



Facultad de Ciencias Empresariales
Técnico en Administración Turística



TEMA:

LA IMAGEN DEL DESTINO TURISTICO Y LA SATISFACCION DEL
TURISTA

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

XIOMARA REBECA MEJIA

RUTH NOEMI RUANO ARGUETA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

SEPTIEMBRE, 2009

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

PAGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSE MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ
VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. JUAN CARLOS CERNA AGUIÑADA
DECANO

JURADO EXAMINADOR

DR. ATILIO CORDOVA
PRESIDENTE

LICDA. CAROLINA CERNA AGUIÑADA
PRIMER VOCAL

ING. BLANCA NATALIA MONTES BERDUGO
SEGUNDO VOCAL

JUNIO, 2009

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso por permitirme culminar mi carrera y alcanzar la meta que me tracé al inicio de mis estudios.

A mi mamá y mi papá por haber forjado mis primeros pasos en pro de superación y darme siempre los ánimos necesarios para seguir adelante en mi preparación académica.

A mis hermanas y mi hijo por su comprensión en los momentos difíciles y por darme la oportunidad de dedicarle tiempo a este esfuerzo y por el tiempo que no les he dedicado por éste proceso.

A mi asesora de Tesis por el apoyo que me brindo durante toda la etapa de estudio y por la realización del trabajo de graduación.

A toda mi familia y amigos que de alguna u otra forma me tendieron su mano para culminar mis estudios y lograr este objetivo.

A todos ellos, muchas gracias de todo corazón. Que Dios los Bendiga!!!!

XIOMARA REBECA MEJIA.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente al único ser perfecto, que me dio la oportunidad de venir al mundo y a quien estaré agradecida siempre, por las bendiciones que he recibido, con todo mi amor a: Dios.

A mis queridos padres, Eunice Ruano y Ana Gladis de Ruano por su confianza y su apoyo incondicional en mis años de estudios.

A mis hermanos Job y David, mis cuñadas Katya y Adriana, mi sobrino, mi novio Ernesto, mi Pastor Alberto Masis, por su apoyo y su voto de confianza.

A mis profesores, amigos y colegas de la universidad por los momentos inolvidables que hemos vivido.

Finalmente a todas las personas que se cruzaron en este camino y que me dieron palabras de aliento y apoyo.

Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo donde quiera que vayas.

"Josué 1:9"

RUTH NOEMI RUANO ARGUETA

INDICE

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL PROYECTO

Introducción.....	i
1.1 Situación problemática.....	1
1.2 Enunciado de la investigación.....	3
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivos.....	5
1.4.1 Objetivo general	
1.4.2 Objetivo específicos	
1.5 Alcances.....	6
1.6 Delimitación.....	6

CAPITULO II

MARCO TEORICO DE REFERENCIA

2.1 El turista.....	7
2.1.1 Definición.....	7
2.1.2 Tipos de turista.....	9
2.1.3 Motivación del turista.....	12
2.2 Imagen del destino turístico.....	13
2.2.1 Definiciones.....	13
2.2.2 Naturaleza Cognitiva Afectiva.....	16

2.2.3 Factores que influyen en la formación de imágenes de un destino turístico.....	19
2.3 Satisfacción del Turista.....	20
2.3.1 Emociones del turista.....	20
2.3.2 Proceso de satisfacción del turista.....	24
2.3.3 Factores que Influyen en las expectativas del Turista.....	26

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Objetivos de la Investigación de Campo.....	30
3.2 Metodología de la Investigación.....	30
3.2.1 Selección del Universo.....	31
3.3 Determinación de la Muestra.....	31
3.4 Recolección de Datos.....	33
3.5 Tabulación de Datos.....	33

PROPUESTA	54
------------------	----

CONCLUSIONES	57
---------------------	----

RECOMENDACIONES	59
------------------------	----

BIBLIOGRAFIA	60
---------------------	----

ANEXOS	62
---------------	----

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se ha tomado como base el atractivo turístico sol y playa para analizar la formación de la imagen del destino Puerto y Playas de La Libertad y la generación de expectativas de satisfacción del turista nacional e internacional.

Además se definirán los términos necesarios para comprender el análisis de los factores que intervienen en la formación de la imagen del destino turístico y la generación de expectativas durante el proceso de las etapas de satisfacción del turista; es decir, los factores que inciden en la elección del destino a visitar.

Por otra parte, se describe el estudio de campo realizado en las playas el Sunzal y el Tunco pertenecientes al destino Puerto y Playas de La Libertad en el cual se conoce de boca de los turistas, tanto nacionales como extranjeros, su opinión acerca de la infraestructura turística, las empresas de servicios turísticos del lugar, la seguridad, y el apoyo del estado.

Por último en base a las respuestas de los turistas a las encuestas realizadas, se expone una propuesta para mejorar el destino turístico seleccionado y así brindar una mejor satisfacción al turista.

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El Salvador se encuentra ubicado al Sudoeste de la América Central y sobre el litoral del Océano Pacífico, cuenta con un clima: Principalmente cálido, con temporada de lluvias entre los meses de mayo a octubre, su extensión territorial es de 20,742 km², sus principales destinos turísticos están relacionados a playas, lagos, volcanes, ecoturismo, cultura, shopping, aventura y rutas turísticas (Ruta de las Flores, La Paz, Artesanía, Paraíso Artesanal y otras).

En el plan de turismo 2020 de MITUR se cuenta con la siguiente visión:

“En el año 2020, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un eje prioritario del desarrollo económico del país e instrumento indispensable para el bienestar social de toda la población salvadoreña, de la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la competitividad de la economía y el empleo, considerando especialmente las necesidades de las personas más desfavorecidas.

El Salvador será un destino turístico sostenible y competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, puede potenciar una ventaja diferencial significativa.

Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismo temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica, de la capacidad emprendedora del país así como de la responsabilidad y compromiso del sector privado con su desarrollo turístico”.

