

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



**Universidad de El Salvador**  
*Hacia la libertad por la cultura*

“ESTUDIO DE MERCADO PARA IMPULSAR LOS PROYECTOS TURÍSTICOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.”

Trabajo de investigación presentado por:  
MAIRA YANIRA, BARAHONA AGUILAR  
MAYRA PATRICIA, LÓPEZ DE RODRÍGUEZ  
VÍCTOR MANUEL, ARGUETA GUZMÁN

Para optar al grado de:  
**LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SAN SALVADOR

FEBRERO DE 2013.  
EL SALVADOR,

CENTROAMERICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** **ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO**

**SECRETARIO GENERAL:** **DRA. ANA LETICIA DE AMAYA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DECANO:** **MSc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**SECRETARIO:** **M.A.E. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS**

**COORDINADOR**

**DEL SEMINARIO:** **LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS**

**DOCENTE DIRECTOR:** **LIC. ALFONSO LÓPEZ ORTIZ**

**FEBRERO DE 2013.**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR, CENTROAMERICA**

## AGRADECIMIENTOS

*A Dios, por su infinita bondad y amor y haberme permitido culminar mis estudios; A mi madre, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, pero más que nada, por su amor; A mi padre, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan para salir adelante y por su amor; A mis hermanos, a mis sobrinos, a mis tías, a mis primos, y a todos aquellos que participaron en la elaboración de esta tesis; A mi novio Salvador Merino, gracias por su apoyo incondicional; A mis amigos a los cuales Dios ha puesto en mi camino; Finalmente a los maestros, que marcaron cada etapa de mi camino universitario, y que me ayudaron en la elaboración de la tesis.*

**Maira Yanira Barahona Aguilar.**

*Agradezco a Dios por permitirme culminar con éxito mi carrera, A mis padres Víctor Manuel López (O.D.D.G) María Carlota López de López por haberme inculcado el valor del trabajo y la perseverancia en mis sueños y metas; A mi esposo, Ramón Emir Rodríguez, por su amor, apoyo, confianza y paciencia; A mis hijos Ramón, David y Emir por ser mi motivación e inspiración en todo momento, a toda mi familia, por sus buenos deseos; A mis amig@s y compañer@s de tesis Maira y Víctor; A mis profesores quienes me guiaron y enseñaron durante toda mi carrera; A mi asesor de tesis, Licenciado Alfonso López Ortiz, por brindarnos su apoyo y compartir sus conocimientos. Gracias.*

**Mayra Patricia López de Rodríguez**

*En primer lugar quiero agradecer a Dios por haberme permitido vivir hasta este momento, a la vez quiero agradecer a la persona más especial para mí pero que no pudo ver realizado este triunfo en mi vida porque nos dejó antes de que llegara este momento mi querida abuela Leonor ya que sin ella no hubiera llegado a ver realizado este sueño, también a mi familia que me apoyo, así también quiero agradecer a mi novia por darme apoyo en todo momento, también a mis compañeros/as y todos los demás que estuvieron ahí apoyándome en toda la carrera*

**Víctor Manuel, Argueta Guzmán**

# Índice

## CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO SOBRE GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADO, ASPECTOS RELEVANTES DEL TURISMO E INSTITUCIONES DEL SECTOR Y GENERALIDADES SOBRE EL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

A. GENERALIDADES DE UN ESTUDIO DE MERCADO .....	1
1. Definición de Mercado .....	1
2. Objetivos del Estudio de Mercado .....	2
3. Definición de Mercadotecnia .....	3
4. Definición de Investigación de Mercado .....	3
5. Procesos de la Investigación de Mercado .....	4
<i>a. Etapas de la Investigación de Mercado</i> .....	4
6. Análisis de la Demanda .....	6
<i>a. Definición de Demanda</i> .....	6
<i>b. Tipos de Demanda</i> .....	7
<i>c. Consumidores y Características del Mercado Potencial</i> .....	8
7. Análisis de la Oferta .....	9
<i>a. Definición de la Oferta</i> .....	9
<i>b. Tipos de Ofertas</i> .....	9
8. Mezcla de Mercadotecnia .....	10
<i>a. Producto</i> .....	11
1) Definición de Producto .....	11
2) Ciclo de vida de un Producto .....	11
<i>b. Precio</i> .....	12
1) Definición de Precio .....	12
2) Factores que intervienen en la fijación del precio .....	12
<i>c. Plaza</i> .....	14
1) Definición de Plaza .....	14
<i>d. Promoción</i> .....	14

1) Definición de Promoción .....	15
9. Análisis Competitivo.....	16
<i>a. Cinco Fuerzas Competitivas de Porter</i> .....	16
B. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	18
1. Definición de Estudio de Mercado.....	18
C. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO.....	19
1. Definición de Turismo .....	19
2. Definición de Turista .....	21
3. Importancia del Turismo .....	22
4. Tipos de Turismo .....	22
5. Elementos del Mercado de Turismo .....	25
<i>a. Oferta turística</i> .....	25
<i>b. Demanda turística</i> .....	25
<i>c. Producto turístico</i> .....	25
<i>d. El espacio geográfico</i> .....	26
<i>e. Los operadores del mercado</i> .....	26
6. El Turismo hacia el Desarrollo Sostenible .....	26
<i>a. Desarrollo Sostenible</i> .....	26
<i>b. Turismo Sostenible</i> .....	27
<i>c. Factores Que Afectan El Turismo En El Salvador</i> .....	28
D. ORIGEN DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	29
1. Reseña Histórica.....	29
E. INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL SECTOR TURISMO DE EL SALVADOR. ....	34
1. Instituciones Gubernamentales.....	34
2. Instituciones No Gubernamentales. ....	36
3. Operadores turísticos establecidos en El Salvador .....	37
4. Marco Legal del Turismo en El Salvador. ....	38
<i>a. Ley de Turismo.</i> .....	38
<i>b. Ley del Medio Ambiente.</i> .....	38

F. DATOS GENERALES DE LA CIUDAD DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ. ....	39
1. Generalidades del Municipio .....	39
2. Costumbres y Tradiciones .....	40
3. Situación Actual del Municipio de San Juan Tepezontes. ....	42
G. GENERALIDADES DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ. ....	43
1. Misión .....	43
2. Visión.....	44
3. Principios y Valores .....	44
4. Estructura Organizativa.....	45
5. Administración y Gestión del Gobierno Municipal. ....	45
a. <i>Competencias del Gobierno Municipal.</i> .....	46
b. <i>Principales Fuentes de Financiamiento.</i> .....	47
6. Marco Legal de la Municipalidad de San Juan Tepezontes.....	48
a. <i>Constitución de la República de El Salvador.</i> .....	48
b. <i>Código de Comercio.</i> .....	48
c. <i>Código Municipal.</i> .....	49
d. <i>Ley General Tributaria Municipal.</i> .....	49
e. <i>Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES)</i> .....	49
f. <i>Ley Orgánica y Reglamento del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)</i> .....	49
g. <i>Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.</i> .....	50
7. Desarrollo de Proyectos Turísticos del Gobierno Municipal de San Juan Tepezontes. ...	50
8. Comité de Desarrollo Turístico del Municipio. ....	52

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL CON RESPECTO A LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	54
1. <i>General</i> .....	54
2. <i>Específicos</i> .....	54
B. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	54
C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	55
1. Método de Investigación .....	55
a. <i>Método Analítico</i> .....	55
b. <i>Síntesis</i> .....	55
2. Tipos de investigación .....	56
3. Diseño de la investigación .....	56
4. Técnicas e instrumentos de investigación .....	56
a. <i>Técnicas</i> .....	56
1) Entrevistas .....	56
2) Encuestas .....	56
3) Observación Directa .....	57
b. <i>Instrumentos</i> .....	57
1) Guía de Entrevista. ....	57
2) Cuestionario .....	57
5. Fuentes de Información .....	58
a. <i>Primarias</i> .....	58
b. <i>Secundarias</i> .....	58
6. Ámbito de la Investigación .....	58
7. Determinación del Universo .....	59
a. <i>Universo</i> .....	59
8. Procesamiento de la Información .....	59
a. <i>Muestra</i> .....	59
b. <i>Tabulación de Encuestas</i> .....	61

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL CON RESPECTO A LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES. ....	62
1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter, Aplicado al Municipio.....	67
2. Determinación del Mercado Meta.....	68
3. Análisis de la Oferta Turística.....	70
4. Análisis de la Demanda Turística.....	72
5. Análisis FODA.....	73
<i>a. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.....</i>	<i>73</i>
6. Análisis de la mezcla de mercado.....	75
E. ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	78
1. Alcances.....	78
2. Limitaciones.....	79
F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
1. Conclusiones.....	79
2. Recomendaciones.....	81

### CAPÍTULO III

#### PROPUESTA PARA IMPULSAR PROYECTOS TURÍSTICOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN JUAN TEPEZONTES, QUE CONTRIBUIRÁN AL DESARROLLO LOCAL A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.

PRESENTACIÓN.....	83
A. OBJETIVOS.....	84
1. General.....	84
2. Específicos.....	84
B. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADO PARA PROYECTOS TURÍSTICOS.....	84
1. Misión.....	84
2. Visión.....	84
C. MERCADO META.....	85
1. Mercado Meta Primario.....	85



2. Mercado Meta Secundario.....	87
D. DISEÑO DE ESTRATEGIAS.....	87
1. Ofensivas (FO).....	87
2. Defensivas (FA).....	88
3. Adaptativas (DO).....	89
4. Supervivencia (DA).....	89
E. MEZCLA ESTRATÉGICA DE MERCADO.....	90
1. Producto.....	90
a. Recursos Naturales.....	91
b. Viveros Cafeterías.....	92
c. Vías de Acceso.....	92
d. Miradores.....	93
e. Caminatas por Senderos.....	94
f. Plazas.....	95
g. Festivales Culturales.....	95
2. Precio.....	96
3. Promoción.....	97
4. Plaza.....	106
F. PLAN ESTRATÉGICO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	107
1. Objetivos.....	107
2. Formación del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.....	107
3. Filosofía Institucional.....	108
a. Misión.....	108
b. Visión.....	108
c. Logotipo.....	109
4. Objetivos.....	109
5. Políticas.....	110
6. Requisitos.....	110
7. Organigrama del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.....	111
8. Funciones del Comité de Desarrollo Turístico.....	111

H. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	112
1. Presentación.....	112
2. Recursos.....	112
a) <i>Recursos Humanos</i> .....	112
b) <i>Recursos Materiales</i> .....	113
c) <i>Recursos Financieros</i> .....	113
3. Capacitación. ....	114
4. Presupuesto.....	116
5. Cronograma de actividades. ....	117
I. BIBLIOGRAFÍA.....	119

**ANEXOS.**

<b>Anexo 1:</b> Cuestionario dirigido a los Pobladores de San Juan Tepezontes.....	125
--	-----

<b>Anexo 2:</b> Análisis y Tabulación de encuestas dirigido a los Pobladores de San Juan Tepezontes.....	133
--	-----

<b>Anexo 3:</b> Guía de entrevista realizada a la Lic. Iris de Asunción Alcaldesa de San Juan Tepezontes.....	159
---	-----

<b>Anexo 4:</b> Análisis de entrevista realizada a alcaldesa.....	160
---	-----

<b>Anexo 5:</b> Modelo de solicitud de inscripción en Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).....	162
--	-----

<b>Anexo 6:</b> Fotos del Municipio de San Juan Tepezontes, Departamento de La Paz..	164
--	-----

## RESUMEN.

San Juan Tepezontes ubicado en el departamento de La Paz, no cuenta con información que permita analizar la demanda turística para el diseño de estrategias, debido a que carece de un estudio de mercado cuyos resultados contribuyan a la toma de decisiones acertadas, identificación de factores de riesgo y el óptimo desarrollo de los proyectos, lo cual permita al gobierno municipal impulsarlo como destino turístico, lo que constituye la propuesta básica del grupo investigador.

Por lo tanto se estableció como objetivo principal obtener la información necesaria que permitiera determinar las condiciones actuales de la oferta y demanda de servicios turísticos en el municipio de San Juan Tepezontes, para formular propuestas que permitan impulsar los proyectos turísticos del gobierno municipal.

La investigación se realizó a través del Método Científico aplicando el método analítico y sintético, el tipo de investigación fue explicativa y se llevó a cabo mediante el diseño no experimental, los datos fueron obtenidos a través de información brindada por la Alcaldesa de San Juan Tepezontes Lic. Iris López de Asunción, así como también se recolectaron datos por medio de un cuestionario, conformando así las fuentes de información primaria de la investigación.

De acuerdo a la investigación realizada se determinan las siguientes conclusiones:

- a) San Juan Tepezontes no aparece dentro del mapa turístico nacional, por lo que se coloca en desventaja, por ello no recibe un número significativo de turistas, ya que no es considerado dentro de los destinos turísticos.
- b) El municipio de San Juan Tepezontes posee bajos niveles de criminalidad por lo que carece de una delegación policial, lo que causa desconfianza a los visitantes que no conocen de esa positiva particularidad del municipio.
- c) La ciudad de San Juan Tepezontes carece de transporte público interno debido al mal estado de las calles, lo que dificulta la visita de turistas a sitios importantes que se pretenden dar a conocer.

- d) El municipio de San Juan Tepezontes carece de algunos servicios y comercios básicos que demandan los turistas actuales, entre ellos tenemos parqueo, servicios sanitarios, oficina de información al turista y restaurantes.

Conforme a las conclusiones antes expuestas, se recomienda lo siguiente:

- a) Buscar apoyo del Ministerio de Turismo para que el municipio sea incluido dentro del mapa turístico nacional y se logró la señalización en la carretera.
- b) Otro factor importante es buscar apoyo de la Policía Nacional Civil para establecer una delegación dentro del municipio.
- c) El gobierno municipal deberá enfocar sus esfuerzos al mejoramiento de las carreteras y vías, así como el acondicionamiento de los lugares que se convertirán en atracciones turísticas para satisfacer la demanda.
- d) Mejorar las condiciones de higiene y salubridad del municipio, así como la construcción de infraestructura básica como: estacionamientos, información turística, señalización en la carretera y senderos.

Lo anteriormente descrito constituyó la base de un estudio de mercado que permita impulsar los diferentes proyectos del gobierno municipal con los cuales se pretende promover el desarrollo turístico del municipio de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación está orientada a elaborar un estudio de mercado para impulsar los proyectos turísticos del gobierno municipal de la ciudad de San Juan Tepezontes, el cual tiene como finalidad el desarrollo económico y social del municipio a través de la creación de la demanda turística.

El desarrollo de la investigación del tema, Estudio de Mercado para impulsar los proyectos turísticos del gobierno municipal de San Juan Tepezontes, Departamento de La Paz, cuenta con tres capítulos los cuales se describen a continuación: el primer capítulo, da a conocer conceptos generales del estudio de mercado y su importancia así como también conceptos básicos relacionados al turismo e instituciones involucradas, por último se describen los antecedentes del municipio y las generalidades del gobierno municipal.

El segundo capítulo, está constituido por la investigación de campo, en el cual se define la situación actual del municipio de San Juan Tepezontes con respecto a la oferta y demanda turística, en este capítulo se muestran los objetivos del estudio realizado, así como la importancia y metodología de la investigación aplicada lo que dio como resultado una serie de datos los cuales se han obtenido de la opinión de la población, estableciendo así las conclusiones y recomendaciones para impulsar los proyectos turísticos del municipio de San Juan Tepezontes.

El tercer capítulo contiene la propuesta, la cual está constituida por las estrategias para dar respuesta a las necesidades identificadas en el área turística del municipio, dichas estrategias enfocadas a promocionar los proyectos turísticos las cuales contienen los objetivos, plan estratégico, el mercado meta, cruce de variables a través del análisis FODA, así también se proponen diferentes formas de dar a conocer al municipio, sus atractivos y eventos a través de diferentes medios publicitarios, concluyendo con una propuesta para la conformación de un comité de desarrollo turístico que tenga como principal objetivo impulsar el turismo dentro del municipio.

Por último se presenta un plan en el cual se detallan las actividades de la propuesta para impulsar proyectos turísticos del Gobierno Municipal de la Ciudad de San Juan Tepezontes, Departamento de La Paz, que contribuirán al Desarrollo Local a través de la creación Oferta y Demanda, para ello se presenta un Cronograma con la programación de actividades a desarrollar para su implementación.

Asimismo, el documento presenta las referencias bibliográficas que sustentan la base teórica de la investigación y finalmente los anexos que complementan y dan soporte al estudio, entre los que se incluyen: el diseño de los instrumentos utilizados, la tabulación de los datos, formularios, cotizaciones e imágenes entre otros.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO SOBRE GENERALIDADES DEL ESTUDIO DE MERCADO, ASPECTOS RELEVANTES DEL TURISMO E INSTITUCIONES DEL SECTOR Y GENERALIDADES SOBRE EL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.

#### A. GENERALIDADES DE UN ESTUDIO DE MERCADO

El término mercado es conocido mayormente como el lugar donde se reúnen vendedores y compradores a realizar transacciones y en donde se fijan los precios de los productos según se comporte la oferta y la demanda. Pero para tener una mayor claridad se presentan a continuación algunas definiciones según algunos autores del significado de mercado:

##### 1. Definición de Mercado

Según Philip Kotler (2006) argumenta que mercado *“es una serie de transacciones, acuerdos o intercambio de bienes y/o servicios entre compradores y vendedores, en un determinado lugar.”*

También Richard L. Sandhusen (2000) menciona que *“Los mercados son los grupos de compradores reales o potenciales que pueden permitirse comprar un producto, tiene la autoridad necesaria para comprar el producto, el deseo del producto, y que responden de manera similar a una mezcla atractiva de mercadeo.”*<sup>1</sup>

Por lo tanto podemos decir que un mercado es todo aquel conjunto de personas con la necesidad de algún producto o servicio y que cuenta con la capacidad económica para adquirirlo.

---

<sup>1</sup> Richard L Sandhusen, Marketing, 3era ed., (Estados Unidos: barron's, año 2000), P. 90

De igual forma podemos decir que cada persona tiene una definición de lo que es el mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para un accionista el mercado es el lugar donde pueda realizar operaciones de diversas índole; para una ama de casa, el mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía el mercado es el lugar donde se reúnen ofertantes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

## **2. Objetivos del Estudio de Mercado**

El objetivo general de un estudio de mercado es evidenciar la probabilidad real de la colocación de un producto y servicios en un mercado determinado, analizando el riesgo que corre y la posibilidad de éxito que resultare de este estudio.

Un estudio de mercado nos presenta una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicarnos si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

También, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.



### 3. Definición de Mercadotecnia

Para Philip Kotler la mercadotecnia se define como: “*Actividad Humana dirigida a la satisfacción de las necesidades y los deseos por medio del proceso de intercambio*”<sup>2</sup>.

Según lo anterior podemos decir que mercadotecnia es El proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

### 4. Definición de Investigación de Mercado

Cuando hablamos de investigación de mercado nos estamos refiriendo al estudio realizado con el fin de conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

Para Laura Fischer y Alma Navarro, la investigación de mercado es “*un proceso sistemático para obtener Información que sirva a la empresa en la toma de decisiones para señalar planes y objetivos.*”<sup>3</sup>

Otro autor lo define como: “*la investigación de mercado es un proceso que identifica y define las oportunidades y problemas del mercado, vigila y evalúa las acciones y rendimiento del mercado y comunica a la gerencia los hallazgos y las implicaciones.*”<sup>4</sup>

Como se presenta en los conceptos anteriores se puede concluir que la investigación de mercados es la recolección de datos que servirán de base para determinar las necesidades, gustos y preferencias de la población, para la toma de decisiones y la creación de planes enfocados a la satisfacción de las necesidades planteadas.

---

<sup>2</sup> Philip kotler, John Bosen y James Makens, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo, 1era. ed., (México: Prentice-Hall, año 1997.) P.41.

<sup>3</sup> Laura Fischer de la Vega y Alma Emma Navarro, Introducción a la investigación de Mercados, 3a ed. (México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V. 1996), P. 8

<sup>4</sup> Philip kotler, John Bosen y James Makens, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo, 1era. ed., (México: Prentice-Hall, año 1997.) P. 287

## **5. Procesos de la Investigación de Mercado**

El proceso de la investigación de mercado es un conjunto de pasos a seguir al momento de iniciar un estudio para conocer los aspectos relevantes sobre gustos, preferencias y necesidades de los consumidores sobre un producto o servicio que no esté brindando un adecuado nivel de satisfacción, por lo que se hace necesaria la realización de una investigación.

### ***a. Etapas de la Investigación de Mercado***

Las etapas de la investigación de mercado es un conjunto de cinco pasos sucesivos que describen las tareas que deberán realizarse, las cuales incluyen:<sup>5</sup>

#### **1) Definición del problema y de los objetivos de la investigación**

Según Kotler y Armstrong, dentro de la definición del problema, se debe tomar en cuenta el propósito del estudio así como también los antecedentes relevantes, para poder establecer los objetivos de la investigación entre los cuales podemos mencionar 3 tipos:

1. *“La investigación exploratoria: aquí buscamos obtener información preliminar que ayude a definir el problema y a sugerir la hipótesis.*
2. *Investigación descriptiva: es describir mejor los problemas de marketing, situaciones o mercados, tales como el potencial de mercado de un producto.*
3. *Investigación casual: busca probar la hipótesis acerca de relaciones de causa y efecto.”*<sup>6</sup>

#### **2) Diseño del plan de investigación.**

Después de definir el problema y los objetivos, se debe de establecer las necesidades de información y para ello se necesita diseñar un plan de investigación que nos sirva como instrumento para la obtención de todos los datos necesarios así como la forma de su procesamiento y la fijación de plazos para la finalización del trabajo.

---

<sup>5</sup> <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/proceso.html>

<sup>6</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, fundamentos de marketing, 6ta. Ed. (Estados Unidos: Pearson, 2003) P. 160

Según Naresh Malhotra, “el diseño de la investigación es la estructura o plano de ejecución que sirve para llevar a cabo el proyecto de investigación.”<sup>7</sup>

### **3) Recopilación de datos.**

Hay dos tipos principales de recopilación de datos estos se clasifican de la siguiente forma:

*Datos Primarios:* Es la información recabada la primera vez, única para esa investigación en particular y se recopila mediante uno o varios de éstos elementos: a) observación, b) experimentación y c) cuestionarios.

*Datos Secundarios:* También conocida como *investigación documental*, se refieren a la información existente, útil para la encuesta específica. Este tipo de datos está disponible: a) en forma interna y b) en forma externa.

### **4) Preparación y análisis de datos.**

Luego de obtenidos los datos, se les procesa y analiza para aislar la información y los hallazgos importantes. Es necesario verificar que los datos de los cuestionarios sean exactos y estén completos, y codificarlos para su análisis. Posteriormente, se tabulan los resultados, calculando los promedios y se realizan otras medidas estadísticas.

### **5) Interpretación, preparación y presentación del informe con los resultados.**

Este es el quinto paso de las etapas de la investigación en el que, según Kotler y Armstrong, el investigador de mercados interpreta los resultados, saca conclusiones e informa a la dirección.

---

<sup>7</sup> Naresh de Malhotra, investigación de mercados un enfoque practico, 6ta ed. (Prentice Hall, , 1997) P. 20 y 21

Después de analizar las etapas de la investigación de mercado, podemos argumentar sobre la importancia que tienen cada uno de sus pasos, los cuales contribuyen a la realización de un estudio, en el cual los datos que se obtengan sean veraces, de tal manera que el diagnóstico obtenido contribuya a la toma de decisiones para la alta dirección.

## **6. Análisis de la Demanda**

Según Gabriel Baca Urbina (2006), el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es *“determinar y medir cuales son los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda.”*

La demanda depende de una serie de factores como son la necesidad que se tiene de un bien o servicio, precio, ingreso de la población, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información de fuentes primarias y secundarias.

### **a. Definición de Demanda**

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, la demanda se refiere a *“las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”*<sup>8</sup>

Para otro autor el concepto es el siguiente *“la demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos del marketing recibidos”*<sup>9</sup>

Según las definiciones anteriores podemos decir que: La demanda es la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir un producto o servicio, para satisfacer sus

---

<sup>8</sup> Fischer Laura y Espejo Jorge, Mercadotecnia, 3era ed. (México: Mc-Graw Hill ), P. 240

<sup>9</sup>Ana Belén Casado Díaz y Ricardo Sellers Rubio, Dirección de marketing teoría y practica, (México: Editorial ECU, 2006), P.140.

necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

### ***b. Tipos de Demanda***

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la insatisfecha nos va a permitir ingresar al mercado y la potencial crecer.

En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

#### **1) Demanda Efectiva**

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicios.

#### **2) Demanda Satisfecha**

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.

#### **3) Demanda Insatisfecha.**

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

#### **4) Demanda Aparente**

Es aquella demanda que se genera según el número de personas que estén dispuestas a obtener algún producto o servicio.

#### **5) Demanda Potencial**

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

Según las definiciones anteriores de los tipos de demanda, podemos conocer los diferentes comportamientos de la población, los cuales nos indicarán el tipo de demanda del estudio de la investigación, para estructurar las estrategias adecuadas que puedan responder a las necesidades de los consumidores.

### ***c. Consumidores y Características del Mercado Potencial***

Para Carlos Lasarte, el término consumidor lo define como “*toda persona física o jurídica a la que se proporcionan géneros y servicios para su uso privado.*”<sup>10</sup>

Según Philip Kotler y Gary Armstrong, definen al consumidor como “*todo aquel individuo que compra bienes o servicios para su consumo personal*”.<sup>11</sup>

#### **1) Características de los Consumidores.**

En la conducta de compra de los consumidores influyen cuatro conjuntos claves de características del comprador los cuales según Philip Kotler y Gary Armstrong (2003) son: características culturales, sociales, personales y psicológicas.

- **Características culturales:**

La cultura es el determinante fundamental de los deseos y conductas de una persona debido a que todo individuo que pertenece a diferentes grupos culturales, subculturales y de clase social tiene diferentes preferencias de marcas y productos.

- **Características sociales.**

Las características sociales son aquellas influencias que son dadas por pequeños grupos y familiares de los consumidores, estas influencias afectan marcadamente la selección de marcas y productos.

---

<sup>10</sup> Carlos Lasarte Álvarez, Manual sobre protección de consumidores y usuarios, 1era. Ed. (Madrid: dykinson, 2003), P. 62.

<sup>11</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, fundamentos de marketing, 6ta. Ed. (Estados Unidos: Pearson, 2003), P.191

- **Características personales.**

Estas características como su nombre lo indica son personales como la edad, ocupación, circunstancias económicas, estilo de vida y la personalidad del individuo.

- **Características psicológicas.**

Por último se encuentran las características psicológicas estas tienen cuatro componentes lo cuales son: motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes.

## **7. Análisis de la Oferta**

El objetivo que se persigue mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado, los costos de elaboración, el tamaño del mercado, el número de competidores del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.

### ***a. Definición de la Oferta***

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

### ***b. Tipos de Ofertas***<sup>12</sup>

#### **1) Oferta competitiva o de mercado libre.**

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el

---

<sup>12</sup> <http://www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

### **2) Oferta oligopólica.**

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad. Intentar la penetración en este tipo de mercados es no sólo riesgoso, sino en ocasiones muy complicado.

### **3) Oferta monopolística.**

Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único. Si el productor o prestador del servicio domina o posee más del 90% del mercado siempre determina el precio.

## **8. Mezcla de Mercadotecnia**

En este apartado, se incluye el diseño de la mezcla de marketing que es la combinación de numerosos aspectos de los siguientes cuatro elementos: *El producto*, cómo se *distribuye*, *promueve* y cuál es *su precio*. Cada uno de estos elementos tiene por objeto satisfacer al mercado meta y cumplir con los objetivos de marketing de la organización.

Según la página web Promonegocios.net, expone que el concepto de la mezcla de mercadeo fue introducido en los años 1950 por Neil H. Borden, profesor de Harvard University, y la clasificación de los elementos de la mezcla de mercadeo en cuatro factores (producto, precio, plaza y promoción) fue denominada las cuatro P's y popularizada por E. Jerome McCarthy al comienzo de los años 1970.



### ***a. Producto***

Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible, intangible, una idea, una persona o un lugar.

#### **1) Definición de Producto**

Para Kotler y otros, define el producto como: *“todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad<sup>13</sup>”*

También podemos argumentar que producto es: *cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad.*

#### **2) Ciclo de vida de un Producto**

Según Kotler y Armstrong, el ciclo de vida del producto (CVP) es el curso de las ventas y utilidades de un producto durante su existencia.<sup>14</sup>

El Ciclo de Vida de un producto se puede dividir en las siguientes etapas:

**Introducción:** el producto se lanza al mercado y recibe una determinada aceptación inicial.

**Desarrollo:** el producto empieza a ser conocido y aceptado y crecen las ventas.

**Madurez:** el producto está asentado en el mercado y las ventas empiezan a estancarse.

**Declive:** el producto deja de ser interesante para el mercado y las ventas empiezan a disminuir.

---

<sup>13</sup> Kotler Philip y Armstrong Gary, Fundamentos de Marketing, (México; Prentice-Hall, 2003.), P. 335.

<sup>14</sup> *Ibíd.* 337.

### ***b. Precio***

El precio es una de las variables de marketing con influencia directa sobre los resultados de la compañía. Entre las variables del precio tenemos:

- ✓ Precio de lista
- ✓ Descuentos
- ✓ Complementos
- ✓ Periodo de pago
- ✓ Condiciones de crédito

Además los precios varían según el lugar que visita, la actividad que realiza y el tiempo de estadía.

#### **1) Definición de Precio**

Para Philip Kotler y otros, el precio es *“la cantidad de dinero cobrada por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio<sup>15</sup>”*.

También, argumentan que el precio es un *“método utilizado para manejar la demanda, por ejemplo los gerentes tienen la posibilidad de generar una mayor demanda por un producto al disminuir el precio del producto<sup>16</sup>”*.

Por todo lo expresado anteriormente podemos decir que, el precio *es la suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio.*

#### **2) Factores que intervienen en la fijación del precio**

La fijación de precios es una de las decisiones más importantes de la empresa y requiere de mucha atención debido a que los precios están en constante cambio y afectan a los

---

<sup>15</sup> Philip Kotler, John Bowen y James Makens, *Mercadotecnia para hotelería y Turismo*, 1era. ed. (México; Prentice-Hall,1997), p. 417.

<sup>16</sup> *Ibíd.*, p. 437.

negocios sin importar su tamaño; por lo tanto es importante tomar en cuenta elementos tales como:

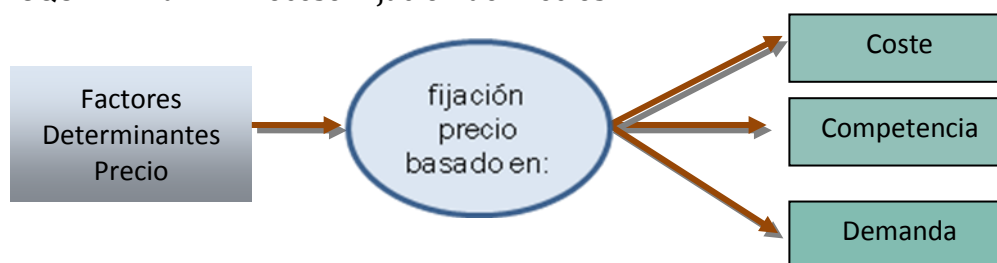
- el costo
- la competencia
- la demanda.

Otros factores que también intervienen son:

- El ciclo de vida del producto
- Precios oficiales
- Subsidios
- Inflación
- Recesión

El proceso de fijación de precio, consiste en el estudio de los factores determinantes del precio, como se muestra en el Figura No. 1, es un análisis detallado y cuidadoso de estos factores fundamentales que constituyen lo esencial del precio.

#### ESQUEMA N0.1: Proceso Fijación de Precios



Fuente: Elaboración propia del grupo

**Demanda:** el tamaño de la demanda y la frecuencia de compra afectará las decisiones de precios hasta determinar el precio esperado.

**Precio de coste:** se refiere a todo lo que ha costado un producto, la preparación de un servicio, o bien un grupo de productos o presentaciones de servicios.

**Competencia:** en productos semejantes, en productos sustitutos, productos no relacionados destinados a los mismos consumidores, constantemente estará enfrentada a

guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

### *c. Plaza*

Se refiere a la posición o distribución. Incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto o servicio a disposición del mercado meta, sus variables son:

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicaciones
- Inventario
- Transporte
- Logística.

### **1) Definición de Plaza**

Según William J. Stanton y otros, argumentan que la distribución o plaza es “una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final, en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean”<sup>17</sup>.

