

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



“DISEÑO DE UN MODELO DE TURISMO NOCTURNO PARA LOS PUEBLOS  
VIVOS DE LA MICRO REGIÓN EL BÁLSAMO, LA LIBERTAD”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PRESENTADO POR:

RIVAS BONILLA ONEYDA YAMILETH	RB07012
RIVERA AYALA FRANCISCO JOEL	RA06048
SOTO RAMIREZ NOHEMY	SR07012

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

MAYO 2014

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Ing. Mario Roberto Nieto Lovo

Secretaria General : Dra. Ana Leticia Zavala de Amaya

**Facultad de Ciencias Económicas**

Decano : Msc. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario : Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Coordinador del Seminario : Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Director : Lic. Fernando Medrano Guevara

MAYO 2014

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

## AGRADECIMIENTOS

*Quiero dedicar este logro principalmente a Dios, por permitirme llegar a este momento importante en mi formación profesional.*

*A mi Mami, por su cariño, apoyo, comprensión, y paciencia, a mi Papi por su apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias, y a ambos por los sacrificios realizados durante todo este tiempo. A la persona que quiero como una madre mi tía Juany por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A Vladimir mi hermano, a mis abuelitos Carmen y Miguel que sé que este momento hubiera sido tan especial para ustedes como lo es para mí.*

*A mis compañeros por su esfuerzo y apoyo, a Nohemy por estos años juntas en la universidad y por su amistad incondicional.*

***Oneyda Yamileth Rivas Bonilla***

*Quiero agradecer infinitivamente por el logro de este triunfo a Dios y la Virgen María, mis padres, mis hermanos, compañeros, amigos y a todas las personas que de alguna u otra manera me alentaron a seguir a delante.*

*Al ser supremo por darnos la vida, salud, fortaleza y sabiduría, e iluminar mi camino durante el logro de este triunfo. A mis padres por su infinito amor, su apoyo incondicional por ayudarme a ser una mejor persona cada día. Con mucho cariño y amor a mis hermanos por hacer posible el inicio y la culminación de este objetivo.*

***Francisco Rivera***

*Gracias a las personas más importantes en mi vida: Mis padres por su apoyo, sacrificio y comprensión a lo largo de esta carrera, a mis hermanas y mis abuelas por siempre estar ahí cuando las necesito, a mi tía que siempre estuvo conmigo animándome a seguir adelante y que estaría muy orgullosa de mí. Gracias a mis compañeros porque finalmente culminamos una etapa de nuestras vidas y a mi amiga Oneyda por su amistad y compañerismo durante los años de universidad.*

***Nohemy Soto Ramírez***

*Como equipo de trabajo agradecemos de manera especial a nuestro asesor **Lic. Fernando Medrano**, por la orientación en la realización de este trabajo de investigación, su apoyo y amistad brindada. Al **Comisionado Vladimir Cáceres** de la Policía de Turismo de El Salvador, por abrirnos las puertas de la institución y facilitarnos material y acceso al proyecto de Turismo Nocturno.*

## INDICE

RESUMEN .....	i
INTRODUCCIÓN .....	iii
CAPÍTULO I	
"MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL SOBRE EL DISEÑO DE UN MODELO TURÍSTICO NOCTURNO EN LOS PUEBLOS VIVOS DE EL SALVADOR"	
A. LA INDUSTRIA TURÍSTICA .....	1
1. ANTECEDENTES.....	2
1.1 EN EL MUNDO.....	2
1.2 EN EL SALVADOR.....	5
2. DEFINICIONES.....	9
2.1 TURISMO.....	9
2.2 TURISTA.....	10
3. FACTORES DEL TURISMO.....	10
4. TIPOS DE TURISMO .....	11
4.1 ECOTURISMO O TURISMO ECOLÓGICO.....	11
4.2 TURISMO DE AVENTURA.....	12
4.3 AGROTURISMO .....	12
4.4 AGROECOTURISMO.....	12
4.5 ICTIOTURISMO O PESCA DEPORTIVA.....	12
4.6 TURISMO RURAL .....	12
4.7 TURISMO CIENTÍFICO .....	13
4.8 TURISMO CULTURAL .....	13
4.9 TURISMO DE SALUD.....	13
4.10 TURISMO GASTRONÓMICO .....	13
4.11 TURISMO DE AYUDA COMUNITARIA .....	13
4.12 TURISMO DE NEGOCIOS.....	13
4.13 TURISMO DE SOL Y PLAYA.....	14
5. TIPOS DE TURISMO EN EL SALVADOR.....	14
5.1 TURISMO DE SOL Y PLAYAS.....	14
5.2 TURISMO DE VOLCANES .....	15
5.3 TURISMO ARQUEOLÓGICO .....	15

5.4	TURISMO COMUNITARIO.....	16
5.5	TURISMO NOCTURNO.....	16
6.	ENTIDADES RECTORAS DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	17
6.1	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) .....	17
6.2	MINISTERIO DE TURISMO (MITUR) .....	18
6.3	INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU) .....	19
6.4	CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR) .....	20
6.5	DIVISIÓN POLICÍA DE TURISMO (POLITUR) .....	21
B.	MODELOS TURÍSTICOS .....	22
1.	GENERALIDADES DE UN MODELO .....	22
2.	CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS TEÓRICOS .....	23
3.	MODELOS TEÓRICOS APLICADOS AL TURISMO.....	24
3.1	MODELOS CON ENFOQUE ESPACIAL .....	24
3.1.1	MODELO DE MARIOT.....	24
3.1.2	MODELO DE PALHARES.....	24
3.1.3	MODELO DE LULDGREN .....	25
3.1.4	MODELO DE LEIPER.....	26
3.2	MODELO CON ENFOQUE SISTÉMICO.....	27
3.2.1	MODELO DE INSKEEP.....	27
3.2.2	MODELO DE MOSCARDO .....	27
3.2.3	MODELO DE ENFOQUE ESTRUCTURAL DE HALL.....	28
3.2.4	MODELO DE BENI .....	28
C.	PUEBLOS VIVOS .....	30
1.	GENERALIDADES.....	30
2.	DEFINICIÓN.....	30
3.	PROGRAMA DE PUEBLOS VIVOS.....	30
4.	CARACTERÍSTICAS DE LOS PUEBLOS VIVOS.....	31
D.	MICROREGIÓN EL BÁLSAMO .....	32
1.	GENERALIDADES.....	32
2.	MUNICIPIOS.....	33
2.1	JAYAQUE .....	33
2.1.1	ANTECEDENTES.....	33

2.1.2 DATOS GENERALES.....	33
2.2 SACACOYO.....	34
2.2.1 ANTECEDENTES.....	34
2.2.2 DATOS GENERALES.....	35
2.3 TALNIQUE.....	36
2.3.1 ANTECEDENTES.....	36
2.3.2 DATOS GENERALES.....	36
2.4 TEPECOYO.....	37
2.4.1 ANTECEDENTES.....	37
2.4.2 DATOS GENERALES.....	37
CAPITULO II	
"DIAGNÓSTICO DEL TURISMO NOCTURNO EN LOS PUEBLOS VIVOS DE LA MICRO REGION EL BALSAMO"	
I. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	39
A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
1. OBJETIVO GENERAL.....	39
2. OBJETIVO ESPECÍFICOS.....	39
B. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.....	40
1. METODO DE INVESTIGACIÓN.....	40
2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	40
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	41
4.1 LA ENCUESTA.....	41
4.1.1 SUJETOS DE ESTUDIO.....	41
4.2 LA ENTREVISTA.....	42
4.2.1 SUJETO DE ESTUDIO.....	42
4.3 LA OBSERVACIÓN.....	42
5. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	43
5.1 FUENTE PRIMARIA.....	43
5.2 FUENTE SECUNDARIA.....	43
6. DETERMINACION DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
6.1 POBLACIÓN.....	43
6.2 MUESTRA.....	44

6.3 ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA.....	46
7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	47
7.1 ORGANIZACIÓN.....	47
7.2 OFERTA TURISTICA.....	48
7.3 DEMANDA TURISTICA.....	50
7.4 PROMOCIÓN.....	50
7.5 GUSTOS Y PREFERENCIAS.....	51
7.6 OPINIONES Y SUGERENCIAS.....	56
II. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DEL TURISMO NOCTURNO EN PUEBLOS VIVOS	58
A. ANÁLISIS INTERNO.....	58
1. FORTALEZAS.....	58
2. DEBILIDADES.....	59
B. ANÁLISIS EXTERNO.....	60
1. OPORTUNIDADES.....	60
2. AMENAZAS.....	61
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
A. CONCLUSIONES.....	62
B. RECOMENDACIONES.....	64
CAPITULO III	
"PROPUESTA DE UN MODELO DE TURISMO NOCTURNO PARA LOS PUEBLOS VIVOS DE LA MICRO REGION EL BALSAMO, LA LIBERTAD"	
A. OBJETIVOS.....	66
1. GENERAL.....	66
2. ESPECIFICOS.....	66
B. MODELO TURÍSTICO NOCTURNO EL BÁLSAMO.....	67
1. DESCRIPCION DE LOS ELEMENTOS DEL MODELO.....	68
A. GUIA DE APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL MODELO.....	77
1. RECOMENDACIONES.....	93
B. PROCESO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO DE TURISMO NOCTURNO. ..	93
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS	

## RESUMEN

En los últimos diez años El Salvador ha desarrollado proyectos turísticos con un enfoque a la creciente importancia del turismo para la economía salvadoreña, especialmente en los pueblos que contienen un atractivo cultural y ecológico, que muestran una oportunidad que propicie el desarrollo sostenible y sustentable. Además la necesidad de recrearse en familia y con amigos en un ambiente sano y sin afectar el horario laboral.

La Micro Región El Bálsamo está conformada por los municipios de Sacacoyo, Tepecoyo, Jayaque, y Talnique del departamento de La Libertad, cada uno cuenta con costumbres, cultura y hermosos atractivos naturales, pero no es una región muy reconocida dentro de los turistas nacionales y los extranjeros.

El desaprovechamiento de las riquezas naturales y el potencial de la zona han dado lugar a nuevos proyectos como el Turismo Nocturno implementado por la Policía de Turismo que ha sido creado para mostrar el valor histórico de los pueblos de El Salvador. Sin embargo no existe una herramienta técnica que ayude al crecimiento del proyecto.

Estos aspectos dieron origen a la investigación que tiene como propósito diseñar un modelo de turismo nocturno que pueda contribuir a mejorar las opciones de recreación de la población de una manera convencional y a desarrollar la economía de los residentes de la Micro Región El Bálsamo.

Durante el desarrollo de la investigación fue indispensable el apoyo de los métodos inductivo y analítico para el análisis mercadológico e interpretación de resultados. Además se utilizaron cuestionarios dirigidos a turistas actuales y potenciales del proyecto, guías de entrevista para los representantes de los comités de turismo en cada municipio y una guía de observación,



todos estos instrumentos para la etapa de recolección de información.

La información recopilada nos muestra que actualmente son pocas las personas involucradas en la planeación y organización de las actividades de Turismo Nocturno.

También se tiene que existen una variedad de atractivos en los municipios que se realiza este tipo de turismo, con guías turísticos y apoyo de la Policía de Turismo que además brinda el transporte gratuito para trasladar a los turistas, estos aspectos tienen gran importancia ya que se convierten en las principales fortalezas del proyecto.

Sin embargo, una pequeña parte de la población manifiesta que no realizaría turismo nocturno, debido a razones como la inseguridad, falta de tiempo y falta de conocimiento del proyecto.

El modelo de turismo nocturno propuesto de la Micro Región El Bálsamo, comprende los elementos mercadológicos que integran este tipo de turismo y que han sido planteadas de forma estratégica, llevando un orden a seguir que se apoya en una guía de aplicación de este modelo. Ésta constituye un instrumento importante para la correcta realización de las actividades.

## INTRODUCCIÓN

El Turismo es un sector importante en el desarrollo del país, tanto a nivel económico, social y cultural, ya que es un segmento de mucho potencial en la generación de riquezas y una alternativa para el desarrollo integral de los diferentes sectores.

Razón por la cual, se elabora el presente trabajo de investigación denominado "Diseño de un modelo de turismo nocturno para los pueblos vivos de la Micro Región El Bálsamo, La Libertad", que constituye una herramienta de aplicación, que debe valorarse al momento de llevar a cabo una actividad de índole turístico nocturno, dicha herramienta es la guía de aplicación de los elementos del modelo, la cual permite la evaluación y factibilidad del proyecto, además de presentar una serie de factores como alternativas que ayuden al buen funcionamiento del mismo.

Dicho documento está dividido en tres grandes apartados o bien en tres capítulos para fines de una mejor comprensión, cada uno de los cuales se describen a continuación:

El capítulo I contiene información básica sobre los antecedentes del turismo a nivel mundial y nacional, importantes conceptos utilizados, información relacionada con los principales modelos teóricos aplicables al turismo, además de información relacionada con los cuatro municipios de la Micro Región el Bálsamo del departamento de la Libertad.

Mientras tanto en el capítulo II se presenta un diagnóstico sobre las condiciones en las que se llevan a cabo las actividades de turismo nocturno en los pueblos vivos de la Micro Región el Bálsamo, del departamento de la Libertad, además de mostrar los instrumentos y técnicas sobre la metodología de la investigación

utilizada. Por último la presentación de las respectivas conclusiones y recomendaciones resultantes de la investigación.

Finalmente el capítulo III constituye una propuesta sobre un modelo de turismo nocturno para los pueblos vivos de la Micro Región el Bálsamo del departamento de la Libertad, esta propuesta incluye aspectos importantes como la presentación y descripción de los elementos del modelo, además de mostrar la principal herramienta del modelo, el cual se centra en la guía de aplicación de los elementos del mismo, además de la presentación de indicaciones y recomendaciones para su utilización. Por último se presenta el proceso de las actividades a tomar en cuenta al momento de realizar las gestiones para llevar a cabo una actividad de turismo nocturno.

## CAPÍTULO I

### "MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL SOBRE EL DISEÑO DE UN MODELO TURÍSTICO NOCTURNO EN LOS PUEBLOS VIVOS DE EL SALVADOR"

#### A. LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Hoy en día, el turismo es una de las industrias más grandes en el mundo, ofrecer una excelente opción económica para la creación de riqueza a los países. La industria turística representa una importancia relativa puesto que contribuye de manera directa en la economía y el desarrollo de un país.

El desarrollo turístico es un factor importante en el crecimiento económico y significa fuentes de ingresos, divisa y genera numerosos puestos de trabajo.

El Salvador no es la excepción, durante los últimos años el turismo ha evolucionado, y brinda mejores condiciones al turista ya que ofrece una mayor atención y diversidad en sus servicios. El turismo se convierte en una oportunidad que propicia el desarrollo sostenible y sustentable, permitiendo mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la zona.

La industria turística en el país está compuesta por la integración de instituciones gubernamentales encargadas de regular y velar por todas aquellas actividades turísticas, y las encargadas de ofrecer el servicio al turista.

Dentro de las principales instituciones encargadas en regular la industria turística en el país sobresalen las siguientes:

- Ministerio de Turismo (MITUR)
- Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
- Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)
- Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)
- Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)

De igual manera destacan algunos operadores de turismo encargados de soportar la dinámica que impulsan algunas

entidades privadas dentro de las cuales destacan las siguientes: El Salvador Travel Service, Agencia Internacional de Viajes Morales, Pullmantur, Policía Nacional Civil, Hoteles (de ciudad, de montaña, de playa y hostales), Restaurantes, Aerolíneas, Agencias de viaje, Alquiler de vehículos, Centros comerciales, Antigüedades, Artesanías, Galerías de arte, etc.

## **1. ANTECEDENTES**

### **1.1 EN EL MUNDO**

El término turismo tiene antecedentes históricos y nace como tal, en siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, como un desplazamiento cuya intención principal es el ocio, recreación, descanso, cultura, salud, negocio o relaciones familiares. Estos movimientos fueron caracterizados por no ser del tipo de viaje motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos, el cual tiene sus orígenes en la época antigua, posteriormente continua con la edad media, edad moderna y finaliza con la edad contemporánea.

#### **• EVOLUCIÓN HISTÓRICA**

El concepto de turismo en la época Antigua no difiere en gran medida al de la edad contemporánea, y al de la edad actual puesto que las motivaciones están enfocadas en la realización de los viajes por: interés político, económico, religioso o curioso tal y como son realizados en la actualidad.

Político y económico: el modo de producción esclavista realizado en la época antigua necesitaba de la conquista de nuevos territorios, adquirir esclavos para aumentar sus riquezas, lo cual está muy ligado al interés económico y comercial, pues los mercaderes hacían largos viajes para buscar productos raros y codiciados.

Religioso: el sentimiento hacía que la gente efectuara largas peregrinaciones hacia lugares sagrados en los cuales durante estas visitas conocían diferentes culturas y diferentes formas de sentimientos de las personas hacia la religión.

Curioso: realizado para conocer costumbres, tradiciones, cultura y construcciones de otros pueblos.

### **EDAD MEDIA**

La edad media fue el periodo de la historia de Europa que transcurrió, aproximadamente, entre el siglo V y el siglo XV; desde el final del Imperio romano, hacia el año 476, hasta el descubrimiento europeo de América, en 1492. Lo que es lo mismo, la etapa que se desarrolló entre la edad antigua y la edad moderna.

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores, fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes.

Durante el desarrollo de esta época los viajes con inclinación turística eran menos frecuentes, ya que la caída del imperio Romano supuso una interrupción a muchos de los avances que estos habían introducido, no se mantuvieron los caminos en buen estado, convirtiéndose en peligrosos e inseguros, pues los ladrones acechaban para atacar a aquellos que se arriesgaban a viajar. La mayor parte de la sociedad estaba apegada a sus tierras, para muchos era inconcebibles viajar por placer.

Posterior en la edad media aparecen la orden de San Juan de Jerusalén, integrada por un grupo de caballeros hospitalarios cuya finalidad era brindar protección a los peregrinos y defender los lugares santos, lo que permitió el auge del turismo religioso de esta etapa se destaca la figura de Marco Polo veneciano que recorre diversos países que fueron divulgados por libros publicados posteriormente.

### **EDAD MODERNA**

Es cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hoteles. Esto debido a que las grandes personalidades no viajaban solas las acompañaba su gente de confianza, es así que se hace imposible alojar a todos en los palacios, y se hace necesaria la creación de este tipo de construcciones.

En esta época se realizaron grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar. A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el grand-tour que consistía en un viaje motivado por la necesidad de instrucción de jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. El viaje se hacía por distintos países europeos y de ahí proceden las palabras turismo y turista.

### **EDAD CONTEMPORÁNEA**

Es la etapa del turismo donde surgieron los primeros viajes de placer, estos tienen sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX. Además surgen grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología. Por ejemplo en el siglo XIX fue testigo de una gran expansión

económica, seguida de una revolución industrial y científica. El turismo fue uno de los principales beneficiarios para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria a nivel mundial.

Con la Revolución industrial aparece la consolidación de la burguesía, la cual dispone de una mayor cantidad de recursos económicos y tiempo libre para realizar sus viajes de placer por todo el mundo y así satisfacer sus necesidades de esparcimiento y recreación.

Es en esta época que aparece la máquina de vapor que supone una reducción espectacular en los transportes, las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica la cual hace más sencilla la manera de transportarse, de igual manera aparece el uso del vapor en la navegación el cual reduce el tiempo de los desplazamientos en todo el mundo.

A través de toda esta corriente comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, que se transforman claramente como pequeños hoteles con encanto. El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

## **1.2 EN EL SALVADOR<sup>1</sup>**

El 12 de Julio de 1924 se crea la primera Junta de Fomento del Turismo y Propaganda Agrícola, como dependencia del Ministerio de Fomento en ese tiempo Obras Publicas, el 14 de Agosto de 1930 se establece la Junta Nacional de Turismo, creándose en 1939 en departamento

---

<sup>1</sup> <http://mitur.gob.sv/institución/marco-institucional/historia.html>



del país una Junta de Ornato, cuya finalidad era adornar las carreteras, parques balnearios y jardines públicos. Para el año de 1945, se crean en el país las Juntas de Progreso y Turismo, dos años después, en 1947 se le concedió personería jurídica a la Junta Nacional de Turismo, con carácter de utilidad pública y autonomía, iniciando sus funciones en una oficina en el Ministerio de Relaciones Exteriores con sede en el Palacio Nacional, un año después se trasladan sus oficinas a la calle Rubén Darío en el centro de San Salvador.

El 13 de abril de 1961, en concordancia con el decreto legislativo N° 1 del 25 de enero del mismo año, publicado en el diario oficial N° 17, tomo 190, se sanciona y promulga la ley de creación del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como institución autónoma, adscrita al Ministerio de Economía.

En los años de 1970, considerados como los años de oro del turismo en El Salvador, con una vida económica y política caracterizada por una relativa estabilidad. En los albores de la década, el turismo aún no era considerado como un área estratégica para los tomadores de decisiones. Pese a ello algunas políticas claves fueron implementadas, como fue la construcción de cuatro hoteles en San Salvador: Camino Real, Ritz, Alameda y Terraza. También entró en operación el Hotel de Montaña Cerro Verde.

Con la llegada al poder del Coronel Arturo Armando Molina, en 1973 se implantó un estilo de gobierno planificador con argumentos sistemáticos para la priorización de ciertos sectores de la economía. Es en ésta época cuando el turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, lo cual conllevó el despegue de la actividad.

El número de visitantes extranjeros en ese año se incrementó en un 35%, manteniendo esta tendencia creciente hasta alcanzar un máximo de 293,000 turistas en 1978 (la mayoría de los cuales provenían de la región Centroamericana). Se pueden identificar algunos factores clave de este despegue como la definición de una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa. Se perfiló un plan maestro para promover el desarrollo de la zona costera, tomando como área prioritaria al Estero de Jaltepeque en la Costa del Sol. Acorde con esa planificación, se decidió la edificación de varios hoteles y clubes: el Pacific Paradise, el Izalco Cabañas Club y el Tesoro Beach con categoría de tres estrellas.

En este mismo período se construyeron más obras de infraestructura que beneficiaron directamente al turismo, se modernizaron algunas carreteras, se construyó el Aeropuerto Internacional de Comalapa y paralelamente, en la capital aparecieron los hoteles Siesta y Presidente.

En 1979 fue el comienzo de la crisis política y del clima de violencia que desembocó en el estallido de la guerra un año después. En ese período aumentaron las desapariciones, los asesinatos y comenzaron los primeros indicios de hostilidad que posteriormente llevaría a la guerra civil en El Salvador.

La prensa internacional difundió la imagen de beligerancia y el país fue declarado como peligroso para los turistas, borrando del mapa turístico internacional a El Salvador. Es así como la afluencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás; en 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años.

De esta forma, las posibilidades de desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructura turística quedó estancada; los visitantes extranjeros estaban ligados general mente con el conflicto armado:

asesores militares, funcionarios de organismos internacionales, periodistas o curiosos acerca de la situación de la guerra.

Un caso especial fue el Hotel Real Intercontinental, el cual estaba considerado como el hotel más seguro y que se benefició enormemente al ser escogido por la prensa internacional como su base de operaciones. Los establecimientos que salieron más perjudicados fueron los situados en la costa por su orientación al turismo recreacional.

Los acuerdos de paz firmados en enero de 1992, provocó que numerosos observadores internacionales ingresaran al país para presenciar tal acontecimiento. El "boom" de visitantes fue de tal magnitud que de nuevo se abrieron las puertas de la esperanza para el sector turismo. Posteriormente hubo una caída experimentada en los dos años posteriores que se explica por el abandono del país de todas las personas relacionadas con el conflicto bélico y su desenlace final (1993 y 1994).

En 1996 el turismo comenzó a recobrar los niveles observados a finales de la década de 1970, a partir de este año, el ISTU se encargó exclusivamente de la promoción, de la recreación familiar a través de su red de parques recreativos. Posteriormente en el año 2004 nace el Ministerio de Turismo y el ISTU queda adscrito a esta institución.

En el año 2008, específicamente el 2 de Octubre se reforma la ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, teniendo a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar, social y excursionismo, lo cual estimula la salud mental y física de los salvadoreños, satisfaciendo de manera integral las necesidades de recreación de la población y sobre todo promoviendo la unión familiar.

## 2. DEFINICIONES

### 2.1 TURISMO

Etimológicamente la palabra turismo proviene del vocablo inglés "tour" que significa viaje, que se deriva a su vez de la palabra francesa Tour que también significa viaje o excursión circular, la cual se deriva del latín tornare.

La palabra turismo comúnmente se emplea para nombrar a la actividad que realiza una o un grupo de personas que se trasladan a un lugar u otro por diversos motivos, sin embargo, visto desde un punto de vista empresarial es una actividad en donde se ofrecen a los turistas, diversidad de bienes y servicios.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

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

Walter Hunziker - Kurt Krapf, 1942 dicen que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

En conclusión partiendo de las diferentes concepciones tanto etimológica, social, empresarial, el termino turismo se define como la actividad que realizan las personas cuando estas se desplazan de su lugar de residencia hacia otros destinos que una forma temporal.

## **2.2 TURISTA**

El termino turista o la palabra turista se conoce popularmente como aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo<sup>2</sup>.

## **3. FACTORES DEL TURISMO**

Para la ejecución de la investigación se consideró importante mencionar una serie de factores que intervienen en el fenómeno turístico, todos estos referidos por el autor Manuel Ramírez Blanco, en su obra Teoría General del Turismo. No obstante cabe mencionar que previo a señalarlos el autor retoma, en primera instancia la definición aportada por el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas sobre dichos factores, de esta manera se debe entender por Factores del turismo lo siguiente:

“Al conjunto de hechos sociales que en forma directa o indirecta se relacionan necesariamente para conjugar el fenómeno turístico proporcionándole su característica particular y específica”.

Los factores turísticos están clasificados de la siguiente manera:

Factores indirectos: son creados para satisfacer las necesidades de la población ya sea a nivel local, nacional o regional, y son los que influyen directamente para que la actividad turística se lleve a cabo.

---

<sup>2</sup> <http://www.definicionabc.com/general/turista.php>

Por otra parte se encuentran los factores directos, los cuales están determinados por recursos con que dispone la entidad, ya sea naturales, culturales y actividades programadas; también por los servicios que se pueda ofrecer al turista y por la publicidad y promoción que se pueda hacer para atraer al turista.

Finalmente los factores que inciden en el fenómeno de la investigación se clasifican en factores directos y factores indirectos, ambos están subclasificados en estructurales y dinámicos. Dentro del grupo de factores indirectos estructurales, se describe el desarrollo económico y el ambiente turístico. Luego dentro del grupo de indirectos dinámicos se hace mención de la corriente turística potencial. Posteriormente dentro del grupo de factores directos estructurales, estos están clasificados en: recursos, servicios y promoción institucional. Y finalmente en el grupo de factores directos dinámicos se describe la corriente turística que presentará la investigación. (Ver anexo 1)

#### **4. TIPOS DE TURISMO**

Con el desarrollo y la evolución histórica que ha tenido el turismo a nivel mundial, desde sus orígenes hasta la actualidad, el término turismo se ha venido diversificando y por consiguiente la oferta turística. Para tales efectos a continuación se describen algunos de los tipos de turismos más implementados a nivel mundial:

##### **4.1 ECOTURISMO O TURISMO ECOLÓGICO**

Es la modalidad de turismo naturalista más especializado, ya que se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales (flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc.), con la integración de

las comunidades locales y a través de empresas Eco-turísticas donde existe una política de planificación y manejo de los recursos naturales a todos los niveles.

#### **4.2 TURISMO DE AVENTURA**

Es aquel donde el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos. Cuenta con mayor diversidad de actividades, destacándose en el país las siguientes: Rafting, Climbing, canopy, cabalgatas, diving, entre otros.

#### **4.3 AGROTURISMO**

Su finalidad es mostrar y explicar al eco turista todo el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.

#### **4.4 AGROECOTURISMO**

Es aquel donde se dan conjunto de relaciones sociales campesinas, el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.

#### **4.5 ICTIOTURISMO O PESCA DEPORTIVA**

Es la actividad turística naturalista dibujada para el eco turista conservacionista inclinado por la pesca. Disfruta la sensación de capturarla, medirla, pesarla y devolverla nuevamente al agua, para evitar la extinción de las especies. Poco desarrollada en el país.

#### **4.6 TURISMO RURAL**

Modalidad de turismo naturalista donde se oferta la habitación sin participar activamente en las actividades económicas de la comunidad.

#### **4.7 TURISMO CIENTÍFICO**

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas.

#### **4.8 TURISMO CULTURAL**

Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

#### **4.9 TURISMO DE SALUD**

Está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

#### **4.10 TURISMO GASTRONÓMICO**

Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región.

#### **4.11 TURISMO DE AYUDA COMUNITARIA**

Está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo.

#### **4.12 TURISMO DE NEGOCIOS**

Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.



#### **4.13 TURISMO DE SOL Y PLAYA**

Es el turismo por excelencia y el más masificado. En nuestro país se realiza casi durante todo el año gracias al clima tropical que gobierna en el territorio costero.

### **5. TIPOS DE TURISMO EN EL SALVADOR**

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico del país. En los últimos años El Salvador le ha apostado el turismo como fuente de ingreso. De la misma manera que han evolucionado y diversificado los diferentes tipos de turismo a nivel mundial, el país no es la excepción puesto que este cuenta con una variedad de oferta turística tanto para nacionales como extranjeros que quieran practicar estas diferentes modalidades. Para tal efecto a continuación se describen los tipos de turismo que son realizados en el país.

#### **5.1 TURISMO DE SOL Y PLAYAS**

Es aquel que se desarrolla en localidades costeras en las que se encuentran playas y la mayoría de veces, las condiciones climáticas son de tipo soleado y temperaturas suaves. En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día los turistas hacen uso de las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento. Es el más demandado por turistas nacionales como extranjeros, puesto que ofrece más de 300 kilómetros de hermosas playas tropicales, en las cuales el turista puede hacer uso de todas las actividades concernientes a este tipo de turismo.

## 5.2 TURISMO DE VOLCANES

El Salvador con su esplendorosa geografía permite la existencia de una gran variedad de hermosos volcanes, el Ministerio de Turismo ha organizado un itinerario turístico de multidestino. La ruta colonial y de volcanes sigue el camino colonial real que construyeron los españoles sobre rutas indígenas que es trazada sobre las cordilleras volcánicas de la costa del pacífico. Esta es una de las rutas más importantes, permite apreciar la naturaleza, los volcanes y una serie de ciudades que fueron construidas durante la época de la colonia.

El turista tiene acceso a un número aproximado de 12 volcanes entre los cuales se destacan por su mayor participación en actividades como caminatas y exploración, los siguientes: Izalco (Sonsonate), Ilamatepec (Santa Ana), Quezaltepeque (San Salvador) Chichontepec (San Vicente), Chaparrastique (San Miguel) y Conchagua (La Unión) (Ver anexo 2).

## 5.3 TURISMO ARQUEOLÓGICO

Este tipo de turismo es realizado visitando los lugares arqueológicos con los que cuenta el país, con el objetivo de conocer acerca de la cultura de nuestros antepasados y con fines educativos. El país cuenta con un número significativo de sitios arqueológicos en los cuales se puede realizar este tipo de actividades, dentro de los más destacados están los siguientes: Joya de Cerén, San Andrés, Santa Ana, Chalchuapa y Tazumal. En ellos se desarrollan actividades para dar a conocer parte de la historia de las civilizaciones mayas, Pipil y Lenca, debido a que fueron estos los que formaron sus asentamientos en estas tierras.

#### **5.4 TURISMO COMUNITARIO**

El turismo comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas e indígenas propias de un país, con el objetivo de generar ingresos complementarios a las actividades económicas que estos realizan. Lo que se busca es lograr que gran parte de los ingresos obtenidos en la ejecución de este tipo de actividades queden en la localidad, y de esta manera potenciar y dar a conocer el municipio a través de sus costumbres, tradiciones.

Por consiguiente el fenómeno turístico comunitario se está convirtiendo en una opción estratégica en el desarrollo, puesto que uno de los pilares de avance es la proximidad de los sectores más populares del país, de igual manera la contribución que realizan los visitantes de Centroamérica y los salvadoreños que regresan a visitar a sus familiares.

#### **5.5 TURISMO NOCTURNO**

El Turismo Nocturno es un proyecto creado por la División Policía de Turismo, que se desarrolla en la línea del acercamiento con la comunidad; apoyando el rescate de los valores culturales y la identidad de la sociedad Salvadoreña.

Este proyecto da inicio el 04 de noviembre del año 2008, con un recorrido por el Centro Histórico de San Salvador. El objetivo primordial es hacer conciencia a la ciudadanía sobre el valor histórico que alberga nuestra ciudad capital.

En el Marco del Sistema de Seguridad Turística, las actividades de Turismo Nocturno se han implementado como parte del trabajo preventivo y educativo enfocando rutas que aporten datos importantes en este rubro. De esta manera se desarrollan recorridos por Iglesias, Teatros,

Museos, Monumentos, Esculturas, Plazas, Parques, Cementerios y Pueblos Vivos

El turismo nocturno incluye la práctica del "Necroturismo", actividad que consiste en visitar los cementerios durante el transcurso de la noche y dar a conocer la historia de los personajes que están sepultados en estos lugares santos, con el objetivo de conocer parte de nuestra identidad. En el país podemos visitar el cementerio de "Los Ilustres", donde descansan en paz personajes muy importantes y conocidos de este país. Este cementerio es visitado por las noches por unas 350 personas o más. Es una forma diferente de hacer turismo y no a todo el mundo le gustará, pero es una de las grandes modas que se está imponiendo en muchos lugares.

## **6. ENTIDADES RECTORAS DEL TURISMO EN EL SALVADOR**

Tras el impacto del turismo en la economía nacional, nació la importancia de disponer de agentes públicos que brinden apoyo y gestionen la política turística de un país, detallando los objetivos fundamentales a cumplir así como las estrategias y tácticas para alcanzarlos. A continuación se describen las principales instituciones que rigen el turismo en el país.

### **6.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

Como principal organización internacional en el ámbito turístico, la institución aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental. Además

trabaja con el fin de hacer del trismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia más de 100 países del mundo.

Entre sus miembros afiliados se encuentran 156 países, 6 miembros asociados y más de 400 miembros que representan al sector privado, instituciones de enseñanza, asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales. El Salvador es un país asociado desde el año 1993.

## **6.2 MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)**

El Ministerio de Turismo fue creado por medio del Decreto Ejecutivo Número 1 en junio del año 2004. Es la principal institución rectora en materia de turismo en el país la cual le corresponde la elaboración, formulación, planificación y ejecución de la política y el plan nacional de turismo, fomentando la industria del turismo, el turismo interno y el turismo hacia el país; todo esto para lograr el cumplimiento del objetivo principal que es mejorar la imagen turística de El Salvador y consolidar el desarrollo del sector turismo.

MITUR en colaboración con otros organismos, elaboró el plan de desarrollo turístico 2014, como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador, a manera que funcione como una herramienta que guíe el accionar en materia turística al país. Transcurrido dos años desde su puesta en marcha el Ministerio de Turismo (MITUR)/Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) procedió a realizar una revisión a profundidad de dicho documento, con el propósito de actualizarlo y de llevarlo al horizonte temporal del año 2020, para contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador que permita contemplar aquellas inversiones y actuaciones (nueva infraestructura de comunicaciones,

promoción en algunos mercados, etc.) cuyos efectos serán más visibles a medio y largo plazo

### **6.3 INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)**

#### **HISTORIA<sup>3</sup>**

El Directorio Cívico Militar de El Salvador, que había derrocado al entonces Presidente General José María Lemus, consideró indispensable que la Junta Nacional de Turismo contara con autonomía y personería jurídica, que garantice su estabilidad y eficiencia en su labor, decreta sanciona y promulga la Ley de Creación del INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO, conocida en Siglas como: ISTU, el 13 de diciembre de 1961.

#### **MISIÓN**

"Promover y estimular la recreación familiar, social y excursionismo a través de su red de Parques Recreativos, brindando un servicio eficiente y de calidad para la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas".

#### **VISIÓN**

"Ser la institución líder en recreación familiar, social y excursionismo, a través de la infraestructura de Parques recreativos que administra, satisfaciendo las necesidades de sus visitantes".

Entre las principales funciones del instituto se encuentra satisfacer de forma integral las necesidades recreativas de la población, promoviendo la participación de las municipalidades, entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras, siendo estas algunas de sus funciones:

---

<sup>3</sup> <http://www.istu.gob.sv/institucion.html>

- Promover y ejecutar la política y el plan nacional de recreación familiar y social.
- Planificar y desarrollar los programas de recreación familiar y social.
- Crear las condiciones óptimas de recreación y esparcimiento.
- Establecer mecanismos de información y divulgación sobre los servicios que el instituto proporciona.
- Promover la creación de nuevos centros de recreación familiar y social, construcción de obras nuevas, ampliación, reconstrucción, y mantenimiento de las existentes.

En el año 1996 el ISTU se sujeta una estrategia descentralizada de Turismo por iniciativa del Gobierno Central, esto para lograr ser un país más competitivo a nivel mundial en materia de turismo, por lo que surge la CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

#### **6.4 CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO<sup>4</sup> (CORSATUR)**

La Corporación Salvadoreña de Turismo nace por Decreto Legislativo número 779, en Julio de 1996 considerando que: El turismo constituye una de las principales fuentes de trabajo y un fuerte potencial de ingreso de divisas extranjeras; que es necesario crear un ente cuya finalidad sea principalmente la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional, coadyuvando así con las políticas ambientales del Gobierno de la República; para lo cual es indispensable asignarle los recursos correspondientes, a fin de posibilitar su creación y funcionamiento.

Por lo tanto, la Corporación Salvadoreña de Turismo, como una entidad autónoma de derecho público, tiene como

---

<sup>4</sup> Ley De La Corporación Salvadoreña De Turismo, Año: 1996, Decreto n° 779, Fecha de última modificación: 22/08/2012

finalidad el desarrollo del sector turismo a través de la promoción de los atractivos turísticos del país, llevar el Registro Nacional de Turismo y fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales.

#### **6.5 DIVISIÓN POLICÍA DE TURISMO (POLITUR)**

En el año 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico para posteriormente conformarse como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo en el año 2002. A finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado entre PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha.

La Policía de Turismo, es una División de La Policía Nacional Civil de El Salvador, que ha sido creada y especializada para asistir a la ciudadanía en materia de Seguridad Turística.

#### **MISIÓN**

“La Policía Nacional Civil, a través de su División especializada en Turismo (POLITUR), deberá brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas; así como la protección del patrimonio cultural y turístico de El Salvador”.

#### **VISIÓN**

“Ser una División Policial especializada en materia de Seguridad Turística, coadyuvando a la prevención del delito garantizando la excelencia en el servicio al turista; contribuyendo así a elevar la imagen y cultura de El Salvador, como destino turístico a nivel internacional”.



El objetivo general que persigue la institución es garantizar la seguridad, apoyo y orientación al turista, protegiendo el patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

Entre los servicios que brinda la Policía de Turismo se encuentran escoltas a turistas, asistencia a guías turísticos locales, inducción turística en centros educativos, capacitación en seguridad turística, seguridad en eventos turísticos nacionales y seguridad en circuitos turísticos.

POLITUR cuenta con equipo logístico para brindar un servicio de calidad como, motos acuáticas, cuatrimotos, lanchas de navegación, equipo rapel y montañismo, equipo de motociclismo y ciclismo, equipo de buceo, equipo automotor con piñón de montaña y equipo para acampar. La institución está integrada por más de 400 miembros altamente capacitados en buceo en aguas abiertas, rescate acuático, montañismo, idioma inglés, guías turísticos locales, patrimonio cultural, geografía de El Salvador, primeros auxilios, entre otros.

## **B. MODELOS TURÍSTICOS**

### **1. GENERALIDADES DE UN MODELO**

Uno de los elementos básicos del enfoque sistémico es la resolución de problemas, por lo tanto, el diseño de modelos es considerado por este enfoque como una alternativa metodológica para el análisis, explicación e intervención en la realidad social.

El término modelo cuenta con una amplia gama de usos en la ciencia, y puede referirse desde una maqueta hasta un conjunto de ideas abstractas.

Según Peter AchinStern, el modelo es una abstracción de los diversos componentes de un objeto o sistema y posee una estructura interna que le otorga un conjunto de propiedades y

las cuales pueden ser modificadas y/o ampliadas según los fines que se establecen.

Existen otros autores, como Wilson, que señala al modelo como representaciones de la realidad o bien como un instrumento que verifica las teorías en cuanto a que pueden utilizarse con fines de explicación, predicción, cálculo, sistematización, derivación de leyes, etc. Un modelo es la interpretación explícita de lo que uno entiende de una situación, o tan solo de las ideas de uno acerca de una situación. Puede ser descriptivo o ilustrativo, pero, sobre todo, debe ser útil.<sup>5</sup>

## **2. CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS TEÓRICOS**

El autor Peter Achinstein, establece cuatro características fundamentales de los modelos teóricos:

- Un modelo teórico es un conjunto de supuestos acerca de un objeto o sistema
- Describe un tipo de objeto o sistema atribuyéndole lo que podría llamarse una estructura interna, una composición o un mecanismo que explicará, al tomarlo como referencia, diversas propiedades de ese objeto o sistema
- Un modelo teórico se considera como una aproximación útil para ciertos propósitos. El valor de un modelo determinado puede juzgarse desde dos puntos de vista diferentes aunque relacionados: cuán bien sirve a los fines para los que se emplea, y cuán completa y exacta es la representación que propone.
- Es frecuente que un modelo teórico se formule, desarrolle y hasta llegue a denominarse con base en una analogía entre el objeto o sistema descrito por él y algún otro objeto o sistema diferente.

---

<sup>5</sup> Galeana de la O, SilviA. Promoción Social, Una Opción Metodológica, Primera Edición: enero de 1999. Escuela Nacional de Trabajo Social, UNAM.

### **3. MODELOS TEÓRICOS APLICADOS AL TURISMO**

#### **3.1 MODELOS CON ENFOQUE ESPACIAL**

Se puede definir esta categoría de modelos como aquellos cuyos principales elementos constitutivos son de carácter espacial. Buena parte de estos modelos concentran su atención en la relación existente entre dos unidades geográficas que son origen y destino.

##### **3.1.1 MODELO DE MARIOT**

Este modelo se centra en la interrelación origen-destino. El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para desplazarse. En el modelo de Mariot existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa. Las rutas de acceso y de regreso son aquellas vías sin atractivo que se utilizan solo para el desplazamiento. Por lo general las rutas utilizadas de arribo son las mismas que para el regreso. La ruta recreativa es aquella que presenta atractivos que forman parte la experiencia del turista y contribuyen directamente a satisfacer sus deseos. Asimismo, el modelo propone la posibilidad de combinar las vías de acceso y de regreso con las recreativas. (Ver Anexo 3, Figura 1)

##### **3.1.2 MODELO DE PALHARES**

Se enfoca también en la interrelación entre origen y destino. En comparación con el modelo de Mariot desarrolla mejor las posibilidades de diferentes destinos. El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.