Sobre la base de esta visión actualmente existe una imagen respecto a lo que el turista percibe de El Salvador en las que podemos mencionar: la poca higiene, inseguridad y la poca información de sitios turísticos.

Además según estudios de MITUR lo que más valoran los turistas extranjeros es la hospitalidad y amabilidad tienen un 54.1% con el aspecto mayormente gustado, siguiéndole el de gastronomía con el 21.2%; y finalmente en tercer lugar, el de playas con 14.6%.

De los cuales los sitios más visitados por los turistas son las playas, según encuestas de CORSATUR, segundo trimestre de 2008.

En nuestro estudio haremos énfasis a dos playas que son de las más visitadas las cuales son Playa el Sunzal y el Tunco es un lugar con muchos atractivos naturales por lo cual atrae muchos turistas nacionales e internacionales, pero que en el cual se ha comprobado con los lugareños que es necesario mejorar en ciertas áreas que son:

- a) La imagen de este lugar debe concordar con la realidad que se muestra en la publicidad.
- b) Falta de organización coordinada por parte de MITUR, Empresarios, y alcaldía, se puede decir que estos solamente tienen del 15 al 20% de apoyo de la población lo que quiere decir que el 80% de la población no apoya a estas organizaciones.
- c) La seguridad del lugar debe ser más amplia
- d) La cultura: porque los salvadoreños no están acostumbrados a mantener los sitios limpios no se fomentan los valores ni la manipulación de estos.

Por lo cual nuestro estudio lo basaremos en definir cuál es la imagen que tiene los turistas al lugar, porque no se ha logrado las metas del nivel de visitas que se tenían y por lo contrario han disminuido a los lugares, si se cuenta hoy con una ley de turismo, un plan 2020 y fortalecimiento a infraestructura turística al lugar.

1.2 ENUNCIADO DE LA INVESTIGACIÓN

¿En qué medida la imagen del destino turístico Puerto y Playas de La Libertad corresponde a la realidad presentada por la oferta turística en la satisfacción de las necesidades de turistas nacionales y extranjeros específicamente en Playa el Sunzal y el Tunco?

1.3 JUSTIFICACIÓN

De los cinco destinos de sol y playa propuestas por el PLAN NACIONAL 2020 el más desarrollado hasta el momento es el PUERTO DE LIBERTAD. Estas playas ofrecen una de las mejores olas para la práctica de Surf. Las más cercanas a 32 km. de San Salvador.

Su principales estrategias competitivas son gastronomía, su ubicación geográfica situado a 34 Km. de la Capital San Salvador, una excelente carretera sobre el litoral lo conecta con el Aeropuerto de Comalapa, en 30 minutos o con la frontera de Guatemala, en aproximadamente 1 hora, playas para diferentes deportes, especialmente para el surf.

Además El Ministerio de Turismo, a través de CORSATUR inauguró el “Complejo Turístico del Puerto de La Libertad”, uno de los atractivos turísticos más importantes del país, ubicado a 40 minutos de la capital.

Con la puesta en marcha de este proyecto, se contribuye al mejoramiento de las condiciones ambientales, de salubridad e higiene, con un nuevo espacio adecuado a las actividades que se realizan en la actualidad y de esta manera se trata de mejorar la calidad de los productos que se venden, hacer más atractivo el lugar para el turismo nacional y extranjero, aumentando la afluencia de visitantes en condiciones de seguridad integral.

Además de que se el Salvador cuenta con turismo de encuentro el cual hace que todos los turistas que vienen a nuestro país puedan dirigirse a la playa en tan solo 30 minutos a disfrutar de sus recursos naturales como olas, restaurantes, hoteles, vistas panorámicas etc.

Es importante definir que el tema seleccionado es para identificar las potencialidades que tiene El Salvador, específicamente el sector de playas para mejorar la imagen que tiene los turistas del país y así generar una propuesta que este acuerdo a las necesidades reales de los que nos visitan en el país.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1

OBJETIVO GENERAL.

Establecer la relación que existe entre la formación de la imagen del destino Puerto y Playas de la Libertad y la generación de las expectativas de satisfacción del turista que busca el atractivo turístico sol y playa.

1.4.2

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar y los factores que participan en la formación de la imagen de un destino Puerto y Playas de la Libertad.
2. Definir los factores que contribuyen a la generación de las expectativas del atractivo turístico sol y playa en la elección de Destino Turístico y Puerto y Playas de la Libertad.

1.5 ALCANCES

Entregar una propuesta de cómo mejorar la Imagen, la calidad de los servicios prestados, la seguridad y la Higiene, de los lugares encuestados para que puedan llegar a ser un destino 100% satisfactorio para los visitantes y turistas, nacionales y extranjeros.

1.6 DELIMITACION

GEOGRAFICA: Atractivo Turístico Sol y Playa en el Puerto de la Libertad.

TEMPORADA: Del 12 de febrero al 30 de mayo de 2009.

ESPECIFICA: Playas el Sunzal y el Tunco del Departamento de La Libertad.

CAPITULO II

MARCO TEORICO DE REFERENCIA

2.1 EL TURISTA

2.1.1

DEFINICION

Dentro de los visitantes a un destino, podemos distinguir a los turistas y a los excursionistas, y la única característica que los diferencia en si es que pernoctan o no en el destino. También podemos decir que un turista es aquella persona que hace una o más excursiones, especialmente por afán de recreación, es alguien que viaja por placer, ocio o cultura, visitando varios lugares por sus objetivos de interés, paisaje, cultura, descanso, etc. (Toledo E., 2006).

Podemos decir además que Turista es toda Aquella persona que visita distintos puntos de su país, o del planeta, y que lo hace para aprender más o para aumentar su conocimiento cultural. Sin embargo, una persona que visita por motivos de salud, puede cumplir con otras características que lo definen como turista, y sin embargo, no visitó un lugar para aumentar su conocimiento, ni para aprender más.