También podemos agregar en la definición de distribución o Plaza, la combinación de servicios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

### *d. Promoción*

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto, las variables son las siguientes:

---

<sup>17</sup> William J. Stanton y otros, Fundamentos de Marketing, 13a ed. (México: McGraw-Hill.2004), P.285

- \* Publicidad
- \* Venta Personal
- \* Promoción de Ventas
- \* Relaciones Públicas
- \* Telemercadeo
- \* Propaganda

### 1) Definición de Promoción

El Diccionario de la Real Academia Española define el término promoción como el *"conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas"* y en su definición más corta, la define como la *"acción y efecto de promover"*

Según el Blog Slideshare.net, (2012), explica que la mezcla original demostró ser insuficiente con el desarrollo de la industria de los servicios y sectores sociales, es así como se le agregan tres elementos adicionales a las cuatro P's los Cuales fueron: personal, presentación y proceso.

La mezcla de mercadotecnia es uno de los elementos estratégicos más importantes de la mercadotecnia, sin embargo, y conforme los avances tecnológicos van permitiendo la creación de nuevos escenarios para los negocios, también vemos como van apareciendo nuevas propuestas de clasificaciones para las herramientas y variables de la mezcla de mercadotecnia; las cuales, pretenden sustituir a las tradicionales 4 P's porque consideran que ya han cumplido su ciclo y que están obsoletas para las condiciones del mercado actual.

En todo caso, es decisión de la empresa y de los mercadólogos el utilizar y adaptar la clasificación que más se adapte a sus particularidades y necesidades; sin olvidar, que el objetivo final de la mezcla de mercadotecnia es: *"contribuir a un nivel táctico para*

*conseguir la satisfacción de las necesidades y/o deseos del mercado meta, todo esto, a cambio de una utilidad para la empresa”.*

## **9. Análisis Competitivo**

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno, es decir nos ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que afectan dentro de su entorno del mercado objetivo.

### ***a. Cinco Fuerzas Competitivas de Porter***

Las 5 Fuerzas de Michael Porter es un modelo estratégico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad, fue desarrollado por el economista Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos<sup>18</sup>.

Para Muñis, la rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que combinadas crean una quinta fuerza que sería la rivalidad entre los competidores. Las cinco fuerzas quedarían configuradas de la siguiente forma<sup>19</sup>:

#### **❖ (F1) Poder de negociación de los clientes.**

Es la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o compradores, así por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Sin embargo, el poder de negociación de los compradores puede depender igualmente del volumen de compra, la escasez del producto, la especialización del producto, entre otros.

---

<sup>18</sup> <http://managersmagazine.com/index.php/2009/06/5-fuerzas-de-michael-porter/>

<sup>19</sup> Muñis Luis, Guía Práctica para Mejorar un Plan de Negocios, (España, Brescia 2010), p.79

Este análisis nos permitirá en un plan de negocios, diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos; puede por ejemplo tener estrategias que apunten a aumentar la publicidad u ofrecer más y mayores servicios o garantías.

❖ **(F2) Poder de Negociación de los Proveedores.**

Esto significa, la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, ya que si existen en el sector menos cantidad de proveedores, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios.

Este análisis nos permitirá diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con los proveedores o, en todo caso, estrategias que nos permitan adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos.

❖ **(F3) Amenaza de Nuevos Entrantes.**

Indica la entrada potencial de empresas que vendan el mismo tipo de producto. Esto en atención a que al intentar entrar a una industria, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de canales de distribución, falta de acceso a insumos, saturación del mercado, entre otros. Lo importante aquí es establecer si se cuenta con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos, ya que de ser así, se podría entrar fácilmente al sector.

❖ **(F4) Amenaza de Productos Sustitutivos.**

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan productos sustitutos o alternativos a los que la organización ha diseñado.

Un análisis de la amenaza del ingreso de productos sustitutos nos permite diseñar estrategias destinadas a impedir la penetración de las empresas que vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

❖ **(F5) Rivalidad entre los Competidores.**

Son las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto, la rivalidad se presenta porque uno o más de los competidores sienten la presión o consideran la oportunidad de mejorar su posición.

El modelo de las cinco fuerzas de Porter nos permite evaluar como mejorar la posición competitiva de la empresa con respecto a cada una de las cinco fuerzas.

**B. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Para realizar un estudio de mercado, como uno de los componentes principales de todo plan de negocios podemos mencionar que es la investigación que se desarrolla con la intención de reconocer las características de un mercado específico, para poder desarrollar un plan estratégico que en cierta manera demuestre el éxito de un proyecto.

Este estudio de mercado, surge como una iniciativa empresarial, con el fin tener una idea acerca de las actividades económicas, es útil para prever una política adecuada de precio, la mejor forma de comercializar el producto y determinar la viabilidad del proyecto, así como también facilita la toma de decisiones para poder enfrentar las condiciones del mercado.

**1. Definición de Estudio de Mercado.**

“Gabriel Baca Urbina (2006) menciona que un estudio de mercado consta básicamente de establecer y cuantificar la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”



También podemos agregar que es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas del mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es el *“Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes, donde podemos conocer el poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de la comercialización a tomar decisiones y a controlar las acciones del mercado en una situación de oportunidades específicas.*

## **C. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO**

### **1. Definición de Turismo**

El turismo es un fenómeno contemporáneo en el mundo, por lo que resulta difícil encontrar una definición única.

Partiremos primeramente por estudiar sus raíces etimológicas, la palabra turismo proviene del inglés *to tour*, salir de excursión, que se deriva del viejo término francés *tour* con su primer significado de “torno” y con el extensivo de “paseo” y “viaje”. En el siglo XIX la palabra *tour* dio origen a la expresión *turismo*. El término ha entrado a la lengua española sin otro cambio que la terminación masculina, siendo ya irremplazable para significar lo que quiere decir. Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico, o sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un " **tour** " a un destino determinado.

En el artículo 2 literal a) de la Ley de Turismo define Turismo o actividad turística: *“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.”*

Según el autor Philip Kotler en su libro define turista como *“estancia durante una o mas noches fuera del hogar para pasar las vacaciones, visitar a los amigos y parientes, asistir a conferencias de negocios o para cualquier otro propósito, con excepción del alojamiento con fines de estudio o por empleo ocasional.”*<sup>20</sup>

Ligia Rocío, Méndez Montano y otros, contempla al turismo desde tres expectativas<sup>21</sup>:  
Como fenómeno, como ciencia y como arte.

**Turismo considerado como fenómeno:** es un hecho primordialmente humano que consiste en el desplazamiento temporal, libre, agradable y, emprendido por un motivo humano, no exclusivamente lucrativo o profesional.

**Turismo como ciencia:** Es el conocimiento sistematizado del fenómeno turístico en toda su complejidad humana. Estudia la historia del turismo, trata de penetrar en condiciones esenciales para el desarrollo del turismo.

**Turismo como arte:** El arte como motivación al consumo de bienes turísticos esta perfectamente asentado y aceptado, no así la concepción del turismo como arte.

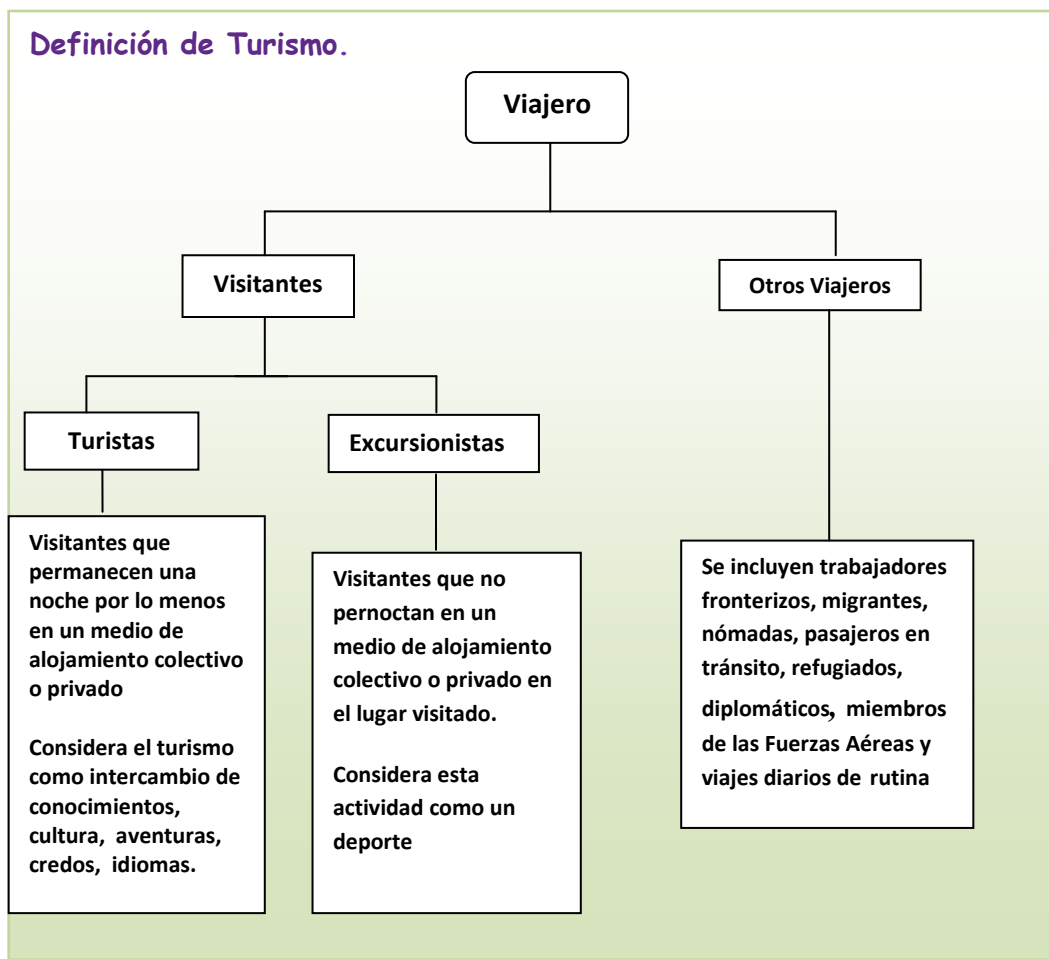
El turismo ha sido definido a efectos estadísticos por la Organización Mundial del Turismo como *“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”*. Pero no todos las personas que viajan se les pueden considerar como turistas. Como se observa en la figura # 2, la OMT diferencia entre visitantes y otros viajeros.

---

<sup>20</sup> Philip Kotler, John Bowen y James Makens, Mercadotecnia para hotelería y Turismo, 1era, ed. (México:Prentice-Hall,1997), P. 656

<sup>21</sup> Ligia Rocío Méndez Montano y otros, Tesis “Plan Estratégico para Potenciar el Desarrollo Turístico en la Zona Costera del Departamento de La Libertad”, octubre 2006, P.37.

## ESQUEMA N0.2: Actores del turismo en la región Centroamericana



FUENTE: \* Grupo de trabajo.

### 2. Definición de Turista

El turista y turismo son dos conceptos estrechamente relacionados. Por lo tanto se define al turista como “la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos que son los que se prestan a través de hoteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; agencias, sub-agencias y operadoras de viajes; guías de turistas; restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos que se encuentren ubicados en los establecimientos de hospedaje,

aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos, zonas arqueológicas.”

Según la Ley de Turismo, Art. 2 literal d) detalla la palabra Turista como: “Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística”.

### **3. Importancia del Turismo**

El turismo es uno de los sectores básicos de la economía, al generar ingresos tales como, las actividades generadoras de empleo, ingresos personales e ingresos fiscales, que contribuyen en gran medida con el producto Interno Bruto. El turismo como medio de intercambio económico y social, además forma parte importante en la economía de cualquier país; ya que por medio de este no solo se obtienen beneficios de inversión, viajes educacionales y culturales; también como fenómeno socioeconómico mencionamos los beneficios que trae consigo la industria turística a nuestro país:

**Instrumento generador de divisas:** el turismo influye en la balanza de pagos inclinándola favorablemente al país, dichos beneficios son provenientes del turismo externo, es decir, del ingreso de turistas extranjeros y del ahorro de divisas.

**El turismo es un medio de intercambio social:** la cultura es la conexión de acción con la empresa turística, es el imán que posee cada país para atraer turistas, comprendiendo su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanías.

### **4. Tipos de Turismo**

Existen varios criterios para definir la tipología del turismo, Según el Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador y de acuerdo a las actividades que se realizan, clasifica el turismo de la siguiente manera:

***a. Turismo de Reuniones de Negocios.***

Conocido como Turismo de negocios (Convenciones, Congresos, Incentivos y otras tipologías): es aquel que genera un conjunto de actividades turísticas como consecuencia de la organización y realización de encuentros voluntarios en un destino elegido, cuyos motivos giran en torno a temas profesionales, valores, aficiones o intereses compartidos, el cual es muy importante ya que beneficia a la economía del país.

***b. Turismo de Sol y Playa.***

Este tipo de turismo, como su título lo indica, se relaciona con el turismo en zonas costeras, centradas en el recurso de Sol, playa y descanso.

***c. Turismo Cultural.***

En el ámbito cultural, El Salvador presenta como recursos de mayor potencial los vestigios de la civilización Maya y el patrimonio arquitectónico colonial.

***d. Turismo de Naturaleza y Aventura.***

Dirigida a un público motivado por el disfrute y “encuentro” con los recursos naturales, entre estas cabe citar el turismo de volcanes, científico, Agroturismo, ecoturismo.

***e. Turismo de Cruceros.***

Se encuentra en las grandes navieras u operadores internacionales que comercializan cruceros por el Océano Pacífico, mediante la creación y acondicionamiento de la infraestructura portuaria (Puerto Cutuco y Puerto Acajutla) supone una oportunidad para la adquisición en el corto plazo y un impacto económico importante para el turismo salvadoreño.

### ***f. Turismo de Surf.***

Relacionado con el turismo en zonas costeras, donde se realiza la celebración de eventos deportivos campeonatos internacionales, o encuentros deportistas profesionales. Juegos y animaciones en la playa.

### ***g. Turismo Náutico y de Pesca Deportiva.***

Turismo Náutico y de pesca es todo desplazamiento turístico cuya motivación principal es la realización de actividades recreativas o deportivas, en cuerpos de agua como el mar, ríos, arroyos o lagunas.

Dentro de este concepto se pueden enmarcar, entre otras, las siguientes modalidades:

- ✓ Navegación recreativa con embarcación propia.
- ✓ alquiler de embarcaciones.
- ✓ Paseos y excursiones en embarcaciones de recreo.
- ✓ Pesca.
- ✓ Actividades deportivas asociadas al uso de embarcaciones náuticas: submarinismo, windsurf, surf, remo, vela, etc.

También la Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como “*el desplazamiento fuera de la residencia habitual por un período consecutivo inferior a un año y por actividades no remuneradas*”. De igual forma ha elaborado una serie de “Recomendaciones sobre Estadísticas” adoptadas oficialmente por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas 1993. Dentro de estas recomendaciones tenemos tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor<sup>22</sup>.

- ✓ Turismo interno:

---

<sup>22</sup> Lourdes Olmos Juárez y Rafael García Cebrián, Estructura del Mercado Turístico, 1era. ed. (España., Editorial Paraninfo S.A. 2011) ,P. 5.

Son los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

✓ Turismo receptor:

El de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio del país.

✓ Turismo emisor:

Residentes del país que viajan a otro país.

## **5. Elementos del Mercado de Turismo**

### ***a. Oferta turística***

Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

### ***b. Demanda turística***

Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

La demanda turística es definida por la OMT (1998) como la cantidad total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de las facilidades y servicios turísticos ubicados en lugares diferentes al del trabajo o residencia habitual.

### ***c. Producto turístico***

El producto turístico es un conjunto de bienes y servicios, en el que interactúan elementos materiales como instalaciones, maquinarias, etc., con personas, ya sean empleados o prestatarios del servicio, como el propio cliente y donde factores como la ubicación e imagen, juegan un papel, en ocasiones, determinante en la elección. Efectivamente, en la mayor parte de las ocasiones, el producto turístico no está exclusivamente configurado por el establecimiento donde se lleva a cabo la prestación,

sino que el entorno forma parte del propio producto que, normalmente, gira en torno a uno o varios recursos turísticos.

Es el consumidor el que tiene que desplazarse siempre al lugar donde está el producto a consumir/utilizar.

En la estructuración de un producto turístico, debe definirse claramente los componentes del producto.

#### ***d. El espacio geográfico***

Base física donde tiene lugar la unión o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor del sistema.

#### ***e. Los operadores del mercado***

Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

### **6. El Turismo hacia el Desarrollo Sostenible**

#### ***a. Desarrollo Sostenible***

Según la pagina web, *desarrollosostenible.wordpress.com* (2012), mencionan que en 1987 se elaboró el Informe Brundtland denominado “Nuestro Futuro Común”. Informe elaborado por la Comisión Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU, encabezada por la doctora noruega Gro Harlem Brundtland, Este Informe se ha convertido en un referente para los programas dedicados al desarrollo sostenible. Éste es el primer informe de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y desarrollo y, constituye las primeras indicaciones en el ámbito internacional que, analiza las consecuencias socioeconómicas del deterioro medio ambiental. En él, se introduce por primera vez el concepto de desarrollo sostenible y, queda definido de la siguiente manera: “*El conjunto*



*de estrategias que garantizan la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas”*

De lo anterior podemos concluir que, el desarrollo sostenible tiene una dimensión económica, social y ambiental y solo será sostenible si se logra el equilibrio entre los distintos factores que influyen en la calidad de vida, el desarrollo está vinculado a las actividades económicas, las cuales supone una transformación del mundo natural.

### ***b. Turismo Sostenible***

El turismo sostenible, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), se define como: *“aquel que atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía para la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”*<sup>23</sup>

Según Francisco Cebrián Abellán, el proceso de desarrollo turístico sostenible sería el resultado de la consecuencia de esa sustentabilidad en los planos económicos, sociales y ecológicos, definiendo el turismo sostenible como un modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local.<sup>24</sup>

El Salvador tiene mucho a su favor para que el turismo sostenible tenga éxito. Nuestro país ofrece una serie de destinos muy atractivos, como por ejemplo vida nocturna, centros comerciales, playas, sus zonas montañosas, los pueblos donde se hace presencia de las costumbres salvadoreñas, sitios arqueológicos entre otros y todo puede disfrutarse gracias a la cercanía del territorio. A pesar de sus debilidades como infraestructura

---

<sup>23</sup> Boletín Turismo Sostenible, CORSATUR, 2004., P. 26

<sup>24</sup> Francisco Cebrián Abellán, Turismo Rural y Desarrollo Local, 1era. ed. (España, Trisorgar, S.L. 2008), P. 40.

inadecuada, inseguridad ciudadana, poca promoción en el exterior, falta de inversión, entre otras; los puntos favorables preparan a El Salvador para ser un destino muy competitivo con el resto de la región: las carreteras que ofrecen una conectividad impresionante, la remodelación del Aeropuerto Internacional de El Salvador, en Comalapa, la modernización de los sistemas de telecomunicación e Internet, los servicios financieros ofrecen una red mundial para hacer negocios con alta eficiencia y seguridad; la infraestructura de atractivos centros comerciales, áreas ecológicas y arqueológicas y una belleza natural y tropical que encanta al Turista.

### *c. Factores Que Afectan El Turismo En El Salvador*

El turismo en El Salvador está experimentando una serie de cambios importantes atendiendo una demanda de turistas nacionales y extranjeros cada vez más exigente. Por ello, los factores que afectan al sector, deben ser tratados con el mayor de los compromisos, asumiendo de manera responsable una serie de papeles por parte de los actores del Sector Turístico Oficial y Privado. Estos factores deben entenderse como “el conjunto de hechos sociales o naturales que en forma directa o indirecta, impiden el desarrollo óptimo de toda actividad turística”.

A continuación se enuncian una serie de factores que afectan al turismo con sus Consideraciones respectivas:

**Fuerte competencia entre regiones turísticas:** Donde la experiencia turística es más diversificada, debido a las estrategias y recursos con que cuenta determinado país.

**La degradación ambiental:** Los niveles de limpieza y calidad deben estar reflejados en aguas de los ríos y playas, de lo contrario, la contaminación desembocaría en un descenso de visitas de los turistas.

**Inestabilidad Política:** El sector turístico es sumamente sensible a cualquier cambio que se desate en factores políticos y sociales, ya que la imagen del país o de la región está en juego.

**Inseguridad:** Un aspecto primordial para el lanzamiento turístico de un país y más en países en vías de desarrollo como el nuestro es la seguridad, un pequeño incremento en los niveles de delincuencia son rápidamente percibidos por el turista y su impacto es en forma directa y negativa, esto genera al mismo tiempo, un alto costo para mantener un alto nivel de seguridad, para evitar que el turista busque otro lugar de visita.

**El Ecosistema:** Se le impacta debido a daños ocasionados de manera directa e inmediata sobre el mismo por el efecto humano, el desgaste normal por su uso, vandalismo, robos, erosión, así como el daño que provoca el comercio informal que invade zonas naturales para vender alimentos a los turistas.

## **D. ORIGEN DEL TURISMO EN EL SALVADOR**

### **1. Reseña Histórica<sup>25</sup>**

El Salvador cuenta con diversos atractivos tales como playas, Ríos, Áreas Naturales, sitios arqueológicos, pueblos pintorescos con diseños coloniales, así como también la calidez y hospitalidad de sus habitantes, los cuales se han constituido en la base del desarrollo turístico.

Una cualidad importante del territorio es que tiene una extensión pequeña y toma muy poco tiempo desplazarse de un lugar a otro, por lo que se facilita visitar una mayor cantidad de destinos en un tiempo menor, comparándolo con otros países.

---

<sup>25</sup> <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/>

El crecimiento turístico que el país ha logrado se remonta a la tercera década del siglo 20, el gobierno de El Salvador acordó la creación de la primera junta de fomento del turismo y propaganda agrícola e industrial como dependencia del ministerio de Fomento, el 12 de Junio de 1924, la cual contaría con la colaboración del ministerio de relaciones exteriores.

En el año 1930 se creó la Junta Nacional del Turismo debido a la consideración de fomentar el desarrollo material y cultural del país, así como también económico y social, creando una alianza entre el gobierno y la empresa privada, mediante el decreto No. 96, del 9 de mayo de 1947.

A partir del año 1930, se facilitaron nuevas vías de comunicación y la Junta Nacional del Turismo fue el enlace entre el gobierno y las juntas Departamentales de Caminos, dado que el acceso a las zonas turísticas resultaba fácil se acordó extender en forma gratuita a través de los consulados, tarjetas de turistas a todos aquellos que visitaran el país por un lapso de ocho días, permiso que podía prorrogarse hasta por un mes.

En 1939 se decide que es necesario contar con la colaboración de todos para crear una junta de ornato en los catorce departamentos, y cuya función fuera velar por las zonas turísticas, vías de acceso y jardines públicos, las cuales eran dependencia del Ministerio de Fomento actualmente Ministerio de Obras Publicas.

En 1945 desaparecen las Juntas de Ornato y se crean las Juntas de Progreso y Turismo, las cuales se encargaban de progreso material en las zonas turísticas y todo lo relacionado en beneficio a este rubro, así mismo se crea una oficina llamada Sección de Turismo.

En 1947, se celebra una Asamblea Nacional de Turismo, que involucra a instituciones afines como Aduanas, Migración, Obras Publicas, Cultura Popular y otras, naciendo de

ella la Junta Nacional de Turismo, considerándose que era deber del estado fomentar el desarrollo material y cultural del país, combinándose los esfuerzos del gobierno y la empresa privada.

Así bajo la administración de Don Roberto Salazar, se compra el terreno, en el cual años más tarde gracias a gestiones de Don Raúl Contreras Presidente de la Junta Nacional de Turismo, se construye el edificio que actualmente ocupan las oficinas del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), así además el país puede contar actualmente con el Parque Balboa y el área llamada Puerta del Diablo, terrenos que estaban destinados a la construcción de viviendas y residenciales.

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

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

En 1961, fue creado el Instituto Salvadoreño del Turismo con el objetivo principal de desarrollar la infraestructura necesaria de los centros turísticos en el interior del país.

En el año de 1963 se establece el Reglamento para la clasificación de Hoteles por categorías de 1 a 5 estrellas, siendo el ISTU encargado de determinar dichas categorías.

Durante la administración de Coronel Julio Adalberto Rivera, la Asamblea Legislativa mediante el decreto N° 367 creó la Ley de Fomento de la Industria Turística, cuyo objetivo es el fomento de la industria turística como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros similares que tengan finalidad de un servicio turístico. Al mismo tiempo se

crea el SISTEMA NACIONAL DE TURISMO, integrado por todas las empresas que sean calificadas como miembros del mismo por el Instituto Salvadoreño de Turismo.

La década de los años 1970 fue considerada oro del turismo en El Salvador ya que la economía y la política contaban con relativa estabilidad, algunas políticas claves fueron implantadas, como lo fue la construcción de cuatro hoteles en San Salvador Camino Real, Ritz, Alameda y Terraza, esto debido a las facilidades de crédito e incentivos fiscales otorgados al sector.

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 esta época el país fue declarado como peligroso para los turistas, 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 quince años.

Para el año 1980 El Salvador salió del mapa turístico debido a la guerra civil lo que además causo el retiro de empresas dedicadas a la inversión por la inestabilidad social y económica.

En 1991, fue creado el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA), actualmente Secretaria de Cultura de El Salvador, con la finalidad de conservar y proteger el patrimonio nacional, así como fortalecer la identidad cultural del país.

En el año 1992 fue creada la Organización Mundo Maya (OMM), con la finalidad de fomentar el desarrollo del turismo cultural y ecológico de las regiones Mayas de los países: México, Guatemala, Belice, Honduras y El Salvador.

Para el año 1996, mediante el decreto No. 779 de la Asamblea Legislativa de la república, fue creada la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), para lograr ser más competitivos a nivel mundial y con el propósito de coordinar el desarrollo

turístico del país y vigilando la conservación y protección del patrimonio cultural y natural del país, y de esta forma mejorar el nivel de vida de la población.

Bajo la administración del Presidente, Don Elías Antonio Saca, es creado el MINISTERIO DE TURISMO, conocido en Siglas como: MITUR, por medio del Decreto Ejecutivo Número 1 de la fecha, el 24 de mayo de 2004, dicha institución será rectora en materia de turismo, a la cual le corresponderá determinar y velar por el cumplimiento de la Política y el Plan Nacional de Turismo. (Diario Oficial 1 de Junio de 2004).

El 2 de octubre del 2008, se reforma la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, teniendo a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar u excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos Centros. La reforma de la Ley del ISTU, también tiene como principal propósito el fomento del desarrollo industrial y cultural del país, a través del turismo, fortaleciendo la Recreación Familiar, lo cual estipula la salud mental y física de los salvadoreños, satisfaciendo de manera integral las necesidades recreativas de la población y sobre todo promoviendo la unión familiar, ya que es la base fundamental en la sociedad. (Diario Oficial 30 de Octubre/2008).

Debido a la creación de las instituciones antes mencionadas podemos afirmar que el sector turismo cuenta con el respaldo de varias instituciones las cuales ayudan a promocionar las actividades a nivel nacional e internacional y de este modo incrementar la participación del rubro en la economía nacional.

## **E. INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL SECTOR TURISMO DE EL SALVADOR.<sup>26</sup>**

### **1. Instituciones Gubernamentales.**

- **Ministerio de Turismo (MITUR)**



Se establece en el año 2004 con el objetivo de fomentar y ordenar el desarrollo de la actividad turística, con el propósito de posicionarse como uno de los pilares fundamentales del desarrollo integral del país de manera sostenible en lo ambiental, cultural, económico y social.

El Ministerio de Turismo adopta como misión “Convertirse en el dinamizador de la economía nacional, el promotor del desarrollo humano y comunitario y el impulsador de la convivencia pacífica, estabilidad y gobernabilidad a través de la creación, el desarrollo y la promoción de productos y servicios turísticos de calidad, un marco legal que lo posibilite, un financiamiento suficiente y oportuno y sobre todo, de una nueva y solida cultura turística que convierta a cada salvadoreño en un gestor turístico permanente y eficiente en donde quiera que se encuentre”.

Una de las principales metas del Ministerio de Turismo es establecer un marco legislativo que propicie el desarrollo ordenado de dicha actividad, como lo es la Ley de Turismo la cual regula la actividad turística.

Finalmente, la labor del Ministerio de Turismo de El Salvador resulta fundamental en el desarrollo turístico de la región centroamericana, formado este parte del consejo Centroamericano de Turismo, integrado por los Ministros de Turismo de los siete países centroamericanos el cual define las directrices y políticas de integración en materia de turismo.

---

<sup>26</sup> Plan Turístico, El Salvador 2009-2014.



- **Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)**



La Corporación Salvadoreña de Turismo, creada en 1996, es la institución gestora del desarrollo turístico del país y se encuentra adscrita al Ministerio de Turismo. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible.

El CORSATUR funciona bajo la coordinación de una junta directiva que en la actualidad está conformada por:

- ✓ Ministerio de Turismo.
- ✓ Ministerio de relaciones Exteriores.
- ✓ Ministerio de Gobernación
- ✓ Ministerio del Medio Ambiente
- ✓ Representantes del sector privado.

El CORSATUR, actualmente es propietario de cinco inmuebles turísticos en el territorio de El Salvador:

- ✓ **Complejo Turístico Puerto de La Libertad.** Comprende 16 establecimientos comerciales, una plaza marinera para vendedores y un edificio de 3 niveles para estacionamientos, ubicado en el departamento de La Libertad.
- ✓ **Hotel de Montaña Cerro Verde.** está ubicado en el parque del mismo nombre, en el departamento de Santa Ana, hoy en día solo sirve de atractivo turístico y no se encuentra habilitado como hospedaje.
- ✓ **Playa Bola de Monte.** Isla Ubicada en San Francisco Menéndez, Ahuachapán
- ✓ **Playa El Icacal** (64 manzanas de terreno ubicadas en el municipio de Intipucá, La Unión.)

- ✓ **Mirador de Los Planes de Renderos.** Ubicados en Jurisdicción de San Marcos, lugar denominado como Planes de Renderos.(miradores, actividades artísticas y pupuserías)

- **Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).**



Esta Institución es responsable de doce parques acuáticos (Agua Fría, Amapulapa, Apastepeque, Apulo, Atecosol, Costa del Sol, Altos de la cueva, Ichanmichen, Toma de Quezaltepeque, Sihuatehuacan, los Chorros) y tres parques naturales (Balboa, Cerro Verde y Walter Thilo Deininger). En definitiva el ISTU ofrece diversidad de atractivos turísticos y recursos naturales tales como bosques, paisajes, playas, lagos, lagunas, nacimientos de agua, piscinas, juegos para niños y áreas deportivas.

El objetivo principal del ISTU es mejorar las instalaciones que manejan ya que algunos parques se encuentran en cierto estado de deterioro en lo que se refiere a seguridad, salubridad y servicios proporcionados. En los últimos años las limitaciones presupuestarias que han dificultado esta tarea, han propiciado la búsqueda de vías alternativas para su gestión.

## **2. Instituciones No Gubernamentales.**

En el ámbito No Gubernamental, cabe resaltar, por su intervención en el panorama turístico de El Salvador, El Concejo Nacional de Gremiales Turísticas. Este se compone de las principales asociaciones del sector turístico, que se agruparon a instancias del Ministerio de Turismo, debido a la fragmentación de esfuerzos que venían realizando individualmente, el concejo está conformado por los siguientes entes asociativos:

- ✓ Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) que integra a empresarios turísticos en general.
- ✓ Buró de Convenciones.

- ✓ Asociación Salvadoreña de Hoteles.
- ✓ Asociación de pequeños hoteles de El Salvador, en el que están representados 38 establecimientos.
- ✓ Asociación Salvadoreña de Operadores y mayoristas de turismo (ASOTUR) a la que están adscritas los operadores receptivos de mayor envergadura.
- ✓ Asociación Salvadoreña de Agencias de Viajes y Empresas de Turismo (ASAV), gremial de los operadores emisores.
- ✓ Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES)
- ✓ Asociación de Líneas Aéreas (ASLA)
- ✓ Asociación de Renta Autos de El Salvador
- ✓ Asociación de Inversionistas y promotores turísticos
- ✓ Comité de artesanías de El Salvador
- ✓ Fundación Mundo Maya
- ✓ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

### **3. Operadores turísticos establecidos en El Salvador**

- ✓ Otec Tours
- ✓ Tours & Aventuras, operadores de viaje y turismo.
- ✓ Cotur.
- ✓ Excursiones Tropicales
- ✓ Jolly Tours.
- ✓ Megatur
- ✓ Servicios Internacionales Nanch
- ✓ Servitur
- ✓ Internacional Touring Service
- ✓ Asiprotrur
- ✓ Akwaterra
- ✓ Amazing Tour El Salvador
- ✓ Amor Tour

- ✓ Avi Tours
- ✓ Divertiviajes
- ✓ Ecomayan Tours
- ✓ Ecotours de Centroamérica
- ✓ Emely Tours
- ✓ Eva Tours
- ✓ Punta Roca Surf Adventures
- ✓ Punta mango Surf trip

#### **4. Marco Legal del Turismo en El Salvador.**

##### ***a. Ley de Turismo.***

Se constituye la Ley de Turismo según Decreto Legislativo No. 899, de diciembre de 2005, publicado en el D.O. No. 237, Tomo No. 369 del 20 de diciembre de 2005. Tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, hace referencia de los recursos naturales, arqueológicos y culturales que integren el inventario turístico del país. Según el **Art. 8.-** Los recursos naturales, arqueológicos y culturales que integren el inventario turístico del país, serán preservados y resguardados por las instituciones a quienes legalmente correspondan tales atribuciones. Las entidades y organismos del Estado o de las municipalidades que tengan la atribución legal de autorizar construcciones, edificaciones o cualquier otro tipo de infraestructura, estarán obligadas a respetar y mantener la vocación turística de tales recursos y las de su ámbito de influencia, para lo cual las construcciones, edificaciones e infraestructuras que se autoricen deberán ser compatibles con los elementos necesarios para el desarrollo turístico de las mismas.

