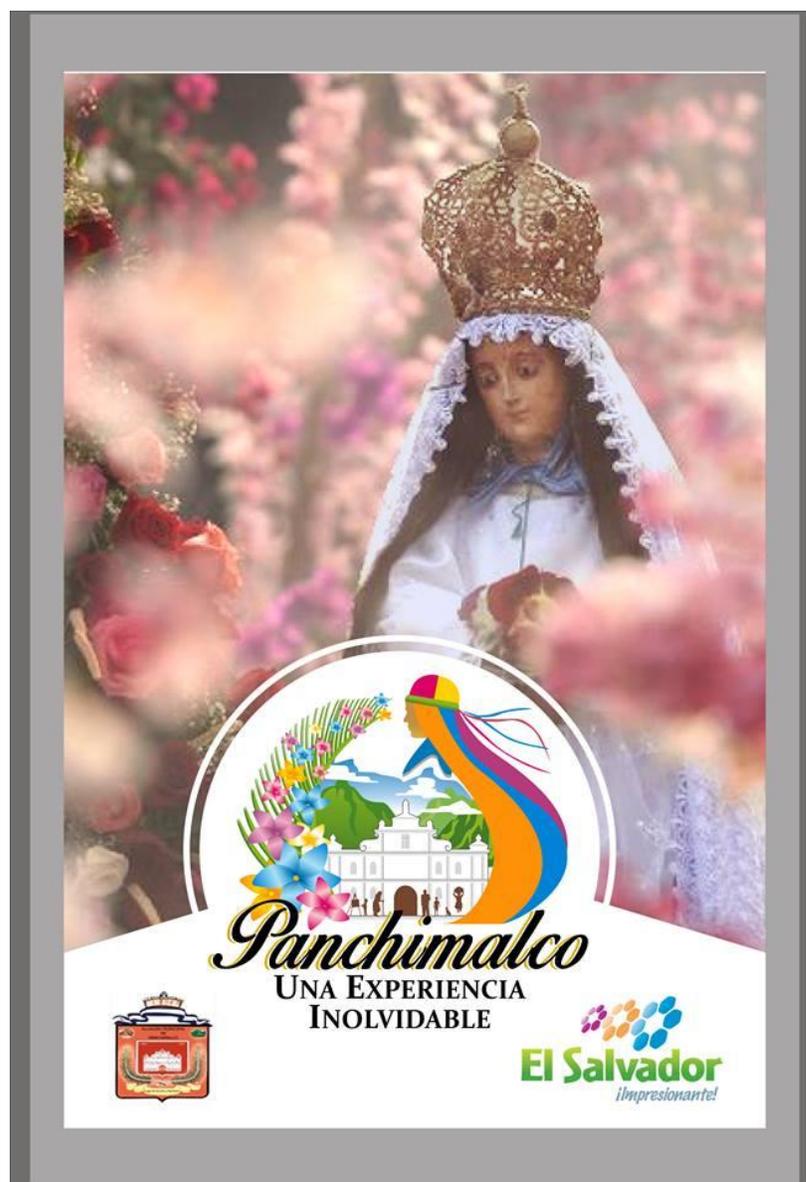
La tercera valla estará ubicada, en la entrada del parque acuático mostrando los días de atención al público y el precio del ingreso a las instalaciones.

Propuesta de valla # 4



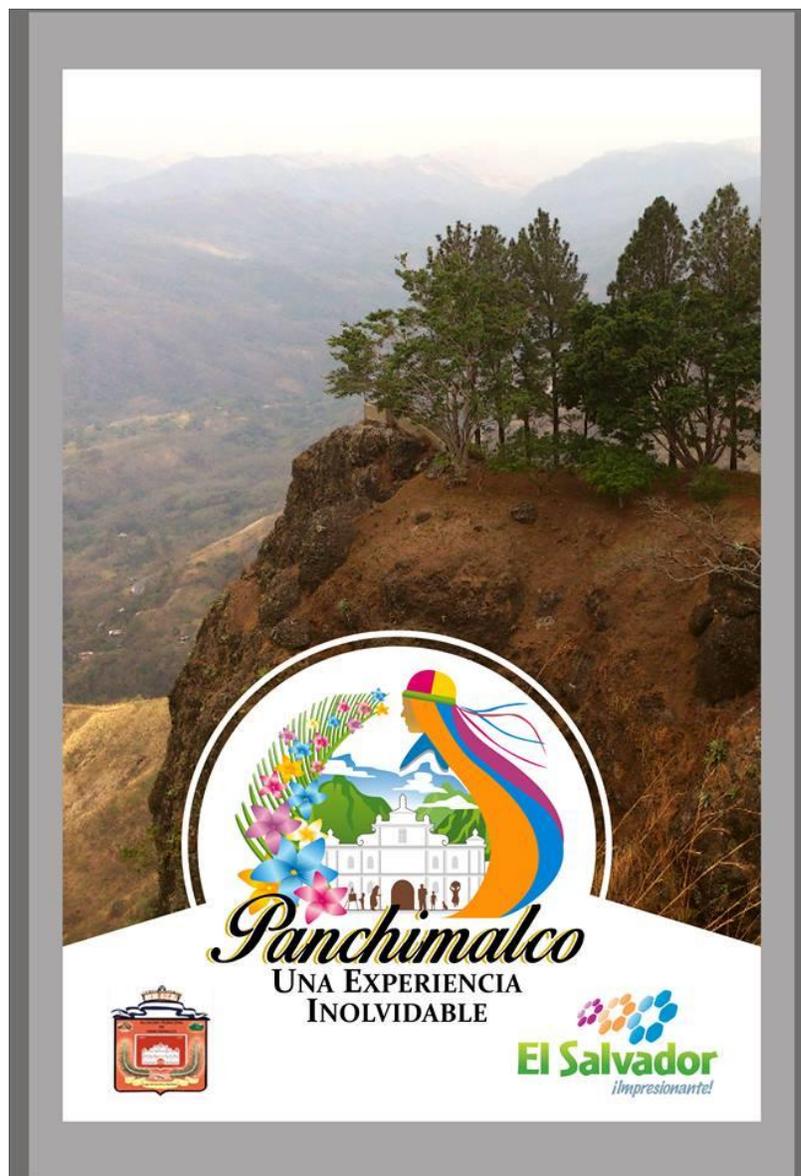
En esta imagen se busca mostrar que el Municipio de Panchimalco, es un destino que posee infraestructura colonial. Esto atraerá turistas que gustan observar este tipo de construcciones antiguas.

Propuesta de valla # 5



En esta imagen se puede apreciar la Virgen María, lo que hace referencia que en el Municipio se realizan actividades religiosas, además se observan las palmas, la cual es una de las tradiciones principales del Municipio de Panchimalco.

Propuesta de valla # 6



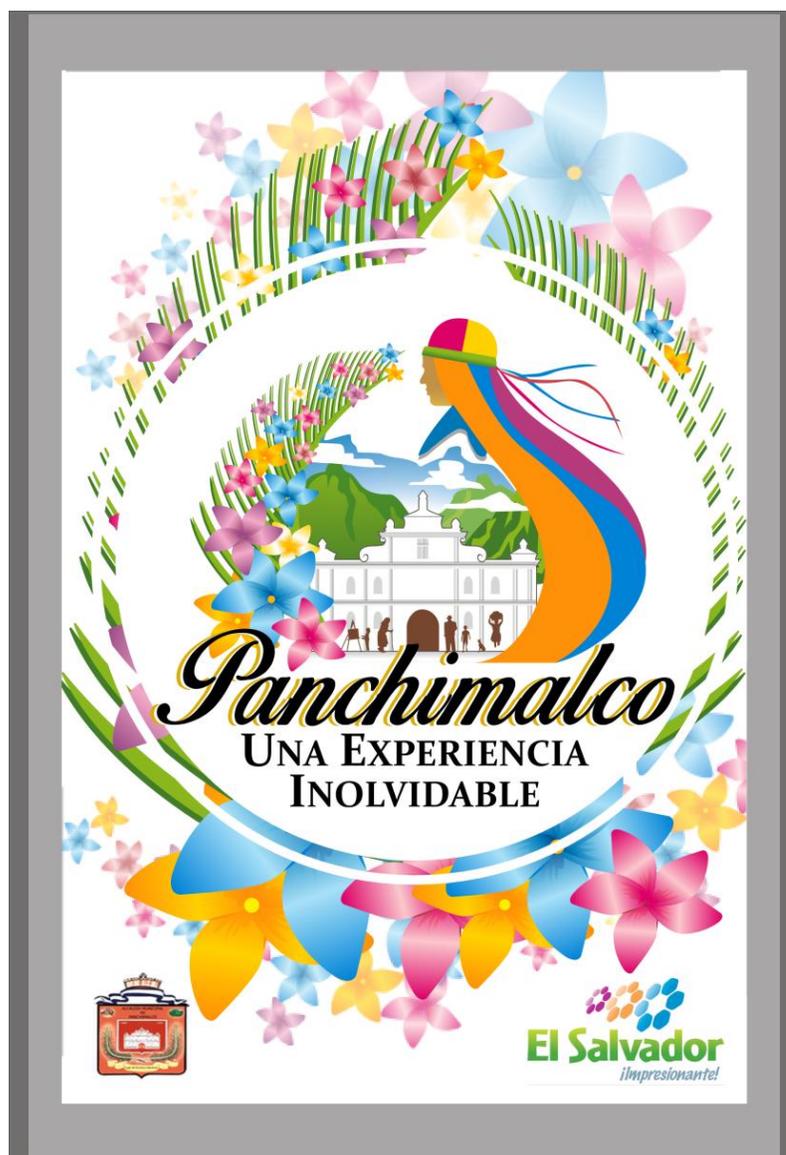
Esta imagen podemos observar que el Municipio está rodeado de naturaleza y que posee paisajes que pueden ser muy atractivos para los visitantes.

Propuesta de valla # 7



En esta valla publicitaria podemos observar a una niña, utilizando el traje típico de Panchimalco que incluye, el manto pancho que es elaborado por artesanos del lugar, conservando la cultura y tradiciones a través de los años.

Propuesta de valla # 8



En esta valla publicitaria podemos observar la nueva propuesta del logo y a la vez al fondo se aprecian flores de ensarta, generando con esta valla una expectativa para el turista de conocer e investigar sobre Panchimalco.

Nota: las vallas publicitarias de la 4 a la 8 se propone que se instalen en diferentes puntos de San Salvador, para lo cual debe contratarse una empresa especializada en este servicio, ver cotización # 5 en anexos.

c) Promoción en Internet

El internet se ha convertido en uno de los medios de comunicación más utilizados en el mundo, y El Salvador no es la excepción, ya que para el año 2013 el 23.1% de la población tenía acceso a internet⁴¹.

Según el estudio “Redes sociales en El Salvador 2015” de la empresa AnalitikaMarketResearch (Empresa consultora), las redes sociales son el principal lugar en donde los usuarios navegan a lo largo de la red, según este estudio las redes sociales preferidas por los salvadoreños son Facebook, YouTube y Twitter⁴².

De acuerdo al aumento de dispositivos que tienen conectividad a internet como lo son teléfonos móviles, tabletas, laptops entre otros; el número de personas que utilizan el internet como un medio de comunicación crecerá con el tiempo, por lo cual el internet se considera un medio muy importante para promover cualquier tipo de producto o servicio.

Las tres principales redes sociales, de acuerdo a su número de usuarios para El Salvador son las siguientes:

⁴¹https://www.google.com.sv/?gws_rd=cr&ei=hX2VtuxBpD5eJ_5vLAK#q=Usuarios+de+internet+de+el+salvador+

⁴² <http://es.slideshare.net/analitikasv/estudio-de-redes-sociales-2015-el-salvador>

➤ Facebook

Con el avance de la tecnología, publicar anuncios en Facebook es relativamente fácil para cualquier usuario, muchas empresas que



incursionaron en el sector del internet, poseen páginas de Facebook donde comparten ideas, promociones y promueven sus productos o servicios con sus seguidores, estas páginas ayudan a las empresas a llegar a sus consumidores.

Además, realizar una campaña publicitaria en este sitio es relativamente económico, pudiendo publicar una campaña de hasta un costo de \$2.00 dólares diarios y con la ventaja de que una vez la página, ya está posicionada con muchos seguidores, puede hasta generar publicidad sin necesidad de invertir dinero en ella, por lo tanto se considera que esta es una buena opción, para realizar publicidad y obtener más visitantes en el Municipio, y con un mínimo de inversión.

Se propone la siguiente página de Facebook ya lista para promocionar Panchimalco en internet, la cual se entregará a los encargados de la Alcaldía para que esta se encargue de poder trabajar en ella publicando lo más sobresaliente del Municipio.

Captura de la página principal de Facebook, creada para la Alcaldía de Panchimalco:



➔ YouTube

YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Existen una variedad de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales entre otros, es el sitio más utilizado para compartir videos de internet, y con muchos millones de videos disponibles para su reproducción.



También ofrece servicios de publicidad, como lo son la reproducción de anuncios antes del video, banners publicitarios en los videos; y ya que es un sistema muy manejable al crear anuncios, y pudiendo segmentar el público en el cual se está interesado, (ya sea por país, edad, sexo e intereses), se puede realizar publicidad en este sitio por un precio mucho más económico,

que realizar publicidad en otros medios de comunicación, pudiendo realizar campañas por sólo \$10.00 diarios, y que tienen unos muy buenos resultados.

Los videos que se utilizaran como publicidad para el Municipio, están producido por la misma Alcaldía de Panchimalco, en anexos se agrega un disco donde se muestra el video promocional.



➔ Google Adwords

Google AdWords es un servicio y un programa de la empresa Google, que utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes, Los anuncios patrocinados de Adwords aparecen en el buscador o sitios pertenecientes a google, y páginas web suscritas a este sistema de publicidad, por el cual ofreciendo publicidad reciben



ingresos por su tráfico web, los anuncios pueden aparecer en diferentes formas, como banners, imágenes, vídeos y texto.

La publicidad se le muestra a la persona de acuerdo a diferentes factores como son país, edad, sexo, ciudad, intereses personales etc. A cada persona se le muestra la publicidad, basándose en sus historiales de búsqueda en google, páginas web o sitios visitados, por ejemplo una persona que estuviera buscando recetas de cocina, podría mostrársele publicidad de restaurantes, pizzerías, taquerías o cualquier otro tipo de negocios de venta de comida.

Los encargados de turismo de la Alcaldía de Panchimalco deberán crear una cuenta en Google adworks, desde la cual podrán generar campañas publicitarias, donde podrán crear enlaces hacia la página web del Municipio, un video, una página de Facebook o hacia cualquier contenido en línea que resalte los atractivos del Municipio.

Por lo tanto, por la facilidad de crear anuncios personalizados y ajustados a necesidades específicas, y por el bajo costo que representa hacer un anuncio en internet ya sea en Facebook, YouTube o google entre otros, resulta ser más económico que un anuncio en televisión, radio o periódico se recomienda hacer publicidad en internet.

Nota: Para ejecutar las estrategias de promoción en línea antes mencionadas es necesario que la Alcaldía municipal de Panchimalco, posea una tarjeta electrónica internacional de la cual se debitaran los pagos respectivos, por la inversión realizada por estos medios de comunicación virtual.

D. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO GENERAL COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN ANUALES PARA EL AÑO 2017

	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO TOTAL
3	Señalización del Parque Acuatico (vallas publicitarias) Panchimalco	\$ 500.00	\$ 1,500.00
2	Toganes de 10 metros	\$ 350.00	\$ 7,000.00
1	Piscina		\$ 25,000.00
20	Mesas de fibra de vidrios	\$ 113.00	\$ 2,260.00
12	Combustible y Mantenimiento Conga Bus	\$ 373.00	\$ 4,476.00
12	Eventos culturales	\$ 400.00	\$ 4,800.00
12	Contratación de guia Turistico	\$ 250.00	\$ 3,000.00
10000	Brochure	\$ 0.11	\$ 1,073.50
1	Parqueos	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00
25	Rotulos metalicos de señalización(basurero)	\$ 75.00	\$ 1,875.00
50	Adquisicion de Lamparas	\$ 65.00	\$ 3,250.00
1	Capacitación de 30 personas Sobre Costos y determinación de Costos	\$ 900.00	\$ 900.00
12	Publicidad en Facebook	\$ 500.00	\$ 6,000.00
12	Publicidad en Youtube	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
12	Publicidad Adwords	\$ 500.00	\$ 6,000.00
	TOTAL		\$ 154,134.50

El presupuesto está elaborado de forma sencilla, se detalla la cantidad de artículos que serán utilizados, así como su costo unitario y costo total en que se incurrirá al implementar las propuestas descritas anteriormente, la municipalidad tendrá la facilidad de conocer el costo individual, y poder evaluar con que estrategias podrá iniciar para lograr el objetivo del incremento de afluencia de turistas, este proyecto será financiado con el Fondo para el Desarrollo Económico y Social de las Municipalidades de El Salvador (FODES), esta propuesta será presentada al concejo municipal para su análisis y de ser aprobado se creara una carpeta técnica donde se detalla al presupuesto para su ejecución.

G. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

1. Libros

- a) Alberto Ramírez González, Metodología de la investigación científica.
- b) Elia Beatriz Pineda y otros, Metodología de la investigación, Segunda Edición, Organización Panamericana de La salud, E.E.U.U., 1994.
- c) Roberto Hernández Sampieri y otros, Metodología de la investigación, Cuarta Edición, McGraw Hill, México, 2006.
- d) William J. Staton, Michael J. Etsel, Bruce J. Walker; Fundamentos de Marketing 13ª Edición; Editorial McGraw Hill, México, 2004
- e) Philip Kotler, Gary Armstrong, Fundamentos de mercadotecnia, Octava edición, Editorial Pearson.
- f) Philip Kotler, Estrategias de marketing de museos, editorial Ariel, Barcelona, España, 2001.
- g) Philip Kotler, Dirección de marketing, Editorial Pearson Educación, México 2006.
- h) Philip Kotler, Introducción al marketing, Editorial Pearson Educación, 2010.

2. Trabajos de Investigación o Graduación

- a) Diseño de herramientas mercadológicas para potenciar la demanda de servicios turísticos en el parque acuático "Paraíso de la Montañona" ubicado en el Municipio de concepción Quezaltepeque, departamento de Chalatenango. Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias Económicas año 2012; Melvin Alexander Joachin Ramos; Aris Ernesto Parada Araniva, Edwin Yovani Rivas Ramírez.

3. Leyes

- a) Ley de Turismo, decreto N° 899, de fecha 15 de diciembre del año 2005, publicado en el diario oficial N° 237, tomo N° 369.
- b) Código Municipal, decreto N° 174 de fecha 3 de febrero del año de 1986, publicado en el diario oficial N° 23 , tomo N° 290.

- c) Ley de creación del fondo para el desarrollo económico y social de los municipios, de la República de El Salvador.
- d) Ley de la Carrera Administrativa, de la Republica de El Salvador.
- e) Ley Orgánica de la Administración Financiera del Estado (AFI).

4. Documentos

- a) Elaborado por CONCULTURA, “Reseña Histórica, Casa de la cultura Panchimalco” año 2007
- b) Revista de principales cofradías del Municipio de Panchimalco
- c) Plan de desarrollo turístico de Panchimalco, José Osmín Domínguez, 2013.
- d) Plan de Competitividad Municipal de Panchimalco 2012-2016

5. Otros

- a) Alfonso López Ortíz, Seminario de Graduación ciclo I, Clase de fecha 18 de abril del 2015
- b) <http://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm>
- c) <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- d) <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.479%201-B453p/338.479%201-B453p-Capitulo%20I.pdf>
- e) <http://www.monografias.com/trabajos93/tecnicas-e-instrumentos-recoleccion-datos-cualitativos/tecnicas-e-instrumentos-recoleccion-datos-cualitativos.shtml>
- f) www.bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/
- g) <http://www.m.monografias.com/trabajo103/canales-distribución-bienes-y-servicios-turisticos/canales-distribucion-bienes-y-servicios-turisticos.shtml>

Anexos

Anexo 1

(INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN)

- 1.1 Cuestionario para visitantes
- 1.2 Cuestionario para no visitantes
- 1.3 Guía de entrevista para operadores turísticos
- 1.4 Guía de entrevista para promotor social



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



Encuesta dirigida a turistas que visitan el Municipio de Panchimalco

Atentamente le solicitamos su amable colaboración para responder las siguientes interrogantes, agradeciendo de antemano por su cooperación.
Esta encuesta se realiza estrictamente con fines académicos.

OBJETIVO: Recopilar información acerca de la afluencia turística que se da en el Municipio de Panchimalco, departamento de San Salvador.

INDICACIONES: Marque con una "x" y complete las interrogantes que a continuación se le plantean.

I. DATOS GENERALES

✚ Género: Femenino Masculino

✚ Edad: 15 – 25 26 – 36 37 – 47 48 – Más

✚ Lugar de procedencia:

➡ Nacional ➔ Departamento _____ Municipio _____

➡ Extranjero ➔ C.A. U.S.A.

➡ Europa Otros: _____

Objetivo: Saber datos generales de la persona encuestada que ayudaran a conocer, que genero de encuestados, la edad que tenían, y la procedencia de ellos, que posteriormente pueden servir para generar cruces de variables.

II. CUESTIONARIO

1. ¿Cuándo usted realiza turismo que tipo de lugares le gusta visitar?

Playa Naturaleza (Parques y Montaña)

Ríos o Lagos Parques acuáticos

Ciudades o pueblos culturales

Museos

Arqueología

Otros _____

Objetivo: Saber el tipo de destinos turísticos por los cuales los encuestados se sienten más atraídos.