Según la OMT, turista es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

Los turistas pueden clasificarse en dos clases: el turista convencional y el turista alternativo. Como podemos observar en la tabla 2, el primero es más ofensivo y agresivo en su comportamiento con el medio, además que favorece la explotación incontrolada de los recursos buscando un crecimiento expansivo de la oferta turística y los beneficios a corto plazo. Mientras que del segundo, podemos decir que es más defensivo y respetuoso con el medio, éste valora la preservación de los recursos, buscando un desarrollo moderado y los beneficios a mediano y largo plazo.

Tabla 2: PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE UN TURISTA CONVENCIONAL Y UN TURISTA ALTERNATIVO (ENCICLOPEDIA DE TURISMO)

TURISTA CONVENCIONAL	TURISTA ALTERNATIVO
Pasivo , estático y ajeno	Activo, dinámico, participativo
Busca destinos de sol, playa y nieve generalmente vacaciones	Busca contacto íntimo con el territorio (naturaleza, cultura, gastronomía local.....) y muestra diferentes

monotemáticas y a precios bajos	motivaciones a lo largo del viaje
Busca demanda individual o de grupos muy específicos	Suele estar organizada por operadores turísticos
Frecuenta sitios o zonas masificadas y estacionales	Prefiere sitios mas exclusivos y privados, repartiendo sus desplazamientos a lo largo de todo el año
Su tipo de alojamiento frecuentado son estandarizados, hoteles grandes y sofisticados apartamentos y residencias secundarias	Estos demandan alojamientos sencillos pero confortables e higiénicos, pequeños hoteles, casas rurales, eco camping,...etc.

2.1.2 TIPOS DE TURISTAS:

Se dice que existen diferentes tipos de turistas entre las cuales Podemos mencionar que las tipologías en concreto que identifican la clase de turistas que viajan consumiendo paquetes turísticos organizados, existen dos tendencias: la de los turistas de masa organizados y la de los turistas de masa individuales.

Según el artículo publicado por [Diving around Tourism: Tipologías de turistas](#), encontramos que entre los tipos de turista podemos mencionar los siguientes

- Los Ravers: que hacen viajes según un escenario sexual.
- Las Sherley Valentine: mujeres clasificadas dentro de esta categoría porque buscan la experiencia romántica y el amor verdadero de la vida, los turistas de la noche que se mueven por disfrutar de la vida nocturna y el sexo.
- Los Heliolatrous: que viajan para disfrutar del sol y del buen clima y hacen una experiencia muy limitada y no visitan la ciudad porque se pasan casi todo el día en la playa; un matiz de la tipología de los turistas Sol y Playa.
- Lord Byron, los aficionados, que cada año pasan sus vacaciones en el mismo lugar, tienen constantes contactos con los anfitriones y disfrutan sintiéndose parte de otra cultura de la cual aprenden hasta el idioma. Se acerca mucho a la tipología de turista antropologista.
- Los vagabundos (drifters): Se dejan llevar de un lugar a otro.

También encontramos que en España clasifican a los turistas en 8 tipos que son:

- El que elige el destino de moda conocidos también como los osea: este viajero cree y considera que llegar a esos sitios incrementa su prestigio y reconocimiento social. Su comportamiento es conformista.

- El turista cultural o intelectuales: Procuran hablar la lengua del lugar que visitan, su actitud es receptiva y respetuosa y suele consumir productos ecológicos.
- El que busca seguridad o comodones: Este elige destinos cómodos y conocidos.
- El que huye de lo cotidiano o estresado: son aquellos que buscan huir de la vida cotidiana con una relación superficial con el lugar visitado
- El turista solitario o individualista: viaja solo por el mundo.
- El turista fiel a sus costumbres o rutinario: este, a pesar de la distancia, pretende mantener todos los aspectos de su vida cotidiana. Los cambios le estresan, son aquellos que en sus vacaciones mantienen la vida que suelen hacer en sus casas, con los mismos horarios, mismo tipo de comidas, etc.
- El turista aventurero. Busca la novedad y no le asustan factores como la inseguridad del destino, las enfermedades u otros peligros.

De acuerdo a lo planteado podemos decir que los turistas se clasifican de acuerdo al tipo de viaje que estos deseen hacer, la capacidad económica que se tenga, el tiempo disponible y la motivación, ahora nos preguntamos: ¿En qué tipo de turista nos convertimos nosotros a la hora de elegir un destino?

2.1.3 MOTIVACIÓN DEL TURISTA:

Para que un turista pueda realizar un viaje se necesita que éste sea motivado de diferentes formas para que pueda tomar una decisión que lo llevará a acudir al lugar elegido. Dentro de las motivaciones del turista en realizar un viaje consideramos motivaciones socio demográficas, de negocio u ocio, actividades turísticas, experiencias vividas, formas de vida y valores.

La motivación del turista se ve reflejada por la forma de obtención de la información del destino, a saber: información a través de familiares o conocidos y sus experiencias vividas, información escrita sobre el destino, medios de comunicación y recomendaciones.

Se destacan dos grandes categorías:

- Los planificadores: que están más abiertos a todas fuentes de información y acostumbrado a viajar con paquetes turísticos (como los turistas de masa organizados y los de masa individuales).
- Los exploradores: que tienen tendencia a rechazar las fuentes de información y no se preocupan tanto por el riesgo. Les gusta explorar nuevos territorios y la aventura que esto conlleva.

En esto podemos analizar las motivaciones, el agrado de satisfacción y actitud ante los espacios naturales que los turistas buscan en sus destinos vacacionales.

2.2 IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO

Todo movimiento turístico comienza por la existencia de un turista potencial. Personas, familias y grupos humanos que sienten la motivación de viajar y conocer alguna región o país. Esta motivación proviene de la imagen que estas personas tienen de la zona. Y aparte la imagen es la conformación mental particular o grupal en la que se integran elementos objetivos del destino y los rasgos, interpretativos y características psicosociales de quien elabora la imagen.