El Modelo de Palhares también destaca la cantidad de desplazamientos que pueden ser realizados por los turistas. Son representados los flujos entre origen, destino primario y destinos secundarios, además de los realizados en el interior de cada destino turístico indicados por las flechas en forma de eclipse. (Ver Anexo 3, Figura 2)

### **3.1.3 MODELO DE LULDGREN**

Presenta de manera distinta los diferentes destinos posibles. En vez de diferenciarlos como primarios o secundarios, el autor utiliza tres criterios para su clasificación. Considera, en principio, que las localidades pueden emitir y recibir turistas al mismo tiempo y analiza la relación entre el volumen de turistas en cada sentido. Luego considera la cuestión de la centralidad geográfica, jerarquizando las localidades según su papel dentro del contexto regional. Finalmente tiene en cuenta los atributos del lugar.

En base a estos criterios surgen cuatro tipos de destinos turísticos:

- Destinos metropolitanos: localización central, muy poblada, con grandes flujos turísticos emisivos y receptiva conectada con redes de transporte internacional y transcontinental.
- Destinos Urbanos Periféricos: menor importancia en la centralización regional, población mediana y mayor tendencia para recibir que para emitir turistas.
- Destinos rurales periféricos: Dependencia de centros regionales, pequeña población, atributos paisajísticos considerables, pequeña emisión de turistas y recepción posiblemente significativa.

- Destinos de ambiente natural: totalmente dependiente de los centros regionales, población no significativa, gran distancia de las áreas generadoras, emisión prácticamente nula y recepción posiblemente considerable.

#### **3.1.4 MODELO DE LEIPER**

El autor presenta dos diagramas teóricos para representar al turismo. El Primero, identificado como elementos geográficos del turismo, representa el origen, el destino y las rutas de tránsito.

Con este diagrama Leiper agrega algunos conceptos. El resultado es un modelo fundamentalmente espacial pero con presencia de otras categorías de elementos. En este modelo denominado sistema de turismo hay tres aspectos básicos:

- Turistas: Son los actores del sistema. Los turistas parten de su lugar de residencia, viajan al destino en el cual permanecen durante cierto tiempo y luego regresan al lugar de origen.
- Elementos Geográficos: El espacio emisor de visitantes que constituye la localidad de residencia habitual donde se generan recursos a ser gastados por el turismo, se busca información u se hacen reservas. El espacio receptor es la razón de existencia del turismo, motiva los desplazamientos y recibe los principales efectos de la actividad. El espacio de tránsito comprende todas las localidades por las cuales los turistas pasan hasta llegar al destino.
- Industria Turísticas: Es el grupo de empresas y organizaciones involucradas en la oferta del producto turístico. Está representada en las tres regiones geográficas pero no en todo el espacio por

lo cual siempre hay posibilidades de utilizar recursos que no están específicamente volcados a la atención de los turistas.

El modelo de Leiper permite la localización de varios sectores del turismo, distinguiéndolos como pertenecientes mayoritariamente al origen, al destino o al espacio de tránsito. (Ver Anexo 3, figura 3)

### **3.2 MODELO CON ENFOQUE SISTÉMICO**

Se consideran modelos sistémicos a aquellos que buscan expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo.

#### **3.2.1 MODELO DE INSKEEP**

Describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el status de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes. (Ver Anexo 3, Figura 4)

#### **3.2.2 MODELO DE MOSCARDO**

Presenta interrelaciones más detalladas, colocando los elementos en una secuencia lógica y describiendo al turismo como un proceso circular. Cada elemento pasa a ocupar una posición específica dentro del sistema relacionándose directamente sólo con los elementos que le son pertinentes.

El modelo de Moscardo entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino. Éstos a la vez, retroalimentan el sistema por medio de las variables de *marketing*, influyendo directamente sobre los turistas. (Ver Anexo 3, Figura 5)

### **3.2.3 MODELO DE ENFOQUE ESTRUCTURAL DE HALL**

El modelo propuesto por Hall también presenta interrelaciones más detalladas. El centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos. (Ver Anexo 3, Figura 6)

### **3.2.4 MODELO DE BENI**

El autor propone un complejo Sistema de Turismo (SISTUR) que tiene por objeto organizar el plan de estudios de la actividad turística considerando la necesidad demostrada desde hace tiempo en las obras teóricas e investigaciones publicadas en diversos países, de fundamentar las hipótesis de trabajo, justificar posturas y principios científicos, perfeccionar y estandarizar conceptos y definiciones, y consolidar conductas de investigación para instrumentar análisis y ampliar la investigación con el consecuente desarrollo de nuevas áreas del conocimiento.

El SISTUR considera diversos objetivos específicos y el primero es muy importante ya que busca identificar características y clasificar los factores que determinan los motivos de viaje y la

elección de las áreas de destino turístico-recreativas. Es importante destacar que la declaración de los objetivos del modelo es una de las ventajas del trabajo de Beni en relación a los demás modelos estructurales citados.

El modelo de Beni selecciona los elementos del sistema turístico de manera bastante adecuada, evitando lagunas y superposiciones presentes en los modelos anteriormente citados. Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales.

El ambiente del SISTUR está presente en el conjunto de las relaciones ambientales. Cada subsistema de ese conjunto como sistema aislado de su concepción mayor está fuera del sistema. Al mismo tiempo, los subsistemas como antecedentes y controladores influyen al fenómeno turístico y se encuentran dentro del sistema.

La descripción del SISTUR es detallada y se destacan particularmente las características de cada uno de los elementos. Para el autor los operadores son dispositivos que expresan las variables, los indicadores, los índices y otros datos relacionados con los componentes del SISTUR. (Ver Anexo 3, Figura 7)



## **C. PUEBLOS VIVOS**

La economía nacional del país en gran parte se realiza por la fuerza de trabajo que brindan sus habitantes, a través de los distintos sectores laborales que se desarrollan. El Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR) retoma como componente fundamental esta aseveración para una estrategia transversal que funcione como un complejo que determine el ritmo de cambio y desarrollo, junto con la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

### **1. GENERALIDADES**

PUEBLOS VIVOS, nace en el año 2009 bajo la convicción que nuestros pueblos son los protagonistas del desarrollo económico del país, garantizando el funcionamiento integral y permanente de cada municipio, mediante la puesta en valor turístico de su historia, gastronomía e identidad cultural. Todo esto, con el fin de dar a conocer una oferta turística de calidad, propiciando así el fortalecimiento de la Micro pequeña y mediana empresa (MIPYMES) como parte de la proyección económica local, los servicios, la satisfacción y oferta turística.

### **2. DEFINICIÓN**

Pueblos Vivos es el conjunto de municipios de El Salvador que forman parte del programa creado por CORSATUR, los cuales manifiestan sus costumbres, tradiciones y atractivos turísticos, como ventaja competitiva para el desarrollo del mismo, razón por la cual son considerados como un destino turístico a nivel nacional e internacional. (Ver anexo 4, cuadro 1 y 2)

### **3. PROGRAMA DE PUEBLOS VIVOS**

El programa ha sido desarrollado por el Ministerio de Turismo (MITUR) en el área de Gerencia Territorial, está inspirado en

un objetivo mercadológico de fomentar el turismo interno con una estrategia de adentro hacia fuera, fortaleciendo así polos de desarrollo turístico y dinamizando regiones multidestinos que ofrezcan al turista: Innovación, Calidad y Amabilidad.

De tal manera que cada municipio inscrito como Pueblo Vivo se involucren con el turismo y encuentren una ventana para la promoción y comercialización de su oferta de productos y servicios turísticos.

El programa de Pueblos Vivos es la base de todo el turismo nacional que busca principalmente que los municipios se empoderen y conozcan del turismo como fuente para el desarrollo económico. Cada municipio tiene su potencial, sus recursos y pueden crearse festivales que se pueden promover y aumentar su atractivo como pueblo.

Entre sus beneficios está rescatar la identidad de los pueblos, que desarrollen una mejor organización, y que se conozcan como un pueblo con potencial y sensibilizar a la población a conocer su propio país.

#### **4. CARACTERÍSTICAS DE LOS PUEBLOS VIVOS**

Dentro de las particularidades que posee un pueblo denominado vivo están:

- Debe de poseer un comité de desarrollo turístico, mantener su infraestructura en buenas condiciones, organización de sus actividades y tener una ventaja competitiva.
- Compromiso de la Alcaldía Municipal de entregar la carta de inscripción al programa al Ministerio de Turismo en el período de tiempo establecido.

- Participación del pueblo a las ferias organizadas por CORSATUR y la promoción de las actividades internas de su municipio.

#### **D. MICRO REGIÓN EL BÁLSAMO**

La Micro Región El Bálsamo abarca varios municipios del departamento de La Libertad y está conformada por los municipios de: Sacacoyo, Tepecoyo, Jayaque, Talnique. (Ver anexo 5 figura 1.)

##### **1. GENERALIDADES**

La extensión territorial de la Micro Región El Bálsamo es de 163.61 km<sup>2</sup>. Cuenta con recursos naturales de gran potencial ecológico, cultural e histórico, potenciales recursos económicos que mediante una visión estratégica integral puede ser aprovechado y potencializados por la inversión privada entre otros recursos locales.

La población total de Micro Región es de 45.933 habitantes de los cuales 48.8% son hombres y el 51.2% son mujeres. Con relación a la ubicación territorial el 65.2% de la población es urbana y el 34.8 % es rural<sup>6</sup>

##### **MISION**

Impulsar un desarrollo integral y auto sostenible para que la Micro Región El Bálsamo cuya finalidad es procurar la armonía social, sobre la base de fortalecer la gestión y conservación, actuando con transparencia y participación ciudadana<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> <http://www.cortedecuentas.gob.sv/archivo/blah/INFORME%20CONSULTORES%20CODEIN.pdf>

<sup>7</sup> [www.mrelbalsamo.com](http://www.mrelbalsamo.com)

## **VISION**

“Que los municipio de la Micro Región El Bálsamo sean ordenados, limpios y seguros, dotados de todos los servicios básicos, con una buena plataforma para incentivar el turismo y la producción agrícola, con una buena conectividad intermunicipal, que ofrezca a sus habitantes oportunidades de desarrollo integral con un tejido social e institucional articulado a los procesos de gestión del territorio y sus recursos de manera sostenible.”<sup>8</sup>

## **2. MUNICIPIOS**

### **2.1 JAYAQUE**

#### **2.1.1 ANTECEDENTES**

El municipio de Jayaque fue fundado por ley constitucional el 12 de Junio de 1824 como parte del departamento de San Salvador, para el año 1906 por Decreto Legislativo de se elevó al rango de Villa el antiguo pueblo de Jayaque y como Ciudad de Jayaque el 4 de mayo de 1926.

Su nombre significa “Cerro de los Enmascarados” o “Cerro de las Máscaras”<sup>9</sup>.

#### **2.1.2 DATOS GENERALES**

El municipio de Jayaque, es uno de los 22 municipios que forman parte del departamento de La Libertad, posee una extensión territorial de 47.5 km<sup>2</sup> en la zona Paracentral de El Salvador C.A., se encuentra a 42 km de San Salvador y situada a 980 metros sobre el nivel del mar (msnm).

El municipio en lo político administrativo se encuentra dividido en 6 barrios en la zona urbana y

---

<sup>8</sup> [www.mrelbalsamo.com](http://www.mrelbalsamo.com)

<sup>9</sup> <http://www.mrelbalsamo.com/municipios.html>

5 cantones en la zona rural que son los siguientes.  
(Ver anexo 6 cuadro 1)

El municipio de Jayaque tiene una población de 11,058 habitantes, donde 5,649 son mujeres y 5,409 son hombres que se encuentran tanto en la zona rural como urbana. (Ver anexo 7: cuadro 2, figura 2)

El municipio de Jayaque se encuentra rodeado de belleza natural, que contienen las aguas de sus principales ríos: El Talnique, El Shutía, Apalata, Chantecuanes, El chagüite, San Cristóbal y El Cashal. Así mismo se unen pequeñas quebradas como: Seca del Macho, La Posa del Loro y Los Taletates.

Su clima es fresco agradable y pertenece al tipo de tierra caliente, tierra templada y fría, el monto pluvial oscila entre 1800 y 2200 mm. Su flora está constituida por un bosque húmedo subtropical de árboles los más notables son: el café, pepeto, madre cacao, nance, roble, laurel, eucalipto y pino.

Las fiestas patronales son celebradas el 19 de enero en honor a San Sebastián, y el 25 de Julio celebran el día de San Cristóbal como patrono de Jayaque, donde se realizan diversas actividades y donde se celebra el popular "Topa de los Cumpas".

## **2.2 SACACOYO**

### **2.2.1 ANTECEDENTES**

El municipio de Sacacoyo fue fundado en la época precolombina y fue habitado por tribus yanquis o pipiles. Para los años 1835 y 1842 se le da el nombre de Coyito o Collito para diferenciarlo del municipio de Tepecoyo. El 11 de mayo de 1907 Sacacoyo restituye el título de pueblo y para el 2005 se le otorga el título de villa por decreto legislativo.

El nombre de Sacacoyo significa "En el camino de zacates y coyoles" en idioma nahuatl.

### **2.2.2 DATOS GENERALES**

El municipio de Sacacoyo del departamento de La Libertad, posee una extensión territorial de 25.2 km<sup>2</sup>, se encuentra a 670 metros sobre el nivel del mar (msnm). Limita al norte con el municipio de Ciudad Arce, al sur con el municipio de Jayaque y el municipio de Tepecoyo; al este con el municipio de Colón y al oeste con el municipio de Armenia (Sonsonate). (Ver anexo 8, figura 3).

El municipio según su división política administrativa se encuentra conformado por 3 barrios en la zona urbana y en 3 cantones en la zona rural. (Ver anexo 9, cuadro 3)

Sacacoyo tiene una población de 12,299 habitantes, donde 6,325 son mujeres y hombres son 5,974 habitantes tanto de la zona urbana y rural. (Ver anexo 10 cuadro 4 y figura 4).

El municipio se rodea por 5 ríos que son: El Ateos, Shutía, Talnique, Chuchucato y el Frio. Y sus quebradas como: Las Peñitas, Ticuma, Los Encuentros, La Quebradona y Buena Vista. Su clima es tropical cálido, pertenece a tierra caliente. La flora está formada por bosques húmedos subtropical fresco. La especie de árboles más notables son: conaste, cedro y el palo blanco.

Dentro de los festejos y costumbres en el municipio se encuentra "El día de la lavada" se celebra el 15

de octubre y consiste en ir al lugar llamado "Los Tanques" a lavar la ropa de San Simón Apóstol el patrono de pueblo y la de todos los santos. Las personas sin distinción de clase sociales manifiestan que el agua que resulta luego de la lavada es bendita de la cual se van a recibir muchas bendiciones durante todo el año. Para el 28 de octubre se celebran las fiestas patronales en honor al patrono San Simón Apóstol.

## **2.3 TALNIQUE**

### **2.3.1 ANTECEDENTES**

El municipio de Talnique del departamento de La Libertad, tiene origen precolombino, para el año 1786 pertenecía al partido de Opico. Desde 1824 hasta 1835 fue parte del departamento de San Salvador, luego aparecería como parte del departamento de Cuscatlán de 1835 a 1842, siendo este último año nuevamente parte de San Salvador y finalmente para el año 1865 pertenece oficialmente al departamento de La Libertad.

El nombre Talnique significa "Cerro de los talnetes" o "Lugar de las avispas de la tierra".

### **2.3.2 DATOS GENERALES**

El municipio de Talnique del departamento de La Libertad, posee una extensión territorial de 29.72 km<sup>2</sup> y se encuentra a 970 metros sobre el nivel del mar (msnm) sus puntos límites son: al norte por Colón y Nueva San Salvador; al este por Comasagua, al sur por Tamanique y al oeste por Jayaque. (Ver anexo 5 figura 1)

La división política se encuentra formada por 6 cantones como zona rural y la zona urbana por dos barrios. (Ver anexo 11, cuadro 5)

La población de Talnique es de 8,254 habitantes, de las cuales 4,186 son mujeres y 4,068 son hombres tanto de la zona urbana como zona rural. (Ver anexo 11, cuadro 6 y figura 5).

Entre sus atractivos naturales encontramos la poza El Zapotón, Peceras y poza Las Colmenas. Además de sus miradores y fincas a su alrededor.

El municipio celebra sus fiestas patronales en honor al patrono San Luis Rey de Francia, los días del 22 al 25 de Agosto.

## **2.4 TEPECOYO**

### **2.4.1 ANTECEDENTES<sup>10</sup>**

El municipio de Tepecoyo del departamento de la Libertad, fue fundado en época precolombina, para el año 1876 ingresa al partido de Opico y recibe el título de villa al pueblo de Tepecoyo el 10 de marzo de 1874.

Su nombre significa "En el camino de coyoles y cerros"

### **2.4.2 DATOS GENERALES**

El municipio de Tepecoyo tiene una extensión territorial de 61.14 km<sup>2</sup>, limita al norte con el municipio de Sacacoyo y Armenia (Sonsonate), al este por Jayaque, al sur con Teotepeque y al oeste con Santa Isabel Ishuatan y San Julian ambos de departamento de Sonsonate. Tepecoyo está situado a 785 metros sobre el nivel del mar (msnm). Según su división política administrativa el municipio cuenta

---

<sup>10</sup> <http://www.alcaldiatepecoyo.gob.sv/turismo.html>



con 4 barrios en la zona urbana y 10 cantones en la zona rural. (Ver anexo 12, figura 6 y cuadro 7).

La población del municipio de Tepecoyo es de 14,322 de las cuales 7,337 son mujeres y 6,985 de hombres tanto en la zona rural como zona urbana. (Ver anexo 13, cuadro 8 y figura 7).

Tepecoyo se encuentra rodeado de recursos naturales, que contienen las aguas de los ríos: El Cedro, Acachapa, Apancoyo, Shutía, Talpunca, Tierra Colorada, Los Laureles. Además cuenta con quebradas como: El limón, Los Doce Palos, De la lava, La trine, El Gaumo, De Minas etc.

El patrono de Tepecoyo es San Esteban sus fiestas patronales se celebran del 01 al 06 de enero con diferentes actividades en las que se incorporan alboradas, música, rezos y reparto de horchata y pan, café con tamales o diferentes refrigerios.

## CAPITULO II

### "DIAGNÓSTICO DEL TURISMO NOCTURNO EN LOS PUEBLOS VIVOS DE LA MICRO REGIÓN EL BALSAMO"

#### I. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

##### A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

###### 1. OBJETIVO GENERAL

Formular un diagnóstico del Turismo Nocturno en los pueblos vivos de la Micro Región El Bálsamo orientado a identificar los elementos para el diseño de un modelo turístico.

###### 2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Identificar el nivel de organización de las diferentes unidades en el proceso de planeación y ejecución de las actividades turísticas nocturnas.
- Determinar los gustos y preferencias de los turistas que visitan la Micro Región El Bálsamo.
- Identificar el grado de conocimiento, percepción e interés de las personas acerca del Turismo Nocturno
- Determinar la demanda y oferta turística en los pueblos vivos de la Micro Región El Bálsamo.
- Conocer las variables mercadológicas de mayor influencia en el Turismo Nocturno.

## **B. METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN**

### **1. METODO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación se basó en el Método Científico a fin de observar, describir, explicar y predecir el problema de investigación valiéndose de los instrumentos y técnicas necesarias.

- **Método Inductivo**

El método inductivo se aplicó mediante técnicas de muestreo, donde se estudió el comportamiento de turistas potenciales y actuales, así como organización y desarrollo sobre particularidades de la actividad turística a fin de describir la generalidad del turismo nocturno.

- **Método Analítico**

Se aplicó mediante la subdivisión de unidades de análisis mercadológicas tales como: gustos y preferencias, promoción, oferta turística, demanda turística, organización, la satisfacción del cliente, y las opiniones y sugerencias de los turistas.

### **2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación utilizado fue el descriptivo, se observaron y entrevistaron los sujetos de estudio de los diferentes fenómenos mercadológico del turismo nocturno a fin de expresar y describir el comportamiento de los turistas potenciales y actuales.

### **3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación fue el no experimental, el cual consistió en observar, entrevistar y cuestionar el desarrollo del comportamiento del turismo nocturno sin influir o condicionar la ejecución de las actividades.

#### **4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Para la ejecución de la investigación fueron utilizados las siguientes técnicas e instrumentos:

##### **4.1 LA ENCUESTA**

La encuesta fue diseñada forma sencilla y clara con el objeto de conocer las generalidades de los turistas, información relacionada con gustos y preferencias, conocimiento acerca del turismo nocturno entre otros.

##### **4.1.1 SUJETOS DE ESTUDIO**

- **TURISTAS ACTUALES**

Son personas que ya experimentaron el turismo nocturno que brindan los pueblos vivos de El Salvador. El instrumento utilizado para el grupo de turistas actuales fue el cuestionario, en el cual se buscó obtener información como: forma por la cual se enteró sobre las actividades de turismo nocturno, con qué objetivo las realiza entre otras (Ver Anexo N°14)

- **TURISTAS POTENCIALES.**

Son todas aquellas personas que tienen la factibilidad de participar en las actividades de turismo nocturno, y que residan en la zona de influencia de la Micro Región el Bálsamo. El instrumento de recolección de información utilizado fue el cuestionario, el cual permitió conocer información relevante como: género, edad, municipio de residencia, gusto por realizar turismo nocturno entre otros. (Ver anexo N°15)

## **4.2 LA ENTREVISTA**

La entrevista tiene por objeto conocer de forma amplia y de manera directa la experiencia en la ejecución de las actividades de turismo nocturno en cada municipio de la Micro Región El Bálsamo, además conocer las perspectivas de mejora, puntos de vista tomados en cuenta al momento de ejecutar cada actividad turística.

### **4.2.1 SUJETO DE ESTUDIO.**

- **COMITES DE TURISMOS**

Miembros de la comunidad que representan al municipio en las actividades relacionadas a la planeación, organización y logística del turismo.

Se entrevistó a un representante del comité de turismo de cada municipio con el objeto de conocer las experiencias y perspectivas obtenidas con el desarrollo de las actividades, para el cual se utilizó la guía de entrevista (Ver Anexo N°16).

## **4.3 LA OBSERVACIÓN**

Técnica mediante la cual se obtuvo información relevante difícil de obtener a través de las otras técnicas mencionadas, tales como: reacciones y emociones de los turistas y organizadores, seguridad, aseo/ornato y todo el desarrollo de las actividades ejecutadas.

Dentro de los principales instrumentos que se utilizaron en el desarrollo de esta técnica están los siguientes: libreta de anotaciones, cámara fotográfica, cámara de video. (Ver Anexo N°17).

## **5. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

### **5.1 FUENTE PRIMARIA**

Están constituidas por los resultados obtenidos en la investigación de campo, relacionado con cada uno de los instrumentos de recolección de información que se utilizaron en la investigación (cuestionarios, guía de entrevista y guía de observación).

### **5.2 FUENTE SECUNDARIA**

La recopilación de la información secundaria se obtuvo a través de fuentes bibliográfica, proveniente de: libros, tesis, revistas, sitios web, entre otros. De igual manera se hizo uso de fuentes externas, tales como: Ministerio de Turismo (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Policía de Turismo (POLITUR), y las Alcaldía Municipales de la Micro Región.

## **6. DETERMINACION DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **6.1 POBLACIÓN**

Para efectos de la investigación de campo se utilizaron dos poblaciones que se detallan a continuación:

#### **POBLACIÓN 1.**

Está conformada por los turistas actuales del proyecto, según registros estadísticos tomados de la base de datos de la Policía de Turismo (POLITUR) del año 2012, los turistas que han participado son 20,956 durante los 29 viajes realizados en este periodo. (VER ANEXO N°18 AL 21)

#### **POBLACIÓN 2.**

Se consideró el área de influencia a la Micro Región El Bálsamo, las familias de turistas potenciales a asistir son los residentes de los municipios de San Salvador, Soyapango, Mejicanos, Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán y La

Libertad por ser próximos a la Micro Región y a la sede de Policía de Turismo por ser el punto de partida hacia los diferentes recorridos. De acuerdo a la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), en el último censo de población y vivienda del año 2007, la población total de los municipios es de 177,969 familias, las cuales fueron la población a investigar. (VER ANEXO N°22)

## 6.2 MUESTRA

Para el cálculo de la muestra, se empleó el Muestreo Aleatorio Simple (MAS), debido a que todos los sujetos tuvieron la misma probabilidad de ser encuestados; se aplicó la siguiente fórmula de población finita para determinar el tamaño muestral:

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

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

N = Población

E = Error permisible

### MUESTRA 1.

Para la determinación de la muestra de la población 1 los Turistas actuales del proyecto, tomamos N= 20,956 personas que asistieron durante el año 2012 a los viajes de turismo nocturno, para la probabilidad de éxito y fracaso un 0.5 (p= 0.5 y q= 0.5), el error permisible con un 7 % (E= 0.07) y el nivel de confianza del 93 % siendo

$Z = 1.81$ , con los datos anteriores y a través de la fórmula de Muestreo Aleatorio Simple se calculó el número de encuestas destinadas a los turistas actuales del proyecto:

$$\begin{array}{ll} n = ? & Z = 93\% \text{ (1.81 curva normal)} \\ p = 0.5 & q = 0.5 \\ N = 20,956 & E = 0.07 \end{array}$$

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

$$n = \frac{(1.81)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 20,956}{(0.07)^2(20,956 - 1) + (1.81)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 166 \text{ turistas Nocturnos.}$$

#### MUESTRA 2.

El cálculo de la muestra para la población 2, se tomó como base el censo de población del año 2007, de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) con una población  $N = 177,969$  familias, con un nivel de confianza del 93% siendo  $Z = 1.81$ , en la probabilidad de éxito y fracaso fueron ambas de 0.5 ( $p = 0.5$  y  $q = 0.5$ ), el margen de error permisible que se considero fue de 7 % ( $E = 0.07$ ). Con estos datos a través de la fórmula de Muestreo Aleatorio Simple se determinó el número de turistas potenciales que se encuestaron.



$$\begin{aligned}
 n &= ? & Z &= 93\% \text{ (1.81 curva normal)} \\
 p &= 0.5 & q &= 0.5 \\
 N &= 177,969 & E &= 0.07
 \end{aligned}$$

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

$$n = \frac{(1.81)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 177,969}{(0.07)^2(177,969 - 1) + (1.81)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

*n = 167 familias turistas potenciales.*

### 6.3 ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Estratificación I. Turistas Actuales

La estrategia para la encuesta fue pasar el instrumento de recolección en tres viajes de turismo nocturno, más encuestas online distribuidas de la siguiente manera.

NÚMERO DE VIAJES DE TURISTICO	FECHA	NÚMERO DE ENCUESTAS	PORCENTAJE DE DISTRIBUCION
TRES VIAJES	09 DE OCTUBRE 2013 27 DE OCTUBRE 2013 04 NOVIEMBRE 2013	106	63.86%
ENCUESTAS ONLINE	09 DE OCTUBRE AL 04 DE NOVIEMBRE 2013	60	36.14%
<b>TOTAL</b>		<b>166</b>	<b>100.00%</b>

Estratificación II. Turistas potenciales.

La estrategia que se utilizó para la encuesta fue tomar los departamentos cercanos y con más influencia a la zona geográfica de la micro región El Bálsamo.

DEPARTAMENTOS	NÚMERO DE ENCUESTAS	PORCENTAJE DE DISTRIBUCIÓN
SAN SALVADOR	108	65.1%
LA LIBERTAD	29	17.5%
LA PAZ	12	7.2%
CUSCATLÁN	17	10.2%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

## 7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La investigación reveló datos interesantes en cuanto a la planeación y organización del turismo nocturno de la Micro Región El Bálsamo. Destacando tres unidades de análisis: Se encuestaron a 166 turistas nocturnos, 167 turistas potenciales y entrevistando a representantes de los comités de turismo, con el objeto de determinar la oferta, demanda, promoción, publicidad y otros elementos. A continuación se presenta una síntesis de los resultados relevantes de las unidades de análisis.

### 7.1 ORGANIZACIÓN

Se determinó que para una efectiva organización es necesaria la participación de ciudadanos y microempresarios que cooperaren con la realización de las actividades de cada municipio. Para la planeación de las actividades se recurre a reuniones previas informativas sobre la realización de los eventos.

Para los organizadores del evento la falta de participación de los habitantes es una limitante para el crecimiento del turismo. Además surge una falta de

coordinación entre las personas involucradas. (Ver anexo 23)

- **FINANCIAMIENTO**

El financiamiento que respalda el proyecto proviene de instituciones públicas y privadas: Alcaldías Municipal, Policía de Turismo, Asociación Micro Región El Bálsamo, y alianzas con empresas privadas. Para gastos menores del comité se obtiene una cuota voluntaria por parte de los micros empresarios y personas involucradas. (Ver anexo 23)

## 7.2 OFERTA TURISTICA.

La oferta turística que ofrecen los municipios que integran la micro región el Bálsamo, es un aspecto importante para la afluencia de turistas. Para efectos del estudio se identificaron destinos turísticos y oferta gastronómica, las cuales se detallan a continuación.

- **RUTAS TURISTICAS**

Se identificaron que dentro de los cuatro municipios de la micro región existen rutas turísticas las cuales no están legalmente definidas con un nombre característico. Solamente cuenta con atractivos turísticos que se describen a continuación.

MUNICIPIO DE SACACOYO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Central de Sacacoyo</li> <li>• Iglesia San Simón Apóstol</li> <li>• Parque Turístico La Peña</li> <li>• Finca la Mechuda</li> <li>• Río el Ojushtal</li> <li>• Mirador Pato Pekin</li> </ul>
-----------------------	--

MUNICIPIO DE TEPECOYO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Central de Tepecoyo</li> <li>• Plaza frente a la Iglesia</li> <li>• Parroquia San Esteban</li> <li>• Quinta San Benito</li> <li>• Parque de La Amistad</li> <li>• Río Shutia</li> <li>• Explicación sobre extracción del Bálsamo</li> </ul>
MUNICIPIO DE JAYAQUE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Central de Jayaque</li> <li>• Parroquia San Cristóbal</li> <li>• Panadería San Cristóbal</li> <li>• Museo Xayacatepec</li> <li>• Finca El Carmel</li> <li>• Parque Central de Talnique</li> <li>• Iglesia Parroquial.</li> <li>• Finca Victoria</li> </ul>
MUNICIPIO DE TALNIQUE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro de recreación Monte Betel</li> <li>• Cueva del Diablo</li> <li>• Cueva del Indio</li> <li>• Finca y beneficio Montenegro</li> </ul>

(Ver Anexo n° 23)

- **GASTRONOMÍA**

La oferta gastronómica que ofrecen los municipios de la Micro Región El Bálsamo es variada, dependiendo en alguna medida de la identidad propia del lugar, entre las cuales sobresale en Sacacoyo el Peli Buey y alimentos derivados del maíz y la caña de azúcar.

En el municipio de Tepecoyo destacan el Tepecoyito y la Tepeyuca; Jayaque con platillos derivados del café (Semita de Café), bebidas artesanales como el Chaparro y el Jayaquito.

Talnique explotando el café con diversidad de platillos como: licor de café, flan de café y costillas en salsa de café.

Además en cada municipio se encuentran los platos típicos salvadoreños tales como: pupusas, sopa de gallina india, platillos de carne y bebidas naturales y gaseosas. (Ver Anexo n°24)

- **ARTESANÍAS**

Con la finalidad de que el turista obtenga un recuerdo sobre su visita a los diferentes municipios de la Micro Región, se encuentran artesanías como: llaveros, bolsos, bisutería elaborada con semillas, entre otros. (Ver Anexo n°24)

### 7.3 DEMANDA TURISTICA

La demanda de familias potenciales que les gustaría realizar Turismo Nocturno en el país, está representada por un 75.4% de los encuestados, que lo constituyen 134,188 familias que habitan en la zona de influencia a la Micro Región. **(Ver pregunta n° 4 encuesta turistas potenciales)**

### 7.4 PROMOCIÓN

- **PROMOCIÓN DE VENTA**

La investigación mostró que al cuestionar al turista sobre si encontró algún tipo de promoción en el lugar de destino, el 56.6% manifestó sí haber encontrado una promoción, las cuales están relacionadas con descuentos sobre la compra de productos. **(Ver pregunta n° 14 turistas actuales)**

- **PUBLICIDAD**

Según la investigación un 53.3% de los turistas potenciales conoce el proyecto de turismo nocturno **(Ver pregunta n°3 Turistas Potenciales)**. Se determinó

que la publicidad del turismo en El Salvador se realiza mayormente mediante la televisión e internet con un 59%, y por medio de otra persona 21.2% **(Ver pregunta n°2 Turistas Potenciales)**. Por otra parte el 59.8% de los turistas actuales manifestaron haber visto publicidad por internet (redes sociales) y un 25.7% por medio de otra persona **(Ver pregunta n°3 Turistas Actuales)**.

Acerca de las entidades que promueven el turismo Nocturno un 89.2% conoce de ellas, siendo la más mencionada la Policía de Turismo (POLITUR) con un 51.9%, y el Ministerio de Turismo (MITUR) con un 15.5% **(Ver pregunta n°4 Turistas Actuales)**

#### **7.5 GUSTOS Y PREFERENCIAS**

En la investigación se cuestionaron gustos y preferencias acerca del Turismo Nocturno y el turismo en general. Según los elementos el análisis fue que un 66.67% de turistas potenciales y 85.7% de turistas actuales manifestaron acompañarse de una a cinco personas. **(Ver pregunta n° 6 turistas potenciales) y (Ver pregunta 9 turistas actuales)**

Además se identificó que las personas que acompañan al turista actual y potencial comúnmente son su familiares y amigos con un porcentaje de 66.9% y 90.4% respectivamente **(Ver pregunta n° 10 turistas actuales) y (ver pregunta n° 7 turistas potenciales)**.

Es importante mencionar que de los tipos de turismo que se realizan en El Salvador, un 43.4% califica como muy importante el turismo nocturno, el 40.4% el turismo comunitario **(Ver pregunta n°5 Turistas Actuales)**

Además los turistas consideran importante que el punto de reunión, no debe ser precisamente las oficinas de POLITUR. Al cuestionar sobre el lugar de reunión ante

cada viaje, informaron que deben de considerarse lugares como METROCENTRO, con un porcentaje de 47.8% y CIFCO con 15.9%. **(ver pregunta n° 12 turistas potenciales)**

Cabe destacar que la mayor parte de los turista que han realizado turismo nocturno a través de la Policía de Turismo (POLITUR), se encuentran altamente satisfechos y se lograron cumplir sus expectativas, con un porcentaje de 87.9% **(Ver pregunta 16 turistas actuales)**.

- **ORGANIZACIÓN**

Un 67.4% de los turistas encuestados consideró el elemento organización como parte fundamental al llevar a cabo las actividades de turismo nocturno **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**.

También al cuestionar al turista actual sobre el grado de satisfacción del elemento organización de las actividades de turismo estos reflejan un alto grado de satisfacción con un 42.8% **(Ver pregunta n°12 turistas actuales)**.

Acerca del transporte el 51.6% comentó que es muy importante a la hora de la realización del turismo nocturno **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**. De la misma forma al cuestionar al turista actual sobre el grado de satisfacción de dicho elemento, estos reflejan un alto grado de satisfacción con un 42.8%. **(Ver pregunta n°12 turistas actuales)**

Para un 64.3% una ruta turística es esencial cuando se realizan estas actividades, mientras que un 51.6% de los mismos encuestados consideran el tiempo de la ruta turística como un factor importante **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**.

Por otra parte se identificó que el tipo de actividades que más agradan al turista al momento de realizar un

viaje turístico son las caminatas y la gastronomía con 33.7% y 27.3% respectivamente **(Ver pregunta n° 10 turistas potenciales)**

- **GASTRONOMÍA**

Al evaluar el elemento gastronómico, un 72.2% de los turistas lo considera como un factor determinante para la realización del turismo nocturno. **(Ver pregunta n° 5 turistas potencial)**.

Por otra parte el producto que más consumen los turistas en sus viajes son las comidas típicas del lugar a visitar con un 47.5% **(Ver pregunta n° 8 turistas potenciales)**

También al cuestionar al turista actual sobre el grado de satisfacción del elemento gastronomía del lugar de destino un 42.8%, reflejan un alto grado de satisfacción. **(Ver pregunta n°12 turistas actuales)**

- **PRECIO**

Es importante hacer mención que según datos obtenidos en la investigación, los recursos financieros destinados para el consumo de los productos oscilan entre los valores de \$10.00 a \$30.00, existiendo un promedio de \$15.00 por cada turista ante cada actividad del turismo nocturno. **(Ver pregunta n° 13 turistas actuales)**. También ante la misma interrogante los turistas potenciales reflejaron gastar entre \$10.00 y \$30.00 o más de \$30.00 **(Ver pregunta n° 15 turistas potenciales)**.

De igual forma ante el cuestionamiento sobre la disposición a pagar una cantidad de dinero, el 81.7% dijo estar de acuerdo ante tal pregunta. **(Ver pregunta n° 14 turistas potenciales)** Expresaron estar dispuestos a pagar una cantidad de dinero que oscila entre \$0.05 y



\$5.00 representado por el 29.0% en dicha interrogante  
**(Ver pregunta n° 14 turistas potenciales)**

- **COMPETENCIA**

Es importante mencionar que existen diferentes tipos de turismo en El Salvador, que pueden cumplir las expectativas de satisfacción al turista, cabe destacar que la mayoría de las personas manifestaron tener una inclinación por el turismo de sol y playa con 89.2%, en comparación al turismo nocturno obtuvo un 32.9% **(Ver pregunta n° 1 de turistas potenciales)** y ante la misma interrogante un 78.3% de turistas actuales respalda la afirmación **(Ver pregunta n°2 turista actuales)**

- **SEGURIDAD**

Es importante mencionar que el elemento seguridad en la investigación reveló que el 70% de los encuestados lo consideran como muy importante en el turismo nocturno de El Salvador **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**

También al cuestionar al turista actual sobre el grado de satisfacción del elemento seguridad de las actividades turísticas nocturnas, estos reflejan un alto grado de satisfacción con un 68.7% que lo confirman. **(Ver pregunta n°12 turistas actuales)**

- **HORARIO**

Según la investigación el 74.6% consideran la hora de salida y regreso, factores importantes que no deben ser descuidados al momento de realizar las actividades de turismo nocturno. **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**.

De la misma manera al preguntar al turista actual sobre la hora de salida y regreso de las actividades turísticas nocturnas, un 77.1% refleja un alto grado de

satisfacción en cuanto a la hora en que son realizadas la actividades. **(Ver pregunta n°12 turistas actuales)**

- **ASEO Y ORNATO**

Un 78.5% manifestó que el destino turístico a visitar debe mantener labores de limpieza antes de recibir al turista **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**.

También al cuestionar al turista actual sobre el grado de satisfacción del elemento limpieza del lugar de destino, un 36.7% reflejan un alto grado de satisfacción. **(Ver pregunta n°12 turistas actuales)**

- **FRECUENCIA**

Se determinó que los turistas salvadoreños encuestados frecuentan anualmente los tipos de turismo de una a tres veces, reflejando un mayor grado de participación con el 53% el turismo arqueológico, 45.2% turismo de volcanes/montañas, 44.6% sol y playa, y un 38% el turismo nocturno **(Ver pregunta n° 5 turistas potenciales)**.

Además los turistas potenciales manifestaron realizar actividades turísticas una vez al mes o en días festivos con un 31% y 38.1% respectivamente.

Así mismo se identificó que los municipio más preferidos a través del turismo nocturno son Huizucar y Jayaque con un 66.9% y 56% respectivamente, ambos del departamento de la Libertad **(Ver pregunta N°8 turistas actuales)**

También al cuestionar a los turistas potenciales sobre los municipios que le gustaría visitar a través del turismo nocturno, obtuvieron el mayor interés los municipios de San Vicente, Jayaque y San Sebastián con porcentajes de participación de 13.2%, 13% y 11.6%

respectivamente **(ver pregunta n° 11 turistas potenciales)**

#### **7.6 OPINIONES Y SUGERENCIAS**

Entre las opiniones significativas de los turistas acerca del porque no le interesa realizar turismo nocturno en El Salvador se encuentran: la inseguridad, la avanzada edad, por no ser acorde a su personalidad, falta de tiempo y por falta de conocimiento **(Ver pregunta n° 4 turistas potenciales)**.

Mientras que los turistas interesados en el proyecto manifiestan con un 88.1% que las actividades nocturnas tienen un futuro prometedor en el país **(Ver pregunta n°17 de turistas potenciales)**. En relación con lo anterior, los turistas opinan que el fomento del turismo nocturno es bueno en El Salvador con un 47.6% que lo confirman. **(Ver pregunta n°16 de turistas potenciales)**.

Al hacer mención en el turista potencial y actual sobre la recomendación de un Horario de salida y regreso a su conveniencia, el promedio de estos oscila entre 5:00 y 6:00 pm en la hora de salida y entre 9:00 y 11:00 pm en hora de regreso. **(Ver pregunta n°13 turistas potenciales) (Ver pregunta n° 15 turistas actuales)**

Por otra parte el 98.8% de los turistas está dispuesto a recomendar a otras personas asistir a las actividades de turismo nocturno **(Ver pregunta n° 17 turistas actuales)**.

Entre los aspectos que los turistas incluirían en el proyecto se mencionan: incrementar la publicidad, mayor cantidad de autobuses, puntualidad a la hora de salida y regreso, lugares adecuados para comer, entre otras **(Ver pregunta n°18 de turistas actuales)**. Acerca de las

acciones que realizarían para el fomento del turismo nocturno, los turistas potenciales recomendaron: mayor publicidad, mayor seguridad, creación de ferias informativas, variedad de espectáculos entre otras **(Ver pregunta n°18 de turistas potenciales.**

Para los representantes de los comités de turismo, las acciones que consideraron que ayudaran a mejorar el proyecto son: mayor participación de las personas del municipio, concientización en cultura turística, mejorar la logística y contar con transporte interno en el municipio (Ver Anexo N°23).

## II. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DEL TURISMO NOCTURNO EN PUEBLOS VIVOS

### A. ANÁLISIS INTERNO

#### 1. FORTALEZAS

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

- Transporte Gratuito

Las actividades de Turismo Nocturno se realizan brindándoles a los asistentes transporte gratuito de ida y regreso, desde las oficinas de la Policía de turismo hasta el municipio de destino y viceversa.

- Variedad de atractivos

En los distintos municipios que se visitan a través del Turismo Nocturno, existen diversos recorridos que se realizan a través de caminatas hacia los destinos a visitar.