2. ¿Qué espera encontrar en el destino turístico al que visita? (Marque las 3 más importantes para usted)

Comida

Higiene

Parqueo

Diversión (Música, Juegos)

Seguridad

Vías de acceso en buen estado

Hospitalidad

Otros _____

Objetivo: Obtener el punto de vista de los turistas potenciales, sobre lo que más esperan en un destino turístico.

3. ¿Cuándo sale de paseo, principalmente con quien lo hace?

Familia

Amigos

Pareja

Solo

Objetivo: Conocer con quienes les gusta salir de paseo a las personas para posteriormente generar estrategias orientadas a los resultados que genere.

4. ¿En una salida con fines recreativos, cuanto está dispuesto a gastar por cada persona que asiste al viaje?

De \$10.00 a \$20.00

De \$21.00 a \$30.00

De \$31.00 a \$40.00

De \$41.00 a Más

Objetivo: Conocer cuánto un turista está dispuesto a gastar en una salida recreativa, se realiza esta pregunta para poder formular estrategias de acuerdo al precio ideal de un producto o servicio turístico.

5. ¿Sabe usted en que Municipio se encuentra en este momento?

Si Mencione _____ No

Objetivo: Saber si el turista tiene idea de en cual Municipio de El Salvador esta vacacionando, lo cual ayudara a saber si tiene presencia el nombre Panchimalco en los turistas.

6. ¿Conoce usted el Casco Urbano (Centro del Municipio) de Panchimalco? Si su respuesta es no, pasar a la pregunta 9.

Si No

Objetivo: Saber el número de turistas que conocen el Caso Urbano del Municipio.

7. ¿Qué recomendación haría para hacer más agradableel Municipio?

Mas parqueo Más seguridad
 Más información Otro: _____
 Guías turísticos

Objetivo: Saber la opinión de los turistas respecto a las mejoras que se le podrían hacer al lugar para hacerlo más agradable.

8. De los diferentes atractivos turísticos ubicados en el Municipiode Panchimalco¿cuáles conoce? (Marque las 4 más importantes)

Puerta del Diablo Casa del Escritor
 Parque de la Familia Mercado de Artesanías
 Parque Balboa Parque Acuático
 Las Cruces Alba Clara
 Casa de La Cultura Hotel Amatechan
 Casa Taller Encuentros Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma

Complejo Deportivo

Simposio (Parque de Esculturas de
piedra)

Objetivo: determinar cuáles de los atractivos turísticos son más conocidos por los visitantes.

9. ¿Con que frecuencia visita este lugar u otro que se encuentre en este Municipio? (Marque solo la que más describa su caso)

Una vez por semana

Una vez al año

Una vez al mes

Otro _____

Durante vacaciones

Objetivo: Saber con qué frecuencia visita un turista el Municipio.

10. De los lugares turísticos que conoce de este Municipio ¿Qué le atrae más? (Marque 2)

Clima

Diversión

Cultura

Ambiente

Naturaleza

Otro: _____

Gastronomía

Objetivo: identificar la motivación de los turistas a visitar el Municipio.

11. De los destinos turísticos siguientes ¿Cuáles visitaría? (marque máximo cuatro alternativas)

Puerta del Diablo

Las Cruces

Parque de la Familia

Casa de La Cultura

Parque Balboa

Casa Taller Encuentros

- | | |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Casa del Escritor | <input type="checkbox"/> Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma |
| <input type="checkbox"/> Mercado de Artesanías | <input type="checkbox"/> Complejo Deportivo |
| <input type="checkbox"/> Parque Acuático | <input type="checkbox"/> Simposio (Parque de Esculturas de piedra) |
| <input type="checkbox"/> Alba Clara | |
| <input type="checkbox"/> Hotel Amatechan | |

Objetivo: Mencionar y mostrar a los clientes potenciales los lugares turísticos con los que cuenta el Municipio y determinar por cuales se sentirían más atraídos.

**10 Conociendo los distintos atractivos turísticos con los que cuenta el Municipio
¿Se sentiría motivado a visitarlos nuevamente?**

- Si
- No ¿Porque? _____

Objetivo: Determinar si el turista conociera de los atractivos turísticos que ofrece el Municipio, se sentiría motivado a visitarlos.

12. ¿Considera al Municipio de Panchimalco y sus atractivos agradables para poder ser visitados a menudo?

- Si
- No ¿Porque? _____

Objetivo: Saber si el turista se siente motivado a frecuentar los sitios turísticos que el Municipio ofrece.

13. ¿Recomendaría a algún amigo o familiar visitar el Municipio de Panchimalco?

- Si No

Objetivo: Saber si el turista podría recomendar los atractivos de Panchimalco de acuerdo a los destinos turísticos que este puede ofrecerle.

14. ¿Cuándo visita sitios turísticos, que medios de transporte utiliza?

- Vehículo propio
- Transporte Colectivo
- Taxi
- Vehículo de amigos
- Otros: _____

Objetivo: Saber el medio de transporte más utilizado por las personas que visitan el lugar, con el fin de realizar estrategias para mejorar las vías de acceso.

15. Sabiendo que existe una variedad de atractivos turísticos en todo el Municipio, ¿Le gustaría hacer un recorrido (Ruta turística) de Planes de Renderos al Casco Urbano de Panchimalco?

- Si No

¿Porqué? _____

Objetivo: reconocer si al implementar dicha estrategia aumentaría la afluencia de visitantes en las zonas turísticas del Municipio.

16. ¿Qué tipo de ruta le gustaría recorrer?

- Naturaleza – Gastronomía – Hotel
- Naturaleza – Gastronomía
- Cultura – Parque Acuático – Gastronomía

Objetivo: describir la ruta más aceptada por los turistas.

17. ¿Le parecería grato realizar la ruta turística en una conga-bus?

Si No

Objetivo: conocer la cantidad de personas que utilizaría este servicio.

¿Porqué? _____

18. ¿Pagaría usted entre \$0.75 - \$1.00 por esta prestación?

Si No

Objetivo: identificar la disposición de pago por el servicio brindado.

19. ¿Qué medio de comunicación social le parece más indicado para dar a conocer el Municipio y sus atractivos?

La televisión La radio
 El periódico El internet
 Volantes Vallas Publicitarias

Objetivo: establecer el medio de comunicación conveniente para a dar a conocer el Municipio.

20. Después de conocer los atractivos turísticos que posee el Municipio y las novedades a implementar, ¿Recomendaría visitar Panchimalco?

Si No

¿Porqué? _____

Objetivo: conocer la perspectiva de los turistas respecto al Municipio de Panchimalco.



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



Encuesta dirigida a turistas que no visitan el Municipio de Panchimalco

Atentamente le solicitamos su amable colaboración para responder las siguientes interrogantes, agradeciendo de antemano por su cooperación.
Esta encuesta se realiza estrictamente con fines académicos.

OBJETIVO: Recopilar información acerca de los turistas que no han visitado el Municipio de Panchimalco, departamento de San Salvador.

INDICACIONES: Marque con una “x” y complete las interrogantes que a continuación se le plantean.

I. DATOS GENERALES

- + Género: Femenino Masculino
- + Edad: 15 – 25 26 – 36 37 – 47 48 – Más
- + Lugar de procedencia:
- + Nacional → Departamento _____ Municipio _____
- + Extranjero → C.A. U.S.A.
- + Europa Otros: _____

Objetivo: Saber datos generales de la persona encuestada que ayudaran a conocer, el género de los encuestados, la edad que tienen, y la procedencia de ellos, que posteriormente pueden servir para generar cruces de variables que nos ayuden a poder formular una propuesta adecuada para los posibles turistas potenciales.

II. CUESTIONARIO

1. ¿A usted le gusta realizar turismo en El Salvador?

- Si No

Objetivo: Conocer la cantidad monetaria que un turista está dispuesto a gastar en una salida recreativa, y con esto formular estrategias de acuerdo al precio ideal de un producto o servicio turístico.

6. ¿Ha escuchado alguna vez sobre el Municipio de Panchimalco?

Si No

Objetivo: Identificar si las personas han escuchado mencionar el Municipio de Panchimalco.

7. ¿Qué opinión tiene respecto a ese Municipio?

Excelente Buena Regular Mala Ninguna

Objetivo: Conocer qué opinión tiene el turista potencial respecto a la imagen del Municipio de acuerdo a lo que ha visto o ha escuchado.

8. ¿Sabe usted donde se ubica el Municipio de Panchimalco?

Si No

Objetivo: Determinar si un cliente potencial tiene la información adecuada sobre la ubicación del Municipio.

9. ¿De los siguientes atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco, de cuales ha escuchado hablar: (Marque 4 opciones)

- | | |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Puerta del Diablo | <input type="checkbox"/> Casa del Escritor |
| <input type="checkbox"/> Parque de la Familia | <input type="checkbox"/> Mercado de Artesanías |
| <input type="checkbox"/> Parque Balboa | <input type="checkbox"/> Parque Acuático |
| <input type="checkbox"/> Las Cruces | <input type="checkbox"/> Alba Clara |
| <input type="checkbox"/> Casa de La Cultura | <input type="checkbox"/> Hotel Amatechan |
| <input type="checkbox"/> Casa Taller Encuentros | <input type="checkbox"/> Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma |

Complejo Deportivo

Simposio (Parque de Esculturas de
piedra)

Objetivo: Saber que lugares turísticos de Panchimalco gozan de mayor popularidad en la mente de los consumidores, de acuerdo a lo que han escuchado.

10. ¿Cuál es la razón por la que aún no ha visitado ninguno de estos lugares del Municipio de Panchimalco? (Marque una por favor)

Muy lejos

No sabía que existía

Inseguridad

No me aparece atractivo

No salgo a menudo

Otros _____

Objetivo: Identificar las razones por las cuales las personas encuestada aún no han visitado el Municipio.

11. De los destinos turísticos siguientes, cuales visitaría (marque máximo cuatro alternativas)

Puerta del Diablo

Parque Acuático

Parque de la Familia

Alba Clara

Parque Balboa

Hotel Amatechan

Las Cruces

Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma

Casa de La Cultura

Complejo Deportivo

Casa Taller Encuentros

Simposio (Parque de Esculturas de
piedra)

Casa del Escritor

Ninguno → ¿Por qué? _____

Mercado de Artesanías

Objetivo: Mencionar y mostrar a los clientes potenciales los lugares turísticos con los que cuenta el Municipio y determinar por cuales se sentirían más atraídos, para poder formular estrategias respecto a sus respuestas.

12. De los siguientes medios de comunicación ¿Cuales le parecen más adecuados para promocionar los atractivos turísticos que posee Panchimalco? (Marque las 3 más importantes para usted)

La televisión

El internet

La radio

Volantes

El periódico

Vallas Publicitarias

Otros: _____ **¿Por qué?** _____

Objetivo: Reconocer cuál sería el mejor lugar para realizar una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos de Panchimalco.



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



Entrevista dirigida a empresas privadas e instituciones nacionales dedicadas al sector turístico.

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para determinar si a los operadores turísticos les favorece promover el Municipio de Panchimalco.

I. DATOS GENERALES:

Nombre del puesto: _____

II. GUÍA DE ENTREVISTA

- 1) ¿Cuáles son las principales exigencias de los turistas, que solicitan información de los diferentes destinos turísticos en el país?

Objetivo: indagar sobre gustos y preferencias de las personas que utilizan los servicios de los operadores turísticos.

- 2) ¿Qué cualidades deben tener los Municipios para que puedan ser promovidos por ustedes?

Objetivo: Conocer cuáles son las expectativas que un promotor turístico y un turista potencial tiene respecto a un destino turístico.

- 3) ¿Cuántas Alcaldías se acercan a su institución para hacer uso de sus servicios?

Objetivo: Saber si otras Alcaldías tiene convenios con operadores turísticos para incrementar la afluencia de turistas en su Municipio.

4) ¿Qué lugares son los más solicitados para realizar las visitas?

Objetivo: Conocer que destinos turísticos del país son los más deseados por los turistas, para tener una visión más clara de que es lo que busca un turista en El Salvador.

5) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.

6) ¿Cuál considera que es la causa principal de que existan Municipios más frecuentados que otros?

Objetivo: Averiguar el punto de vista de un operador turístico sobre la afluencia de visitantes a un destino turístico de acuerdo a su experiencia.

7) ¿El Municipio de Panchimalco se encuentra dentro de los destinos turísticos que ofrecen al público? Si- No, ¿Por qué?

Objetivo: Saber si el Municipio de Panchimalco o algunos destinos dentro del Municipio están incluidos dentro de su oferta turística.

8) ¿Cuántas personas solicitan información sobre pueblos coloniales o destinos culturales?

Objetivo: Saber si los destinos turísticos que ofrece Panchimalco pueden ser demandados por turistas.

9) ¿Conoce los diferentes atractivos que ofrece este Municipio?

- Puerta del Diablo Mercado de Artesanías
- Parque de la Familia Parque Acuático
- Parque Balboa Alba Clara
- Las Cruces Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma
- Casa de La Cultura Complejo Deportivo
- Casa Taller Encuentros Hotel Amatechan
- Casa del Escritor Simposio (Parque de Esculturas de piedra)

Objetivo: Determinar si los operadores turísticos saben de las riquezas turísticas que Panchimalco puede ofrecer.

10) Al conocer los diferentes atractivos turísticos que posee este Municipio, ¿consideraría promoverlo? Si- No, ¿Por qué?

Objetivo: Identificar si los operadores turísticos consideran que Panchimalco es un Municipio agradable para promoverlo.

11) ¿Poseen una tarifa específica para promover los diferentes atractivos turísticos?

Objetivo: Conocer la accesibilidad de los precios que son ofrecidos por los operadores turísticos en la prestación de sus servicios.

12) ¿Con qué tipo de vehículo cuenta su empresa para transportar a los turistas hacia diferentes destinos? Y Con cuantos cuenta de cada uno.

- Bus _____
- Coaster _____
- Microbús _____
- Vehículo Particular _____
- Otro _____

Objetivo: Identificar las empresas que posee mayor capacidad de traslado de turistas respecto a las unidades de transporte con las que cuenta.

13) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.



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



Entrevista dirigida al promotor de turismo de la Alcaldía Municipal de Panchimalco

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para determinar si se realizan actividades apropiadas para beneficiar la afluencia turística en el Municipio.

I. DATOS GENERALES:

Nombre Puesto: _____

II. GUÍA DE ENTREVISTA

- 1) ¿Existe una unidad o departamento en la Alcaldía municipal de Panchimalco, que se encargue de incentivar el turismo?

Objetivo: saber si existe un interés por parte de la Alcaldía para promover las actividades turísticas en el Municipio.

- 2) ¿Cuántas personas son las encargadas de promover los sitios turísticos del Municipio?

Objetivo: determinar si poseen el número adecuado de personas para desarrollar estas actividades.

- 3) ¿Poseen personal capacitado que sirva de guía turístico?

Objetivo: identificar la calidad del servicio que recibirán los turistas que se acercan al Municipio.

4) ¿En el presupuesto de la Alcaldía Municipal, existe una asignación monetaria que pueda utilizarse para incentivar la afluencia turística?

Si ¿Cuánto? _____

No

Objetivo: establecer si existe capacidad económica para invertir en este sector.

5) ¿Consideran importante tener vínculos con las entidades de gobierno como El Ministerio de Turismo, para hacer de Panchimalco un Municipio reconocido por su riqueza cultural y diversos atractivos?

Objetivo: incrementar las posibilidades de expandir el turismo del Municipio tanto a nivel nacional como internacional.

6) ¿Qué actividades realizan para hacer más llamativo el Municipio?

Objetivo: conocer el esfuerzo que realiza la municipalidad para hacer que el turismo en Panchimalco crezca.

7) ¿Qué estrategias utilizan para dar a conocer el Municipio y sus atractivos?

Objetivo: analizar si la municipalidad implementa estrategias adecuadas para darse a conocer.

8) ¿Existe presencia de la Policía Nacional Civil en los diferentes sitios turísticos del Municipio?

Objetivo: verificar si existe acompañamiento policial para la seguridad de los turistas.

- 9) ¿Qué proyectos a futuro pretenden realizar para incrementar la afluencia turística del Municipio?

Objetivo: conocer las ideas de crecimiento turístico que posee la Alcaldía Municipal de Panchimalco.

- 10) ¿Poseen vehículos para transportar turistas?

Si ¿Cuántos? _____

No

Objetivo: Determinar si cuentan con medios de transporte necesarios para trasladar a los turistas.

- 11) ¿Qué cambios considera que tendrá el Municipio al incrementar la afluencia turística?

Objetivo: Conocer la opinión del promotor de turismo respecto a los beneficios que se esperan obtener al incrementar la afluencia turística en el Municipio.

Anexo 2

**(CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS PERSONAS QUE VISITAN
LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS (PUERTA DEL
DIABLO, PARQUE DE LA FAMILIA, PARQUE BALBOA) DEL
MUNICIPIO DE PANCHIMALCO.)**



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



**Cuestionario dirigido a las personas que visitan los principales atractivos turísticos
(Puerta del Diablo, Parque de la Familia, Parque Balboa) del Municipio de Panchimalco.**

I. Datos generales

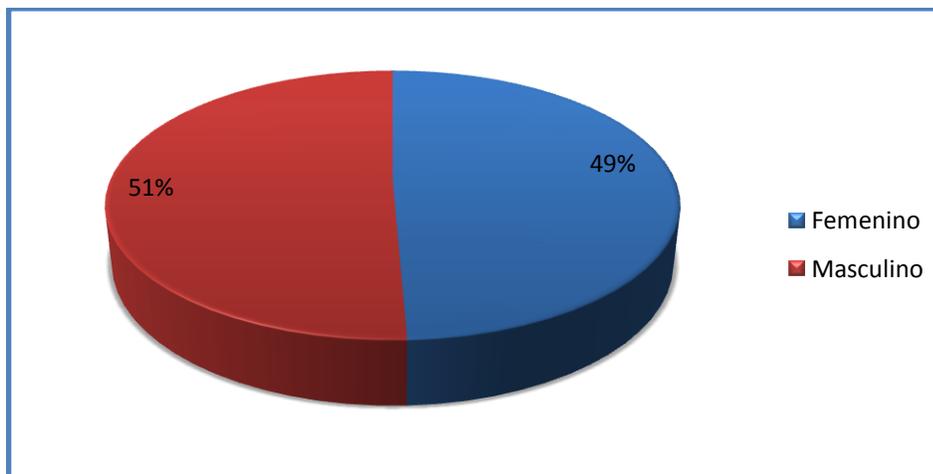
A. Género :

Objetivo: determinar el número de visitantes femeninos y masculinos que se acercan al Municipio de Panchimalco.

Cuadro N° 1

Género	Frecuencia	Proporción
Femenino	37	49%
Masculino	38	51%
TOTAL	75	100%

Gráfico N° 1



Interpretación: en la gráfica podemos observar que la mayor parte de visitantes son hombres, aunque se refleja que existe una diferencia mínima con las mujeres pues también realizan turismo, esto quiere decir que tenemos iguales oportunidades de atraer hombres como mujeres.

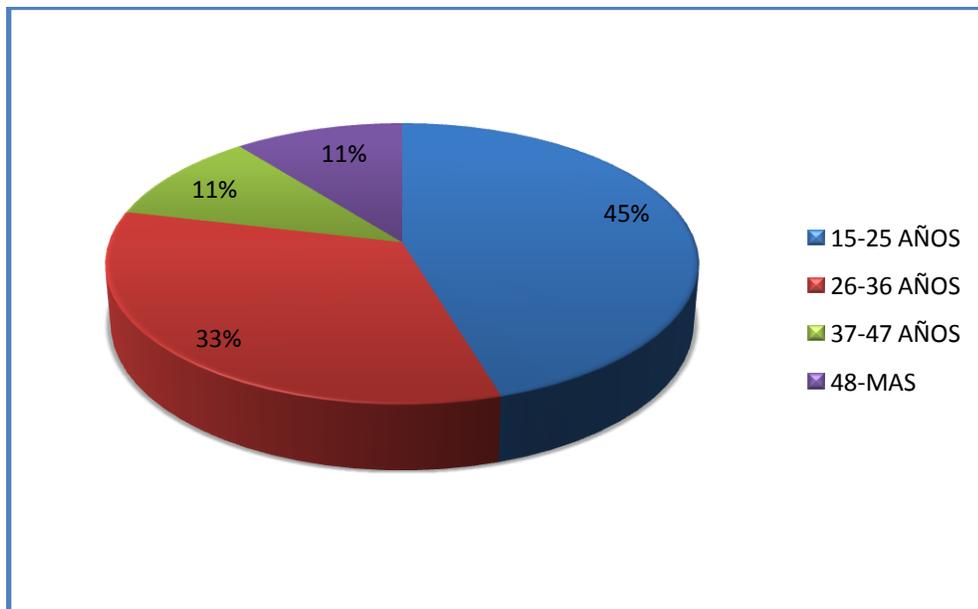
B. Edad

Objetivo: identificar que rangos de edades son las que se ven más atraídas a realizar turismo en los atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco.

Cuadro N° 2

Edad	Frecuencia	Proporción
15-25 AÑOS	34	45%
26-36 AÑOS	25	33%
37-47 AÑOS	8	11%
48-MAS	8	11%
TOTAL	75	100%

Gráfico N° 2



Interpretación: el número de personas encuestadas que visitan el Municipio se encuentran en un rango de edades en su mayoría entre 15 y 25 años quiere decir que los jóvenes son los que salen con mayor frecuencia, así como también en los adultos-jóvenes, siendo menor la cantidad de personas adultas y adultos mayores que salen de paseo con esto se haría una segmentación de mercado para enfocar las estrategias a estos rangos de edades.