##### ***b. Ley del Medio Ambiente.***

Según Decreto Legislativo No. 233 del 2 de marzo de 1998, publicado en el D.O. N0. 79, Tomo 339, del 4 de mayo de 1998

En los artículos 17, 21, 48, 49, 65, 67 y 77 hacen referencias al estudio del impacto ambiental, protección del recurso hídrico, criterios de supervisión, como son medidas especiales de la conservación en su lugar de origen, de las especies de carácter singular y representativas de los diferentes ecosistemas, las especies amenazadas, en peligro o en vías de extinción declaradas legalmente, además menciona la gestión y aprovechamiento sostenible de los bosques aprovechamiento sostenible de los mismos y la evaluación ambiental estratégica respectivamente.

## **F. DATOS GENERALES DE LA CIUDAD DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.**

### **1. Generalidades del Municipio<sup>27</sup>**

En la época de la conquista y colonización eran dos pueblos nombrados Tepezontes y para diferenciarlos los misioneros castellanos los pusieron bajo el patrono de San Juan y San Miguel, los que en el año 1500, tenían 400 y 700 habitantes respectivamente.

San Juan Tepezontes ha tenido varios cambios de jurisdicción ya que en 1824 perteneció al departamento de San Salvador, en 1835 al departamento de Cuscatlán, en 1836 al Distrito Federal, en 1839 al departamento de La Paz, en 1842 nuevamente al departamento de San Salvador, hasta que finalmente en 1852 ingresa definitivamente al departamento de La Paz.

En 1857 un terremoto redujo a escombros la iglesia, el cabildo, el convento, la ermita del calvario, así como también las pocas casas de adobe y bahareque y teja que existían en la población.

---

<sup>27</sup> Plan Estratégico 2011-2012, de la Alcaldía Municipal de San Juan Tepezontes, departamento de la Paz.

Durante la administración del general Salvador Castaneda Castro y por decreto legislativo de 19 de Noviembre de 1945, se otorgó a esta población el título de villa, como un estímulo a los reiterados esfuerzos de sus vecinos por alcanzar mejoras materiales y morales.

El departamento de La paz está dividido en 22 municipios, entre ellos San Juan Tepezontes, el relieve del departamento está determinado por una región montañosa y la llanura costera.

San Juan Tepezontes limita con los siguientes municipios: al norte por San Miguel Tepezontes, al este por San Pedro Nonualco, al sur por San Antonio Masahuat.

La ciudad de San Juan Tepezontes fue fundada en una serranía en el borde del Lago de Ilopango, por ello sus calles tienen forma de espiral su toponimia proviene del Náhuatl, que significa: “cuatrocientos cerros”.

El patrimonio de sus habitantes lo constituye el cultivo de: Café, Caña de azúcar, granos básicos, frutas y hortalizas, además la crianza de ganado y aves de corral.

Sus vías de comunicación están compuestas por dos calles; una que comunica con San Miguel Tepezontes y San Antonio Masahuat, y la otra que comunica con el departamento de Cuscatlán.

## **2. Costumbres y Tradiciones**

San Juan Tepezontes celebra sus fiestas patronales en el periodo del 24 al 27 de diciembre en honor de San Juan Evangelista, sus fiestas están acompañadas de los Historiantes, los Pastores y Pastoras, los cuales deleitan a los visitantes con sus típicos bailes, hacen sus presentaciones en el marco de las fiestas patronales y co-patronales.

Además en dichas fiestas, se elige a la Reina de las Fiestas patronales, para esta elección se realiza una cena de gala en la cual las candidatas compiten por la corona.

Asimismo se realizan carreras de cintas en las cuales los participantes a bordo de un caballo deben recorrer cierta distancia y alcanzar las cintas que se encuentran colgadas en la meta, el que primero lo logre recibirá un premio.

También se realiza el famoso concurso del Cerdo Encebado el cual consiste en que los participantes deben atrapar a un cerdo portador de una bolsa con dinero, el que primero lo logre es el ganador del dinero, los asistentes disfrutan del esperado espectáculo, así también el Palo Encebado, es otra opción para divertirse, en el cual los participantes deben escalar varios metros de altura sobre un palo encebado para alcanzar el dinero colocado al final de este, el que lo logre es el ganador del dinero.

Asimismo es importante mencionar que la Semana Santa, es celebrada con mucho fervor por sus habitantes, desde los inicios de su historia.

### ➤ **Comida Típica**

Entre las comidas típicas que se pueden degustar se encuentra el atol de semilla de marañón, este atol se prepara desde hace unos 20 años, periodo en el cual se ha venido transmitiendo de generación en generación.

Así como también es tradición que todos los domingos las personas que visitan el centro de la ciudad degustan de atoles a base de maíz, pastelitos relleno de carne con papas, elaborado de maíz y el Atol Chuco, dicho atol constituye el desayuno de los habitantes. Además San Juan Tepezontes, se caracteriza por deleitar a los visitantes con su plato típico “El Niztapite”, que está compuesto por semillas de ayote con pescado, característicamente es preparado por las señoras mayores habitantes del municipio.

Finamente San Juan Tepezontes, se caracteriza por su diversa preparación de Atoles y Dulces, los cuales pueden deleitarse en la celebración de sus fiestas, por lo que es un factor de mucha importancia para la promoción y atracción de los turistas.

### **3. Situación Actual del Municipio de San Juan Tepezontes.**

El municipio de San Juan Tepezontes carece de la debida señalización para que un turista pueda llegar, así mismo no aparece dentro del mapa turístico del Ministerio de Turismo.

El servicio de transporte es directo hacia San Salvador, con recorridos muy espaciados, y el transporte hacia los cantones se hace a través de camiones o pick ups.

La calle de acceso al centro, se encuentra deteriorada y no cuenta con aceras peatonales, al igual que las calles principales no están pavimentadas, dificultando de esta manera el acceso a los vehículos.

La red vial interna del municipio es en un 30% pavimentada, 35 % calles empedradas y 35% de tierra balastrada.

Las aguas grises son vertidas por los habitantes del lugar en las calles, debido a que no se cuenta con un sistema de alcantarillado en el municipio.

De igual forma al llegar a la entrada de la iglesia, lo que se conoce como plaza principal, es un espacio abierto con vista panorámica sin ningún tipo de construcción, el cual no cumple con las condiciones adecuadas para los visitantes.

Sin embargo San Juan Tepezontes se caracteriza por sus reservas naturales, clima agradable, vistas panorámicas, produce un café de excelente calidad, catalogado de



media altura, debido a que se cultiva aproximadamente a 762 metros sobre el nivel del mar.

También cuenta con abundantes nacimientos de agua, en medio de muchos árboles rodeado de abundante vegetación, se encuentran pilas que recogen agua que corren por el barrio El Común, estos nacimientos de agua abastecen al municipio cuando no hay, de igual forma a pocos metros de este nacimiento se encuentra el río el Naranjo ubicado en el barrio Costa Rica, además en las cercanías del cantón La Cruz corre un río que tiene cascadas de más de 10 metros de alto, conocida como “Salto el Ángel”.

A unos pocos metros del municipio pasando por los cantones los Laureles y la Cruz se localiza el río Jiboa visitado en épocas de vacación por habitantes de las localidades, por las mañanas y llegada la tarde San Juan Tepezontes es cubierta por una espesa neblina, provocando un clima agradable, por lo consiguiente sería un excelente destino ecoturístico.

## **G. GENERALIDADES DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.**

La Alcaldía Municipal de San Juan Tepezontes, se encuentra ubicada en la calle principal, Barrio el Centro, cuenta con un equipo de trabajo de 12 personas aproximadamente y un Concejo Municipal.

### **1. Misión <sup>28</sup>**

Brindar un servicio eficiente y eficaz, el cual permita un desarrollo en el nivel de vida de los ciudadanos; a través de la salud, educación, mejorando las vías de acceso y buscando alternativas que conduzcan al bien común de los habitantes del municipio.

---

<sup>28</sup>Ibíd.P.38

## **2. Visión<sup>29</sup>**

Conducir al municipio de San Juan Tepezontes y su administración, hacia la interrelación comunidad-municipio, y buscar a través del esfuerzo mutuo el desarrollo de este con una administración transparente y con participación ciudadana.

## **3. Principios y Valores<sup>30</sup>**

- ✓ La armonía que existe entre los servidores y funcionarios públicos, fomenta el Trabajo en Equipo.
- ✓ La Transparencia, Honestidad y Participación ciudadana en el desarrollo de las actividades es el elemento principal de la municipalidad.
- ✓ La Lealtad de los empleados con la institución son valorados y apreciados por la alta dirección.
- ✓ Para desarrollar con éxito las actividades planteadas, cada miembro de la institución pone su máximo esfuerzo y se identifica plenamente con los fines institucionales.
- ✓ La institución posee personal capacitado y responsable, con el objeto de realizar las tareas con eficiencia, eficacia y economía.
- ✓ Se fomenta el Trabajo en Equipo para brindar una mayor y mejor atención al público.
- ✓ El espíritu de servicio y el trabajo en equipo, son los elementos que harán llegar a la municipalidad al logro de sus objetivos.

---

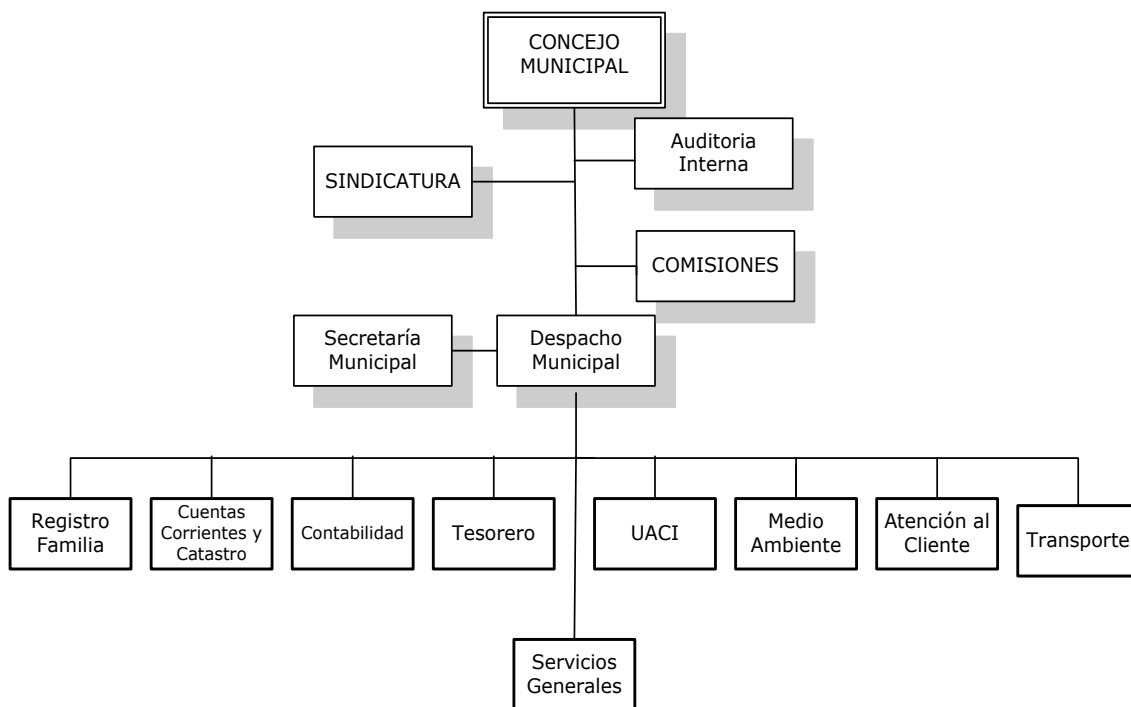
<sup>29</sup> *Ibíd.* P.38

<sup>30</sup> *Ibíd.* P.38

#### 4. Estructura Organizativa.

A continuación se ilustra el organigrama de la Alcaldía Municipal del municipio de San Juan Tepezontes:

**ESQUEMA N0.3: ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL.**



Fuente: Alcaldía Municipal.

#### 5. Administración y Gestión del Gobierno Municipal.

El Gobierno Municipal de San Juan Tepezontes lo integra la Alcaldesa, el Síndico y dos Regidores ó Concejales Propietarios y cuatro Suplentes, que conforman el Concejo Municipal, este constituye la autoridad máxima del municipio el cual tiene carácter deliberante y normativo.

La alcaldía municipal de San Juan Tepezontes dirigida por la Lic. Iris de Los Ángeles López de Asunción, debe administrar los recursos de su municipio, dirigir toda la organización municipal para ejecutar exitosamente todas las políticas emanadas del concejo municipal, según el artículo 47 del Código Municipal.

El Síndico, además de sus atribuciones y deberes como miembro del Concejo también cumple las funciones de fiscalización dentro de la municipalidad, representación judicial y extrajudicial de la misma, según el artículo 51, literal a) del Código Municipal.

Los Regidores o Concejales tienen la prioritaria función de concurrir a formular políticas generales del gobierno local, que fundamentarán la orientación social, política y económica de la sociedad local y la actividad administrativa a desplegar por el alcalde.

El Secretario Municipal es nombrado por el concejo, para la elaboración de actas, comunicar las convocatorias y auxiliar las comisiones designadas por el concejo, entre otras, según el artículo 54 del Código Municipal.

#### **a. Competencias del Gobierno Municipal.**

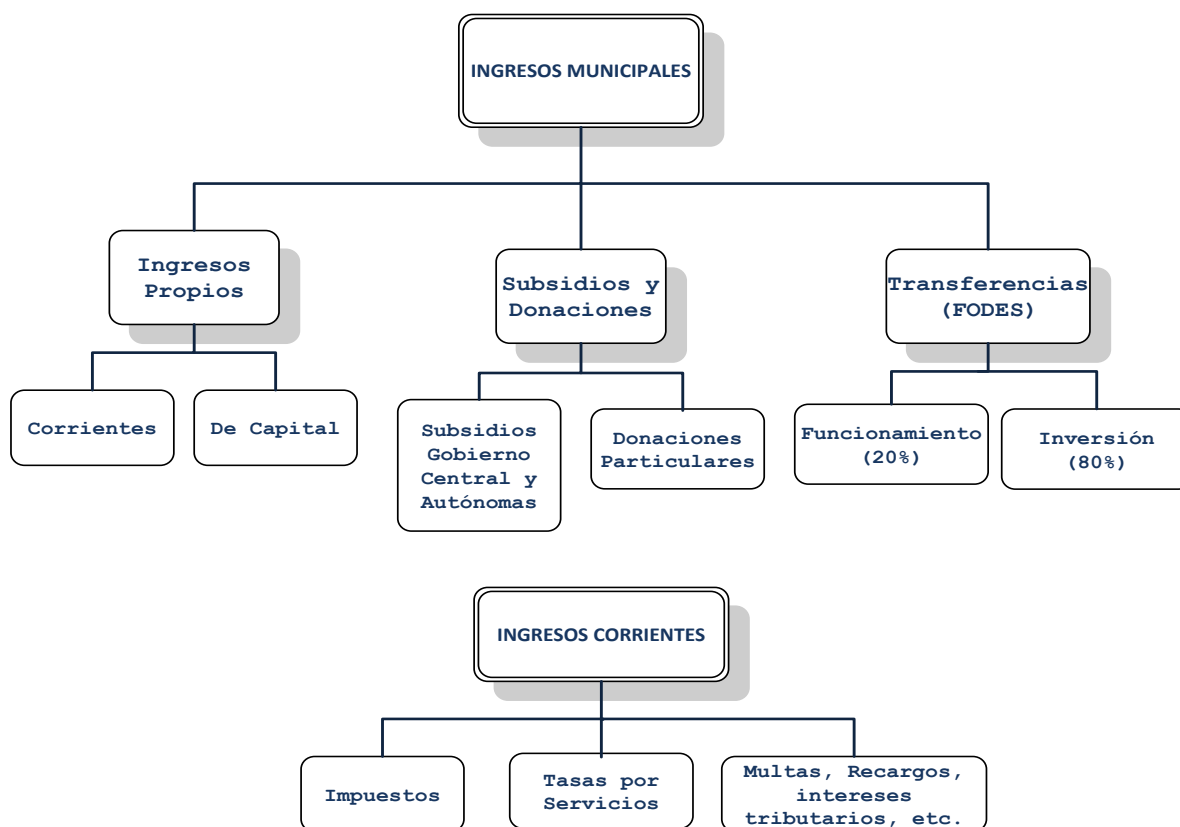
Según el Código Municipal, corresponde a la municipalidad la prestación de los siguientes servicios:

- ✓ Elaboración y ejecución de planes y programas de desarrollo económico y social a nivel local.
- ✓ Nomenclatura y ornato público.
- ✓ Promoción de la educación, la cultura, el deporte, la recreación, las ciencias y las artes.
- ✓ Control y regulación de actividades.
- ✓ Programas de saneamiento ambiental, prevención y combate de enfermedades.
- ✓ Registro Civil y de Ciudadanos.
- ✓ Ferias y festividades populares.
- ✓ Aseo, barrido de calles, recolección y disposición final de la basura y cementerios.
- ✓ Policía Municipal
- ✓ Planificación, ejecución y mantenimiento de obras públicas
- ✓ Alumbrado público y Pavimentación de vías públicas.

### b. Principales Fuentes de Financiamiento.

Fuentes y clases de ingresos para el financiamiento de los municipios, ingresos municipales y corrientes.

**ESQUEMA N° 4:** Principales fuentes de financiamiento de las municipalidades.



Fuente: Marco legal para la presupuestación, Participación y financiamiento en los Municipios de El Salvador, Dr. Álvaro Artiga-González, 2004.

A los municipios se les transfiere un 8% de los ingresos corrientes netos del Presupuesto General del Estado, a través del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios de El Salvador (FODES). El grado de discrecionalidad queda limitado en tanto se establece como condición para su uso del 20% de tales transferencias se utilicen para gastos de funcionamiento y 80% para inversión. La institución responsable de manejar el FODES es el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM) que es

una entidad autónoma de derecho público, especializado en el campo de la administración municipal (Ley del ISDEM, Art.1).

El FODES se distribuye anualmente entre cada uno de los municipios del país y se asigna proporcionalmente según los criterios siguientes:

Población (50%), se distribuye en base a la población de cada municipio.

Equidad (25%), se distribuirá en los 262 municipios en forma equitativa.

Pobreza (20%), se dispondrá de acuerdo al comportamiento de los índices de pobreza.

Extensión territorial (5%). se distribuye de acuerdo a la extensión territorial de los municipios. (Art. 4 Ley de Creación del FODES)

## **6. Marco Legal de la Municipalidad de San Juan Tepezontes.**

Entre las leyes, normas, reglamentos, tratados y convenios que tienen relación con la Institución podemos mencionar:

### ***a. Constitución de la República de El Salvador.***

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

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

### ***b. Código de Comercio.***

Se constituye Según Decreto Legislativo No. 671 del 8 de mayo de 1970, Publicado en el D.O. N0. 140, Tomo 228, del 31 de julio de 1970.

En el **Art. 42.-** Menciona que las instituciones de gobierno, los Municipios y en general, cualesquiera instituciones públicas, pueden ejercer actividades comerciales.

***c. Código Municipal.***

El Código Municipal fue creado según Decreto Legislativo N° 274, de fecha 31 de enero de 1986, publicado en el Diario Oficial No. 23, Tomo 290 de fecha 5 de febrero de 1986. El Código Municipal tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, funcionamiento y ejercicio de las facultades autónomas de los municipios.

***d. Ley General Tributaria Municipal.***

Según Decreto Legislativo N0. 86 del 17 de octubre de 1991, publicado en el D.O. N0 242, Tomo 313, del 21 de diciembre de 1991. Tiene como finalidad establecer los principios básicos y el marco normativo general que requieren los municipios para ejercer y desarrollar autoridad tributaria.

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

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

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

***f. Ley Orgánica y Reglamento del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)***

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

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

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

***g. Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.***

Según Decreto Legislativo N° 868 de fecha 5 de abril de 2000 publicado en el Diario Oficial No 88 Tomo: 347 de fecha 15 de mayo de 2000, la Ley Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública tiene por objeto regular las adquisiciones y contrataciones de obras, bienes y servicios, que deben celebrar las instituciones de la Administración Pública para el cumplimiento de sus fines; entendiéndose para los alcances y efectos de ésta, que la regulación comprende además los procesos enunciados en esta Ley.

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

**7. Desarrollo de Proyectos Turísticos del Gobierno Municipal de San Juan Tepezontes.**

Actualmente San Juan Tepezontes no cuenta con infraestructura adecuada para convertirse en destino turístico, sin embargo el gobierno municipal del periodo 2012 al 2014, dirigido por la alcaldesa Licenciada Iris López de Asunción, ha considerado dentro de sus prioridades el desarrollo de proyectos que fomenten la oferta turística, como por ejemplo la construcción de la plaza principal, la construcción de viveros café, eco parques, en los lugares en donde existen ríos y nacimientos de agua, los cuales serán espacios de esparcimiento para la población local así como también para los turistas, los cuales contarán además con senderos para la realización de caminatas por el bosque, y otras actividades para las personas que prefieren descansar y tener un contacto con la naturaleza.



San Juan Tepezontes posee una diversidad de atractivos Naturales, entre los cuales podemos mencionar, Nacimientos de Agua, Caminatas por sus Campos Pintorescos, Ríos, Pozas, Cascadas y Paisajes donde se pueden apreciar el panorama y la naturaleza de la zona, actualmente no cuentan con destinos turísticos establecidos, sin embargo tienen algunos proyectos para impulsar los atractivos con los que cuenta y convertirlos en destinos turísticos, a continuación se detallan los principales destinos, los cuales son los que la alcaldía municipal pretende desarrollar:

- ✓ Nacimientos de Agua de los Ríos El Común, La Cabecera y el Rio El Naranjo, los cuales son espacios llenos de árboles y vegetación, perfectos para estar en contacto con la Naturaleza, ya que cuenta con pozas para disfrutar de agua fresca que nace de la montaña, cuentan con tanques de agua natural, los cuales abastecen a las poblaciones aledañas.
- ✓ “La Cueva Hedionda”, ubicada en el cantón La Esperanza es un lugar para turistas que disfrutan de aventura extrema, dicha cueva fue utilizada en el tiempo del conflicto armado, las personas cuentan que existe actividad anormal en dicho lugar.
- ✓ Rio Mucuapa, el cual cuenta con una caída de agua denominada “La Caída del Ángel” el cual es una catarata impresionante de más de 5 metros de altura, ubicado camino al cantón La Loma, desviándose por el caserío de Caña Brava, es un lugar ideal para escalar y hacer campamentos.
- ✓ Rio Mucuapa cuenta también con pozas llamadas “La Poza de Lico” llamadas de esta manera desde hace mucho tiempo en honor a uno de los habitantes del Cantón La Loma, que murió en dichas pozas, están son pozas grandes dentro del rio, seguidas de una caída de agua más alta que otras de la localidad, la cual es de piedra

caliza y en forma totalmente vertical, el lugar está rodeado de muchos árboles y es perfecto para escalar.

- ✓ Rio Jiboa, se puede llegar desde el cantón La Esperanza y el cantón Los Laureles, los vehículos llegan hasta el cantón Los Laureles y desde ahí se emprende una caminata de aproximadamente una hora y media en la cual se disfruta de los paisajes del lugar, al llegar se puede recorrer las riberas del río para encontrar el lugar ideal para acampar ó pasar el día disfrutando de la naturaleza.
  
- ✓ Finca de La Familia López, es una finca de grandes dimensiones en la cual se pretende establecer un Hostal para ofrecer alojamiento a turistas, ubicada camino al cantón Los Laureles, a la salida del centro de San Juan Tepezontes, cuenta con una diversidad de árboles y se caracteriza por el cultivo del Café, así como también existen árboles frutales, cerca de esta finca existen pozas que pueden ser parte del atractivo del lugar, además la calle se encuentra en condiciones para la llegada de visitantes.

### **8. Comité de Desarrollo Turístico del Municipio.<sup>31</sup>**

Si bien existen los denominados Comités de Desarrollo Turísticos, cabe citar que no existe regulación alguna al respecto, por lo que dichos órganos de carácter local se han ido creando de forma casi espontánea y no responden a una estructura estandarizada y regulada, en algunos casos la presencia del sector privado es mayoritaria, recibiendo poco apoyo de las alcaldías pertinentes. Sin embargo la participación de los órganos de gobiernos municipales, resulta fundamental debido al alcance de sus competencias en cuanto a infraestructuras básicas y otros elementos claves para el desarrollo turístico.

---

<sup>31</sup> Plan Nacional de Turismo, El Salvador 2009-2014

CORSATUR realiza una función de acompañamiento, promoviendo y apoyando la creación de los mismos, ofrece un modelo de estatuto para su conformación y ha publicado un documento que resume sus funciones y la participación deseada de los diferentes actores involucrados en el turismo.

Por lo anterior es necesaria la creación de Comités de Desarrollo Turístico en las zonas con vocación turística así como el fortalecimiento de los ya existentes, con el fin que estos respondan a los retos y oportunidades de la actividad turística en cada uno de sus municipios. Asimismo deben establecerse canales de comunicación y colaboración entre ellos con el objetivo de crear productos articulados y comercializables, como es el caso de las rutas y circuitos turísticos.

El gobierno municipal de San Juan Tepezontes, cuenta con una división de Medio Ambiente la cual carece de un Comité de Desarrollo Turístico, sin embargo existe la apertura dentro del gobierno municipal para apoyar cualquier iniciativa que sea atractiva y viable económicamente, la cual contribuya al desarrollo local y al mismo tiempo genere empleos e ingresos a sus habitantes.

En este sentido, con los recursos naturales con los que cuenta San Juan Tepezontes, la administración municipal periodo 2012 a 2014, pretende llevar a cabo diversos proyectos de desarrollo turístico, los cuales traerán beneficios importantes para esta ciudad.

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL CON RESPECTO A LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES, DEPARTAMENTO DE LA PAZ.**

#### **A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### ***1. General***

Determinar las condiciones actuales de la oferta y demanda de servicios turísticos en el municipio de San Juan Tepezontes, para formular propuestas que permitan impulsar los proyectos turísticos del gobierno municipal.

##### ***2. Específicos***

Realizar un diagnóstico de la situación mercadológica del municipio de San Juan Tepezontes, para conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

Establecer el mercado meta y determinar la comercialización de los servicios que ofrecen los habitantes de la zona.

Conocer las expectativas que tienen las personas del municipio, respecto al desarrollo de turismo en la zona y satisfacer las necesidades de recreación.

#### **B. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Todo proyecto que se desee emprender, debe solventarse sobre los resultados de un estudio de mercado, para identificar los factores que determinan el éxito de los proyectos y permitan su óptimo desarrollo, la importancia de este diagnóstico se funda en conocer la situación actual de la oferta y demanda turística del municipio de San Juan Tepezontes, para elaborar un Plan de Desarrollo Turístico adecuado a las necesidades

del municipio, que contribuya a fortalecer la actividad económica y por consiguiente a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del zona.

## **C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### ***1. Método de Investigación***

En la investigación se utilizó el método científico, debido a que este permite tener una mayor precisión y claridad a la hora de recopilar la información y a su vez nos da las pautas para procesarla, con el fin de determinar el problema y ampliar los conocimientos sobre el área estudiada para encontrar una solución a éste, al mismo tiempo nos auxiliamos de los siguientes métodos para el desarrollo de la investigación:

#### ***a. Método Analítico***

“El método analítico, en la práctica es más una operación mental, que tiene por objeto dividir un todo en sus respectivas partes.”<sup>32</sup>

Este método nos ayudó a dividir el problema en partes para así poder analizarla de una mejor manera y obtener una visión más clara del problema, en la utilización de este método se comprendió la relación existente entre el estudio de mercado y los proyectos turísticos que impulsará la municipalidad en el municipio de San Juan Tepezontes.

#### ***b. Síntesis***

“El método sintético o más bien dicho la síntesis como método de razonamiento se efectúa con más facilidad si anteriormente se ha percibido aquel todo, que ahora intentamos reconstruir mentalmente por partes aisladas.”<sup>33</sup> Por consiguiente a partir de los elementos distinguidos por el análisis, elaboramos hipótesis pensando en las posibles causas que nos ayudaron a conocer los orígenes por las cuales no hay demanda turística en la zona.

---

<sup>32</sup> Roberto, Muñoz Campos, *la investigación científica paso a paso*, (talleres gráficos UCA), pág. 22.

<sup>33</sup> *Ibid.*, pág. 23.

## ***2. Tipos de investigación***

Para realizar el estudio de mercado se utilizó la investigación explicativa ya que se pretende dar cuenta de aspectos de la realidad, explicando diversos significados dentro de una teoría de referencia, buscando el por qué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones de causa y efecto. Por consiguiente el propósito fundamental de esta fue describir, situaciones, contextos y eventos; Además, se buscó especificar las características y los perfiles de personas, grupos, procesos y cualquier otro fenómeno que se sometiera al análisis.

## ***3. Diseño de la investigación***

Para realizar la investigación de campo se utilizó el diseño no experimental, ya que este no permite que se manipulen las variables, sino que se observaron los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural y después se procedió a analizarlos.

## ***4. Técnicas e instrumentos de investigación***

Para la recolección de datos, que nos permitieron desarrollar la investigación, se implementaron las siguientes técnicas e instrumentos que nos facilitaron la información objetiva a cerca del fenómeno de investigación.

### ***a. Técnicas***

#### **1) Entrevistas**

Esta técnica se aplicó por medio de la estructuración de un cuestionario, suministrado directamente a la alcaldesa Lic. Iris López de Asunción con el propósito de obtener información que afirmó la base de la investigación y proporcionó el contexto ambiental del fenómeno de investigación.

#### **2) Encuestas**

La técnica de la encuesta se realizó a través de la estructuración de un cuestionario el cual fue aplicado, conteniendo un conjunto de preguntas cerradas y abiertas con respecto

a las variables a medir, se realizó sobre una muestra de 144 habitantes del municipio de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.

### **3) Observación Directa**

El equipo investigador aplicó la técnica de observación directa ó investigativa para poder comprender a profundidad la situación actual del municipio de San Juan Tepezontes, siendo necesario realizar varias visitas a los diferentes destinos potenciales turísticos existentes en el municipio, para constatar sus características actuales.

#### ***b. Instrumentos***

Los instrumentos que se utilizaron para recolectar y registrar la información que sustentó la investigación; fueron los detallados a continuación:

##### **1) Guía de Entrevista.**

Actualmente es uno de los instrumentos más utilizados, debido a que se obtienen mejores resultados ya que proporciona mayor información y se combina bien con la observación directa, este consiste en estructurar un guion de preguntas las cuales fueron abiertas, dirigidas a la Alcaldesa de San Juan Tepezontes.

##### **2) Cuestionario.**

Para la utilización de este instrumento fue importante estructurar una guía de preguntas abiertas y cerradas enfocadas a conocer los gustos y preferencias de los potenciales turistas de la zona.

Dicho instrumento fue dirigido a los pobladores de la ciudad de San Juan Tepezontes, el número total de las muestra fue de 144 habitantes, hombres y mujeres en un rango de edad entre 15 a más de 60 años, ésta fue realizada de forma directa entre el habitante y el encuestador, empleando el muestreo aleatorio simple para la selección de los sujetos que participaron en la muestra.

## **5. Fuentes de Información**

La información que sustentó la investigación fue seleccionada con las siguientes fuentes:

### ***a. Primarias***

Para la obtención de las fuentes de información primaria se obtuvo a través de datos y cifras proporcionadas por el gobierno municipal de la ciudad de San Juan Tepezontes, se recolectó por medio de cuestionarios y entrevistas para conocer las necesidades y expectativas de los habitantes, datos que nos facilitó el desarrollo de la investigación. Al mismo tiempo se acudió a la observación directa, se realizaron visitas de campo para tener una mayor visión del fenómeno en estudio.