- Apoyo de la Policía de Turismo

La Policía de Turismo realiza las convocatorias a los viajes de Turismo Nocturno teniendo una segura e innegable respuesta positiva por parte de los turistas. Además en todos los viajes está garantizada la presencia de agentes de la Policía de Turismo generando un ambiente seguro al turista.

- Guías Turísticos

Cada municipio a visitar pone a disposición guías turísticos que abordan las unidades de transporte, para compartir durante el recorrido historia del municipio. Además ellos realizan las rutas turísticas visitando los atractivos que posee la zona.

- Turistas leales al proyecto.  
Existen turistas fieles que asisten a las actividades desde sus inicios hasta la fecha.
- Actividad de sano esparcimiento.  
El turismo nocturno es una actividad sana y entretenida para disfrutarla entre familias o amigos.

## **2. DEBILIDADES**

Las debilidades se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.

- Filosofía no definida  
El Turismo Nocturno no cuenta con una misión y visión bien definida y plasmada en documentos que lo ayuden a proyectarse en un futuro.
- Pocas personas involucradas en la organización  
La falta de participación de las personas al momento de planificar estas actividades genera una complejidad en ellas.
- Falta de publicidad  
El medio que más prevalece para promover las actividades, es solamente las redes sociales (Facebook) dejando de lado los demás medios publicitarios.
- Horarios más accesibles  
Los horarios de salida existente no favorecen a las personas que salen tarde de sus trabajos.
- Manejo de disponibilidad de cupos  
En ocasiones los cupos para asistir a los viajes no son suficientes para la demanda que posee en proyecto.

- Las sillas, mesas y basureros insuficientes  
La disponibilidad de mesas, sillas y basureros en algunas ocasiones no llegan a cumplir con la demanda de turistas el día del evento.

## **B. ANÁLISIS EXTERNO**

### **1. OPORTUNIDADES**

Son aquellos factores positivos que se generan en el entorno y que una vez identificados pueden ser aprovechados.

- Demanda turística potencial.  
En la actualidad el proyecto tiene aceptación por parte de los turistas actuales y además genera una demanda potencial en los turistas que aún no asisten a estas actividades.
- Alianzas estratégicas con Instituciones  
El proyecto puede hacer alianzas estratégicas que les permita la reducción de costos en diferentes factores que se involucran en la realización del evento.
- Participación del sector laboral  
Los horarios de las actividades de Turismo Nocturno permiten la oportunidad de participación de personas del sector laboral, que realizan sus labores en turnos diurnos y les es más accesible salir en horas nocturnas.
- Desarrollo de Nuevos productos  
La diversidad de gustos y preferencias de los turistas que participan en el proyecto, brinda la oportunidad de poder desarrollar nuevos productos alimenticios, con el objeto de satisfacer al turista con una mayor diversidad de oferta turística.

- Nuevos servicios turísticos: Transporte interno y recorrido de miradores  
Por poseer una cantidad grande de bellezas naturales que puede apreciar el turista, representa una oportunidad para la explotación de visitas a miradores y para esto la facilidad de integrar un transporte interno que apoye los recorridos.
- Expansión del proyecto a más municipios del país  
Por ser innovador, genera una perspectiva de crecimiento de visitar otros municipios de El Salvador en los que todavía no se conoce del proyecto y así incrementar el turismo interno en el país.
- La era de la tecnología.  
Al hallarse en los años en que la tecnología está en crecimiento, es una herramienta que permitirá el desarrollo del proyecto en el país.

## **2. AMENAZAS**

Son situaciones negativas, externas al proyecto que pueden atentar contra éste.

- La inseguridad a nivel nacional  
Hoy en día la falta de seguridad es un problema que afecta la vida de las personas, debido a que no permite un ambiente donde puedan disfrutar de actividades de esparcimiento en horas nocturnas.
- Los diferentes tipos de turismo como servicio sustituto.  
La variedad de tipos de turismo en el país como servicios sustitutos que ofrecen igual experiencias y diversión al turista.
- La inestabilidad económica en el país.  
La falta de estabilidad económica en las familias salvadoreñas es un inconveniente a la hora que las personas quieran disfrutar de una experiencia turística.



### III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### A. CONCLUSIONES

1. El proyecto de Turismo Nocturno no está fundamentado sobre la base de un modelo teórico.
2. El proyecto no cuenta con una filosofía definida
3. Actualmente, son pocas las personas involucradas en la planeación y organización de las actividades de Turismo Nocturno.
4. El medio de comunicación que predomina para informar y realizar la publicidad de las actividades de Turismo Nocturno es el Internet (Redes sociales).
5. Una pequeña parte de la población manifiesta que no realizaría turismo nocturno, debido a razones como la inseguridad, falta de tiempo y falta de conocimiento del proyecto de Turismo Nocturno.
6. La mayoría de personas que realizan Turismo Nocturno tiene conocimiento de las instituciones que lo promueven y lo apoyan.
7. El Turismo Nocturno con respecto a otros tipos de turismo, obtiene una calificación favorable de acuerdo a su grado de importancia.
8. La frecuencia en la cual los turistas realizan actividades turísticas en el país es una vez al mes y en días festivos.
9. Durante el año, más personas frecuentan otros tipos de turismo, entre una a tres veces anualmente, con respecto al Turismo Nocturno.

10. A través del Turismo Nocturno, los municipios más visitados son Huizucar, Jayaque y Tepecoyo.
11. Los turistas actuales coinciden que la hora de salida y regreso en los viajes de turismo nocturno mayormente se ha realizado de 5:30 pm a 10:00 pm.
12. Los elementos turísticos que poseen mayor importancia para las personas son el transporte, la seguridad, la limpieza del lugar, la gastronomía y la organización de los eventos.
13. En los viajes de turismo nocturno, las personas frecuentan asistir mayormente en grupos de entre dos a cinco personas las cuales son en familia o amigos.
14. Las actividades turísticas que más le agradan a las personas a la hora de asistir a un viaje son las rutas turísticas y la gastronomía.
15. La mayoría de personas acostubran gastar entre \$10 a \$30 dólares o más para realizar sus diferentes compras en los municipios.
16. Poco más de la mitad de turistas suelen encontrar promociones especiales durante sus compras realizadas en los municipios.
17. Las personas consideran que se deben tomar en cuenta varios lugares para puntos de partida de los viajes de turismo nocturno como Metrocentro, CIFCO o cercano y accesible a los hogares de las personas.
18. Los turistas consideran que estarían dispuestos a pagar una cantidad de dinero que apoye la realización de más actividades, estas cantidades van desde \$0.5 a \$10 dólares.

19. La mayoría de personas se encuentra muy satisfecho o satisfecho en cuanto si el turismo nocturno cumplió con sus expectativas, dando lugar así a que dichas actividades tengan un futuro favorable que puede seguirse explotando para contribuir al desarrollo de los municipios.

## **B. RECOMENDACIONES**

1. Diseñar un modelo de Turismo Nocturno de la Micro Región El Bálsamo, que ayude como fundamento para realizar las actividades turísticas nocturnas de la zona.
2. La creación de una filosofía que represente del turismo nocturno y darla a conocer a las personas que intervienen en las actividades.
3. Gestionar más medios de comunicación nacionales para poder incluir al proyecto más turistas de los diferentes municipios del país y de diferentes edades.
4. Diseñar acciones de acercamiento turistas - instituciones para el crecimiento del proyecto de Turismo Nocturno
5. La administración del proyecto de Turismo Nocturno debe diseñar e implementar planes estratégicos que les permita incrementar la importancia de realizar estas actividades en los pueblos de El Salvador.
6. Innovar en nuevas actividades que genere atracción de nuevos turistas para el Turismo Nocturno.
7. Establecer más actividades de Turismo Nocturno para los municipios de Sacacoyo y Talnique.
8. Crear horarios de salida accesible para los diferentes turistas que asisten.

9. Implementar actividades familiares donde se pueda fortalecer el vínculo de la familia o amigos.
10. Ofrecer gran variedad de productos alimenticios para el turista.
11. Se debe hacer énfasis en seguir mejorando cada vez más la calidad de los diferentes productos para aumentar la satisfacción del turista
12. Fomentar la estrategia de ofrecer promociones a los turistas a la hora de la compra.
13. Realizar acciones pertinentes que permitan incrementar la confianza de los turistas potenciales a realizar Turismo Nocturno con seguridad.
14. Crear acciones para reforzar la calidad del transporte, la limpieza del destino y la organización de los eventos del turismo nocturno.
15. Planificar y gestionar actividades de turismo nocturno en días festivos y varias veces al mes.
16. Establecer diferentes lugares que puedan servir de punto de partida hacia los viajes de turismo.
17. Realizar estudios que permitan en futuro una tarifa para asistir a un turismo nocturno.
18. Implementar capacitaciones o charlas a jóvenes universitarios emprendedores para que el turismo pueda desarrollarse a nivel nacional.
19. Se debe elaborar e implementar campañas de concientización acerca de la importancia de la participación de la comunidad en el turismo como una oportunidad de desarrollo.

### CAPITULO III

#### "PROPUESTA DE UN MODELO DE TURISMO NOCTURNO PARA LOS PUEBLOS VIVOS DE LA MICRO REGIÓN EL BÁLSAMO, LA LIBERTAD"

##### A. OBJETIVOS

###### 1. GENERAL

Elaborar un modelo de turismo nocturno que permita integrar las opciones de recreación en la población, de una manera poco convencional en la Micro Región El Bálsamo, departamento de La Libertad.

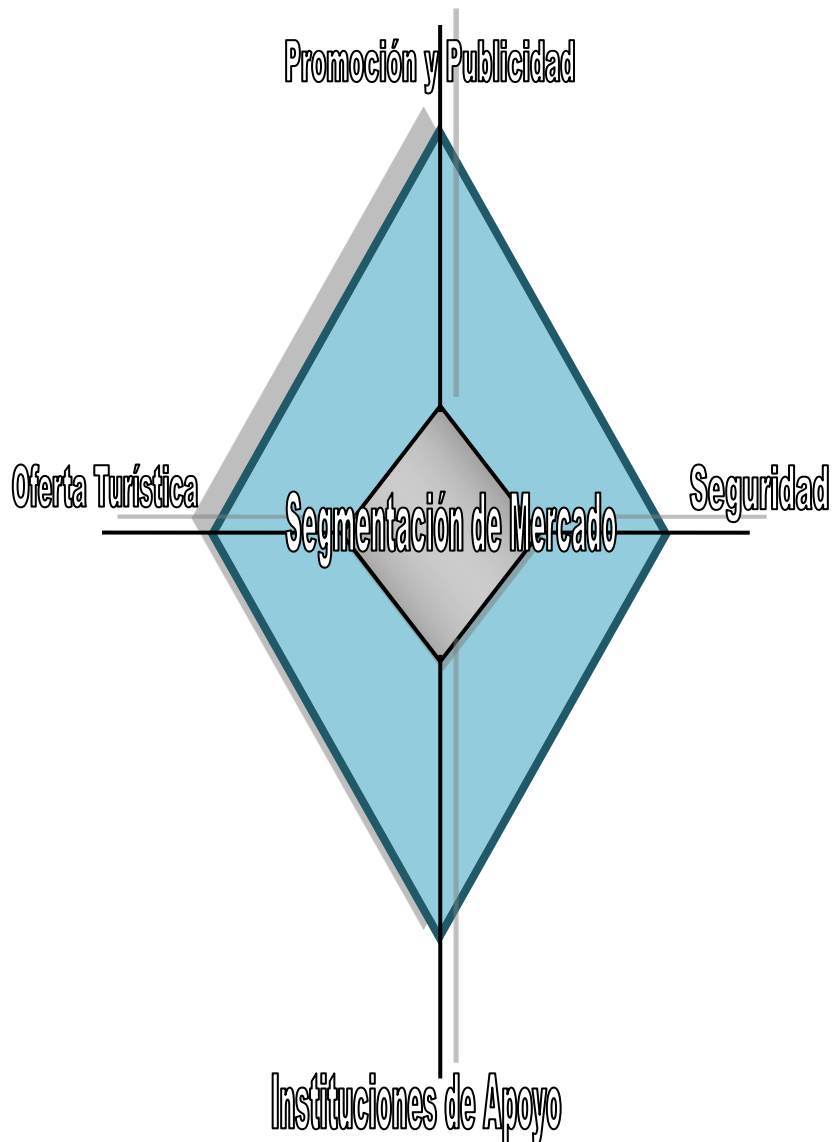
###### 2. ESPECIFICOS

- Esquematizar el Modelo de Turismo Nocturno, de forma tal que permita su integración con el proyecto comunal y de desarrollo de la Micro región El Bálsamo.
- Identificar y describir los elementos claves que integran el concepto de Turismo Nocturno.
- Diseñar una guía metodológica de los componentes y actividades primordiales del Modelo Turístico Nocturno para el desarrollo del proyecto.

## B. MODELO TURÍSTICO NOCTURNO EL BÁLSAMO

A continuación se presenta el diseño de un modelo de turismo nocturno, el cual comprende de forma clara y sencilla cada elemento mercadológico que integran el diseño del turismo nocturno en El Salvador. Dichos elementos han sido planteados de forma estratégica que contribuirán al accionar del desarrollo de la actividad turística.

### MODELO DE TURISMO NOCTURNO EL BÁLSAMO



## 1. DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL MODELO

- **SEGMENTO DE MERCADO**

La identificación del segmento de mercado es el punto de partida o centro del modelo el cual se considera importante para el éxito del turismo nocturno. Bajo este contexto, retomado del autor C.H. Garnica y C. Maubert, en su libro titulado Fundamentos de Marketing, clasifica al mercado en cuatro grandes segmentos: segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual.

Bajo este contexto el mercado turístico está caracterizado por una marcada heterogeneidad entre los diferentes tipos de turistas, lo que implica la existencia de una gran diversidad de necesidades y deseos. Por ello se vuelve necesaria una segmentación efectiva identificando distintos criterios que le permita detectar los diferentes segmentos existentes en el mercado.

Por lo tanto las variables de segmentación identificadas para la aplicación del turismo nocturno son las que se describen a continuación:

- **Demográfica**

La Edad: El proyecto estará dirigido a una parte de la población que deberá asociarse a un determinado rango de edad, por el grado de interés y apreciación de las actividades a realizar.

La Ocupación: Bajo este aspecto, el proyecto se segmentará para aquellas personas que realizan sus actividades productivas en horas diurnas, posibilitando la recreación y esparcimiento nocturno a este tipo de personas.

- **Psicográfica**

El motivo de viaje: Esta variable estará enfocada en el motivo y la preferencia de cada turista para decidir su

asistencia a estas actividades, entre ellos se destacan: Diversión, cultura, conocer lugares nuevos, etc.

- **OFERTA TURISTICA**

Para la satisfacción del turista, es necesaria la consolidación de una oferta turística variada que brinde un conjunto de bienes y servicios, recursos e infraestructura adecuada, acorde a las necesidades del turista, la cual se vuelve indispensable en el éxito del proyecto. Para el modelo será necesario:

- **Gastronomía**

La gastronomía es una de las partes fundamentales de la oferta turística. Se debe planificar previamente entre los microempresarios la cantidad de participantes y la diversidad de productos a ofertar, ubicación y distribución de puestos el día del evento y coordinar detalles en conjunto con los organizadores. Además se debe acordar ofrecer precios y promociones que le brinden opciones al turista al momento de realizar sus compras.

La higiene en la gastronomía debe ser primordial en los productos elaborados y los microempresarios deben cumplir normas sanitarias en el lugar establecido y mantener un equipo debidamente limpio.

Entre la gastronomía a incluir debe encontrarse un producto tradicional que sea característico del municipio.

- **Ruta Turística**

Posterior a las actividades de bienvenida se prosigue a realizar los recorridos turísticos para conocer los atractivos y disfrutar el ambiente nocturno en el pueblo. Se realizan en grupos establecidos previamente y liderados por un guía turístico proporcionado por los



organizadores del evento, además de incluir en los grupos cinco agentes policiales brindados por la Policía de Turismo y la Policía Nacional Civil. Los recorridos durarán aproximadamente entre una hora y una hora treinta minutos para luego retornar al punto de partida. Entre los destinos a visitar deben incluirse una plaza, lugares culturales como iglesia, museo o casa de la cultura y lugares recreativos como miradores o parques.

➤ **Artesanías**

Los productos elaborados por los lugareños que estarán a la venta para los turistas, tendrán precios accesibles y promociones que atraigan a las personas a adquirir su recuerdo del lugar.

Entre estos estarán pulseras, collares, llaveros, camisas y productos que caractericen al municipio visitado.

• **SEGURIDAD**

Para considerar los aspectos de seguridad en el turismo nocturno que requiere El Salvador, es necesario hacer una aproximación al concepto mismo de seguridad, como aspecto que debe garantizar el Estado.

En El Salvador la seguridad es una función pública primaria a cargo del Estado, que tiene su fundamento en los artículos 1 y 2 de la Constitución de la República, según los cuales el país está organizado para la consecución de la justicia, la seguridad jurídica y el bien común. De tal modo la seguridad nacional se define como el grado de garantía que ofrece el estado a sus habitantes, para la consecución y el mantenimiento de los objetivos nacionales.

La seguridad es una de las principales valoraciones de los turistas en la elección de un destino o actividad turística,

que permita percibir que se desplazan en un espacio exento de riesgos. La Organización Mundial de Turismo (OMT) define la seguridad turística como la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.

Por lo tanto para proponer y garantizar un correcto modelo de turismo nocturno en la Micro Región el bálsamo es necesario garantizar los diferentes sub elemento de seguridad que deberá de contener dicho modelo, para el cual se describe cada uno de estos a continuación.

➤ **Seguridad Turística- Policial**

En el turismo nocturno es necesaria la presencia de agentes policiales del destino a visitar, antes y durante las actividades nocturnas que puedan implementar una prevención del crimen en el entorno donde el turista se desenvolverá y mantener el orden adecuado. Para ello se requerirá un compromiso de apoyo a la delegación a cargo según la zona geográfica del destino, para brindar una cantidad de agentes según la relación siguiente: Por cada 15 turistas un agente policial, y así poder brindar la confianza necesaria a los turistas.

Se deberá brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas nacionales y extranjeros a través de agentes policiales turísticos que ofrezcan información al turista que no puede ser perceptible por simple observación, además de establecer una relación de confianza entre turista y agente por medio de una comunicación amigable y respetuosa. El importe de agentes que la policía de turismo debe brindar en una proporción de turista es de una agente por cada 10 turistas durante la actividad nocturna en un destino específico.

Es necesaria la colaboración del cuerpo de agentes municipales como apoyo para el cumplimiento de la limpieza y el orden dentro del destino, lo cual estará a disposición del turista.

➤ **Seguridad Turística - Sanitaria y Médica**

Es indispensable que se garantice al turista la cobertura de servicios oportunos e integrales en relación a la salubridad y a la asistencia médica, en relación a la los alimentos y algún tipo de accidente que se pueda presentar durante el desarrollo del turismo. Para ello se debe contar con entidades que son parte del sistema de salud pública, y las instituciones de voluntariado médico de carácter humanitario, que brinda apoyo en situaciones de emergencia.

➤ **Seguridad Vial y de Transporte**

Para garantizar la movilidad del turista, con seguridad, eficiencia y oportunidad es necesario contar con vías de acceso adecuadas y en perfectas condiciones (iluminadas, debidamente señalizadas y sin obstaculizaciones), que permita un trayecto seguro y confiable.

• **PROMOCIÓN**

La promoción desempeña un papel de comunicación muy amplio que implica informar y persuadir a las turistas acerca del proyecto de Turismo Nocturno.

Los elementos promocionales que se utilizaran para promover el proyecto y que intervendrán en las actividades son:

➤ **Promoción de venta**

Esta estará dirigida a los turistas a través de descuentos en sus compras, ventas al dos por uno y obsequios por la compra de una cantidad específica. Estas promociones se emplearán en productos que se estime conveniente.

➤ **Publicidad**

La publicidad previa al evento se realizará por medio de un afiche informativo el cual contendrá: el lugar a visitar, el día, la hora e información adicional alusiva al evento (opcional). Este afiche será publicado vía redes sociales, en la Fan Page de la Policía de turismo. Se realizará propaganda en el pueblo a través de hojas volantes, banner, y carteles informativos durante los días previos al evento invitando a los lugareños a formar parte de estas actividades y a colaborar en las mismas.

El día del evento, se entregará a los turistas un brochure con información del municipio, su historia y lugares turísticos que se destacan.

➤ **Relaciones Públicas**

El día del evento se invitará un medio de comunicación que sea conveniente, para poder realizar un reportaje acerca de las actividades desarrolladas, que sirva posteriormente para publicitar el municipio a nivel nacional.

Por la naturaleza del proyecto de Turismo Nocturno en la forma en que se dará a conocer sus atractivos turísticos, el elemento Venta Personal de la mezcla promocional no se tomara en cuenta para el diseño del modelo, debido a que este tipo de venta está enfocada en variables directas con la persuasión del cliente, como: visita al domicilio del cliente, venta por teléfono, las cuales no se consideran indispensables para la ejecución del proyecto.

• **INSTITUCIONES DE APOYO**

Son todas aquellas instituciones que formaran parte de la organización y logística, para una correcta realización de las actividades turísticas nocturnas en la Micro Región el Bálsamo. Dentro de las cuales describen las siguientes:

➤ **Instituciones Gubernamentales.**

**Policía Nacional Civil (PNC)**

Es el organismo estatal que se encarga de velar por la seguridad pública en el todo el territorio Salvadoreño. Dentro de las funciones que se buscaran en el desarrollo del modelo esta cooperar con la Policía de Turismo (POLITUR) en cada una de las actividades turísticas nocturnas, para que estas se lleven a cabo en un clima de seguridad y tranquilidad turística.

**Policía De Turismo (POLITUR)**

Es una División de La Policía Nacional Civil de El Salvador, que ha sido creada y especializada para asistir a la ciudadanía en materia de Seguridad Turística. Dentro del modelo a desarrollar, sus funciones estarán encaminadas a brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas; así como la protección del patrimonio cultural y turístico del destino a visitar.

Otras de sus funciones serán la de ser el ente coordinador con las demás instituciones involucradas en la seguridad turística antes, durante y después del evento. Además de promocionar la actividad a través de sus medios de comunicación (redes sociales).

**Ministerio De Salud**

Dentro del sistema de salud con el que cuenta el país, se encuentra el Ministerio de Salud y como una institución descentralizada de la misma el Fondo Solidario para la Salud (FOSALUD), la cual será el apoyo fundamental al momento de llevar a cabo las actividades de turismo nocturno, permitiendo brindar seguridad sanitaria y medica al turista durante la realización de dicho evento.

➤ **Alcaldías Municipales**

Son entes gubernamentales que rigen el poder público municipal, el cual apoyara actividades relacionadas con montaje de infraestructura el día del evento, logística, cooperación con transporte, refrigerios a invitados especiales etc. Además de la coordinación con el comité de turismo de la municipalidad, para planificar, organizar, dirigir y controlar cada una de las actividades que se llevaran a cabo con la ejecución del proyecto.

➤ **Comités De Turismo**

Miembros de la comunidad que representan al municipio en las actividades relacionadas al turismo en la zona.

Sus funciones a realizar dentro de la ejecución del proyecto turístico nocturno son las siguientes: Planeación, organización y logística del turismo del municipio al cual representan, poseer guías turísticos capacitados en cuanto a historia, cultura y conocimiento general del pueblo.

Los comités turísticos se organizan de tal manera que todas las actividades turísticas sean realizadas de una manera satisfactoria, para el cual la organización del evento inicia con un periodo de anticipación adecuado a la realización de la actividad turística.

Su principal objetivo será el de dar conocer el atractivo turístico del municipio a nacionales y extranjeros, para potenciar el sector turístico de la zona.

➤ **ONG' S**

Instituciones de cooperación, que permitirán la mejor ejecución de las actividades del proyecto turístico nocturno. Las cuales desempeñaran funciones tales como: promocionar el evento turístico, apoyo en actividades de montaje de infraestructura, apoyo financiero, etc.

➤ **Otras Instituciones**

Instituciones que servirán de apoyo al proyecto ante fenómenos naturales difíciles de controlar, o situaciones imprevistas (accidentes) para el cual se hace necesaria la cooperación de instituciones que velen por la seguridad del turista, tales como cruz verde, cruz roja, comandos de salvamentos, entre otros.

#### A. GUIA DE APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL MODELO.

La siguiente herramienta analítica, tiene como fin facilitar información relevante para la prevención de posibles problemas y servir como un marco para la toma de decisiones antes de la ejecución del proyecto. El diseño de esta guía está dirigido a los comités de turismo de las municipalidades, que son los principales organizadores de estos proyectos.

La guía constituye un instrumento importante para la correcta realización de las actividades turísticas nocturnas, cada elemento del modelo es subdividido en subelementos de interés que integran el diseño del mismo. Esto con el objetivo de poder evaluar la capacidad de un destino en satisfacer las necesidades de los turistas y brindar la mayor de las experiencias, por medio del cumplimiento de los estándares que muestra la guía y así poder realizar un evento turístico de esta índole.

Los resultados de la evaluación se muestran a través de las dos escalas diseñadas, la primera con el objeto de evaluar de una forma global el destino, donde el promedio de notas obtenidas en cada elemento, mostrará el grado de oportunidad para realizar o rechazar el proyecto; con la segunda escala se pretende evaluar individualmente a los elementos identificando la situación actual de cada uno y así poder tomar decisiones acerca del proyecto.

#### ESCALA DE RESULTADO GLOBAL

Proyecto factible de ser ejecutado con éxito	<b>Total 9 - 10</b>
Realizar el evento pero tomar en cuenta que tiene aspectos por mejorar	<b>Total 7 - 8.9</b>
Estudiarlo detenidamente y retomarlo para su ejecución posterior	<b>Total 4.1 - 6.9</b>
Rechazar el proyecto	<b>Total Menor a 4</b>



**ESCALA DE RESULTADO POR ELEMENTO**

Elemento en condiciones optimas y estable para el proyecto	<b>Total 9 - 10</b>
Elemento con potencial para el proyecto y en condiciones de mejora	<b>Total 7 - 8.9</b>
Elemento a estudiar y trabajar en las mejoras pertinentes.	<b>Total 4.1 - 6.9</b>
Elemento deficiente para la ejecución del proyecto	<b>Total Menor a 4</b>

Para efectos de diseñar una guía con información clara y sencilla que permita obtener los resultados esperados, se definen algunas indicaciones:

INDICACIONES PARA UTILIZAR LA GUIA

- a. Calificar cada elemento de acuerdo a su situación, colocando una X en la casilla que se adecue a sus condiciones.
- b. Sumar todos los subelementos y obtener los promedios para obtener la nota específica de cada elemento.
- c. Llenar el cuadro de puntajes al final de la guía con cada nota por elemento y realizar el promedio final.
- d. Consultar resultados obtenido a través de la escala global para determinar si es factible o no la realización del proyecto en el municipio.

Para evaluar un elemento del modelo de manera individual, se tendrá que realizar el siguiente procedimiento:

- a. Determinar el elemento a considerar para la evaluación individual.
- b. Identificar la nota específica del elemento.
- c. Consultar resultados obtenido a través de la escala específica, y verificar las condiciones actuales del elemento y así poder definir las acciones a realizar.

### SEGMENTO DE MERCADO

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

#### 1. Segmentación Demográfica

- Edad

10	10	Entre 26 a 40 años
8	8	Entre 41 a 60 años
6	6	Entre 18 a 25 años
4	4	61 años o más
2	2	Menor o igual a 17 años

- Ocupación

10	10	Empleado
8	8	Empresario
6	6	Jubilado
4	4	Estudiante
2	2	Ama de casa

$$\text{TOTAL 1} = \frac{P1 + P2}{2} = \underline{\hspace{2cm}}$$

#### 2. Segmentación Geográfica

- Zona

10	10	Central y Paracentral
8	8	Solo central
6	6	Solo paracentral
4	4	Occidental
2	2	Oriental

- Población

10		Solo urbana
8		Urbana y rural
6		Solo rural

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1 + P2}{2} = \underline{\hspace{2cm}}$$

### 3. Segmentación Psicográfica

- Motivo de viaje

10		Participación del turismo interno.
8		Por la oferta gastronómica
6		Por Diversión
4		Por Cultura
2		Por Curiosidad

$$\text{TOTAL 3} = P1 = \underline{\hspace{2cm}}$$

### 4. Segmentación Conductual

- Nivel de lealtad

10		Participación en más de 4 oportunidades
8		Participación por Cuarta vez
6		Participación por tercera vez
4		Participación por segunda vez
2		Participación por primera vez

$$\text{TOTAL 4} = P1 = \underline{\hspace{2cm}}$$

### **SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO**

$$= \underline{\text{Total 1+ Total 2+ Total 3+ Total 4}} =$$

## OFERTA TURÍSTICA

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

### 1. Gastronomía

- Personas que participaran en la gastronomía

10	10	Emprendedores del lugar y microempresarios
8	8	Solo Microempresarios
6	6	Solo Emprendedores
4	4	Comités independientes de la ciudad
2	2	Participación del sector informal

- Variedad de oferta gastronómica

10	10	Dispone de mucha Variedad propia del lugar y del país
8	8	Dispone variedad solo del lugar de destino
6	6	Solo del país
4	4	Dispone de poca variedad de oferta gastronómica
2	2	Nada de variedad

- Existencia de un producto alimenticio autóctono del lugar

10	10	Siempre
8	8	Casi siempre
6	6	Por temporadas
4	4	Muy escaso
2	2	Escaso

- Se cuenta con un producto alimenticio Autóctono, y se exporta.

10	10	Sí se cuenta y se exporta
8	8	Si se cuenta, pero no se exporta
6	6	Puede ser considerado para exportación
4	4	No se cuenta con un producto.

- Infraestructura

10		Canopies, champas, mesas, sillas,
8		Solo se cuenta con canopies
6		Solo se cuenta con mesas y sillas
4		No se posee infraestructura

- Existen proyectos que apoyen el desarrollo de la gastronomía en el municipio

10		Sí existen y apoyan su desarrollo
8		Existen pero no apoyan el desarrollo
6		Están en creación
4		No existen

$$\text{TOTAL 1} = \frac{P1+P2+P3+P4+P5+P6}{6} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## 2. Ruta turística

- Zonas verdes y lugares de esparcimiento

10		Posee muchos lugares y en buenas condiciones
8		Posee pocos pero en buenas condiciones
6		Posee muchos lugares pero en malas condiciones
4		Posee pocos y en malas condiciones
2		No dispone de ninguno

- Guías turísticos

10		Dispone de guías turísticos capacitados
8		Solo guías turísticos no capacitados
6		Se hace necesario el apoyo de un guía externo al municipio
4		Posee personas dispuestas a aprender
2		No dispone de guías turísticos

- Recorridos culturales

10		Se cuenta con un recorrido cultural
8		Se visitarán 3 o más lugares
6		Se visitarán 2 lugares
4		Se visitarán un lugar
2		No se cuenta con un recorrido cultural

- Tiempo de los recorridos de las rutas turísticas

10		Una hora y treinta minutos
8		Una hora
6		Una hora y cuarenta y cinco minutos
4		Dos horas
2		45 minutos

- Música / show artísticos

10		Presentación de show artísticos y grupo musical
8		Solo presentación de grupo o banda musical
6		Solo presentación de show artístico
4		Música gravada
2		No Tiene

- Posee el municipio algún festival, feria o ritual religioso de gran envergadura de turistas

10		Sí posee y es conocido a nivel nacional
8		Si posee pero solo se conoce en el municipio
6		NO existe alguno

- Proceso artesanal o industrial de algún producto del lugar

10		Tiene
4		No Tiene

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1+P2+P3+P4+P5+P6+P7}{7} = \underline{\hspace{2cm}}$$

### 3. Artesanías

- Variedad de oferta artesanal

10		Artesanías autóctonas y nacionales
8		Solo autóctonas
6		Solo nacionales
4		Sin artesanías

- Existencia de un producto autóctono del lugar.

10		Sí tiene
4		No tiene

- Se cuenta con un producto autóctono para la exportación y se exporta.

10		Si se cuenta y se exporta
8		Si se cuenta pero no se exporta
6		Puede ser considerado para la exportación
4		No se cuenta con ningún producto

- Existe mano de obra calificada del lugar de destino

10		Si muy calificada
8		Si poco calificada
6		Si pero nada calificada
4		No se cuenta con mano de obra

$$\text{TOTAL 3} = \frac{P1+P2+P3+P4}{4} = \underline{\hspace{2cm}}$$

### SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO

$$= \frac{\text{Total 1} + \text{Total 2} + \text{Total 3}}{3} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## SEGURIDAD

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

### 1. Seguridad Turística

- Agentes Policiales

10		Bastante apoyo
8		Suficiente apoyo
6		Poco apoyo pero con colaboración de otros municipios
4		No hay apoyo

- Apoyo de Cuerpo de Agentes Municipales (CAM)

10		Existe y brinda bastante apoyo
8		Existe y el apoyo es considerable
6		El apoyo es poco
4		NO se tiene apoyo alguno
2		No existe institución alguna en el municipio



- Iluminación en calles

10		Todas las calles están iluminadas
8		Una gran cantidad de calles
6		Solo la plaza
4		Solo la calle principal
2		Falta de luz eléctrica

- Delincuencia en el municipio

10		No hay
8		Escasos casos
6		Pocos casos
4		Muchos casos
2		Demasiados casos

$$\text{TOTAL 1} = \frac{P1+P2+P3+P4}{4} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## 2. Seguridad sanitaria y medica

- Asistencia medica

10		Posee un centro de salud
8		Cruz roja en el municipio
6		Promotor de salud a disposición de la comunidad
4		No existe ninguno

- Posee servicios sanitarios públicos

10		Posee en excelente condiciones
8		Posee en condiciones normales
6		Posee pero en condiciones no higiénicas
4		No posee

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1+P2}{2} = \underline{\hspace{2cm}}$$

3. Seguridad vial y de transporte

- Carreteras de acceso

10		Muy buenas
8		Buenas
6		Regulares
4		Malas
2		Muy malas

- Señalización local y en carreteras

10		Si hay y legibles
8		Hay pero ilegibles
6		Poca señalización
4		No hay señalización

- Autobuses seguros y confiables

10		Excelentes condiciones
8		Muy buenas condiciones
6		Condiciones normales
4		Condiciones aceptables
2		Malas condiciones

$$\text{TOTAL 3} = \frac{P1+P2+P3}{3} = \underline{\hspace{2cm}}$$

$$\text{SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO} = \frac{\text{Total 1} + \text{Total 2} + \text{Total 3}}{3} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

### 1. Promoción de venta

- Descuentos en productos

10	10	Posee en todos los productos
8	8	Posee solo en productos gastronómicos
6	6	Posee solo en productos artesanales
4	4	Existen descuentos pero son mínimos
2	2	No existen

TOTAL 1 = P1 = \_\_\_\_\_

### 2. Publicidad

- Influencia del evento ejercida a través de publicidad en radios locales

10	10	Alto nivel de influencia
8	8	Influencia considerable
6	6	Influencia considerada
4	4	Influencia escasa
2	2	No existe influencia

- Afiches informativos

10	10	En el municipio donde se realizara el evento
8	8	En la zona de influencia
6	6	En el departamento al que pertenece el municipio
4	4	
2	2	No existe este tipo de publicidad

- Influencia del evento a través de la publicidad de hojas volantes

10		Alto nivel de influencia
8		Influencia considerable
6		Influencia moderada
4		Influencia escasa
2		No existe influencia

- Banner

10		En varios lugares estratégicos del municipio
8		En pocos lugares estratégicos
6		Solo en la entrada del municipio o en parque central
4		Solo en la entrada del municipio
2		No se realizaron

- Medios electrónicos

10		Redes sociales exclusivas del evento o red social de la alcaldía municipal y POLITUR
8		Páginas web de POLITUR y MITUR
6		Página web de POLITUR
4		Página web de la Alcaldía Municipal
2		No existirá

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1+P2+P3+P4+P5}{5} = \underline{\hspace{2cm}}$$

3. Relaciones públicas

- Capacidad de gestión para invitar medios de televisión

10		Capacidad Alta
8		Capacidad media
6		Capacidad Moderada
4		Capacidad Baja
2		Capacidad Nula

TOTAL 3 = P1 = \_\_\_\_\_

SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO

=  $\frac{\text{Total 1} + \text{Total 2} + \text{Total 3}}{3}$  = \_\_\_\_\_

3

**INSTITUCIONES DE APOYO**

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

- Policía Nacional Civil (PNC)

10		Hay gran apoyo
8		El apoyo es moderado
6		Apoyo considerable
4		Su apoyo es escaso
2		No hay apoyo

TOTAL 1 = P1 = \_\_\_\_\_

- Policía de Turismo (POLITUR)

10		El apoyo es grande
8		El apoyo es moderado
6		Apoyo considerable
4		El apoyo es poco
2		No hay apoyo

TOTAL 2 = P1 = \_\_\_\_\_

- Ministerio de salud

10		Se contara con su apoyo
8		Su apoyo será poco
6		El apoyo es escaso o nulo
4		No se contara con su apoyo

TOTAL 3 = P1 = \_\_\_\_\_

- Alcaldía Municipal

10		Hay mucha participación
8		La participación es moderada
6		La participación es poca
4		La participación es escasa
2		No hay participación

TOTAL 4 = P1 = \_\_\_\_\_

- Comité de turismo

10		Siete o más personas (Bien organizado)
8		Entre cuatro a seis personas (organización aceptable)
6		Menos de cuatro (Poco o mal organizado)
4		No existe su participación

TOTAL 5 = P1 = \_\_\_\_\_

- ONG"S

10		Dispone de varias organizaciones y su apoyo es fundamental
8		Dispone de varias organizaciones y su apoyo es considerable
6		Solo dispone de una organización y el apoyo es fundamental
4		Solo dispone de una y su apoyo es considerable
2		No cuenta con el apoyo de ninguna organización

TOTAL 6 = P1 = \_\_\_\_\_

- Comandos de salvamento o cruz roja

10		Su participación es segura
4		No se cuenta con su apoyo

TOTAL 7 = P1 = \_\_\_\_\_

**SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO**

= Total 1+ Total 2+ Total 3+ Total 4+ Total 5+ Total 6+ Total 7 = \_\_\_\_\_

7

<b>CUADRO DE PUNTAJES</b>	
<b>ELEMENTO</b>	<b>NOTA</b>
SEGMENTACION DE MERCADO	
OFERTA TURISTICA	
SEGURIDAD	
PROMOCION Y PUBLICIDAD	
INSTITUCION DE APOYO	
<b>TOTAL</b>	

**PROMEDIO GENERAL DE LA GUÍA = TOTAL / 5**

$$\frac{\quad}{5} = \boxed{\quad}$$

## **1. RECOMENDACIONES**

- Se sugiere poner en práctica la guía propuesta ante cada evento turístico.
- Se recomienda a los usuarios aplicar esta guía al inicio de la planeación de los proyectos turísticos.
- Seguir cada uno de los pasos antes mencionados para un correcto resultado.
- Dar atención a aquellos factores con baja calificación.

(VER ANEXO N°27 GUIA DE APLICACIÓN COMPLETA A UTILIZAR)

## **B. PROCESO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO DE TURISMO NOCTURNO.**

El proceso siguiente consiste en una orientación que sugiere las acciones que se deberán ejecutar para el correcto funcionamiento de las actividades. Las fases que la comprenden se convierten en insumos para el logro de las metas y objetivos que se esperan cumplir con la realización del turismo nocturno.

A continuación se presenta la descripción de cada una de las fases y las actividades que se deberán llevar a cabo en la realizarse de cada evento turístico nocturno.

### **FASE 1 GESTIONES CON INSTITUCIONES**

La primera fase del proyecto es generar una serie de reuniones de inducción con autoridades de las diferentes instituciones de apoyo, como un acercamiento a fin que las autoridades conozcan y adopten los objetivos del proyecto. Además de realizar las



reuniones que contemplen que tipo de gestiones se deberán realizar para el buen funcionamiento del evento.

➤ **COMITES DE TURISMO**

Por ser el ente principal sobre el cual gira la realización del evento turístico en el municipio de destino, tiene una serie de actividades las cuales se describen a continuación:

- Iniciar gestiones con instituciones privadas y públicas para la colaboración de la realización del turismo nocturno
- Programar reuniones inductivas del proyecto para las instituciones participantes y reuniones informativas de la planeación del evento en concreto.
- Mantener comunicación constante acerca de cambios que puedan afectar a los organizadores del evento.
- Gestionar medios de comunicación locales y nacionales para la publicidad del evento y darle un mayor realce al turismo nocturno.
- Organización de reuniones constantes con todos los miembros del comité a fin de coordinar las actividades que se desarrollaran en el evento turístico.
- Realizar invitación abierta a los pobladores del municipio a participar de las reuniones que llevan a cabo el comité turístico.
- Formalizar invitaciones a los microempresarios, emprendedores del municipio para formar una cartera de oferta turística y gastronómica para el evento
- Creación de un fondo o depósito de ahorro que permita al comité tener un respaldo para el desarrollo del turismo y gastos pequeños, el cual estará apoyado por los microempresarios y emprendedores del municipio a través de una cuota de participación.

- Implementar charlas a jóvenes lugareños del municipio semana antes del evento, para darles a conocer la importancia y beneficios del turismo e invitarlos a formar parte de ellas
- Obtener guías turísticas que cumplan con los conocimientos generales e históricos del pueblo.
- Gestionar y garantizar la limpieza del lugar de destino a través de una correcta coordinación entre las instituciones involucradas.
- Garantizar el aseo y ornato del evento, antes, durante y posteriormente a la realización del mismo.
- Coordinar el mantenimiento de la infraestructura del lugar de destino, garantizando la seguridad del turista.
- Gestionar y coordinar entre instituciones o microempresarios la existencia de un transporte interno para el evento como mototaxi o pick up.
- Gestionar el número de unidades de transporte a ser utilizadas el día del evento.
- Informar a la policía de turismo los datos necesarios para publicar el afiche publicitario del evento, entre ellos: el día, la hora y número de cupos disponibles
- Gestionar el mobiliario indispensable para el día del evento como: canopys, mesas, sillas y equipo de sonido.
- Confirmar la participación de las instituciones de apoyo a la actividad turística, y de esta manera garantizar el éxito de la actividad.
- Gestionar la seguridad turística, para el día del evento a través de las diferentes instituciones competentes.

## **FASE 2 PLANIFICACION DE ACTIVIDADES A REALIZAR**

Fase en la cual se describen las diferentes actividades y planes de acción a llevar a cabo antes y el día del evento, apoyado por las diferentes instituciones del proyecto, las cuales se detallan a continuación.