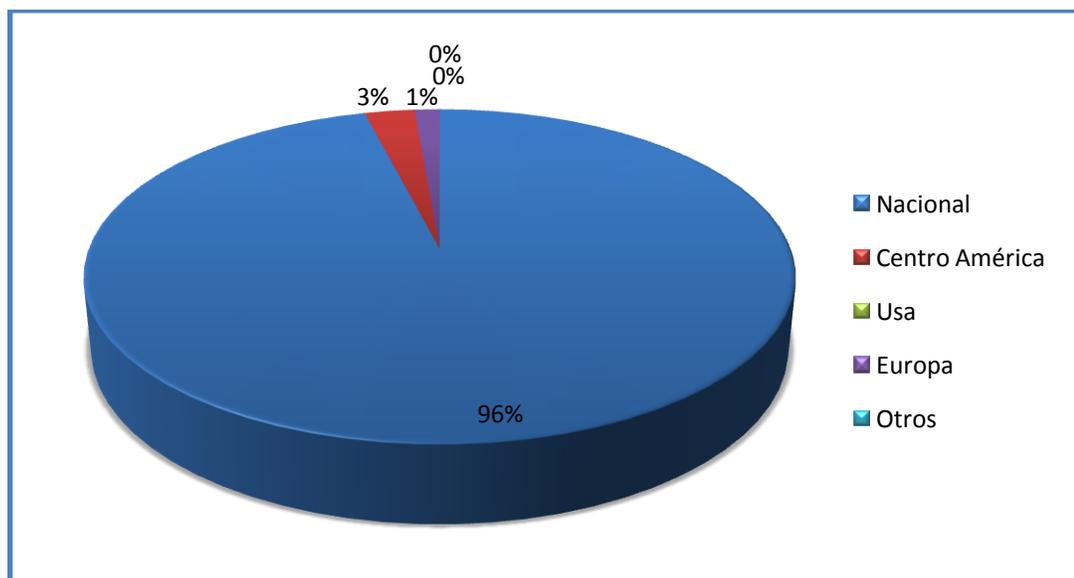
C. Lugar de procedencia

Objetivo: Clasificar de donde vienen los turistas que se acercan a visitar el Municipio de Panchimalco.

Cuadro N° 3

Procedencia	Frecuencia	Proporción
Nacional	72	96%
Centro América	2	3%
Usa	0	0%
Europa	1	1%
Otros	0	0%
TOTAL	75	100%

Gráfico N° 3



Interpretación: La mayor parte de personas que visitan los principales atractivos turísticos ubicados en Los Planes de Renderos son turistas nacionales, en una minoría se atraen a personas de Centro América y en un mínimo porcentaje lo hacen personas de Europa, con esto se puede concluir que el mercado con mayor enfoque es dentro del país.

II. Cuestionario

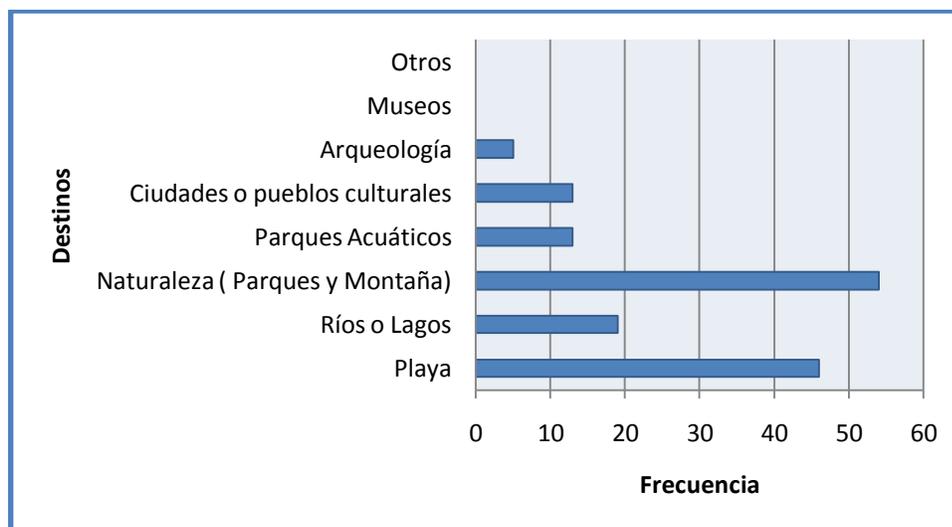
1. ¿Cuándo usted realiza turismo que tipo de lugares le gusta visitar?

Objetivo: Saber el tipo de destinos turísticos por los cuales los encuestados se sienten más atraídos.

Cuadro N° 4

Destino Turístico	Frecuencia
Playa	46
Ríos o Lagos	19
Naturaleza (Parques y Montaña)	54
Parques Acuáticos	13
Ciudades o pueblos culturales	13
Arqueología	5
Museos	0
Otros	0

Gráfico N° 4



Interpretación: se puede ver que la mayoría de las personas que fueron encuestadas prefieren visitar lugares donde se encuentren en contacto con la naturaleza, en menor porcentaje optan por frecuentar las playas, y en mínimo porcentaje les atrae la arqueología, evidenciando que en el Municipio se puede realizar tres tipos de turismo que a las personas les agrada desarrollar es decir que existe una oferta disponible para los gustos y preferencias de las personas.

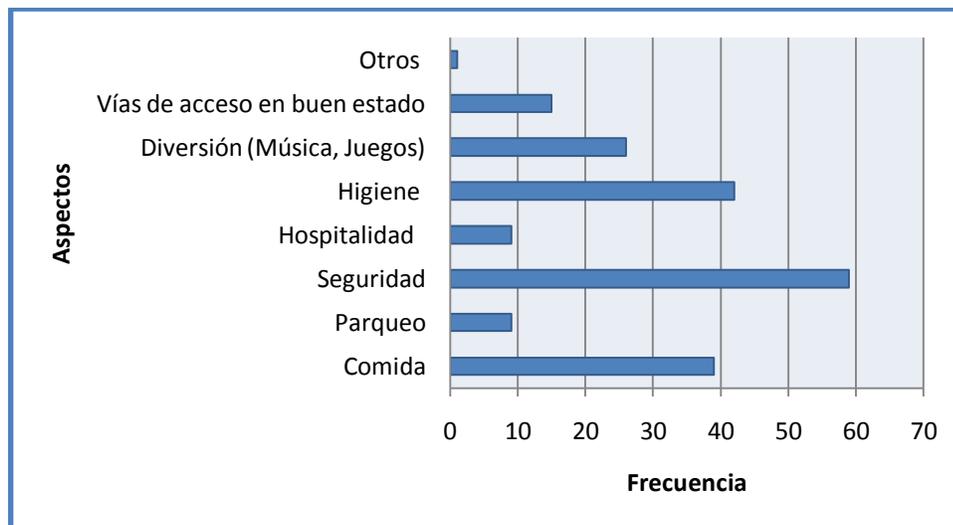
2. ¿Qué espera encontrar en el destino turístico al que visita? (Marque las 3 más importantes para usted)

Objetivo: Obtener el punto de vista de los turistas potenciales, sobre lo que esperan en un destino turístico.

Cuadro N° 5

Respuesta	Frecuencia
Comida	39
Parqueo	9
Seguridad	59
Hospitalidad	9
Higiene	42
Diversión (Música, Juegos)	26
Vías de acceso en buen estado	15
Otros	1

Gráfico N° 5



Interpretación: Se observa que las personas encuestadas les importan varios aspectos a la hora de realizar turismo, pero la mayoría de ellos buscan la seguridad, y consideran de suma importancia la higiene sin dejar de valorar un buen servicio de comida y que en estos lugares puedan encontrar diversión, vías de acceso en buen estado y un lugar seguro donde poder estacionarse (parqueo); podemos concluir que las personas se enfocan en la presentación del servicio.

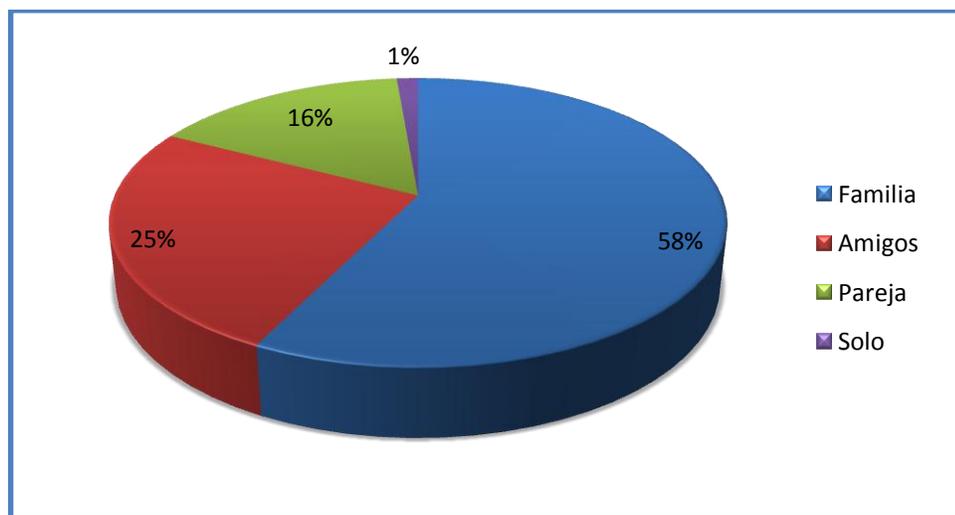
3. ¿Cuándo sale de paseo, con quien lo hace?

Objetivo: Conocer con quienes les gusta salir de paseo a las personas para posteriormente generar estrategias orientadas a los resultados que genere.

Cuadro N° 6

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Familia	43	57%
Amigos	19	25%
Pareja	12	16%
Solo	1	1%
Total	75	100%

Gráfico N° 6



Interpretación: Los datos nos muestran que las personas en su mayoría prefieren salir de paseo con la familia, en segundo lugar prefieren salir con los amigos y en tercer lugar salen con la pareja pero una mínima cantidad lo hace de forma individual con esto podemos ver que las estrategias deben ir enfocadas a grupos de personas con ambiente familiar.

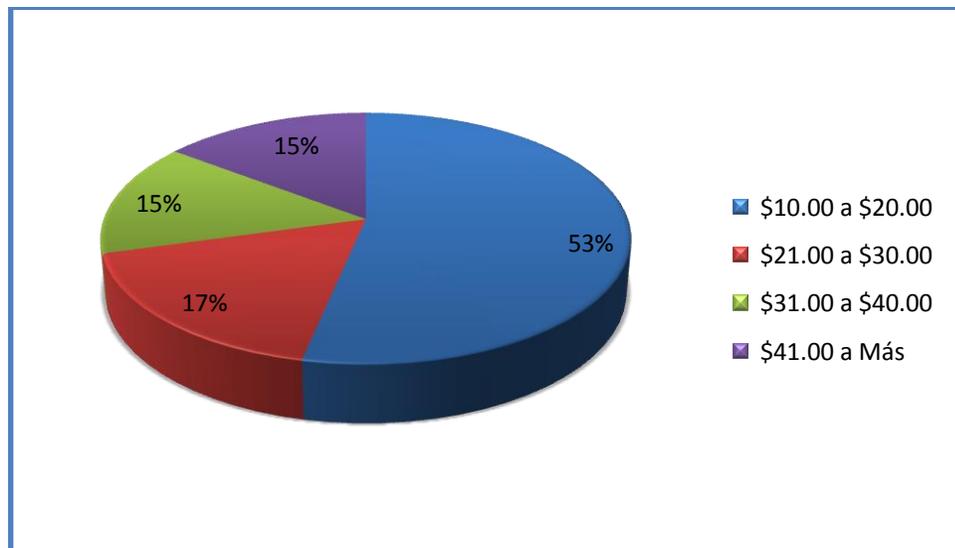
4. ¿En una salida con fines recreativos, cuanto está dispuesto a gastar por cada persona que asiste al viaje?

Objetivo: Conocer cuánto un turista está dispuesto a gastar en una salida recreativa, se realiza esta pregunta para poder formular estrategias de acuerdo al precio ideal de un producto o servicio turístico.

Cuadro N° 7

Cantidad Económica	Frecuencia	Proporción
\$10.00 a \$20.00	40	53%
\$21.00 a \$30.00	13	17%
\$31.00 a \$40.00	11	15%
\$41.00 a Más	11	15%
Total	75	100%

Gráfico N° 7



Interpretación: el grafico refleja que la mayor parte de la población está dispuesta a invertir en una salida recreativa de \$ 10 a \$ 20 dólares por persona, seguido de aquellas personas que para fines recreativos invierten de \$ 21 a \$30 dólares por persona pero hay un grupo que está dispuesto a realizar una inversión mayor a los \$ 31 dólares por persona; es decir que la mayor parte de la población busca realizar turismo pero donde encuentren precios accesibles.

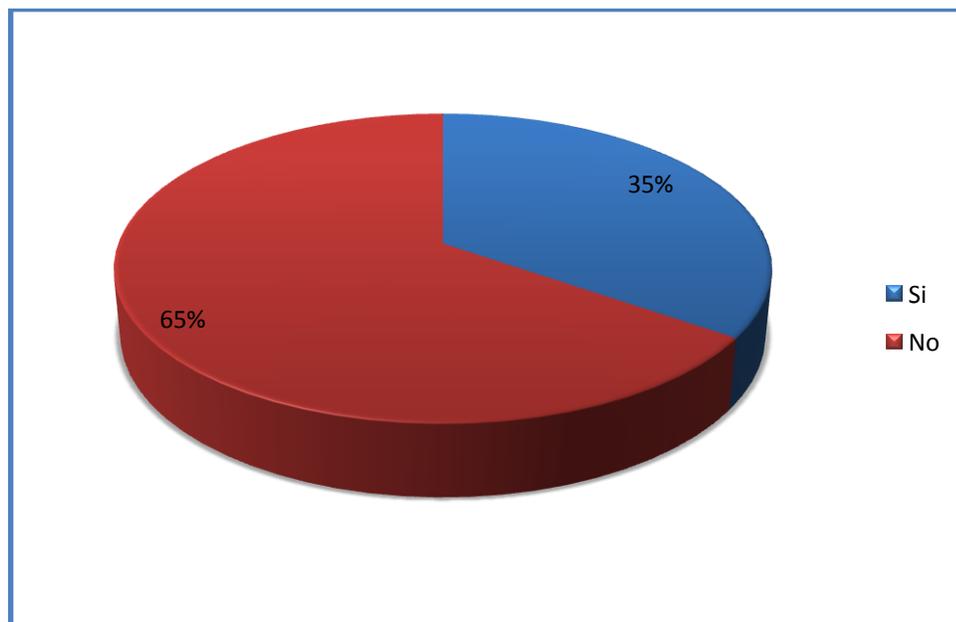
5. ¿Sabe usted en que Municipio se encuentra?

Objetivo: Saber si el turista tiene idea de en cual Municipio de El Salvador esta vacacionando, lo cual ayudará a saber si tiene presencia el nombre Panchimalco en los turistas.

Cuadro N° 8

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	26	35%
No	49	65%
Total	75	100%

Gráfico N° 8



Interpretación: La mayor parte de la población que realiza turismo lo hace sin prestar atención en el Municipio que se encuentran, solo visitan los sitios porque se sienten atraídos por los destinos turísticos que estos poseen, por lo tanto se debe hacer mayor énfasis en la creación de una marca que se posicione fácilmente en la mente de las personas para que reconozcan el Municipio de Panchimalco como un destino turístico.

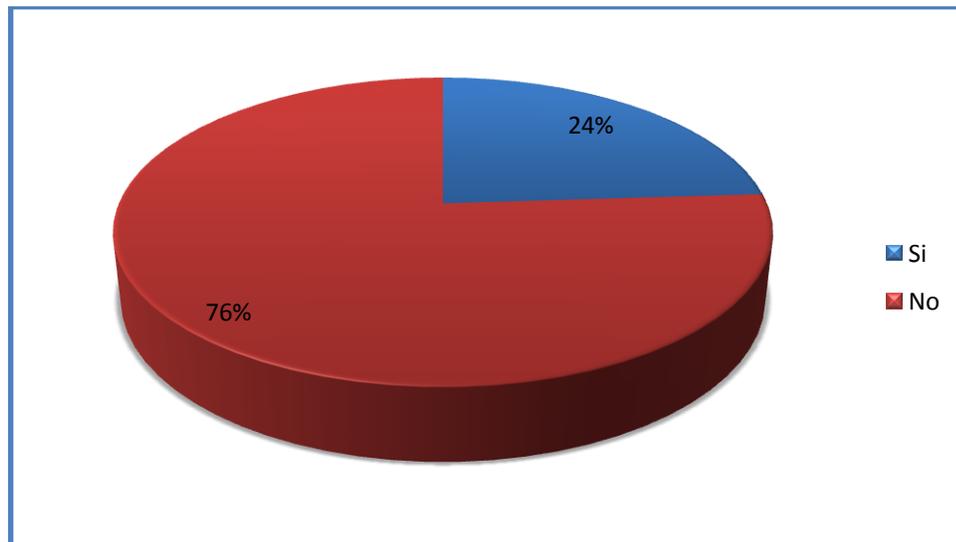
6. ¿Conoce usted el Casco Urbano (Centro del Municipio) de Panchimalco?

Objetivo: Saber el número de turistas que conocen el Caso Urbano del Municipio.

Cuadro N° 9

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	18	24%
No	57	76%
Total	75	100%

Gráfico N° 9



Interpretación: La mayoría de las personas no conocen el casco urbano de Panchimalco, por tal motivo se debe hacer una mayor promoción de los diferentes atractivos turísticos que éste ofrece para que pueda ser reconocido como un destino turístico dentro del país y en el extranjero.

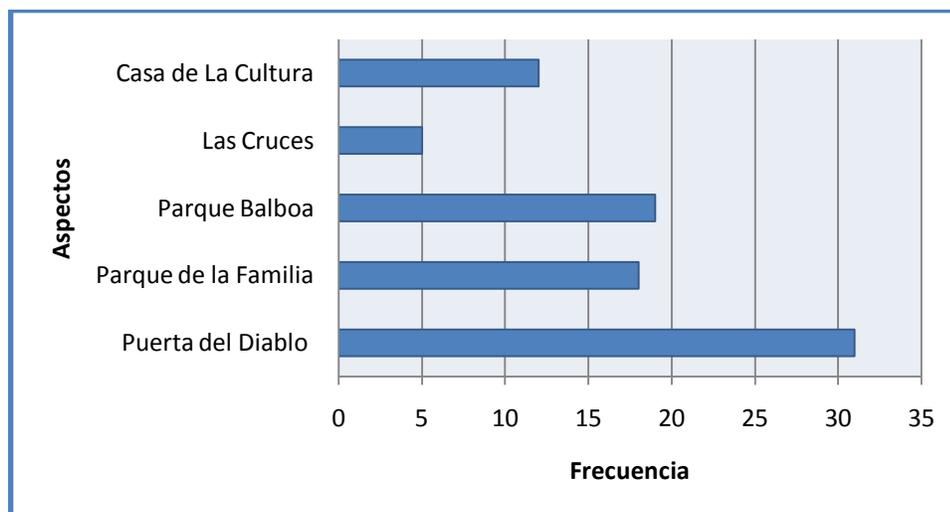
7. ¿Qué recomendación haría para hacer más agradable el Municipio?

Objetivo: Saber la opinión de los turistas respecto a las mejoras que se le podrían hacer al lugar para hacerlo más agradable.

Cuadro N° 10

Respuesta	Frecuencia
Más parqueo	3
Más información	5
Guías turísticos	2
Más seguridad	7
Otro	1

Gráfico N° 10



Interpretación: De las personas que han visitado el Municipio de Panchimalco, recomiendan para que éste sea más agradable debe haber mayor presencia policial, al mismo tiempo que se brinde una información completa de los diferentes atractivos turísticos que posee y a su vez tenga guías para hacer más fácil el desplazamiento por dicho Municipio, en otros recomendaban casetas informativas, de seguridad y mayor número de basureros.