### ***b. Secundarias***

En lo que respecta a las fuentes secundarias de información se contó con las siguientes fuentes: tesis, sitios web periódicos que proporcionaron información respaldando el tema de investigación. Así como también se consideraron estudios realizados con anterioridad en otros municipios y que guardan algún tipo de relación con el tema en estudio. Además se obtuvo información de diferentes instituciones como: Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Ministerio de Turismo (MITUR).

## **6. Ámbito de la Investigación**

El estudio de investigación se realizó en el municipio de San Juan Tepezontes, con una extensión territorial de 17.92km<sup>2</sup> ya que es donde se requiere impulsar el turismo a través de un estudio de mercado.

Por lo tanto se tomó en cuenta la siguiente división territorial:



**CUADRO NO. 1**

División geográfica, Municipio de San Juan Tepezontes.

<b>Área Urbana</b>		<b>Área Rural</b>
<b>Barrios</b>	<b>Cantones</b>	<b>Caseríos</b>
El Centro	La Esperanza	El Guaje
El Calvario		Caña Brava
La Cruz	Los Laureles	San José Capulataste
EL Común		La Mora
Costa Rica	La Cruz	La Quesadilla

FUENTE: \* Grupo de trabajo

**7. Determinación del Universo****a. Universo<sup>34</sup>.**

Para determinar el universo se utilizó un análisis estadístico, cubriendo todos los elementos de la población, por consiguiente el universo está constituido por 3,520 habitantes, según lo descrito en el Plan Estratégico 2011-2012 de la municipalidad.

**8. Procesamiento de la Información****a. Muestra.**

Para disponer de la muestra fue necesario considerar el universo, todos los posibles y potenciales clientes demandantes y ofertantes. Para el caso de este estudio la muestra se ajustó en base a la fórmula para poblaciones finitas la cual fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra aproximado

<sup>34</sup> Plan Estratégico 2011-2012, de la Alcaldía Municipal de San Juan Tepezontes, departamento de la Paz.

Z= Nivel de Confianza

e = Error de Estimación

Q = probabilidad en contra (fracaso)

P = Probabilidad a favor (éxito)

N = Universo o Población

Sustituyendo los valores tenemos los siguientes parámetros:

- ✓ (n) Representa el tamaño de la muestra, para obtener este dato se utilizó la fórmula para factor de corrección finito. debido a que se conoce el tamaño de la población.
- ✓ (Z) Coeficiente de Confianza, simboliza el grado de confiabilidad que es estimado por los técnicos y sirve para dar veracidad a la investigación, se seleccionó un nivel de confianza de 95%, este representó el porcentaje de seguridad de que la estimación que se hizo fuese la correcta, este valor se divide entre dos, lo cual da como resultado 47.50; se busca este dato (0.4750) en la tabla del área bajo la curva normal, el valor de  $Z = 1.96$
- ✓ (e) Margen de Error, comprende el error máximo que está dispuesto a aceptar en la investigación, se eligió para el estudio un 8% de margen de error, es decir que por cada 100 cuestionarios 8 podrían tener fallas en la información durante la investigación.
- ✓ (Q) Representa la probabilidad de fracaso, se seleccionó el 50% de probabilidad de fracaso debido a que no se cuenta con estudios previos a esta investigación.
- ✓ (P) Es la probabilidad de éxito, para el estudio se seleccionó un 50% de probabilidad de éxito, obteniendo veracidad en la información proporcionada por las personas encuestadas.

- ✓ (N) Población, es el número de habitantes de la ciudad de San Juan Tepezontes, para nuestro estudio consideramos como población un total aproximado de 3,520 habitantes, según el plan estratégico 2011-2012 de la Alcaldía Municipal de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.

$$n = ?$$

$$Z = 1.96$$

$$e = 8\% (0.08)$$

$$Q = 0.50$$

$$P = 0.50$$

$$N = 3,520$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) 3,520}{(3,520 - 1) (0.08)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = 144 \text{ habitantes.}$$

#### ***b. Tabulación de Encuestas.***

La información se recopiló por medio de cuestionarios, numerando, tabulando y procesado cada uno de estos, especificando las preguntas con su objetivo, posteriormente se concentró la información en un formato indicado en hojas de cálculo de Excel, para un vaciado de datos adecuado, que permitió una mejor interpretación y análisis de datos que llevó a la realización de un diagnóstico certero de la situación actual.

En el formato se identificaron los siguientes aspectos que fueron relevantes para la investigación:

El número de cada pregunta.

La pregunta.

El código de identificación para cada alternativa de respuesta.

La categoría de las respuestas,

Frecuencias absolutas y relativas de cada respuesta.

A partir de estos aspectos se realizó la gráfica correspondiente para una mejor visión de los mismos.

#### **D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL CON RESPECTO A LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES.**

A continuación se detallan elementos del entorno que conforman la situación actual del Municipio de San Juan Tepezontes, los cuales son el resultado de la información obtenida por medio de los instrumentos utilizados permitiendo realizar un diagnóstico más preciso y confiable de las condiciones en que se encuentra el municipio.

##### **CUESTIONARIO DIRIGIDO A POBLADORES DEL MUNICIPIO.**

En San Juan Tepezontes, departamento de La Paz, la mayor parte de los habitantes no realizan actividades turísticas por iniciativa propia, simplemente se limitan a participar de excursiones organizadas por la iglesia del municipio que en su mayoría son a parques acuáticos, ríos y playas, dichas actividades son organizadas con poca frecuencia, según comentarios brindados por pobladores de la zona.

La población manifestó que la falta de recursos económicos y la falta de recursos turísticos dentro del municipio las cuales permitan a las familias realizar actividades de sano esparcimiento y recreación son causantes de la poca práctica del turismo, ya que se ven obligados a incurrir en gastos mayores y viajes de mayor distancia, pero siempre dentro del territorio nacional. (anexo No. 2, pregunta No.1, grafico No.8)

Sin embargo, pudimos comprobar la necesidad de la población de contar con sitios adecuados para realizar actividades de entretenimiento y esparcimiento familiar en épocas de vacaciones ó tiempo libre, así mismo debido a la riqueza de recursos

naturales, abundante vegetación y agradable clima, la población manifestó que el municipio cuenta con lugares que se podrían acondicionar para convertirlos en sitios turísticos, para la población local así como para recibir visitantes de otros municipios. (anexo No.2, pregunta No.4, grafico No.11)

Los parques acuáticos, las playas, ríos y lagos, son parte de la opciones más aceptadas por los pobladores para realizar visitas de descanso y estar en contacto con la naturaleza, por lo tanto, podemos confirmar que los proyectos turísticos que se refieran a la construcción y acondicionamiento de dichos lugares obtendrán gran afluencia de visitantes del municipio para satisfacer su necesidad de esparcimiento y recreación, concluyendo además que la tarifa ideal para la población deberá establecerse alrededor de \$1.00, ya que de esta manera estará al alcance de todos y podrán realizar visitas con mayor frecuencia. (anexo No.2, pregunta No.7, Grafico No.14) (anexo No.2, pregunta No, 11, grafico No.18)

Los pobladores manifestaron estar de acuerdo con el desarrollo de proyectos turísticos relacionados con los recursos que poseen y que tengan como objetivo el desarrollo económico y social del municipio, ya que visualizan muchas ventajas en la implementación de los mismos, como por ejemplo generación de ingresos, empleos, emprendimiento de nuevos negocios y más, sin embargo enfatizaron en la importancia de fomentar una cultura de protección al medio ambiente, para evitar daños al ecosistema del lugar, que hasta el momento se ha mantenido en equilibrio, por lo que entre las opciones se encuentran Vivero Cafetería, Miradores, Caminatas por senderos.(anexo No.2, pregunta No.10, grafica No.17)

Una fortaleza que tiene el gobierno municipal al momento de implementar los proyectos turístico es que la población conoce los lugares que serán desarrollados, por lo tanto se cuenta con una demanda potencial local, que a su vez se convierte en fuente de

información confiable a turistas y visitantes externos que soliciten información del municipio y de la oferta turística.

Al mismo tiempo uno de los mayores retos que enfrentará el gobierno municipal será la promoción turística del municipio a nivel nacional e internacional, por lo que la investigación brindó información importante al respecto, ya que según la opinión de los habitantes el medio de comunicación más adecuado para lograr los objetivos de difusión es la televisión, seguido de las vallas publicitarias, así como las cadenas de comunicación entre familia y amigos, por lo que se deben utilizar los medios de comunicación como herramienta para dar a conocer la belleza natural, cultural y gastronómica del municipio, así como atraer visitantes y turistas de diferentes lugares.(anexo No.2, pregunta 12, grafica 19)

El desarrollo de los proyectos turísticos impulsados por la municipalidad, requerirá de un trabajo en conjunto entre el gobierno municipal y la población, con el propósito de fomentar el turismo en la zona, la población estaría dispuesta a apoyar las iniciativas, contribuyendo a través de la provisión de servicios y productos que los visitantes requieren y formarán parte de comités de desarrollo turístico que ayuden a la organización de planes estratégicos.

La formación de los comités de desarrollo turístico permitirán la aportación de los talentos y habilidades de la población, entre los comités de mayor preferencia por los habitantes se encuentran “Guía Turístico”, ya que se cuenta con una gran cantidad de población joven en el municipio, que conoce la mayoría de los destinos y poseen espíritu de aventura y resistencia, lo que permitirá que el turista se sienta confiado; y “Comité de Alimentación” que proporcionara un servicio de calidad con el objetivo de satisfacer la demanda. (ver anexo No.2, pregunta 18, grafico 25)

Asimismo muchos de los pobladores están en la disposición de emprender su propio negocio entre los cuales tenemos servicios de alimentación ya que cuentan con una variedad de platillos típicos preparados con productos de calidad para satisfacer los gustos más exigentes, así mismo los artesanos locales tendrán la oportunidad de ofrecer sus productos.

Una de las repercusiones positivas del emprendimiento de nuevos negocios es la generación de empleos para la población del municipio, lo que incrementaría el ingreso familiar, el poder adquisitivo y la población económicamente activa para las edades productivas.

Entre los empleos de mayor aceptación están los relacionados al área de alimentación, guías turísticos e información al turista, lo que le permitirá laborar cerca de su lugar de residencia, y reducirá sus costos de transporte. (ver anexo No.2, pregunta 15)

Las proyecciones anteriores tienen muchos beneficios sin embargo poseen una debilidad la cual es un factor de mucha importancia para los turistas, y es la seguridad ó imagen de la policía nacional civil, ya que el municipio carece de una delegación policial debido a que los índices delincuenciales son mínimos, sin embargo para un turista carecer de seguridad representa un riesgo que puede hacerlo desistir de visitar un destino turístico, a pesar de conocer sus mínimos índices delincuenciales, seguido por el factor limpieza, mejoramiento de carreteras, falta de destinos turísticos, contribuyen a la reducción de la afluencia de visitantes al municipio.(anexo No.2, pregunta 19, grafico 26)

Finalmente, concluimos el diagnóstico enfocándonos en la importancia de la creación de destinos turísticos, ya que son proyectos que favorecerán el desarrollo turístico municipal y mejorarán la calidad de vida de la población así como los ingresos de la municipalidad.

**ENTREVISTA REALIZADA A ALCALDESA DEL MUNICIPIO DE SAN JUAN TEPEZONTES.**

La presente entrevista se realizó en fecha 27-10-2012 a la Lic. Iris López de Asunción alcaldesa del municipio de San Juan Tepezontes, en donde se destacó la situación actual del municipio con respecto al desarrollo turístico y los esfuerzos que se están realizando para impulsar proyectos turísticos.

Lo principales aspectos que se mejorarán para la puesta en marcha de proyectos turísticos son la infraestructura y la motivación a las personas emprendedoras de la zona, para que comercialicen sus productos, dentro de los eventos que se organizaran, y de esa manera mejorar su nivel de vida.(anexo No.4)

Actualmente el municipio no cuenta con ningún tipo de ayuda económica que sea directamente enfocada al desarrollo turístico, sin embargo existen algunos esfuerzos que se están realizando para dar los primeros pasos hacia la puesta en marcha de proyectos turísticos, como por ejemplo la construcción de sanitarios públicos en el centro, la capacitación de las personas con respecto a la comercialización de los productos que se cultivan en la zona, con la ayuda de ONGs CARITAS, INTERVIDA así como Universidad Andrés Bello y las comunidades.(anexo No.4)

Así mismo, para el próximo año se espera implementar un nuevo proyecto de becas a estudiantes graduados de bachillerato, esto con el objetivo que sean profesionales valiosos para el municipio.(ver anexo No.4)

También se espera que con el FOMILENIO II, se beneficie al municipio ya que se espera la conexión de la autopista panorámica con los municipios de Santiago Nonualco y San Vicente, lo que incrementara el flujo de visitantes. (anexo No.4)



Por lo anterior actualmente se encuentran en una fase de planificación para impulsar proyectos que permitan aprovechar las oportunidades que se presenten y beneficiar a la población.

### ***1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter, Aplicado al Municipio.***

El análisis del modelo de las 5 fuerzas de Porter, aplicado al municipio de San Juan Tepezontes tenemos:

#### **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.**

Para estudiar la rivalidad entre competidores se utilizó la observación directa como medio de recolección de datos, por consiguiente el municipio de San Juan Tepezontes es el único municipio que tiene vistas panorámicas desde cualquier punto del municipio, esta ventaja no la poseen los municipios aledaños, sin embargo la carretera hacia el municipio de San Miguel Tepezontes cuenta con miradores hacia el lago de Ilopango que han sido creados por el MITUR. De manera que el municipio no tiene competidores directos en lo que respecta a una oferta turística de la localidad.

#### **AMENAZA DE LA ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES**

La aparición de nueva competencia es una amenaza latente con la que se cuenta, aunque actualmente no existen competidores que ofrezcan diversidad de ofertas turísticas y que tengan reconocimiento importante, sin embargo no se descarta que a futuro se pueda presentar. (Según lo observado en las visitas realizadas)

#### **AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.**

Como entendemos que un producto sustituto es aquel que cumple con el mismo objetivo o función para este rubro que es el turismo en el municipio no hay un producto sustituto por lo que no hay un producto que pueda compararse a este, que pueda ser ofrecido por otro municipio cercano. (Según lo observado en las visitas realizadas)

**PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES EXISTENTES EN EL MERCADO.**

Analiza los proveedores existentes en el mercado además de buscar el apoyo de empresas para obtener fondos y así poder patrocinar los destinos turísticos, entre los posibles proveedores tenemos:

1. MITUR, ofreciendo servicios de capacitación turística, promociona los diferentes lugares turísticos a través de brochure, mapas turísticos, vallas publicitarias e información al visitante que llega al Municipio.
2. CONAMYPE, brinda asesoramiento técnico, legal, económico, etc., a aquellos empresarios que deciden instalar un negocio. (anexo No.2, pregunta 14, grafico 21)



**EL PODER DE LA NEGOCIACION DE LOS CLIENTES.**

El desarrollo turístico del municipio aun no se ha desarrollado, sin embargo el visitante puede preferir los lugares que le ofrecen más productos y mejores servicios turísticos.

***2. Determinación del Mercado Meta***

Tomando en cuenta la zona geográfica del municipio de San Juan Tepezontes, además de los datos que nos muestran las encuestas, (Datos generales preguntas de la A. a la F. ver Anexo No.2) el mercado se segmenta de la siguiente manera:

**CUADRO NO. 2:** Determinación del mercado meta.

<b>DEFINICIÓN DE MERCADO META</b>
<b>Perfil demográfico:</b>
<b>Edad:</b> de 15 a 60 años <b>Sexo:</b> Masculino y Femenino <b>Lugar de residencia:</b> la zona central del país <b>Nacionalidad:</b> Salvadoreños y extranjeros
<b>Perfil de personalidad:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li> Personas que requieren de esparcimiento con la familia y amigos en lugares al aire libre.</li> <li> Personas que requieren salir de la rutina cotidiana de sus vidas laborales o ya sea de oficios domésticos</li> </ul>
<b>Perfil socioeconómico</b>
<b>Nivel de ingresos:</b> de un salario mínimo en adelante <b>Ocupación:</b> Ocupaciones en general <b>Nivel de escolaridad:</b> Primaria

FUENTE: \* Grupo de trabajo.

### **PERFIL GENERAL.**

El municipio de San Juan Tepezontes inicia en el ámbito del turismo debido a la diversidad de lugares con los que cuenta que pueden ser un atractivo para los visitantes de este como los son los diferentes nacimientos de agua, los ríos, su abundante vegetación y su inigualable vista por la altura a la que se encuentra ubicado, por lo que podemos definir el mercado meta del municipio como todos aquellos hombres y mujeres que se encuentran entre los 15 y 60 años que viven en la zona central del país y que se encuentran en un nivel económico de clase media, que desean salir de la rutina de la ciudad y buscan tener mayor contacto con la naturaleza y poder tener momentos de esparcimiento ya sea entre amigos o familia.

### ***3. Análisis de la Oferta Turística***

Los recursos naturales, los vestigios de una comunidad colonial, la manufactura de artesanías, la riqueza gastronómica, entre otras son solo algunos de los principales atractivos del municipio de San Juan Tepezontes que deberían satisfacer las necesidades y expectativas del turista real y potencial (ver anexo No.2, pregunta No.4), sin embargo no se cuenta con destinos turísticos acondicionados, así como vías de acceso en condiciones favorables para internarse a conocer a profundidad la zona y de esa manera atraer el flujo de visitantes necesarios para desarrollar turísticamente al municipio, se aprecia una escasa organización de la oferta de recursos naturales del municipio debido a que no cuentan con un plan estratégico de desarrollo turístico municipal, de manera que los recursos y demás atractivos no constituyen un producto turístico, valorado y divulgado, no obstante el gobierno municipal del período 2012 al 2014, tienen algunos proyectos para impulsar los atractivos con los que cuenta y convertirlos en destinos turísticos capaces de atraer visitantes (ver anexo No.2, pregunta No.9) debido a que por su cercanía permiten ser visitados en un solo día, así como también la ubicación con respecto a San Salvador los volvería atractivos (ver anexo No.2, pregunta No.5), a continuación se detallan los principales destinos que proyecta desarrollar.

#### **▶ ALOJAMIENTO**

Finca de La Familia López, es una finca de grandes dimensiones en la cual se pretende establecer un Hostal para ofrecer alojamiento a turistas, ya que se pueden apreciar vistas panorámicas desde su ubicación, visitar ríos y nacimientos de agua cercanos, clima fresco, así como también no se encuentra muy alejada del centro lo que la hace accesible para los visitantes. (ver anexo No.2, pregunta 9, gráfico. 16)

#### **▶ NATURALES**

Lugares que no han sido explotados turísticamente, ideales para los visitantes que buscan el contacto con la naturaleza y la desconexión de la ciudad, en los cuales se puede apreciar la diversidad de árboles antiguos así como la variedad de aves, propios de

un clima fresco y poco contaminado, entre los cuales podemos mencionar los siguientes:  
(ver anexo No.2, pregunta 9, grafico. 16)

- Nacimientos de agua de los ríos: El Común, El Naranja.
- Rio El Naranja
- Rio Mucuapa
- Cascada “La Caída del Ángel”
- Rio Jiboa.

#### ► FERIAS Y MERCADOS

Las ferias y mercados en San Juan Tepezontes, son organizadas por el gobierno municipal (con la participación de la iglesia) en fechas de festividades locales, en los cuales los habitantes ofrecen una variedad de platillos elaborados con productos cultivados en el territorio, como por ejemplo maíz, frutas y verduras. (Según entrevista realizada a alcaldesa, ver anexo No.4 y comentarios de los habitantes)

De igual manera las artesanías y muebles de madera que son comercializadas, son elaboradas por pobladores artesanos, lo cual permite mejorar la situación económica de los habitantes, por lo que a continuación se detallan los principales eventos realizados a lo largo del año:

- Exposición de artesanías nacionales.
- Venta de artículos elaborados de madera
- Mercados de carácter tradicional
- Venta de productos de temporada, por ejemplo atol de semilla de marañón, atoles a base de maíz, productos a base de elote, pastelitos relleno de carne con papas, elaborado de maíz y el Atol Chuco, además de la venta de cítricos.

## ► FIESTAS TRADICIONALES

### **Atractivo Cultural-Folclórico.**

La calidad humana con la que cuenta el municipio de San Juan Tepezontes, conformada por personas dinámicas, con iniciativa y amabilidad son una oportunidad de atraer visitantes de todos los lugares. (Según entrevista realizada a alcaldesa, ver anexo No.4)

Así como también el bajo nivel delincencial con el que cuentan, permite generar seguridad a los visitantes, a pesar que no cuentan con una oficina de policías, lo que permitiría generar aun más confianza entre los turistas y los invitaría a regresar.

A continuación se detallan las fechas y eventos que se desarrollan en San Juan Tepezontes y en los cuales es posible apreciar su riqueza cultural y folclórica a través de sus coloridos desfiles y sus místicos bailes (información proporcionada por la alcaldesa):

- ✚ Semana Santa: Elaboración de Alfombras conmemorativas.
- ✚ 7 al 15 de agosto: Fiestas Co-Patronales en honor a la Virgen del Tránsito.
- ✚ 20 de agosto: Aniversario Casa de la Cultura
- ✚ Agosto: Festival del Maíz.
- ✚ Septiembre: Desfile en conmemoración de Independencia Patria.
- ✚ 24 al 27 de diciembre : Fiestas Patronales en honor de San Juan Evangelista

#### ***4. Análisis de la Demanda Turística***

En la actualidad las características del turista han cambiando, así como también sus preferencias y necesidades, debido a cambios en el entorno y a la evolución tecnológica, por lo anterior es necesaria una adaptación de los productos turísticos que cumplan con las expectativas de los visitantes actuales que demandan contacto con la naturaleza, aventura, combinado con descanso, cultura y gastronomía, pero principalmente demandan seguridad, este es un factor determinante a la hora de decidir qué destino visitar, (ver anexo No.2, pregunta No.19)

En San Juan Tepezontes se consideró como demanda de productos turísticos a la población de la localidad ya que según lo manifestado en las encuestas el 92% de la población estaría dispuesta a visitar los lugares que se convertirán en atracciones turísticas lo que nos brinda un indicador claro de la demanda, (ver anexo No.2, pregunta No. 5).

Así como la afluencia de turistas potenciales que se espera visiten el lugar cuando reciban la información a través de uno de los medios de comunicación más populares como lo es la televisión (ver anexo No.2, pregunta No.12). Sin embargo, la demanda del servicio turístico es de carácter infinita, partiendo del hecho que no se cuenta con una fuente de datos fidedigna que permita la comprobación de un número exacto de personas que visitan el lugar.

Se estima que la afluencia de turistas y personas que visitan el municipio, esta afectada de acuerdo a la temporada que se encuentre, sea: semana santa, vacaciones de agosto, días festivos, fines de semana, época de verano etc. donde pueden disfrutar en familia, realizando visitas a lugares que más les guste y prefieran, entre las que se destacan dentro del municipio, actividades deportivas, ríos y lagos, festivales (ver anexo No.2, pregunta No.7 y 10) Sin embargo hay que considerar factores externos que no son favorables dentro del entorno, como los desastres naturales, la inseguridad, la distancia y el bajo poder adquisitivo el cual afecta a muchas personas (ver anexo No.2, pregunta No.19)

## **5. Análisis FODA**

### ***a. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas***

Es importante y necesario hacer un análisis a partir de los resultados de la información recopilada y procesada de la investigación de campo, observación directa y bibliográfica de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.

En tal sentido, el FODA lo podemos definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos que son controlables, tales como fortaleza y debilidades, además de factores externos por lo tanto, estos son no controlables, tales como oportunidades y amenazas.

A continuación se definen las fortalezas y las debilidades para el desarrollo turístico del municipio, las oportunidades y amenazas que el contexto exterior ofrece.

**CUADRO N° 3:** FODA del municipio de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz

Análisis Interno	Análisis Externo
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atractivos naturales sin explotar, ríos, cascadas, bosques, nacimientos de agua, vistas panorámicas desde cualquier punto del municipio.</li> <li>2. Gran extensión de tierra y paraje natural para el desarrollo de proyectos turísticos</li> <li>3. Clima agradable.</li> <li>4. Iniciativas del gobierno municipal y apoyo del ministerio de turismo.</li> <li>5. Buena accesibilidad a través de Autopista Panorámica (Principal).</li> <li>6. Competitividad de precios</li> <li>7. Diferentes festividades cívicas, religiosas y culturales en el transcurso del año.</li> <li>8. La cercanía entre sus diferentes destinos turísticos y San Salvador.</li> <li>9. Calidad humana de sus pobladores.</li> <li>10. Infraestructura pintoresca y colonial.</li> <li>11. Cultivo de café, productos cítricos, flores y plantas.</li> <li>12. Variedad de gastronomía.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existencia de una importante demanda potencial.</li> <li>2. Reconocimiento internacional con el esfuerzo publicitario.</li> <li>3. Construcción de nueva y mejor infraestructura local, capaz de atraer un mayor número de visitantes.</li> <li>4. Generación de empleo en la Zona y desarrollo autosostenible.</li> <li>5. Mejorar los servicios complementarios (seguridad policial, servicios sanitarios, limpieza, entre otros).</li> <li>6. Mejoramiento de las vías accesos existentes.</li> <li>7. Aprovechamiento de los recursos naturales.</li> <li>8. Apertura de nuevos mercados con oferta de calidad para el crecimiento comercial.</li> <li>9. Numerosos lugares que potencialmente pueden convertirse en destinos turísticos.</li> </ol>



DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carencia de Policía Nacional Civil, que brinde imagen de seguridad.</li> <li>2. No cuenta con señalización en carretera para llegar a San Juan Tepezontes.</li> <li>3. No aparece en mapa turístico nacional.</li> <li>4. Ausencia de centros de información y senderos por montañas con la debida señalización, así como guías capacitados.</li> <li>5. Falta de oferta de alojamiento para visitantes.</li> <li>6. Falta de aseo y ornato en la zona</li> <li>7. Falta de Servicios Sanitarios.</li> <li>8. Falta de oferta para actividades de naturaleza, aventura, cultura y gastronomía</li> <li>9. Red vial interna del municipio no está pavimentada, dificultando el acceso a los vehículos.</li> <li>10. No hay redes de comunicación por ejemplo, internet, fax, correo electrónico, bancos ó cajeros automáticos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Destrucción de recursos naturales por falta de vigilancia.</li> <li>2. Contaminación del medio ambiente por falta de educación ambiental.</li> <li>3. Derrumbes en época lluviosa.</li> <li>4. Incremento de la inseguridad.</li> <li>5. Otros desastres naturales como terremotos, huracanes, etc.</li> </ol>

FUENTE: \* Grupo de trabajo en base a la investigación de campo

## ***6. Análisis de la mezcla de mercado***

### **1. Producto.**

San Juan Tepezontes, en el departamento de La Paz, es una región montañosa de la llanura costera, es un pueblo pintoresco conocido por pocos, con abundante riqueza de recursos naturales, en donde las estructuras aun conservan un estilo colonial, sus vistas panorámicas combinadas con el clima fresco hacen que desde cualquier punto sea posible observar la unión del cielo y el mar, sus calles angostas y empedradas que tiene

como punto central la iglesia del municipio conduciendo al lugar en donde los pobladores se reúnen a celebrar sus fiestas.

A pesar de los atributos antes mencionados el municipio no cuenta con las condiciones óptimas para ser llamado destino turístico, ya que no ofrece ningún producto que los turistas puedan consumir como por ejemplo: Estancia en hoteles y Hostales, Restaurantes ó cafés, caminatas por Senderos, aventuras extremas como caminatas y Canoopy, entre otras.

Por tal situación el actual gobierno municipal, pretende impulsar el desarrollo de proyectos turísticos con el objetivo de dar a conocer la riqueza natural y cultural con la que cuentan, como por ejemplo los nacimientos de agua que nacen de sus montañas, los diferentes ríos y posas con sus cascadas, las hermosas fincas en las cuales se pueden apreciar los cultivos de café y cítricos, así como la variedad de flores y plantas decorativas, lo cual constituye una motivación para el turista.

Los resultados obtenidos en la interrogante número 7, indican las preferencias de las personas encuestadas y nos muestran que los balnearios, ríos, lagos, bosques y montañas, tiene la mayor aceptación para la realización de actividades recreativas, que sugiere que los servicios acuáticos serian de consumo local. (anexo N0.1, grafico # 14)

Según las respuestas brindadas por lo pobladores a la pregunta número 9 del cuestionario, una cantidad significativa conoce más de un lugar en el cual se pretende desarrollar un proyecto turístico por parte de la municipalidad, lo cual nos indica que se cuenta con clientes potenciales que formarían parte del mercado meta.

## **2. Precio**

Según las respuestas obtenidas a la pregunta numero 11 de la encuesta, la tarifa óptima que la población tiene a su alcance cancelar por la admisión de los lugares que se

convertirán en centros de recreación y esparcimiento familiar es de un dólar, esto se debe a múltiples factores entre los cuales podemos mencionar: el ingreso familiar, el tamaño del grupo familiar, la distancia que tengan que recorrer para llegar, entre otros. Así mismo para los productos gastronómicos y las artesanías deberán establecerse precios al alcance de la población. (anexo No. 2, grafico No. 18)

### **3. Plaza**

Actualmente las iniciativas del gobierno municipal de San Juan Tepezontes han permitido que los pobladores comercialicen sus productos en su mayoría gastronómicos y artesanales en la plaza principal del municipio la cual como se ha mencionado anteriormente no cuenta con una infraestructura adecuada.

El municipio estuvo participando en un evento nacional denominado “Feria de los Pueblos Vivos” impulsada por el Ministerio de Turismo de El Salvador, con el objetivo de dar a conocer algunos productos gastronómicos y artesanales, así como dar a conocer a nivel nacional al municipio para incrementar las visitas de turistas. (Según entrevista realizada a alcaldesa)

### **4. Promoción**

En San Juan Tepezontes debido a que no existe una oferta turística establecida, no se cuentan con planes de publicidad y promoción que impulsen eventos que se desarrollan en la localidad, así tampoco se cuentan con centros de información a visitantes que brinden información básica del municipio.

Sin embargo existen sitios web como youtube que brindan información de San Juan Tepezontes, videos de sus lugares más importantes y fotografías de los eventos que realizan los pobladores, además la alcaldía municipal ya posee una cuenta en facebook, con el objetivo de brindar información a turistas locales y extranjeros.

También está realizando esfuerzos para que el municipio aparezca en el mapa turístico nacional, y de esa manera lograr la señalización de la carretera que conduce al lugar para aprovechar el paso de los visitantes a municipios vecinos.

Por lo anterior podemos decir que la promoción de los distintos servicios que integran el producto turístico puede realizarse de forma individual o conjunta, aprovechando las ventajas del internet y de las redes sociales.

## **E. ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

### ***1. Alcances***

Mediante el desarrollo de la investigación, logramos alcanzar ciertos objetivos trazados desde el inicio, por ejemplo conocer el municipio de San Juan Tepezontes, sus autoridades municipales y la calidez de sus pobladores, los cuales al conocer el objetivo de la investigación se mostraron en la disposición de brindarnos la información necesaria para el desarrollo de la misma.

Así como también logramos observar el potencial que posee el municipio para impulsar una serie de proyectos turísticos, ya que cuentan con una riqueza de recursos naturales, vistas panorámicas y agradable clima, por lo que creemos firmemente en el éxito de dichos proyectos.

Se realizaron varias visitas en las que tuvimos la oportunidad de participar en festivales gastronómicos, festivales del maíz y fiestas co-patronales, en los cuales observamos la organización y el esfuerzo que ponen todos los pobladores para realizar dichas actividades y lo cual enriqueció el contenido de la investigación.

Finalmente logramos comprobar la capacidad que como estudiantes tenemos para realizar un proyecto que contribuya al desarrollo de comunidades, brindándoles un diagnóstico de su situación actual, así como las recomendaciones básicas para que tengan en cuenta la función del producto como satisfacer deseos y necesidades de un determinado grupo de clientes.

## ***2. Limitaciones***

A pesar de los alcances de la investigación también existieron limitaciones durante la misma, como por ejemplo el mal clima muchas veces impidió nuestros viajes a San Juan Tepezontes ya que el camino es una zona de derrumbes en época lluviosa, por lo que la investigación duro un poco más del tiempo estimado inicialmente.

Así como también los horarios laborales de los investigadores, fueron un factor limitante en la investigación, ya que solamente se podían programar visitas al municipio en fines de semana, por lo que algunas personas no se encontraban en sus casas para brindarnos entrevistas, pero en cada ocasión se lograban superar dichos contratiempos.

Es importante mencionar las fallas de los equipos tecnológicos que sufrió el equipo investigador, debido a que en ocasiones nos reuníamos en la noche para trabajar y los equipos fallaban, al mismo tiempo, la electricidad también fallaba, la información se perdió en más de una ocasión, sin embargo a pesar de esas experiencias aprendimos a contar con planes de contingencia que permitieran continuar.