**POLICIA DE TURISMO (POLITUR)**

Llevar a cabo el proceso de inscripción de las personas a asistir al evento turístico, las cuales se describen a continuación:

- Dar a conocer el número de cupos disponibles al turista del destino a visitar
- Recibir la información necesaria para la elaboración de una base de datos de los visitantes con información tal como: nombre, edad, número de documento de identidad y el municipio de residencia.
- Indicar al turista que se encuentra inscrito en el viaje.
- Brindar el número correlativo y el autobús correspondiente a cada turista inscrito.

Nota: el número correlativo será el número de asiento para la persona.

- Informar al turista si el cupo ha llegado a su límite
- Realizar una comprobación de cupos días antes del evento.
- Garantizar el número de cupos con carnet disponibles.

Cumplir con el proceso de transporte de turistas (traslado hacia el municipio) el día del evento. Las actividades que contemplará dicho proceso que se detallan a continuación:

- Mantener una lista de los nombres de los turistas inscritos el día del evento con su correspondiente número correlativo.
- Mantener los números telefónicos de los contactos del destino a visitar. (comités de turismo).
- Confirmar la puntualidad de los autobuses con una hora antes del horario establecido para el viaje.
- Verificar el asiento del turista con su número correlativo.
- Entrega de carnet a los turistas al inicio del viaje.
- Llevar a cabo un margen de espera del turista ausente de 15 a 20 minutos después de la hora programada.

- Dar a conocer al turista, los agentes de turismo a cargo de cada unidad de transporte y de la misma manera el guía turístico que acompañara la actividad.
- Brindar seguridad durante todo el turismo nocturno en el destino.

#### **ALCALDIAS MUNICIPALES**

- Crear señalización que sirva de guía dentro de las rutas turísticas del municipio a visitar.
- Realizar constante mantenimiento de los baños públicos al servicio del turista
- Desarrollar campañas de aseo el día del evento generando un ambiente limpio y agradable para el turista.
- Conservar un entorno decorado y con iluminación adecuada en los lugares de estancia de los turistas.

#### **COMITES DE TURISMO**

- Llevar control sobre los recursos a utilizar, asegurando la existencia de estos el día del evento.
- Diseñar un plan de distribución acorde a las medidas necesarias, para cada tipo de producto en el área de venta y que sea accesible al turista.
- Instruir a los guías en cuanto a la historia y cultura del municipio, para mejorar su desempeño en el viaje.
- Supervisar las instalaciones de las rutas turísticas a recorrer con anticipación por cualquier contrat tiempo.
- Establecer mecanismos que permitan las reacciones y opiniones de los turistas sobre la experiencia realizada.

**FASE 3 PUBLICIDAD DEL PROYECTO**

Como fase final de la guía metodológica presentada, se describen las actividades publicitarias a tomar en cuenta en cada institución involucrada y así garantizar y asegurar el éxito de la actividad.

**POLICIA DE TURISMO (POLITUR)**

- Diseñar el afiche de Turismo Nocturno detallando la información proporcionada por los organizadores.
- Mantener informado al turista acerca de las actividades y lugares que oferta el destino a visitar.
- Difundir la publicidad del afiche informativo al turista mediante los medios de comunicación con que se cuenta (redes sociales FACEBOOK)
- Prolongar el tiempo del afiche digital en la red social Facebook, y los diferentes medios publicitarios con que cuenta la institución
- Informar por este mismo medio al turista, cuando los cupos se hayan agotado.
- Colorar afiches publicitarios del evento, en las instalaciones de las oficinas de la Policía de Turismo (POLITUR)

**COMITÉ DE TURISMO**

- Brindar con anticipación la información acerca del evento turístico a la Policía de Turismo (POLITUR)
- Realizar publicidad del evento a través de afiches en físico en instituciones como el Ministerio de Turismo (MITUR), y en el municipio donde se realizará el evento turístico para invitar a todos los lugareños.

- Promocionar el evento a través de radios locales de la zona de influencia a donde se llevara a cabo la actividad turística.
- Realizar perifoneo de invitación al evento, a los municipios que convergen con el destino a visitar

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **TESIS Y LIBROS**

- Cañada, Ana. Flores, Pammela. Gonzales, Ana. Evolución y Perspectiva del Turismo de Negocios en El Salvador, UCA. El salvador 18 de Septiembre de 2006.
- Galdamez Hernandez, Fatima Carolina Velasquez Perez, Jennifer Nathaly. "Plan De Desarrollo Turístico Para El Fortalecimiento De La Actividad Económica Del Municipio De Izalco, Departamento De Sonsonate", Enero 2012.
- Galeana de la O, Silvia. Promoción Social, Una Opción Metodológica, Primera Edición: enero de 1999. Escuela Nacional de Trabajo Social, UNAM.
- C.H Garnica, C. Maubert. Fundamentos de Marketing PRIMERA EDICION PEARSON.
- Bernal Torres, César Augusto. Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda Edición, Pearson Educación.

### **PÁGINAS WEB**

- <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- <http://www.istu.gob.sv/institucion.html>
- <http://www.politurelsalvador.com/perfil-del-policia-de-turismo>
- <http://www.slideshare.net/gissellaurbinasolis/historia-del-turismo-15093715>
- <http://www.mongrafias.com>. Antecedentes Historicos del turismo, Autora Dra Lourdes Cisneros Mustelier, Facultad de Turismo Universidad de la Habana Cuba.
- <http://www.definicionabc.com/general/turista.php>

- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Diferentes-Tipos-De-Turismo/1426434.html>
- <http://mitur.gob.sv/instituci3n/marco-institucional/historia.html>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_de\\_sol\\_y\\_playa](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_sol_y_playa)
- <http://www.hpturismo.net/elsalvador/rutas-turisticas-de-el-salvador/ruta-sol-y-playa.htm>
- <http://elsalvadorenelmundo.com/montanas/ruta-colonial-volcanes-103.html>
- <http://www.hpturismo.net/elsalvador/rutas-turisticas-de-el-salvador/ruta-de-los-volcanes.htm>
- [http://www.turismoresponsable.org/noticias/1001\\_video\\_albasud.html](http://www.turismoresponsable.org/noticias/1001_video_albasud.html)
- <http://www.politurelsalvador.com/otrasactividades/Home/actividades>
- <http://necroturismoccsa.blogspot.com/>
- [www.elsalvador.travel/pueblosvivos](http://www.elsalvador.travel/pueblosvivos)
- <http://www.snet.gob.sv/Geologia/Vulcanologia>
- <http://www.cortedecuentas.gob.sv/archivo/blah/INFORME%20CONSULTORES%20CODEIN.pdf>
- [www.mrelbalsamo.com](http://www.mrelbalsamo.com)
- <http://www.mrelbalsamo.com/municipios.html>
- <http://www.alcaldiatepecoyo.gob.sv/turismo.html>
- <http://www.digestyc.gob.sv/>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_DAFO](http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO)



## **OTROS**

- DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (DYGESTYC]
- Ley De La Corporación Salvadoreña De Turismo,Año:1996,  
Decreto n°779, Fecha de última modificación:22/08/2012
- PORTAFOLIO PUEBLOS VIVOS BICENTENARIO 2011
- Constitución de la República de El Salvador
- REGISTRO ESTADISTICOS POLICIA DE TURISMO, EL SALVADOR

ANEXOS

- ANEXO 1

**FACTORES DEL TURISMO**

<u>Turismo</u>						
<u>Factores Indirectos</u>			<u>Factores Directos</u>			
<u>Estructurales</u>		<u>Dinámicos</u>	<u>Estructurales</u>		<u>Dinámicos</u>	
Desarrollo socioeconómico	<b>Ambiente Turístico</b>	<b>Corriente turística potencial</b>	Recursos	Servicios	Promoción Institucional	<b>Corriente turística</b>

Fuente: Ministerio de Turismo

- ANEXO 2

**VOLCANES DE EL SALVADOR**

**Volcanes con erupciones conocidas**

No.	Nombre del volcán	Altura msnm	Tipo volcán	Tipo de roca predominante	Localización	Última erupción
1	Santa Ana	2,382	Estrato volcán	Basalto de olivino y piroxeno	San ta Ana	1904
2	Izalco	1965	estrato volcán	Basalto de olivino y augita	Sonsonate	1966
3	San Marcelino	1480	Cono de escorias	Basalto de olivino y augita	Sonsonate	1722
4	San Salvador	1867	Estrato volcán	Basalto y Andesita	San Salvador	1917
5	El Playón	660	Cono de escorias	Basalto de olivino y augita	San Salvador	1658-1659
6	Islas Quemadas	450	Domo de lava	Dacita y Hornblenda	San Salvador	1879-1880
	Volcán Ilopango	438	Caldera	Dacita, Pómez		429 dC
7	San Miguel	2130	Estrato volcán	Basalto de olivino y augita	San Miguel	1976
8	Conchagüita	550	Estrato volcán	Basalto	Isla del Golfo de Fonseca	1892

<http://www.snet.gob.sv/Geologia/Vulcanologia/paginas/activos.htm>

### Volcanes con actividad Sísmica y fumarólica

No.	Nombre del volcán	Altura msnm	Tipo de volcán	Localización	Tipo de roca predominante
9	Caldera de Coatepeque	746	Caldera	Santa Ana	Andesita Piroxeno
10	San Vicente	2173	Estrato volcán	San Vicente	Andesita Piroxeno
11	Tecapa	1592	Estrato volcán	Usulután	Basalto de Olivino e Hiperstena
12	Conchagua	1250	Estrato volcán	La Unión	Andesita Hiperstena
13	Cuyanausul	1840	Estrato volcán	Ahuachapán	Basalto y Andesita
14	Laguna Seca El Pacayal (Chinameca)	1200	Estrato Volcán	San Miguel	Basalto y Andesita
15	Limbo (Ojo de Agua)	1373	Cono de escorias	San Miguel	Basalto- Andesita

<http://www.snet.gob.sv/Geologia/Vulcanologia/paginas/activos.htm>

### Volcanes con antecedentes sísmicos y con morfología bien conservada

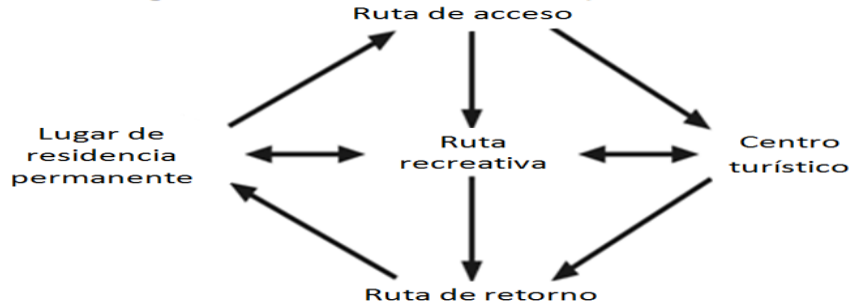
No.	Nombre del volcán	Altura msnm	Tipo de volcán	Localización	Tipo de roca predominante*
16	Cerro las Ranas	1958	Estrato volcán	Sonsonate	Basalto de Olivino
17	Laguna Verde	1829	Estrato volcán	Ahuachapán	Basalto de Olivino
18	Chingo	1777	Estrato Volcán	Santa Ana	Basalto y Andesita
19	Cerro de las Ninfas	1760	Estrato volcán	Ahuachapán	Basalto de Olivino
20	Cerro los Naranjos	1960	Estrato volcán	Sonsonate	Basalto de Olivino
21	Cerro Chambala	600	Estrato volcán	San Miguel	Basalto
22	Volcán de Usulután	1450	Estrato volcán	Usulután	Basalto
23	Cerro el Taburete	1172	Estrato volcán	Usulután	Basalto de olivino y Augita

<http://www.snet.gob.sv/Geologia/Vulcanologia/paginas/activos.htm>

- ANEXO 3

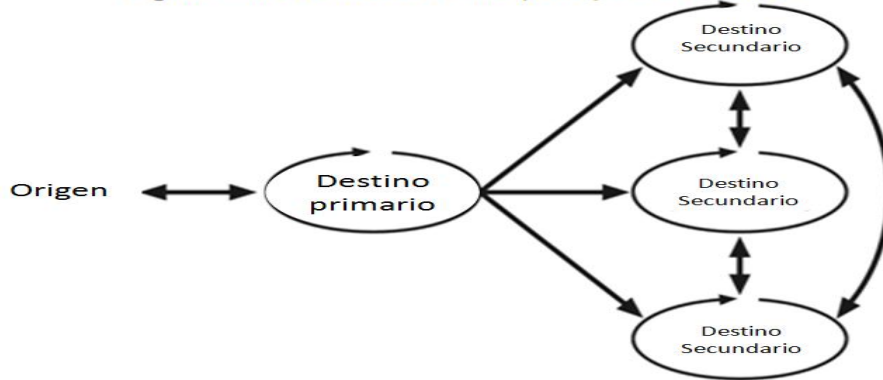
MODELOS TEÓRICOS APLICADOS AL TURISMO CON ENFOQUE ESPACIAL

Figura 1: Modelo teórico de enfoque espacial de Mariot



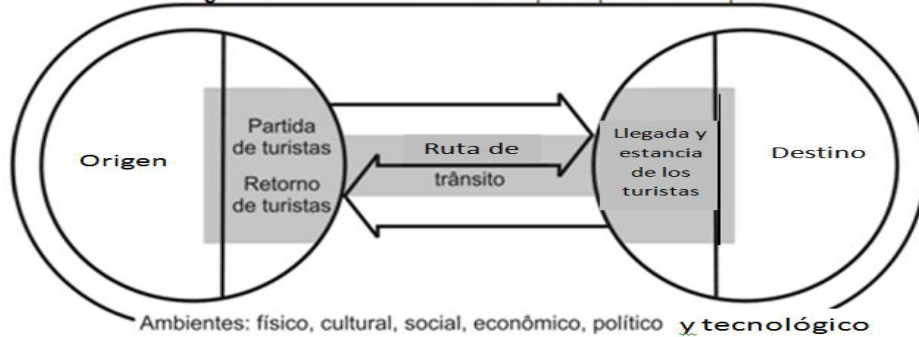
Fuente: Mariot (Pearce 2003:30)

Figura 2: Modelo teórico de enfoque espacial de Palhares



Fuente: Palhares (2002:28)

Figura 3: modelo teórico del enfoque espacial de Leiper

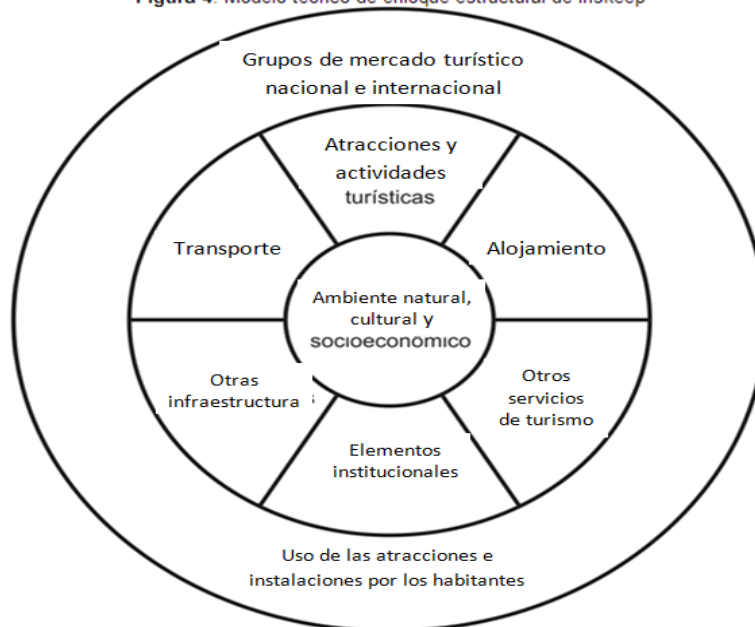


■ Industria turística

Fuente: Leiper (1979:404)

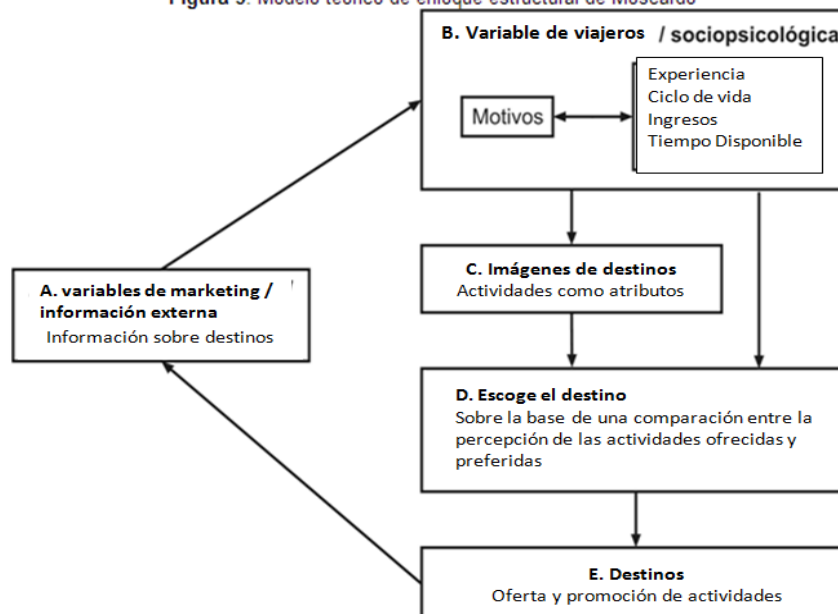
## MODELOS TEÓRICOS APLICADOS AL TURISMO CON ENFOQUE SISTÉMICO

Figura 4: Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep



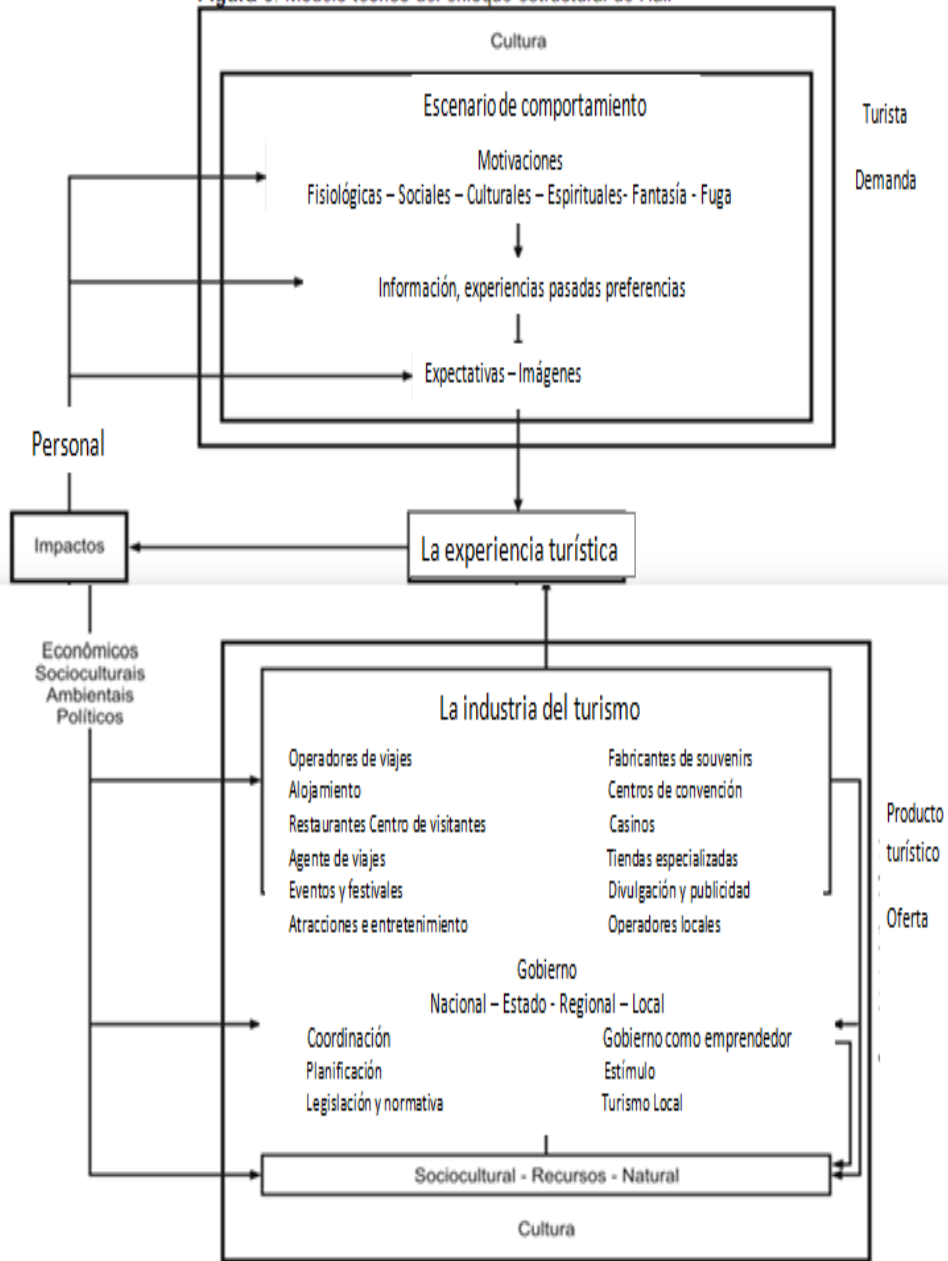
Fuente: Inskeep (enPetrocchi 2001:18)

Figura 5: Modelo teórico de enfoque estructural de Moscardo



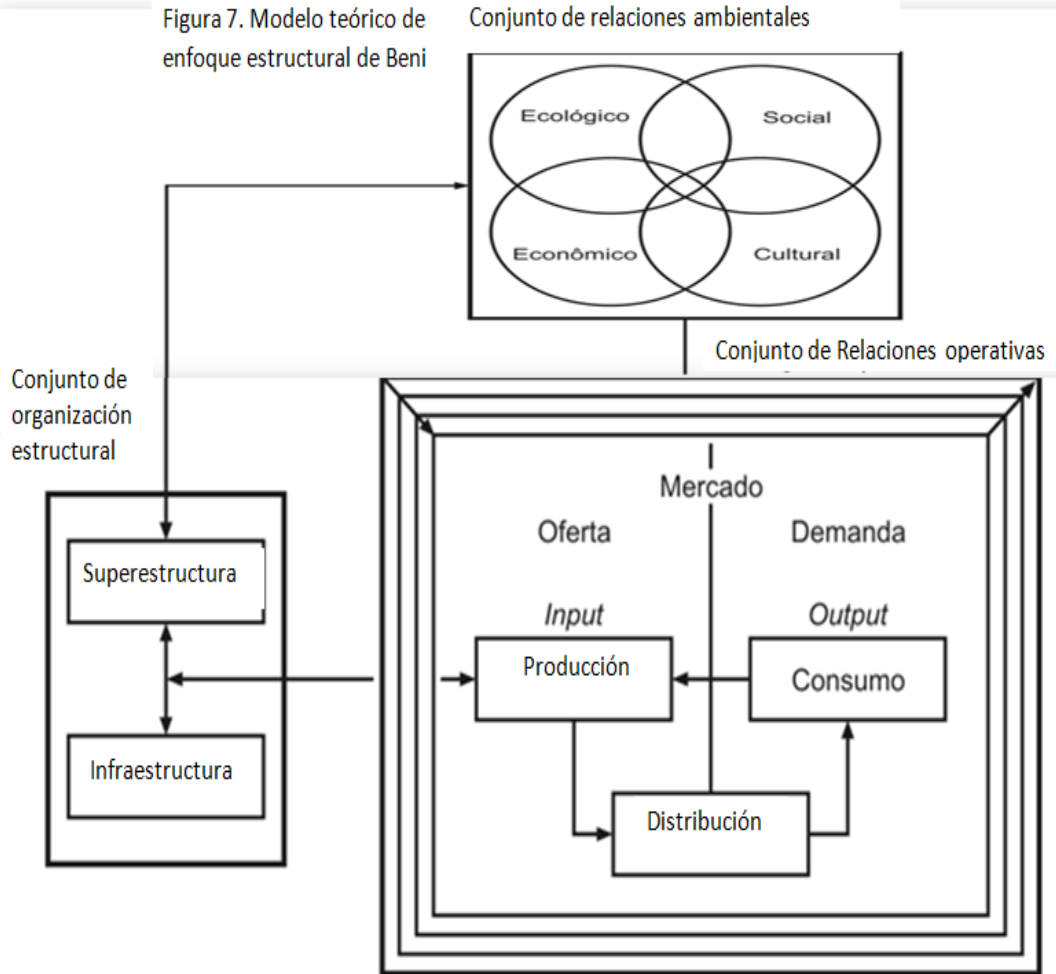
Fuente: Moscardo (enCooper et al. 2001:90)

Figura 6: Modelo teórico del enfoque estructural de Hall



Fuente: Hall (2001:81)

Figura 7. Modelo teórico de enfoque estructural de Beni



Fuente: Beni (1998:48)



- ANEXO 4

CUADRO 1 PUEBLOS VIVOS DE EL SALVADOR POR DEPARTAMENTOS

PUEBLOS VIVOS DE EL SALVADOR			
DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS	DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS
<b>Ahuachapán</b>	Ahuachapán	<b>La Libertad</b>	Antiguo Cuscatlan
	Apaneca		Huizucar
	Jujutla		<b>Jayaque</b>
	El Refugio		La Libertad
	San Lorenzo		<b>Sacacoyo</b>
	San Pedro Puxtla		San Juan Opico
	Turín		Santa Tecla
<b>Santa Ana</b>	Chalchuapa		Zaragoza
	Ciudad de El Congo		Chiltiupán
	Coatepeque		Ciudad Arce
	Metapán		Comasagua
			Jicalapa
	Santa Ana		Quezaltepeque
	Candelaria de La Frontera		San Juan Villanueva
	El Porvenir		<b>Talnique</b>
	Masahuat		Teotepeque
	San Antonio Pajonal		<b>Tepecoyo</b>
	Texistepeque	<b>San Salvador</b>	Aguilares
	Santa Rosa Guachipilin		Santiago Texacuangos
<b>Sonsonate</b>	Izalco		Apopa
	Juayua		Ayutuxtepeque
	Nahuizalco		Ciudad Delgado
	Salcoatitan		Ilopango
	San Antonio del Monte		Nejapa
	San Julian		Rosario de Mora
	Santa Isabel Ishuatan	<b>Cuscatlán</b>	Santa Cruz Michapa
			Cojutepeque
	Santo Domingo de Guzman		Suchitoto
	Nahuilingo		Candelaria
<b>Chalatenango</b>	Arcatao		San José Guayabal
	Azacualpa		San Ramón
	Citalá		Santa Cruz Analquito
			Monte San Juan
	Concepción Quezaltepeque		Tenancingo

	Dulce nombre de María	<b>Cabañas</b>	Sensuntepeque
	El Paraíso		San Isidro
	La Reina		Ilobasco
	La Palma		Ciudad Dolores
	Las Vueltas		Tejutepeque
	Nueva Concepción	<b>La Paz</b>	San Juan Nonualco
	San Antonio de Los Ranchos		Santiago Nonualco
	San Fernando		Zacatecoluca
	San Francisco Morazan		Cuyultitán
	San Ignacio		El Rosario
	San Isidro Labrador		Jerusalén
	San José Las Flores		San Antonio Masahuat
	San Luis del Carmen		San Emigdio
	San Miguel de Mercedes		San Juan Talpa
	San Rafael		San Juan Tepezontes
	Santa Rita		San Luis La Herradura
	Tejutla		Santa María Ostuma

Fuente: Portafolio Pueblos Vivos Bicentenario 2011

## CUADRO 2 PUEBLOS VIVOS DE EL SALVADOR POR DEPARTAMENTOS

PUEBLOS VIVOS DE EL SALVADOR			
DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS	DEPARTAMENTOS	MUNICIPIOS
	San Miguel Tepezontes	<b>Morazán</b>	Arambala
	San Pedro Masahuat		Cacaopera
	Tapalhuaca		Guatajiagua
	San Pedro Nonualco		Jocoaitique
	San Rafael Obrajuelo		Meanguera
<b>San Vicente</b>	San Cayetano Istepeque		Perquín
	San Esteban Catarina		San Francisco Gotera
	San Sebastián		Villa El Rosario
	San Vicente		Corinto
	Tecoluca		joateca
	Guadalupe		San Fernando
	San Lorenzo		Sociedad
	Santa Clara		Torola
	Santo Domingo	<b>La Unión</b>	Concepción de Oriente
	Tepetitán		San José de la Fuente
	Verapaz		Yucuaiquin

<b>Usulután</b>	Berlín		Bolívar
	Jiquilisco		El Carmen
	Jucuarán		Intipuca
	Puerto El Triunfo		El Sauce
	California		La Unión
	Concepción Batres		Pasaquina
	El Triunfo		Polorós
	Ereguayquin		San Alejo
	Jucuapa		Santa Rosa de Lima
	Nueva Granada		
	San Dionisio		
	San Francisco Javier		
	Santa Elena		
	Tecapán		
	Usulután		
<b>San Miguel</b>	Chinameca		
	Ciudad Barrios		
	Moncagua		
	San Gerardo		
	Sesori		
	Carolina		
	Nuevo Eden de San Juan		
	San Antonio del Mosco		
	San Luis de La Reina		

Fuente: Portafolio Pueblos Vivos Bicentenario 2011

- ANEXO 5

FIGURA 1. MAPA DEL MUNICIPIO DE LA LIBERTAD



- ANEXO 6

**CUADRO .1 DIVISION POLITICA ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO DE JAYAQUE**

ZONA URBANA	ZONA RURAL
BARRIOS	CANTONES
EL CALVARIO	JUAN HIGINIO O LA CUMBRE
EL CARMEN	LA LABOR
EL CENTRO	LAS FLORES
SAN CRISTOBAL	MINAS
SAN JOSÉ	LAS TINIEBLAS
SAN SEBASTIÁN	

Fuente: Elaboración propia.

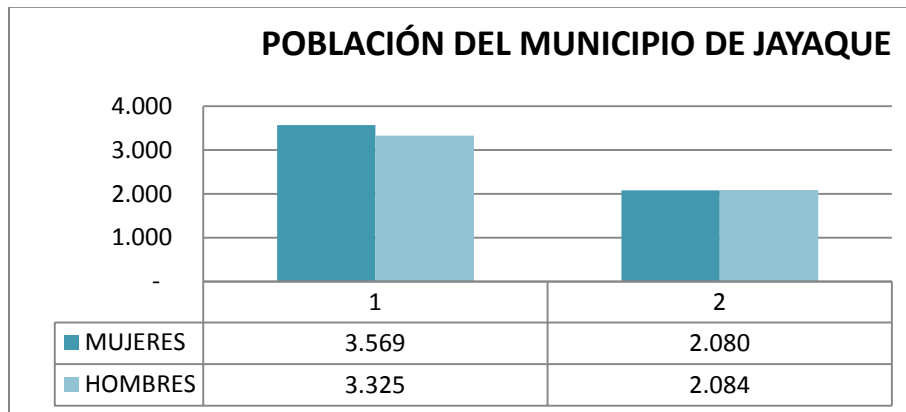
- ANEXO 7

**CUADRO 2. POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE JAYAQUE.**

	ZONA URBANA	ZONA RURAL	TOTAL
MUJERES	3,569	2,080	5,649
HOMBRES	3,325	2,084	5,409
TOTAL	6,894	4,164	11,058

Fuente: Censo de Población 2007

**FIGURA 2. POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE JAYAQUE.**



- ANEXO 8

FIGURA 3. MAPA SACACOYO



- ANEXO 9

CUADRO. 3 DIVISION POLITICA ADMINISTRATIVA DE L MUNICIPIO DE SACACOYO

ZONA URBANA	ZONA RURAL
BARRIOS	CANTONES
El Centro	Ateos
El Calvario	La Montaña
San Simón	Buena Vista

Fuente: Elaboración propia

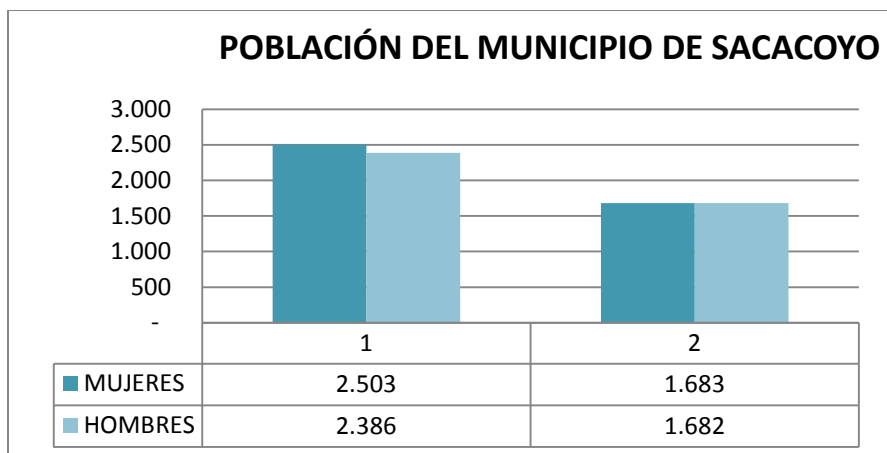
- ANEXO 10

CUADRO. 4 POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE SACACOYO.

	ZONA URBANA	ZONA RURAL	TOTAL
MUJERES	5,119	1,206	6,325
HOMBRES	4,753	1,221	5,974
TOTAL	9,872	2,427	12,299

Fuente: Censo de Población 2007

**FIGURA 4. POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE SACACOYO.**



- **ANEXO 11**

**CUADRO 5. DIVISION POLITICA ADMINISTRATIVA DE L MUNICIPIO DE TALNIQUE**

ZONA URBANA	ZONA RURAL
BARRIOS	CANTONES
El Centro	San José Los Sitios
El Calvario	Las Quebradas
	Los Cipreses
	Los Laureles
	San Carlos
	Santa Lucía

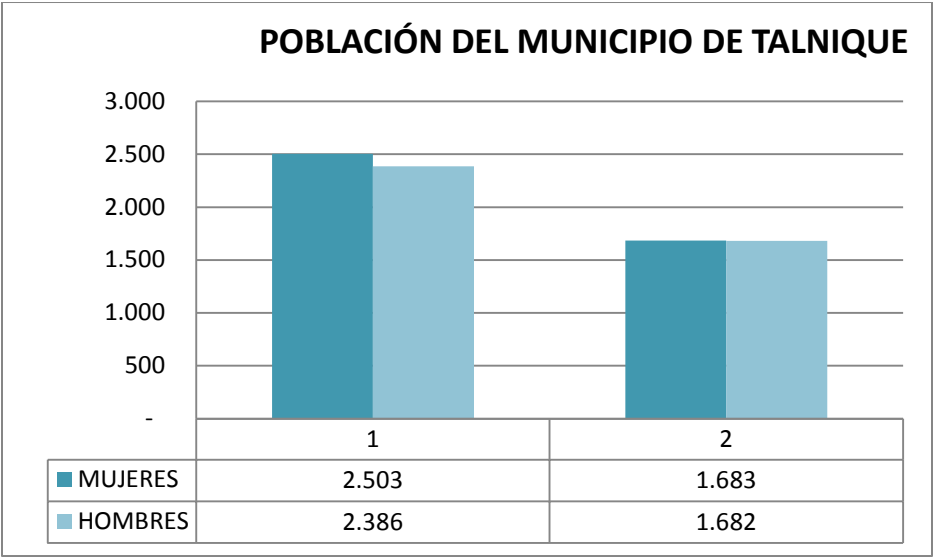
Fuente de Elaboración propia

**CUADRO.6 POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE TALNIQUE.**

	ZONA URBANA	ZONA RURAL	TOTAL
MUJERES	2,503	1,683	4,186
HOMBRES	2,386	1,682	4,068
TOTAL	4,889	3,365	8,254

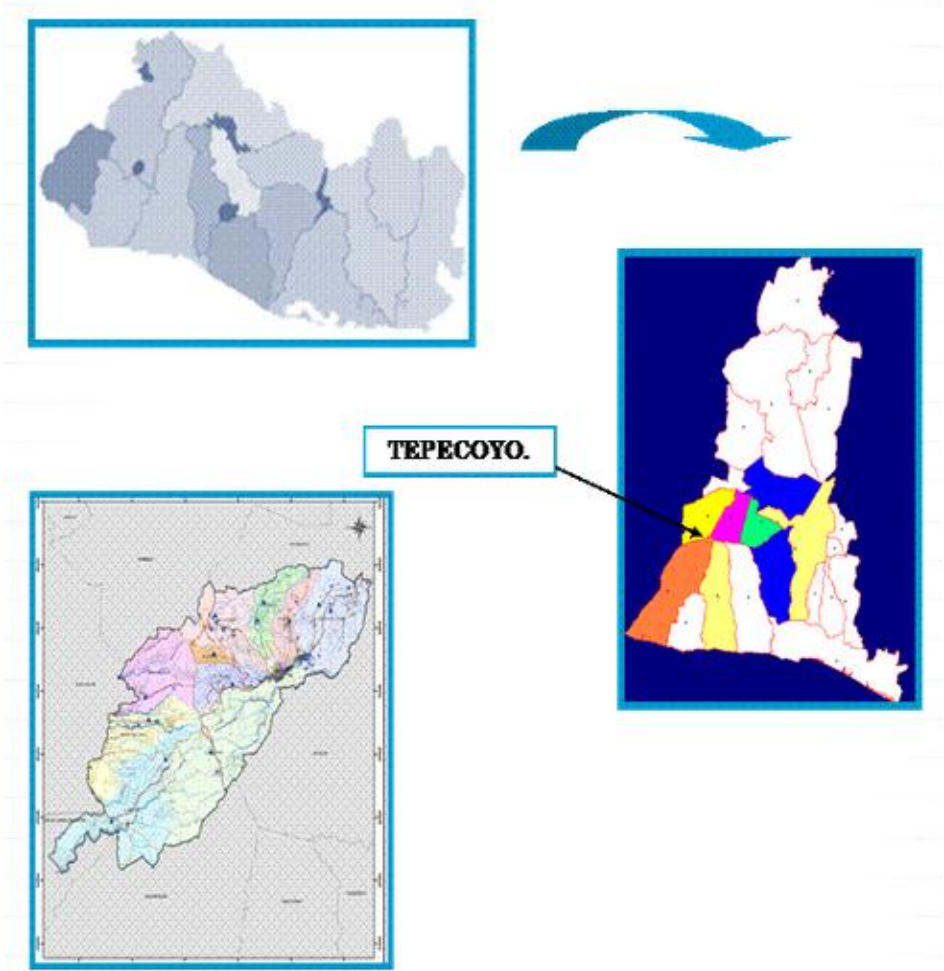
Fuente: Censo de Población 2007

**FIGURA 5. POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE TALNIQUE.**



• ANEXO 12

**FIGURA 6. MAPA DE TEPECOYO**





**CUADRO 7. DIVISION POLITICA ADMINISTRATIVA DEL MUNICIPIO DE TEPECOYO**

ZONA URBANA	ZONA RURAL
BARRIOS	CANTONES
Concepción	San Antonio
San Sebastián	Tierra Colorada
San Esteban	El Mojon
El Calvario	Los Laureles
	El Guamo
	Los Alpes
	Las Flores
	El Zacamil
	El Carrizo
	Las javias

Fuente de Elaboración propia

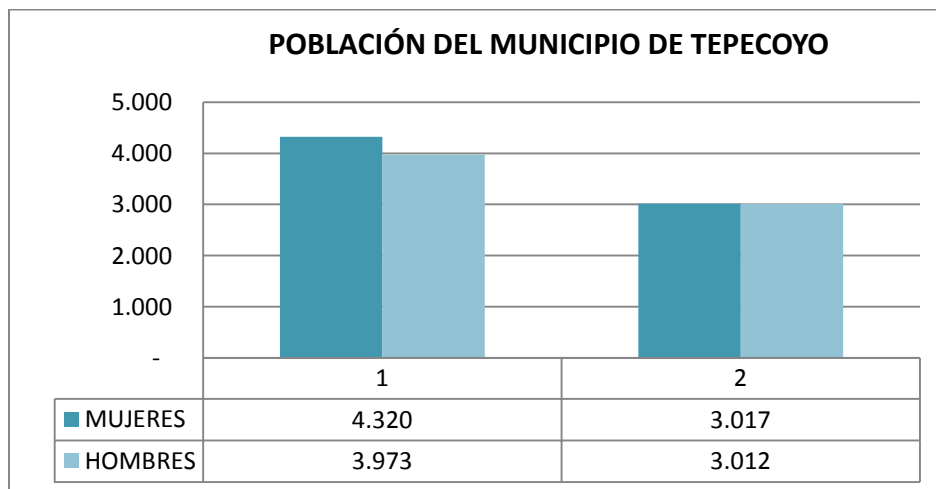
• ANEXO 13

**CUADRO.8 POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE TEPECOYO.**

	ZONA URBANA	ZONA RURAL	TOTAL
MUJERES	4,320	3,017	7,337
HOMBRES	3,973	3,012	6,985
TOTAL	8,293	6,029	14,322

Fuente: Censo de Población 2007

**FIGURA 7. POBLACION TOTAL POR ZONA Y GÉNERO DEL MUNICIPIO DE TEPECOYO.**



• ANEXO 14



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



**CUESTIONARIO DIRIGIDO A TURISTAS ACTUALES**

Estimado/a Señor/a/ita.

Reciba un cordial saludo de parte de estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Solicitamos su valiosa colaboración en responder este cuestionario, en el marco de una investigación sobre la creación de un Modelo de Turismo Nocturno en la Micro Región El Bálsamo, departamento de La Libertad. La información proporcionada es para fines estrictamente académicos.

Indicaciones:

Marque con una X la respuesta que considere conveniente y complete cuando sea necesario a las interrogantes.

**I. DATOS GENERALES.**

**A. GÉNERO**

Masculino  Femenino

**B. EDAD**

Menor de 25 años  De 25 a 35 años  Entre 35 y 45 años

Entre 45 y 60 años  Mayor de 60 años

**C. ESTADO FAMILIAR**

Soltero  Acompañado  Casado  Viudo

Divorciado  Separado

**D. NACIONALIDAD** \_\_\_\_\_ **E. MUNICIPIO DE RESIDENCIA** \_\_\_\_\_

**F. OCUPACIÓN**

Estudiante  Empleado  Comerciante  Jubilado

Otros  Especifique \_\_\_\_\_

## II. DATOS DE CONTENIDO

1. ¿Realiza actividades de Turismo Nocturno?

Sí  No

2. Además del Turismo Nocturno, ¿Qué otro tipo de turismo realiza?

TIPO	SI	NO
TURISMO DE SOL Y PLAYA		
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS		
TURISMO ARQUEOLÓGICO		
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)		
AGROTURISMO		
PESCA DEPORTIVA		
TURISMO GASTRONÓMICO		

Otros, especifique \_\_\_\_\_

3. ¿Cuál fue el medio de comunicación por el cual se enteró de las actividades de Turismo Nocturno?