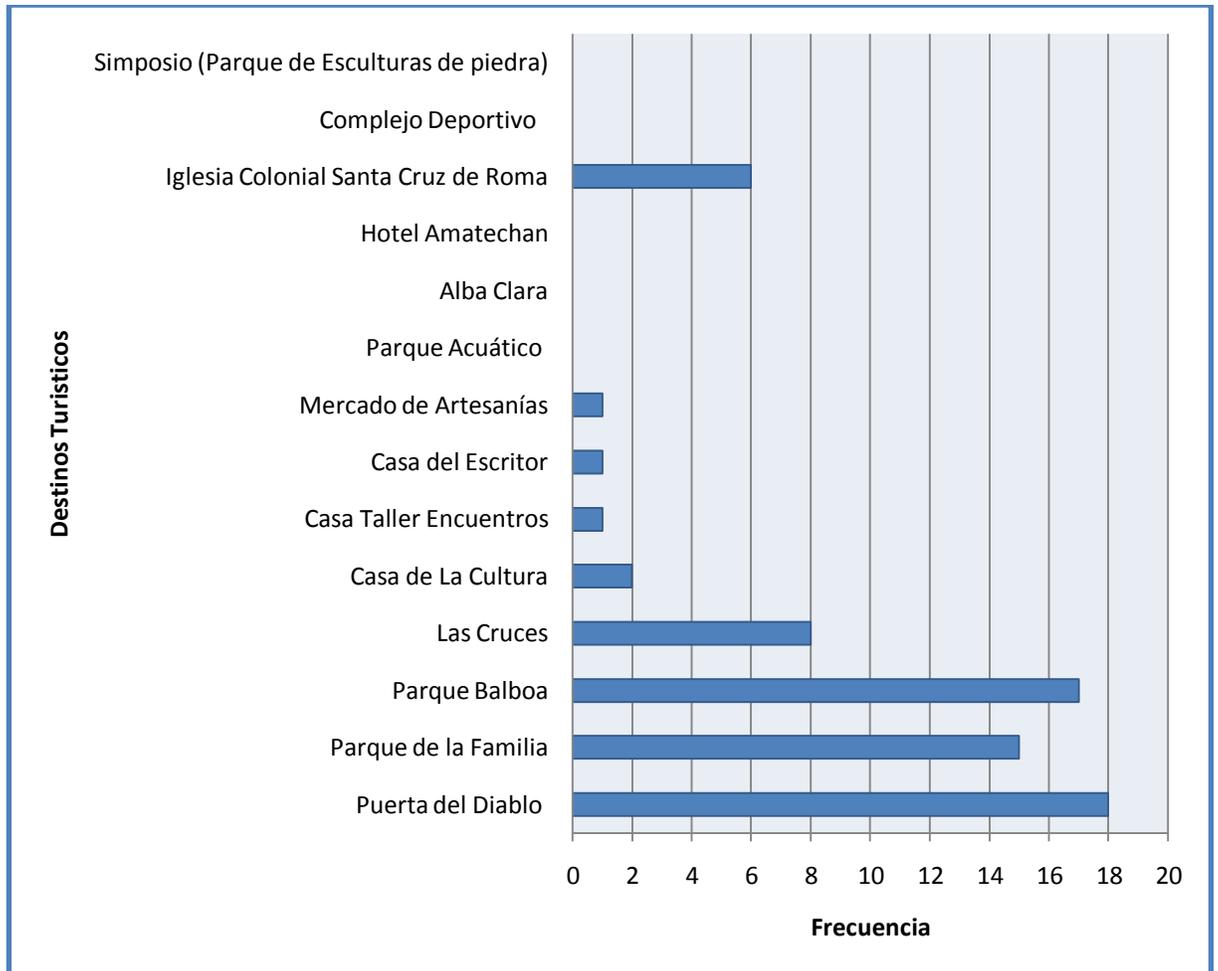
8. De los diferentes atractivos turísticos ubicados en el Municipio de Panchimalco ¿cuáles conoce? (Marque las 4 más importantes)

Objetivo: determinar cuáles de los atractivos turísticos son más conocidos por los visitantes.

Cuadro N° 11

Respuesta	Frecuencia
Puerta del Diablo	18
Parque de la Familia	15
Parque Balboa	17
Las Cruces	8
Casa de La Cultura	2
Casa Taller Encuentros	1
Casa del Escritor	1
Mercado de Artesanías	1
Parque Acuático	0
Alba Clara	0
Hotel Amatechan	0
Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma	6
Complejo Deportivo	0
Simposio (Parque de Esculturas de piedra)	0

Gráfico N° 11



Interpretación: podemos observar que las personas que realizan turismo, visitan con mayor frecuencia los atractivos turísticos situados en el cantón principal del Municipio de Panchimalco que es Planes de Renderos por lo tanto ellos reconocen rápidamente la Puerta del Diablo, el Parque de la Familia, Parque Balboa, generando dudas sobre los atractivos turísticos que se encuentran en todo el Municipio donde son pocas las personas que reconocen o han visitado las diferentes ofertas que este brinda.

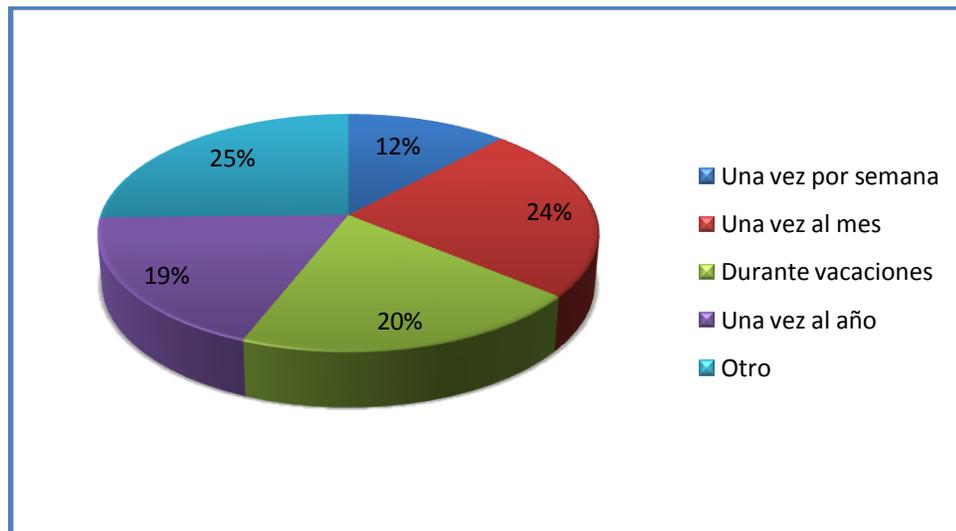
9. ¿Con que frecuencia visita este lugar u otro que se encuentre en este Municipio?
(Marque solo la que más describa su caso)

Objetivo: Saber con qué frecuencia visita un turista visita el Municipio.

Cuadro N° 12

Visitas	Frecuencia	Proporción
Una vez por semana	9	12%
Una vez al mes	18	24%
Durante vacaciones	15	20%
Una vez al año	14	19%
Otro	19	25%
Total	75	100%

Gráfico N° 12



Interpretación: observamos en la gráfica que a las personas les agrada visitar el Municipio lo hacen en su mayoría una vez al mes, mostrando que no necesariamente esperan las vacaciones para poder visitarlo, también hay un grupo menor que se acercan una vez por semana y otros que lo hacen una vez al año, pero se pone de manifiesto que hay personas que lo visitan cada dos o tres meses.

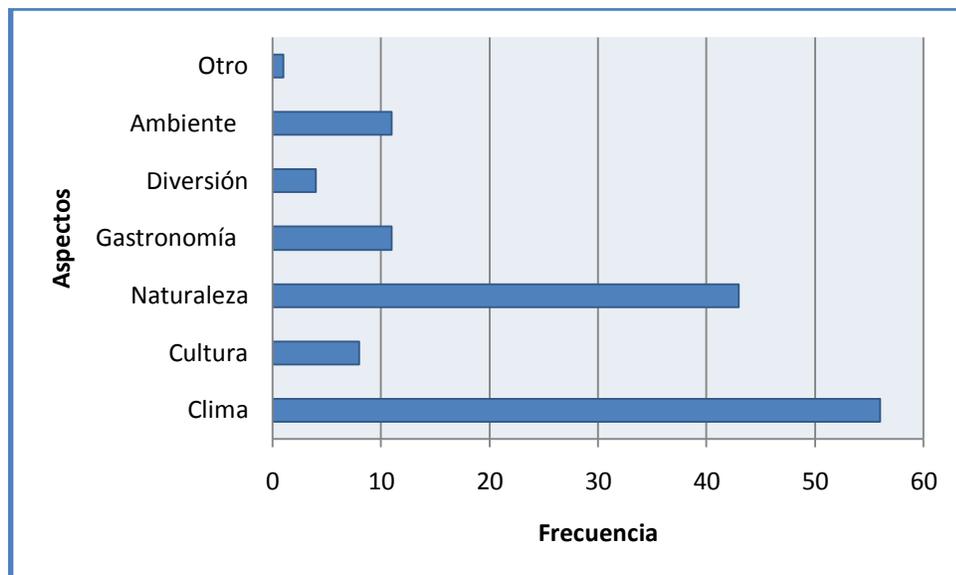
10. De los lugares turísticos que conoce de este Municipio ¿Qué le atrae más? (Marque 2)

Objetivo: identificar la motivación de los turistas a visitar el Municipio.

Cuadro N° 13

Respuesta	Frecuencia
Clima	56
Cultura	8
Naturaleza	43
Gastronomía	11
Diversión	4
Ambiente	11
Otro	1

Gráfico N° 13



Interpretación: las personas que realizan turismo buscan un clima agradable donde se sientan cómodos, buscando lo fresco de la zona, donde ellos puedan estar en contacto con el clima y la naturaleza, y a su vez encontrar comida que sea de su agrado, un grupo menor también buscan apreciar la cultura y tradiciones de la zona.

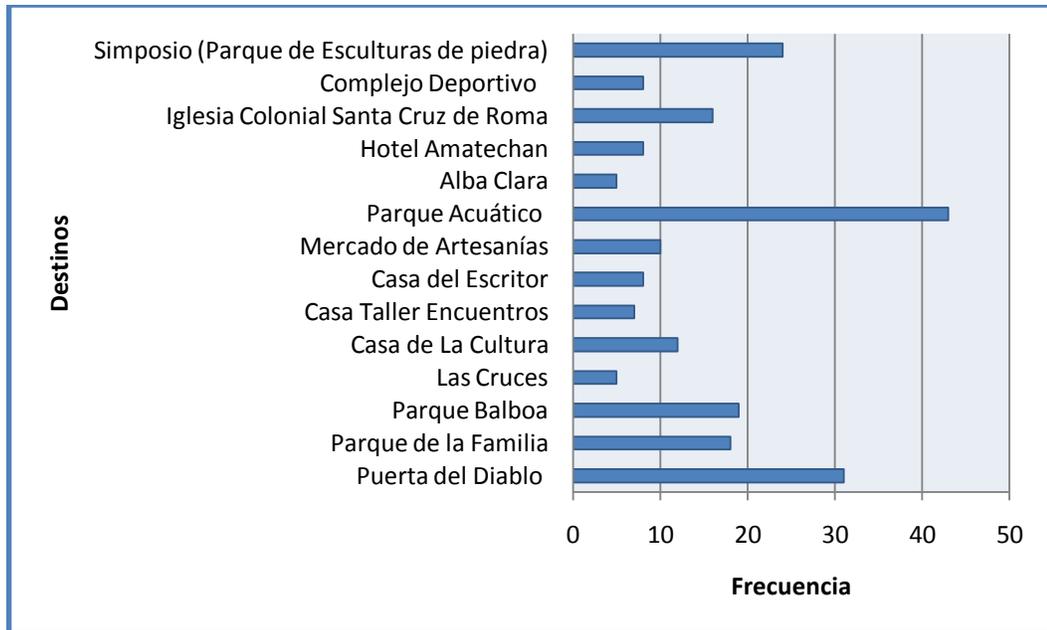
11. De los destinos turísticos siguientes ¿Cuáles visitaría? (marque máximo cuatro alternativas)

Objetivo: Mencionar y mostrar a los clientes potenciales los lugares turísticos con los que cuenta el Municipio y determinar por cuales se sentirían más atraídos.

Cuadro N° 14

Respuesta	Frecuencia
Puerta del Diablo	31
Parque de la Familia	18
Parque Balboa	19
Las Cruces	5
Casa de La Cultura	12
Casa Taller Encuentros	7
Casa del Escritor	8
Mercado de Artesanías	10
Parque Acuático	43
Alba Clara	5
Hotel Amatechan	8
Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma	16
Complejo Deportivo	8
Simposio (Parque de Esculturas de piedra)	24

Gráfico N° 14



Interpretación: conociendo los diferentes destinos turísticos que ofrece el Municipio, en su gran mayoría quisieran visitar el Parque Acuático, la Puerta del Diablo y el Parque de Esculturas de Piedra (simposio) considerándolos más atractivos; los destinos restantes aunque en menor proporción también poseen aceptación por lo tanto la demanda de visitantes se puede incrementar.

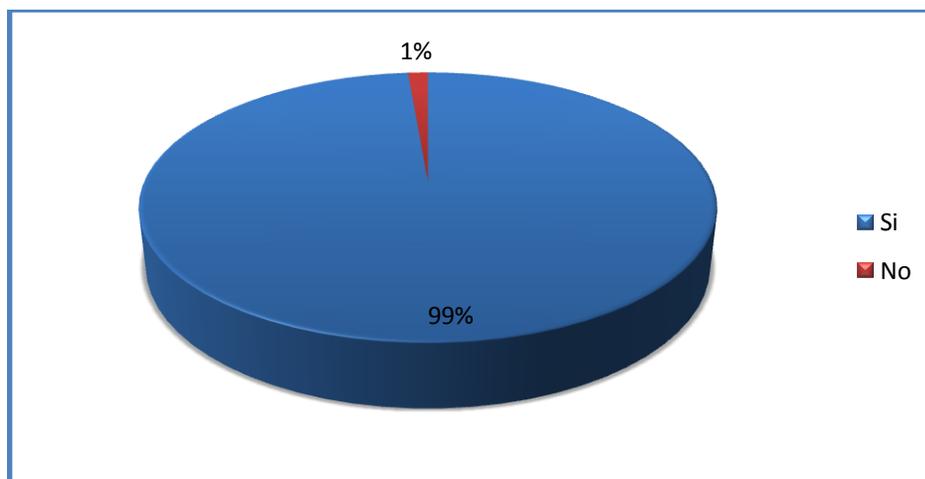
12. Conociendo los distintos atractivos turísticos con los que cuenta el Municipio ¿Se sentiría motivado a visitarlos nuevamente?

Objetivo: Determinar si el turista conociera de los atractivos turísticos que ofrece el Municipio, se sentiría motivado a visitarlos.

Cuadro N° 15

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	74	99%
No	1	1%
Total	75	100%

Gráfico N° 15



Interpretación: por lo que se aprecia en la gráfica la mayor parte de las personas se sienten motivadas a visitar el Municipio, después de observar la diversidad de atractivos turísticos que este ofrece, quiere decir que se debe realizar una mayor promoción de sus atractivos para poder incrementar la afluencia de turistas.

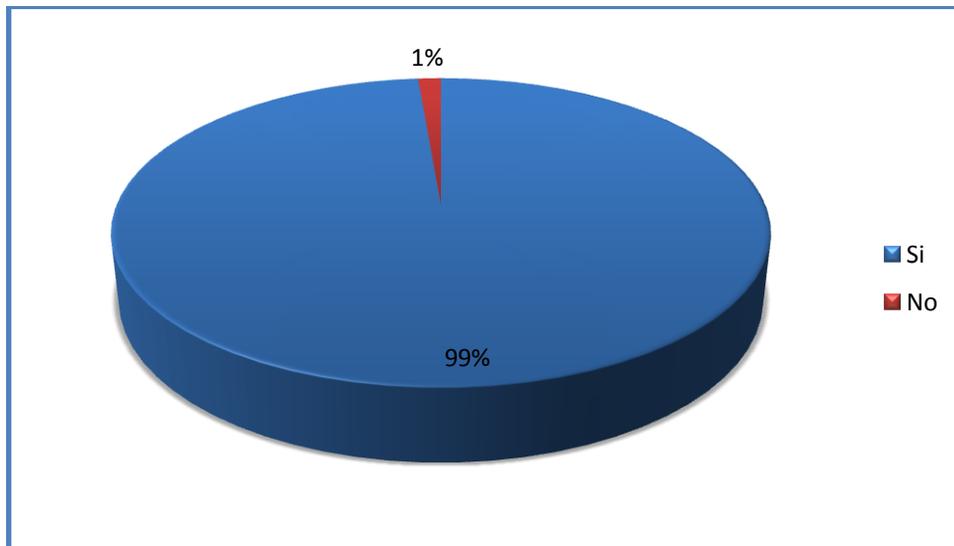
13. ¿Considera al Municipio de Panchimalco y sus atractivos agradables para poder ser visitados a menudo?

Objetivo: Saber si el turista se siente motivado a frecuentar los sitios turísticos que el Municipio ofrece.

Cuadro N° 16

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	74	99%
No	1	1%
Total	75	100%

Gráfico N° 16



Interpretación: la mayoría de las personas consideran que el Municipio tiene muchos atractivos, haciéndolo ideal para ser visitado con frecuencia y así disfrutar de toda la oferta turística que brinda.

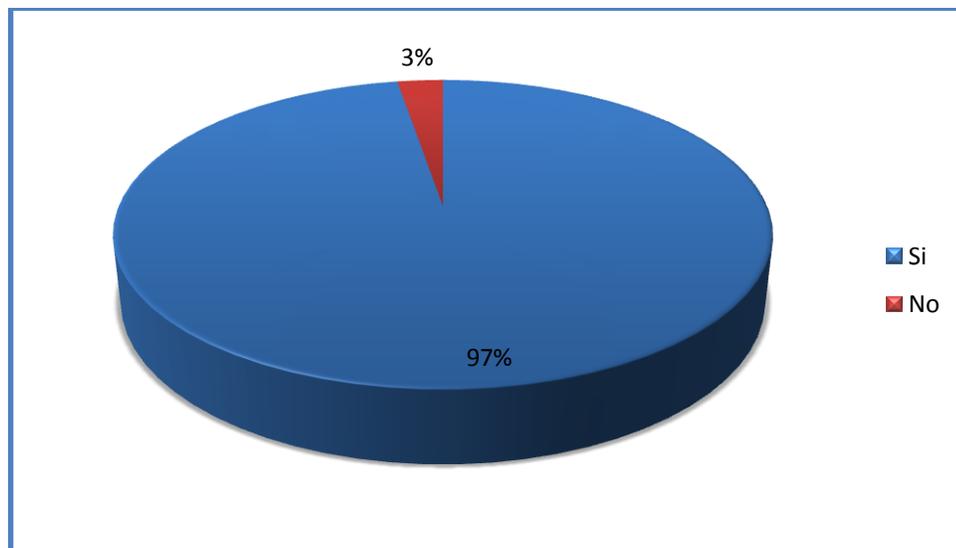
14. ¿Recomendaría a algún amigo o familiar visitar el Municipio de Panchimalco?

Objetivo: Saber si el turista podría recomendar los atractivos de Panchimalco de acuerdo a los destinos turísticos que este puede ofrecerle.

Cuadro N° 17

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	73	97%
No	2	3%
Total	75	100%

Gráfico N° 17



Interpretación: la investigación muestra que la gran mayoría de las personas recomendarían visitar el Municipio de Panchimalco y que un grupo mínimo de personas consideran que no es recomendable, por lo tanto goza de buena aceptación por quienes lo han visitado pero aun así se podría mejorar para tener una aceptación total y no parcial.

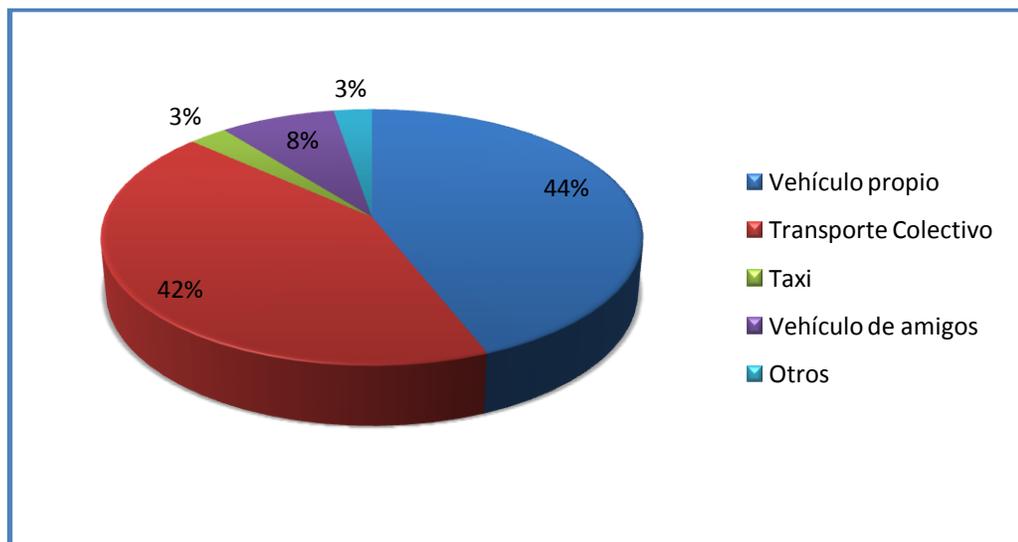
15. ¿Cuándo visita sitios turísticos, que medios de transporte utiliza?

Objetivo: Saber el medio de transporte más utilizado por las personas que visitan el lugar, con el fin de realizar estrategias para mejorar las vías de acceso.

Cuadro N° 18

Medio de Transporte	Frecuencia	Proporción
Vehículo propio	33	44%
Transporte Colectivo	32	43%
Taxi	2	3%
Vehículo de amigos	6	8%
Otros	2	3%
Total	75	100%

Gráfico N° 18



Interpretación: podemos observar que la mayor parte de la población que sale a realizar turismo cuentan con vehículo propio, pero eso no le impide a la población que hace uso del transporte colectivo salir de paseo pues existe una diferencia porcentual mínima entre ambos, en menor cantidad sale en vehículos de los amigos y un grupo inferior utiliza taxis o motocicletas.

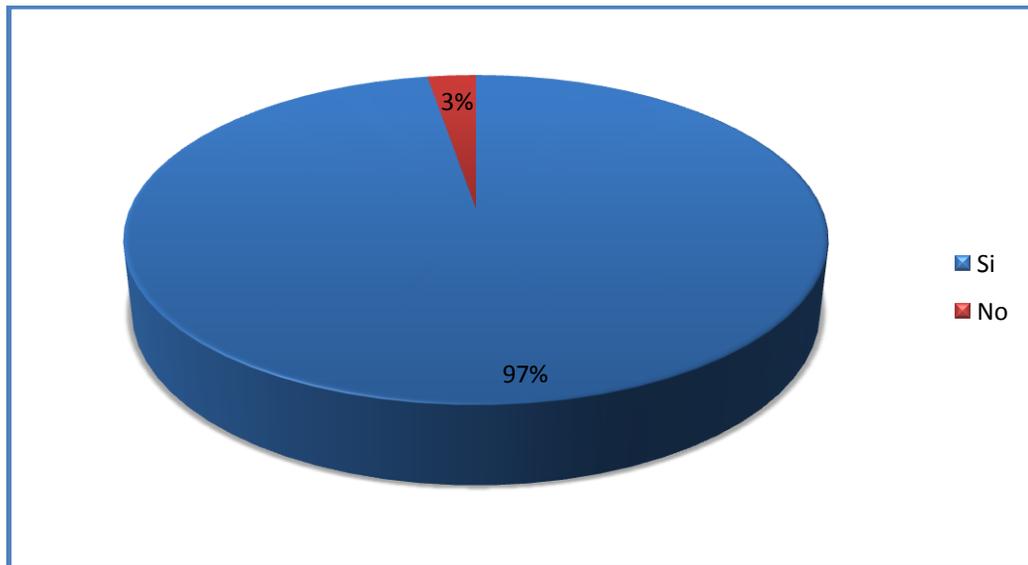
16. Sabiendo que existe una variedad de atractivos turísticos en todo el Municipio, ¿Le gustaría hacer un recorrido (Ruta turística) de Planes de Renderos al Casco Urbano de Panchimalco?