El transporte se convirtió en una de las limitantes al momento de realizar las encuestas ya que en un solo vehículo no alcanzaba todo el equipo encuestador por lo que realizamos el viaje en autobús, lo cual nos llevo más tiempo y agotamiento del normal.

## **F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### ***1. Conclusiones***

De acuerdo a la investigación realizada se determinan las siguientes conclusiones:

- a) El municipio de San Juan Tepezontes carece de algunos servicios y comercios básicos que demandan los turistas actuales, entre ellos tenemos parqueo, servicios sanitarios, oficina de información al turista y restaurantes.
- b) San Juan Tepezontes no aparece dentro del mapa turístico nacional, por lo que se coloca en desventaja con respecto a otros municipios aledaños, por

ello no recibe un número significativo de turistas, ya que no es considerado dentro de los destinos turísticos.

- c) San Juan Tepezontes posee características importantes para convertirse en destino turístico, por su agradable clima, cercanía con la ciudad capital así como también posee desde cualquier ángulo vistas panorámicas.
- d) La ciudad de San Juan Tepezontes carece de transporte público interno debido al mal estado de las calles, lo que dificulta la visita de turistas a sitios importantes que se pretenden dar a conocer.
- e) El municipio de San Juan Tepezontes posee bajos niveles de criminalidad por lo que carece de una delegación policial, lo que causa desconfianza a los visitantes.
- f) El Gobierno municipal cuenta con el apoyo de la población para forma parte de los comités de desarrollo turístico que permitan organizar la oferta de bienes y servicios del municipio, con el objetivo de satisfacer la demanda.
- g) La población manifestó su interés en el desarrollo de proyectos específicos por parte del gobierno municipal tales como: la creación de viveros cafeterías, miradores, caminatas por senderos, y la construcción de plazas municipales, ya que permitirá el emprendimiento de nuevos negocios y el aumento del turismo.
- h) San Juan Tepezontes produce café de alta calidad, así como frutas cítricas y una variedad de flores y plantas.

## ***2. Recomendaciones.***

Conforme a las conclusiones antes expuestas, se considera conveniente recomendar lo siguiente:

- a) Mejorar las condiciones de higiene y salubridad del municipio, así como la construcción de infraestructura básica como servicios sanitarios, estacionamientos, información turística, señalización en la carretera y senderos, con el objetivo de generar confianza en los visitantes.
- b) Buscar apoyo del Ministerio de Turismo para que el municipio sea incluido dentro del mapa turístico nacional y se logró la señalización en la carretera.
- c) Promocionar el municipio a través de instituciones relacionadas con el turismo en El Salvador, con el objetivo de convertirlo en destino turístico y desarrollar la economía local.
- d) El gobierno municipal deberá enfocar sus esfuerzos al mejoramiento de las carreteras y vías, así como el acondicionamiento de los lugares que se convertirán en atracciones turísticas para satisfacer la demanda.
- e) Se recomienda buscar a poyo de la Policía Nacional Civil para establecer una delegación dentro del municipio que permita mantener índices delincuenciales en sus niveles mínimos y convertir dicha característica en una de sus mayores fortalezas.
- f) Facilitar alianzas con CONAMYPE que contribuyan al desarrollo de las micros y pequeñas empresas, para potenciar su competitividad así como la generación de ingresos y empleos con la condición de establecer crecimiento económico local.

- g) Buscar apoyo económico para financiar los proyectos turísticos del gobierno municipal y de esta manera mejorar la infraestructura del municipio y brindar instalaciones adecuadas para desarrollarse como destino turístico, con el objeto de lograr el desarrollo local.
  
- h) Incentivar la comercialización de café, frutas, flores y plantas a través de la organización de agro mercados ó facilitando canales de comercialización.



## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA PARA IMPULSAR PROYECTOS TURÍSTICOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SAN JUAN TEPEZONTES, QUE CONTRIBUIRÁN AL DESARROLLO LOCAL A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.**

#### **PRESENTACIÓN.**

En función de los resultados obtenidos en el diagnóstico de la oferta y demanda turística del municipio, se determinó que por la carencia de estrategias de mercado, el municipio recibe un número mínimo de turistas, por lo tanto se comprobó la necesidad de diseñar un plan estratégico turístico que contribuirá al desarrollo local, que permita crear un mayor flujo de visitantes y turistas.

Con la realización de un estudio de mercado, se impulsarán los proyectos turísticos que tiene el actual gobierno municipal, lo que contribuirá a la creación de nuevos empleos, así como también al fortalecimiento de la actividad económica, que permitirá convertir al municipio en una opción de destino turístico a nivel nacional e internacional.

Con la implementación de estrategias de mercado, se pretende crear una guía práctica para lograr los objetivos propuestos y de esa manera fomentar condiciones que permitan la creación de la oferta y demanda turística, para beneficio de la población.

## **A. OBJETIVOS**

### ***1. General***

Elaborar un plan estratégico, para impulsar proyectos turísticos que contribuyan al desarrollo local a través de la creación de oferta y demanda turística, en el municipio de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.

### ***2. Específicos***

- a. Definir estrategias adecuadas que permitan crear la oferta y demanda turística en el municipio de San Juan Tepezontes.
- b. Aprovechar las fortalezas y oportunidades con las que cuenta el municipio, para impulsarlo como una opción al visitante que gusta del contacto con la naturaleza.
- c. Diseñar una mezcla estratégica de mercado que permita dar a conocer los diferentes atractivos turísticos naturales con los que cuenta el municipio.

## **B. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADO PARA PROYECTOS TURÍSTICOS.**

### ***1. Misión***

Ofrecer un producto turístico, orientado al descanso y la aventura a través del uso de los recursos naturales y culturales del municipio, que a su vez impulsen el desarrollo local y contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

### ***2. Visión***

Ser un municipio reconocido a nivel nacional e internacional como un destino turístico ecológico y de aventura, y convertirse en una alternativa para que los visitantes tengan un espacio de esparcimiento, recreación y descanso.

### **C. MERCADO META.**

Tomando en cuenta la zona geográfica del municipio y los datos que revelaron las encuestas, se segmenta el mercado de la siguiente manera:

#### ***1. Mercado Meta Primario.***

Está compuesto por los turistas y habitantes del municipio de San Juan Tepezontes, así como también los turistas de los municipios aledaños: San Miguel Tepezontes, San Francisco Chinameca, Santiago Texacuangos, Santo Tomas, Olocuilta, San Marcos, dichos municipios constituyen la ruta de la Carretera a Comalapa.

También se puede llegar a San Juan Tepezontes desde la Carretera Panamericana, llegar a Cojutepeque y tomar la carretera panorámica pasando por los siguientes municipios: Cojutepeque, saliendo por la colonia Jardines de Las Pavas, llegando al municipio de San Ramón, continuando por Santa Cruz Analquito, siguiendo hasta llegar a San Emigdio (que es la entrada al municipio de Paraíso de Osorio), municipio que colinda con San Juan Tepezontes.

Para las personas que vienen del oriente del país, al llegar a Zacatecoluca tomar la carretera que conduce hacia San Juan Nonualco, llegando a San Rafael Obrajuelo, siguiendo hacia Santiago Nonualco, continuando a Rosario de La Paz, pasando por los siguientes municipios: San Pedro Masahuat, San Antonio Masahuat, San Miguel Tepezontes municipio vecino de San Juan Tepezontes.

FIGURA N0.1: Mapa de ruta carretera a Comalapa.

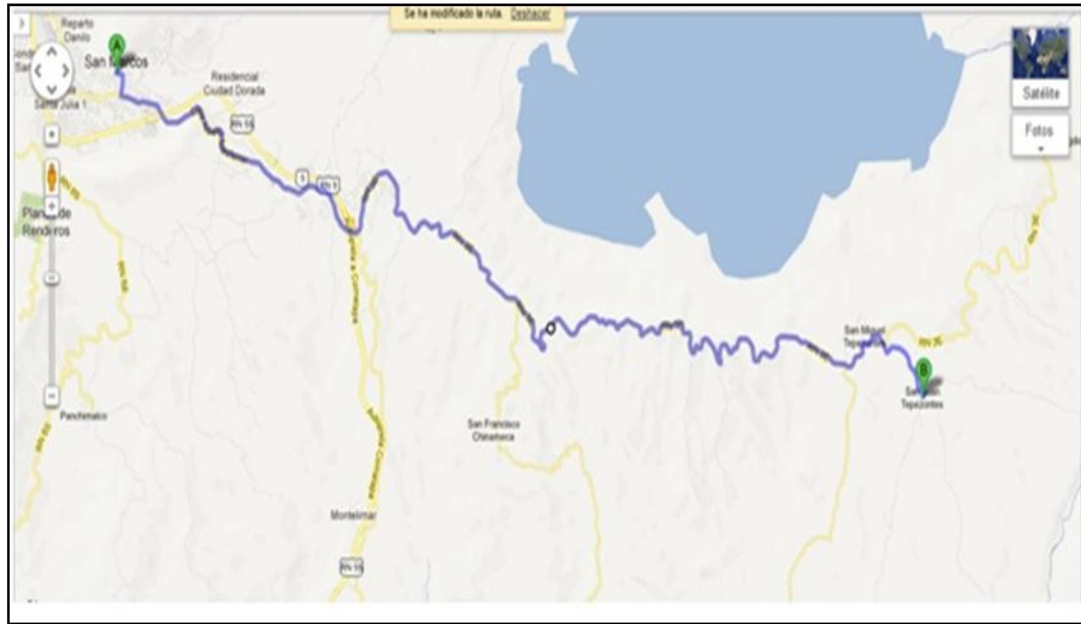
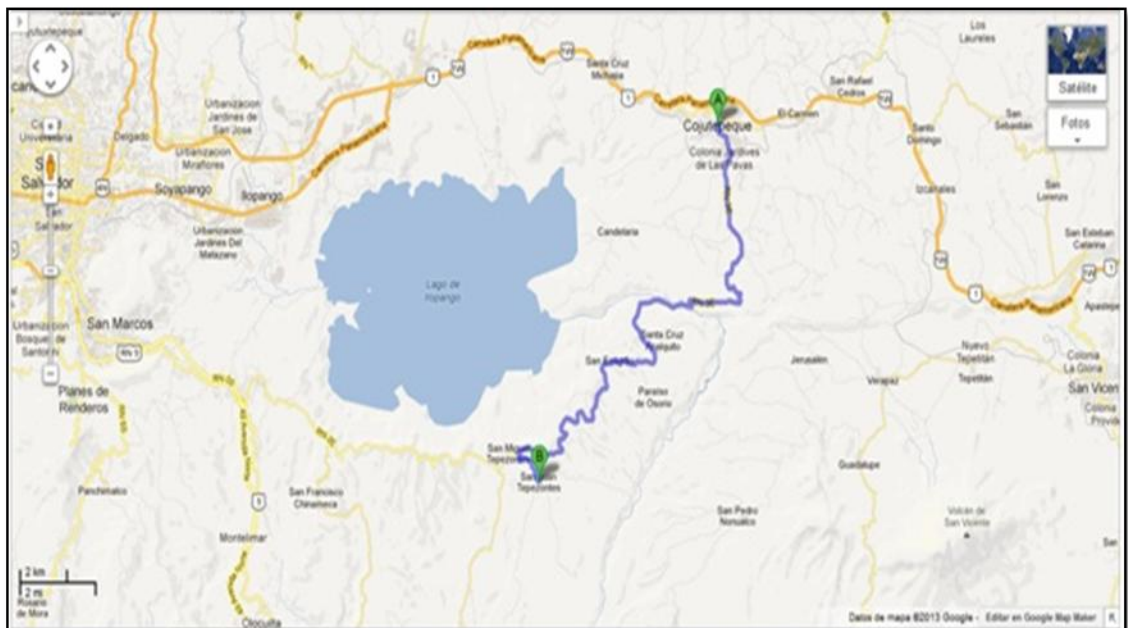
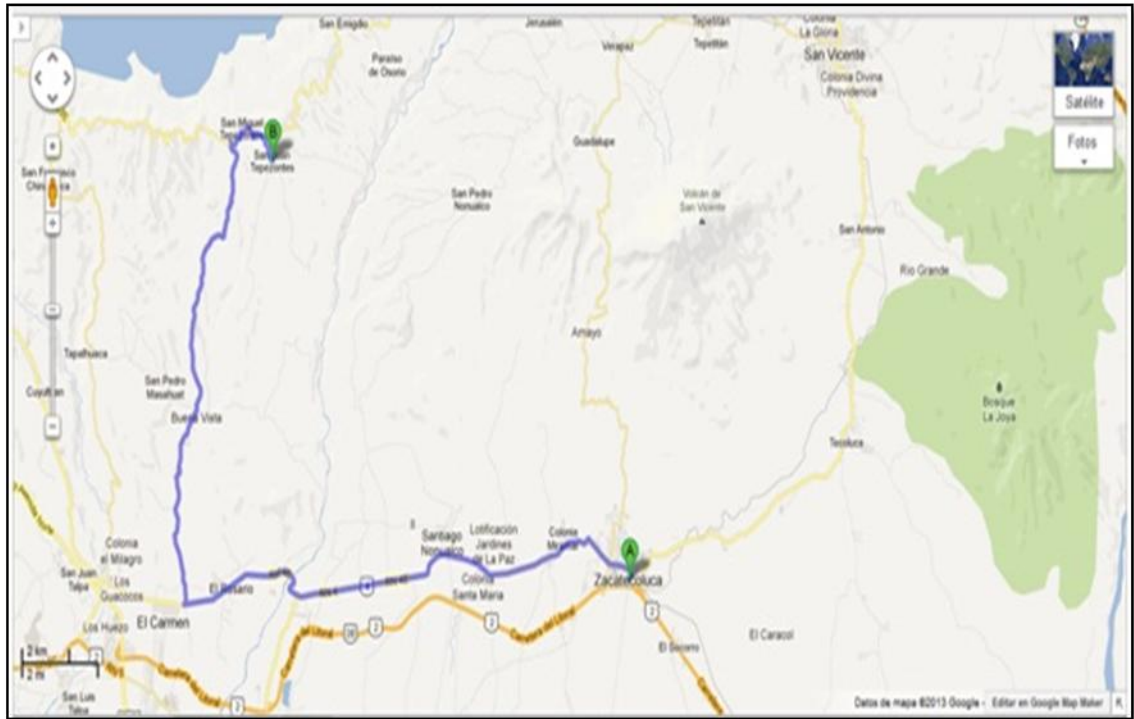


FIGURA N0.2: Mapa de ruta carretera Panamericana.



**FIGURA N0.3:** Mapa de ruta carretera antigua a Zacatecoluca (vía Tejera)



## 2. Mercado Meta Secundario.

Está compuesto por las personas que tienen interés en el turismo en general y poseen el ingreso económico suficiente para adquirir el servicio ofertado, y que solo desean salir de la rutina y conocer nuevas alternativas, así como también aquel sector de la sociedad que solo disfruta con la familia o amigos en temporadas como: vacaciones, asuetos, vacaciones de trabajo, entre otros.

### D. DISEÑO DE ESTRATEGIAS.

#### 1. Ofensivas (FO)

**Potenciales:** Pretende utilizar las fortalezas internas de la organización, con el objetivo de aprovechar las oportunidades externas.

Según la ubicación y la abundante vegetación con la que cuenta el municipio se debe poner en marcha la creación de diversas rutas Eco turísticas, y la construcción de infraestructura de un vivero café con instalaciones adecuadas ya que se cuenta con el

apoyo gubernamental al turismo local para así lograr llamar la atención de turistas y de los mismos pobladores.

Formar vínculos con instituciones como MITUR (Ministerio de Turismo), CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo), con el objetivo de buscar capacitación para la población y que esta pueda brindar un mejor servicio a los turistas.

Promocionar el municipio como un destino turístico económico a través de la creación de publicidad enfocada al clima, recursos naturales, oferta gastronómica y cercanía a la zona metropolitana en lugares de masiva circulación en la ciudad de San Salvador para así captar este mercado que es muy amplio y que no es explotado por este municipio.

Establecer rangos en cuanto a las tarifas, que serán de acuerdo a los diferentes productos que se ofrecerán en cada temporada, generando fuentes de empleo, lo cual contribuirá a que los pobladores tengan ingresos no solo en una temporada si no en todo el año.

## *2. Defensivas (FA)*

**Desafiantes: Se disminuye el impacto de las amenazas apoyándose en las fortalezas.**

Uno de los mayores atractivos con los que cuenta este municipio es su vegetación. La cual esta siendo deteriorada por la misma población por lo tanto se hace una necesidad proteger el patrimonio natural, promoviendo la conservación del medio físico- natural teniendo como base las actividades que se desarrollen en pro del cuidado del entorno.

En lo que respecta a la seguridad contra desastres naturales el municipio no cuenta con capacitación y debido a que esta rodeado de muchos cerros es vulnerable a derrumbes por lo que se deben crear vínculos con las autoridades de protección civil para que sean impartidas capacitaciones.

Crear un comité encargado de fomentar el cultivo, debido a que muchos pobladores cuentan con manzanas de terrenos las cuales no son explotadas de una forma adecuada ya que las tierras son muy fértiles y se pueden cosechar hortalizas y arboles frutales.

### *3. Adaptativas (DO)*

**Riesgosas: Estas aprovechan las Oportunidades para eliminar las Debilidades.**

Debido a la poca iniciativa por comenzar un negocio por parte de los habitantes, se pretende estimular una cultura emprendedora así como generación de las condiciones necesarias para favorecer su desarrollo, generando empleos y actividades comerciales dentro del municipio, por ejemplo: servicios de alimentación (Comedores y cafeterías), servicios de alojamiento (hospedajes familiares y hostales), ventas de artesanías (recuerdos, artesanías, bisutería, etc.), ventas de flores y plantas.

Mejorar el entorno urbano como lo son sus calles y la forma de desecho de aguas negras para así tener el desarrollo para una oferta comercial accesible y de calidad aprovechando lo pintoresco que es el municipio.

Definir el producto turístico local y dotarlo de medios y recursos para su desarrollo, así como la clasificación de: recursos naturales, culturales, gastronómicos y patrimoniales con los que cuenta.

Establecer un plan de desarrollo turístico en la zona, mediante el apoyo de instituciones públicas y privadas.

### *4. Supervivencia (DA)*

**Limitantes: Se disminuyen las debilidades y equilibran las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo (Cruce DA).**

Como en la mayor parte del país en San Juan Tepezontes el servicio de transporte no es muy apropiado ya que no hay servicio dentro del municipio, por lo que se necesita crear

un sistema de transporte que facilite el desplazamiento y la llegada a los distintos destinos turísticos de la zona, la opción más factible son las Motos Taxis, las cuales se pueden implementar a través de múltiples opciones: creación de cooperativas, asociaciones, inversión municipal, etc.

La delincuencia es un mal que aqueja a la mayor parte del país en la actualidad, el municipio no es la excepción en los alrededores la delincuencia esta surgiendo, debido a la falta de un puesto policial que brinde más tranquilidad no solo para los habitantes sino también a las personas que lo visiten, por lo cual es de suma importancia un acuerdo con las autoridades de la Policía Nacional Civil para que puedan brindar la seguridad que se necesita en los alrededores de San Juan Tepezontes.

Un problema que tiene el municipio es que no cuenta con señalización en la carretera de acceso por lo que es necesario hacer convenios con instituciones como el MOP (Ministerio de Obras Publicas) para que colaboren en la señalización, para que las personas que quieran visitar el municipio puedan llegar sin ningún problema.

#### **E. MEZCLA ESTRATÉGICA DE MERCADO.**

En la actualidad El Salvador considera el turismo como una oportunidad de fomentar el desarrollo sostenible, es por eso que en San Juan Tepezontes las ofertas turísticas deben satisfacer las necesidades de los turistas por medio de una oferta turística que cumpla con las expectativas de los consumidores y genere beneficios a la actividad económica por medio de los siguientes elementos:

##### ***1. Producto***

San Juan Tepezontes tendrá a largo plazo una diversa oferta turística la cual se encuentra en proyecto por parte del actual gobierno municipal dirigido por la Lic. Iris López de Asunción, ya que cuenta con recursos que lo permiten, entre los cuales podemos mencionar:



### ***a. Recursos Naturales***

Los recursos naturales que serán ofertados como producto turístico en San Juan Tepezontes son: Nacimientos “El Común”, “La Cabecera” y Río El Naranjo, se encuentran ubicados en diversos puntos del centro de la ciudad, a los cuales se puede llegar en menos de cinco minutos.

La Cueva Hedionda, se encuentra ubicada aproximadamente a dos kilómetros del centro del municipio, en donde podrán disfrutar del contacto directo con la naturaleza.

El Río Mucuapa se encuentra ubicado aproximadamente a cinco kilómetros del centro, la ruta de llegada la constituye en su mayoría senderos y veredas.

La Caída del Ángel es una cascada de aproximadamente diez metros de altura, y luego de esta encontramos La poza de Lico, con una profundidad de aproximadamente de tres metros,

El Río Jiboa, ubicado aproximadamente a ocho kilómetros del centro a través de caminos rurales y veredas, llegando en un tiempo aproximado de dos horas.

Finca de la Familia López, ubicada a un kilómetro del centro, la ruta de llegada la constituyen calles pavimentadas y caminos vecinales.

A los lugares antes detallados los turistas podrán llegar con la ayuda de los guías turísticos los cuales se pueden contactar en la Oficina de Información al Turista, donde se les brindaran dos opciones de desplazamiento, a través de caminatas ó contratando servicios de transporte.

**FIGURA NO.4:** Lugares que representan recursos naturales del municipio de San Juan Tepezontes.



#### ***b. Viveros Cafeterías***

Será un atractivo importante ya que ofrecerá al turista una variedad de platillos Nacionales y Extranjeros, Café cultivado en la región en diversas recetas así como un lugar de descanso y la oportunidad de comprar flores y plantas cultivadas en la región.

La población que tendrá la oportunidad de emprender este tipo de restaurantes son los que cuenten con ubicaciones accesibles e infraestructura adecuada para satisfacer las necesidades de los turistas, así como servicios extras tales como: servicio telefónico, conexiones a internet, y que acepten pagos con tarjetas de crédito y debito.

#### ***c. Vías de Acceso.***

Reparación y ornamentación de la carretera de entrada a San Juan Tepezontes y principales calles del centro del municipio en los barrios El Calvario, El Centro, El común y Costa Rica, dicho proyecto se realizará por medio de la creación de convenios con el MOP (Ministerio de Obras Publicas), en el cual se solicitará el soporte técnico, la

mano de obra y la maquinaria a dicha institución, la alcaldía municipal se encargará de la compra de los materiales necesarios, con fondos provenientes del FODES (Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios de El Salvador) destinados a la inversión.

**FIGURA N0.5:** Reparación y ornamentación de carretera entrada a San Juan Tepezontes.



#### ***d. Miradores***

San Juan Tepezontes cuenta con una ubicación en la que es posible apreciar desde cualquier punto la zona costera así como el Lago de Ilopango, por lo que la construcción de Miradores turísticos dentro del municipio se ubicarán estratégicamente en los contornos de la Iglesia Católica ya que por su ubicación es el punto más alto de la zona y será parte fundamental para fomentar el turismo, ya que los turistas buscan lugares en donde puedan apreciar la belleza de sus paisajes y capturar sus recuerdos a través de fotografías.

**FIGURA N0.6: MIRADORES TURISTICOS*****e. Caminatas por Senderos***

Dentro de San Juan Tepezontes existe un proyecto el cual tiene como objetivo el diseño de las diversas rutas para la realización de caminatas las cuales son un producto turístico atractivo para los consumidores que practican el deporte del senderismo ya que les permite respirar aire puro y el contacto con la naturaleza, sin embargo la municipalidad deberá establecer una oficina de información turística la cual brindará el servicio de Guías, los cuales ofrecerán las caminatas a diferentes destinos para conocer los gustos de los consumidores y generar confianza en el turista.

**FIGURA N0.7 : LUGARES DE SENDEROS EN SAN JUAN TEPEZONTES.**

### ***f. Plazas***

La construcción de la plaza se deberá adecuar tomando en cuenta las necesidades requeridas para la realización de eventos públicos, entre los cuales se pueden mencionar: Construcción de Mini Auditorium, Gradería Techada, espacio para cancha multiusos, área de comidas.

En la plaza se desarrollará una diversidad de eventos los cuales a su vez contribuirán al desarrollo económico local, tales como: concursos de danza moderna, eventos musicales en vivo, ferias de artesanías, festivales gastronómicos, agro mercados y otros.

Dichos eventos se realizan actualmente en San Juan Tepezontes, sin embargo con la readecuación de la Plaza Central por medio de una nueva infraestructura, permitirá que la municipalidad organicé los eventos de una manera ordenada.

### ***g. Festivales Culturales***

Los festivales culturales han sido una alternativa para atraer al turista Nacional y Extranjero y en el cual se involucra a diversos artesanos y comerciantes locales, los cuales mostrarán sus productos a los visitantes, dichas actividades a pesar de realizarse en las fechas de festividades locales, se propone realizar un festival gastronómico el último sábado de cada mes en donde se ofrecerán distintos atractivos tales como: venta de diferentes platillos típicos, música en vivo, exposición y venta de artesanías elaboradas por artesanos locales, extendiendo los eventos hasta la noche, para generar turismo nocturno.

**FIGURA N0.8: FESTIVALES CULTURALES**



## 2. Precio

El precio es un elemento importante a establecer al momento de ofrecer nuestros productos y servicios y mediante el cual es posible incrementar las ventas así como también atraer a nuevos clientes.

Lo que se pretende es dar a conocer al municipio a nivel nacional e internacional para incrementar las visitas de turistas.

Los proyectos turísticos que deben tomar en cuenta la variable precio son: Restaurantes, Viveros Cafeterías, Guías Turísticos y Hostales.

Por lo tanto podrían implementar la siguiente política en relación al precio:

- **Restaurantes:** descuentos del 10% en la realización de eventos sociales y celebraciones en fechas especiales por ejemplo día de la madre, día del padre, día de San Valentín y fiestas patronales y co-patronales del municipio.  
Así como también promociones para Grupos Familiares de seis personas en adelante, se brindará bebida ilimitada ó postre gratis con café por cada menú consumido.
- **Viveros Cafeterías:** Precios al dos por uno, por lo menos un día a la semana, así como también Café gratis por la compra de un postre, y descuentos especiales del 10% a grupos a partir de seis personas.
- **Guías Turísticos:** Precios especiales a Grupos a partir de 7 personas, Caminatas a dos destinos por un precio de \$3.00, descuentos especiales a Empresas que quisieran contratar varios guías a diferentes destinos turísticos.
- **Hostales:** Descuentos especiales en temporadas bajas de año (Enero, Julio y Noviembre) del 25%, así como también en temporada alta los precios serán de \$25.00 la habitación para dos personas con desayuno incluido.

- **Casas de Alojamiento:** se habilitarán en temporadas de alta demanda turística a través de la población del municipio, brindando el servicio de habitación básico con un precio de \$10.00 para contribuir a ampliar la oferta.

### **3. Promoción**

El tipo de promoción que se utilizará para el municipio de San Juan Tepezontes será diversa con el objetivo de atraer tanto a turistas nacionales y extranjeros, que prefieran realizar viajes en familia para disfrutar el contacto con la naturaleza.

Los medios que se utilizarán son: Página Web, Redes Sociales (Facebook, Twitter), Vallas Publicitarias, Impresos (Tarjetas de Presentación, Hojas Volantes, Brochures).

#### **a) Creación de Eslogan:**

El eslogan con la leyenda “**Magia, Calidez y Naturaleza, lo encuentras en ... San Juan Tepezontes**”, se menciona la palabra magia ya que al llegar al lugar a pesar de ubicarse cerca de San Salvador se puede percibir un cambio en el ambiente y apreciar sus vistas panorámicas, la calidez de las personas que habitan en el municipio hacen agradable la visita de los turistas y lo invitan a regresar, Naturaleza, es por la abundante vegetación con la que cuenta el municipio creando un clima agradable, todo lo anterior se puede encontrar en San Juan Tepezontes.

**"Magia, Calidez y Naturaleza lo encuentras en...  
San Juan Tepezontes"**

#### **b) Redes Sociales:**

Se utilizarán las siguientes redes sociales como medio de promoción del municipio de San Juan Tepezontes:

### ❖ FACEBOOK

Desarrollar su propio sitio oficial en facebook, donde se publique todo el acontecer turístico del municipio, donde se encuentre información de las rutas turísticas existentes, historia del municipio, comentarios, galería de fotos, noticias, ofertas de productos y servicios del municipio. Será un espacio administrado directamente por el comité de desarrollo turístico del municipio.

**FIGURA N0.9: SITIO OFICIAL EN FACEBOOK**



### ❖ VALLAS PUBLICITARIAS:

Se diseñarán tres vallas publicitarias una de las cuales será colocada en la autopista a comalapa frente a la terminal del sur en el municipio de San Marcos, la segunda valla se ubicará en la entrada al municipio de Cojutepeque, Carretera Panamericana, las cuales contarán con una dimensión de tres metros de ancho por dos metros de alto, para la colocación de dicha vallas se buscarán convenios con las alcaldías de los municipios para que no se incurra en ningún costo de colocación, esto permitirá persuadir a visitar el municipio.



La tercera valla se colocará en la entrada de San Juan Tepezontes, dándole la bienvenida a los visitantes y turistas, sus dimensiones serán dos metros de ancho por un metro y medio de alto.

**FIGURA NO.10: DISEÑO DE VALLAS PUBLICITARIAS DE PERSUASIÓN.**



**"Magia, Calidez y Naturaleza lo encuentras en...  
San Juan Tepezontes!"**

Visítanos y disfruta de agradable clima y vistas panorámicas desde cualquier punto de la ciudad, nacimientos de agua rodeados de abundante vegetación, caminatas hacia la cascada "Salto el ángel" con más de 10 metros de alto.

Visítanos será un placer atenderte.

infórmate en :  
[www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes](http://www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes).

**FIGURA N0.11: DISEÑO DE VALLA PUBLICITARIA DE BIENVENIDA**



❖ **ANUNCIO:**

Publicar anuncios en periódicos de mayor circulación (La prensa Gráfica y El Diario de Hoy) y revistas turísticas, durante periodos previos a vacaciones de semana santa, vacaciones agostinas, fiestas patronales del municipio y fines de semana.

El diseño del anuncio consiste en una portada resumen que refleja los lugares atractivos e imágenes del municipio de San Juan Tepezontes, por medio de una breve descripción del municipio, mencionando la ruta de llegada a San Juan Tepezontes.

En la parte superior del anuncio se presenta un logo y el slogan propuesto del municipio, en la parte izquierda se han colocado imágenes que muestran la iglesia y un mirador ubicado en la carretera de entrada al municipio, así mismo en la parte derecha contará con imágenes alusivas a eventos que se realizan así como de los recursos naturales con los que se cuenta, finalmente en la parte central se invitan a visitar San Juan Tepezontes en sus principales fechas festivas.

La publicación en los periódicos será en página impar, a color, en un cuarto de página, en la sección de sociales de la prensa gráfica y en la sección de entretenimiento de el diario de hoy. La publicación se hará en los meses siguientes Marzo, Abril, Agosto, Septiembre y Diciembre, publicando dos veces al mes preferiblemente el día viernes y sábado, anticipándose al fin de semana y persuadiendo a la población a que visiten San Juan Tepezontes en su tiempo de descanso.

En cuanto a las publicaciones en las revistas turísticas del Ministerio de Turismo que se publican cada tres meses, se publicará en cada una de las ediciones, variando el diseño y el tipo de publicación, haciendo énfasis en los principales atractivos turísticos del municipio.

**FIGURA NO.12: DISEÑO DE ANUNCIO EN PERIÓDICO Y REVISTAS TURÍSTICAS.**

**"Magia, Calidez y Naturaleza lo encuentras en...  
San Juan Tepezontes"**





La iglesia está ubicada frente a la plaza central del pueblo. En ella apreciarán imágenes antiguas y muy característica de los pueblos salvadoreños.

**San Juan Tepezontes,  
Municipio en el  
Departamento de La Paz.**  
 Visítanos y disfruta de  
 agradables vistas panorámicas  
 desde cualquier punto de la  
 ciudad.  
**Un pueblo cerca del cielo.**

**FERIAS Y MERCADOS**



En el mes de agosto Podrás disfrutar del festival del maíz, donde te deleitarás de deliciosos platillos típicos y otras delicias de la temporada.

**RECORRIDO**



En el recorrido se encuentran diversos miradores contemplando hermosas vistas panorámicas, donde se puede apreciar el lago de Ilopango.

El municipio de San Juan Tepezontes, se encuentra ubicado a 50 kilómetros de la ciudad de San Salvador, es un municipio que cuenta con atractivos turísticos naturales como nacimientos de agua, ríos y mucha vegetación que hacen de él una ciudad diferente y atractiva.