Internet  Televisión  Periódicos  Por medio de otra persona

Radio  Otros  Especifique: \_\_\_\_\_

4. ¿Conoce qué instituciones o entidades promueven el Turismo Nocturno?

Si  Cuáles: \_\_\_\_\_

No

5. Califique en la escala del 1 al 10 en orden de importancia (1 menos importancia y 10 mayor importancia), de los siguientes tipos de turismo.

TIPO DE TURISMO	ESCALA DE IMPORTANCIA									
	Menos importante					Muy importante				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TURISMO DE SOL Y PLAYA										
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS										
TURISMO ARQUEOLÓGICO										
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)										
AGROTURISMO										
PESCA DEPORTIVA										
TURISMO GASTRONÓMICO										
TURISMO NOCTURNO										
OTROS										

Especifique: \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál es la frecuencia anual de los diferentes tipos de turismo que realiza?

TIPO DE TURISMO	Nº DE VECES EN EL AÑO
TURISMO DE SOL Y PLAYA	
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS	
TURISMO ARQUEOLÓGICO	
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)	
AGROTURISMO	
PESCA DEPORTIVA	
TURISMO GASTRONÓMICO	
TURISMO NOCTURNO	

7. ¿Qué lugares ha visitado a través del Turismo Comunitario?

TURISMO COMUNITARIO				
MUNICIPIOS	SI	NO	HORA DE SALIDA	HORA DE REGRESO
Santa María Ostuma				
Comasagua				
Santo Tomás				
San Vicente				
Jayaque				
Puerto de La Libertad				
Tecoluca				
San Emigdio				
San Esteban Catarina				
San Luis Talpa				
Tapalhuaca				
Santiago Nonualco				

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

8. ¿Qué lugares ha visitado a través del Turismo Nocturno?

TURISMO NOCTURNO				
MUNICIPIOS	SI	NO	HORA DE SALIDA	HORA DE REGRESO
Huizucar				
Jayaque				
Zaragoza				
Comasagua				
Tepecoyo				
Sacacoyo				
Cojutepeque				
San Miguel Tepezontes				
Talnique				

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

9. ¿Cuántas personas lo acompañan en el viaje de Turismo Nocturno?

\_\_\_\_\_

10. ¿Quiénes lo acompañan en el viaje de Turismo Nocturno?

Amigos  En Pareja  Familia  Compañeros de trabajo

Solo  Otros  Especifique \_\_\_\_\_

11. ¿Cuáles son las actividades turísticas que le agradan a la hora de asistir a un viaje?

	Nada	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Solo el hecho de ser nocturno					
Gastronomía					
Shows culturales					
Shows musicales					
Rutas turísticas					
Venta de productos					

Otros, especifique \_\_\_\_\_

12. Indique con una X la calificación que le otorga según su grado de satisfacción de los siguientes aspectos que intervienen en el Turismo Nocturno (siendo 10 muy satisfecho):

ELEMENTOS	ESCALA DE SATISFACCIÓN									
	Menos satisfecho					Muy satisfecho				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Transporte										
Seguridad										
Organización del evento										
Música en vivo										
Iluminación										
Guías Turísticos										
Rutas Turísticas										
Tiempo de recorrido de las rutas turísticas										
Espectáculos Culturales										
Limpieza del Lugar										
Gastronomía										
Ventas de Artesanías										
Lugares de Descanso										
Horario de Salida										
Horario de Regreso										

13. ¿Qué cantidad de dinero generalmente gasta en el viaje de Turismo Nocturno?

Menos de \$10  \$10  Entre \$10 y \$20

Entre \$20 y \$30  Más de \$30

14. ¿Encontró alguna promoción especial durante sus compras en el municipio?

Sí  No

15. ¿Qué horarios recomendaría de acuerdo a su conveniencia para la realización del Turismo Nocturno?

Hora de Salida \_\_\_\_\_ pm

Hora de Regreso \_\_\_\_\_ pm

16. ¿En qué escala de satisfacción, el viaje de turismo nocturno cumplió con sus expectativas?

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| Muy Satisfecho  | <input type="checkbox"/> |
| Satisfecho      | <input type="checkbox"/> |
| Poco Satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Regular         | <input type="checkbox"/> |
| Nada Satisfecho | <input type="checkbox"/> |

17. ¿Recomendaría a otras personas asistir a las actividades de Turismo Nocturno?

Sí  No

18. Si usted fuera el encargado de promocionar y realizar actividades nocturnas, ¿Qué aspectos incluiría para mejorar la satisfacción de los turistas?

---

---

---

---

---



• ANEXO 15



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



**CUESTIONARIO DIRIGIDO A TURISTAS POTENCIALES.**

Estimado/a Señor/a/ita.

Reciba un cordial saludo de parte de estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Solicitamos su valiosa colaboración en responder este cuestionario, en el marco de una investigación sobre la creación de un Modelo de Turismo Nocturno en la Micro Región El Bálsamo, departamento de La Libertad. La información proporcionada es para fines estrictamente académicos.

Indicaciones:

Marque con una X la respuesta que considere conveniente y complete cuando sea necesario a las interrogantes.

**I. DATOS GENERALES**

**A. GENERO**

Masculino  Femenino

**B. EDAD**

\_\_\_\_\_

**C. ESTADO FAMILIAR**

Soltero  Acompañado  Casado  Divorciado   
Separado  Viudo

**D. OCUPACION**

Estudiante  Empleado  Comerciante  Pensionado   
Otro  Especifique \_\_\_\_\_

**E. MUNICIPIO DE RESIDENCIA**

\_\_\_\_\_

## II. DATOS DE CONTENIDO

1. De los siguientes tipos de Turismo, ¿Cuáles actividades turísticas realiza?

TIPO DE TURISMO	SI	NO
TURISMO DE SOL Y PLAYA		
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS		
TURISMO ARQUEOLÓGICO		
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)		
AGROTURISMO		
PESCA DEPORTIVA		
TURISMO GASTRONÓMICO		
TURISMO NOCTURNO		

Otros, especifique \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál fue el medio de comunicación por el cual se enteró de las actividades de Turismo?

Internet (Redes Sociales)  Televisión  Periódicos

Por medio de otra persona  Radio

Otros  Especifique: \_\_\_\_\_

3. ¿Conoce o ha escuchado hablar sobre el turismo nocturno que desarrolla POLITUR en coordinación con las Alcaldías Municipales del país?

Sí  No

4. ¿Le gustaría realizar turismo nocturno en el país?

Si, ¿Por qué? :

---



---

No, ¿Por qué? :

---



---

(SI SU RESPUESTA ES “NO”, MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN)

5. Califique la importancia de los diferentes elementos turísticos colocando una X en la casilla según su escala, de menos importante a muy importante.

ELEMENTOS	ESCALA DE IMPORTANCIA									
	Menos importante					Muy importante				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Transporte										
Seguridad										
Organización										
Música en vivo										
Iluminación										
Guías Turísticos										
Rutas Turísticas										
Tiempo de recorrido de las rutas turísticas										
Espectáculos Culturales										
Limpieza del Lugar										
Gastronomía										
Ventas de Artesanías										
Lugares de Descanso										
Horario de Salida										
Horario de Regreso										

Otros, especifique \_\_\_\_\_

6. ¿Cuántas personas lo acompañan al momento de realizar viajes turísticos?

\_\_\_\_\_

7. ¿Quiénes lo acompañan al momento de visitar los sitios turísticos?

- Familia  
 Amigos  
 Compañeros de trabajo  
 Solo  
 Otros, Especifique \_\_\_\_\_

8. ¿Qué tipo de productos consume en sus viajes turísticos en el país?

Comidas Típicas  Bebidas Gaseosas  Bebidas Típicas   
Artesanías  Otros  Especifique: \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es la frecuencia de sus actividades turísticas en el país?

Una vez a la semana      Una vez al mes   
 Cada dos semanas      Una vez al año   
 En días festivos      Otra  Especifique \_\_\_\_\_

10. ¿Qué actividades le gusta realizar en viajes turísticos?

Caminatas      Visitar sitios culturales   
 Gastronomía      Otros  Especifique \_\_\_\_\_  
 Ver espectáculos culturales

11. De los siguientes lugares, ¿Cuál de ellos le gustaría visitar por medio del Turismo Nocturno? Marque con una X.

<b>MUNICIPIOS</b>	
Comasagua	
Cojutepeque	
San Miguel Tepezontes	
Huizucar	
Jayaque	
Talnique	
Tepecoyo	
Sacacoyo	
San Vicente	
Zaragoza	
San Sebastian	

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

12. ¿Qué lugar considera que debe ser el punto de reunión antes de cada viaje (Lugar de partida)?

Metrocentro  CIFCO

POLITUR  Otros  Especifique \_\_\_\_\_

13. ¿Qué horarios recomendaría de acuerdo a su conveniencia para la realización del Turismo Nocturno?

Hora de Salida \_\_\_\_\_ pm

Hora de Regreso \_\_\_\_\_ pm

14. ¿Estaría dispuesto a pagar una cantidad de dinero por la realización de las actividades turísticas nocturnas?

Si  Cuanto: \_\_\_\_\_

No

15. ¿Qué cantidad de dinero generalmente gasta durante sus actividades turísticas?

Menos de \$10  \$10  Entre \$10 y \$20

Entre \$20 y \$30  Más de \$30

16. ¿Qué opinión le merece el fomento del Turismo Nocturno en El Salvador?

Excelente

Buena

Regular

Mala

17. ¿Considera que las actividades de Turismo Nocturno tienen futuro en el país?

---

---

---

18. Si usted fuera el encargado de fomentar el Turismo Nocturno, ¿qué acciones desarrollaría?

---

---

---

---

- **ANEXO N°16: Guía de preguntas dirigida a los representantes de cada comité de turismo de los municipios de la Micro Región el Bálsamo.**



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



**GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE CADA COMITÉ DE TURISMO DE LA MICRO REGIÓN EL BÁLSAMO, LA LIBERTAD.**

**INTRODUCCIÓN:**

Somos estudiantes de la Universidad de El Salvador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Carrera de Administración de Empresas, realizando una Investigación de Campo en el marco de la creación de un Modelo de Turismo Nocturno en la Micro Región El Bálsamo, departamento de La Libertad con el fin de elaborar nuestro trabajo de graduación. De ante mano muchas gracias por la colaboración.

**NOMBRE DEL MUNICIPIO:** \_\_\_\_\_

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** \_\_\_\_\_

1. Háblenos sobre su experiencia en el proyecto de Turismo Nocturno en el municipio
2. Coméntenos de qué forma se organiza el comité para realizar el Turismo Nocturno en el municipio
3. Qué apoyo reciben por parte de las instituciones al momento de llevar a cabo las gestiones de las actividades de Turismo Nocturno.
4. A su criterio, cuáles son los atractivos del municipio.
5. Háblenos sobre las limitantes y beneficios que tiene el proyecto de Turismo Nocturno
6. Platíquenos, como se financia los proyectos de turismo nocturno en el municipio
7. Cuáles son los comentarios por parte de los habitantes y comerciantes que participan en las actividades de Turismo Nocturno
8. Qué acciones considera se pueden realizar para mejor el Turismo Nocturno

- ANEXO N°17: Guía de observación a realizar en el Turismo Nocturno



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



### GUÍA DE OBSERVACIÓN.

**Objetivo:** identificar aspectos importantes del proyecto de turismo nocturno con el propósito de conocer la realidad del mismo.

#### DATOS GENERALES

##### A. ORGANIZACIÓN DE POLICIA DE TURISMO

- Hora de Salida.

---

---

---

- Asignación de Asientos al turista.

---

---

---

- Identificación de Turistas.

---

---

---

- Indicaciones Generales

---

---

---

- Agentes de Seguridad

---

---

---



- Hora de Regreso

---

---

---

**B. DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN DEL COMITÉ DURANTE EL EVENTO.**

- Transporte

---

---

---

- Guía Turístico

---

---

---

- Actos de Bienvenida

---

---

---

- Rutas Turísticas

---

---

---

- Entretenimiento

---

---

---

- Zona de Ventas

---

---

---

- Servicio al Cliente

---

---

---

- Gastronomía

---

---

---

- Lugar de Descanso

---

---

---

- Disponibilidad de Mesas y sillas

---

---

---

- Limpieza e higiene

---

---

---

### **C. TURISTAS**

- Respuesta a la hora de reunión

---

---

---

- Respuesta ante el guía turístico

---

---

---

- Reacción al lugar de destino

---

---

---

- Consumo de productos

---

---

---

➤ Indagación en datos culturales

---

---

---

➤ Diversión

---

---

---

➤ Respuesta a los precios

---

---

---

- ANEXO N°18

CUADRO 1. TURISMO COMUNITARIOS Y NOCTURNOS 2012

<b>TURISMO COMUNITARIOS Y NOCTURNOS 2012</b>		
<b>Mes</b>	<b>Comunitarios</b>	<b>Nocturnos</b>
Enero	1	0
Febrero	1	3
Marzo	1	5
Abril	1	2
Mayo	0	3
Junio	3	0
Julio	2	3
Agosto	2	0
Septiembre	1	1
Octubre	4	5
Noviembre	1	1
Diciembre	11	6
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>29</b>

Fuente: REGISTRO ESTADISTICOS POLICIA DE TURISMO, EL SALVADOR

- ANEXO N°19

CUADRO 2. ASISTENCIA TURISMO NOCTURNO Y COMUNITARIO POR AÑO

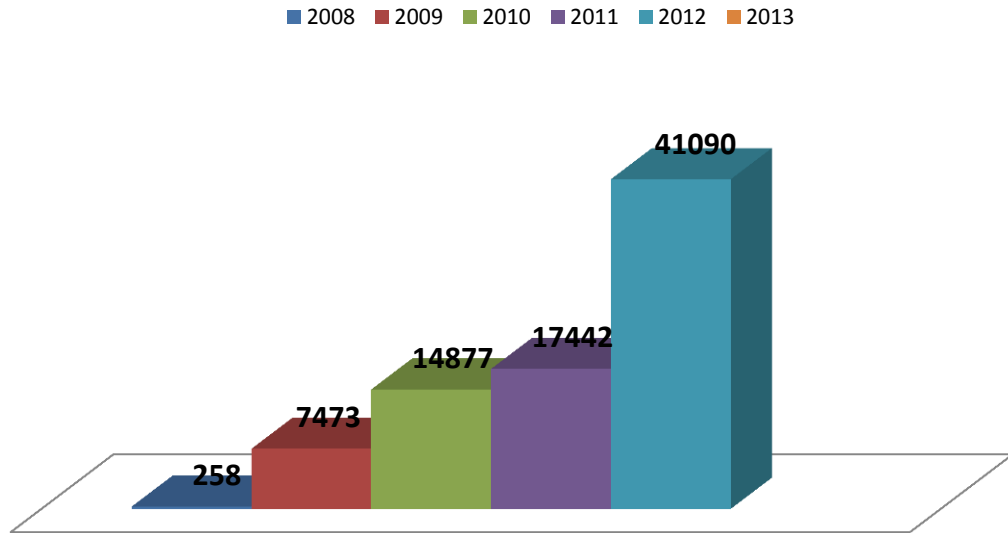
<b>Año</b>	<b>Números de recorridos</b>	<b>Cantidad de Asistentes</b>
2008	4	258
2009	36	7473
2010	58	14877
2011	32	17442
<b>2012</b>	<b>57</b>	<b>41090</b>
2013		
<b>Total</b>	<b>187</b>	<b>81140</b>

Fuente: REGISTRO ESTADISTICOS POLICIA DE TURISMO, EL SALVADOR

- ANEXO N° 20

FIGURA 1. ASISTENCIA TURISMO NOCTURNO Y COMUNITARIO POR AÑO

### Asistencia Turismo Nocturno y Comunitarios por año



- ANEXO 21

CUADRO 3. ASISTENCIA DE TURISMO COMUNITARIO Y NOCTURNO AÑO 2012

AÑO	CANTIDAD DE ASISTENTES TURISMO COMUNITARIO	CANTIDAD DE ASISTENTES TURISMO NOCTURNO	TOTAL
2012	20134	20956	41090

Fuente: REGISTRO ESTADISTICOS POLICIA DE TURISMO, EL SALVADOR

- ANEXO N° 22

CUADRO 4. NUMERO DE FAMILIAS POR MUNICIPIO.

MUNICIPIO	NÚMERO DE HABITANTES	NUMERO DE PERSONAS PROMEDIO POR FAMILIA	NÚMERO DE FAMILIAS POR MUNICIPIO
San Salvador	316,090	5	63218
Soyapango	241,403	5	48280.6
Mejicanos	140,751	5	28150.2
Santa Tecla	121,908	5	24381.6
Antiguo Cuscatlan	33,698	5	6739.6
La Libertad	35,997	5	7199.4
<b>TOTAL</b>	<b>889,847</b>	<b>5</b>	<b>177969</b>

Fuente: Censo de Población 2007

- **ANEXO N° 23: Síntesis de entrevista dirigida a representantes de comités de turismo en los municipios de la micro región el bálsamo, la libertad.**

CUESTIONAMIENTO (PUNTOS DE VISTA)	RESULTADOS
<p>Experiencia proyecto Turismo Nocturno en el municipio.</p>	<p>La experiencia es relativamente poca ya que el turismo no formaba parte crucial de las antiguas administraciones de las respectivas municipalidades, los comités de turismo surgen como un enlace entre los micro empresarios, municipalidad y el turista lo cual su objetivo es fomentar y dar a conocer cada uno de sus municipios no solo a nivel nacional si no también internacional y explotar cada uno de sus atractivos, con mucho esfuerzo y con pequeños pasos se integran a la oferta turística del departamento de La Libertad.</p> <p>Los comités coinciden en que la coordinación con la Policía de Turismo (POLITUR) ha sido una ventana de oportunidades muy satisfactoria para el desarrollo de las actividades, dejado una muy buena impresión.</p> <p>Es importante destacar la mención que los comités mantienen sobre la persuasión y la confianza que genera la Policía de Turismo (POLITUR) hacia el turista, siendo esta una de las principales razones por el que dichas actividades tienen éxitos.</p>
<p>Forma de organización del comité ante cada actividad de Turismo Nocturno.</p>	<p>El comité está conformado en gran parte de los micro empresarios como aliados estratégicos, también personas de la municipalidad entre ellos concejales o bien el alcalde o alcaldesa, y personas ajenas que en su mayoría son jóvenes trabajadores en pro de su municipio.</p> <p>Dentro de la organización de cada uno de ellos, se comentó que lo primordial es tener personas que aporten ideas y que tengan las ganas de trabajar por el pueblo, también las reuniones previas informativas y administrativas en las cuales encabezan temas relacionado a la preparación del itinerario a realizar el día del evento, que micro empresas participaran, y que productos ofertaran como el grado de compromiso de estos, parte importante, las personas que participarán como guías, logística, montaje y diseñar la rutas</p>

	<p>turísticas.</p>
<p>Apoyo de instituciones al gestionar actividades turísticas nocturnas</p>	<p>Alcaldía Municipal; colaborándoles con montaje, instalaciones, mesas, sillas y mano de obra, Policía de Turismo (POLITUR); con la seguridad y la publicidad del evento, también participan los agentes de la Policía Nacional Civil (PNC). La micro región El Bálsamo forma parte de los colaboradores y en momentos en lo que se pueden gestionar alianzas con la empresa privada.</p> <p>Los municipios de la Micro Región El Bálsamo participa en diferentes categorías dentro del turismo en el país como son: Historia y Cultura, Ecoturismo, Agroturismo.</p> <p>El municipio de Sacacoyo cuenta con el parte del valle de Zapotitán donde se cultiva caña, maíz, arroz, frijol y hay abundante agua, en la parte alta del municipio se encuentran miradores y fincas de diferente producción. En lo cultural cuentan con distintas tradiciones atractivas para el ojo del turista como: "La lavada de San Simón" (Patrón del pueblo), el desfile de antorchas para el 14 de Septiembre por la noche, el municipio cuenta con fiestas patronales meramente religiosas y fiestas tradicionales para el mes de diciembre. Mencionar el tour de ciudad que se realizan.</p> <p>Por parte del municipio de Tepecoyo: La naturaleza y el ecoturismo los representan "La Peña de Nahuaza" "El muñeco" y las "Las Pilas", los canopy, un parque ecoturístico que pertenece a la municipalidad con senderos y área de camping. Como deporte extremo cuentan con una pista de motorcross "Las Huertas" son parte de la aventura. Dentro de lo cultural mantienen activo el proceso del bálsamo, además de contar con una de las tradiciones más conocidas en El Salvador la de "Los Cumpas" la cual comparte con 2 municipios más uno de ellos Jayaque también parte de la micro región. Los productos por los cuales apuestan se encuentran "El tepecoyito", "La Tepeyuca" y la</p>
<p>Atractivos del municipio</p>	



Limitantes y  
Beneficios del  
proyecto

bisutería de un emprendedor local.

En Jayaque destacan, las fincas de café como "Café y Jardín El Carmen", Finca "Santa Elena", miradores "El Pinal y el de "Los Angeles". Dentro de la cultura Jayaque cuenta con un museo, y productos locales innovadores como en panadería "San Cristobal" con su semita de café. Y con caminatas hasta "La Cruz" y la cascada.

En Talnique como un municipio meramente con cultivos del café destacan en platillos derivados de este como: licor de café, flan de café y costillas en salsa de café. También cuentan con el ecoturismo con 8 destinos, Finca "Victoria" que nos muestra el proceso del café, Centro de recreación "Montel Betel" con aéreas de camping, canchas y hospedaje si faltar también su iglesia como un patrimonio para Talnique.

Limitantes: falta de participación de las personas al momento de planificar los eventos, es poca la confianza que a veces se tiene al no creer en el turismo y pensar que no le ven futuro por la ubicación del pueblo no pudiendo ver que con lo que se tiene se puede generar algo bueno.

Otra limitante que se da en ocasiones es la falta de coordinación con las personas a asistir y el transporte disponible, o que se junten dos eventos en el mismo día, ya que se dan los casos de que llega menos gente de la que se espera o por el contrario llega más gente de la que en el pueblo se esperaba y esto ya incurre en gastos extra, esto influye también en los empresarios ya que se preparan con cierta cantidad de comida que algunas veces es suficiente, otras no alcanza para todos o que la cantidad de personas fue menor y ha sobrado comida.

Falta de basureros en el lugar.

Beneficios: se logra dinamizar la economía del pueblo tomando en cuenta la actividad económica de los empresarios emprendedores sin ver colores políticos.

Se da a conocer los municipios a nivel nacional e internacional a través de los turistas y los medios de comunicación que muchas veces llegan a cubrir los eventos.

Los turistas quedan satisfechos y disfrutan de

<p>Financiamiento del proyecto.</p>	<p>todo lo que se ha preparado lo que los motiva a volver solos y visitar nuevamente los municipios como se ha dado en algunas ocasiones.</p> <p>Para financiar las actividades de Turismo Nocturno se gestiona apoyo a través de la Alcaldía de cada municipio, La Micro Región El Bálsamo y se obtiene ayuda en ocasiones de la ONG CESAL, esta es para gastos en autobuses, canopys, refrigerios, entre otros. Para gastos menores se logran cubrir con ingresos que se tienen el comité de turismo, que se obtiene de ayudas voluntarias por parte de los microempresarios y demás personas involucradas.</p>
<p>Comentarios del proyecto</p>	<p>La mayoría de comentarios por parte de los habitantes son favorables, les gusta ver su pueblo alegre por una noche y ahora tienen un lugar donde estar y divertirse.</p> <p>Los turistas se van satisfechos y con ganas de regresar y en ocasiones hacen recomendaciones que contribuyen a mejorar las actividades como la iluminación o las decoraciones.</p> <p>Por parte de los comerciantes los comentarios son positivos, la mayoría de veces venden todos sus productos como lo esperan motivándolos a siempre formar parte y contribuir con estas actividades.</p>
<p>Acciones de mejora en el Turismo Nocturno.</p>	<p>Entre las acciones para mejorar estas actividades se encuentran una mayor participación de las personas ya que se necesitan más brazos, más ideas y más mentes integrando más personas y concientizarlas en cultura turística para poder llevar a cabo de mejor manera las actividades.</p> <p>Otras de las acciones serían mejorar la logística y tener una infraestructura destinada para la realización de los eventos, contar con apoyo de transporte interno y aumentar la seguridad para todos los turistas.</p>

- **ANEXO N° 24 : Guía de observación a realizada en el Turismo Nocturno**



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



---

**SINTESIS DE GUÍA DE OBSERVACIÓN.**

**Objetivo:** identificar aspectos importantes del proyecto de turismo nocturno con el propósito de conocer la realidad del mismo.

**DATOS GENERALES**

**D. ORGANIZACIÓN DE POLICIA DE TURISMO**

- **Hora de Salida.**  
Se observó que la mayoría de veces existen atrasos e inconvenientes a la hora de salida, en promedio un retraso de 20 minutos de la hora establecida de emprender el viaje, debiéndose estos a por impuntualidad de los autobuses, del turista, o una mala organización.
- **Asignación de Asientos al turista.**  
Se verifico que en ocasiones existen inconformidades por parte del turista por la asignación de los asientos, ocasionando malestar entre estos.
- **Identificación de Turistas.**  
Se percibió que siempre existe entrega de carnet de identificación al turista ante la realización de las actividades, logrando de esta forma tener mantener un control del turista que asiste a la realización de estas actividades.
- **Indicaciones Generales**  
Ante cada viaje siempre son brindadas indicaciones generales por parte de los miembros de la Policía de Turismo que deben ser tomadas en cuenta en la realización de las actividades.
- **Agentes de Seguridad**  
Se observó que dentro de cada autobús un agente de la policía de turismo es asignado, para el resguardo del turista en el desarrollo del viaje, también se observó que existen distracciones en algunos agentes durante los recorridos, además de recibir por parte del turista algunos comentarios negativos ante el desempeño de su trabajo.

➤ **Hora de Regreso**

No existe una hora definida para el regreso del viaje, ante estos la Policía de Turismo (POLITUR) antes del inicio de la actividad informa al turista una hora promedio para el regreso, existiendo siempre atrasos por parte de los turistas y mala organización del tiempo de las rutas turísticas del destino visitado.

**E. DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN DEL COMITÉ DURANTE EL EVENTO.**

➤ **Transporte**

Se verifico el estado de las unidades, la mayoría de estas se encuentran en condiciones regulares, respecto a los asientos son incómodos para un viaje mayor de una hora de camino.

➤ **Guía Turístico**

Los guías turísticos son personas originarias del lugar de destino y que conocen sobre la historia y cultura del mismo, estando a disposición del turista ante cualquier cuestionamiento y sugerencia. Estos parten del lugar de salida donde cada uno de estos son asignados a cada autobús, este se encargara del grupo de turistas que viajan la unidad que le corresponde en todo el recorrido del viaje, al finalizar su función los turistas brinda de forma voluntaria un pequeño incentivo al guía por su aporte.

➤ **Actos de Bienvenida**

Son realizados comúnmente por personas del comité de turismo y alcaldía municipal del destino visitado, en el parque central de la municipalidad.

➤ **Rutas Turísticas**

Se constató la existencia de variedad de recorridos para el entretenimiento del turista, pero en ocasiones no se llega a cumplir con el desarrollo de toda la ruta turística debido a cuestiones de tiempo ante el regreso de viaje.

➤ **Entretenimiento**

Parte del entretenimiento del viaje turístico en el municipio visitado, son los grupos de música folklórica, presentación de bailes culturales, festivales de globos y piscuchas, animación por empresas privadas etc.

➤ **Zona de Ventas**

Existe una distribución adecuada del espacio destinado para la comercialización de las ventas del lugar, ya que es accesible al turista en términos de desplazamiento, de igual manera siendo una zona limpia en cuestión de higiene y aseo para el consumo de los platillos que en el lugar se venden.

➤ **Servicio al Cliente**

El servicio al cliente por parte de los vendedores, microempresarios, es bastante bueno según lo que se pudo constatar y los comentarios de los turistas ante el servicio recibido.

- **Gastronomía**  
Se observó una oferta gastronómica variada para el consumo del turista, destacando los platos típicos del lugar.
- **Lugar de Descanso**  
Dentro de los lugares de descansos en el viaje, destacan el parque central del lugar visitado y alguna u otra zona verde, pero se percibieron comentarios de insatisfacción por falta espacio.
- **Disponibilidad de Mesas y sillas**  
Existen limitantes ante la disponibilidad de mesas y sillas, debido a que al momento del consumo de los alimentos en el lugar visitado muchas personas no encuentran lugar donde poder ingerir dichos alimentos, de igual manera estos comentarios son hechos por los turistas con los organizadores, como una sugerencia para futuros eventos en estos lugares.
- **Limpieza e higiene**  
La limpieza y higiene de los lugares visitados es bastante buena, pero se encontraron algunos inconvenientes como: falta suficientes basureros y control en los animales callejeros.

## **F. TURISTAS**

- **Respuesta a la hora de reunión**  
Comúnmente no existen comentarios negativos por parte del turista, por las horas destinadas para la realización del viaje. Existiendo siempre retrasos posiblemente no controlable por estos.
- **Respuesta ante el guía turístico**  
Se verifico que la mayoría de turistas respetan y cumplen con las indicaciones de los guías en el desarrollo del viaje quedando muy satisfechos de su participación y formando lazos de camarería, se observó también que algunos turistas que por motivos de ya conocer el lugar no acatan dichas indicaciones y hacen lo que a ellos más les parece.
- **Reacción al lugar de destino**  
En ningún momento se observó algún turista quejarse por el lugar a visitar.
- **Consumo de productos**  
Se determinó con la observación que los turistas consumen en gran medida los productos que ofrece el lugar, no solo consumiéndolo en el momento si no que siempre tratan la manera de llevar un recuerdo a sus familiares del lugar visitado.
- **Indagación en datos culturales**  
Se observó que siempre existen turistas preocupados por conocer datos de historia y cultura del lugar visitado.

➤ **Diversión**

El turista que participa en estas actividades se divierte en todo el trayecto del viaje tanto en el transcurso hasta el destino, durante la estancia en el lugar, como en el regreso. Observando en estos: baile, chistes, adivinanzas entre muchas otras actividades que hacen al turista divertirse en todo momento.

➤ **Respuesta a los precios**

Cabe hacer mención que en ningún momento se observó comentarios negativos por precios de los productos ofertados por las personas del lugar de destino, siendo un indicador que refleja que los productos del lugar son aceptados por el turista.

- ANEXO N° 25: Resultados de La Investigación dirigida a Turista Actuales del Turismo Nocturno.



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



## I. DATOS GENERALES.

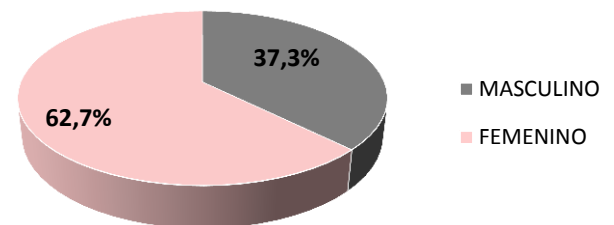
### A. GÉNERO

**OBJETIVO:** Conocer el género que prevalece entre las personas que han realizado las actividades del turismo nocturno.

**CUADRO N° 1**

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	62	37.3%
FEMENINO	104	62.7%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°1**



**COMENTARIO:** De los 166 personas encuestadas, un 62.7% del total pertenece al género femenino y el 37.3% restante forma parte de género masculino. Ellos representan los Turistas Actuales del proyecto de Turismo Nocturno.

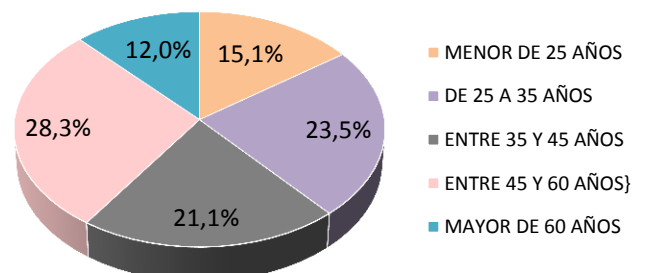
### B. EDAD

**OBJETIVO:** Determinar cuál es la edad que predomina en las personas encuestadas con la finalidad de orientar las actividades en base a la edad que más prevalezca

**CUADRO N°2**

EDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOR DE 25 AÑOS	25	15.1%
DE 25 A 35 AÑOS	39	23.5%
ENTRE 35 Y 45 AÑOS	35	21.1%
ENTRE 45 Y 60 AÑOS	47	28.3%
MAYOR DE 60 AÑOS	20	12.0%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 2**



**COMENTARIO:** El gráfico nos muestra las edades de los hombres y mujeres que fueron encuestados, siendo las edades de 35 a 45 años y de 45 a 60 años como las más dominantes con un 28.3% y 21.1% respectivamente. Y con el menor porcentaje las edades mayores a 60 años. Esta información nos muestra que dentro de los turistas actuales la mayor participación se encuentra en las personas adultas.

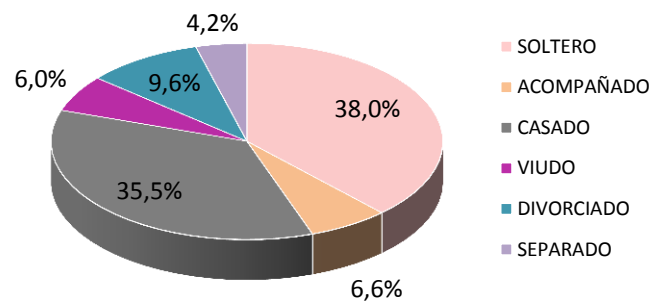
### C. ESTADO FAMILIAR

**OBJETIVO:** Determinar el estado familiar que más prevalezca en los turistas que realizan turismo nocturno

**CUADRO N°3**

ESTADO FAMILIAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLTERO	63	38.0%
ACOMPañADO	11	6.6%
CASADO	59	35.5%
VIUDO	10	6.0%
DIVORCIADO	16	9.6%
SEPARADO	7	4.2%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICA N° 3**



**COMENTARIO:** Se puede observar que el estado civil de la mayoría de las personas es soltero con un 38% y casado con 35.5%. Y una pequeña parte de total de la población encuestada se encuentra separado. Es determinante conocer esto debido a que permite analizar la posibilidad de que el encuestado realice Turismo Nocturno acompañado de su familia o amigos.



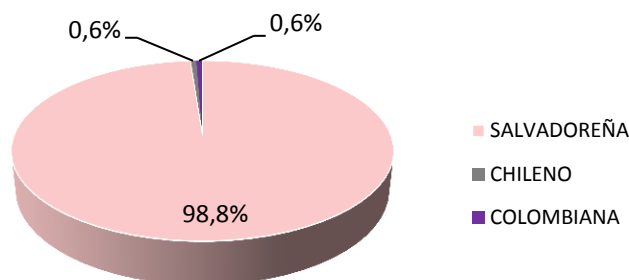
#### D. NACIONALIDAD

**OBJETIVO:** Identificar a través de la encuesta posibles turista internacionales en las actividades turísticas nocturnas

**CUADRO N° 4**

NACIONALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SALVADOREÑA	164	98.8%
CHILENO	1	0.6%
COLOMBIANA	1	0.6%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N° 4**



**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas la mayoría son de nacionalidad salvadoreña y con un menor porcentaje, personas con nacionalidad extranjera. Dicha información nos muestra que dentro del proyecto existen extranjeros interesados en el proyecto de Turismo Nocturno en El Salvador.

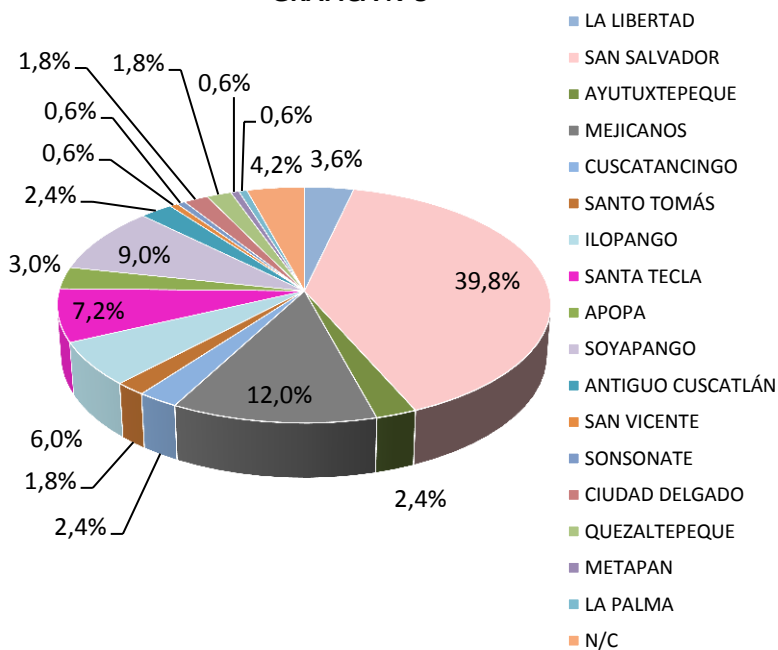
#### E. MUNICIPIO DE RESIDENCIA

**OBJETIVO:** Conocer el municipio de residencia de cada una de las personas encuestadas en las actividades turísticas nocturnas

**CUADRO N° 5**

MUNICIPIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA LIBERTAD	6	3.6%
SAN SALVADOR	66	39.8%
AYUTUXTEPEQUE	4	2.4%
MEJICANOS	20	12.0%
CUSCATANCINGO	4	2.4%
SANTO TOMÁS	3	1.8%
ILOPANGO	10	6.0%
SANTA TECLA	12	7.2%
APOPA	5	3.0%
SOYAPANGO	15	9.0%
ANTIGUO CUSCATLÁN	4	2.4%
SAN VICENTE	1	0.6%
SONSONATE	1	0.6%
CIUDAD DELGADO	3	1.8%
QUEZALTEPEQUE	3	1.8%
METAPAN	1	0.6%
LA PALMA	1	0.6%
NO CONTESTÓ	7	4.2%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICA N°5**



**COMENTARIO:** De los turistas encuestados el 78.2% residen en el departamento de San Salvador, siendo estos los que más frecuentan las actividades de Turismo Nocturno. Un 15% pertenecen al departamento de La Libertad y un 6.8% restante de los distintos departamentos del país.

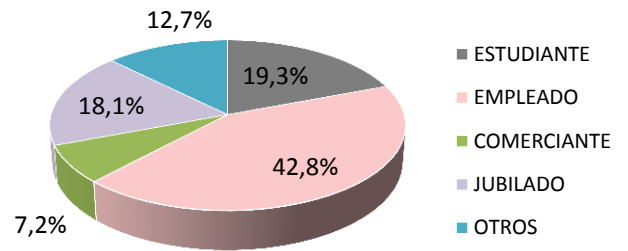
## F. OCUPACIÓN

**OBJETIVO:** Identificar la ocupación de cada una de las personas encuestadas en la investigación realizada

**CUADRO N° 6**

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTUDIANTE	32	19.3%
EMPLEADO	71	42.8%
COMERCIANTE	12	7.2%
JUBILADO	30	18.1%
OTROS	21	12.7%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N° 6**



**COMENTARIO:** Dentro de los encuestados un 42.8% son personas que se encuentran dentro de la población económicamente activa del país. Los estudiantes abarcan el segundo grupo con un 19.3% y seguidamente con un 18.1% las personas que ya se encuentran jubiladas y que disfrutan del Turismo Nocturno en el país.

## II. DATOS DE CONTENIDO

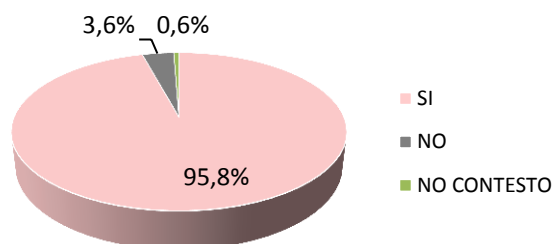
### 1. ¿Realiza actividades de Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Determinar si las personas encuestadas han realizado actividades turísticas nocturnas.

**CUADRO N°7**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	159	95.8%
NO	6	3.6%
NO CONTESTO	1	0.6%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N° 7**



**COMENTARIO:** El 95.8 % de las personas encuestadas afirmaron que realizan actividades de Turismo Nocturno, el 3.6% restante dijo que no asiste a actividades nocturnas.

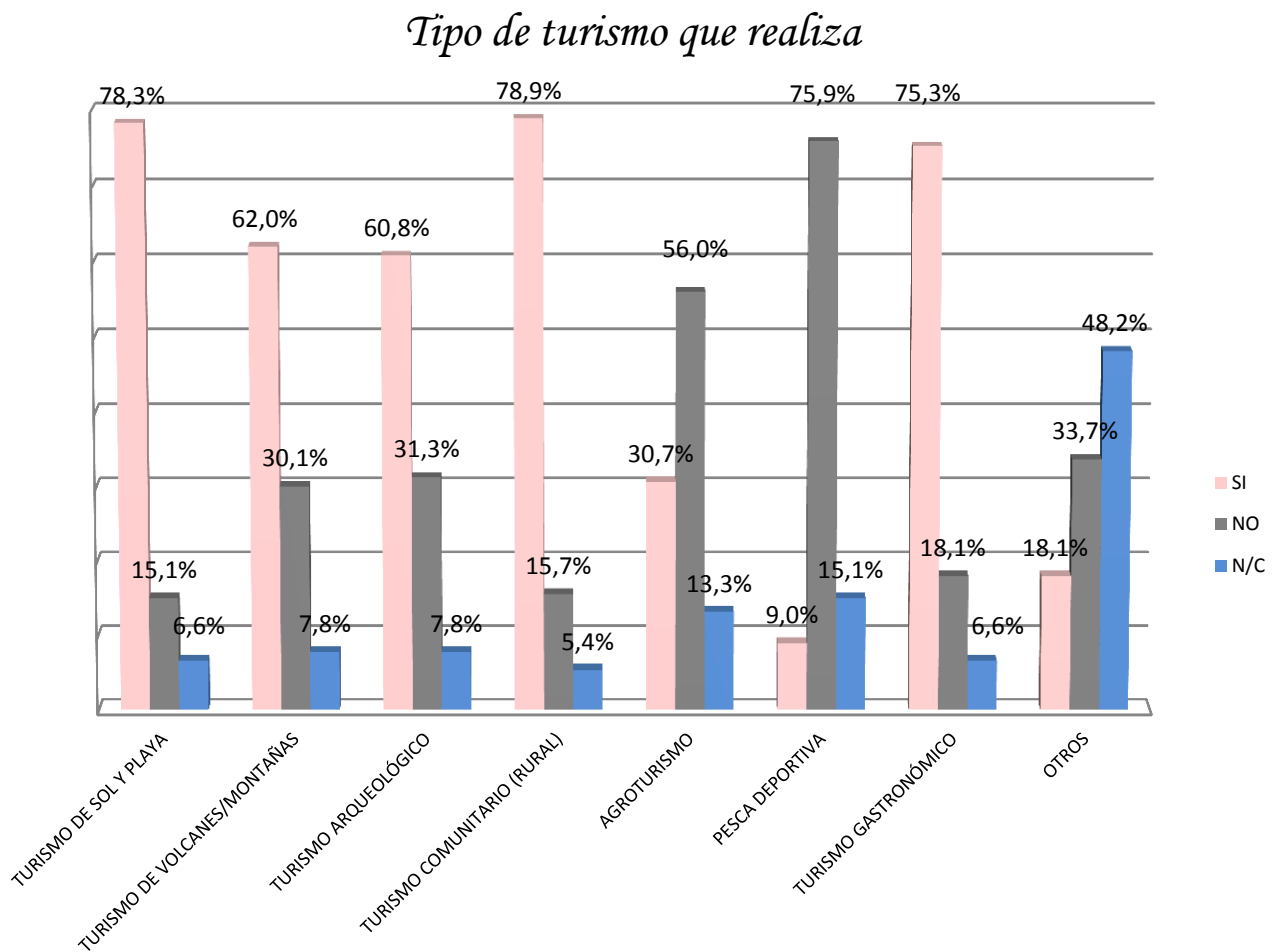
### 2. Además del Turismo Nocturno, ¿Qué otro tipo de turismo realiza?