Entre algunas definiciones que se encontraron de lo que es la imagen del destino turístico se pueden mencionar las siguientes:

2.2.1

DEFINICIONES

IMAGEN:

Se considera la imagen como la “representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico”. (Baloglu y McCleary, 1999)

DESTINO

Es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes

internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país.

- Destino turístico: es un lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda”
- Destino turístico: Desde el punto de vista psicologico es considerado como una construcción mental basada en un proceso de evaluación de la información procedente de diversas fuentes sobre dicho
- Destino turístico una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística Un destino turístico.
- Según el demandante, puede ser un país, una región, una ciudad o un lugar concreto
- Eva Toledo alarcon, Dpto. Econ. Financiera, Contabilidad y Marketing Universidad de Alicante nos dice que destino turístico es el lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan a dichos lugares, También Sería el lugar donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico.

- La imagen de un destino turístico, es el resultado de la percepción y actitud del cliente con respecto al destino o destinos turísticos potenciales en un momento determinado (la percepción y actitud hacia el producto turístico). La percepción y actitud que los clientes tienen (imagen) debe deducirse de la conceptualización que hayan hecho del destino. Kotler *et al.* (1997).
- El destino turístico se constituye como un “punto En sí” y su imagen refleja las actitudes globales del cliente/turista basadas en la percepción de las características o atributos del destino. Mientras que la imagen es un análisis de la percepción sobre un producto/marca/destino, superior a la descripción individual de cada uno de sus atributos, la actitud hace alusión a la relación percepción-preferencia.

Según las diferentes definiciones podemos decir que La elección definitiva de un destino se produce bajo la influencia de las informaciones externas, internas, y de las construcciones cognitivas. La mayor fuente de influencias es la procedente de los estímulos sociales a los que está expuesto el turista (de visitas reales, de la publicidad y de la experiencia de otros). Las internas se derivan del tipo de personalidad, del estilo de vida, de los factores situacionales y de los motivos y actitudes frente al viaje en cuanto a las construcciones cognitivas estas representan la integración de ambas clases de datos.

2.2.1 NATURALEZA COGNITIVA – AFECTIVA

Para tener una idea de lo que es la naturaleza cognitiva – afectiva se comenzara explicando cada una de las definiciones de estas:

- La Naturaleza cognitiva: se utiliza en las personas motivadas y que saben bien que desean. Esta es una forma muy útil y se llega a producir este cambio de actitudes esta nueva actitud durará mucho tiempo.
- Naturaleza afectiva: esta forma de cambio no es tan clara como la cognitiva, sino que intenta producir un cambio mediante claves. Si se llega a producir este cambio, es un cambio temporal y no perdurará durante mucho tiempo.

Existen tres tipos de componentes en las actitudes y son: Componente cognitivo, Componente afectivo y Componente conductual.

- Componente cognitivo: es el conjunto de datos e información que el sujeto sabe acerca del objeto del cual toma su actitud. Un conocimiento detallado del objeto favorece la asociación al objeto.
- Componentes afectivos: son las sensaciones y sentimientos que dicho objeto produce en el sujeto. El sujeto puede experimentar distintas experiencias con el objeto estos pueden ser positivos o negativos.

Componente conductual: son las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera asociación entre objeto y sujeto.

En conclusión podemos decir que la elección definitiva de un destino se produce bajo la influencia de las informaciones externas, internas y las construcciones cognitivas de cada turista. La mayor fuente de influencia es la que procede de los estímulos sociales a los que está expuesto el turista (de visitas reales, de publicidad, y de las experiencias de otros las internas se derivan del tipo de personalidad del estilo de vida, de los factores situacionales, y de los motivos y actitudes frente al viaje, en cuanto a las construcciones cognitivas estas presentan la integración de ambas clases de datos. Ya que es donde el turista está motivado y sabe bien lo que desea encontrando así que la imagen se quede grabada por mucho más tiempo.

Además en la elección de un destino intervienen también los hábitos de conducta o respuestas ante determinados estímulos. Las personas, bien de una forma consciente o inconsciente, desarrollan toda una serie de procedimientos y secuencias estructuradas que les permiten, por ejemplo, resolver problemas, tomar decisiones o acceder a recuerdos e información considerada especialmente importante. Es a esta secuencia intencional, específica y estructurada de procesos mentales a los que se denomina “Estrategia Cognitiva” podemos mencionar las siguientes siete grandes categorías de

estrategias cognitivas consideradas como aquellas más básicas y fundamentales:

1. Estrategias Cognitivas para la Toma de Decisiones: Es la secuencia específica que un individuo utiliza, de forma habitual, para elegir entre diversas opciones y apostar por una determinada pauta de actuación.
2. Estrategias Cognitivas de Memoria: Es la secuencia específica utilizada habitualmente por una persona para almacenar y/o recuperar información relevante producto de su interacción con el medio o como resultado de determinados procesos mentales internos.
3. Estrategias Cognitivas de Aprendizaje: Es La secuencia específica utilizada por el individuo con el fin último de adquirir nueva información o mejorar su propio repertorio de habilidades y capacidades
4. Estrategias Cognitivas de Creatividad: Es la secuencia específica utilizada por el individuo para generar y desarrollar nuevas posibilidades, opciones e ideas en relación a alguna situación, actividad u objeto.
5. Estrategias Cognitivas de Realidad: Es la secuencia específica utilizada sistemáticamente por una persona para lograr discernir con precisión aquello que es considerado como ‘real’ de todo aquello que supone “fantasía” o simple “imaginación”.
6. Estrategias Cognitivas de Convencimiento: Es la secuencia específica que permite a una persona tomar una plena conciencia de la validez y grado de acuerdo en relación a una experiencia o proposición concreta.