Objetivo: Reconocer si al implementar dicha estrategia aumentaría la afluencia de visitantes en las zonas turísticas del Municipio.

Cuadro N° 19

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	73	97%
No	2	3%
Total	75	100%

Gráfico N° 19



Interpretación: vemos que existe buena percepción entre los encuestados para poder hacer un recorrido desde Planes de Renderos hasta el Casco Urbano de Panchimalco para poder visitar los diferentes atractivos en un día.

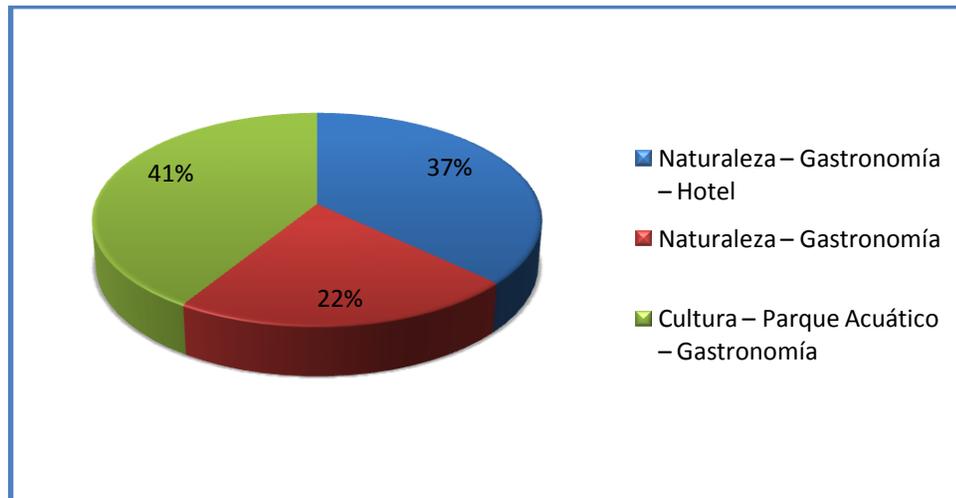
17. ¿Qué tipo de ruta le gustaría recorrer?

Objetivo: Describir la ruta más aceptada por los turistas y que puedan conocer los diferentes atractivos logrando incrementar la afluencia de visitantes.

Cuadro N° 20

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Naturaleza – Gastronomía – Hotel	27	37%
Naturaleza – Gastronomía	16	22%
Cultura – Parque Acuático – Gastronomía	30	41%
Total	73	100%

Gráfico N° 20



Interpretación: para la mayor parte de las personas que les gustaría realizar un recorrido preferirían que fuera una ruta que incluyera Cultura-Parque Acuático – Gastronomía, pero con una diferencia mínima preferirían Naturaleza-Gastronomía-Hotel y en menor porcentaje les gustaría hacer una ruta más corta que solo implique Naturaleza-Comida por lo tanto se concluye que se deben realizar las diferentes rutas pues todas gozan de aceptación por la población.

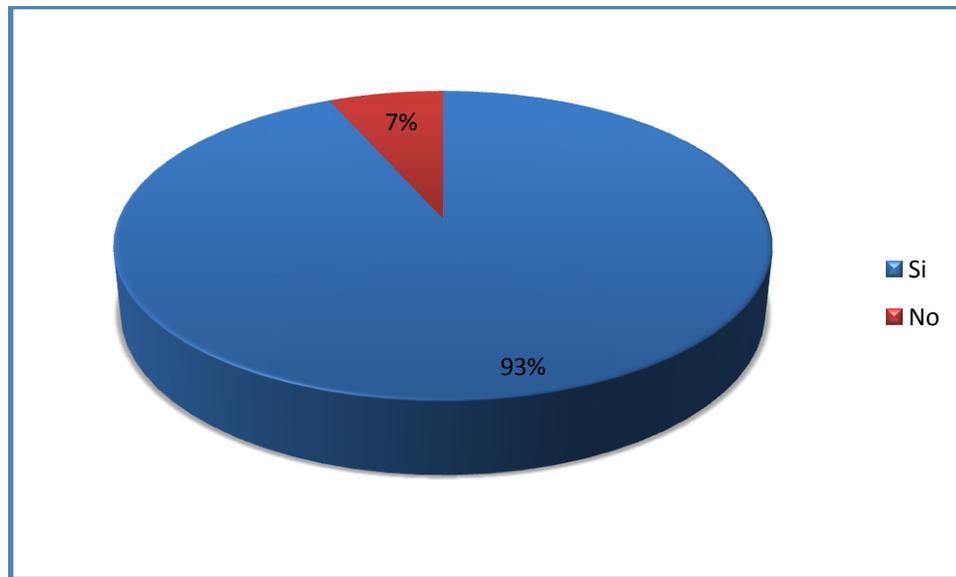
18. ¿Le parecería grato realizar la ruta turística en una conga-bus?

Objetivo: conocer la cantidad de personas que utilizaría este servicio.

Cuadro N° 21

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	70	93%
No	5	7%
Total	75	100%

Gráfico N° 21



Interpretación: se puede apreciar en el gráfico que la mayor parte de la población quisiera hacer uso de un conga-bus con eso incentivar a la población a visitar el casco urbano y sus diferentes atractivos incrementando así la afluencia turística.

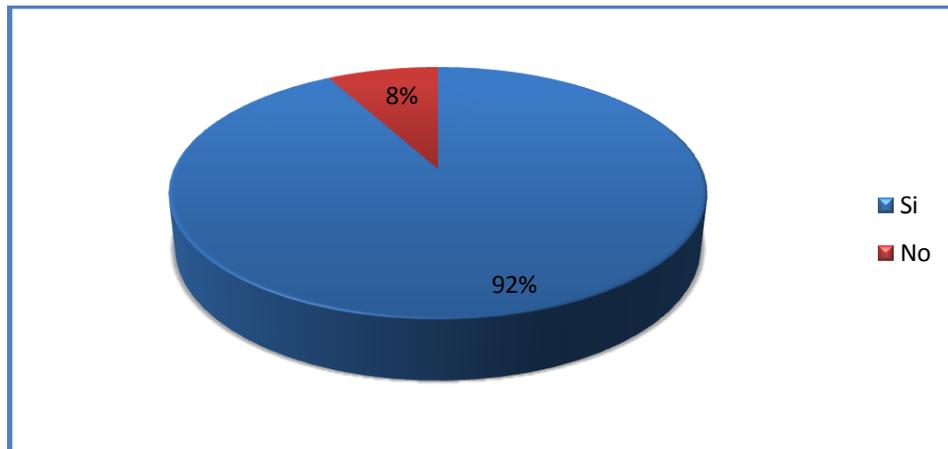
19. ¿Pagaría usted entre \$0.75 - \$1.00 por esta prestación?

Objetivo: identificar la disposición de pago por el servicio brindado.

Cuadro N° 22

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	69	92%
No	6	8%
Total	75	100%

Gráfico N° 22



Interpretación: la mayoría de las personas considera que cancelar entre \$ 0.75-\$1.00 es accesible para ellos por lo tanto están en la disposición de realizar el pago no obstante hay un grupo pequeño que manifiesta no pagaría por el servicio es decir se pudiera adecuar el precio según la ruta seleccionada.

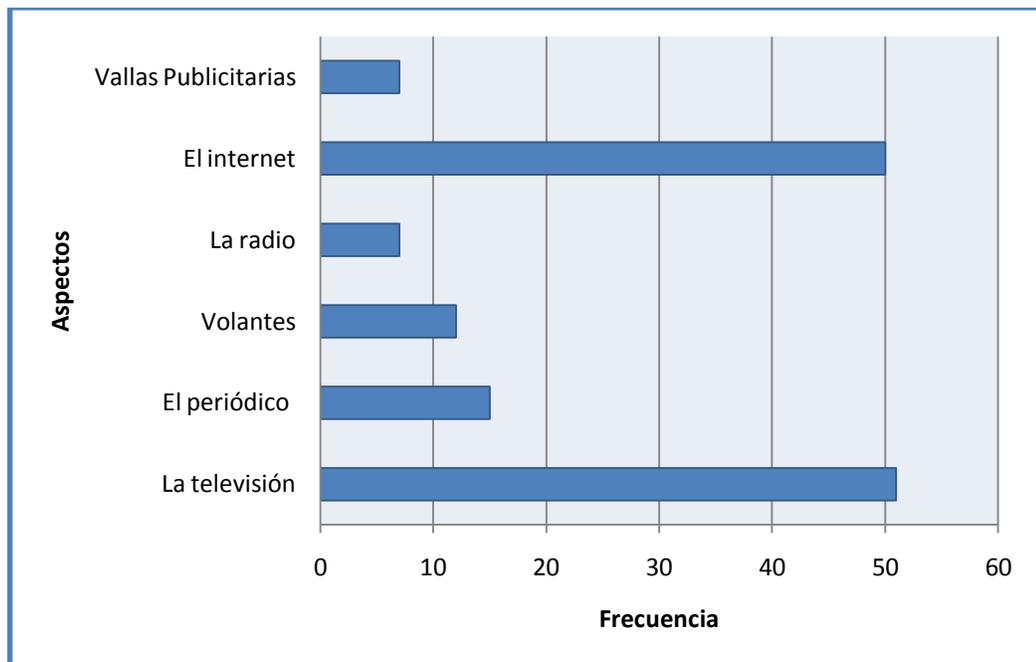
20. ¿Qué medio de comunicación social le parece más indicado para dar a conocer el Municipio y sus atractivos?

Objetivo: establecer el medio de comunicación conveniente para a dar a conocer el Municipio.

Cuadro N° 23

Medios de Comunicación	Frecuencia
La televisión	51
El periódico	15
Volantes	12
La radio	7
El internet	50
Vallas Publicitarias	7

Gráfico N° 23



Interpretación: los tres medios de comunicación que la gente recomienda para promover el Municipio de Panchimalco, son la televisión, el internet y el periódico pues manifiestan son los que más se utilizan en la actualidad dejando con menor porcentaje los volantes, la radio y vallas publicitarias.

Anexo 3

**(CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS PERSONAS QUE SE
ENCUESTRAN EN LOS CENTROS COMERCIALES
(METROCENTRO, GALERÍAS ESCALÓN Y PLAZA MUNDO)**



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



Questionario dirigido a las personas que se encuentran en los centros comerciales (Metrocentro, Galerías Escalón y Plaza Mundo) y que aún no han visitado el Municipio de Panchimalco departamento de San Salvador.

I. Datos generales

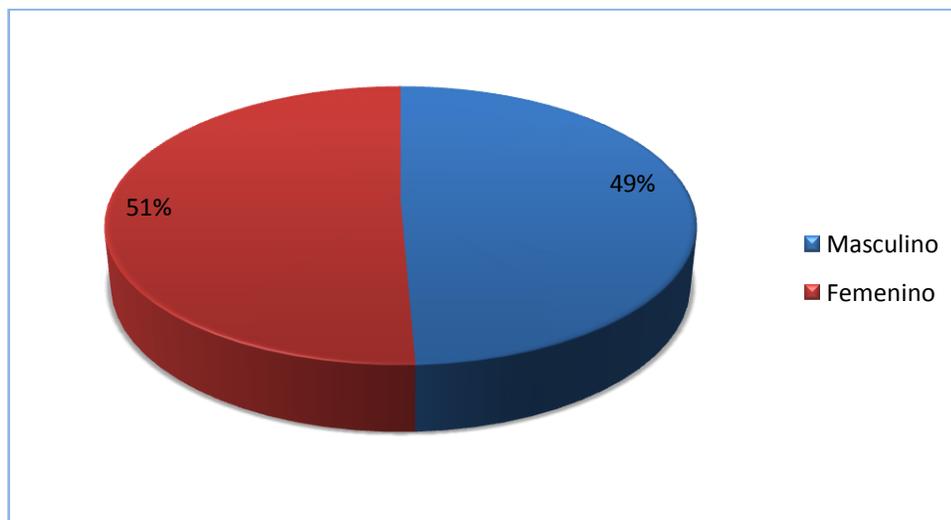
A. Género

Objetivo: Determinar el número de visitantes femeninos y masculinos que no conocen Panchimalco.

Cuadro N° 1

Género	Frecuencia	Proporción
Masculino	37	49.33%
Femenino	38	50.67%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 1



Interpretación: Como se puede observar se encuestó a casi igual número de hombres y mujeres por lo que se obtuvo respuestas muy bien distribuidas de acuerdo a género lo que garantiza que se obtuvo una muestra representativa para ambos.

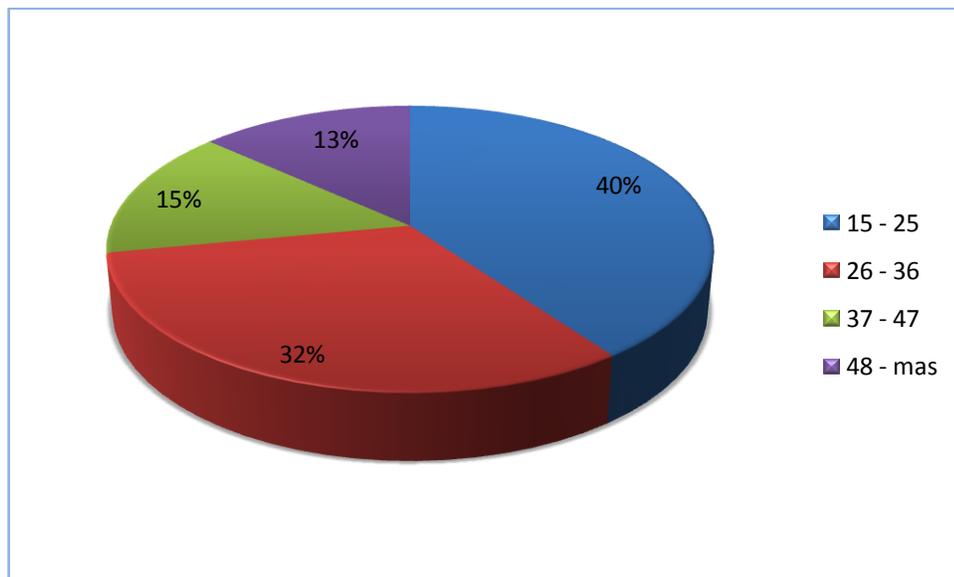
B. Edad

Objetivo: identificar que rangos de edades hasta el momento no han visitado el Municipio de Panchimalco.

Cuadro N° 2

Edad	Frecuencia	Proporción
15 – 25	30	40.00%
26 – 36	24	32.00%
37 – 47	11	14.67%
48 – mas	10	13.33%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 2



Interpretación: De acuerdo a los resultados de la muestra se puede observar que está a sido bien distribuida, lo que es representativa para las personas de diferentes edades.

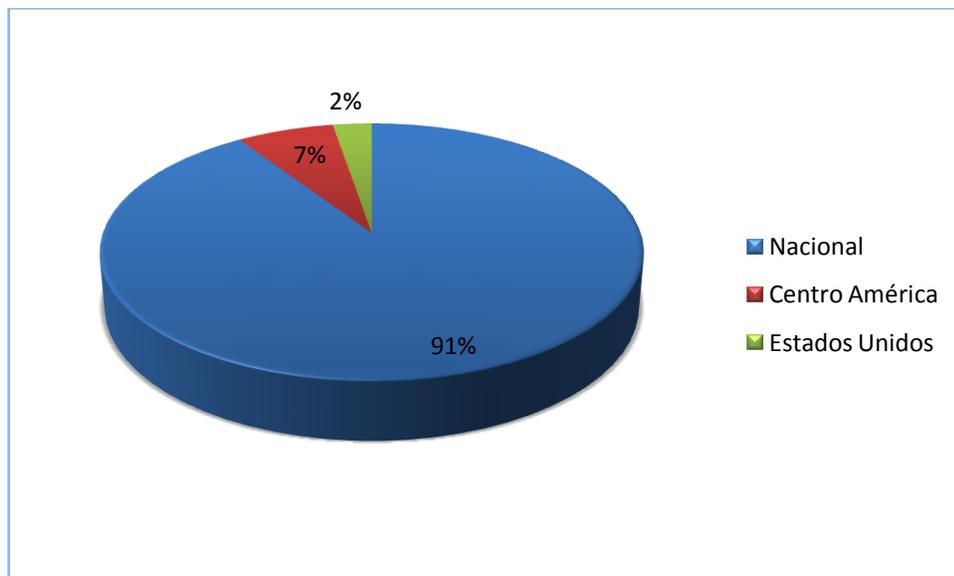
C. Lugar de procedencia

Objetivo: Clasificar la procedencia de personas que aún no se acercan a visitar el Municipio de Panchimalco.

Cuadro N° 3

Procedencia	Frecuencia	Proporción
Nacional	68	90.67%
Centro América	5	6.67%
Estados Unidos	2	2.67%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 3



Interpretación: Según datos obtenidos, se puede ver que la mayoría de personas encuestadas son salvadoreñas y muy pocas fueron de otros países, por lo tanto se debe hacer mayor énfasis en promocionar el Municipio con turistas nacionales.

II. Cuestionario

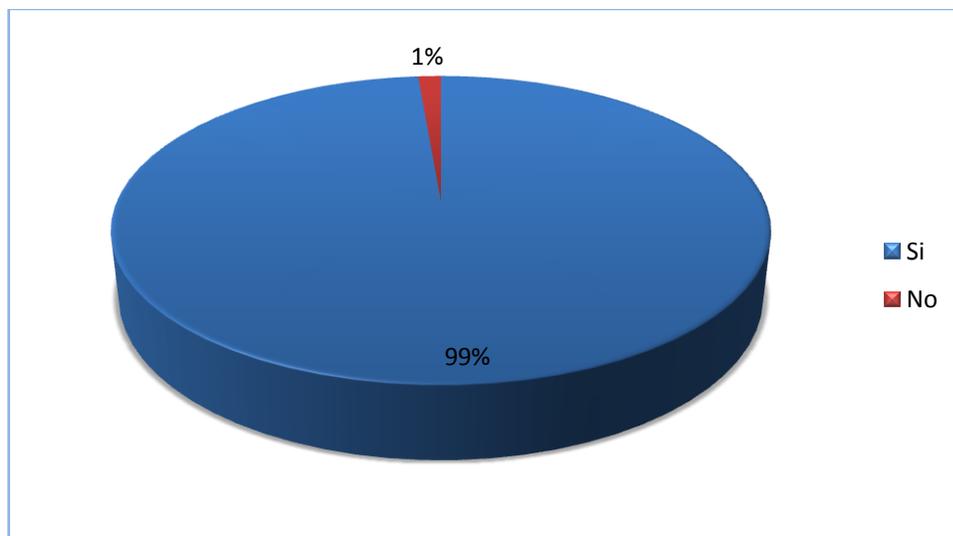
1. ¿A usted Le gusta realizar turismo en El Salvador?

Objetivo: Saber si a las personas encuestadas les agrada visitar sitios turísticos en el interior del país.

Cuadro N° 4

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	74	98.67%
No	1	1.33%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 4



Interpretación: las respuestas de los encuestados refleja que la casi totalidad de las personas, les gusta realizar turismo dentro de El Salvador, y solo es una pequeña cantidad de personas las que no considera atractivo el país y a sus destinos turísticos, por lo cual hay buenos indicios, de que es posible realizar un incremento en el turismo nacional.

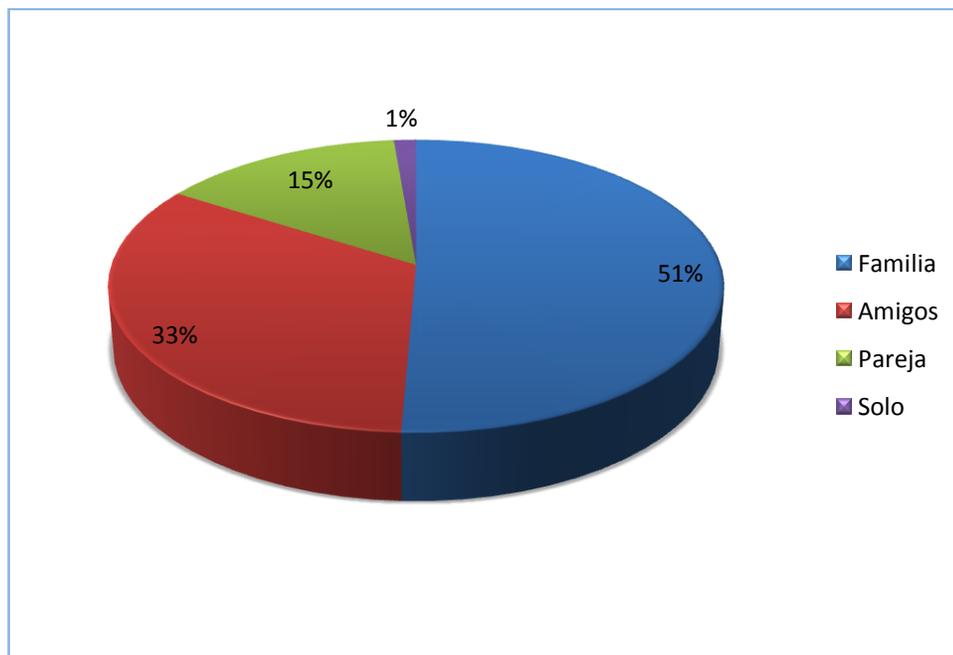
2. ¿Cuándo sale de paseo, con quien lo hace?