**OBJETIVO:** Conocer que otro tipo de turismo realizan las personas aparte del turismo nocturno, para determinar el grado de importancia que este tiene con relación a los otros tipos de turismo que se realizan en el país.

**CUADRO N° 8**

TIPO	SI		NO		N/C		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
TURISMO DE SOL Y PLAYA	130	78.3%	25	15.1%	11	6.6%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑA	103	62.0%	50	30.1%	13	7.8%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
TURISMO ARQUEOLÓGICO	101	60.8%	52	31.3%	13	7.8%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)	131	78.9%	26	15.7%	9	5.4%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
AGROTURISMO	51	30.7%	93	56.0%	22	13.3%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
PESCA DEPORTIVA	15	9.0%	126	75.9%	25	15.1%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
TURISMO GASTRONÓMICO	125	75.3%	30	18.1%	11	6.6%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>
OTROS	30	18.1%	56	33.7%	80	48.2%	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

GRÁFICO N°8



**COMENTARIO:** El resultado de la investigación refleja que tipos de turismos realizan los encuestados, siendo el turismo comunitario el elegido más veces con un 78.9%, el siguiente más preferido es el Turismo de Sol y Playa con un 78.3% y seguido de este se encuentra el turismo gastronómico con un 75.3%. Y dentro de los que respondieron negativamente a realizar algún tipo de turismo, aquel con mayor rechazo a llevarlo a cabo con un 75.9% es la pesca deportiva junto con el Agroturismo con un 56%.

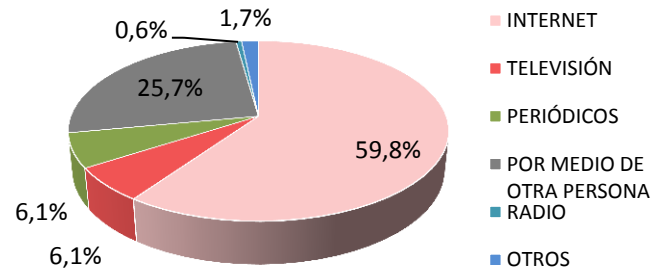
3. ¿Cuál fue el medio de comunicación por el cual se enteró de las actividades de Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Identificar el medio de comunicación mediante el cual la mayoría de las personas se informaron de las actividades de turismo nocturno

**CUADRO N° 9**

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	107	59.8%
TELEVISIÓN	11	6.1%
PERIÓDICOS	11	6.1%
POR MEDIO DE OTRA PERSONA	46	25.7%
RADIO	1	0.6%
OTROS	3	1.7%
<b>TOTAL</b>	<b>179</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°9**



**COMENTARIO:** Según lo manifestado por los encuestados, un 59.8% se enteró de las actividades de Turismo Nocturno a través del INTERNET, y un 25.7% por medio de otra persona. Y el restante 14.5% por diferentes medios de comunicación.

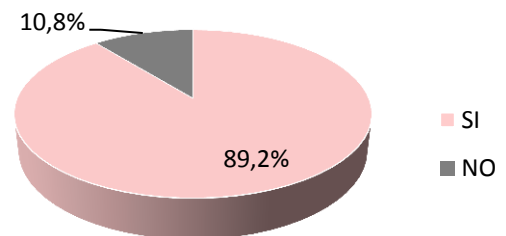
4. ¿Conoce qué instituciones o entidades promueven el Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Determinar si los turistas actuales tienen conocimiento de instituciones que promueven el turismo nocturno.

**CUADRO N° 10-A**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	148	89.2%
NO	18	10.8%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°10-A**

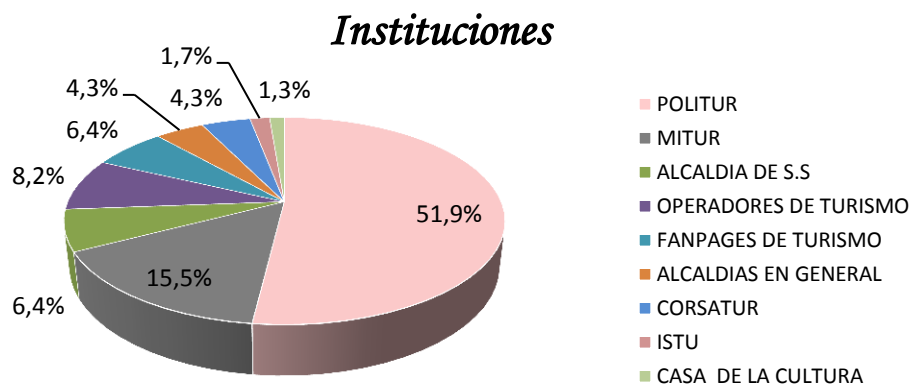


**COMENTARIO:** El 89.2% de los personas encuestadas tienen conocimiento de instituciones o entidades que promueven el turismo Nocturno en el país, el restante 10.8% ignora dichas instituciones.

**CUADRO N°10 –B**

INSTITUCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POLITUR	121	51.9%
MITUR	36	15.5%
ALCALDIA DE S.S	15	6.4%
OPERADORES DE TURISMO	19	8.2%
FANPAGES DE TURISMO	15	6.4%
ALCALDIAS EN GENERAL	10	4.3%
CORSATUR	10	4.3%
ISTU	4	1.7%
CASA DE LA CULTURA	3	1.3%
<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>233</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°10-B**



**COMENTARIO:** De las personas que afirmaron conocer instituciones que promueven el turismo nocturno, el 51.9% respondió POLITUR e inmediatamente con un 15.5% el Ministerio de Turismo (MITUR). También con un 14.6% de participación aparecen los Operadores de Turismo y las páginas de FACEBOOK relacionadas al turismo del país.

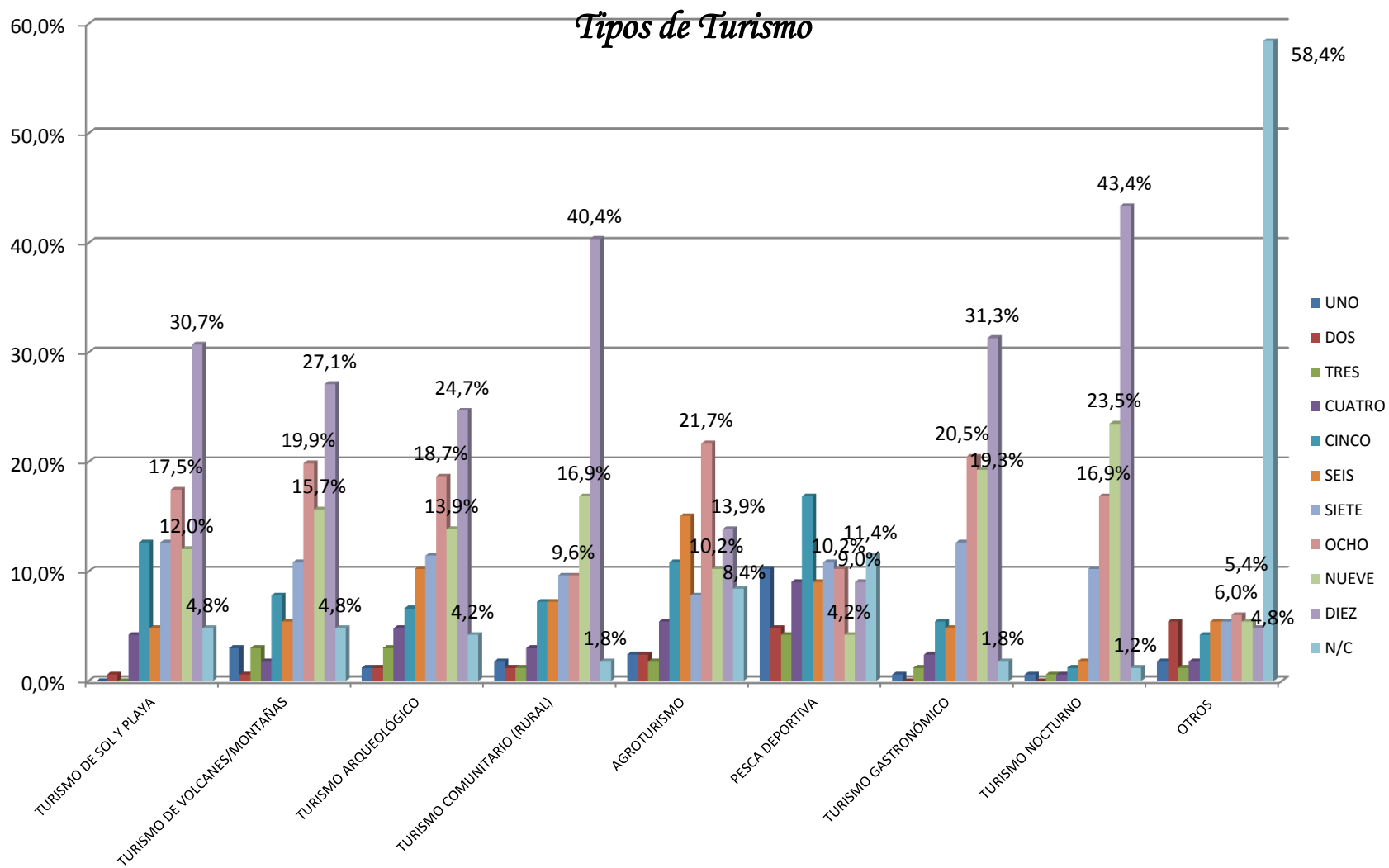
5. Califique en la escala del 1 al 10 en orden de importancia (1 menos importancia y 10 mayor importancia), de los siguientes tipos de turismo.

OBJETIVO: Conocer el grado de importancia que le otorgan los turistas actuales a cada uno de los tipos de turismo.

**CUADRO N° 11**

TIPO DE TURISMO	UNO		DOS		TRES		CUATRO		CINCO		SEIS		SIETE		OCHO		NUEVE		DIEZ		N/C		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
TURISMO DE SOL Y PLAYA	0	0.0%	1	0.6%		0.0%	7	4.2%	21	12.7%	8	4.8%	21	12.7%	29	17.5%	20	12.0%	51	30.7%	8	4.8%	166	100.0%
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS	5	3.0%	1	0.6%	5	3.0%	3	1.8%	13	7.8%	9	5.4%	18	10.8%	33	19.9%	26	15.7%	45	27.1%	8	4.8%	166	100.0%
TURISMO ARQUEOLÓGICO	2	1.2%	2	1.2%	5	3.0%	8	4.8%	11	6.6%	17	10.2%	19	11.4%	31	18.7%	23	13.9%	41	24.7%	7	4.2%	166	100.0%
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)	3	1.8%	2	1.2%	2	1.2%	5	3.0%	12	7.2%	12	7.2%	16	9.6%	16	9.6%	28	16.9%	67	40.4%	3	1.8%	166	100.0%
AGROTURISMO	4	2.4%	4	2.4%	3	1.8%	9	5.4%	18	10.8%	25	15.1%	13	7.8%	36	21.7%	17	10.2%	23	13.9%	14	8.4%	166	100.0%
PESCA DEPORTIVA	17	10.2%	8	4.8%	7	4.2%	15	9.0%	28	16.9%	15	9.0%	18	10.8%	17	10.2%	7	4.2%	15	9.0%	19	11.4%	166	100.0%
TURISMO GASTRONÓMICO	1	0.6%		0.0%	2	1.2%	4	2.4%	9	5.4%	8	4.8%	21	12.7%	34	20.5%	32	19.3%	52	31.3%	3	1.8%	166	100.0%
TURISMO NOCTURNO	1	0.6%		0.0%	1	0.6%	1	0.6%	2	1.2%	3	1.8%	17	10.2%	28	16.9%	39	23.5%	72	43.4%	2	1.2%	166	100.0%
OTROS	3	1.8%	9	5.4%	2	1.2%	3	1.8%	7	4.2%	9	5.4%	9	5.4%	10	6.0%	9	5.4%	8	4.8%	97	58.4%	166	100.0%

GRÁFICO N°11





**COMENTARIO:** Según datos obtenidos los tipos de turismo mejores evaluados según el grado de importancia con una calificación de diez son el turismo nocturno, turismo comunitario (rural) y el turismo gastronómico con los porcentajes de 43.4%, 40.4% y 31.3% respectivamente. Con menor porcentaje le proceden el turismo de sol y playa con un 30.7%, el turismo de volcanes / montañas con un 27.1 y el turismo arqueológico con un 24.7%.

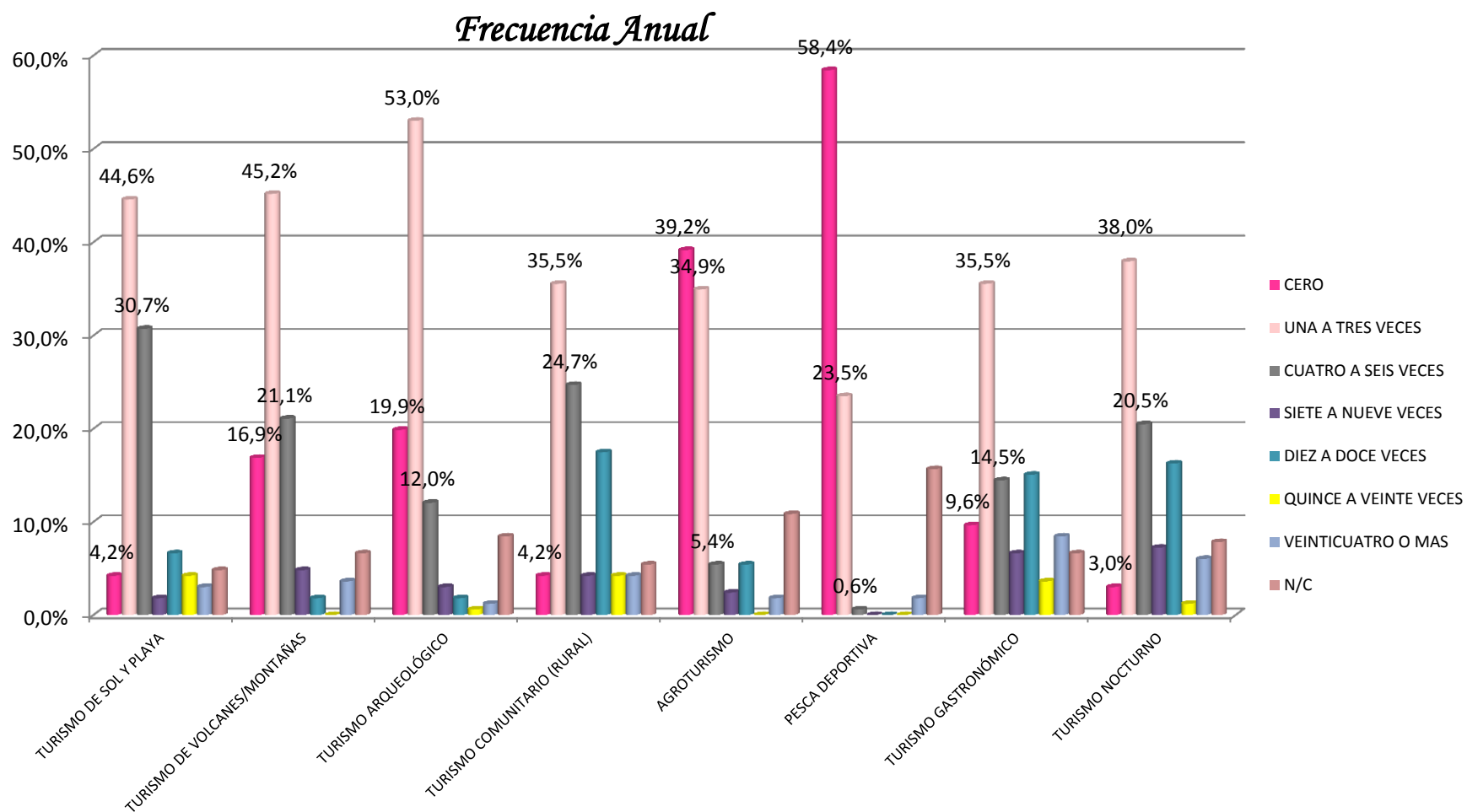
6. ¿Cuál es la frecuencia anual de los diferentes tipos de turismo que realiza?

**OBJETIVO:** Conocer de cada uno de los tipos de turismo, cuál es el más visitado anualmente.

**CUADRO N° 12**

TIPO DE TURISMO	CERO		UNA A TRES VECES		CUATRO A SEIS VECES		SIETE A NUEVE VECES		DIEZ A DOCE VECES		QUINCE A VEINTE VECES		VEINTICUATRO O MAS		N/C		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
TURISMO DE SOL Y PLAYA	7	4.2%	74	44.6%	51	30.7%	3	1.8%	11	6.6%	7	4.2%	5	3.0%	8	4.8%	166	100.0%
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS	28	16.9%	75	45.2%	35	21.1%	8	4.8%	3	1.8%	0	0.0%	6	3.6%	11	6.6%	166	100.0%
TURISMO ARQUEOLÓGICO	33	19.9%	88	53.0%	20	12.0%	5	3.0%	3	1.8%	1	0.6%	2	1.2%	14	8.4%	166	100.0%
TURISMO COMUNITARIO	7	4.2%	59	35.5%	41	24.7%	7	4.2%	29	17.5%	7	4.2%	7	4.2%	9	5.4%	166	100.0%
AGROTURISMO	65	39.2%	58	34.9%	9	5.4%	4	2.4%	9	5.4%	0	0.0%	3	1.8%	18	10.8%	166	100.0%
PESCA DEPORTIVA	97	58.4%	39	23.5%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	1.8%	26	15.7%	166	100.0%
TURISMO GASTRONÓMICO	16	9.6%	59	35.5%	24	14.5%	11	6.6%	25	15.1%	6	3.6%	14	8.4%	11	6.6%	166	100.0%
TURISMO NOCTURNO	5	3.0%	63	38.0%	34	20.5%	12	7.2%	27	16.3%	2	1.2%	10	6.0%	13	7.8%	166	100.0%

**GRÁFICO N°12**



**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas sobre la frecuencia con la que realizan los diferentes tipos de turismo en el año estas mostraron el siguiente comportamiento: en el turismo de sol y playa podemos observar que el 44.6% está representado por una frecuencia de una a tres veces en el año, mientras tanto el 30.7% lo realizan de cuatro a seis veces. El mayor grado de frecuencia con la

que realizan el turismo de volcanes y montañas es 45.2% representado por una a cuatro veces, mientras tanto el turismo arqueológico al igual que el de volcanes y montañas tienen la misma frecuencia de una a tres veces, a diferencia que este está representado por 53.0%.

En el turismo comunitario el comportamiento es que el 35.5% tiene una frecuencia de una a tres veces en el año y un 24.7% lo realizan de cuatro a seis veces. Por lo tanto el agroturismo y la pesca deportiva son los que tienen una menor frecuencia en el año ya que el 39.2% y el 58.4% lo realizan cero veces en el año. El turismo gastronómico tiene un comportamiento del 35.5% en que lo realizan de una a tres, mientras tanto el turismo nocturno tiene una frecuencia de veces que se realiza en el año de una a tres, representado por un 38.0%. En conclusión el número promedio de veces que los encuestados realizan turismo en el país es de una a tres veces independientemente del tipo de turismo que estos realicen.

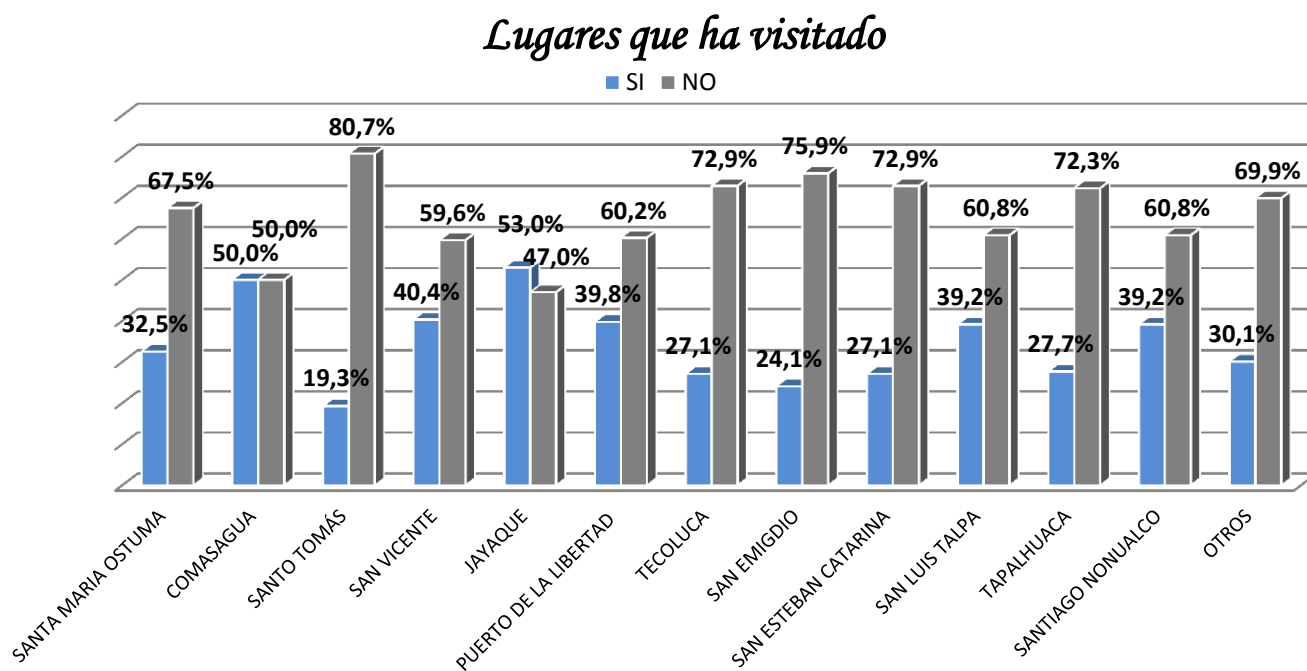
7. ¿Qué lugares ha visitado a través del Turismo Comunitario?

**OBJETIVO:** Identificar los lugares más visitados por las personas a través del turismo comunitario y los horarios realizados durante los viajes.

**CUADRO N° 13 A**

MUNICIPIO	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
SANTA MARIA OSTUMA	54	32.5%	112	67.5%	166	100.0%
COMASAGUA	83	50.0%	83	50.0%	166	100.0%
SANTO TOMÁS	32	19.3%	134	80.7%	166	100.0%
SAN VICENTE	67	40.4%	99	59.6%	166	100.0%
JAYAQUE	88	53.0%	78	47.0%	166	100.0%
PUERTO DE LA LIBERTAD	66	39.8%	100	60.2%	166	100.0%
TECOLUCA	45	27.1%	121	72.9%	166	100.0%
SAN EMIGDIO	40	24.1%	126	75.9%	166	100.0%
SAN ESTEBAN CATARINA	45	27.1%	121	72.9%	166	100.0%
SAN LUIS TALPA	65	39.2%	101	60.8%	166	100.0%
TAPALHUACA	46	27.7%	120	72.3%	166	100.0%
SANTIAGO NONUALCO	65	39.2%	101	60.8%	166	100.0%
OTROS	50	30.1%	116	69.9%	166	100.0%

GRÁFICO N°13 A

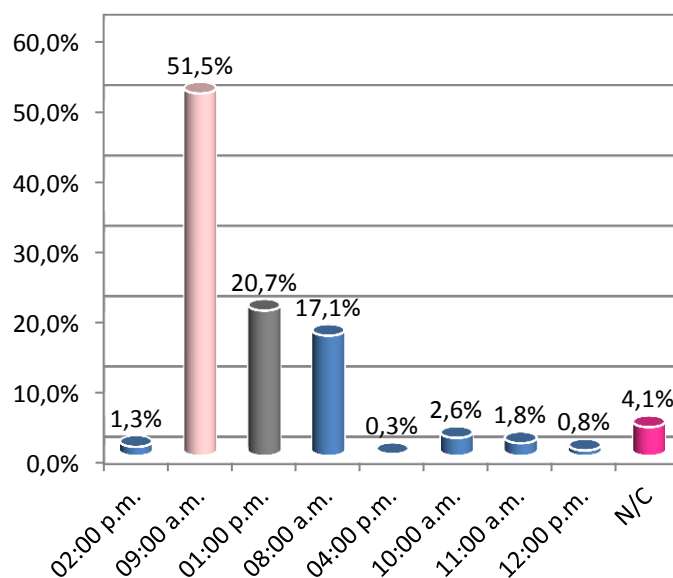


**COMENTARIO:** Según datos obtenidos se identificó que el municipio más visitado a través del turismo comunitario es Jayaque con 53%, seguido por Comasagua con 50%, y con un 40.4% al municipio de San Vicente. El municipio menos visitado refleja un porcentaje de 19.3% que es Santo Tomás. Un 30.1% afirmaron haber visitados otros municipios entre ellos Sacacoyo, San Rafael Obrajuelo y Zaragoza.

CUADRO N° 13 B

HORA DE SALIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
02:00 p.m.	5	1.3%
09:00 a.m.	202	51.5%
01:00 p.m.	81	20.7%
08:00 a.m.	67	17.1%
04:00 p.m.	1	0.3%
10:00 a.m.	10	2.6%
11:00 a.m.	7	1.8%
12:00 p.m.	3	0.8%
N/C	16	4.1%
<b>TOTAL</b>	<b>392</b>	<b>100.0%</b>

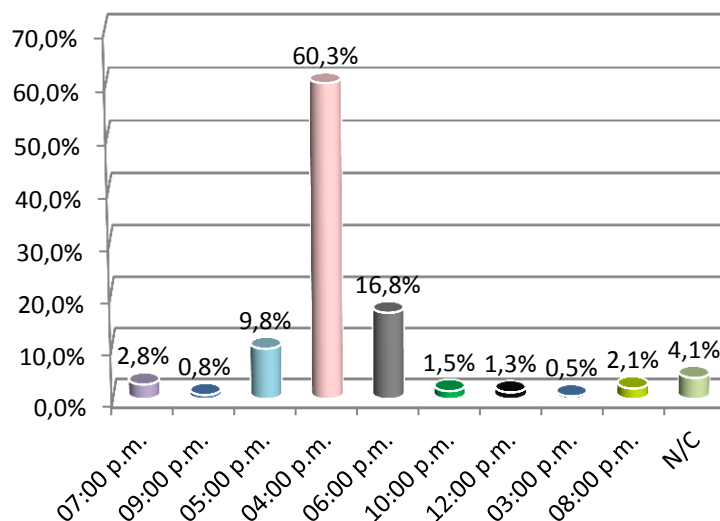
GRÁFICO N°13B



**CUADRO N° 13 C**

HORA DE REGRESO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07:00 p.m.	11	2.8%
09:00 p.m.	3	0.8%
05:00 p.m.	38	9.8%
04:00 p.m.	234	60.3%
06:00 p.m.	65	16.8%
10:00 p.m.	6	1.5%
12:00 p.m.	5	1.3%
03:00 p.m.	2	0.5%
08:00 p.m.	8	2.1%
N/C	16	4.1%
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N° 13 C**



**COMENTARIO:** El 60.3% respondieron que han regresado de un viaje de turismo comunitario a las 4:00 p.m. y a las 6:00 p.m. con un porcentaje de 16.8% personas , el 9.8 % refleja cómo hora de regreso a las 5:00 p.m. Dentro del 13.1% restante se encuentran las horas de 3:00 p.m. , 7:00 p.m. , 8:00 p.m. , 9:00 p.m. , 10:00 p.m. , 12:00 p.m. y aquellos que no contestaron.

8. ¿Qué lugares ha visitado a través del Turismo Nocturno?

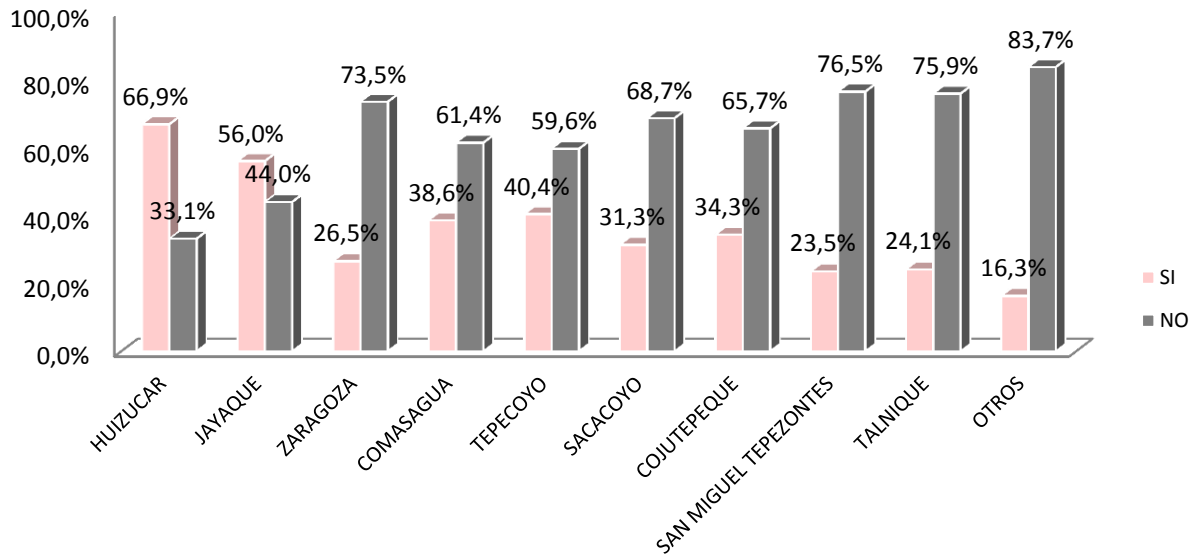
**OBJETIVO:** Identificar los lugares más visitados por las personas a través del turismo nocturno y los horarios realizados durante los viajes.

**CUADRO N° 14 A**

MUNICIPIO	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
HUIZUCAR	111	66.9%	55	33.1%	166	100.0%
JAYAQUE	93	56.0%	73	44.0%	166	100.0%
ZARAGOZA	44	26.5%	122	73.5%	166	100.0%
COMASAGUA	64	38.6%	102	61.4%	166	100.0%
TEPECOYO	67	40.4%	99	59.6%	166	100.0%
SACACOYO	52	31.3%	114	68.7%	166	100.0%
COJUTEPEQUE	57	34.3%	109	65.7%	166	100.0%
SAN MIGUEL TEPEZONTES	39	23.5%	127	76.5%	166	100.0%
TALNIQUE	40	24.1%	126	75.9%	166	100.0%
<b>OTROS</b>	27	16.3%	139	83.7%	166	100.0%

**GRÁFICO N°14 A**

*Lugares que ha visitado*

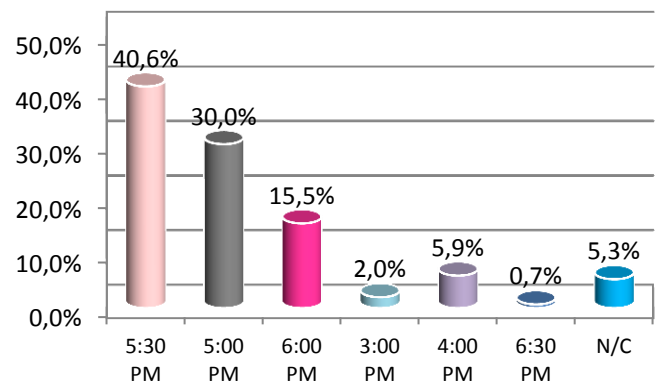


**COMENTARIO:** Según datos obtenidos se identificó que el municipio más visitado a través del turismo nocturno es Huizucar con 66.9%, seguido por Jayaque con 56%, y con un 40.4% al municipio de Tepecoyo. El municipio menos visitado refleja un porcentaje de 23.5% que es San Miguel Tepezontes. Un 16.3% afirmaron haber visitados otros lugares entre ellos Suchitoto, Museo Natural de Antropología (MUNA) y Cuyultitán.

**CUADRO N° 14 B**

HORA DE SALIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
05:30 p.m.	123	40.6%
05:00 p.m.	91	30.0%
06:00 p.m.	47	15.5%
03:00 p.m.	6	2.0%
04:00 p.m.	18	5.9%
06:30 p.m.	2	0.7%
N/C	16	5.3%
<b>TOTAL</b>	<b>303</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICA N°14 B**

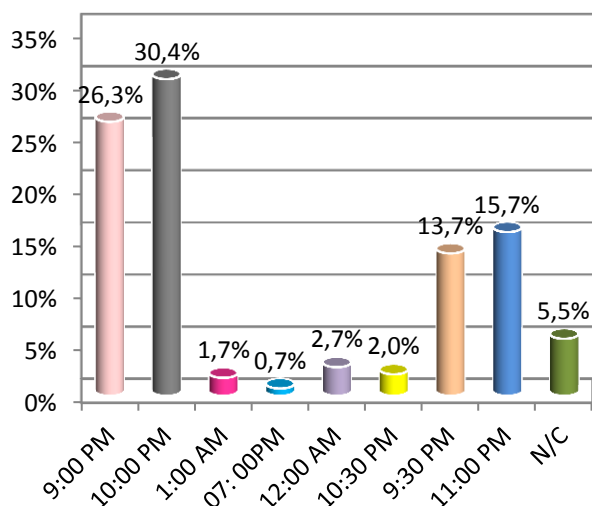


**COMENTARIO:** Del total de encuestados un 40.6% afirmaron haber asistido a un turismo nocturno con una hora de salida de 05:30 p.m., seguido con un 30% una hora de salida de 05:00 p.m. y la hora de salida de 06:00 pm con un porcentaje de 15.5%.

**CUADRO N° 14 c**

HORA DE REGRESO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
08:00 p.m.	4	1%
09:00 p.m.	77	26%
10:00 p.m.	89	30%
01:00 a.m.	5	2%
07: 00PM	2	1%
12:00 a.m.	8	3%
10:30 p.m.	6	2%
09:30 p.m.	40	14%
11:00 p.m.	46	16%
N/C	16	5%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N°14 c**



**COMENTARIO:** El 30.4% respondieron que han regresado de un viaje de turismo nocturno a las 10:00 p.m. y a las 09:00 p.m. un porcentaje de 26.3% personas , el 15.7 % refleja cómo hora de regreso a las 11:00 p.m. Dentro del 27.6% restante se encuentran las horas de 07:00 p.m. , 09:30 p.m. , 10:30 p.m. , 11:00 p.m. , 1:00 a.m. y aquellos que no contestaron.

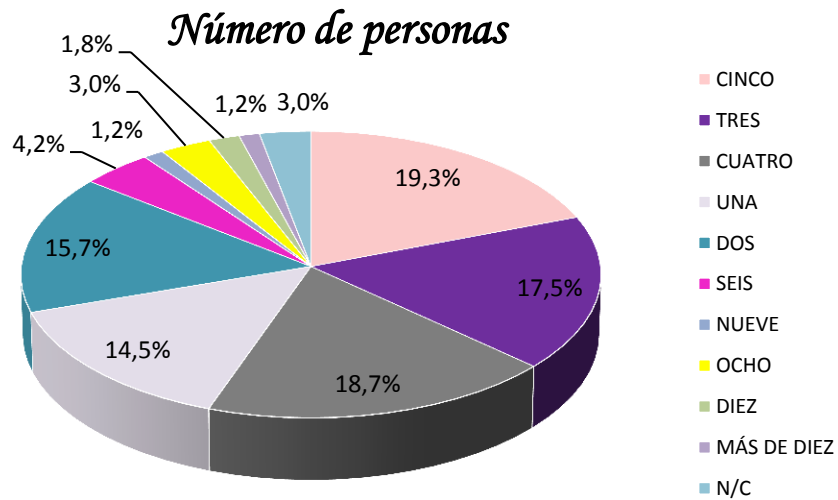
9. ¿Cuántas personas lo acompañan en el viaje de Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Identificar la cantidad de personas que acompañan al turista encuestado.

**CUADRO N° 15**

# DE PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CINCO	32	19.3%
TRES	29	17.5%
CUATRO	31	18.7%
UNA	24	14.5%
DOS	26	15.7%
SEIS	7	4.2%
NUEVE	2	1.2%
OCHO	5	3.0%
DIEZ	3	1.8%
MÁS DE DIEZ	2	1.2%
N/C	5	3.0%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°15**



**COMENTARIO:** Un total de 19.3% manifestó que cinco personas lo acompañan en el viaje de turismo nocturno. Con un porcentaje muy cercano de 18.7% le sigue cuatro personas acompañando y un 17.5% contestó que lo acompañan tres personas en el viaje.

10. ¿Quiénes lo acompañan en el viaje de Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Conocer con que personas el turista acostumbra a realizar turismo nocturno.

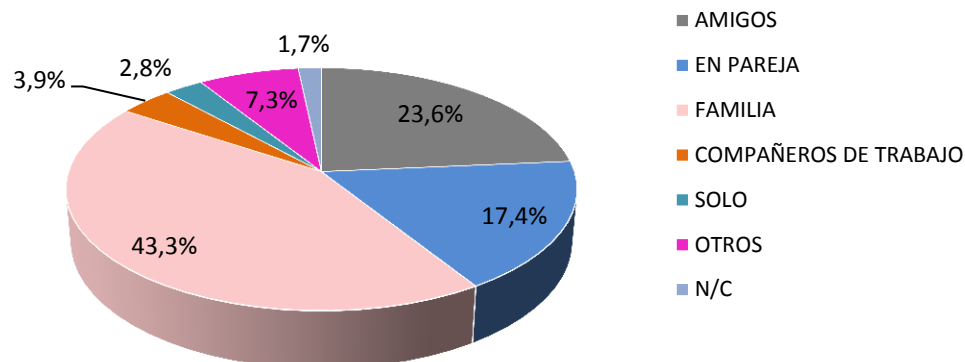
**CUADRO N° 16**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AMIGOS	42	23.6%
EN PAREJA	31	17.4%
FAMILIA	77	43.3%
COMPAÑEROS DE TRABAJO	7	3.9%
SOLO	5	2.8%
OTROS	13	7.3%
N/C	3	1.7%
<b>TOTAL</b>	<b>178</b>	<b>100.0%</b>



**GRÁFICO N°16**

*Personas que acompañan*



**COMENTARIO:** Según datos obtenidos mediante la encuesta, un 43.3 % acostumbra realizar turismo nocturno en familia. Un 23.6% de los turistas realiza turismo nocturno con sus amigos y un 17.4% asiste a los viajes de turismo nocturno en pareja. El 15.7% restante realiza actividades de turismo nocturno acompañado de compañeros de trabajo, solo y otros.

11. ¿Cuáles son las actividades turísticas que le agradan a la hora de asistir a un viaje?

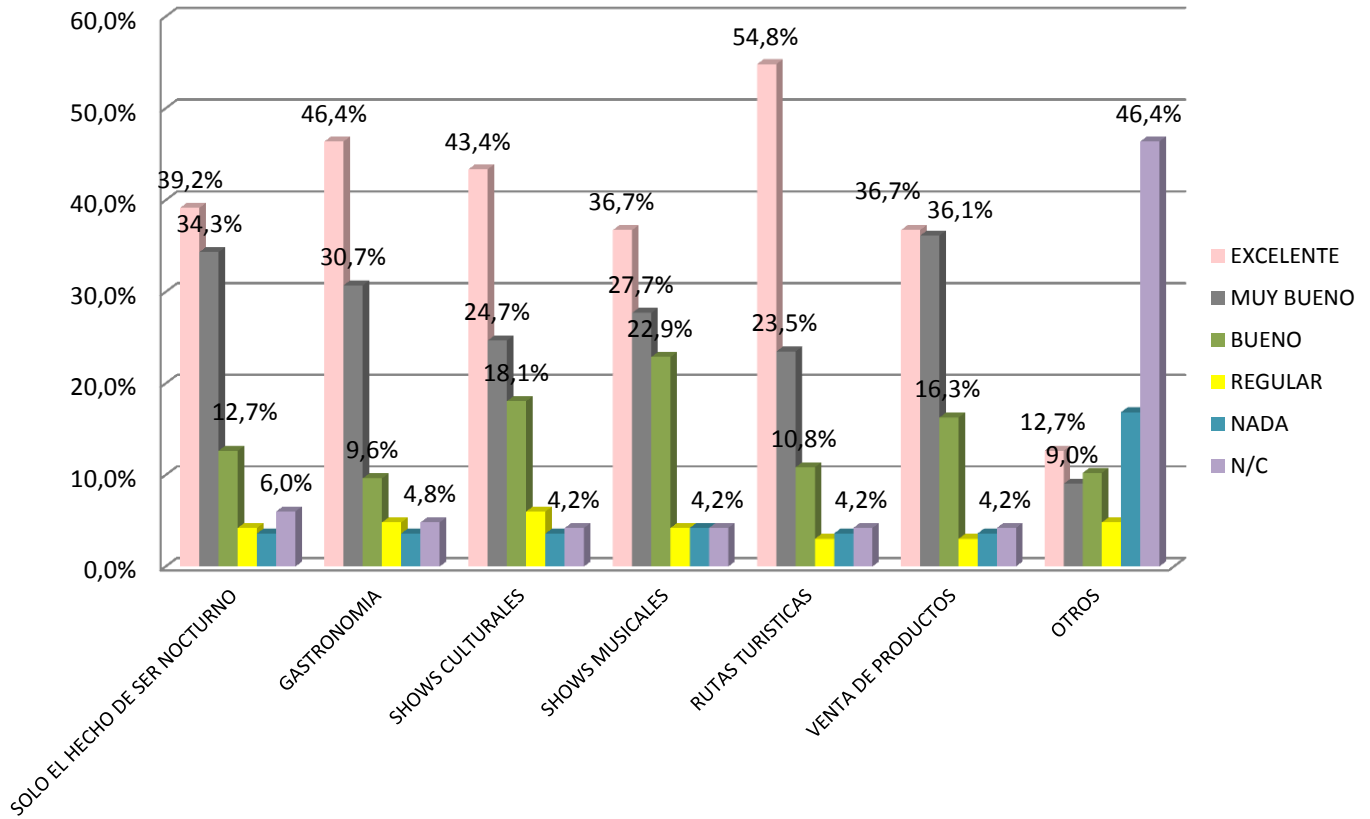
**OBJETIVO:** Identificar las actividades turísticas consideradas las más agradables a hora de asistir a un viaje.