7. Estrategias Cognitivas de Motivación: Es la secuencia específica que permite a una persona emprender con intensidad, energía y entusiasmo aquellas acciones, conductas y pasos necesarios hasta lograr obtener aquello que realmente se desea alcanzar

2.2.2 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA FORMACIÓN DE IMÁGENES DE UN DESTINO TURÍSTICO

Los Factores son un determinante en la formación de la imagen y que juegan un papel especial en estas, entre estas podemos mencionar:

- La distancia cognitiva,
- Localización geográfica,
- Familiaridad o la repetición de la vista,
- La medida sus componentes y
- Componente cognitivo, afectivo y conductual.
- Y el conocimiento

Además existen dos clases de factores que determinen dichas evaluaciones: los de estímulo y los personales. Los primeros están relacionados con los estímulos externos: fuentes de información y experiencia previa. En cuanto a los factores personales, son las características psicológicas (valores, motivación, y personalidad) y sociales (edad, educación, estatus y otros) mientras que las evaluaciones cognitivas refieren creencias y comprenden los conocimientos sobre las cualidades objetivas del lugar, las afectivas se refieren a sentimientos y abracan el conocimiento sobre su calidad afectiva, es decir el

significado afectivo se refiere a la valoración de la calidad afectiva de los ambientes mientras que la calidad cognitiva se refiere a la valoración de las características físicas de los mismos.

2.3 SATISFACCIÓN DEL TURISTA

2.3.1

EMOCIONES DEL TURISTA

Emoción es la experiencia de sensaciones como el miedo, la sorpresa o la ira. Influyen y activan en la conducta. Algunas emociones más comunes son: alegría, rabia dolor, horror, culpa, amor, temor, odio, asco, lástima, tristeza y ansiedad. Las emociones constantemente informan del estatus de los estados motivacionales y movilizan los recursos corporales para gratificar los motivos y facilitar la adaptación. Las emociones son patrones complejos de los cambios corporales y mentales incluyendo despertar social, sensaciones; y afectan los procesos cognoscitivos, y las reacciones del comportamiento. (Ross Buck, 1999.)

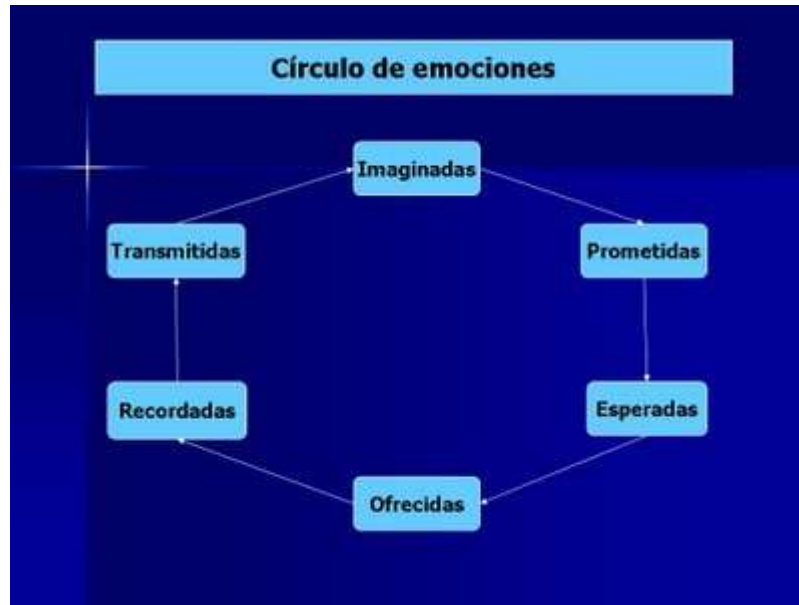


Figura 1. CIRCULO DE EMOCIONES (Juan Sabejano)

Para entender estos patrones complejos en los individuos a continuación, analizaremos la figura 1. :

➤ Emociones imaginadas

En la que las emociones imaginadas son las que tienen su principio y fin en el propio turista y su entorno más inmediato. En este caso las emociones son perfectas porque son las ideales, las que genera un viaje único en el que todos los elementos se coordinan en la mente del turista según sus deseos más profundos. El viaje en sí, el hotel, el servicio, el destino, los paisajes, la diversión, todo se construye para que las emociones fluyan en la imaginación... y generen la necesidad de encontrarlas en la realidad.

➤ Emociones prometidas

Entonces el turista comienza a planificar. Busca el destino, se informa de los hoteles, lee en páginas sociales y, lo que es más importante, contacta con intermediarios. Todos prometen un servicio determinado, todos prometen un determinado disfrute y, por tanto, una serie de emociones que el turista puede creer más o menos, pero que sin duda influyen en él cuando decide comprar una estancia. El problema de este tipo de emociones prometidas es que son exógenas, su diseño no parte del propio turista, que es sin duda quien mejor se conoce a sí mismo, por lo que los intermediarios prometen no lo que el turista desea, sino lo que ellos creen que el turista desea. Este desajuste se acentúa por la necesidad de producir unos servicios estandarizados para aprovechar en lo posible la economía de escala que pueda generar, olvidando en muchos casos la personalización del servicio y de las emociones.

➤ Emociones esperadas

Entonces nos encontramos con un turista que ha partido de unas emociones imaginadas, se ha informado y ha recibido una serie de emociones prometidas, de modo que se sitúa en un estado en el que dominan las emociones esperadas, es decir, aquellas generadas por el deseo primero y las promesas posteriores. Estamos ya en una posición de contacto con la realidad, cercanos al disfrute de esas emociones, situación en la que lo ideal sería que las emociones imaginadas y las esperadas se parecieran todo lo posible. Un claro alejamiento de unas y otras supone un fallo en la estrategia y gestión del

destino, pues supone que no se conoce lo suficientemente bien al cliente y no se dispone de un producto adecuado para él.