Objetivo: Conocer con quienes acostumbra salir de paseo los entrevistados, y así poder generar estrategias orientadas a los resultados que se obtengan.

Cuadro N° 5

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Familia	38	50.67%
Amigos	25	33.33%
Pareja	11	14.67%
Solo	1	1.33%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 5



Interpretación: La opinión de la mayoría de los encuestados cuando realizan turismo lo hacen con sus familias, en segundo lugar con amigos, las otras dos opciones ocupan un pequeño porcentaje, por lo tanto para elaborar estrategias que busquen promover el Municipio de Panchimalco como atractivo turístico se deberá enfocar en turismo familiar y entre amigos.

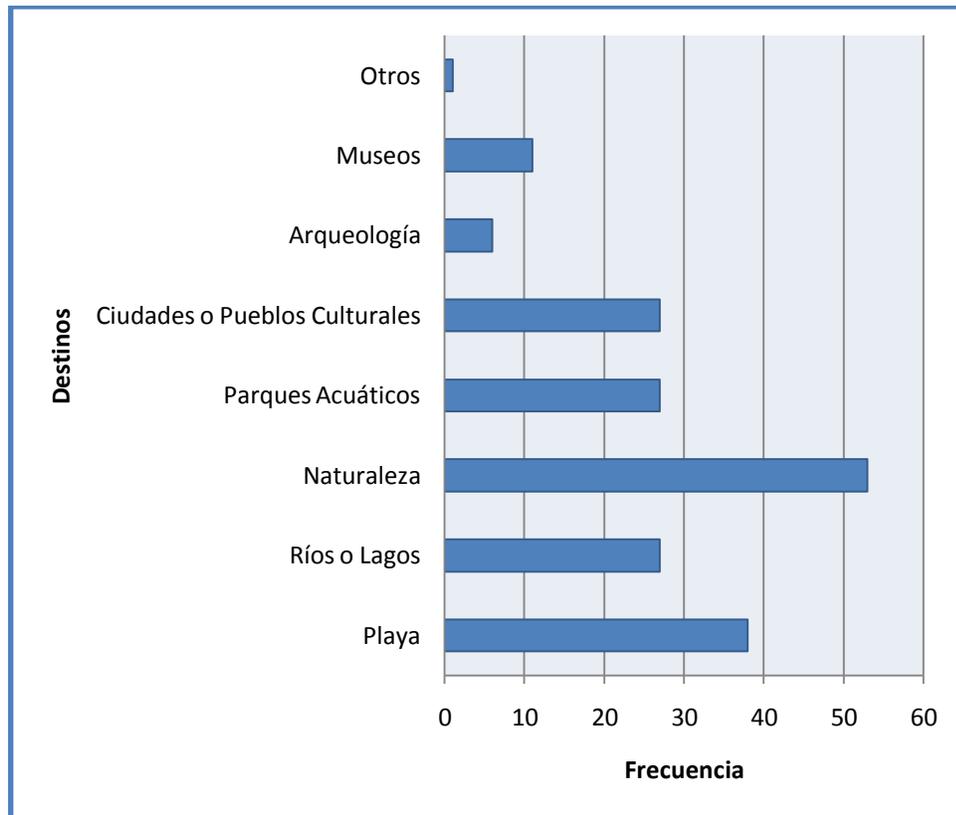
3. ¿Qué tipo de lugares le gusta visitar? (Marcar 3 alternativas)

Objetivo: Identificar cual es el tipo de destinos turísticos con el que las personas se sienten más atraídos.

Cuadro N° 6

Respuesta	Frecuencia
Playa	38
Ríos o Lagos	27
Naturaleza	53
Parques Acuáticos	27
Ciudades o Pueblos Culturales	27
Arqueología	6
Museos	11
Otros	1

Gráfico N° 6



Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta se puede observar que los gustos y preferencias de los turistas potenciales son variados, el tipo de turismo más buscado por las personas que aún no visitan el Municipio es donde estén en contacto con la naturaleza, es así como Panchimalco se puede convertir en un sitio altamente demandado, pues posee tres de los cinco tipos de destinos turísticos preferidos por las personas.

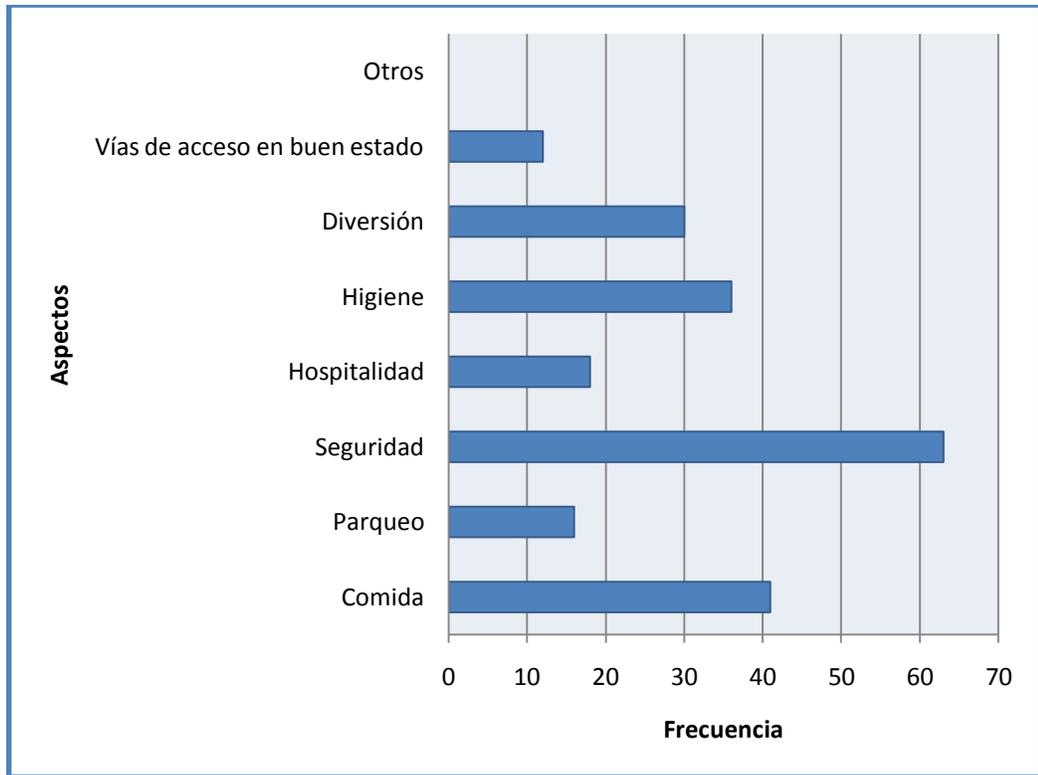
4. ¿Qué espera encontrar en el destino turístico al que visita?

Objetivo: Determinar qué es lo que los visitantes esperan tener de los sitios turísticos que eligen visitar.

Cuadro N° 7

Respuesta	Frecuencia
Comida	41
Parqueo	16
Seguridad	63
Hospitalidad	18
Higiene	36
Diversión	30
Vías de acceso en buen estado	12
Otros	0

Gráfico N° 7



Interpretación: Como se puede observar en el grafico las necesidades que un turista tiene son diversas pues todos tienen distintas opiniones de acuerdo a lo que espera encontrar en un lugar que visita, por lo cual se deberán considerar cambios y profundizar en aquellos que son más demandados como seguridad, higiene y comida para lograr la satisfacción de los futuros turistas y así lograr un incremento en ellos.

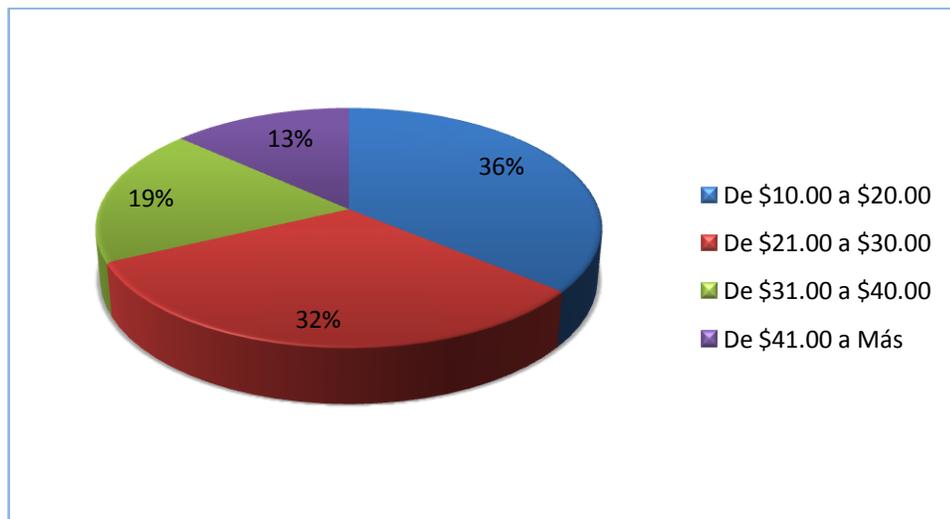
5. En una salida con fines recreativos, ¿cuánto está dispuesto a gastar por cada persona que asiste al viaje?

Objetivo: Conocer la cantidad monetaria que un turista está dispuesto a gastar en una salida recreativa, y con esto formular estrategias de acuerdo al precio ideal de un producto o servicio turístico.

Cuadro N° 8

Cantidad Económica	Frecuencia	Proporción
De \$10.00 a \$20.00	27	36%
De \$21.00 a \$30.00	24	32%
De \$31.00 a \$40.00	14	19%
De \$41.00 a Más	10	13%
Total	75	100%

Gráfico N° 8



Interpretación: Las personas encuestadas están dispuestas a gastar en su mayoría de \$10.00 a \$20.00 por cada persona que asiste al viaje en una salida con fines turísticos, seguido de las personas que están dispuestas a gastar entre \$21.00 a \$30, las diferencias se deben a los distintos tipos de ingresos con los que cada persona o familia cuenta por lo cual se debe plantear diferentes estrategias de precios que favorezcan a las personas con ingresos variados y en especial a los de menores ingresos.

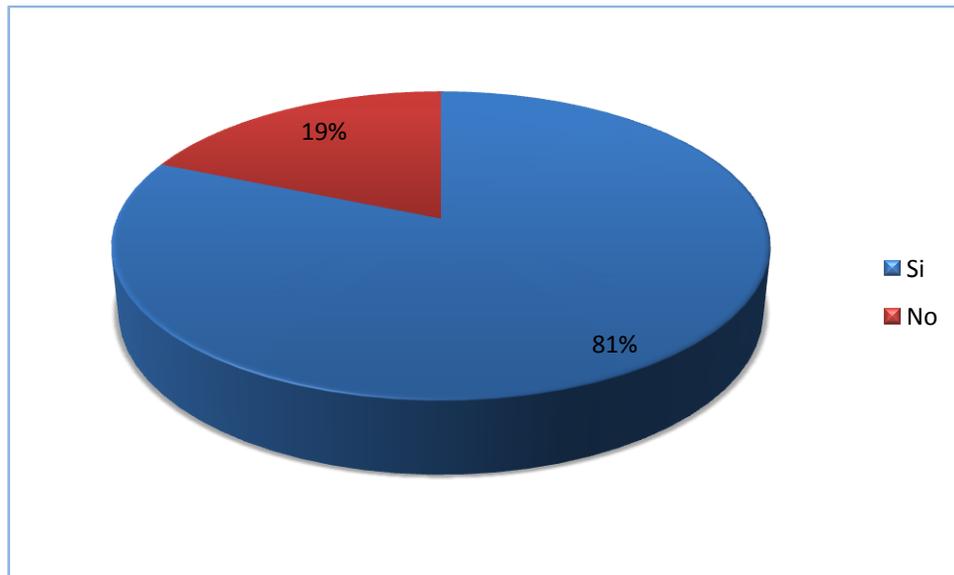
6. ¿Ha escuchado alguna vez sobre el Municipio de Panchimalco?

Objetivo: Identificar si las personas han escuchado mencionar el Municipio de Panchimalco.

Cuadro N° 9

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	61	81.33%
No	14	18.67%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 9



Interpretación: De las personas encuestadas que no han visitado aun el Municipio de Panchimalco en su mayoría afirman que ya han escuchado sobre él, ya sea por amigos, familiares o por medio de los medios de comunicación, lo cual es bueno porque se facilita el posicionamiento de Panchimalco en la mente de los consumidores.

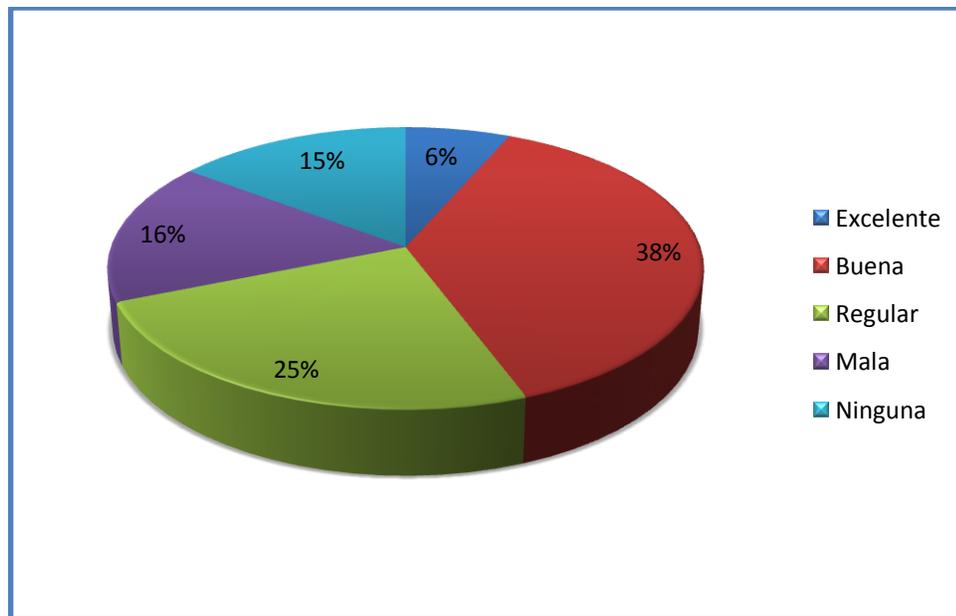
7. ¿Qué opinión tiene respecto a ese Municipio?

Objetivo: Conocer qué opinión tiene el turista potencial respecto a la imagen del Municipio de acuerdo a lo que ha visto o ha escuchado.

Cuadro N° 10

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Excelente	4	6.56%
Buena	23	37.70%
Regular	15	24.59%
Mala	10	16.39%
Ninguna	9	14.75%
Total	61	100.00%

Gráfico N° 10



Interpretación: Las opiniones que las personas tienen respecto al Municipio están muy divididas, son pocas las personas que consideran a Panchimalco un lugar excelente de acuerdo a lo que han escuchado sobre este, en su mayoría un 37.70% aproximadamente lo consideran bueno, por lo tanto las estrategias deben enfocarse en mejorar la imagen del Municipio a nivel nacional e internacional.

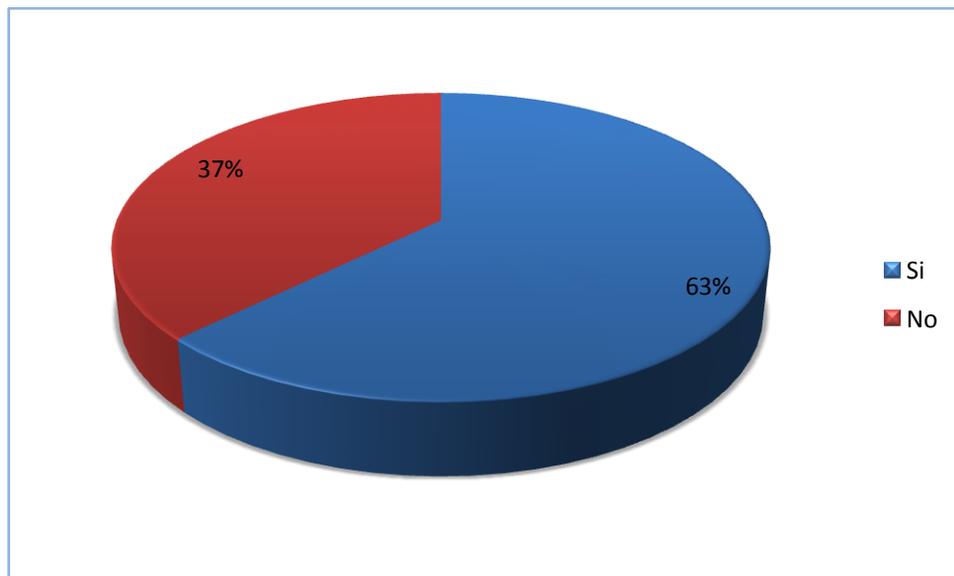
8. ¿Sabe usted donde se ubica el Municipio de Panchimalco?

Objetivo: Confirmar que el cliente potencial no ha visitado ninguno de los atractivos turísticos que posee Panchimalco.

Cuadro N° 11

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Si	47	62.67%
No	28	37.33%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 11



Interpretación: La mayor parte de los encuestados no sabe dónde se ubica el Municipio de Panchimalco, esto representa un problema debido a que se deben realizar mayores esfuerzos para promoverlo ya que en su mayoría no saben ni donde se encuentra, por lo cual se debe generar estrategias que promocionen los diferentes atractivos del Municipio y la ubicación que tiene en San Salvador, para poder atraer una mayor afluencia de turistas.

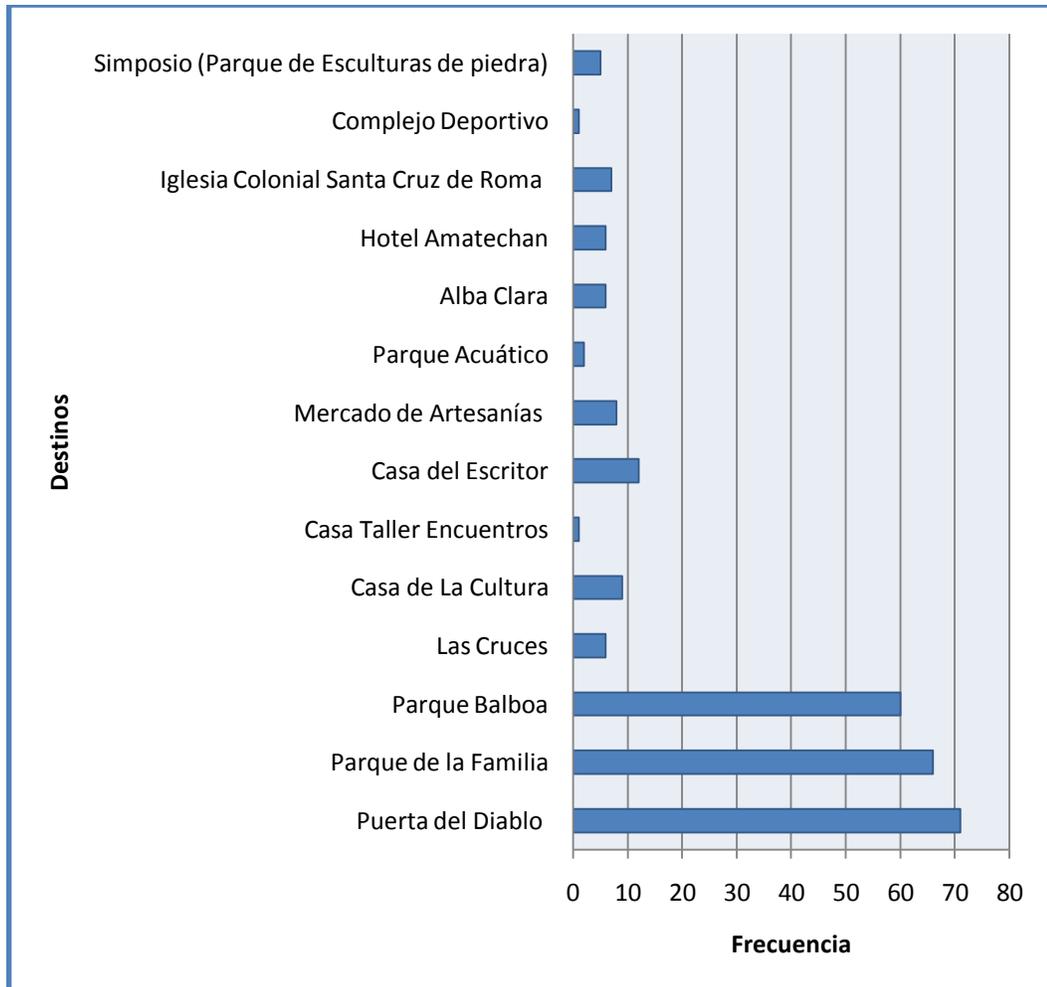
9. ¿De los siguientes atractivos turísticos del Municipio de Panchimalco, de cuales ha escuchado hablar:

Objetivo: Saber que lugares turísticos de Panchimalco gozan de mayor popularidad en la mente de los consumidores, de acuerdo a lo que han escuchado.