Visítanos y descubrirás un paraíso,  
 Encontraras más información en:  
 Fan page:  
[www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes](http://www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes)

**FIESTAS TRADICIONALES.**

- ❖ Semana Santa: Elaboración de Alfombras conmemorativas.
- ❖ 7 al 15 de agosto: Fiestas Co-Patronales en honor a la Virgen del Tránsito.
- ❖ 20 de agosto: Aniversario Casa de la Cultura
- ❖ Agosto: Festival del Maíz.
- ❖ Septiembre: Desfile en conmemoración de Independencia Patria.
- ❖ 24 al 27 de diciembre: Fiestas Patronales en honor de San Juan Evangelista.

**RECURSOS NATURALES**



Caminatas por senderos y riachuelos, manantiales frescos rodeados de vegetación.

#### ❖ BROCHUR.

La propuesta contiene algunas de las ofertas turísticas más representativas que posee el municipio, una serie de imágenes en alusión a los mismos e información de contactos via teléfono y página web con el comité de desarrollo turístico de la localidad.

El diseño del brochure tendrá colores atractivos, dando a conocer las características, breve descripción de los lugares para motivar a practicar el turismo interno, teniendo una medida de ocho por diez pulgadas, que es el equivalente a una página de papel bond tamaño carta. Estos serán distribuidos en eventos y festivales de otros municipios así como a nivel nacional, tales como: Feria de Pueblos Vivos, Ministerio de Turismo y Organizaciones dedicadas al fomento del turismo a nivel nacional.

FIGURA N0.13: DISEÑO DE BROCHURE PARTE FRONTAL

Alcaldía Municipal de  
San Juan Tepezontes.



Visítanos y disfruta de agradables vistas panorámicas desde cualquier punto de la ciudad, además de visitar los nacimientos de agua, en medio de muchos árboles rodeado de abundante vegetación, puedes pasear por los ríos de la cercanía que tienen cascadas de más de 10 metros de alto, conocido como "Salto el Ángel". Ven y disfruta del clima agradable, tendrás una experiencia inolvidable.

Visítanos será un placer atenderle.



**Organización**

DIRECCIÓN Barrio El Centro Calle  
Salvador Minero, San Juan  
Tepezontes, departamento de La Paz

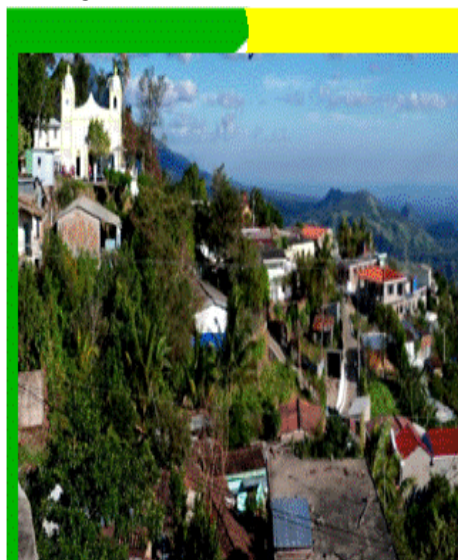
Patrono: San Juan Evangelista

Fiesta Patronales:

Del 23 al 27 de Diciembre

Teléfono Alcaldía: 2362-2001 / 2362-2285

Visítanos y descubrirás un paraíso  
Encontraras mas información en:  
Fan page: [www.facebook.com/  
Turismo.San.Juan.Tepezontes](http://www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes).



Magia, Calidez y naturaleza  
lo encuentras en...  
Un mundo por descubrir!!!



San Juan Tepezontes.

Un lugar mágico

**Parte Interna.**

San Juan Tepezontes un lugar Mágico.

**Misión**

Brindar un servicio eficiente y eficaz, el cual permita un desarrollo en el nivel de vida de los ciudadanos, a través de la salud, educación, mejorando las vías de acceso y buscando alternativas que conduzcan al bien común de los habitantes del municipio.

**Visión**

Conducir al municipio de San Juan Tepezontes y su administración, hacia la interrelación comunidad-municipio, y buscar a través del esfuerzo mutuo el desarrollo de este con una administración transparente y con participación ciudadana.

**Principios y Valores**

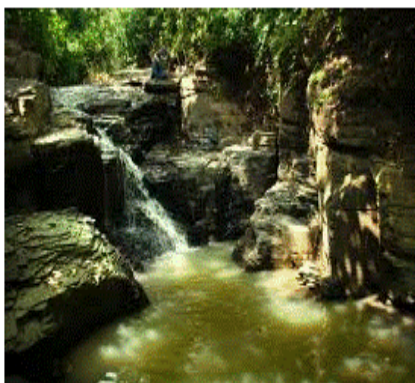
- La armonía fomenta el Trabajo en Equipo.
- La Transparencia, Honestidad y Participación ciudadana
- La Lealtad de los empleados con la institución son valorados y apreciados por la alta dirección.



Carretera hacia San Juan hermosas vistas panorámicas , lago Ilopango.



Al fondo Volcán Chinchontepec. significa en idioma nahuat "Cerro de dos tetas". Es un volcán de doble pico. Uno tiene una cumbre plana, y el otro tiene una forma cónica



Río Cantón la Cruz



Al pasar por San Juan Tepezontes, hasta llegar al río Jiboa las personas siempre encuentra donde divertirse.

Ayúdanos a proteger y conservar nuestros recursos naturales colabora con tu municipio.



Fan page: [www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes](http://www.facebook.com/Turismo.San.Juan.Tepezontes)

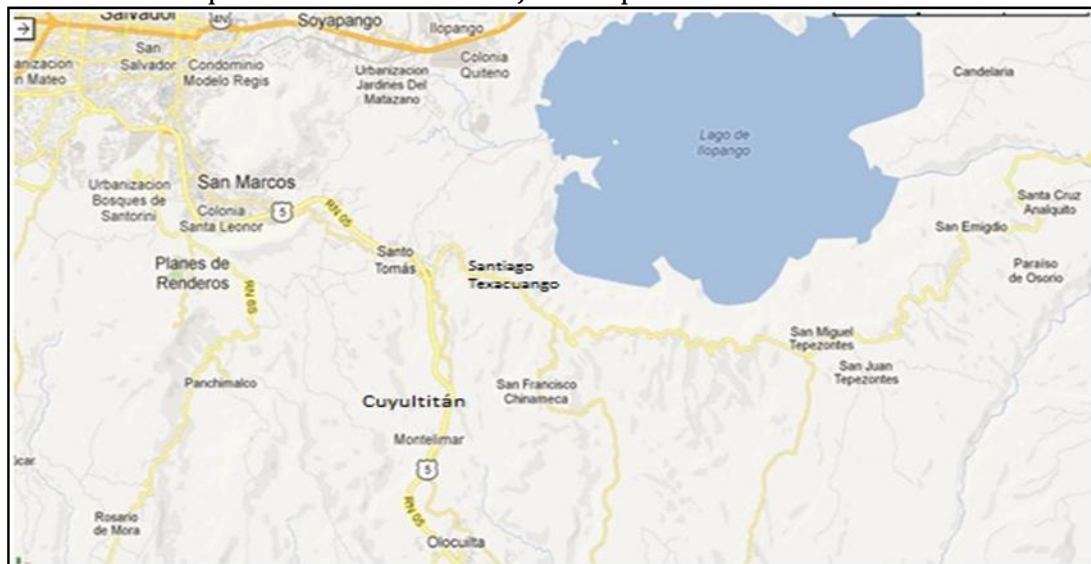
### ❖ TELEVISIÓN.

Durante el año se gestionará la visita de programas televisivos dedicados a promover el turismo nacional. En las visitas se pretende que se recorran los diferentes atractivos naturales con los que cuenta el municipio así mismo promover las festividades locales que se realizan durante el año, dentro de los cuales se pueden mencionar, Mi País TV programa transmitido en canal 21, así como Orgullosamente Salvadoreño, transmitido en canal 12, Tours TV ocho Agape, transmitido en canal 8, la promoción en los programas antes mencionados en de forma gratuita.

#### 4. Plaza

El lugar ó plaza donde se comercializará el producto, en nuestro caso los proyectos turísticos del municipio de San Juan Tepezontes ubicado en el departamento de La Paz en la zona central del país, en el cual interactúa la oferta turística conformada por los proyectos que implementará el Gobierno Municipal en cooperación con la Iglesia y la población que desee involucrarse así como también la demanda la cual está compuesta por turistas nacionales y extranjeros.

**FIGURA N0.14:** Mapa carretera hacia San Juan Tepezontes.





## **F. PLAN ESTRATÉGICO DEL ESTUDIO DE MERCADO**

En esta última etapa del estudio de mercado se determinará el tiempo y los recursos con los que se contará para implementar el plan de trabajo.

Para el municipio de San Juan Tepezontes el tiempo que se ha estimado para poder realizarse los diferentes proyectos turísticos es un año empezando del año 2013.

Dentro del Plan de trabajo se desarrollarán las acciones dirigidas a garantizar que las actividades que se realizarán serán una contribución al desarrollo económico y social del municipio, ya que detalla las estrategias que se deberán seguir para la promoción turística y brindar productos y servicios que satisfagan las expectativas de los visitantes, sin descuidar la preservación del medio ambiente.

### ***1. Objetivos.***

#### **a) General**

Desarrollar un conjunto de estrategias, orientadas al desarrollo de productos y servicios turísticos que permitan dar a conocer al municipio de San Juan Tepezontes y en consecuencia incrementar las visitas de turistas.

#### **b) Específicos**

- ✚ Brindar estrategias que permitan incrementar la demanda turística al municipio.
- ✚ Fortalecer las destrezas de la población del municipio para brindar productos y servicios de calidad que permitan promover el municipio.

### ***2. Formación del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.***

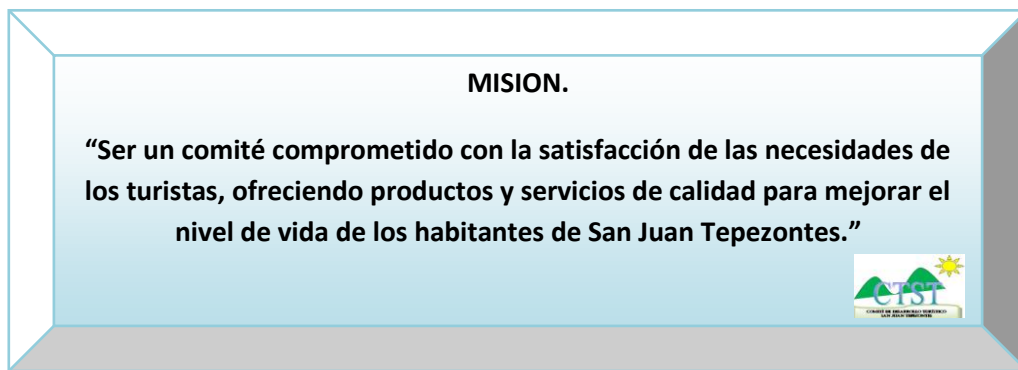
Es necesario que se cree un comité en el cual se concentren esfuerzos para lograr objetivos de desarrollo turístico, y constituirlo legalmente en el Registro Nacional de

Turismo de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) por consiguiente será considerado dentro de la oferta turística.

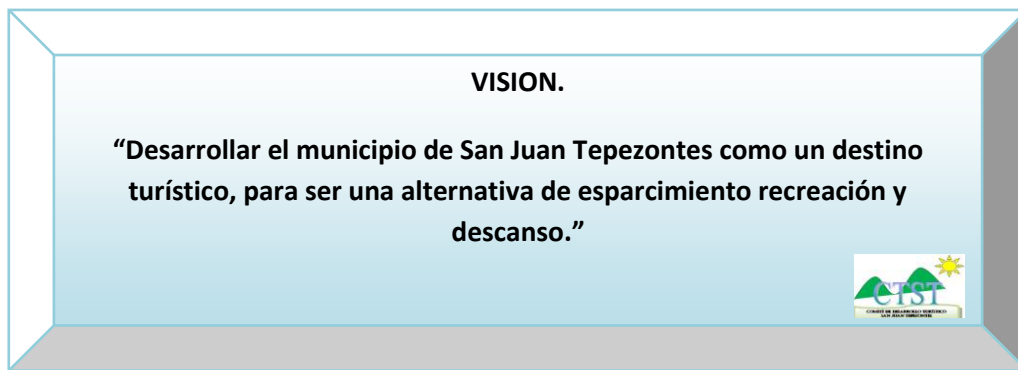
### ***3. Filosofía Institucional.***

Se sugiere una Misión y una Visión acorde a los objetivos para desarrollar el turismo en el municipio de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.

#### ***a. Misión***



#### ***b. Visión***



*c. Logotipo.*

El logotipo contiene un sol que representa la calidez de su gente, dos montañas que representan la abundante vegetación y parte del significado de su nombre Tepezontes “Cuatrocientos Cerros”, las letras son la abreviatura del nombre del comité de desarrollo turístico de San Juan Tepezontes y el color azul representa la abundancia de nacimientos de agua.

**FIGURA N0.15:** Diseño del Logotipo del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.



**4. Objetivos**

**a) General.**

Desarrollar el turismo en el municipio de San Juan Tepezontes, con el apoyo de las personas que conforman la oferta turística de la ciudad.

**b) Específicos.**

- ✚ Implementar estrategias colectivas que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas que visitan la zona.

- ✚ Realizar alianzas estratégicas con instituciones públicas ó privadas que contribuyan a desarrollar el turismo en el municipio.

### **5. Políticas.**

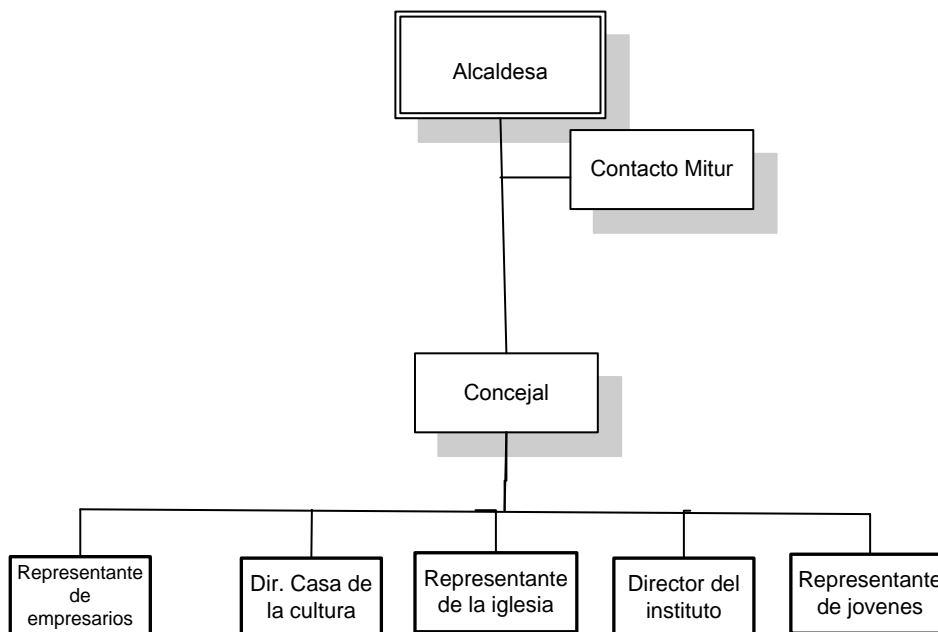
- Las decisiones se tomarán a través de votación y se llevarán a cabo las decisiones por mayoría de votos.
- Serán miembros del comité las personas que cumplan con los requisitos para formar parte del mismo.
- Es obligación de todos los miembros del comité asistir a las reuniones convocadas con tres días de anticipación para poder informarse de las estrategias a realizarse.
- Planificar y controlar el desarrollo de las actividades del municipio como ferias, campañas de limpieza u ornamentación y otras con fines turísticas.

### **6. Requisitos.**

- Haber nacido en el municipio de San Juan Tepezontes.
- Mayor de 18 años de edad.
- Con interés de promover el desarrollo turístico del municipio.

### ***7. Organigrama del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.***

**ESQUEMA N0.5:** Diseño de organigrama del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.



### ***8. Funciones del Comité de Desarrollo Turístico.***

Estará integrado por pobladores de San Juan Tepezontes, con el interés de promover el desarrollo turístico del municipio, sus funciones son:

- ✓ Velar por el desarrollo planificado y controlado del turismo, trayendo beneficio económico y social a la población de la zona.
- ✓ Calendarizar las actividades con fines turísticos que se realizan en el municipio, esto con el fin de hacer del conocimiento de los participantes todas las festividades a realizarse.
- ✓ Coordinar esfuerzos en actividades de publicidad y promoción
- ✓ Realizar una adecuada capacitación de guías turísticos.

- ✓ Promover la conservación de los recursos naturales, costumbres y tradiciones que pertenecen a la zona.
- ✓ Acatar las recomendaciones del cuerpo técnico de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo), en la planificación y desarrollo de actividades.
- ✓ Presentar informes en las reuniones sobre el desarrollo de estrategias a todos los miembros del comité.
- ✓ Asistir a las reuniones del Comité de Desarrollo Turístico.
- ✓ Promover la cultura a través de jornadas informativas a los habitantes de la zona.
- ✓ Apoyar las actividades culturales para el entretenimiento y conocimiento de los turistas que visitan la zona.

## **G. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.**

### ***1. Presentación.***

La presentación del Estudio de Investigación se hará en la Alcaldía Municipal con el objetivo que sea analizado y discutido por el concejo municipal y esperando que sea implementado.

### ***2. Recursos***

#### ***a) Recursos Humanos***

Los recursos humanos necesarios para llevar a cabo la implementación del plan presentado en este trabajo son los miembros del concejo municipal y personal de la alcaldía municipal, Pobladores de San Juan Tepezontes entre los que podemos mencionar comerciantes, empresarios, director de la casa de la cultura, director del Instituto Nacional, sector juvenil e Iglesia.

**b) Recursos Materiales.**

**CUADRO N° 4:** Detalle de los recursos materiales a utilizar para la oficina del Comité de Desarrollo Turístico.

Cantidad	Bienes	Precio Unitario	Precio Total
1	Computadora de Escritorio.	\$550.	\$ 550.
1	Computadora Portátil	\$700.	\$ 700.
1	Papelería y Útiles	\$300.	\$ 300.
1	Impresor láser a colores.	\$ 90.	\$ 90.
1	Fotocopiadora.	\$300.	\$ 300.
1	Teléfono fax	\$100.	\$ 100.
	Acceso a Internet.		
2	Escritorios.	\$130.	\$ 260.
2	Sillas	\$ 45.	\$ 90.
1	Mesa para reuniones de 10 personas	\$225.	\$ 225.
1	Pizarra acrílica	\$ 70.	\$ 70.
Total			<b>\$2,685</b>

**c) Recursos Financieros.**

Dentro del presupuesto de las Alcaldías Municipales, se encuentra el rubro de Proyectos de Inversión pública y desarrollo social el cual incluye proyectos tales como mejoramiento de calles, carreteras, señalización vial, servicios sanitarios, parques y otros, los cuales son financiados principalmente por el FODES (Fondo de Desarrollo Económico y Social para las municipalidades), por lo tanto se propone que para ejecutar el Plan de Implementación del Estudio de Mercado para Impulsar los Proyectos Turísticos del Municipio de San Juan Tepezontes, se utilice parte del 80% del FODES (Fondo de Desarrollo Económico y Social para las municipalidades) destinado para la inversión y desarrollo.

Así mismo la Alcaldía Municipal a través de la Lic. Iris López de Asunción, puede establecer convenios con empresas privadas y organizaciones no gubernamentales para gestionar recursos materiales ó económicos, con el objetivo de promover el desarrollo del municipio en el que todos obtengan beneficios.

### 3. Capacitación.

Debido a la importancia que es dar un buen servicio a un turista, se pretende implementar un programa de capacitación en el municipio de San Juan Tepezontes, dicho programa estará dirigido a todas las personas involucradas directamente con el servicio a los turistas, enfocándose en los siguientes contenidos, servicio al cliente, primeros auxilios, historia del municipio, legislación e interpretación ambiental.

Para impartir el programa de capacitación es necesario solicitar asistencia técnica al MITUR (Ministerio de Turismo), así como también a organismos involucrados, tales como CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo), INSAFORP (Instituto Salvadoreño de Formación Profesional), CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa), las capacitaciones se impartirán por medio de convenios entre las instituciones y la alcaldía, en donde las instituciones prestarán el servicio profesional y la alcaldía incurrirá en costos tales como: local, Materiales y Equipo, transporte y alimentación.

Los contenidos a desarrollarse, el periodo y la duración se detallan a continuación:

#### CUADRO N° 5: Descripción de capacitación, Calidad y Excelencia en el Servicio al Cliente.

<b>Título de la Capacitación:</b> Calidad y Excelencia en el Servicio al Cliente.	<b>Periodo:</b> septiembre de 2013.
	<b>Duración:</b> 15 Horas.
<b>Objetivo:</b> Conocer la importancia que representan los clientes, el negocio y la forma en que deben ser tratados para lograr su lealtad.	
<b>Contenido:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Concepto y Estrategia de Servicio al Cliente.</li> <li>✓ Calidad y Excelencia en el servicio al cliente.</li> <li>✓ Técnicas de atención al cliente.</li> </ul>	



**CUADRO N° 6:** Descripción de capacitación, Primeros Auxilios Básicos.

<b>Título de la Capacitación:</b> Primeros Auxilios Básicos.	<b>Periodo:</b> septiembre de 2013.
	<b>Duración:</b> 4 Horas.
<b>Objetivo:</b> Proporcionar asistencia en Primeros Auxilios básicos, a visitantes y turistas, ante una emergencia.	
<b>Contenido:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Introducción a los primeros auxilios</li> <li>✓ Respiración y Reanimación cardiopulmonar.</li> <li>✓ Métodos de contención de hemorragias.</li> <li>✓ Asistencia a Fracturas.</li> </ul>	

**CUADRO N° 7:** Descripción de capacitación, Historia del Municipio.

<b>Título de la Capacitación:</b> Historia del Municipio.	<b>Periodo:</b> septiembre de 2013.
	<b>Duración:</b> 6 Horas.
<b>Objetivo:</b> Brindar información a los visitantes y turistas para dar a conocer la historia, costumbres y tradiciones del municipio.	
<b>Contenido:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento del Entorno Natural.</li> <li>✓ Conocimiento del Entorno Histórico y Social.</li> <li>✓ Conocimiento del Entorno Productivo.</li> </ul>	

**CUADRO N° 8:** Descripción de capacitación, Legislación e interpretación ambiental

<b>Título de la Capacitación:</b> Legislación e interpretación ambiental	<b>Periodo:</b> septiembre de 2013.
	<b>Duración:</b> 8 Horas.
<b>Objetivo:</b> minimizar los riesgos, garantizar la seguridad y proteger la vida y el medio ambiente.	
<b>Contenido:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acciones que mejoran y protegen El Medio Ambiente.</li> <li>✓ Organizaciones que protegen el Medio Ambiente.</li> <li>✓ Leyes de protección al Medio Ambiente.</li> </ul>	

#### 4. Presupuesto.

**CUADRO N° 9:** Detalle de presupuesto para la implementación del Plan Estratégico del Estudio de Mercado.

Descripción	Costo Unitario (US\$)	Cantidad	Costo Total (US\$)
<b><u>PUBLICIDAD MASIVA</u></b>			
Periódicos (1/4 de pagina Full Color)	\$1,000.00	10 publicaciones	\$10,000.00
Televisión (viáticos para representantes)	\$ 25.00	3 personas 4 visitas	\$ 300.00
<b><u>PIEZAS GRAFICAS</u></b>			
Valla Publicitaria (elaboración)	\$ 350.00	3 vallas	\$1,050.00
Brochures (1 página)	\$ 0.25 (Unidad)	1,000 Unidades	\$ 250.00
<b><u>OTROS RECURSOS</u></b>			
Recursos Materiales			\$ 2,685.00
Capacitaciones (viáticos)	\$ 25.00	10 Personas 4 capacitaciones	\$ 1,000.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$15,285.00</b>
(+) Imprevistos (10%)			<b>\$1,528.50</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$16,813.50</b>

- Cálculos estimados para un año.

### ***5. Cronograma de actividades.***

Para implementar el Plan estratégico del estudio de mercado para la ciudad de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz, es necesario indicar el plazo y el tiempo de ejecución de las diferentes actividades, el cual se detalla a continuación:



## H. BIBLIOGRAFÍA.

### LIBROS

1. Baca Urbina, Gabriel (2006) *Evaluación de Proyectos*, 5ta Ed. México: McGraw-Hill.
2. Fernández Luna, G., Mayagoitia Barragan, V., y Quintero Miranda, A., (2010), *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, México: Instituto Politécnico Nacional.
3. Fischer de la Vega Laura y Navarro Alma Emma, *introducción a la investigación de Mercados*, (1996) 3a ed. México: McGraw-Hill Interamericana.
4. Hernández Sampieri, Roberto y otros., (2010) *Metodología de la Investigación*. 5ta. Ed. México: McGraw-Hill.
5. Lobato Gómez, Francisco Mata, y Margarita de la Rodríguez, Soledad (2010), *Operaciones administrativas de compra-venta*. España: Macmillan Iberia.
6. Muñoz Campos, Roberto (2004) *La investigación científica paso a paso*, 4ª Ed. El Salvador; talleres gráficos UCA
7. Kotler Philip y Armstrong Gary, *Fundamentos de Marketing*, (2003) México; Prentice-Hall.
8. Kotler Philip y Lane Keller Kevin, (2006) *Diccionario de Marketing*, 12a. ed. México: Pearsón Educación.
9. kotler Philip, Bosen John y Makens James, *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*, (1997.) 1era. ed., México: Prentice-Hall.
10. Sandhusen Richard L, *Marketing*, (2000) 3era ed., Estados Unidos: barron's,
11. Stanton William J., Michael J. Etzel y Bruce J. Walker *Marketing*, (2004) 13a. ed. México: McGraw-Hill.

### TESIS.

- Cortez Marín, Nancy Carolina y otros, Tesis “Estrategias para Potenciar el Desarrollo Turístico en la Ruta de Las Flores” UCA. 2006.

- Carlos Vladimir Reyes Andrade y otros, “Plan de Mercadeo para incrementar el número de visitantes en el parque infantil de diversiones administrado por la dirección nacional de espacios de desarrollo cultural de la secretaría de cultura en el municipio de San Salvador.” UES. 2012
- Ligia Rocío Méndez Montano y otros, “Plan Estratégico para Potenciar el Desarrollo Turístico en la Zona Costera del Departamento de La Libertad” UES. 2006,

### **LEYES**

1. Código de Comercio, Decreto Legislativo No. 671 del 8 de mayo de 1970, Publicado en el D.O. N0. 140, Tomo 228, del 31 de julio de 1970.
2. Código Municipal, Decreto Legislativo N0. 274 del 31 de enero 1986, Publicado en el D.O. N0. 23, Tomo 290, del 5 de febrero de 1986.
3. Constitución de la República de El Salvador. Decreto Constituyente No. 38 del 15 de diciembre de 1983, publicado en el D.O. N° 234, Tomo N° 281, del 16 de diciembre de 1983.
4. Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES), Decreto Legislativo No. 74 del 8 de septiembre de 1988, Publicado en el D.O. No. 176, Tomo 300, del 23 de septiembre de 1988.
5. Ley del Medio Ambiente, Decreto Legislativo No. 233 del 2 de marzo de 1998, publicado en el D.O. No. 79, Tomo 339, del 4 de mayo de 1998

6. Ley de Turismo, Decreto Legislativo No. 899, de diciembre de 2005, publicado en el D.O. No. 237, Tomo No. 369. Del 20 de diciembre de 2005.
7. Ley General Tributaria Municipal, Decreto Legislativo No. 86 del 17 de octubre de 1991, publicado en el D.O. No. 242, Tomo 313, del 21 de diciembre de 1991.
8. Ley Orgánica del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM), Decreto Legislativo No. 616, del 4 de marzo de 1987, publicado en el D.O. No. 52, Tomo 294, del 17 de marzo de 1987.
9. Reglamento del Medio Ambiente, Decreto Legislativo No. 17 del 21 de marzo de 2000, Publicado en el D.O. No. 73, Tomo No. 347, del 12 de abril de 2000.

## **DOCUMENTOS**

- Plan Estratégico 2011-2012, de la Alcaldía Municipal de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz.
- Boletín Turismo Sostenible, CORSATUR, 2004.

## **PÁGINAS WEB**

- ✓ Bligoo.com, destinos y productos turísticos del mundo, consultado el 1 de junio de 2012, desde:  
<http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica>
- ✓ Definicion.de, mercado turístico, consultado el 26 de mayo de 2012, desde:  
<http://definicion.de/mercado-turistico/>

- ✓ mitecnologico.com, objetivo del estudio de mercado, consultado el 19 de mayo de 2012, desde:  
<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionObjetivoDelEstudioDeMercado>
  
- ✓ monografía.com, Mercado, Diversos Conceptos, consultado el 12 de mayo de 2012, desde:  
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ESTUDIO>
  
- ✓ Picardi de Sastre, Marta S., y otros, Metodología de Investigación en Emprendimiento Turísticos, Estudio de Mercado (Edición Electrónica), consultado el 12 de mayo de 2012, desde:  
<http://www.economicasunp.edu.ar/06publicaciones/información/anuario%2002/picardi-133.PDF>.
  
- ✓ Plan Nacional de Turismo 2014, El Salvador, consultado el 10 de mayo de 2012, desde:  
<http://www.lib.utexas.edu/benson/lagovdocs/elsalvador/federal/turismo/PlanNacional2014.pdf>.
  
- ✓ PROMED, Investigación de Mercado: aspectos generales, consultado el 10 de mayo de 2012, desde:  
<http://www.contactopyme.gob.mx/promede/invmdo.asp>.
  
- ✓ promonegocios.net, Tipos de Mercados, Consultada el 29 de junio de 2012, desde:  
<http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>.



**ANEXOS.**

## Anexo N0.1



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



Cuestionario dirigido a los habitantes de San Juan Tepezontes.

### INTRODUCCIÓN

Buenos días (tardes) somos egresada(o)s de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, y estamos realizando un Estudio de Mercado para potenciar el desarrollo turístico de la zona de San Juan Tepezontes, La información que nos brinde será utilizada únicamente y exclusivamente para fines académicos, agradecemos de antemano su valiosa colaboración en el desarrollo del siguiente cuestionario.

### INDICACIONES

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

#### I. DATOS GENERALES

##### a. Edad

- |   |   |
|---|---|
| a. De 15 a 17 años <input type="checkbox"/> | d. de 32 a 38 años <input type="checkbox"/> |
| b. De 18 a 24 años <input type="checkbox"/> | e. de 39 a 65 años <input type="checkbox"/> |
| c. De 25 a 31 años <input type="checkbox"/> | f. mas de 66 años <input type="checkbox"/>  |

**OBJETIVO:** Conocer las edades de las personas que les gustaría visitar las atracciones turísticas.

##### b. Género:

- |                                      |                                       |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| a. Femenino <input type="checkbox"/> | b. Masculino <input type="checkbox"/> |
|--------------------------------------|---------------------------------------|

**OBJETIVO:** Conocer el género de las personas que visitaran los lugares turísticos.

##### c. Estado Familiar:

- |   |   |
|---|---|
| a. Soltero(a) <input type="checkbox"/>    | d. Divorciado(a) <input type="checkbox"/> |
| b. Casado(a) <input type="checkbox"/>     | e. Viudo(a) <input type="checkbox"/>      |
| c. Acompañado(a) <input type="checkbox"/> | f. Separado(a) <input type="checkbox"/>   |

**OBJETIVO:** Identificar el estado civil de los encuestados.

**d. Ocupación o profesión :**

- |                  |                          |                |                          |
|------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| a. Estudiante    | <input type="checkbox"/> | e. Jubilado(a) | <input type="checkbox"/> |
| b. Empresario(a) | <input type="checkbox"/> | f. Ama de casa | <input type="checkbox"/> |
| c. Profesional   | <input type="checkbox"/> | g. Obrero      | <input type="checkbox"/> |
| d. Empleado(a)   | <input type="checkbox"/> | h. Jornalero   | <input type="checkbox"/> |
|                  |                          | i. Otro        |                          |
- especifique\_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Conocer a que se dedica y conocer si es profesional.