➤ Emociones ofrecidas

El turista tiene entonces unas expectativas y es con esas expectativas con las que llega al destino para disfrutar de las emociones ofrecidas, es decir aquellas que en verdad el destino y sus agentes pueden generar en el turista. En este momento las emociones que el turista experimenta dependen de la capacidad del destino y de su conocimiento del turista. Previsiblemente el destino ha estudiado anteriormente al turista y trata ahora de adecuar todo lo posible las emociones que este espera con su capacidad para generarlas. Se espera que el destino haya tenido la honestidad suficiente para no haber prometido más de lo que puede ofrecer.

➤ Emociones recordadas

El turista disfruta sus vacaciones en el destino, lo que genera una serie de emociones, no necesariamente idénticas a las ofrecidas, que a su vez son el origen de un poso que queda en el propio turista como emociones recordadas. Estas son las que definirán al destino como bueno o malo, no las esperadas ni las disfrutadas. Estas **emociones recordadas** son el producto final que se lleva el turista y las que van a determinar hasta qué punto desea volver al destino o recomendarlo.

➤ **Emociones transmitidas**

- Surgen entonces las **emociones transmitidas**. El turista actúa como prescriptor, y así refleja sus impresiones y emociones sobre el destino. No han de ser necesariamente idénticas a las recordadas ya que puede estar influido por el entorno e incluso actuar por motivos espurios. Lo que si es cierto es que estas emociones transmitidas alimentan, para bien o para mal, las emociones imaginadas de otros posibles turistas completando el círculo y ampliando la red viral del boca-oreja.

2.3.2 PROCESO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA

El resultado de la compra y uso que se deriva de la comparación que hace el consumidor de las recompensas y los costos de la compra en relación con las consecuencias anticipadas es a lo que se le denomina proceso de satisfacción. (Engel y Blackwell, 1982)

Este proceso consta de 4 etapas, que se describen a continuación:

1. **EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR** o búsqueda de información: Fenómeno de anticipación de un resultado futuro utilizada como un marco de referencia o estándar de comparación en torno al cual se contrastará el resultado del producto o servicio. (Szymanski y Henard, 2001).
2. **RESULTADO DEL PRODUCTO** o Momento de la Verdad: el resultado está estrechamente relacionado con la capacidad del producto para cubrir las necesidades del individuo y ayudar así a la confirmación de sus expectativas. (Swan, 1988).

3. DISCONFIRMACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS o congruencia: Es un juicio cognitivo posterior a la experiencia de consumo que refleja si el producto o servicio resultó mejor o peor de lo esperado por el individuo (Swan y Oliver, 1984).
4. ATRIBUCIÓN CAUSAL valoración del producto-destino: Comportamiento post-compra del individuo. Se refiere a la investigación sobre el contexto de insatisfacción tras una experiencia de consumo negativa o la respuesta de satisfacción del consumidor originada por causas internas o externas al producto. (Oliver, 1997; Weiner, 2000).

Entonces podemos decir que si el turista obtiene un nivel de satisfacción, aumenta la posibilidad de repetición de la visita y, por tanto, de fidelidad al destino o recurso turístico; puede, asimismo, volver a ese lugar para cubrir otra necesidad; y, además, influirá de forma decisiva en las futuras decisiones de su grupo de convivencia (familiar, amigo y conocido).

Si el turista se va insatisfecho, se produce una disonancia que reducirá la probabilidad de repetición y generará una imagen menos positiva del destino entre sus conocidos. En ese sentido, podemos definir el nivel de satisfacción de un turista como el resultado de comparar su percepción de los beneficios del producto y las expectativas de beneficios que se van a recibir del mismo. (Kotler *et al.*, 2000).

La satisfacción dependerá, en consecuencia, tanto de las expectativas que tenga el consumidor-visitante como de la valoración que haga del producto-destino una vez que lo haya consumido.

2.3.3 FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS EXPECTATIVAS DEL TURISTA

Entre los factores principales que influyen en las expectativas del turista a la hora de tomar una decisión de viajar asia un destino encontramos las siguientes las cuales ayudaran a conocer que destino elegir se ilustran en la siguiente figura:



Figura 2. NECESIDADES Y DESEOS DEL TURISTA

Necesidades y Deseos:

Cuando un turista procura un destino donde pasar sus vacaciones eso es fruto de la combinación al menos de tres aspectos decisivos en su comportamiento de compra: Motivación, Dinero y Tiempo. Es fácil apreciar que su motivación está dada por una necesidad o un deseo de descansar, por ejemplo en un destino de sol y playa para reponer la energías físicas y mentales gastadas durante un año de arduo trabajo. Para ello necesita transportarse, dormir, comer, divertirse, etc., pero desea hacerlo en primera clase, estar en una habitación con vista al mar y que le lleven la comida a la habitación. Necesidad y deseo influyen en la expectativa del cliente (turista), porque él al procurar al prestador del servicio turístico tanto en la transportación, como en el alojamiento, la recreación, la restauración, etc., espera (asumiendo aquí una definición de expectativa como lo esperado), antes de cualquier cosa que su necesidad sea satisfecha o que su deseo sea atendido.

Experiencia pasada del propio turista:

Las experiencias pasadas influyen en el grado de las expectativas que el cliente tiene al elegir un proveedor de servicios. Si un turista nos visita y sale altamente satisfecho producto del buen servicio que recibió en nuestro país a lo largo de toda la "cadena de valor turística", no cabe la menor duda de que ello hará que las expectativas, con respecto a una nueva experiencia, tenderán a ser muy altas. Este es uno de los motivos por lo que algunos llaman la atención

sobre los posibles riesgos que trae "encantar al turista", sin que ello no se haya realizado de manera consciente y sobre todo teniendo en cuenta la posibilidad de mantener ese nivel o superarlo. No debe olvidarse que ello requiere realizar las inversiones monetarias necesarias y si no están disponibles las fuentes para obtenerlas, la situación puede llegar a ser desastrosa. El cliente encantado tenderá a elevar sus expectativas en el próximo retorno.