Cuadro N° 12

Respuesta	Frecuencia
Puerta del Diablo	71
Parque de la Familia	66
Parque Balboa	60
Las Cruces	6
Casa de La Cultura	9
Casa Taller Encuentros	1
Casa del Escritor	12
Mercado de Artesanías	8
Parque Acuático	2
Alba Clara	6
Hotel Amatechan	6
Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma	7
Complejo Deportivo	1
Simposio (Parque de Esculturas de piedra)	5

Gráfico N° 12



Interpretación: Las personas que no han visitado el Municipio de Panchimalco han escuchado de la puerta del diablo, el parque balboa y el parque de la familia, ubicados en el principal cantón Planes de Renderos. Esto significa que son los lugares que tienen mayor presencia en la mente de los consumidores y los que necesitarían menor esfuerzo para poder ser promovidos.

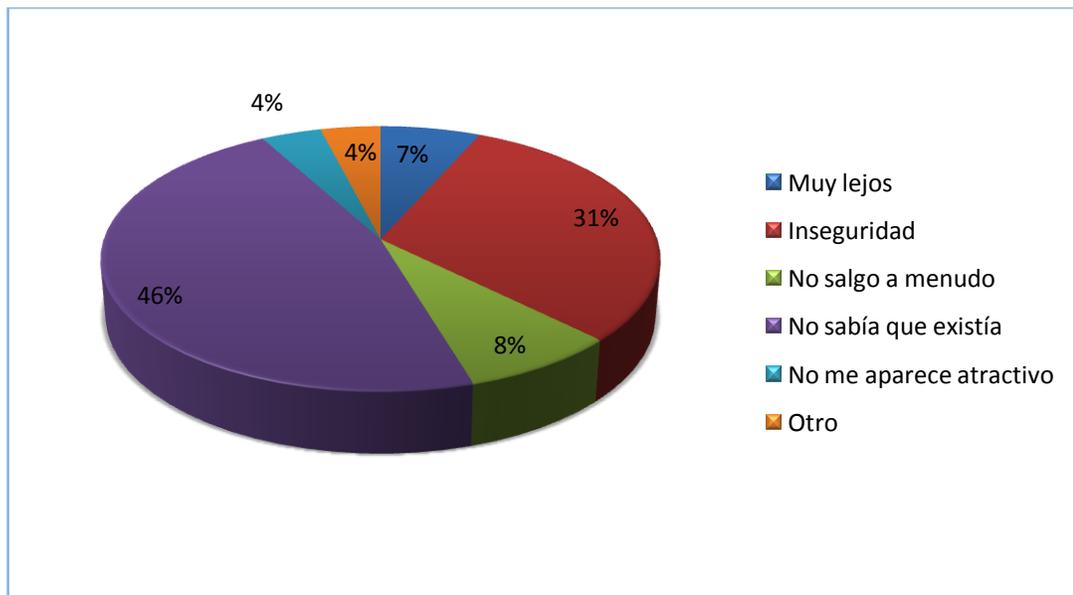
10. ¿Cuál es la razón por la que aún no ha visitado ninguno de estos lugares del Municipio de Panchimalco? (Marque una por favor)

Objetivo: Identificar las razones por las cuales las personas encuestada aún no han visitado el Municipio.

Cuadro N° 13

Respuesta	Frecuencia	Proporción
Muy lejos	5	6.67%
Inseguridad	23	30.67%
No salgo a menudo	6	8.00%
No sabía que existía	35	46.67%
No me aparece atractivo	3	4.00%
Otro	3	4.00%
Total	75	100.00%

Gráfico N° 13



Interpretación: Las razones principales por las cuales las personas no han visitado el Municipio ni sus atractivos es porque no sabían que existían diversas opciones de turismo y porque le generan desconfianza en cuestiones de seguridad, por lo cual se debe hacer mayor promoción de la oferta turística y reforzar la seguridad para mayor tranquilidad de sus visitantes.

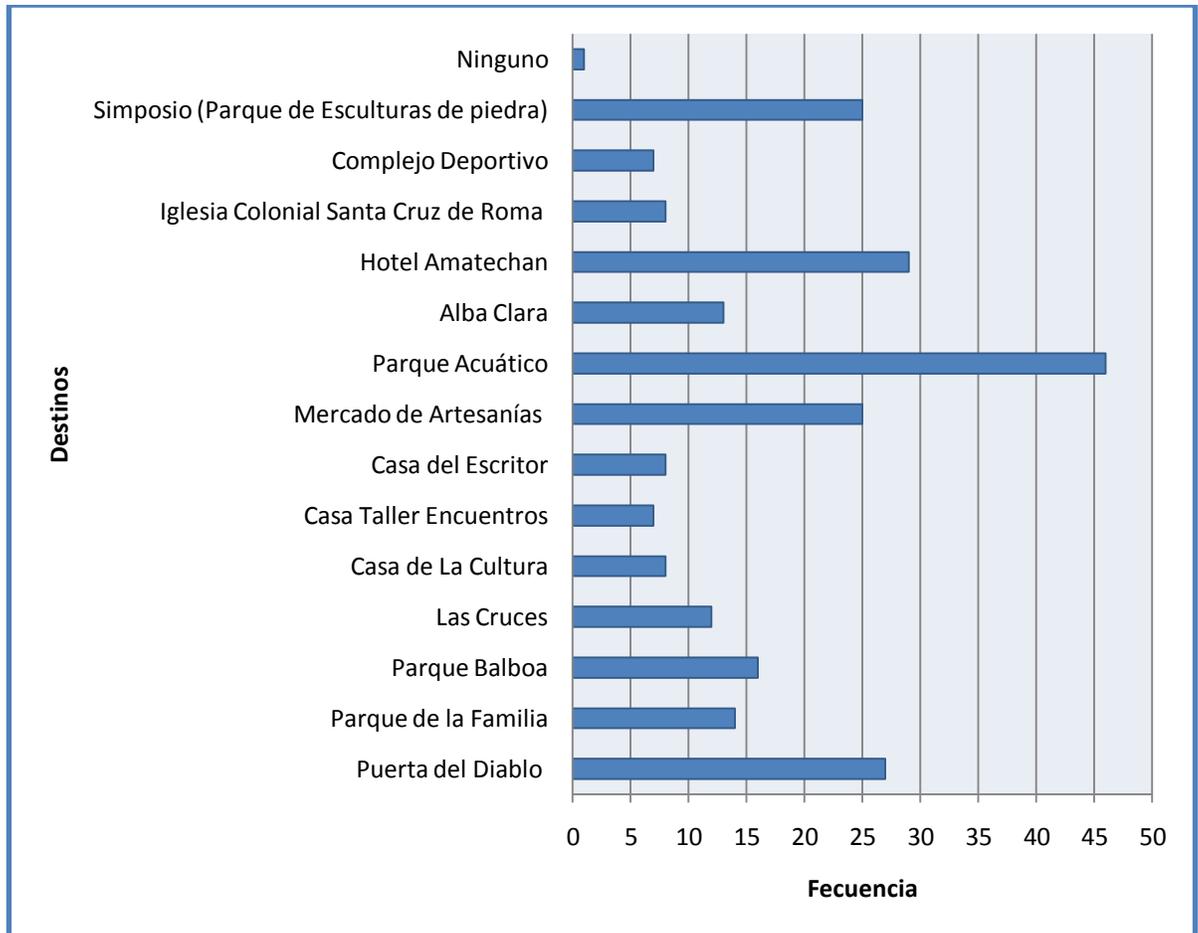
11. De los destinos turísticos siguientes, cuales visitaría (marque máximo cuatro alternativas)

Objetivo: Mencionar y mostrar a los clientes potenciales los lugares turísticos con los que cuenta el Municipio y determinar por cuales se sentirían más atraídos, para poder formular estrategias respecto a sus respuestas.

Cuadro N° 14

Respuesta	Frecuencia
Puerta del Diablo	27
Parque de la Familia	14
Parque Balboa	16
Las Cruces	12
Casa de La Cultura	8
Casa Taller Encuentros	7
Casa del Escritor	8
Mercado de Artesanías	25
Parque Acuático	46
Alba Clara	13
Hotel Amatechan	29
Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma	8
Complejo Deportivo	7
Simposio (Parque de Esculturas de piedra)	25
Ninguno	1

Gráfico N° 14



Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos los lugares ubicados en Panchimalco que más llamaron la atención a los turistas y se sentirían motivados a visitarlos, son el parque acuático, la puerta del diablo, el parque de la familia y el parque balboa, por lo cual se debe invertir en éstos; el atractivo principal para atraer turistas al casco urbano es el parque acuático, por lo cual se podría utilizar de incentivo para atraer más turistas y que a la vez visiten otros sitios que se encuentran en el centro del Municipio.

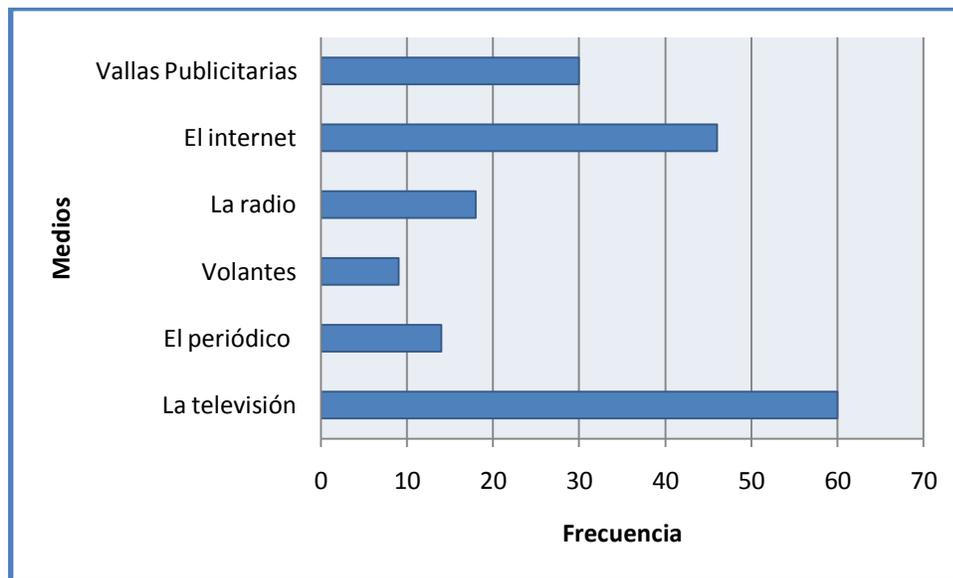
12. ¿Qué medio de comunicación social le parece más indicado para dar a conocer el Municipio y sus atractivos?

Objetivo: Reconocer cuál sería el mejor lugar para realizar una campaña publicitaria para promocionar los atractivos turísticos de Panchimalco.

Cuadro N° 15

Medios de Comunicación	Frecuencia
La televisión	60
El periódico	14
Volantes	9
La radio	18
El internet	46
Vallas Publicitarias	30

Gráfico N° 15



Interpretación: Los tres principales medios de comunicación que sugieren las personas para promocionar el Municipio; son la televisión, el internet y las vallas publicitarias, pues son los que más utilizan, los otros no se consideran favorables pues tienen menor influencia en las personas.

Anexo 4

(GUÍA DE ENTREVISTA PARA OPERADORES TURÍSTICOS)



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



Entrevista dirigida a empresas privadas e instituciones nacionales dedicadas al sector turístico.

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para determinar si a los operadores turísticos les favorece promover el Municipio de Panchimalco.

I. DATOS GENERALES:

Nombre del puesto: Encargado de información turística Ministerio de Turismo de El Salvador MITUR, Roberto Ayala 2243-7835

II. GUÍA DE ENTREVISTA

1) ¿Cuáles son las principales exigencias de los turistas, que solicitan información de los diferentes destinos turísticos en el país?

Playas, cultura (mundo maya, colonial), naturaleza

Objetivo: indagar sobre gustos y preferencias de las personas que utilizan los servicios de los operadores turísticos.

2) ¿Qué cualidades deben tener los Municipios para que puedan ser promovidos por ustedes?

Accesibilidad, señalizaciones, guías (personal calificado), infraestructura turística (restaurantes, hoteles, baños)

Objetivo: Conocer cuáles son las expectativas que un promotor turístico y un turista potencial tiene respecto a un destino turístico.

3) ¿Cuántas Alcaldías se acercan a su institución para hacer uso de sus servicios?

Solo vienen por asesorías de como agregar valor, 95% de las municipalidades tuvieron asesorías.

Objetivo: Saber si otras Alcaldías tiene convenios con operadores turísticos para incrementar la afluencia de turistas en su Municipio.

4) ¿Qué lugares son los más solicitados para realizar las visitas?

Playas, rutas (Alegría, Suchitoto, Cerro Verde), las islas del golfo, zona fría de Morazán, Perquín, Rio sapo y Museos.

Objetivo: Conocer que destinos turísticos del país son los más deseados por los turistas, para tener una visión más clara de que es lo que busca un turista en El Salvador.

5) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

Ninguno

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.

6) ¿Cuál considera que es la causa principal de que existan Municipios más frecuentados que otros?

Atractivos más desarrollados, son los más visitados

Objetivo: Averiguar el punto de vista de un operador turístico sobre la afluencia de visitantes a un destino turístico de acuerdo a su experiencia.

7) ¿El Municipio de Panchimalco se encuentra dentro de los destinos turísticos que ofrecen al público? Si - No, ¿Por qué?

Sí, tienen talleres de Nahuat, galerías de arte, exposiciones en la casa de la Cultura, tienen la iglesia colonial, festival de las palmas (segundo domingo de mayo) y el folklor es promocionado.

Objetivo: Saber si el Municipio de Panchimalco o algunos destinos dentro del Municipio están incluidos dentro de su oferta turística.

8) ¿Cuántas personas solicitan información sobre pueblos coloniales o destinos culturales?

El 33% de las personas

Objetivo: Saber si los destinos turísticos que ofrece Panchimalco pueden ser demandados por turistas.

9) ¿Conoce los diferentes atractivos que ofrece este Municipio?

- Puerta del Diablo Mercado de Artesanías
- Parque de la Familia Parque Acuático
- Parque Balboa Alba Clara
- Las Cruces Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma
- Casa de La Cultura Complejo Deportivo
- Casa Taller Encuentros Hotel Amatechan
- Casa del Escritor Simposio (Parque de Esculturas de piedra)

Objetivo: Determinar si los operadores turísticos saben de las riquezas turísticas que Panchimalco puede ofrecer.

10) Al conocer los diferentes atractivos turísticos que posee este Municipio, ¿consideraría promoverlo? Si - No, ¿Por qué?

Sí, ventaja la cercanía

Objetivo: Identificar si los operadores turísticos consideran que Panchimalco es un Municipio agradable para promoverlo.

11) ¿Poseen una tarifa específica para promover los diferentes atractivos turísticos?

No aplica

Objetivo: Conocer la accesibilidad de los precios que son ofrecidos por los operadores turísticos en la prestación de sus servicios.

12) ¿Con qué tipo de vehículo cuenta su empresa para transportar a los turistas hacia diferentes destinos? Y Con cuantos cuenta de cada uno.

Bus _____

Coaster _____

Microbús _____

Vehículo Particular

Otro (RESPUESTA) NO APLICA

Objetivo: Identificar las empresas que posee mayor capacidad de traslado de turistas respecto a las unidades de transporte con las que cuenta.

13) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

No aplica

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.



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



Entrevista dirigida a empresas privadas e instituciones nacionales dedicadas al sector turístico.

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para determinar si a los operadores turísticos les favorece promover el Municipio de Panchimalco.

I. DATOS GENERALES:

Nombre del puesto: Encargado de turismo Instituto Salvadoreño de Turismo ISTU

II. GUÍA DE ENTREVISTA

1) ¿Cuáles son las principales exigencias de los turistas, que solicitan información de los diferentes destinos turísticos en el país?

Naturaleza, parques acuáticos

Objetivo: indagar sobre gustos y preferencias de las personas que utilizan los servicios de los operadores turísticos.

2) ¿Qué cualidades deben tener los Municipios para que puedan ser promovidos por ustedes?

En nuestro caso son los Municipios donde tenemos parques o centros recreativos como los chorros.

Objetivo: Conocer cuáles son las expectativas que un promotor turístico y un turista potencial tiene respecto a un destino turístico.

3) ¿Cuántas Alcaldías se acercan a su institución para hacer uso de sus servicios?

Ninguna

Objetivo: Saber si otras Alcaldías tiene convenios con operadores turísticos para incrementar la afluencia de turistas en su Municipio.

4) ¿Qué lugares son los más solicitados para realizar las visitas?

Varían dependiendo la época, vacaciones o fines de semana

Objetivo: Conocer que destinos turísticos del país son los más deseados por los turistas, para tener una visión más clara de que es lo que busca un turista en El Salvador.

5) **¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?**

Ninguno, no trasladamos personas directamente

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.

6) **¿Cuál considera que es la causa principal de que existan Municipios más frecuentados que otros?**

Los atractivos

Objetivo: Averiguar el punto de vista de un operador turístico sobre la afluencia de visitantes a un destino turístico de acuerdo a su experiencia.

7) **¿El Municipio de Panchimalco se encuentra dentro de los destinos turísticos que ofrecen al público? Si - No, ¿Por qué?**

Si, se promueven actividades que ellos realizan pues ahí se encuentra el Parque Balboa y la Puerta del Diablo.

Objetivo: Saber si el Municipio de Panchimalco o algunos destinos dentro del Municipio están incluidos dentro de su oferta turística.

8) **¿Cuántas personas solicitan información sobre pueblos coloniales o destinos culturales?**

No tenemos ese dato

Objetivo: Saber si los destinos turísticos que ofrece Panchimalco pueden ser demandados por turistas.

9) **¿Conoce los diferentes atractivos que ofrece este Municipio?**

Puerta del Diablo Mercado de Artesanías

Parque de la Familia Parque Acuático

Parque Balboa Alba Clara

Las Cruces Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma

Casa de La Cultura Complejo Deportivo

Casa Taller Encuentros Hotel Amatechan

Casa del Escritor Simposio (Parque de Esculturas de piedra)

Objetivo: Determinar si los operadores turísticos saben de las riquezas turísticas que Panchimalco puede ofrecer.

10) Al conocer los diferentes atractivos turísticos que posee este Municipio, ¿consideraría promoverlo? Si - No, ¿Por qué?

Sí, promovemos lo que hacen porque tenemos dos sitios turísticos en la zona.

Objetivo: Identificar si los operadores turísticos consideran que Panchimalco es un Municipio agradable para promoverlo.

11) ¿Poseen una tarifa específica para promover los diferentes atractivos turísticos?

No

Objetivo: Conocer la accesibilidad de los precios que son ofrecidos por los operadores turísticos en la prestación de sus servicios.

12) ¿Con qué tipo de vehículo cuenta su empresa para transportar a los turistas hacia diferentes destinos? Y Con cuantos cuenta de cada uno.

Bus _____

Coaster _____

Microbús _____

Vehículo Particular

Otro (RESPUESTA) NO APLICA

Objetivo: Identificar las empresas que posee mayor capacidad de traslado de turistas respecto a las unidades de transporte con las que cuenta.

13) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

No aplica

Objetivo:Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.



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



Entrevista dirigida a empresas privadas e instituciones nacionales dedicadas al sector turístico.

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para determinar si a los operadores turísticos les favorece promover el Municipio de Panchimalco.

I. DATOS GENERALES:

Nombre del puesto: Ejecutiva de turismo **GREEN BLUE RED**

II. GUÍA DE ENTREVISTA

1) ¿Cuáles son las principales exigencias de los turistas, que solicitan información de los diferentes destinos turísticos en el país?

Depende del turista, algunos prefieren playa, cultura, naturaleza pero es muy importante la seguridad.

Pdta. Se ofrecen paquetes, hoteles, transporte y guías.

Objetivo: indagar sobre gustos y preferencias de las personas que utilizan los servicios de los operadores turísticos.

2) ¿Qué cualidades deben tener los Municipios para que puedan ser promovidos por ustedes?

Tener un atractivo, algo de interés, debe estar desarrollado, con seguridad deben tener hoteles “amenidades” (shampoo, toallas)

Objetivo: Conocer cuáles son las expectativas que un promotor turístico y un turista potencial tiene respecto a un destino turístico.

3) ¿Cuántas Alcaldías se acercan a su institución para hacer uso de sus servicios?

Ninguna / solo hay una la Alcaldía de Alicacal en la unión ellos solicitan policías para poder moverse.

Objetivo: Saber si otras Alcaldías tiene convenios con operadores turísticos para incrementar la afluencia de turistas en su Municipio.

4) ¿Qué lugares son los más solicitados para realizar las visitas?

- Ruta de las flores
- Suchitoto
- La Libertad
- La Unión
- Puerto varillas
- El cuco
- Joya de Ceren
- Volcanes

Objetivo: Conocer que destinos turísticos del país son los más deseados por los turistas, para tener una visión más clara de que es lo que busca un turista en El Salvador.

5) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

400 personas

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.

6) ¿Cuál considera que es la causa principal de que existan Municipios más frecuentados que otros?

No poseer el atractivo turístico, disponibilidad del turismo y la ayuda del MITUR

Objetivo: Averiguar el punto de vista de un operador turístico sobre la afluencia de visitantes a un destino turístico de acuerdo a su experiencia.

7) ¿El Municipio de Panchimalco se encuentra dentro de los destinos turísticos que ofrecen al público? Si - No, ¿Por qué?

Nunca ha sido solicitado, no se sabe de la seguridad del lugar, y los atractivos turísticos

Objetivo: Saber si el Municipio de Panchimalco o algunos destinos dentro del Municipio están incluidos dentro de su oferta turística.