**e. Nivel de escolaridad.**

- |                     |                          |                             |                          |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| a. Educación básica | <input type="checkbox"/> | d. Universitario            | <input type="checkbox"/> |
| b. Bachiller        | <input type="checkbox"/> | e. Postgrado                | <input type="checkbox"/> |
| c. Técnico          | <input type="checkbox"/> | f. Ninguno de los señalados | <input type="checkbox"/> |

**OBJETIVO:** Conocer su nivel de escolaridad

**f. Vive usted a los alrededores de esta zona?**

- Si  
 No

**OBJETIVO:** Conocer si el encuestado es residente de la zona.

**II. CONTENIDO**

**1. ¿Practica usted con su familia algún tipo de actividades recreativas?**

- Sí  
 No

**Si su respuesta fue SI, ¿con que frecuencia lo hace?**

- De 1 a 3 veces al mes  
 De 3 a 5 veces al mes  
 Más de 5 veces al mes

**OBJETIVO:** Investigar si practican algún tipo de actividades recreativas con su familia.

**2. ¿Qué tipo de viajes Realiza en sus vacaciones?**

- Viaja dentro del territorio del país  
 Viaja fuera del territorio del país  
 No reside en el país, pero viaja dentro del territorio del país.

**OBJETIVO:** Conocer si realiza viajes dentro o fuera del país.

3. **¿A cuánto asciende el monto que gasta cada vez que sale con su familia a realizar actividades de diversión?**

- De \$10.00 a \$50.00
- De \$50.00 a \$100.00
- De \$150.00 a \$200.00
- Más de \$200.00

**OBJETIVO:** Conocer cuanto es el monto que la familia gasta cuando realizan actividades de diversión.

4. **¿Considera Ud. que dentro del Municipio de San Juan Tepezontes existan lugares donde se podría potenciar centros de recreación y esparcimiento familiar?**

- Sí
- No

**OBJETIVO:** Indagar si los pobladores conocen lugares que se podrían potenciar como centros de esparcimiento y si estarían dispuestos a visitarlos.

5. **Si su respuesta anterior es si ¿Estaría usted dispuesto a visitarlos?**

- Sí
- No
- Talvez

**OBJETIVO:** Saber si los pobladores visitarían los lugares recreativos que se crearan en el municipio.

6. **¿Qué tipo de lugares recreativos visita actualmente con su familia?**

- Centros Comerciales
- Parques acuáticos
- Restaurantes
- Centros Deportivos

**OBJETIVO:** Conocer qué tipo de lugares visitan actualmente.

**7. ¿Qué tipo de lugares recreativos le gustaría visitar con su familia?**

- Bosques y Montañas
- Ríos y Lagos
- Balnearios
- Parques
- Caminatas
- Campamentos
- Canoopy
- Actividades Deportivas
- Otros especifique: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Conocer qué tipo de actividades recreativas podrían implementarse en los lugares turísticos.

**8. ¿Estaría de acuerdo en la construcción de atractivos turísticos, para beneficios de la comunidad de San Juan Tepezontes?}**

- Sí
- No

**OBJETIVO:** Conocer si consideran que la construcción de atractivos turísticos beneficiaría a la comunidad.

**9. De la siguiente lista de lugares del municipio de San Juan Tepezontes, ¿cuales ha visitado?**

- Nacimientos "El Común", "La Cabecera" y Rio "El Naranjo"
- La cueva Hedionda
- Rio Mucuapa y la caída "El Ángel"
- La Poza de Lico
- Rio Jiboa
- Finca de la Familia López

**OBJETIVO:** Investigar si los pobladores conocen los lugares turísticos que potenciará la municipalidad.

**10. ¿Cuál de las siguientes atracciones turísticas le gustaría que el municipio implementara?**

Enumérelas del 1 al 12, siendo 1 la de mayor importancia y 12 la de menor importancia.

- Viveros cafetería
- Miradores
- Caminatas por Senderos
- Plazas
- Venta de Artesanía
- Festivales Culturales
- Zonas de Campamento
- Canopy
- Parques Acuáticos
- Centros Deportivos
- Hoteles, Hostales y Alojamientos.

**OBJETIVO:** Investigar cual las atracciones turísticas que les gustaría tener en el municipio.

**11. Dentro de los siguientes rangos de tarifa ¿Qué cantidad estaría dispuesto(a) a pagar por visitar los lugares turísticos de San Juan Tepezontes?**

- \$0.50 centavos de dólar
- \$0.75 centavos de dólar
- \$1.00 dólar
- \$1.50 de dólar
- \$2.00 dólares

**OBJETIVO:** Conocer qué tarifa estarían dispuestos a pagar por visitar los lugares turísticos.

**12. Si la municipalidad creara atracciones turísticas, por cual medio de comunicación quisiera enterarse de la existencia de dichas atracciones?**

- Televisión
- Periódico
- Revistas
- Radio
- Internet
- Vallas publicitarias
- Brochures
- amigos-familiares
- Otros (especifique)

**OBJETIVO:** Definir a través de que medio publicitarios se promoverán las atracciones turísticas.

**13. ¿Le gustaría ser parte del fomento del turismo en San Juan Tepezontes?**

Sí     No     Talvez

**OBJETIVO:** Conocer si consideran que la construcción de atractivos turísticos beneficiaría a la comunidad.

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

- Alimentos
- Artesanía
- Café y Postres
- Cítricos
- Flores y Plantas
- Mobiliario de Madera
- Otros. \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Investigar si las personas están dispuestas a poner sus negocios, y que les gustaría ofrecer.

**15. ¿Qué tipo de empleo le gustaría tener en San Juan Tepezontes?**

- Empleo en Restaurantes
- Empleo en Hotel
- Guía Turístico
- Promotor de Viaje
- Otros \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Conocer las necesidades de empleo de la población del municipio.

16. ¿Por que considera importante el turismo?

- Genera Empleos
- Genera Ingresos
- Genera Comercio
- Produce Imagen
- Captar Visitantes
- Ayuda al desarrollo del municipio.

**OBJETIVO:** Investigar el nivel de conocimiento de los encuestados con respecto al desarrollo turístico del municipio de San Juan Tepezontes.

17. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte de algún comité para el desarrollo turístico del municipio de San Juan Tepezontes?

- SI     No     Talvez

Si su respuesta fue SI:

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

- Alimentación
- Alojamiento
- Transporte
- Ventas
- Artesanías
- Guía turístico
- Otros \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Investigar si les gustaría ser parte de los comités que se formarían en el municipio, para el desarrollo del turismo.



19. A su punto de vista que aspectos deben mejorarse en el municipio de San Juan Tepezontes para atraer un mayor número de turistas?

Enumere de 1 al 12

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

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

**OBJETIVO:** Conocer los aspectos a mejorar en el municipio.

#### DATOS DE CONTROL

Para uso exclusivo del encuestador

Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Responsable: \_\_\_\_\_

Nº de cuestionario: \_\_\_\_\_

## Anexo N0.2



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



### Análisis y tabulación de Cuestionario dirigido a los habitantes de San Juan Tepezontes.

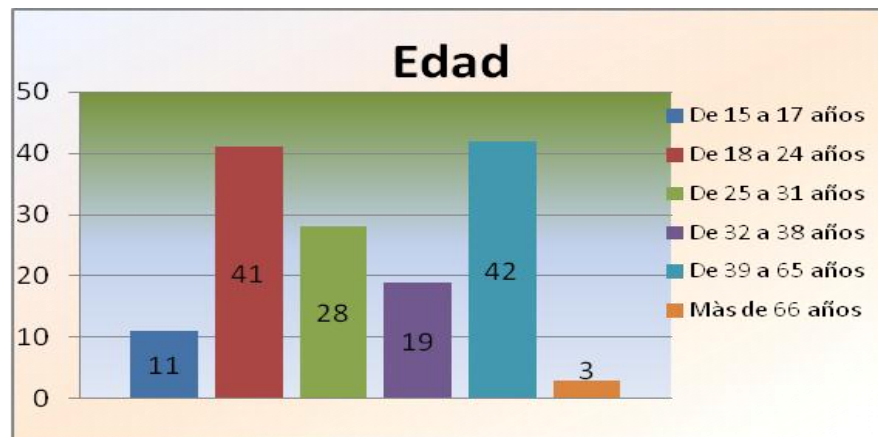
#### a. Edad

**Objetivo:** Conocer las edades de las personas que les gustaría visitar las atracciones turísticas.

Tabla # 1

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 17	11	8%
De 18 a 24	41	29%
De 25 a 31	28	19%
De 32 a 38	19	13%
De 39 a 65	42	29%
Más de 66	3	2%
Total	144	100%

Grafico # 1



**Análisis:** La edad de las personas encuestadas, determinamos que se encuentran en dos grandes grupos, adultos jóvenes y adultos mayores, lo que significa que se encuentran en la edad productiva y pueden generar ingresos, y se encuentran dentro del mercado potencial.

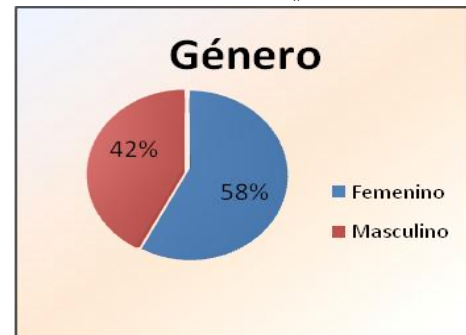
**b. Género**

**Objetivo:** Conocer el género de las personas que visitaran los lugares turísticos.

Tabla # 2

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	83	42%
Masculino	61	58%
Total	144	100%

Grafico # 2



**Análisis:** Al analizar los datos con respecto al género, tenemos que la mayor parte de los entrevistados corresponden al género femenino este fenómeno es debido a que las mujeres muchas veces asumen el rol de amas de casa, por lo tanto permanecen mas dentro del municipio

**c. Estado Familiar**

**Objetivo:** Identificar el estado civil de los encuestados.

Tabla # 3

Estado Familiar	Frecuencia	Porcentaje
Soltero (a)	66	46%
Casado (a)	53	37%
Acompañado (a)	17	12%
Divorciado (a)	1	1%
Viudo (a)	6	4%
Separado (a)	1	1%
Total	144	100%

Grafico # 3



**Análisis:** Se determinó que la mayor parte de la población del municipio de San Juan Tepezontes es de estado familiar soltera, ya que la mayoría son jóvenes, por lo que se visualiza una oportunidad para desarrollar el municipio enfocándolo hacia actividades turísticas.

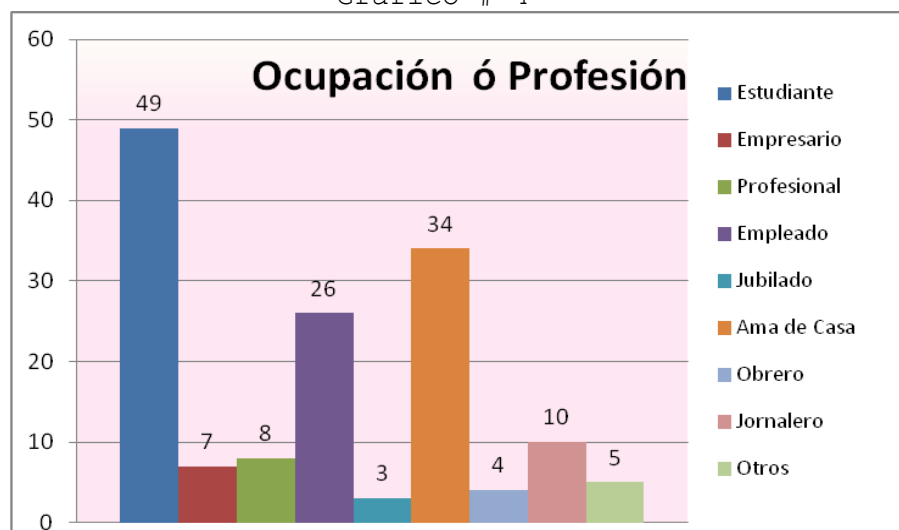
d. Ocupación o profesión.

**Objetivo:** Conocer a que se dedica y conocer si es profesional.

Tabla # 4

Ocupación o profesión	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	49	34%
Empresario	7	5%
profesional	8	5%
empleado	26	18%
jubilado	3	2%
Ama de casa	34	24%
obrero	4	2%
Jornalero	10	7%
Otros	5	3%
Total	144	100%

Grafico # 4



**Análisis:** Con respecto a la ocupación ó profesión podemos observar que la mayor parte de los entrevistados son estudiantes, por lo cual con el nivel educativo que muestra la población del municipio se podrá contar con el potencial para convertirse en aportación de los talentos y habilidades al momento de la puesta en marcha de los proyectos turísticos que se pretende implementar dentro del municipio.

Asimismo los datos reflejan que una de las ocupaciones más importantes dentro del municipio son las Amas de Casa, ya que son las que administran los ingresos de las familias y pueden convertirse en consumidores potenciales.

También existe un número importante de las personas que son empleadas, y se constituyen a las personas con mayor capacidad adquisitiva.

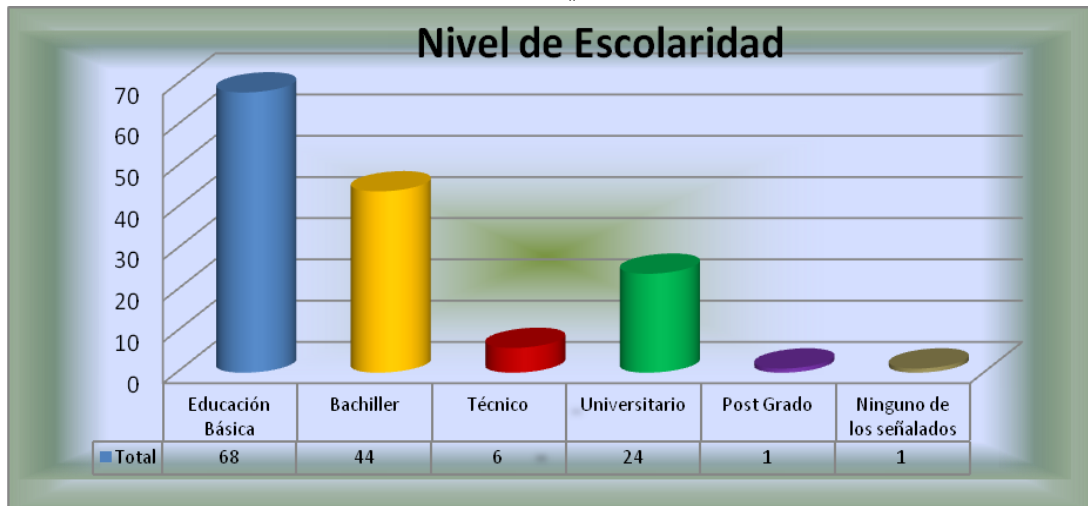
**e.** Nivel de escolaridad.

**Objetivo:** Conocer su nivel de escolaridad

Tabla # 5

Nivel de Escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Educación Básica	68	47%
Bachillerato	44	31%
Técnico	6	4%
Universitario	24	17%
Post Grado	1	1%
Ninguno de los señalados	1	1%
Total	144	101%

Grafico # 5



**Análisis:** Sobre los niveles de escolaridad están entre educación básica, bachiller y estudios universitarios, este factor es muy importante ya que la educación es un determinante muy importante para el crecimiento económico, lo que nos muestra que tenemos personal calificado además se pueden utilizar todos los medios de comunicación oral y escrita para promocionar los diferentes eventos turísticos.

**f.** Vive usted a los alrededores de esta zona?

**Objetivo:** Conocer si el encuestado es residente de la zona.

Tabla # 6

Vive en esta zona?	Frecuencia	Porcentaje
Si	133	93%
No	10	7%
Total	144	100%

Grafica # 6



**Análisis:** El gráfico nos muestra que el municipio no es visitado por personas que viven fuera de San Juan Tepezontes, lo que nos indica que se debe enfocar el estudio en la promoción y publicidad con el objetivo de captar visitantes.

**Pregunta 1:** ¿Practica usted con su familia algún tipo de actividades recreativas?

**Objetivo:** Investigar si practican algún tipo de actividades recreativas con su familia.

Tabla # 7

¿Práctica Actividades Recreativas?	Frecuencia	Porcentaje
SI	133	92%
NO	11	8%
Total	144	100%

Gráfico # 7



**Análisis:** La población realiza actividades recreativas en su tiempo de ocio o de entretenimiento, principalmente las que son organizadas por la iglesia del municipio, sin embargo existen casos aislados que practican actividades recreativas por iniciativa propia.

Además se obtuvieron datos de una pequeña parte de la población la cual manifestó que no practica actividades de recreación con su familia, debido a diversos factores.

Si su respuesta fue SI, ¿con que frecuencia lo hace?

Tabla # 8

Frecuencia de Práctica de Actividades Recreativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 veces al mes	103	78%
De 3 a 5 veces al mes	20	14%
Más de 5 veces al mes	11	8%
Total	134	100%

Grafico # 8



**Análisis:** Se pudo constatar que la frecuencia con la cual realizan actividades de recreación junto a su familia en su mayoría es practicada de 1 a 3 veces en un mes, lo que nos hace entender que no se tienen lugares que sean aprovechados para la recreación familiar dentro del municipio y como consecuencia a este hecho la mayor parte de los encuestados se ven obligados a realizar viajes fuera del municipio los cuales son mas costosos, por lo tanto no se pueden realizar actividades recreativas más frecuentemente debido al factor ingresos.

**Pregunta 2:** ¿Qué tipo de viajes Realiza en sus vacaciones?

**Objetivo:** Conocer si realiza viajes dentro o fuera del país.



Tabla # 9

¿Qué tipo de viajes Realiza?	Frecuencia	Porcentaje
Viaja dentro del territorio del país	134	93%
Viaja fuera del territorio del país	8	6%
No reside en el país, pero viaja dentro del territorio del país.	1	1%
Total	144	100%

Grafico # 9



**Análisis:** La tendencia acerca de los tipos de viajes que realiza la población del municipio en sus vacaciones ó en su tiempo libre, nos indica que la mayoría de encuestados realiza turismo dentro del país, debido a que los viajes fuera del territorio nacional requieren una mayor cantidad de recursos económicos.

Así mismo se obtuvo un dato aislado, con respecto a la cantidad de visitantes que viven fuera del país, solamente se encontró un caso dentro de los encuestados, lo que nos muestra que el municipio no es actualmente un atractivo para los turistas que viven fuera del país.

**Pregunta 3:** ¿A cuánto asciende el monto que gasta cada vez que sale con su familia a realizar actividades de diversión?

**Objetivo:** Conocer cuánto es el monto que la familia gasta cuando realizan actividades de diversión.

Tabla # 10

Monto que gasta cuando salen a divertirse.	Frecuencia	Porcentaje
De \$10.00 a \$50.00	74	51%
De \$50.00 a \$100.00	49	34%
De \$150.00 a \$200.00	12	8%
Más de \$200.00	3	2%
No contestaron	6	5%
Total	144	100%

Grafico # 10



**Análisis:** En la pregunta acerca de la cantidad de dinero con la que se cuenta para realizar actividades de recreación por parte de las familias del municipio son en su mayoría escasos ó limitados ya que la mayor parte de la población cuenta con un monto menor a cincuenta dólares, así también existe un grupo significativo de la población que cuenta con un monto hasta de cien dólares, por consiguiente los servicios que se ofrezcan deben estar al alcance de la población y considerando el tamaño de las familias.

Además existe una pequeña parte de la población encuestada que cuenta con una mayor cantidad de recursos destinados a actividades recreativas.

Por lo anterior es evidente que existen oportunidades de negocio ya que el dinero que gastan los turistas fuera del municipio podría quedarse dentro y de esa manera favorecer el desarrollo del municipio.

**Pregunta 4:** ¿Considera Ud. que dentro del Municipio de San Juan Tepezontes existan lugares donde se podría potenciar centros de recreación y esparcimiento familiar?

**Objetivo:** Indagar si los pobladores conocen lugares que se podrían potenciar como centros de esparcimiento y si estarían dispuestos a visitarlos.

Tabla # 11

¿Existen lugares para potenciar centros de recreación y esparcimiento?	Frecuencia	Porcentaje
SI	143	99%
NO	1	1%
Total	144	100%

Grafico # 11



**Análisis:** Los habitantes del municipio cuentan con lugares atractivos que pueden ser desarrollados y así convertirse en posibles centros para la diversión y esparcimiento familiar, de esta manera los pobladores ya no tendrían la necesidad de salir del municipio con sus familias, lo cual contribuiría al ahorro familiar y el consumo puede ser captado por empresarios locales ó la municipalidad.

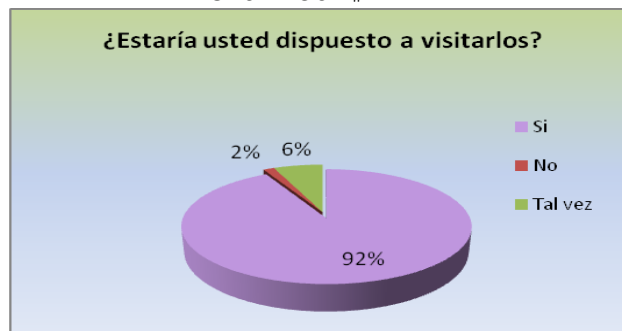
**Pregunta 5:** Si su respuesta anterior es si ¿Estaría usted dispuesto a visitarlos?

**Objetivo:** Saber si los pobladores visitarían los lugares recreativos que se crearán en el municipio.

Tabla # 12

Disposición de visita	Frecuencia	Porcentaje
SI	132	92%
NO	3	2%
Tal vez	8	6%
Total	143	100%

Grafico # 12



**Análisis:** Podemos concluir que dentro del municipio existe la necesidad de tener lugares adecuados para la recreación y el esparcimiento familiar, ya que en la actualidad no existe una oferta turística ó recreativa para satisfacer las necesidades de diversión de pobladores y turistas, por lo tanto, de poner en marcha los proyectos turísticos, se tendrá un alto nivel de aceptación, según los manifestado por los encuestados.

**Pregunta 6:** ¿Qué tipo de lugares recreativos visita actualmente con su familia?

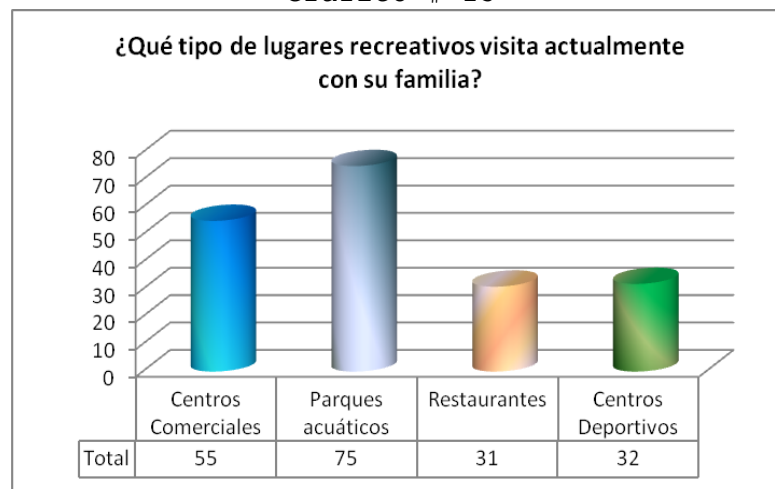
**Objetivo:** Conocer que tipo de lugares visitan actualmente.

Tabla # 13

Lugares que visita actualmente	Frecuencia	Porcentaje
Centros Comerciales	55	38%
Parques acuáticos	75	52%
Restaurantes	31	26%
Centros Deportivos	32	22%

n = 144

Grafico # 13



**Análisis:** Los lugares más visitados por las familias del municipio son los parques acuáticos, esto nos indica que la mejor opción al implementar un proyecto turístico es la construcción de un parque acuático ya que los pobladores tiene la tendencia muy marcada a visitar este tipo de lugares, además el municipio cuenta con nacimientos de agua, los cuales pueden ser utilizadas para dicho proyecto, siempre y cuando la población aprenda a cuidar los recursos naturales con los que cuenta la zona.

**Pregunta 7:** ¿Qué tipo de lugares recreativos le gustaría visitar con su familia?

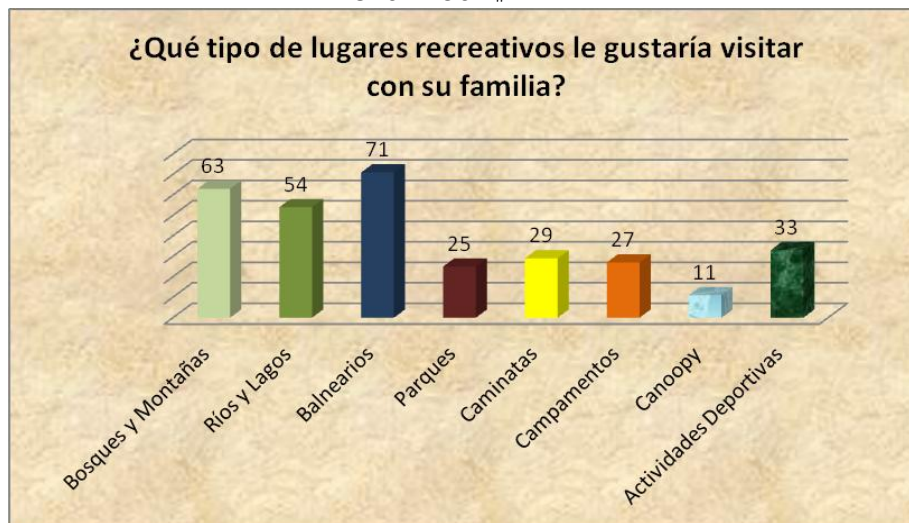
**Objetivo:** Conocer qué tipo de actividades recreativas podrían implementarse en los lugares turísticos.

Tabla # 14

Lugares visitados actualmente	Frecuencia	Porcentaje
Bosques y Montañas	63	44%
Ríos y Lagos	54	38%
Balnearios	71	49%
Parques	25	17%
Caminatas	29	20%
Campamentos	27	19%
Canopy	11	8%
Actividades deportivas	33	23%

n = 144

Grafico # 14



**Análisis:** Las preferencias de las personas encuestadas nos muestran que los balnearios, ríos, lagos, bosques y montañas, tiene la mayor aceptación para la realización de actividades recreativas, como lo muestran las preguntas anteriores en las cuales podemos observar la tendencia de los pobladores a visitar lugares acuáticos, en los cuales puedan descansar, divertirse y tener contacto con la naturaleza.

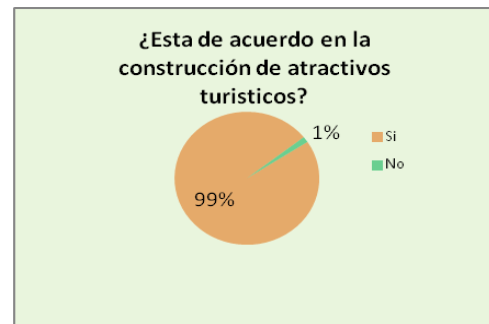
**Pregunta 8:** ¿Estaría de acuerdo en la construcción de atractivos turísticos, para beneficios de la comunidad de San Juan Tepezontes?

**Objetivo:** Conocer si consideran que la construcción de atractivos turísticos beneficiaría a la comunidad.

Tabla # 15

¿La construcción de atractivos turísticos beneficiaría a la comunidad?	Frecuencia	Porcentaje
SI	142	99%
NO	2	1%
Total	144	100%

Grafico # 15



**Análisis:** Con la construcción de atractivos turísticos dentro del municipio se considera que dicha iniciativa solventaría algunas necesidades con relación a la recreación y esparcimiento así como también se impulsaría la economía local, generando empleos e ingresos para los pobladores que aprovechen la oportunidad de emprender un negocio.

**Pregunta 9:** De la siguiente lista de lugares del municipio de San Juan Tepezontes, ¿cuales ha visitado?

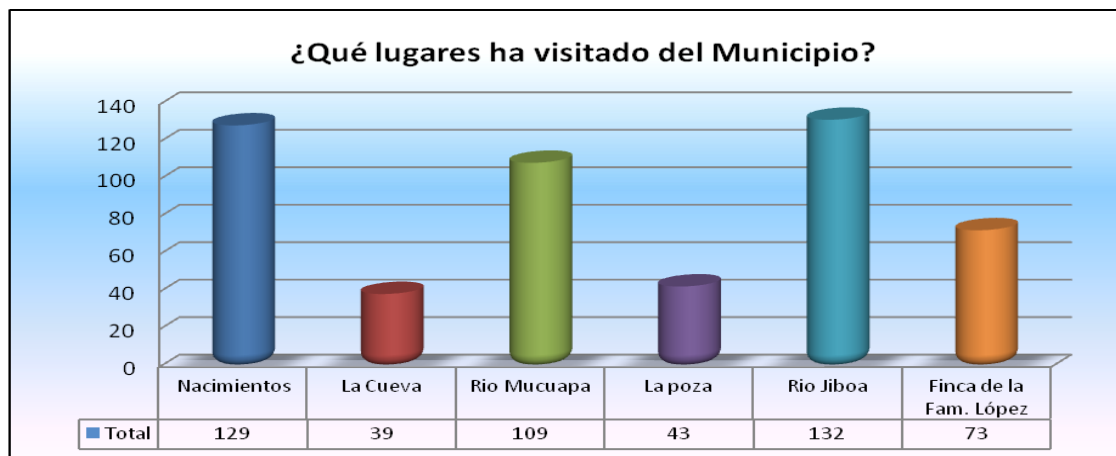
**Objetivo:** Investigar si los pobladores conocen los lugares turísticos que potenciará la municipalidad.

Tabla # 16

Lugares que conoce la población de San Juan Tepezontes	Frecuencia	Porcentaje
Nacimientos “El Común”, “La Cabecera”	129	90%
La cueva hedionda	39	27%
Río Mucuapa y la caída “El Ángel”	109	76%
La Poza de Lico	43	30%
Río Jiboa	132	92%
Finca de la Familia López	73	51%

**n = 144**

Grafico # 16



**Análisis:** Las opciones detalladas en la pregunta anterior, constituyen los proyectos turísticos que la municipalidad pretende implementar, podemos ver que los pobladores conocen la mayoría de los lugares antes mencionados, lo que se convierte en una ventaja al momento de implementar dichos proyectos ya que se convierten en clientes potenciales, por lo tanto pueden brindar información turística básica del lugar, al ser parte de la comunidad conocen el entorno, por ende transmiten al turista información útil y correcta.

**Pregunta 10:** ¿Cuál de las siguientes atracciones turísticas le gustaría que el municipio implementara?

**Objetivo:** Investigar cual de las atracciones turísticas les gustaría tener en el municipio.

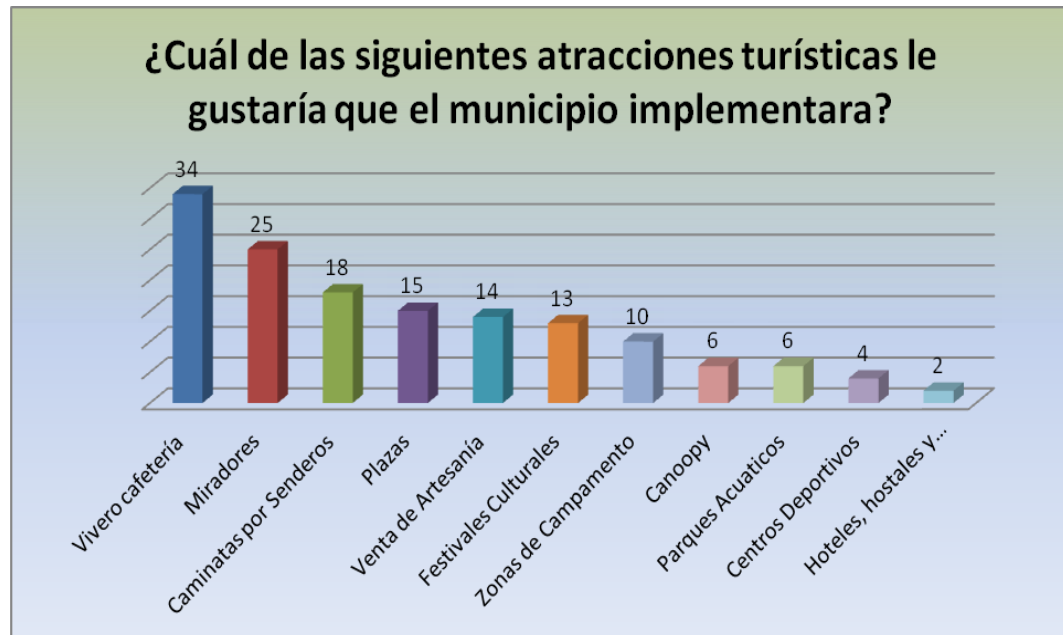


Tabla # 17

Atracciones a Implementar en el Municipio	Frecuencia	Porcentaje
Miradores	34	24%
Festivales Culturales	25	17%
Viveros Cafetería	18	13%
Parques Acuáticos	15	10%
Centros Deportivos	14	10%
Venta de Artesanías	13	9%
Plazas	10	7%
Caminatas por Senderos	6	4%
Hoteles, Hostales y Alojamientos	6	4%
Canoopty	4	3%
Zonas de campamento	2	1%

n = 144

Grafico # 17



**Análisis:** Se observa que hay una tendencia marcada de aceptación hacia la implementación de los proyectos de Vivero Cafetería, Miradores, Caminatas por senderos, y según las indagaciones realizadas, los pobladores manifestaron que los proyectos con mayor aceptación serían los que relacionen los recursos con los que cuenta el municipio, como por ejemplo la vista panorámica, el agradable clima, la gastronomía y los recursos naturales.