Comunicación boca a boca:

Este factor está relacionado con las experiencias pasadas de otros turistas. Es importante destacar que la comunicación boca a boca puede ejercer influencia sobre las expectativas, desde dos ángulos diferentes: a favor o en contra del prestador del servicio. Pero téngase en cuenta que cuando trabaja en contra es más eficiente que cuando lo hace a favor. La influencia de este factor se amplía en operaciones de servicios por la dificultad de su objetivación en la evaluación, sobre todo a priori de la prestación del servicio. Un turista que tomó la decisión de viajar a Cuba, por ejemplo, no tiene la posibilidad de testar tres destinos para escoger el mejor. Este turista se fía, por tanto, más en los testimonios de otros turistas que puedan ejercer sobre él algún tipo de influencia.

Comunicación externa:

Muchas veces se cree que cuando hablamos de comunicación externa como factor formador de expectativas, nos referimos solamente a la que ejerce la

propia organización de servicio. Esto no es así. La comunicación externa incluye todo tipo de comunicación tanto de la propia organización como de otras instituciones (ejemplo, sitios de internet que evalúan y comparan proveedores, propaganda, etc.). Esos factores tienden a tener alguna influencia sobre el grado de expectativas de los clientes y en general están más bajo control del proveedor del servicio. Existe el peligro de que el proveedor del servicio utilice inadecuadamente la actividad de promoción, publicidad y propaganda y eleve con ello las expectativas de los turistas.

Precio:

Muchas veces, por la propia dificultad que presenta la evaluación objetiva de un servicio, principalmente antes de la compra, el turista tiende a establecer en su mente una especie de correlación entre el precio cobrado (pagado) y la calidad esperada del servicio. El precio es un aspecto del servicio que puede ser objetivamente evaluado, ranqueado y comparado. Quizás por ese motivo el cliente tienda en algunas situaciones, a ranquear en sus expectativas la "calidad esperada" de acuerdo con la secuencia del ranking de precios, algo así como asumiendo que un servicio caro debe ser bueno. Eso afecta en el sentido de que un precio más alto aumenta las expectativas del turista en cuanto al servicio se refiere. Ese efecto muchas veces coloca a los proveedores y a los clientes en situaciones contra intuitivas, en que la demanda aumenta cuando se aumenta el precio de un servicio.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO

El objetivo que se persigue con esta investigación es el de conocer la situación actual en cuanto a la imagen y satisfacción que tienen los turistas con respecto a su infraestructura, limpieza, carreteras, señalización, hospedaje, alimentación, seguridad entre otras de Playas el Sunzal y el Tunco respectivamente.

3.2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

La metodología utilizada en la investigación se detalla a continuación:

- Entrevistas: con el Director del área de Desarrollo de Productos Turísticos del MITUR.
- Bibliotecas: Biblioteca Central de la Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Visitas al destino turístico: Donde se pudo constatar la infraestructura del lugar, servicios generales, carreteras, etc.
- Internet: Consulta de páginas virtuales, para más información de los Hoteles de las playas de la Libertad, al igual que los diccionarios virtuales de turismo.
- Diccionarios: Virtuales.
- Cuestionario: Realizado a turistas nacionales y extranjeros que visitaban las playas del puerto de la Libertad (El Sunzal y el Tunco). Este contiene las preguntas elaboradas para cumplir con el objetivo propuesto, dicho cuestionario contempla tres apartados que son: a) los factores de Formación de la Imagen b)

los factores de la generación de expectativas. El cuestionario consta de 20 preguntas, 18 cerradas y 2 abiertas relacionadas con lo que los turistas opinan de nuestro destino turístico Puerto y Playas de La Libertad, en las cuales conoceremos la imagen que los turistas tienen del destino y si éste cumple con las expectativas que se tenían previstas.

3.2.1 SELECCION DEL UNIVERSO

Para la determinación de universo se utilizó información proporcionada por el Ministerio de Turismo, en la cual se obtuvo el número de alojamientos turísticos de las dos playas en análisis. A través de entrevistas telefónicas y de reconocimiento en el lugar se determinó un total de 84 turistas diarios.

3.3 DETERMINACION DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se determinó tomando como base la formula de Rojas Soriano para población turista la cual se describe así:

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

Z = Coeficiente de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de Error

N = Población

n = Muestra

E = Precisión para generar resultado (50%)

Sustituyendo los siguientes valores en la fórmula para la determinación de la muestra :

Z = 10.25, P = 0.25, Q = 0.5, E = 0.5 , N = 84

$$n = \frac{(10.25)^2 * (0.5) * (0.5) * (84)}{(84 - 1)(0.5)^2 + (10.25)^2(0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{2206.3125}{(83)(0.25) + (105.0625)(0.25)}$$

$$n = \frac{2206.3125}{47.015625}$$

$$n \approx 47$$

3.4 RECOLECCION DE DATOS

El procedimiento que se utilizó en la obtención y recolección de datos es el siguiente:

- Visitas personales a MITUR para recolección de información
- Contactos preliminares vía telefónica para la ubicación del centro de atención a turistas del puerto la libertad
- Visitas al Puerto para corroborar la afluencia de turistas en las playas y en todo el lugar.

3.5 TABULACION DE DATOS

Este apartado comprende la tabulación de las respuestas obtenidas a través de las encuestas clasificadas en SI y NO, en positivas y negativas, así como el porcentaje representativo de cada una de las respuestas. Cada pregunta fue elaborada en base a un objetivo de los factores que interviene en la formación de la imagen y la generación de expectativas del destino turístico.

ENCUESTAS:

1. ¿Es salvadoreño o extranjero?