**CUADRO N° 17**

	EXCELENTE		MUY BUENO		BUENO		REGULAR		NADA		N/C		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
SOLO EL HECHO DE SER NOCTURNO	65	39.2%	57	34.3%	21	12.7%	7	4.2%	6	3.6%	10	6.0%	166	100.0%
GASTRONOMIA	77	46.4%	51	30.7%	16	9.6%	8	4.8%	6	3.6%	8	4.8%	166	100.0%
SHOWS CULTURALES	72	43.4%	41	24.7%	30	18.1%	10	6.0%	6	3.6%	7	4.2%	166	100.0%
SHOWS MUSICALES	61	36.7%	46	27.7%	38	22.9%	7	4.2%	7	4.2%	7	4.2%	166	100.0%
RUTAS TURISTICAS	91	54.8%	39	23.5%	18	10.8%	5	3.0%	6	3.6%	7	4.2%	166	100.0%
VENTA DE PRODUCTOS	61	36.7%	60	36.1%	27	16.3%	5	3.0%	6	3.6%	7	4.2%	166	100.0%
OTROS	21	12.7%	15	9.0%	17	10.2%	8	4.8%	28	16.9%	77	46.4%	166	100.0%

GRÁFICO N°17

*Actividades Turísticas*



**COMENTARIO:** La investigación refleja que las actividades turísticas que más le agradan a los turistas son las rutas turísticas, la gastronomía y los shows culturales, con un 54.8%, 46.4% y un 43.4% respectivamente. Con menor proporción se encuentran solo el hecho de ser nocturno con un 39.2%, los shows musicales y venta de productos ambos con un 36.7%. Entre otras actividades turísticas que más les agradan a las personas se encuentran los historiadores, los deportes extremos y el recibimiento de los lugareños.

12. Indique con una X la calificación que le otorga según su grado de satisfacción de los siguientes aspectos que intervienen en el Turismo Nocturno (siendo 10 muy satisfecho):

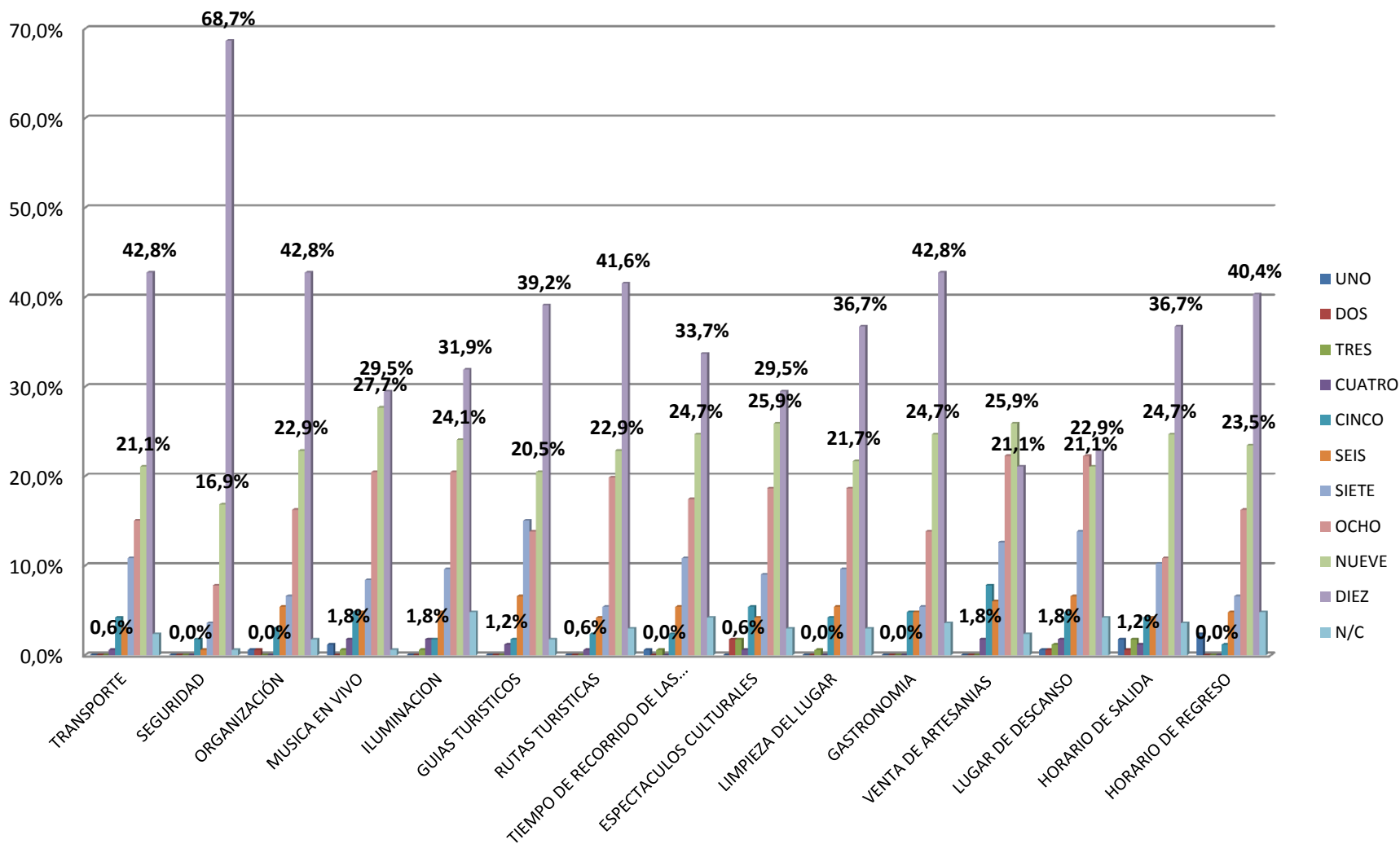
**OBJETIVO:** Conocer el grado de satisfacción de los turistas actuales acerca de los aspectos principales que intervienen en el Turismo Nocturno

**CUADRO N° 18**

ELEMENTOS	ESCALA DE IMPORTANCIA																							
	MENOS SATISFECHO											MUY SATISFECHO												
	UNO		DOS		TRES		CUATRO		CINCO		SEIS		SIETE		OCHO		NUEVE		DIEZ		N/C		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
TRANSPORTE		0.0%		0.0%		0.0%	1	0.6%	7	4.2%	5	3.0%	18	10.8%	25	15.1%	35	21.1%	71	42.8%	4	2.4%	166	100.0%
SEGURIDAD		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	3	1.8%	1	0.6%	6	3.6%	13	7.8%	28	16.9%	114	68.7%	1	0.6%	166	100.0%
ORGANIZACIÓN	1	0.6%	1	0.6%		0.0%		0.0%	5	3.0%	9	5.4%	11	6.6%	27	16.3%	38	22.9%	71	42.8%	3	1.8%	166	100.0%
MUSICA EN VIVO	2	1.2%		0.0%	1	0.6%	3	1.8%	8	4.8%	8	4.8%	14	8.4%	34	20.5%	46	27.7%	49	29.5%	1	0.6%	166	100.0%
ILUMINACION		0.0%		0.0%	1	0.6%	3	1.8%	3	1.8%	8	4.8%	16	9.6%	34	20.5%	40	24.1%	53	31.9%	8	4.8%	166	100.0%
GUIAS TURISTICOS		0.0%		0.0%		0.0%	2	1.2%	3	1.8%	11	6.6%	25	15.1%	23	13.9%	34	20.5%	65	39.2%	3	1.8%	166	100.0%
RUTAS TURISTICAS		0.0%		0.0%		0.0%	1	0.6%	4	2.4%	7	4.2%	9	5.4%	33	19.9%	38	22.9%	69	41.6%	5	3.0%	166	100.0%
TIEMPO DE RECORRIDO DE LAS RUTAS TURISTICAS	1	0.6%		0.0%	1	0.6%		0.0%	4	2.4%	9	5.4%	18	10.8%	29	17.5%	41	24.7%	56	33.7%	7	4.2%	166	100.0%
ESPECTACULOS CULTURALES		0.0%	3	1.8%	3	1.8%	1	0.6%	9	5.4%	7	4.2%	15	9.0%	31	18.7%	43	25.9%	49	29.5%	5	3.0%	166	100.0%
LIMPIEZA DEL LUGAR		0.0%		0.0%	1	0.6%		0.0%	7	4.2%	9	5.4%	16	9.6%	31	18.7%	36	21.7%	61	36.7%	5	3.0%	166	100.0%
GASTRONOMIA		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	8	4.8%	8	4.8%	9	5.4%	23	13.9%	41	24.7%	71	42.8%	6	3.6%	166	100.0%
VENTA DE ARTESANIAS		0.0%		0.0%		0.0%	3	1.8%	13	7.8%	10	6.0%	21	12.7%	37	22.3%	43	25.9%	35	21.1%	4	2.4%	166	100.0%
LUGAR DE DESCANSO	1	0.6%	1	0.6%	2	1.2%	3	1.8%	8	4.8%	11	6.6%	23	13.9%	37	22.3%	35	21.1%	38	22.9%	7	4.2%	166	100.0%
HORARIO DE SALIDA	3	1.8%	1	0.6%	3	1.8%	2	1.2%	7	4.2%	7	4.2%	17	10.2%	18	10.8%	41	24.7%	61	36.7%	6	3.6%	166	100.0%
HORARIO DE REGRESO	4	2.4%		0.0%		0.0%		0.0%	2	1.2%	8	4.8%	11	6.6%	27	16.3%	39	23.5%	67	40.4%	8	4.8%	166	100.0%

GRÁFICO N°18

### Grado de Satisfacción



**COMENTARIO:** El grafico anterior muestra el comportamiento de los diferentes aspectos que intervienen al momento de realizar un viaje de turismo nocturno. Según datos obtenidos los elementos turísticos mejores evaluados según el grado de importancia con una calificación de diez son: el transporte con un 42.8%, la seguridad con un 68.7%, la organización con un 42.8%, los guías turísticos con un 39.2%, las rutas turísticas con 41.6%, la gastronomía con un 42.8% y por último los elemento hora de salida y hora de regreso con un 36.7% y 40.4% respectivamente.

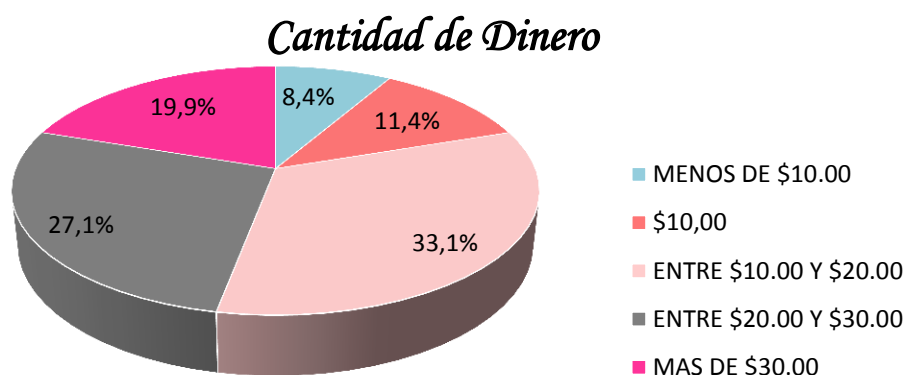
13. ¿Qué cantidad de dinero generalmente gasta en el viaje de Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Determinar el consumo aproximado de los turistas actuales en el viaje de Turismo Nocturno

**CUADRO N° 19**

CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$10.00	14	8.4%
\$10.00	19	11.4%
ENTRE \$10.00 Y \$20.00	55	33.1%
ENTRE \$20.00 Y \$30.00	45	27.1%
MAS DE \$30.00	33	19.9%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°19**



**COMENTARIO:** Un 33.1% de la población encuestada, gasta entre \$10 y \$20 dólares en un viaje de turismo nocturno y un 27.1% afirmaron que desembolsan entre \$20 y \$30 dólares. El restante dijo gastar más de \$30 dólares. En menor proporción con un 19.8% se encuentran los turistas con un consumo de \$10 dólares o menos.

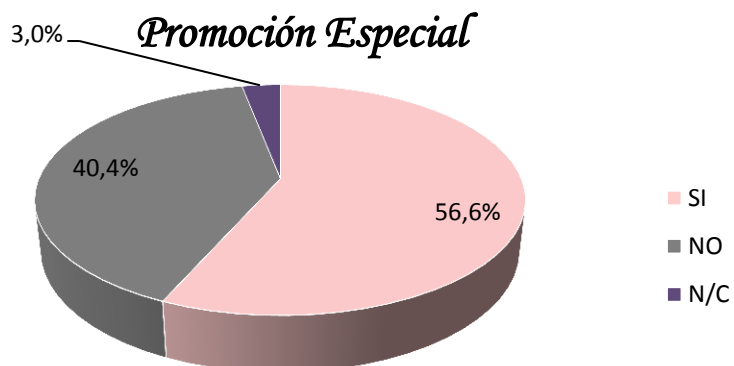
14. ¿Encontró alguna promoción especial durante sus compras en el municipio?

**OBJETIVO:** Comprobar si existe la oportunidad de compra a través de promociones especiales para los turistas.

**CUADRO N° 20**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	94	56.6%
NO	67	40.4%
N/C	5	3.0%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°20**



**COMENTARIO:** De los turistas encuestados, el 56.6% manifestó que en el municipio que visitaron a través del turismo nocturno encontraron alguna promoción especial en sus compras. El 40.4% negaron haber visto promociones en las ventas de los municipios.

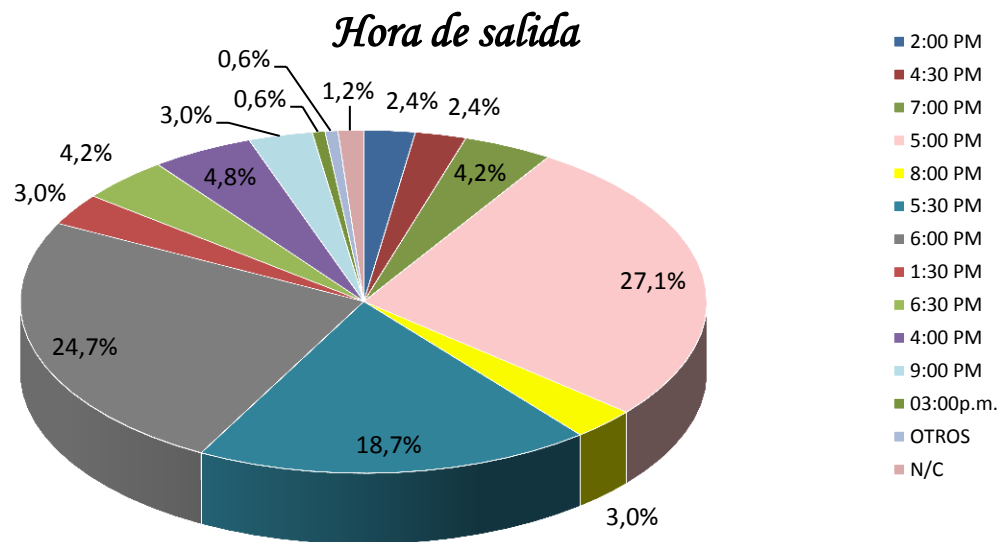
15. ¿Qué horarios recomendaría de acuerdo a su conveniencia para la realización del Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Conocer la opinión de los turistas acerca de los horarios para la realización del Turismo Nocturno.

**CUADRO N° 21**

HORA DE SALIDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
02:00 p.m.	4	2.4%
04:30 p.m.	4	2.4%
07:00 p.m.	7	4.2%
05:00 p.m.	45	27.1%
08:00 p.m.	5	3.0%
05:30 p.m.	31	18.7%
06:00 p.m.	41	24.7%
01:30 p.m.	5	3.0%
06:30 p.m.	7	4.2%
04:00 p.m.	8	4.8%
09:00 p.m.	5	3.0%
03:00p.m.	1	0.6%
OTROS	1	0.6%
N/C	2	1.2%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°21**

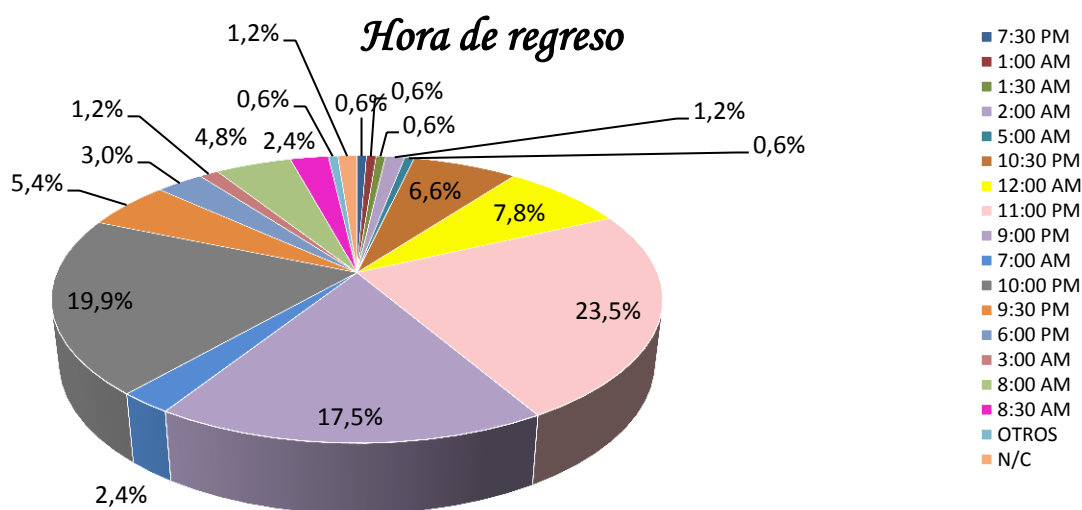


**COMENTARIO:** Según los turistas encuestados prefieren una hora de salida que abarca entre cinco y seis de la tarde con un 70.5%. El 29.5% restante recomendaron horas entre las dos a cuatro de la tarde y de siete a nueve de la noche.

**CUADRO N°22**

HORA DE REGRESO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07:30 p.m.	1	0.6%
01:00a.m.	1	0.6%
01:30 a.m.	1	0.6%
02:00 a.m.	2	1.2%
05:00 a.m.	1	0.6%
10:30 p.m.	11	6.6%
12:00 a.m.	13	7.8%
11:00 p.m.	39	23.5%
09:00 p.m.	29	17.5%
07:00 a.m.	4	2.4%
10:00 p.m.	33	19.9%
09:30 p.m.	9	5.4%
06:00 p.m.	5	3.0%
03:00 a.m.	2	1.2%
08:00 a.m.	8	4.8%
08:30 a.m.	4	2.4%
OTROS	1	0.6%
N/C	2	1.2%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°22**





**COMENTARIO:** Según los turistas encuestados prefieren una hora de regreso que abarca entre nueve y once de la noche con un 72.9%. El 21.6% restante recomendaron horas entre las doce de la madrugada a primeras horas del siguiente día.

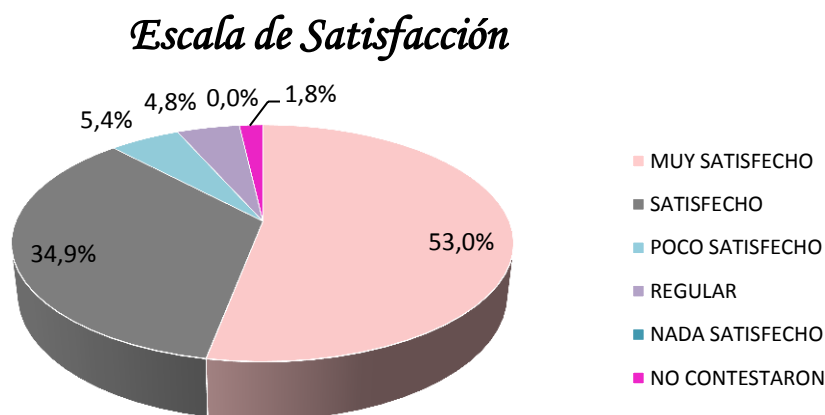
16. ¿En qué escala de satisfacción, el viaje de turismo nocturno cumplió con sus expectativas?

**OBJETIVO:** Comprobar el grado de satisfacción y cumplimiento de las expectativas del turista acerca del turismo nocturno.

**CUADRO N° 23**

ESCALA DE SATISFACCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	88	53.0%
SATISFECHO	58	34.9%
POCO SATISFECHO	9	5.4%
REGULAR	8	4.8%
NADA SATISFECHO	0	0.0%
NO CONTESTARON	3	1.8%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°23**



**COMENTARIO:** Según los datos obtenidos, se refleja que un 53% de los turistas se encuentra muy satisfecho con los viajes de turismo nocturno y un 34.9% manifestó estar satisfecho con el proyecto. Y el 12% de los turistas encuestados respondieron estar poco a nada satisfecho con el Turismo Nocturno.

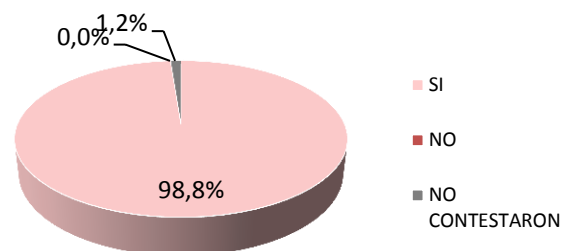
17. ¿Recomendaría a otras personas asistir a las actividades de Turismo Nocturno?

**OBJETIVO:** Determinar si los turistas nocturnos estarían dispuestos a compartir la experiencia vivida con otras personas.

**CUADRO N° 24**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	164	98.8%
NO	0	0.0%
NO CONTESTARON	2	1.2%
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>98.8%</b>

**GRÁFICO N°24**



**COMENTARIO:** Un 98.8% afirmó que si recomendaría a otras personas asistir a las actividades de turismo nocturno. El restante 1.2% se abstuvieron de contestar.

18. Si usted fuera el encargado de promocionar y realizar actividades nocturnas, ¿Qué aspectos incluiría para mejorar la satisfacción de los turistas?

**OBJETIVO:** Obtener la opinión de las personas con respecto a aspectos que mejoraran la satisfacción de los turistas actuales y futuros potenciales del Turismo Nocturno.

**COMENTARIO:** Las opiniones que recomendaron los turistas actuales para mejorar la satisfacción de las personas en los viajes de turismo Nocturno son: relacionado a la publicidad comentaron incrementarla a través de medios de comunicación, dar información de hostales en los pueblos y entregar brochures a cada turista con información del lugar e itinerario del viaje, respecto a la organización mencionaron el diseño de horarios accesibles para el turista, puntualidad en los horarios de salida y regreso establecidos, coordinación de las personas involucradas, capacitación para los comerciantes de cada pueblo y guías, realizar actividades segmentadas por edades, autobuses más cómodos y más cantidad de autobuses, lugares adecuados para comer, incrementar basureros, sillas y mesas suficientes, más exposición de cultura

de los pueblos y sus tradiciones, colaboración monetaria para los guías, , recuerdos coleccionables de cada viaje, mejor control de cupos, alimentos y productos de calidad, mayor seguridad en los recorridos, coordinación de tiempo en los recorridos, utilizar bolsas de basura en los autobuses, mantener asistencia médica, variedad de música y animación, incrementar las actividades nocturnas en fin de semana, fomentar el turismo en las escuelas y universidades y mantener el higiene del lugar como los sanitarios limpios y equipados.

- ANEXO N° 26: Resultados de La Investigación dirigida a Turista Potenciales de realizar Turismo Nocturno.



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



**I. DATOS GENERALES.**

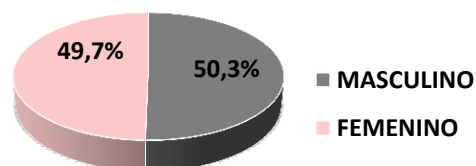
**A. GÉNERO**

**OBJETIVO:** Determinar el género que más predomina entre los turistas potenciales encuestados para la investigación.

**CUADRO N°1**

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	84	50.3%
FEMENINO	83	49.7%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N°1**



**COMENTARIO:** De las 167 personas encuestadas un 50.3% del total pertenece al género masculino y el 49.7% restante forma parte de género femenino. Ellos representan los Turistas Potenciales del proyecto de Turismo Nocturno.

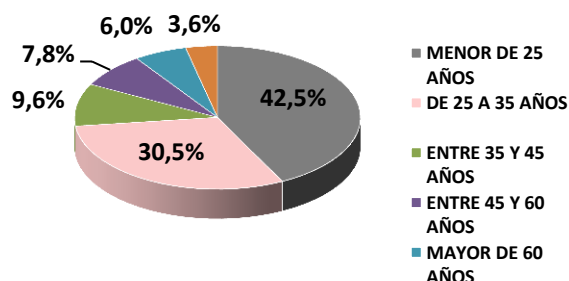
**B. EDAD**

**OBJETIVO:** Conocer la edad promedio de todas las personas encuestadas para orientar cada una de las actividades turísticas nocturnas, y las acciones a llevar a cabo en el marco de la investigación.

**CUADRO N°2**

RANGO DE EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOR DE 25 AÑOS	71	42.5%
DE 25 A 35 AÑOS	51	30.5%
ENTRE 35 Y 45 AÑOS	16	9.6%
ENTRE 45 Y 60 AÑOS	13	7.8%
MAYOR DE 60 AÑOS	10	6.0%
N/C	6	3.6%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°2**



**COMENTARIO:** El gráfico nos muestra las edades de los hombres y mujeres que fueron encuestados, el resultado predominante es el de las personas menores a 25 años con un porcentaje de 42.5% seguido se las edades de 25 a 35 años con un porcentaje de 30.5%, esto quiere decir que más del 73% de la población en estudio son personas que oscilan entre las edades de 0 a 35 años, y un porcentaje del 27% está representado por personas mayores o con edad igual a 45 años.

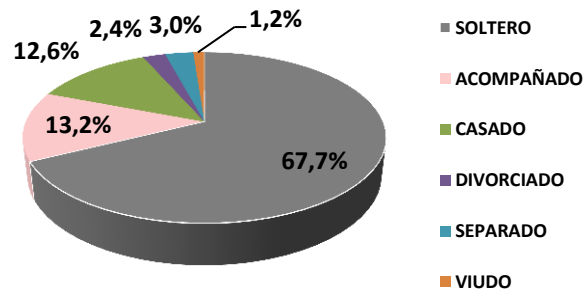
### C. ESTADO FAMILIAR

**OBJETIVO.** Conocer el estado familiar que más predomina en los turistas potenciales encuestados al momento que se realizó la investigación.

**CUADRO N°3**

ESTADO FAMILIAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLTERO	113	67.7%
ACOMPAÑADO	22	13.2%
CASADO	21	12.6%
DIVORCIADO	4	2.4%
SEPARADO	5	3.0%
VIUDO	2	1.2%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°3**



**COMENTARIO:** Se puede observar que el estado civil de la mayoría de las personas encuestadas es soltero(a) representado por un 67.7% seguido de las personas acompañadas con un 13.2% y los casados con un 12.6% y con un mínimo porcentaje de representación están las personas divorciadas y separadas.

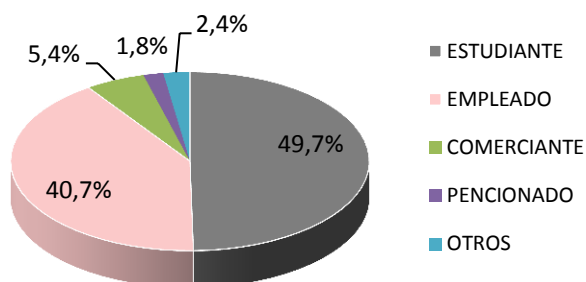
#### D. OCUPACIÓN

**OBJETIVO.** Identificar el grado de ocupación predominante entre las personas encuestadas, y lograr así orientar las actividades, dentro del marco que se mejore la participación de la sociedad salvadoreña.

**CUADRO N°4**

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTUDIANTE	83	49.7%
EMPLEADO	68	40.7%
COMERCIANTE	9	5.4%
PENCIONADO	3	1.8%
OTROS	4	2.4%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°4**



**COMENTARIO:** El grado de ocupación más repetitivo en la investigación dentro de los turistas encuestados son estudiantes con un 49.7% y empleados con un 40.7%, representado así un 90.4% y un mínimo de 9.6% personas encuestadas con ocupación de comerciante y pensionados.

#### E. MUNICIPIO DE RESIDENCIA

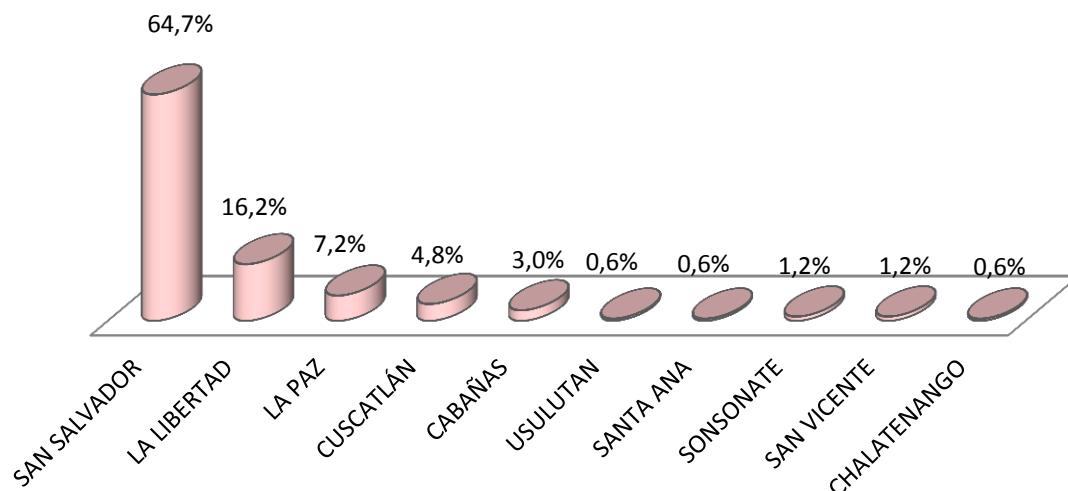
**OBJETIVO.** Determinar el municipio de residencia de los turistas potenciales para la realización de las actividades turísticas nocturnas.

**CUADRO N°5**

MUNICIPIOS DE RESIDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santiago Texacuangos	1	0.6%
San Juan Talpa	1	0.6%
Nejapa	1	0.6%
Olocuilta	1	0.6%
Rosario de Mora	1	0.6%
Santiago Nonualco	1	0.6%
Santa Ana	1	0.6%
Quezaltepeque	1	0.6%
Suchitoto	1	0.6%
Santo Tomás	1	0.6%
San Juan Nonualco	1	0.6%
Cuyutitlán	1	0.6%
Tejutla	1	0.6%
San Marcos	1	0.6%
Antiguo Cuscatlán	1	0.6%
Santiago de maria	1	0.6%
Ilopango	2	1.2%
El Rosario	2	1.2%
Sonsonate	2	1.2%
Zaragoza	2	1.2%

MUNICIPIOS DE RESIDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cojutepeque	2	1.2%
San Vicente	2	1.2%
Chiltiupán	2	1.2%
Guazapa	2	1.2%
Aguilares	2	1.2%
San Pedro Perulapán	3	1.8%
Tonacatepeque	3	1.8%
Ayutuxtepeque	4	2.4%
Cuscatancigo	4	2.4%
Ciudad Delgado	5	3.0%
Sensuntepeque	5	3.0%
Apopa	5	3.0%
San Martín	6	3.6%
Zacatecoluca	7	4.2%
La Libertad	8	4.8%
Mejicanos	11	6.6%
Santa Tecla	13	7.8%
Soyapango	16	9.6%
San Salvador	43	25.7%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°5**



**COMENTARIO:** Según datos obtenidos determino que un 64.7% de los encuestados residen en el departamento de San Salvador, y un 16.2% en el departamento de La Libertad, seguido de un 7.2% y 4.8% de La Paz y Cuscatlán respectivamente. En menor proporción distintos departamento de El Salvador con un 0.6% lo cuales son Cabañas, Usulután, Santa Ana, Sonsonate, San Vicente y Chalatenango.

## II. DATOS DE CONTENIDO

### PREGUNTA 1.

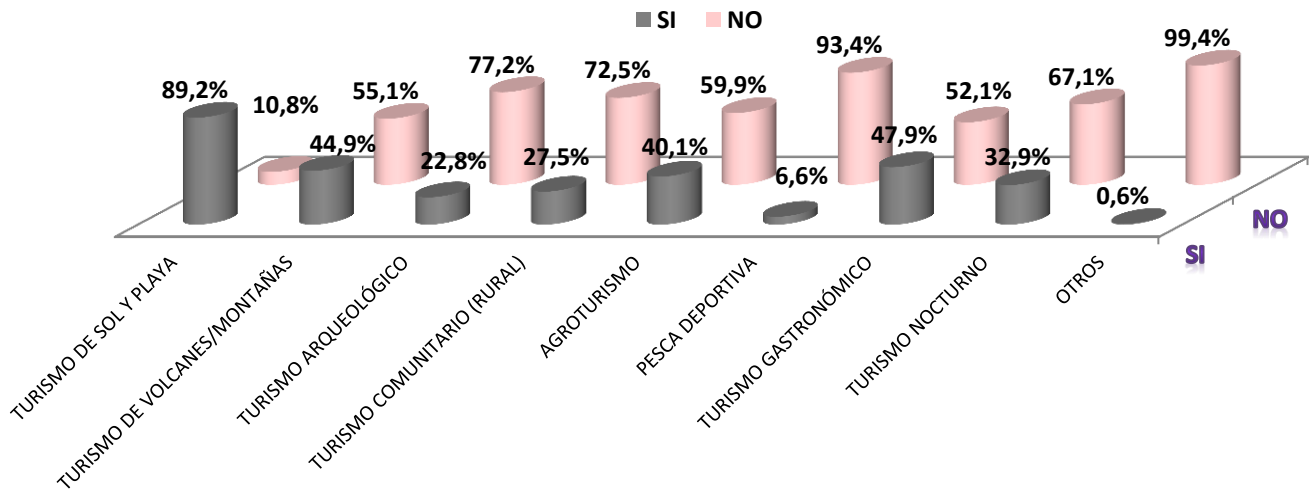
De los siguientes tipos de turismo, ¿Cuáles actividades turísticas realiza?

**OBJETIVO.** Demostrar a través de la investigación cual es el tipo de turismo que más realizan las personas encuestadas, para determinar de esta forma el grado de aceptación del turismo nocturno en el salvador.

**CUADRO N° 6**

TIPO DE TURISMO	SI		NO		TOTAL	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
TURISMO DE SOL Y PLAYA	149	89.2%	18	10.8%	167	100.0%
TURISMO DE VOLCANES/MONTAÑAS	75	44.9%	92	55.1%	167	100.0%
TURISMO ARQUEOLÓGICO	38	22.8%	129	77.2%	167	100.0%
TURISMO COMUNITARIO (RURAL)	46	27.5%	121	72.5%	167	100.0%
AGROTURISMO	67	40.1%	100	59.9%	167	100.0%
PESCA DEPORTIVA	11	6.6%	156	93.4%	167	100.0%
TURISMO GASTRONÓMICO	80	47.9%	87	52.1%	167	100.0%
TURISMO NOCTURNO	55	32.9%	112	67.1%	167	100.0%
OTROS	1	0.6%	166	99.4%	167	100.0%

GRÁFICO N°6



**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas el 89.2% expreso que el tipo de turismo que más realizan es el de sol y playa, seguido del gastronómico con un 47.9%, y el de volcanes y montañas con un 44.9%. Por lo contrario el tipo de turismo que menos realizan en el país es la pesca deportiva con un 6.6%. Cabe mencionar que el turismo nocturno tiene una aceptación entre las personas encuestadas con un 32.9%.

**PREGUNTA 2.**

¿Cuál fue el medio de comunicación por el cual se enteró de las actividades de turismo?

**OBJETIVO.** Conocer cuál es el medio de comunicación que brinda información al turista acerca de las actividades de turismo en el país.

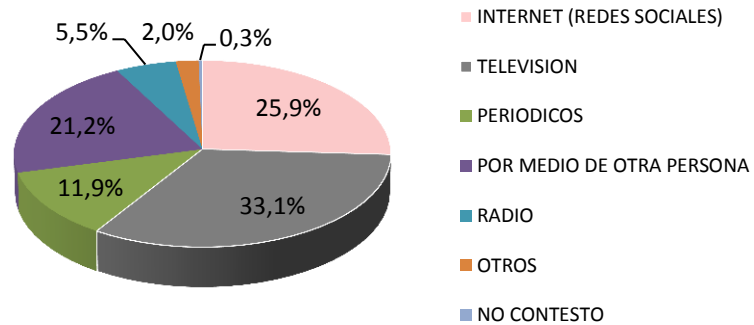
CUADRO N° 7

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET (REDES SOCIALES)	76	25.9%
TELEVISION	97	33.1%
PERIODICOS	35	11.9%
POR MEDIO DE OTRA PERSONA	62	21.2%
RADIO	16	5.5%
OTROS	6	2.0%
NO CONTESTO	1	0.3%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100.0%</b>



**GRÁFICO N°7**

*Medio de Comunicación*



**COMENTARIO:** El resultado de la investigación demostró que el medio de comunicación más utilizado para conocer sobre las actividades de turismo en el país es la televisión con 33.1%, seguido del INTERNET (redes sociales) con 25.9%.

**PREGUNTA 3.**

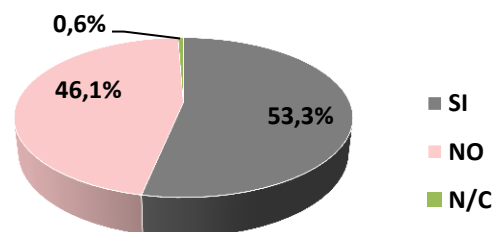
¿Conoce o ha escuchado hablar sobre el turismo nocturno que desarrolla POLITUR en coordinación con las Alcaldías Municipales del país?

**OBJETIVO.** Determinar el grado de conocimiento de los turistas encuestados sobre las actividades turísticas nocturnas que desarrolladas por POLITUR en coordinación con las Alcaldías Municipales del país.

**CUADRO N°8**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	89	53.3%
NO	77	46.1%
N/C	1	0.6%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°8**



**COMENTARIO:** Según los datos obtenidos en la investigación se identificó que un 53.3% de la población en estudio conoce o ha escuchado hablar sobre el turismo nocturno que desarrolla POLITUR en coordinación con las diferentes Alcaldías del país, mientras que el 46.1% no conoce o no ha escuchado hablar sobre este tipo de actividades. El porcentaje de 0.6% representa aquellas personas que no respondieron a esta pregunta. En conclusión existe margen pequeño en la población de 7.2% entre los que conocen y los que no conocer a cerca de las actividades de turismo nocturno desarrolladas por POLITUR.

**PREGUNTA 4.**

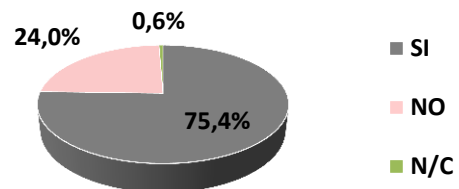
¿Le gustaría realizar turismo nocturno en el país?

**OBJETIVO.** Identificar el grado de interés de los turistas en la participación de las actividades turísticas nocturnas que se desarrollan en el país.

**CUADRO N°9**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	126	75.4%
NO	40	24.0%
N/C	1	0.6%
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°9**



**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas el 75.4% dijeron que si les gustaría realizar turismo nocturno en el país, y el 24.0% manifestó no tener interés en poder realizar este tipo de actividades. Dentro de los que respondieron que SI les gustaría asistir a un turismo nocturno comentan el porqué de la respuestas: por conocer nuevos lugares, por ser un proyecto interesante, al ser una nueva alternativa de salir de la rutina o una nueva opción para los que no tienen tiempo en el día, por recomendación de conocidos, por conocer de forma diferente un lugar, el conocer nuevas personas, por compartir con amigos o familiares, por disfrutar del clima

nocturno, por ser una forma sana de conocer el país, por la diversión, para potenciar el turismo del país y la contribución a la economía de los pueblos, para combatir el stress, por simple curiosidad, y por la importancia de conocer el patrimonio cultural del país.

Y entre los que manifestaron que nos les agradaría asistir a un turismo nocturno expresaron sus motivos de la negación: Por la inseguridad en el país, por su avanzada edad, por los altos costos de turismo en El Salvador, por no ser acorde a su personalidad, la falta de conocimiento del proyecto, por la falta de tiempo o el no agradarle el turismo nocturno.

### PREGUNTA 5.

¿Califique la importancia de los diferentes elementos turísticos, colocando una X en la casilla según su escala, de menos importante a muy importante.