8) ¿Cuántas personas solicitan información sobre pueblos coloniales o destinos culturales?

El 60% de las personas

Objetivo: Saber si los destinos turísticos que ofrece Panchimalco pueden ser demandados por turistas.

9) ¿Conoce los diferentes atractivos que ofrece este Municipio?

- Puerta del Diablo Mercado de Artesanías
- Parque de la Familia Parque Acuático
- Parque Balboa Alba Clara
- Las Cruces Iglesia Colonial Santa Cruz de Roma
- Casa de La Cultura Complejo Deportivo
- Casa Taller Encuentros Hotel Amatechan
- Casa del Escritor Simposio (Parque de Esculturas de piedra)

Objetivo: Determinar si los operadores turísticos saben de las riquezas turísticas que Panchimalco puede ofrecer.

10) Al conocer los diferentes atractivos turísticos que posee este Municipio, ¿consideraría promoverlo? Si - No, ¿Por qué?

Sí, pero si cumplen con la seguridad, la limpieza, y capacidad de carga.

Objetivo: Identificar si los operadores turísticos consideran que Panchimalco es un Municipio agradable para promoverlo.

11) ¿Poseen una tarifa específica para promover los diferentes atractivos turísticos?

Tarifas especiales/ no cobran

Objetivo: Conocer la accesibilidad de los precios que son ofrecidos por los operadores turísticos en la prestación de sus servicios.

12) ¿Con qué tipo de vehículo cuenta su empresa para transportar a los turistas hacia diferentes destinos? Y Con cuantos cuenta de cada uno.

Bus _____

Coaster _____

Microbús _____

Vehículo Particular 1

Otro **H1(1), Montero (1)**

Objetivo: Identificar las empresas que posee mayor capacidad de traslado de turistas respecto a las unidades de transporte con las que cuenta.

13) ¿Cuántos turistas en promedio al año son llevadas a diferentes lugares turísticos por sus servicios?

Objetivo: Saber si el número de turistas que manejan las operadoras turísticas es realmente importante para realizar una inversión en este servicio.

Anexo 5

(GUÍA DE ENTREVISTA PARA PROMOTOR DE TURISMO DE LA
ALCALDÍA)



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



**Entrevista dirigida al promotor de turismo de la Alcaldía Municipal
de Panchimalco**

OBJETIVO: Recopilar información necesaria para determinar si se realizan actividades apropiadas para beneficiar la afluencia turística en el Municipio.

I. DATOS GENERALES:

Nombre Puesto: Promotor Social

II. GUÍA DE ENTREVISTA

- 1) **¿Existe una unidad o departamento en la Alcaldía municipal de Panchimalco, que se encargue de incentivar el turismo?**

No un departamento en si no tenemos, un promotor social realiza estas funciones.

Objetivo: saber si existe un interés por parte de la Alcaldía para promover las actividades turísticas en el Municipio.

- 2) **¿Cuántas personas son las encargadas de promover los sitios turísticos del Municipio?**

No tenemos personas asignadas a turismo, en el caso solo hay una

Objetivo: determinar si poseen el número adecuado de personas para desarrollar estas actividades.

- 3) **¿Poseen personal capacitado que sirva de guía turístico?**

Hemos asistido a diferentes asesorías que brinda el Ministerio de Turismo pero asisto solo yo, y algunas veces me acompañan comerciantes que están organizados.

Objetivo: identificar la calidad del servicio que recibirán los turistas que se acercan al Municipio.

4) **¿En el presupuesto de la Alcaldía Municipal, existe una asignación monetaria que pueda utilizarse para incentivar la afluencia turística?**

Si ¿Cuánto? _____

No

Objetivo: establecer si existe capacidad económica para invertir en este sector.

5) **¿Consideran importante tener vínculos con las entidades de gobierno como El Ministerio de Turismo, para hacer de Panchimalco un Municipio reconocido por su riqueza cultural y diversos atractivos?**

Si es de suma importancia hacerlo, nosotros estamos en contacto con el Ministerio de Turismo ellos nos asesoran desde el concurso pueblo vivos y demás asesorías para hacer mejor el turismo.

Objetivo: incrementar las posibilidades de expandir el turismo del Municipio tanto a nivel nacional como internacional.

6) **¿Qué actividades realizan para hacer más llamativo el Municipio?**

- Citi-tuor que consiste en traer a turistas desde el Ministerio de Turismo hacia los diferentes atractivos que tenemos en Panchimalco.
- Festivales gastronómicos cada dos meses

Objetivo: conocer el esfuerzo que realiza la municipalidad para hacer que el turismo en Panchimalco crezca.

7) **¿Qué estrategias utilizan para dar a conocer el Municipio y sus atractivos?**

- Publicidad en Canal 33 en horas más concurridas
- Redes sociales
- Vallas publicitarias

Objetivo: analizar si la municipalidad implementa estrategias adecuadas para darse a conocer.

8) **¿Existe presencia de la Policía Nacional Civil en los diferentes sitios turísticos del Municipio?**

Si existen enlaces con la Policía Nacional Civil y también con la POLITUR que brindan seguridad en los diferentes sitios turísticos y también tenemos un cuerpo de agentes municipales.

Objetivo: verificar si existe acompañamiento policial para la seguridad de los turistas.

9) **¿Qué proyectos a futuro pretenden realizar para incrementar la afluencia turística del Municipio?**

En este momento tenemos un Centro de Formación denominado Fórmate en el cual se pueden llegar a capacitar jóvenes para que posteriormente puedan tener trabajo de esto.

Objetivo: conocer las ideas de crecimiento turístico que posee la Alcaldía Municipal de Panchimalco.

10) **¿Poseen vehículos para transportar turistas?**

Si ¿Cuántos? _____

No, directamente pues solo tenemos un bus que es conga-bus pero no está en uso.

Objetivo: Determinar si cuentan con medios de transporte necesarios para trasladar a los turistas.

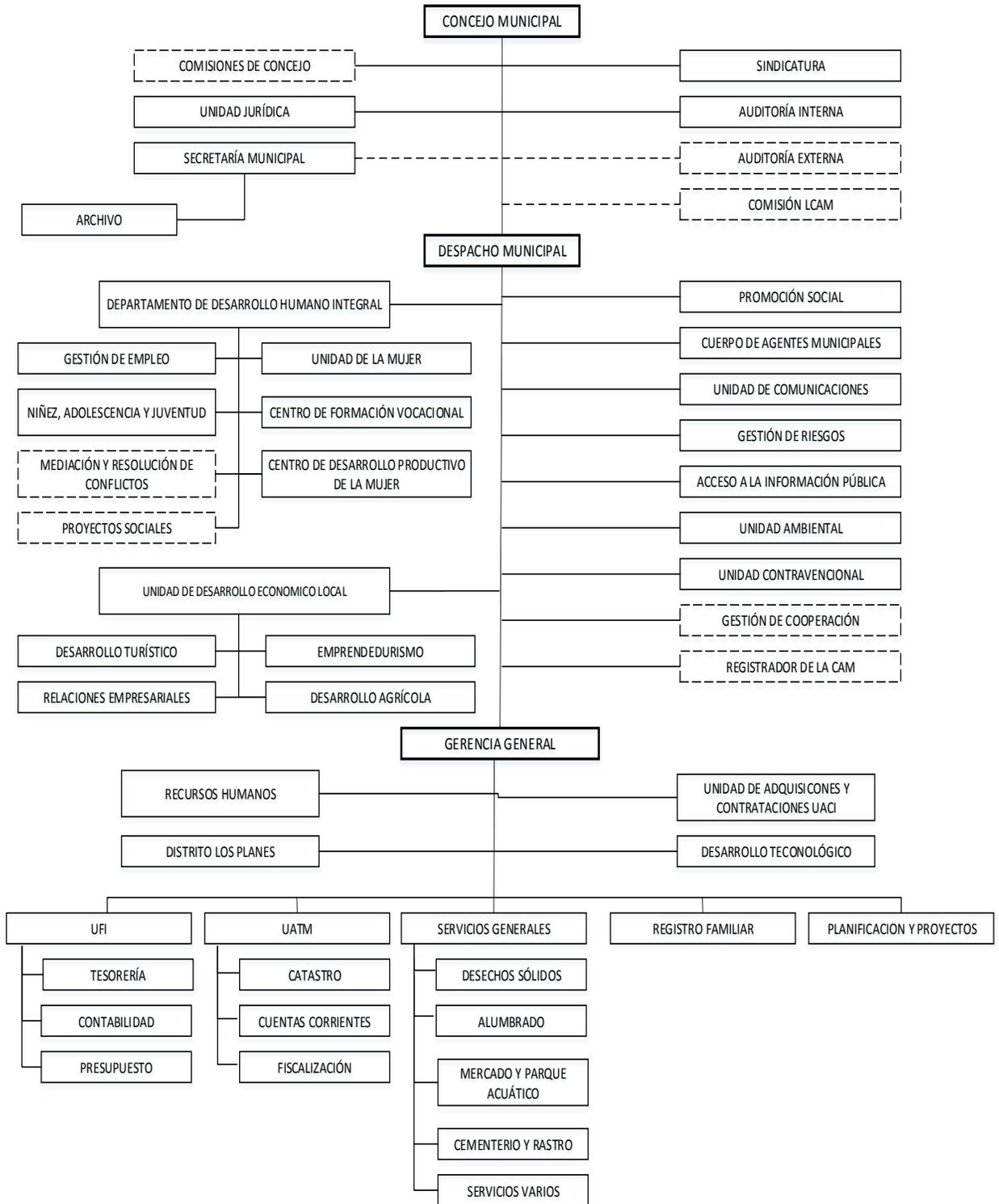
11) **¿Qué cambios considera que tendrá el Municipio al incrementar la afluencia turística?**

- Mejorar la imagen a nivel nacional e internacional
- Mejoraría la economía de muchas personas en el Municipio
- Desarrollo para el Municipio.

Objetivo: Conocer la opinión del promotor de turismo respecto a los beneficios que se esperan obtener al incrementar la afluencia turística en el Municipio.

Anexo 6

**(ORGANIGRAMA DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE
PANCHIMALCO)**



Anexo 7

(COTIZACIONES)

COTIZACIÓN 1:

FIBRAS CASTAÑEDA S.A DE C.V.

TEL: (503) 2260-8039, COL. MIRAMONTE AV. SIERRA NEVADA #628, SAN SALVADOR.

CORREO ELECTRONICO: fibrascastanedas@yahoo.com

www.fibrascastanedasv.com

SAN SALVADOR 31 DE MARZO 2016

SEÑORES
ALCALDÍA DE PANCHIMALCO
PRESENTE.

POR ESTE MEDIO ESTAMOS COTIZANDO LA FABRICACIÓN DEL SIGUIENTE MOBILIARIO EN FIBRA DE VIDRIO:

20 MUEBLES TIPO PICNIC mesa de 0.90cmx0.50cm con 2 bancas integradas de fibra de vidrio con estructura metálica de tubo industrial pintado en esmalte negro y tacos antideslizantes.

VALOR \$ 100.00 c/u.....\$2.000.00+ IVA

A FABRICARSE EN EL COLOR DE SU ELECCIÓN.

FORMA DE PAGO, EL 50% DE ANTICIPO Y EL 50% CONTRA ENTREGA.

GARANTÍA DEL PRODUCTO, 2 AÑOS DE USO NORMAL.

TIEMPO DE FABRICACIÓN, 15 DÍAS.

ESPERANDO PODER SERVIRLES,

ANA MARÍA DE CASTAÑEDA.

COTIZACIÓN 2:



San Salvador, 1 de abril del 2016.

Señores:

Alcaldía Municipal de Panchimalco

Presente.

Muy atentamente presentamos a usted nuestra cotización en la venta de:

- **TOBOGÁN DE MÚLTIPLES CARRILES EN FIBRA DE VIDRIO**



PRECIO METRO LINEAL \$ 350.00 MÁS IVA, POR CADA CARRIL

- **TOBOGÁN KAMIKAZE (AMARILLO)**



PRECIO METRO LINEAL \$ 450.00 MÁS IVA

TOBOGÁN DE UNA VUELTA (TOBOGÁN AZUL) \$ 500.00 MAS IVA

- **TOBOGAN DE UNA VUELTA**



PRECIO METRO LINEAL \$ 350.00 MÁS IVA, METRO LINEAL

- **TOBOGÁN KAMIKAZE CELESTE**

PRECIO \$ 350.00 MAS IVA METRO LINEAL



TOBOGÁN DE UNA VUELTA AZUL, PRECIO \$ 385.00 MAS IVA METRO LINEAL

- **Instalación incluida**
- **Precio no incluye IVA**
- **Incluye estructura y soportes**
- **Transporte**
- **No incluye sistema hidráulico (bombas y conducción de agua)**
- **FORMA DE PAGO: NO NECESITAMOS ANTICIPO**

En espera que nuestros servicios en FIBRA DE VIDRIO, sean de mucha utilidad me suscribo de usted.

Muy Atentamente,

FERNANDO RUBIO

Carretera Troncal del Norte, kilómetro 3 ½ Numero 18. San Salvador, El Salvador
Teléfonos 2286-9407 2533-5565

COTIZACIÓN 3:



COTIZACION

Colonia Escalante, Block "D", #1
Ilopango, San Salvador.

SEÑOR(ES): ALCALDÍA MUNICIPAL DE PANCHIMALCO

Atención: Sr. José Alfredo Pérez Santos

Dirección: PANCHIMALCO, SAN SALVADOR

FECHA: 26 DE NOVIEMBRE 2011

Vendedor: FRANK MOLINA

Cel: 2102-6971 / 7214-9256

E-mail: publibanner.molina@yahoo.com

Razon Social. Ely Ricci Ivette Molina de Martínez NIT. 0315-120282-107-2 NRC. 220084-5 Giro. Publicidad.

Atendiendo sus requerimientos con gusto presentamos nuestra cotización:

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	VALLAS DE 4X2 METROS <u>MATERIALES:</u> ESTRUCTURA CON TUBOS ESTRUCTURAL DE 1 PULGADA LAMINA LISA Y GALVANIZADA CALIBRE 26 SOPORTES CON CAÑO NEGRO DE 4 PULGADAS IMPRESIÓN EN VINIL ADHESIVO A FUL COLOR DE ALTA CALIDAD	\$ 500.00	\$ 1,500.00
6	VALLAS DE 1X1.5 METROS <u>MATERIALES:</u> ESTRUCTURA CON TUBOS ESTRUCTURAL DE 1 PULGADA LAMINA LISA Y GALVANIZADA CALIBRE 26 SOPORTES CON CAÑO NEGRO DE 4 PULGADAS IMPRESIÓN EN VINIL ADHESIVO A FUL COLOR DE ALTA CALIDAD	\$ 350.00	\$ 2,100.00
25	SEÑALIZACIONES DE 0.70X0.5 METROS <u>MATERIALES:</u> ESTRUCTURA CON TUBOS ESTRUCTURAL DE 1 PULGADA LAMINA LISA Y GALVANIZADA CALIBRE 26 SOPORTES CON CAÑO NEGRO DE 4 PULGADAS IMPRESIÓN EN VINIL ADHESIVO A FUL COLOR DE ALTA CALIDAD EN EL PRECIO INCLUYE EL IMPUESTO DEL IVA Y LA INSTALACIÓN.	\$ 75.00	\$ 1,875.00
Total			\$ 5,475.00

Nombre de la empresa: PUBLIBANNER MOLINA

Categoría: Micro empresa

Por este medio manifiesto bajo juramento que me encuentro SOLVENTE en mis obligaciones fiscales, municipales, de seguridad social y previsional. Asimismo declaro que tengo la capacidad legal para obligarme, pues no concurre en mi persona ninguna de las incapacidades o impedimentos para la contratación con la Administración Pública, señalados en los arts. 25 y 26 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.

Cheques a nombres de: Ely Ricci Ivette Molina de Martínez

Condiciones de Pago: 30% ANTICIPO Y EL RESTO CONTRAENTREGA

Fecha de entrega: 15 DIAS CALENDARIO DESPUES DE HABER APROBADO LOS ARTES.

LUGAR DE ENTREGA: _____

Esta Cotizacion es válida por un plazo de 30 dias, pasado el tiempo queda sujeta a confirmacion.

FRANK MOLINA
Gestor de Ventas
PUBLIBANNER MOLINA

Autorizado por el
Cliente

COTIZACIÓN 4:

	<p>ARTES GRÁFICAS DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.</p> <p>Alameda Juan Pablo II, Nº 377, Complejo Industrial San Jorge, Lado Sur, Bodega Nº 5, San Salvador tel.22060-0475- 22603281</p>		
	<p>COTIZACION</p>		
<p>CLIENTE: UACI, ALCALDIA DE PANCHIMALCO</p> <p>Atención: UACI</p> <p>Dirección: SAN SALVADOR</p>	<p>Fecha: 24 DE FEBRERO DE 2016</p> <p>Vendedor: CAROLINA DE TORRES</p> <p>E-mail: carolinacalles1571@gmail.com</p>		
CANTIDAD	DESCRIPCION DEL TRABAJO	P. UNITARIO	TOTAL
4,000	BROCHURE IMPRESOS A FULL COLOR TAMAÑO CARTA IMPRESOS EN BOND 20 DE 2 PÁGINAS	\$0.10735	\$429.40
<p>OBSERVACIONES:</p> <p style="text-align: center;">PRECIOS YA INCLUYEN IVA</p>			
Tiempo de entrega	NEGOCIABLE	Sub-Total	
Validez de la oferta	15 DIAS	IVA	
Condiciones de Pago	CONTRA ENTREGA	Total	
		LIC. CAROLINA DE TORRES	
Firma Autorizado Cliente		Por Artes Gráficas	

COTIZACIÓN 5:

Publicidad Moderna

publibanner



Tu imagen es lo primero...!!!

Viernes 04 de abril de 2016

Sres. Del dpto. UACI de la municipalidad de Panchimalco

Licdo. Víctor Melara

Presente

Saludos cordiales y deseándole éxitos en sus labores cotidianos, cotización del siguiente producto:

10	Mupis publicitarios de 1.20 x 0.90 a dos caras luminoso. Materiales a utilizar: -Marco de hierro de 1" estructural -Forrado con lamina lisa No 26 -Iluminación lámpara 6 a 8 -Lona a full color las pantallas	\$ 450.00	\$4,500.00
10	Basureros medio barril con balancín (incluye publicidad)	\$ 60.00	\$600.00

ESTOS PRECIOS YA INCLUYEN IVA E INSTALACIÓN TOTAL \$ 5,100.00

Esperando su pronta respuesta, será un gusto poderles trabajar

Atte.

Frank Alexis Molina

2532-5547 7214-9256

Publicidad.moderna83@gmail.com

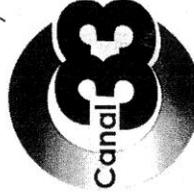
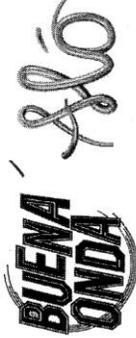
PROPUESTA ECONÓMICA

OPCIÓN 1:

- ▶ PROGRAMA de 30 minutos: grabado por talentos de los programas propuestos, transmitido 1 vez a la semana (4 al mes)
- ▶ 22 spots de 30" distribuidos en cualquiera de los programas propuestos
- ▶ 22 cortinas de 15" de ida y/o regreso a comerciales en cualquiera de los programas propuestos.
- ▶ 1 VISITA a entrevista en cualquiera de los programas propuestos.

INVERSIÓN MENSUAL: \$5,000.00 MAS IVA

COTIZACIÓN 6:



Quilbeke

Dr. Castiblanco

COTIZACIÓN 7:



TARIFAS 2016

HORARIO	10 S	20 S	30 S	40 S	60 S
MAÑANA (05:00 - 12:30 HRS)	\$ 25	\$ 50	\$ 75	\$ 100	\$ 150
TARDE (12:30 - 18:00 HRS)	\$ 33	\$ 67	\$ 100	\$ 133	\$ 200
ESTELAR (18:00 - 22:00 HRS)	\$ 50	\$ 100	\$ 150	\$ 200	\$ 300
NOCHE (10:00 - 24:30 HRS)	\$ 25	\$ 50	\$ 75	\$ 100	\$ 150



COTIZACIÓN 8:

SPOTEO

HORARIO	10 SEGUNDOS	20 SEGUNDOS	30 SEGUNDOS	40 SEGUNDOS	60 SEGUNDOS
Mañana (05:00 - 12:30 hrs.)	\$79	\$158	\$242	\$310	\$462
Tarde / Nocturno (12:31 - 18:00 hrs./ 22:00 en adelante)	\$126	\$252	\$378	\$509	\$761
Prime Time (18:01 - 22:00 hrs.)	\$263	\$525	\$798	\$1,050	\$1,596
Hechos Estelar	\$273	\$551	\$840	\$1,103	\$1,680

¡¡¡¡¡ va con vos!

Anexo 8

(FOTOGRAFÍAS DE SITIOS TURÍSTICOS DE PANCHIMALCO)

➤ **PUERTA DEL DIABLO**



➤ PARQUE DE LA FAMILIA



➤ PARQUE BALBOA



➤ CASA DEL ESCRITOR



➤ HOTEL AMATECHAM



➤ ALBA CLARA



➤ PLAZA MUNICIPAL EL MIRADOR



➤ LAS CRUCES



➤ **CASA TALLER ENCUENTROS**



➤ CASA DE LA CULTURA



➤ SIMPOSIO CULTURAL O PARQUE ESCULTÓRICO



➤ IGLESIA COLONIAL



➤ **MERCADO MUNICIPAL DE ARTESANÍAS**



➤ PARQUE ACUÁTICO



➤ **POLIDEPORTIVO DE PANCHIMALCO**