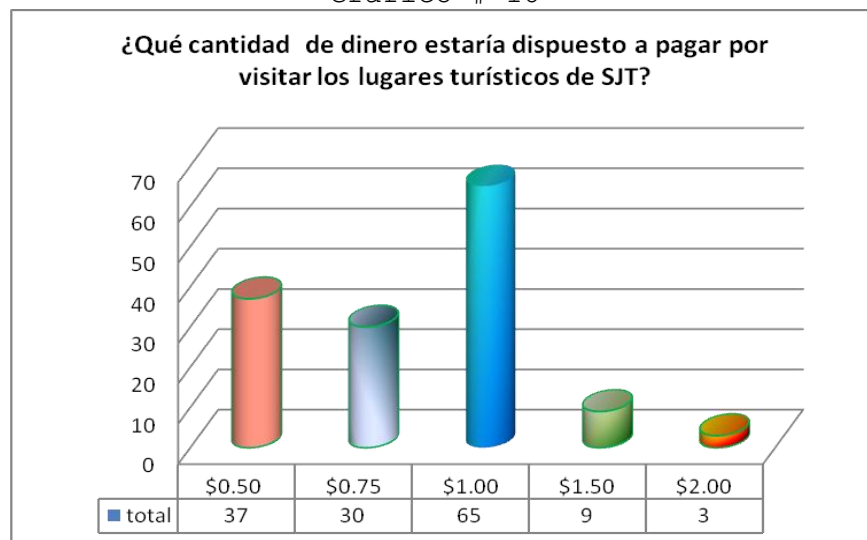
**Pregunta 11:** Dentro de los siguientes rangos de tarifa ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto(a) a pagar por visitar los lugares turísticos de San Juan Tepezontes?

**Objetivo:** Conocer qué tarifa monetaria estarían dispuestos a pagar por visitar los lugares turísticos.

Tabla # 18

Cuanto estaría dispuesto a pagar al visitar lugares turísticos en el municipio.	Frecuencia	Porcentaje
\$0.50 centavos de dólar	37	26%
\$0.75 centavos de dólar	30	21%
\$1.00 dólar	65	45%
\$1.50 de dólar	9	6%
\$2.00 dólares	3	2%
Total	144	100%

Grafico # 18



**Análisis:** Podemos concluir que la tarifa ideal de entrada a un atractivo turístico dentro del municipio, rondaría el monto de un dólar, dicha tarifa estaría a alcance de toda la población, de esta manera se aseguraría la afluencia de visitantes a los diferentes atractivos turísticos que se pretenden promover.

**Pregunta 12:** Si la municipalidad creara atracciones turísticas, por cual medio de comunicación quisiera enterarse de la existencia de dichas atracciones?

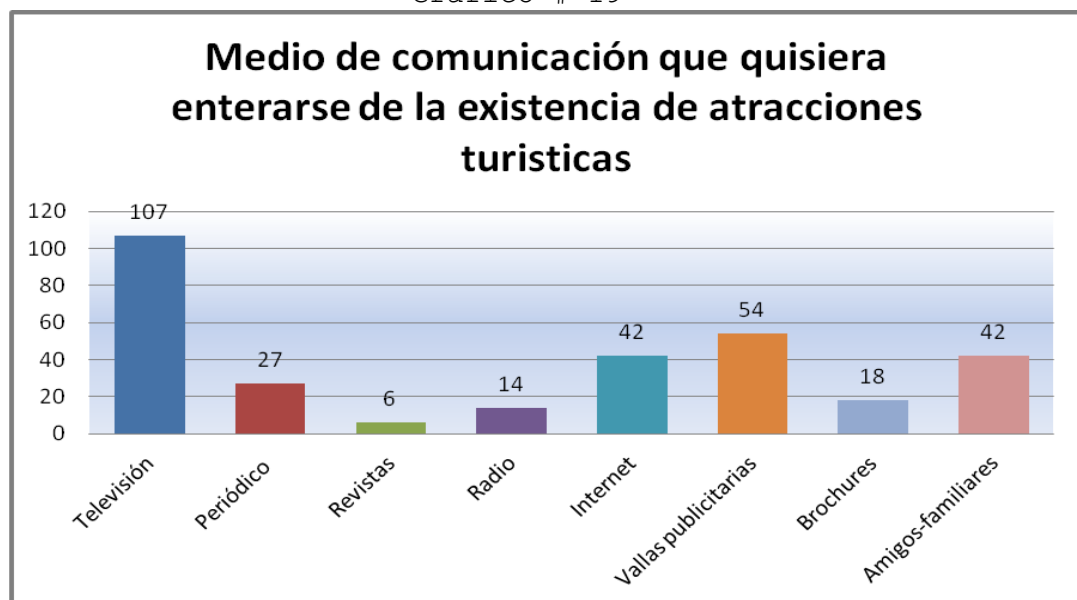
**Objetivo:** Definir a través de que medio publicitarios se promoverán las atracciones turísticas.

Tabla # 19

¿Por cuál medio de comunicación quisiera enterarse de la existencia de atracciones turísticas del municipio?	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	107	74%
Periódico	27	19
Revistas	6	4%
Radio	14	9%
Internet	42	29%
Vallas publicitarias	54	37%
Brochures	18	12%
amigos-familiares	42	29%

n = 144

Grafico # 19



**Análisis:** En cuanto a los medios de comunicación que prefiere la población está la televisión, lo que nos muestra que es el canal más adecuado para hacer llegar la publicidad turística que dará a conocer la ejecución de los proyectos que se desean impulsar, seguido de las vallas publicitarias y también manifestaron que prefieren enterarse por medio de un amigo o familiar, la tendencia de la población a ver la televisión es predominante, por lo que se debe aprovechar dicha característica para atraer visitantes y de esa manera dar a conocer la belleza de la zona así como las diferentes propuestas turísticas que impulsará el gobierno municipal.

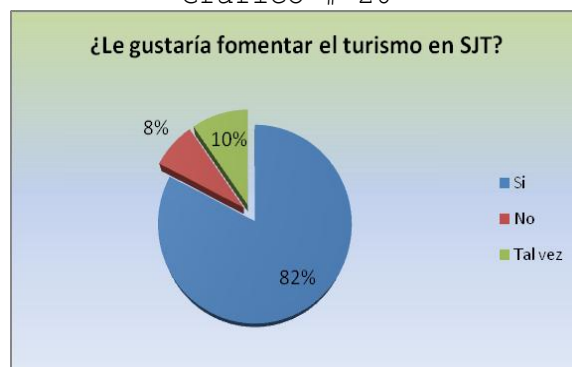
**Pregunta 13:** ¿Le gustaría ser parte del fomento del turismo en San Juan Tepezontes?

**Objetivo:** Conocer si consideran que la construcción de atractivos turísticos beneficiaría a la comunidad.

Tabla # 20

La construcción de atractivos turísticos beneficiaría a la comunidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	118	82%
NO	11	8%
Tal vez	14	10%
Total	144	100%

Grafico # 20



**Análisis:** La mayor parte de los encuestados les gustaría desarrollar el turismo dentro del municipio, ya que están conscientes que este contribuye a generar ingresos, empleo y

oportunidades para los pobladores de la zona, a través de la provisión de servicios y productos que el turista requiere.

**Pregunta 14:** Si tuviera usted la oportunidad de emprender un negocio, ¿Qué tipo de producto ofrecería?

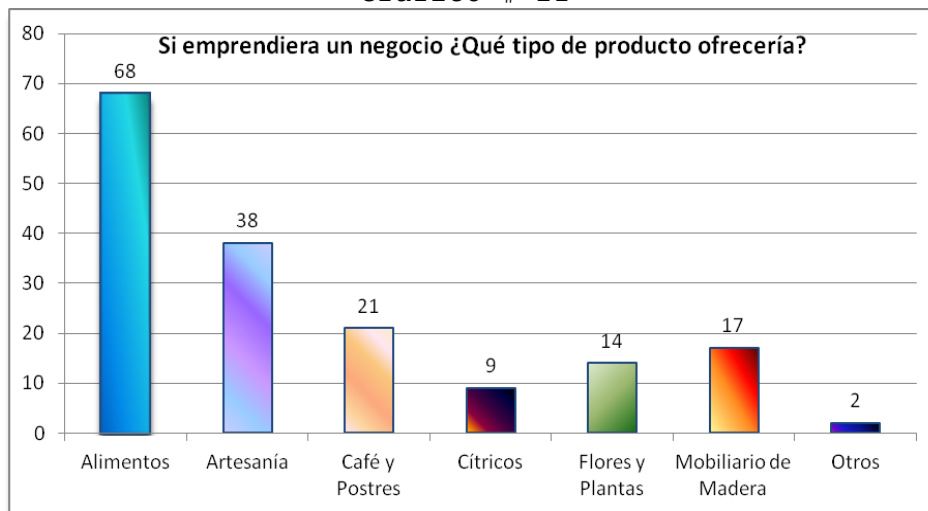
**Objetivo:** Investigar si las personas están dispuestas a poner sus propios negocios, y que les gustaría ofrecer.

Tabla # 21

Si emprendiera un negocio ¿Qué tipo de producto ofrecería?	Frecuencia	Porcentaje
Alimentos	68	47%
Artesanía	38	26%
Café y Postres	21	15%
Cítricos	9	6%
Flores y Plantas	14	9%
Mobiliario de Madera	17	12%
otros	2	1%

**n = 144**

Grafico # 21



**Análisis:** Un porcentaje muy alto de los pobladores estarían en la disposición de emprender un negocio en el cual se ofrecerá el servicio de la alimentación ya sea para los pobladores de la zona, así como para los futuros turistas ó demanda potencial, la variedad de platillos típicos del la zona y la calidad de su preparación constituyen una de sus grandes fortalezas que

satisfacen a los gustos más exigentes, lo que constituye una ventaja competitiva con respecto a municipios cercanos.

Como segunda opción la población estaría dispuesta a ofrecer artesanías como producto para los turistas, ya que cuentan con artesanos locales que darían a conocer sus obras y mejorarían su calidad de vida.

**Pregunta 15:** ¿Qué tipo de empleo le gustaría tener en San Juan Tepezontes?

**Objetivo:** Conocer las necesidades de empleo de la población del municipio.

Tabla # 22

Tipo de empleo que le gustaría tener.	Frecuencia	Porcentaje
Empleo en Restaurantes	51	35%
Empleo en Hotel	22	15%
Guía Turístico	49	34%
Promotor de Viaje	27	19%
otros	5	3%

n = 144

Grafico # 22



**Análisis:** Dentro de las opciones que se presentaron a los encuestados podemos observar una mayor aceptación hacia los empleos relacionados en el área de la alimentación así como también en el área de atención al turista formando parte de los

equipos de guías de turismo para dar a conocer los diferentes destinos que constituyen la potencial oferta turística.

También se determinó que la población en edad productiva de la zona desea obtener un empleo cerca de su lugar de residencia, por lo tanto la implementación de los proyectos turísticos por parte del gobierno municipal son de mucha importancia, así como también los ingresos obtenidos por la población formara parte de los ingresos de las familias y del consumo local.

**Pregunta 16:** ¿Por qué considera importante el turismo?

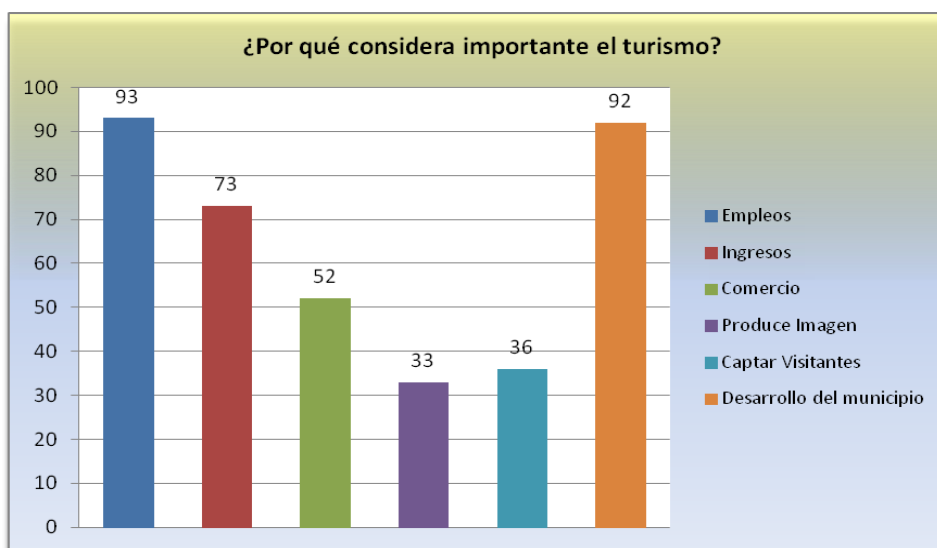
**Objetivo:** Investigar el nivel de conocimiento de los encuestados con respecto al desarrollo turístico del municipio de San Juan Tepezontes.

Tabla # 23

Importancia del Turismo	Frecuencia	Porcentaje
Genera Empleos	83	58%
Genera Ingresos	73	51%
Genera Comercio	52	36%
Produce Imagen	33	23%
Capta Visitantes	36	25%
Ayuda al Desarrollo del Municipio	92	64%

**n = 144**

Grafico # 23



**Análisis:** De acuerdo a las diversas opciones presentadas, podemos resaltar que la población del municipio considera que el turismo contribuirá a mejorar la calidad de vida de los habitantes, ya que generará fuentes de empleo las cuales constituirán ingresos para los que aprovechen la oportunidad de emplearse en actividades relacionadas al turismo, esto conllevará a un desarrollo integral del municipio.

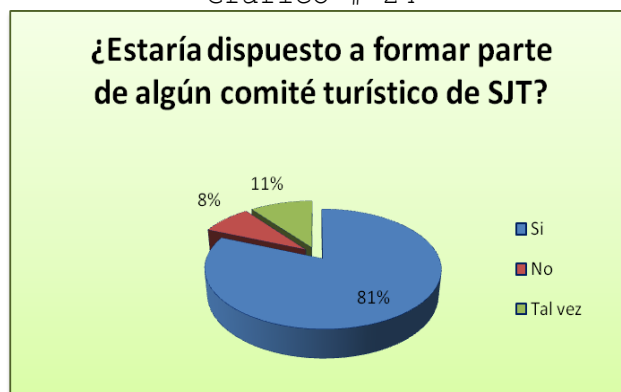
**Pregunta 17:** ¿Estaría usted dispuesto a formar parte de algún comité para el desarrollo turístico del municipio de San Juan Tepezontes?

**Objetivo:** Conocer si le gustaría formar parte de algún comité de desarrollo turístico.

Tabla # 24

Formaría parte del algún comité turístico	Frecuencia	Porcentaje
SI	117	81%
NO	12	8%
Tal vez	15	11%
Total	144	100%

Grafico # 24



**Análisis:** La mayoría de las personas de san Juan Tepezontes estaría dispuesto a formar parte de los comité turisticos que se pretenden implementar, ya que con esto contribuirían a desarrollar el turismo dentro del municipio de una manera en la que se pueda incluir a todos los habitantes de la zona, dejando de lado las ideologías políticas, y enfocándose a la protección y el cuidado del medio ambiente.



**Nota.** Lo anterior según comentarios recibidos por los habitantes al momento de realizarles la pregunta.

Si su respuesta fue SI:

**Pregunta 18:** ¿De los siguientes comités de turismo en cual le gustaría participar?

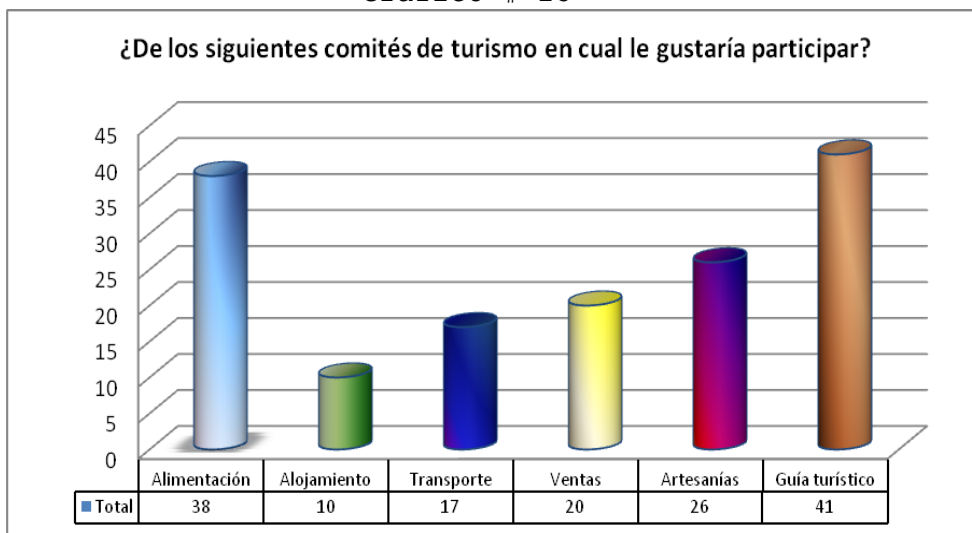
**Objetivo:** Investigar si les gustaría ser parte de los comités que se formarían en el municipio, para el desarrollo del turismo.

Tabla # 25

Comité de turismo que le gustaría participar	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	38	26%
Alojamiento	10	7%
Transporte	17	12%
Ventas	20	14%
Artesanías	26	18%
Guía turístico	41	28%

n = 144

Grafico # 25



**Análisis:** La mayor parte de la población se orientan a formar parte de dos comités turísticos los cuales son "Guía Turístico" y "Alimentación", el resultado del comité de guías turísticos es debido a que existe una gran cantidad de población joven que conoce muy bien la zona, lo cual brindaría seguridad al turista, con respecto al comité de alimentación el resultado se debe a que el municipio no cuenta con lugares adecuados que brinden servicio de alimentación a los visitantes, debido a dicha necesidad una gran cantidad de pobladores se encuentran en la disposición de emprender un negocio que brinde un servicio de alimentación de calidad a visitantes nacionales y extranjeros.

**Pregunta 19:** A su punto de vista, ¿qué aspectos deben mejorarse en el municipio de San Juan Tepezontes para atraer un mayor número de turistas?

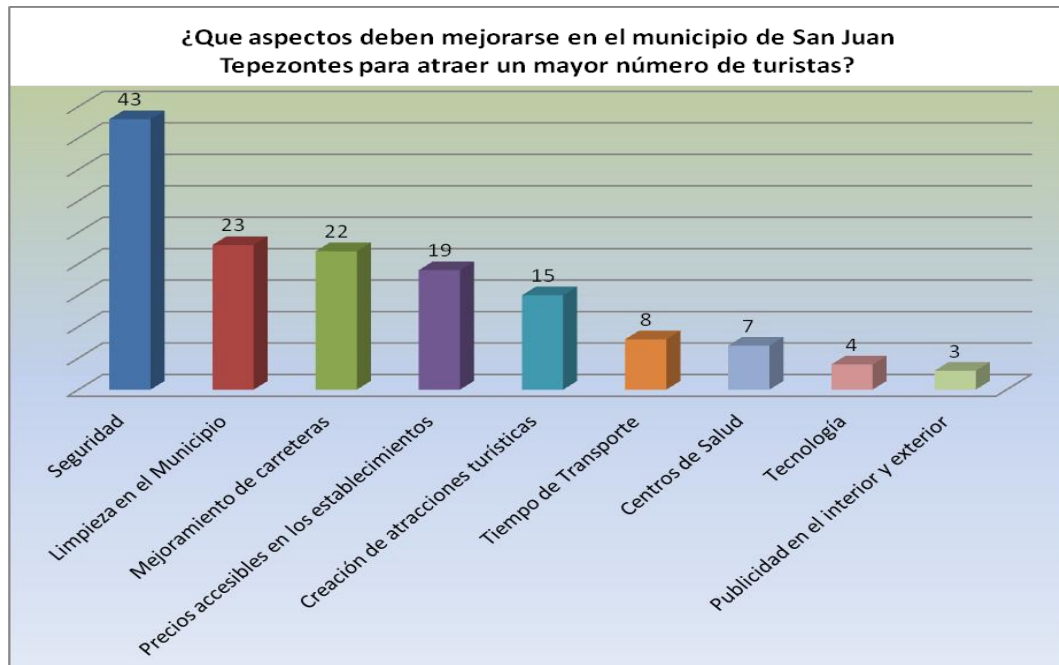
**Objetivo:** Conocer los aspectos a mejorar en el municipio.

Tabla # 26

Aspectos que deben mejorarse en el municipio	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad.	43	30%
Limpieza en el Municipio.	23	16%
Mejoramiento de carreteras.	22	15%
Precios accesibles en los establecimientos.	19	13%
Creación de atracciones turísticas.	15	10%
Tiempo de Transporte	8	6%
Centros de Salud	7	5%
Tecnología	4	3%
Publicidad en el interior y exterior.	3	2%

**n = 144**

Grafico # 26



**Análisis:** Como se puede apreciar en las opciones anteriores, la seguridad en el municipio es el elementos más importante que debe mejorarse y tomarse en cuenta a la hora de ejecutarse nuevos proyectos en la zona, aunque manifiestan los pobladores que dentro del municipio no hay delincuencia sin embargo necesitan de un puesto de policías en la zona, esto con el objetivo que el turista se sienta seguro por contar con la imagen policial.

Además es importante considerar la limpieza en el lugar, así como el mejoramiento de carreteras los cuales son otros aspectos de relevancia, manifestados por la población, que al mismo tiempo son parte de la imagen del municipio hacia el turista externo.

Asi mismo la creación de atracciones turísticas es importante para impulsar a San Juan Tepezontes como destino turístico.

## Anexo N0.3



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



Entrevista dirigida a la alcaldesa, Lic. Iris López de Asunción  
**Guía de preguntas:**

1. Por favor comente, ¿cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?
2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?  
Existen dos principales
3. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?
4. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?
5. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?
6. ¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?
7. ¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?
8. ¿Qué le ha motivado en la iniciativa de crear turismo en el Municipio de San Juan Tepezontes?
9. ¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?
10. A su juicio ¿Qué aspectos se deben implementar para la realización de Festivales culturales en San Juan Tepezontes?
11. ¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?
12. Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.

## Anexo N0.4



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



Análisis de Entrevista realizada a la alcaldesa, Lic. Iris López de Asunción

### Guía de preguntas:

**1. Por favor comente, ¿cuáles son las principales fortalezas que posee la zona?**

Dentro de las principales se tiene, el clima, la vista hacia el sur, la abundancia de agua, la solidaridad de las personas y su calidez.

**2. ¿Qué aspectos considera que deben explotarse en la zona?**

**Existen dos principales**

El desarrollo de la infraestructura y la organización hacia el desarrollo y el impulso de las personas emprendedoras, para que con lo que produzcan puedan tener otro nivel de vida.

**3. ¿Qué apoyo brinda el gobierno central a la localidad para el desarrollo de proyectos turísticos?**

El gobierno tiene su propio proyecto que es el ministerio de turismo, pero el ministerio de turismo actualmente un aporte económico adicional no genera para el municipio, los aportes los debe detallar la municipalidad en el FODES, y de esa manera ejecutar proyectos turísticos.

**4. ¿Existe algún proyecto o programa para el desarrollo del turismo en el municipio?**

Si, es un reto grande para el gobierno municipal, es necesario invertir en infraestructura, las personas y en comodidad del visitante, actualmente se están terminando los sanitarios públicos.

**5. ¿Qué beneficios generaría el turismo en el municipio?**

Un mejor nivel de vida, en la medida en que se invierta en la gente y en la infraestructura, las personas tienen la oportunidad de vivir mejor, ya que si se invierte en lo anterior el turista va a querer regresar e invertir en nuestro municipio.

6. **¿Cuentan con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo del turismo?** No tiene, solamente la universidad Andrés Bello, para levantar las posibles rutas turísticas.
7. **¿Qué actividades realizaría para fomentar el desarrollo turístico del municipio?**  
Festivales, ferias, desfiles y otras actividades para generar expectativas en los turistas y se invitaran a regresar y puedan ver los cambios en el municipio.
8. **¿Qué le ha motivado en la iniciativa de crear turismo en el Municipio de San Juan Tepezontes?**  
Anteriormente se ha promocionado el municipio muy poco, se ha insistido con el ministerio de turismo para que señalice y ayude a identificar al municipio, sin embargo aun no se encuentra incluido en el mapa turístico del país.  
Aunque se tuvo presencia en la feria de pueblos vivos, ya que representa una oportunidad económica para las personas.
9. **¿Qué actividades realizaría para proteger el medio ambiente y conservar los atractivos turísticos naturales?**  
Ya se realizan en conjunto con INTERVIDA, caritas, FISDL, unidad de salud, centros escolares, para que una vez al mes se realicen limpiezas
10. **A su juicio ¿Qué aspectos se deben implementar para la realización de Festivales culturales en San Juan Tepezonte?**  
La participación ciudadana, la organización, la limpieza.
11. **¿Cómo se están organizando en la actualidad y cuáles son las principales limitantes que han encontrado, en cuanto al desarrollo del turismo en el municipio?**  
Actualmente el gobierno municipal se apoya en tres personas las cuales organizan los eventos que se desarrollan en el municipio, las principales limitantes encontradas es la falta de recurso económico ya que no recibe ningún tipo de ayuda.
12. **Algún comentario adicional que desee hacer relacionado con proyectos turísticos en este municipio.**  
Ninguno.

## Anexo N0.5

*El Salvador*



CORPORACIÓN SALVADOREÑA  
DE TURISMO

### MODELO DE SOLICITUD INSCRIPCIÓN:

SEÑOR JEFE DEL REGISTRO DE NACIONAL DE TURISMO:

Yo, \_\_\_\_\_, mayor de edad, \_\_\_\_\_, del domicilio de \_\_\_\_\_, con Documento Único de Identidad, \_\_\_\_\_ en mi concepto de \_\_\_\_\_. (Calidad con la que actúa) de la \_\_\_\_\_, propietario de la empresa \_\_\_\_\_, con nombre Comercial \_\_\_\_\_. Con todo respeto le solicito:

Se inscriba en el Registro Nacional de Turismo la empresa \_\_\_\_\_ y su titular \_\_\_\_\_ . Para dar el servicio de \_\_\_\_\_ la cual se dedica a (hacer una breve descripción del tipo de servicio que presta, dato obligatorio): \_\_\_\_\_. y se encuentra en funcionamiento desde \_\_\_\_\_ (no está funcionando) (o estará) y se me extienda el certificado correspondiente a la inscripción.

Proporciono la siguiente información: (datos obligatorios)

1. Dirección del Establecimiento:
2. Dirección del Titular:
3. Teléfonos:
4. Correo Electrónico y Sitio Web:
5. Dirección para oír Notificaciones:
6. Persona de contacto (se recomienda poner el nombre de una persona para que pueda dar información en cuanto al servicio que ofrecen)

Declaro bajo juramento que toda la información contenida en esta solicitud, así como la documentación anexada, son verdaderos y autorizo a la Corporación Salvadoreña de Turismo, para indagar sobre la certeza de la misma, comprometiéndome a suministrar cualquier otra información que pueda ser requerida.

Señalo para oír notificaciones \_\_\_\_\_ y autorizo a \_\_\_\_\_ para poder presentar, recibir y retirar documentos.

Adjunto la siguiente documentación: \_\_\_\_\_

San Salvador, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de dos mil \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Nombre y cargo

NOTA: La Solicitud por parte del Representante Legal o Propietario deberá de presentarla con firma autenticada por notario en el caso de no presentarla el solicitante

El Salvador



## MODELO DE SOLICITUD DE RENOVACIÓN:

CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO **SEÑOR REGISTRO NACIONAL DE TURISMO**

Yo, \_\_\_\_\_, mayor de edad, \_\_\_\_\_, del domicilio de \_\_\_\_\_, con Documento Único de Identidad, \_\_\_\_\_ en mi concepto de \_\_\_\_\_, (calidad con la que actúa) de la Sociedad \_\_\_\_\_, con nombre Comercial \_\_\_\_\_, con todo respeto le solicito:

I.- Que mi empresa y su titular se encuentra inscrita al número \_\_\_\_\_, con fecha \_\_\_\_\_, con el servicio de

\_\_\_\_\_

II. Por este medio vengo a SOLICITAR RENOVACIÓN DE INSCRIPCIÓN DE DICHO REGISTRO, y se me extienda el certificado correspondiente a la inscripción

Proporcionando la siguiente información:

7. Nombre de la Empresa:
8. Nombre del Titular o Establecimiento (si fueran más de uno poner ambos)
9. Tipo de Servicio según matrícula de Empresa y Establecimiento:
10. Dirección de la Empresa:
11. Dirección del Titular o Establecimiento:
12. Teléfonos:
13. Correo Electrónico y Sitio Web
14. Dirección para oír Notificaciones
15. Persona de contacto (se recomienda poner el nombre de una persona para que pueda dar información en cuanto al servicio que ofrecen)

Señalando para oír notificaciones \_\_\_\_\_ y autorizo a \_\_\_\_\_ para poder presentar, recibir y retirar documentos.

San Salvador, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de dos mil \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Nombre y cargo

- 1) **(Firma autenticada si no la presenta el firmante)**
- 2) **Anexar copia del Certificado vencido**
- 3) **Fotocopia certificada de la Credencial del Representante legal o Junta Directiva, debidamente inscrita en el Registro de Comercio**
- 4) **El pago por renovación de la Empresa y su titular es de \$50.00, previo pago de la recepción de la documentación, en el Registro Nacional de Turismo.**
- 5) **El recibo se entrega en Registro Nacional de Turismo, para que se pague en Tesorería de CORSATUR, si presentan cheque a nombre de CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO, el que deberá de venir certificado.**



**Anexo N0 . 6**

**Fotos del Municipio de San Juan Tepezontes, Departamento de La Paz.**



## **Índice de Cuadros**

CUADRO N°. 1: División geográfica Municipio de San Juan Tepezontes.

CUADRO N°. 2: Determinación de mercado meta.

CUADRO N° 3: FODA del municipio de San Juan Tepezontes, departamento de La Paz

CUADRO N° 4: Detalle de los recursos materias a utilizar para la oficina del comité de desarrollo turístico.

CUADRO N° 5: Descripción de capacitación, Calidad y Excelencia en el Servicio al Cliente.

CUADRO N° 6: Descripción de capacitación, Primeros Auxilios Básicos.

CUADRO N° 7: Descripción de capacitación, Historia del Municipio.

CUADRO N° 8: Descripción de capacitación, Legislación e interpretación ambiental

CUADRO N° 9: Detalle de presupuesto para la implementación del Plan Estratégico del Estudio de Mercado.

CUADRO N° 10 Cronograma de actividades de la propuesta para impulsar proyectos turísticos del gobierno municipal de la ciudad de San Juan Tepezontes, que contribuirán al desarrollo local a través de la creación de oferta y demanda turística.

## **Índice de Esquemas**

ESQUEMA N0. 1: Proceso Fijación de Precios.

ESQUEMA N0. 2: Actores del turismo en la región centroamericana.

ESQUEMA N0. 3 Organigrama Institucional.

ESQUEMA N0. 4: Principales fuentes de financiamiento de las municipalidades.

ESQUEMA N0 5: Diseño Organigrama del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.

## **Índice de Figuras**

FIGURA N° 1: Mapa de ruta carretera a Comalapa.

FIGURA N° 2: Mapa de ruta carretera Panamericana.

FIGURA N° 3: Mapa de ruta carretera antigua a Zacatecoluca (vía tejera)

FIGURA N° 4: Lugares que representan recursos naturales del municipio de San Juan Tepezontes.

FIGURA N° 5: Reparación y ornamentación de carretera entrada a San Juan Tepezontes.

FIGURA N° 6: Miradores Turístico.

FIGURA N° 7: Lugares de senderos en San Juan Tepezontes.

FIGURA N° 8: Festivales culturales.

FIGURA N° 9: Sitio oficial en Facebook.

FIGURA N° 10: Diseño vallas publicitarias de persuasión.

FIGURA N° 11: Diseño vallas publicitarias de bienvenida.

FIGURA N° 12: Diseño anuncio en periódico y revistas turísticas.

FIGURA N° 13: Diseño de Brochure.

FIGURA N° 14: Mapa carretera hacia San Juan Tepezontes.

FIGURA N° 15: Diseño de Logotipo del Comité de Desarrollo Turístico de San Juan Tepezontes.