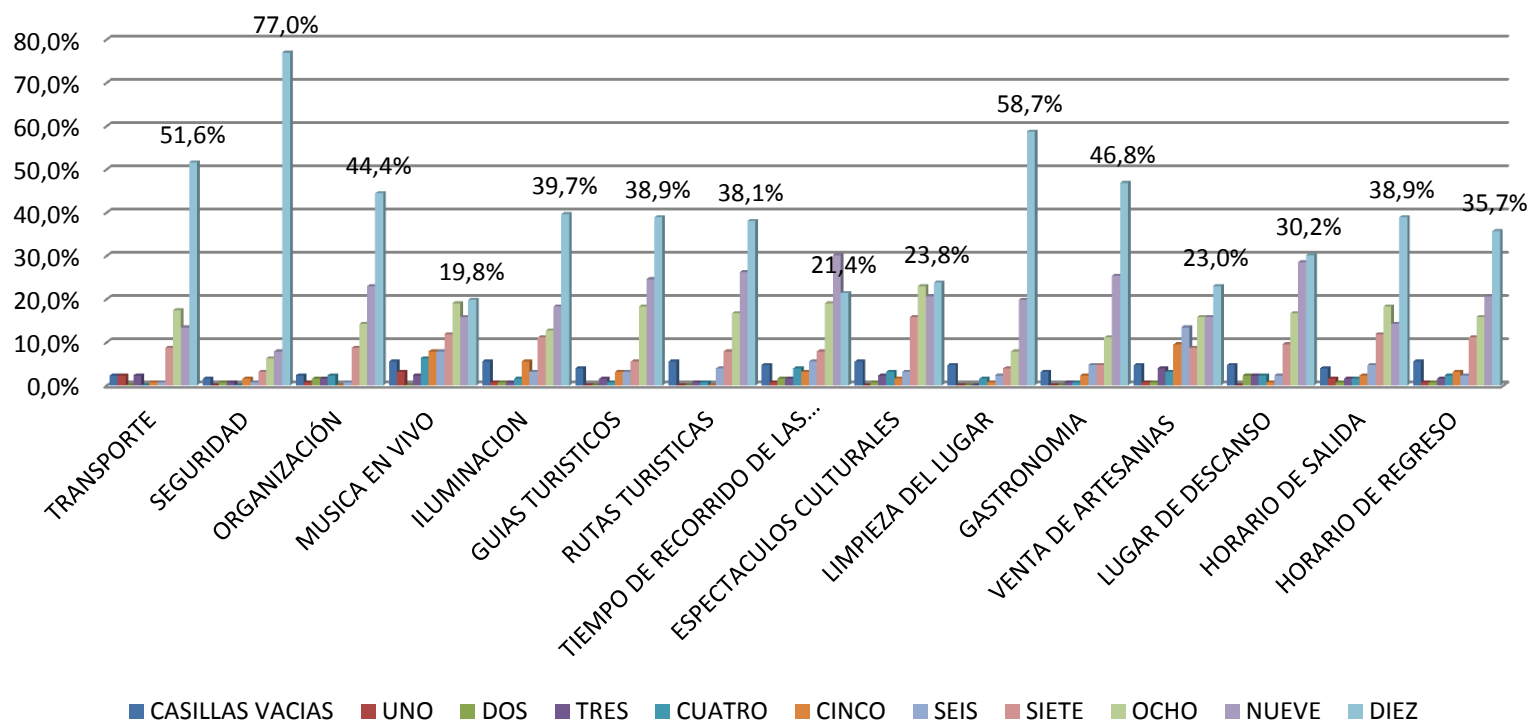
**OBJETIVO.** Conocer el grado de importancia de los diferentes elementos turísticos que intervienen dentro del turismo nocturno, para luego tomar acciones encaminadas a mejorar aquellos elementos más importantes.

### CUADRO N°10

ELEMENTOS	ESCALA DE IMPORTANCIA																							
	MENOS IMPORTANTE																							
	CASILLAS VACIAS		UNO		DOS		TRES		CUATRO		CINCO		SEIS		SIETE		OCHO		NUEVE		DIEZ		TOTAL	
FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	
TRANSPORTE	3	2.4%	3	2.4%		0.0%	3	2.4%		0.0%	1	0.8%	1	0.8%	11	8.7%	22	17.5%	17	13.5%	65	51.6%	126	100%
SEGURIDAD	2	1.6%		0.0%	1	0.8%	1	0.8%		0.0%	2	1.6%	1	0.8%	4	3.2%	8	6.3%	10	7.9%	97	77.0%	126	100%
ORGANIZACIÓN	3	2.4%	1	0.8%	2	1.6%	2	1.6%	3	2.4%		0.0%	1	0.8%	11	8.7%	18	14.3%	29	23.0%	56	44.4%	126	100%
MUSICA EN VIVO	7	5.6%	4	3.2%		0.0%	3	2.4%	8	6.3%	10	7.9%	10	7.9%	15	11.9%	24	19.0%	20	15.9%	25	19.8%	126	100%
ILUMINACION	7	5.6%	1	0.8%	1	0.8%	1	0.8%	2	1.6%	7	5.6%	4	3.2%	14	11.1%	16	12.7%	23	18.3%	50	39.7%	126	100%
GUIAS TURISTICOS	5	4.0%		0.0%		0.0%	2	1.6%	1	0.8%	4	3.2%	4	3.2%	7	5.6%	23	18.3%	31	24.6%	49	38.9%	126	100%
RUTAS TURISTICAS	7	5.6%		0.0%		0.0%	1	0.8%	1	0.8%		0.0%	5	4.0%	10	7.9%	21	16.7%	33	26.2%	48	38.1%	126	100%
TIEMPO DE RECORRIDO DE LAS RUTAS TURISTICAS	6	4.8%	1	0.8%	2	1.6%	2	1.6%	5	4.0%	4	3.2%	7	5.6%	10	7.9%	24	19.0%	38	30.2%	27	21.4%	126	100%
ESPECTACULOS CULTURALES	7	5.6%		0.0%	1	0.8%	3	2.4%	4	3.2%	2	1.6%	4	3.2%	20	15.9%	29	23.0%	26	20.6%	30	23.8%	126	100%
LIMPIEZA DEL LUGAR	6	4.8%		0.0%		0.0%		0.0%	2	1.6%	1	0.8%	3	2.4%	5	4.0%	10	7.9%	25	19.8%	74	58.7%	126	100%
GASTRONOMIA	4	3.2%		0.0%		0.0%	1	0.8%	1	0.8%	3	2.4%	6	4.8%	6	4.8%	14	11.1%	32	25.4%	59	46.8%	126	100%
VENTA DE ARTESANIAS	6	4.8%	1	0.8%	1	0.8%	5	4.0%	4	3.2%	12	9.5%	17	13.5%	11	8.7%	20	15.9%	20	15.9%	29	23.0%	126	100%
LUGAR DE DESCANSO	6	4.8%		0.0%	3	2.4%	3	2.4%	3	2.4%	1	0.8%	3	2.4%	12	9.5%	21	16.7%	36	28.6%	38	30.2%	126	100%
HORARIO DE SALIDA	5	4.0%	2	1.6%	1	0.8%	2	1.6%	2	1.6%	3	2.4%	6	4.8%	15	11.9%	23	18.3%	18	14.3%	49	38.9%	126	100%
HORARIO DE REGRESO	7	5.6%	1	0.8%	1	0.8%	2	1.6%	3	2.4%	4	3.2%	3	2.4%	14	11.1%	20	15.9%	26	20.6%	45	35.7%	126	100%

GRÁFICO N°10

## Elementos Turísticos



**COMENTARIO:** Según datos obtenidos los elementos turísticos mejores evaluados según el grado de importancia con una calificación de diez son: la seguridad con un 77%, con un 58.7% la gastronomía, seguido por el transporte con un 51.6%. La organización obtuvo un 44.4%, los porcentajes menores son la música en vivo con un 19.8% y el tiempo de recorrido con un 21.4%.

**PREGUNTA 6.**

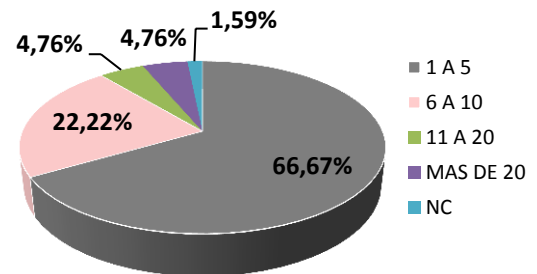
¿Cuántas personas lo acompañan al momento de realizar viajes turísticos?

**OBJETIVOS.** Determinar un número promedio de personas que acompañan al turista al momento de realizar turismo en el país.

**CUADRO N°11**

NUMERO DE PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 5	84	66.67%
6 A 10	28	22.22%
11 A 20	6	4.76%
MAS DE 20	6	4.76%
NC	2	1.59%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N°11**



**COMENTARIO:** del total de las personas encuestadas el 66.67% respondió que al momento de realizar un viaje turístico lo acompañan de 1 a 5 personas, el 22.22% de los encuestados contestaron que lo acompañan de 6 a 10 personas, mientras tanto el 9.52% restante son acompañadas por los rangos de 11 a 20 o más de 20. Y un 1.59% omitieron contestar a dicha interrogante.

### PREGUNTA 7.

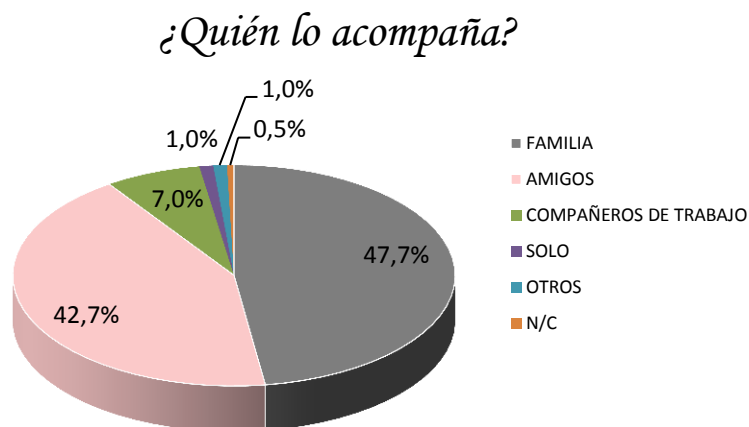
¿Quiénes lo acompañan al momento de visitar los sitios turísticos?

**OBJETIVO.** Identificar las personas que acompañan al turista al momento de la realización de las actividades turísticas.

**CUADRO N°12**

ACOMPAÑANTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FAMILIA	95	47.7%
AMIGOS	85	42.7%
COMPAÑEROS DE TRABAJO	14	7.0%
SOLO	2	1.0%
OTROS	2	1.0%
N/C	1	0.5%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°12**



**COMENTARIO:** El resultado de la investigación da a demostrar que las personas que más acompañan a los turistas al momento de realizar un viaje de turismo son las familias y amigos, con 47.7% y 42.7% respectivamente, mientras que el 7.0% de los encuestados dijo hacerse acompañar por los compañeros de trabajo y un 1.0% solo.

**PREGUNTA 8.**

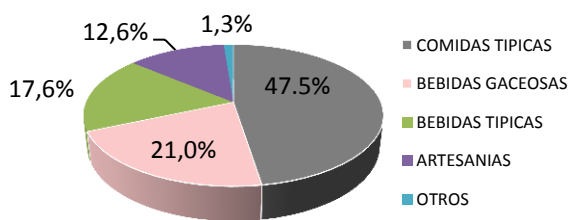
¿Qué tipo de productos consume en sus viajes turísticos en el país?

**OBJETIVO.** Identificar el tipo de productos que consumen en las actividades de turismo, el cual permita ser un parámetro para el comerciante que atiende al turista.

**CUADRO N°13**

PRODUCTOS	FRECUECIA	PORCENTAJE
COMIDAS TIPICAS	113	47.5%
BEBIDAS GACEOSAS	50	21.0%
BEBIDAS TIPICAS	42	17.6%
ARTESANIAS	30	12.6%
OTROS	3	1.3%
<b>TOTAL</b>	<b>238</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°13**



**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas los productos que más se consumen al momento de realizar un viaje turístico son las comidas típicas con un 42.7% seguido de las bebidas gaseosas con un 21.0%. Posteriormente las menos consumidas son bebidas típicas 17.6% y la compra de artesanías con 12.6%.

**PREGUNTA 9.**

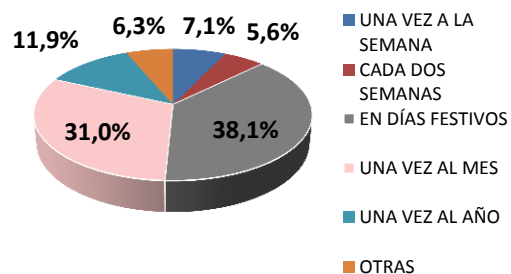
¿Cuál es la frecuencia de sus actividades turísticas en el país?

**OBJETIVO.** Conocer la frecuencia de los turistas en el año, en las cuales realiza una mayor participación en las actividades de turismo.

**CUADRO N°14**

PERIODIDAD	FRECUECIA	PORCENTAJE
UNA VEZ A LA SEMANA	9	7.1%
CADA DOS SEMANAS	7	5.6%
EN DÍAS FESTIVOS	48	38.1%
UNA VEZ AL MES	39	31.0%
UNA VEZ AL AÑO	15	11.9%
OTRAS	8	6.3%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°14**





**COMENTARIO:** Del total de los encuestados un 38.1% respondió que la frecuencia con la que más realizan actividades de turismo en el país es en días festivos, seguido con un 31.0% los que lo realizan una en el mes, y en una menor cantidad aquellos turista que lo realizan una vez a la semana 7.1% y una vez al año 11.9%.

**PREGUNTA 10.**

¿Qué actividades le gustaría realizar en viajes turísticos?

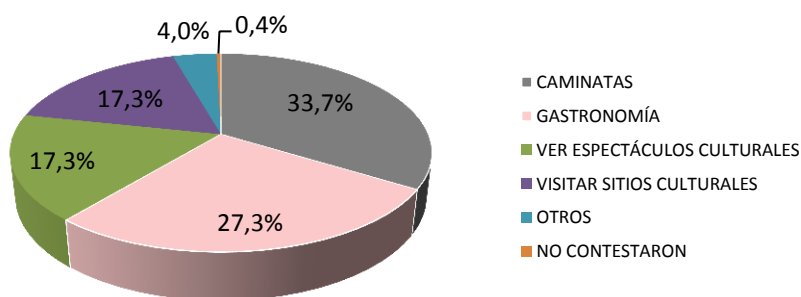
**OBJETIVO.** Identificar el tipo de actividades que más le agradaría realizar al turista, que ayude de parámetro al momento de realizar un viaje turístico.

**CUADRO N°15**

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CAMINATAS	84	33.7%
GASTRONOMÍA	68	27.3%
VER ESPECTÁCULOS CULTURALES	43	17.3%
VISITAR SITIOS CULTURALES	43	17.3%
OTROS	10	4.0%
NO CONTESTARON	1	0.4%
<b>TOTAL</b>	<b>249</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°15**

*¿Qué actividades le gusta realizar en viajes turísticos?*



**COMENTARIO:** El resultado de la investigación arrojo que el tipo de actividad que más les gusta realizar al turista al momento de un viaje turístico son las caminatas representada por un 33.7% seguido del consumo de la gastronomía que ofrece el lugar de destino con un 27.3% de igual manera expresa el 17.3% de los encuestados que lo que les gusta realizar es ver espectáculos culturales, y un 17.3% afirma que es visitar sitios culturales.

### PREGUNTA 11.

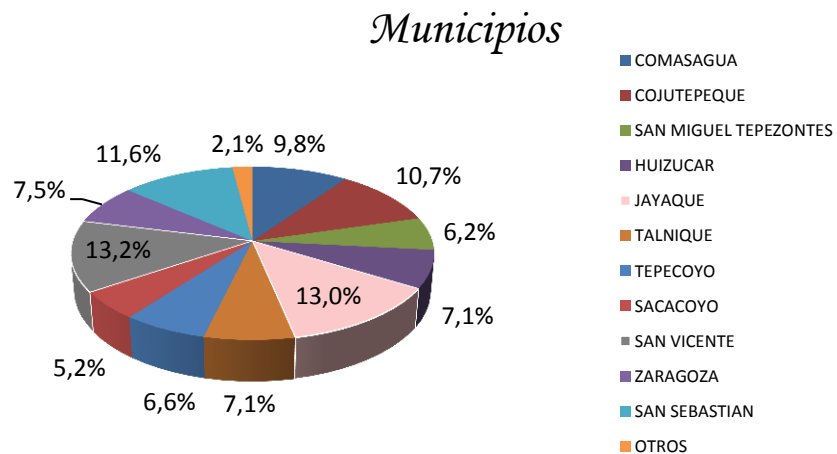
De los siguientes lugares ¿Cuál de ellos le gustaría visitar por medio del turismo nocturno?

**OBJETIVO.** Determinar cuál es el municipio con mayor grado de interés por parte del turista potencial, para realizar actividades turísticas nocturnas.

**CUADRO N°16**

MUNICIPIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COMASAGUA	43	9.8%
COJUTEPEQUE	47	10.7%
SAN MIGUEL TEPEZONTES	27	6.2%
HUIZUCAR	31	7.1%
JAYAQUE	57	13.0%
TALNIQUE	31	7.1%
TEPECOYO	29	6.6%
SACACOYO	23	5.2%
SAN VICENTE	58	13.2%
ZARAGOZA	33	7.5%
SAN SEBASTIAN	51	11.6%
OTROS	9	2.1%
<b>TOTAL</b>	<b>439</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°16**



**COMENTARIO:** Entre los turistas encuestados de los cuales contestaron que si les gustaría realizar turismo nocturno en El Salvador el 13.2% manifestaron que les gustaría visitar el municipio de san Vicente, seguido del municipio de Jayaque con 13.0%, mientras que un 11.6% respondió tener un interés en visitar el municipio de San Sebastián, un 10.7% el municipio de Cojutepeque. El resto de los encuestados

manifestaron tener un interés en una proporción menor a los otros municipios. De los cuales se puede hacer mención de los municipios de Comasagua, Huizucar, Talnique, Tepecoyo, Sacacoyo y Zaragoza.

**PREGUNTA 12.**

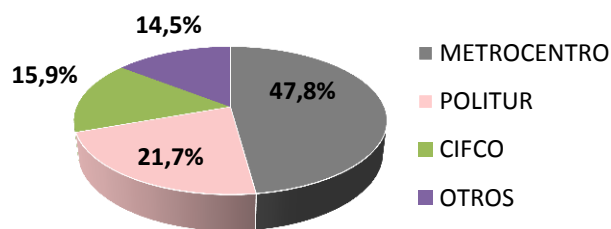
¿Qué lugar considera que debe de ser el punto de reunión antes de cada viaje?

**OBJETIVO.** Conocer a través del turista el lugar de reunión (salida) más apropiado e idóneo al momento de realizar un viaje turístico.

**CUADRO N°17**

LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
METROCENTRO	66	47.8%
POLITUR	30	21.7%
CIFCO	22	15.9%
OTROS	20	14.5%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°17**



**COMENTARIO:** Del total de los encuestados el 47.8% consideran que el lugar de partida (salida) al momento de cada viaje de turismo nocturno debería ser Metrocentro, seguido a este el 21.7% manifestó las instalaciones de POLITUR, un 15.9% dijeron que deberían de ser las instalaciones de CIFCO, mientras tanto el 14.5% respondieron que debería de ser otro lugar que sea céntrico para todos los turistas y de acuerdo al lugar que se va a ir a visitar.

**PREGUNTA 13.**

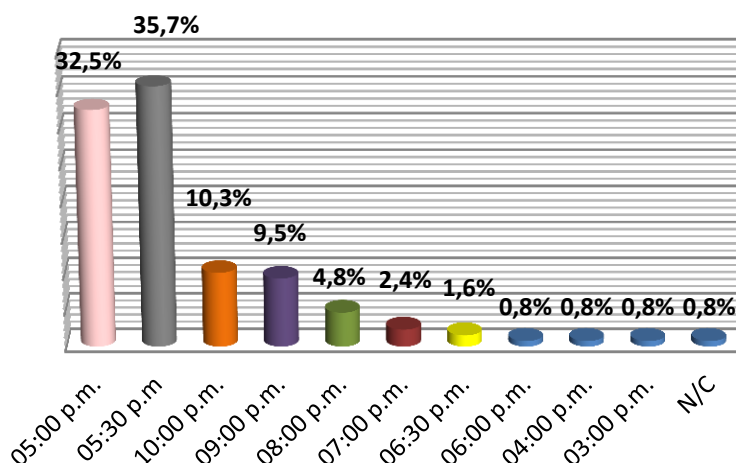
¿Qué horas recomendaría de acuerdo a su conveniencia para la realización del turismo nocturno?

**OBJETIVO.** Conocer los horarios de salida y de regreso que se adapten a la conveniencia de los turistas y a la mejor realización de las actividades turísticas nocturnas.

**CUADRO N°18-A**

HORA SALIDA	FRECUENCIA	%
05:00 p.m.	41	32.5%
05:30 p.m.	45	35.7%
10:00 p.m.	13	10.3%
09:00 p.m.	12	9.5%
08:00 p.m.	6	4.8%
07:00 p.m.	3	2.4%
06:30 p.m.	2	1.6%
06:00 p.m.	1	0.8%
04:00 p.m.	1	0.8%
03:00 p.m.	1	0.8%
N/C	1	0.8%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°18-A**

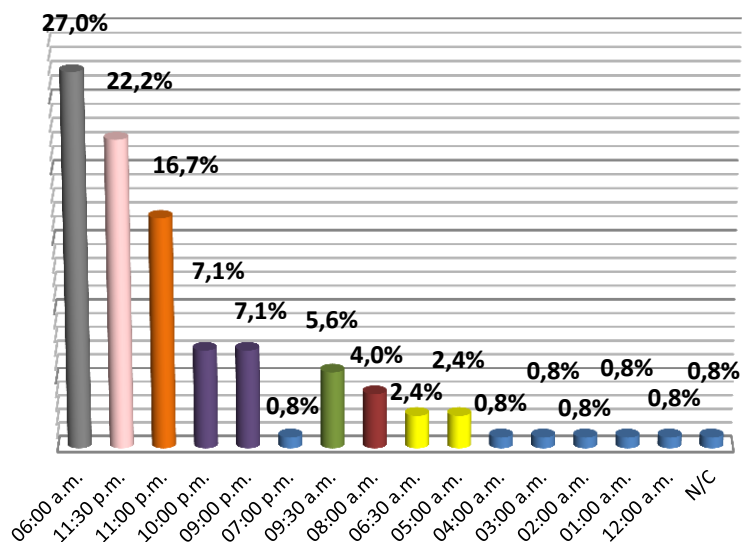


**COMENTARIO:** Según los turistas encuestados prefieren una hora de salida que abarca entre cinco y seis de la tarde con un 69%. El 31% restante recomendaron horas entre las tres a cuatro de la tarde y de seis a diez de la noche.

**CUADRO N°18-B**

HORA REGRESO	FRECUENCIA	%
06:00 a.m.	34	27.0%
11:30 p.m.	28	22.2%
11:00 p.m.	21	16.7%
10:00 p.m.	9	7.1%
09:00 p.m.	9	7.1%
07:00 p.m.	1	0.8%
09:30 a.m.	7	5.6%
08:00 a.m.	5	4.0%
06:30 a.m.	3	2.4%
05:00 a.m.	3	2.4%
04:00 a.m.	1	0.8%
03:00 a.m.	1	0.8%
02:00 a.m.	1	0.8%
01:00 a.m.	1	0.8%
12:00 a.m.	1	0.8%
N/C	1	0.8%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°18-B**



**COMENTARIO:** Según los turistas encuestados prefieren una hora de regreso que abarca entre las 10:00 p.m. y las 11:00 p.m. 46%. El 45.4% restante recomendaron horas del día siguiente en el lapso de la madrugada.

**PREGUNTA 14.**

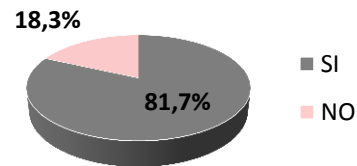
¿Estaría dispuesto a pagar una cantidad de dinero por la realización de las actividades turísticas nocturnas?

**OBJETIVO.** Conocer opinión de las personas encuestadas acerca de estar dispuesto a pagar una cantidad de dinero, por la realización de las actividades turísticas nocturnas.

**CUADRO N°19-A**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	103	81.7%
NO	23	18.3%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°19-A**

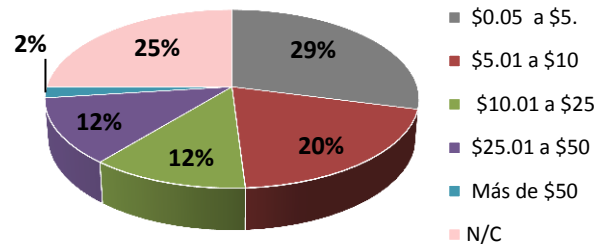


**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas el 81.7% contestó si estar de acuerdo en pagar una cantidad X de dinero por la realización de las actividades de turismo nocturno, mientras tanto solo un 18.3% respondió no tener disposición a pagar una cierta cantidad de dinero.

**CUADRO N°19-B**

CANTIDAD DE DINERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0.05 a \$5.	37	29%
\$5.01 a \$10	25	20%
\$10.01 a \$25	15	12%
\$25.01 a \$50	15	12%
Más de \$50	3	2%
N/C	31	25%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N°19-B**



**COMENTARIO:** Según datos obtenidos se identificó que el 29% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$0.05 a \$5 dólares, y con 20% los que pagarían de \$5.01 a \$10 dólares. El restante 26% manifestó pagaría de \$10.01 en adelante. Mientras que un 25% de los encuestados no contestó dicha pregunta.

**PREGUNTA 15.**

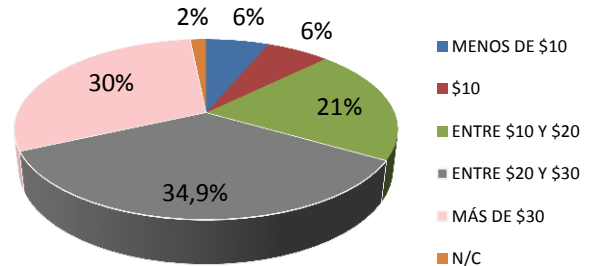
¿Qué cantidad de dinero generalmente gasta durante sus actividades turísticas nocturnas?

**OBJETIVO.** Conocer el grado de gasto que el turista asigna al momento de realizar actividades turísticas.

**CUADRO N°20**

CANTIDAD DE DINERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE \$10	8	6.3%
\$10	8	6.3%
ENTRE \$10 Y \$20	26	20.6%
ENTRE \$20 Y \$30	44	34.9%
MÁS DE \$30	38	30.2%
N/C	2	1.6%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°20**



**COMENTARIO:** Los resultados de la investigación arrojaron que en promedio el 34.9% gasta la cantidad de \$20 a \$30 en cada viaje de turismo nocturno, mientras tanto el 30% gasta más de \$30 y un 21% gasta entre \$10 y \$20. Y nada más un 6% de los encuestados contestaron que gastan \$10 o menos de \$10. Por lo tanto se concluye que existe una buena gran cantidad económica de contribución de parte del turista con los microempresarios que ofrecen los productos y servicios en cada municipio del país que se realiza el turismo nocturno.

**PREGUNTA 16.**

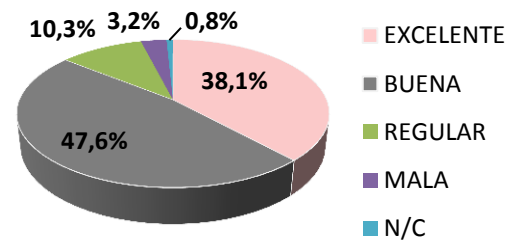
¿Qué opinión le merece el fomento del turismo nocturno en el país?

**OBJETIVO.** Conocer la apreciación del turista potencial acerca de la realización de las actividades de turismo nocturno que se realizan en el país.

**CUADRO N°21**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	48	38.1%
BUENA	60	47.6%
REGULAR	13	10.3%
MALA	4	3.2%
N/C	1	0.8%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100.0%</b>

**GRÁFICO N°21**



**COMENTARIO:** Del total de las personas encuestadas el 38.1% tiene una opinión excelente del fomento del turismo nocturno en el país, mientras que un 47.6% tiene una opinión buena, seguida de un 10.3% que tienen una opinión regular y nada más un 3.2% tiene una mala opinión del fomento de las actividades de turismo nocturno en el país.

**PREGUNTA 17.**

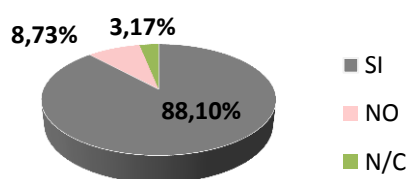
¿Considera que las actividades de turismo nocturno tienen futuro en el país?

**OBJETIVO.** Determinar la percepción de los turistas potenciales acerca del desarrollo del Turismo Nocturno y el futuro que puede tener la realización de las actividades en el país.

**CUADRO N°22**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	111	88.10%
NO	11	8.73%
N/C	4	3.17%
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N°22**



**COMENTARIO:** El 88.10% de las personas encuestadas consideran que las actividades de turismo nocturno tienen futuro en el país, mientras tanto el 8.73% consideran que no tienen futuro, y un 3.17% de los encuestados no contestaron a tal interrogante.

Los turistas potenciales que respondieron que SI tiene futuro el turismo nocturno en el país, especificaron el porqué de la decisión: Por ser un proyecto muy prometedor, al ser una experiencia nueva, por ser una diversión sanamente, Porque ayudaría a contribuir al desarrollo económico, atraería turistas nacionales y extranjeros, Generaría apoyo a la cultura y por la Facilidad de traslado por ser un país pequeño

**PREGUNTA 18.**

Si usted fuera el encargado de fomentar el turismo nocturno ¿Qué acciones desarrollaría?

**OBJETIVO.** Conocer a través de la opinión de las personas encuestadas, las acciones a desarrollar para mejorar las actividades relacionadas con el turismo nocturno en el país.

**COMENTARIO:** Las opiniones que el turista potencial recomendó para mejorar el Turismo Nocturno en el país se concentran en los aspectos de publicidad, seguridad, organización, la gestión de respaldo económico de instituciones, el fomento de lugares turísticos y la convivencia del turista, la creación de festivales y ferias informativas, brindar charlas a los jóvenes, diseñar un plan de trabajo, la realización de dinámicas grupales, Fomentar la participación ciudadana, mantener variedad de espectáculos, rescatar y cultivar la cultura de cada pueblo, capacitaciones de higiene y limpieza, transporte interno y mantener una comunicación con los micro empresarios del lugar.



- **ANEXO N°27**

**GUÍA DE APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL MODELO**

INDICACIONES PARA UTILIZAR LA GUIA

- a. Calificar cada elemento de acuerdo a su situación, colocando una X en la casilla que se adecue a sus condiciones.
- b. Sumar todos los subelementos y obtener los promedios para obtener la nota específica de cada elemento.
- c. Llenar el cuadro de puntajes al final de la guía con cada nota por elemento y realizar el promedio final.
- d. Consultar resultados obtenido a través de la escala global para determinar si es factible o no la realización del proyecto en el municipio.

Para evaluar un elemento del modelo de manera individual, se tendrá que realizar el siguiente procedimiento:

- a. Determinar el elemento a considerar para la evaluación individual.
- b. Identificar la nota específica del elemento.
- c. Consultar resultados obtenido a través de la escala específica, y verificar las condiciones actuales del elemento y así poder definir las acciones a realizar.

## SEGMENTO DE MERCADO

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

### 1. Segmentación Demográfica

- Edad

10		Entre 26 a 40 años
8		Entre 41 a 60 años
6		Entre 18 a 25 años
4		61 años o más
2		Menor o igual a 17 años

- Ocupación

10		Empleado
8		Empresario
6		Jubilado
4		Estudiante
2		Ama de casa

$$\text{TOTAL 1} = \frac{P1 + P2}{2} = \underline{\hspace{2cm}}$$

### 2. Segmentación Geográfica

- Zona

10		Central y Paracentral
8		Solo central
6		Solo paracentral
4		Occidental
2		Oriental

- Población

10		Solo urbana
8		Urbana y rural
6		Solo rural

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1 + P2}{2} = \underline{\hspace{2cm}}$$

### 3. Segmentación Psicográfica

- Motivo de viaje

10		Participación del turismo interno.
8		Por la oferta gastronómica
6		Por Diversión
4		Por Cultura
2		Por Curiosidad

TOTAL 3 = P1 = \_\_\_\_\_

### 4. Segmentación Conductual

- Nivel de lealtad

10		Participación en más de 4 oportunidades
8		Participación por Cuarta vez
6		Participación por tercera vez
4		Participación por segunda vez
2		Participación por primera vez

TOTAL 4 = P1 = \_\_\_\_\_

### **SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO**

= Total 1+ Total 2+ Total 3+ Total 4 =

4

## OFERTA TURÍSTICA

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

### 1. Gastronomía

- Personas que participaran en la gastronomía

10	10	Emprendedores del lugar y microempresarios
8	8	Solo Microempresarios
6	6	Solo Emprendedores
4	4	Comités independientes de la ciudad
2	2	Participación del sector informal

- Variedad de oferta gastronómica

10	10	Dispone de mucha Variedad propia del lugar y del país
8	8	Dispone variedad solo del lugar de destino
6	6	Solo del país
4	4	Dispone de poca variedad de oferta gastronómica
2	2	Nada de variedad

- Existencia de un producto alimenticio autóctono del lugar

10	10	Siempre
8	8	Casi siempre
6	6	Por temporadas
4	4	Muy escaso
2	2	Escaso

- Se cuenta con un producto alimenticio Autóctono, y se exporta.

10	10	Sí se cuenta y se exporta
8	8	Si se cuenta, pero no se exporta
6	6	Puede ser considerado para exportación
4	4	No se cuenta con un producto.

- Infraestructura

10		Canopies, champas, mesas, sillas,
8		Solo se cuenta con canopies
6		Solo se cuenta con mesas y sillas
4		No se posee infraestructura

- Existen proyectos que apoyen el desarrollo de la gastronomía en el municipio

10		Sí existen y apoyan su desarrollo
8		Existen pero no apoyan el desarrollo
6		Están en creación
4		No existen

$$\text{TOTAL 1} = \frac{P1+P2+P3+P4+P5+P6}{6} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## 2. Ruta turística

- Zonas verdes y lugares de esparcimiento

10		Posee muchos lugares y en buenas condiciones
8		Posee pocos pero en buenas condiciones
6		Posee muchos lugares pero en malas condiciones
4		Posee pocos y en malas condiciones
2		No dispone de ninguno

- Guías turísticos

10		Dispone de guías turísticos capacitados
8		Solo guías turísticos no capacitados
6		Se hace necesario el apoyo de un guía externo al municipio
4		Posee personas dispuestas a aprender
2		No dispone de guías turísticos

- Recorridos culturales

10		Se cuenta con un recorrido cultural
8		Se visitarán 3 o más lugares
6		Se visitarán 2 lugares
4		Se visitarán un lugar
2		No se cuenta con un recorrido cultural

- Tiempo de los recorridos de las rutas turísticas

10		Una hora y treinta minutos
8		Una hora
6		Una hora y cuarenta y cinco minutos
4		Dos horas
2		45 minutos

- Música / show artísticos

10		Presentación de show artísticos y grupo musical
8		Solo presentación de grupo o banda musical
6		Solo presentación de show artístico
4		Música gravada
2		No Tiene

- Posee el municipio algún festival, feria o ritual religioso de gran envergadura de turistas

10		Sí posee y es conocido a nivel nacional
8		Si posee pero solo se conoce en el municipio
6		NO existe alguno

- Proceso artesanal o industrial de algún producto del lugar

10		Tiene
4		No Tiene

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1+P2+P3+P4+P5+P6+P7}{7} = \underline{\hspace{2cm}}$$

### 3. Artesanías

- Variedad de oferta artesanal

10		Artesanías autóctonas y nacionales
8		Solo autóctonas
6		Solo nacionales
4		Sin artesanías

- Existencia de un producto autóctono del lugar.

10		Sí tiene
4		No tiene

- Se cuenta con un producto autóctono para la exportación y se exporta.

10		Si se cuenta y se exporta
8		Si se cuenta pero no se exporta
6		Puede ser considerado para la exportación
4		No se cuenta con ningún producto

- Existe mano de obra calificada del lugar de destino

10		Si muy calificada
8		Si poco calificada
6		Si pero nada calificada
4		No se cuenta con mano de obra

$$\text{TOTAL 3} = \frac{P1+P2+P3+P4}{4} = \underline{\hspace{2cm}}$$

**SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO**

$$= \frac{\text{Total 1} + \text{Total 2} + \text{Total 3}}{3} = \underline{\hspace{2cm}}$$

3



## SEGURIDAD

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

1. Seguridad Turística

- Agentes Policiales

10		Bastante apoyo
8		Suficiente apoyo
6		Poco apoyo pero con colaboración de otro municipios
4		No hay apoyo

- Apoyo de Cuerpo de Agentes Municipales (CAM)

10		Existe y brinda bastante apoyo
8		Existe y el apoyo es considerable
6		El apoyo es poco
4		NO se tiene apoyo alguno
2		No existe institución alguna en el municipio

- Iluminación en calles

10		Todas las calles están iluminadas
8		Una gran cantidad de calles
6		Solo la plaza
4		Solo la calle principal
2		Falta de luz eléctrica

- Delincuencia en el municipio

10		No hay
8		Escasos casos
6		Pocos casos
4		Muchos casos
2		Demasiados casos

$$\text{TOTAL 1} = \frac{P1+P2+P3+P4}{4} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## 2. Seguridad sanitaria y medica

- Asistencia medica

10		Posee un centro de salud
8		Cruz roja en el municipio
6		Promotor de salud a disposición de la comunidad
4		No existe ninguno

- Posee servicios sanitarios públicos

10		Posee en excelente condiciones
8		Posee en condiciones normales
6		Posee pero en condiciones no higiénicas
4		No posee

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1+P2}{2} = \underline{\hspace{2cm}}$$

## 3. Seguridad vial y de transporte

- Carreteras de acceso

10		Muy buenas
8		Buenas
6		Regulares
4		Malas
2		Muy malas

- Señalización local y en carreteras

10		Si hay y legibles
8		Hay pero ilegibles
6		Poca señalización
4		No hay señalización

- Autobuses seguros y confiables

10	Excelentes condiciones
8	Muy buenas condiciones
6	Condiciones normales
4	Condiciones aceptables
2	Malas condiciones

$$\text{TOTAL 3} = \frac{P1+P2+P3}{3} = \underline{\hspace{2cm}}$$

$$\text{SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO} = \frac{\text{Total 1} + \text{Total 2} + \text{Total 3}}{3} = \underline{\hspace{2cm}}$$

3

## PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

### 1. Promoción de venta

- Descuentos en productos

10		Posee en todos los productos
8		Posee solo en productos gastronómicos
6		Posee solo en productos artesanales
4		Existen descuentos pero son mínimos
2		No existen

TOTAL 1 = P1 = \_\_\_\_\_

### 2. Publicidad

- Influencia del evento ejercida a través de publicidad en radios locales

10		Alto nivel de influencia
8		Influencia considerable
6		Influencia considerada
4		Influencia escasa
2		No existe influencia

- Afiches informativos

10		En el municipio donde se realizara el evento
8		En la zona de influencia
6		En el departamento al que pertenece el municipio
4		
2		No existe este tipo de publicidad

- Influencia del evento a través de la publicidad de hojas volantes

10		Alto nivel de influencia
8		Influencia considerable
6		Influencia moderada
4		Influencia escasa
2		No existe influencia

- Banner

10		En varios lugares estratégicos del municipio
8		En pocos lugares estratégicos
6		Solo en la entrada del municipio o en parque central
4		Solo en la entrada del municipio
2		No se realizaron

- Medios electrónicos

10		Redes sociales exclusivas del evento o red social de la alcaldía municipal y POLITUR
8		Páginas web de POLITUR y MITUR
6		Página web de POLITUR
4		Página web de la Alcaldía Municipal
2		No existirá

$$\text{TOTAL 2} = \frac{P1+P2+P3+P4+P5}{5} = \underline{\hspace{2cm}}$$

3. Relaciones públicas

- Capacidad de gestión para invitar medios de televisión

10	Capacidad Alta
8	Capacidad media
6	Capacidad Moderada
4	Capacidad Baja
2	Capacidad Nula

TOTAL 3 = P1 = \_\_\_\_\_

**SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO**

= Total 1+ Total 2+ Total3 = \_\_\_\_\_

3

## INSTITUCIONES DE APOYO

SUB-ELEMENTO	PUNTOS Y CALIFICACIÓN	DESCRIPCION
--------------	-----------------------	-------------

- Policía Nacional Civil (PNC)

10	Hay gran apoyo
8	El apoyo es moderado
6	Apoyo considerable
4	Su apoyo es escaso
2	No hay apoyo

TOTAL 1 = P1 = \_\_\_\_\_

- Policía de Turismo (POLITUR)

10	El apoyo es grande
8	El apoyo es moderado
6	Apoyo considerable
4	El apoyo es poco
2	No hay apoyo

TOTAL 2 = P1 = \_\_\_\_\_

- Ministerio de salud

10	Se contara con su apoyo
8	Su apoyo será poco
6	El apoyo es escaso o nulo
4	No se contara con su apoyo

TOTAL 3 = P1 = \_\_\_\_\_

- Alcaldía Municipal

10	Hay mucha participación
8	La participación es moderada
6	La participación es poca
4	La participación es escasa
2	No hay participación

TOTAL 4 = P1 = \_\_\_\_\_

- Comité de turismo

10		Siete o más personas (Bien organizado)
8		Entre cuatro a seis personas (organización aceptable)
6		Menos de cuatro (Poco o mal organizado)
4		No existe su participación

TOTAL 5 = P1 = \_\_\_\_\_

- ONG"S

10		Dispone de varias organizaciones y su apoyo es fundamental
8		Dispone de varias organizaciones y su apoyo es considerable
6		Solo dispone de una organización y el apoyo es fundamental
4		Solo dispone de una y su apoyo es considerable
2		No cuenta con el apoyo de ninguna organización

TOTAL 6 = P1 = \_\_\_\_\_

- Comandos de salvamento o cruz roja

10		Su participación es segura
4		No se cuenta con su apoyo

TOTAL 7 = P1 = \_\_\_\_\_

**SUMA PROMEDIO DEL ELEMENTO**

= Total 1+ Total 2+ Total 3+ Total 4+ Total 5+ Total 6+ Total 7 = \_\_\_\_\_



<b>CUADRO DE PUNTAJES</b>	
<b>ELEMENTO</b>	<b>NOTA</b>
SEGMENTACION DE MERCADO	
OFERTA TURISTICA	
SEGURIDAD	
PROMOCION Y PUBLICIDAD	
INSTITUCION DE APOYO	
<b>TOTAL</b>	

PROMEDIO GENERAL DE LA GUÍA = TOTAL / 5

$$\frac{\quad}{5} = \boxed{\quad}$$

### ESCALA DE RESULTADO GLOBAL

Proyecto factible de ser ejecutado con éxito	<b>Total</b> 9 - 10
Realizar el evento pero tomar en cuenta que tiene aspectos por mejorar	<b>Total</b> 7 - 8.9
Estudiarlo detenidamente y retomarlo para su ejecución posterior	<b>Total</b> 4.1 - 6.9
Rechazar el proyecto	<b>Total</b> Menor a 4

### ESCALA DE RESULTADO POR ELEMENTO

Elemento en condiciones optimas y estable para el proyecto	<b>Total</b> 9 - 10
Elemento con potencial para el proyecto y en condiciones de mejora	<b>Total</b> 7 - 8.9
Elemento a estudiar y trabajar en las mejoras pertinentes.	<b>Total</b> 4.1 - 6.9
Elemento deficiente para la ejecución del proyecto	<b>Total</b> Menor a 4