Objetivo de la Pregunta:

Conocer cuántos turistas Nacionales e Internacionales visitaron las playas del Puerto De La Libertad.

Respuestas	Numero de personas	Porcentaje
SI	38	81%
NO	9	19%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según encuestas efectuadas se comprobó que el 81% de la población que visito el puerto de la Libertad es Nacional y que un 19% es extranjera. Lo cual nos indica que las personas nacionales visitan con más frecuencia este lugar. O en su lugar turismo interno.

2. ¿Es su primera visita a esta playa?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si el turista conocía o no las playas del Puerto de La Libertad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	8	17%
NO	39	82%
total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según la encuesta el 17% de la población es primera vez que visita las playas del puerto de la Libertad, y un 82% dice que no es su primera visita al destino turístico. Lo cual nos indica que no hay suficiente información del lugar y que se debería trabajarse mas para promocionar estas playas utilizando su recurso como lo son las olas (Surf) y así lograr un 100%.

3. ¿El estado de carreteras y señales facilitó su viaje?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si los turistas encontraron en buen estado las carreteras y si eso se les hizo factible su viaje.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	38	81%
NO	9	19%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

En el resultado de las encuestas a los turistas se comprobó que el 81% de la población tuvo un buen acceso y buena señalización durante su viaje a los diferentes atractivos turísticos de sol y playa en el puerto de la Libertad, y un 19% de los turistas dijo que tuvo problemas al llegar.

4. ¿Encontré el destino turístico limpio?

Objetivo de la pregunta:

Analizar si los turistas tuvieron buena o mala experiencia con la limpieza de las playas del Puerto de la Libertad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	32	68%
NO	15	32%
total	47	100%

Análisis de la pregunta:

A través de los resultados de la encuesta se comprobó que el 68% de los turistas encontraron el Destino turístico limpio y que el 32% lo encontró el destino turístico sucio.

5. ¿Disfrute mi experiencia en el destino?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si los turistas obtuvieron una experiencia agradable en el destino Turístico.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	42	89%
NO	5	11%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según los resultados de la encuesta se comprobó que el 89% de los turistas tanto nacionales como extranjeras tuvieron buena experiencia en el destino turístico, y el 11% no tuvo una buena experiencia.

6. ¿Tuve buena experiencia con la cultura del destino Turístico?

Objetivo de la pregunta:

Analizar si los turistas tuvieron buena expectativa y buena experiencia en la cultura local del destino Sol y Playa.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	36	89%
NO	11	11%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según los resultados obtenidos el 89% de los turistas tuvieron buena experiencia con la cultura del destino turístico y el 11% dijo que no hay buena cultura en el atractivo turístico.

7. ¿Tuve oportunidad de conocer la Gastronomía local??

Objetivo de la pregunta:

Cuestionar si el Turista tuvo la oportunidad de conocer la Gastronomía de las playas del Puerto de la Libertad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	41	87%
NO	6	13%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según cuestionario el 87% de los turistas dijo que tuvo la oportunidad de conocer la gastronomía del destino turístico, y el 13% dijo q no tuvo la oportunidad de conocerle.

8. ¿La calidad de la comida es buena?

Objetivo de la pregunta:

Determinar si a los turistas les pareció la calidad de la Gastronomía de los Destinos Turísticos.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	40	85%
NO	7	15%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según encuestas realizadas para los turistas un 85% de los turistas nos dijo que la calidad de los alimentos era buena, y por lo tanto el 15% de ellos no les pareció la gastronomía del atractivo turístico.

9. ¿El personal del servicio es eficiente?

Objetivo de la pregunta:

Evaluar si los turistas tienen buena expectativa sobre el servicio que se les brinda durante su estadía en las Playas del Puerto de la Libertad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	35	74%
NO	12	26%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

De los resultados obtenidos, encontramos que el 74% de los turistas dijo que el personal que se encuentra en el atractivo turístico sol y playa son eficientes, en cambio el 26% nos dijo que no eran eficientes, ni profesionales.

10. ¿Me sentí salvo y seguro durante mi visita?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si el turista se sintió salvo y seguro durante su visita a las playas del Puerto de la Libertad

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	38	81%
NO	9	19%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según las encuestas los el 81% de los turistas, tanto nacionales y extranjeros sintieron salvos y seguros durante su visita y un 19% dijo que no se sentían seguros.

11. ¿Recomendaría este Destino Turístico a un amigo o familiar?

Objetivo de la pregunta:

Estandarizar si el turista recomendaría el atractivo turístico a un amigo o familiar porque disfruto su estadía en las playas y quisiera que alguien más disfrute y conociera la experiencia que en el Puerto de la Libertad pueden ofrecer.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	45	96%
NO	2	4%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según las respuestas obtenidas el 96% de los turistas recomendaría el atractivo turístico de sol y playa a sus familiares y amigos, en cuanto el 4% nos dijo que no. Por haber tenido una mala experiencia en su lugar de estadía.

12. ¿Los establecimientos que prestan servicios en la playa están a disposición del turista?

Objetivo de la pregunta

Conocer si los turistas encontraron los establecimientos a disposición y visibles para su comodidad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	40	85%
NO	7	15%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según las encuestas que realizamos el 85% de los establecimientos están a disposición de los turistas, el otro 15% de no están accesibles para los turistas

13.¿El destino Turístico establece o implementa un plan de seguridad específico para las playas?

Objetivo de la pregunta

Conocer si el Destino turístico tiene buena seguridad en el área de recreación para los bañistas o surfistas.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	18	38%
NO	29	62%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según el numero de las encuestas el 38% de los turistas nos dijo que el atractivo turístico de las playas del puerto de la Libertad si implementa plan de seguridad, pero en un 62% de los turistas nacionales como extranjeros nos dijo que no existía ningún plan de seguridad para ellos los turistas.

14. ¿Se le informo que existe un límite de distancia y profundidad mar adentro que garantice la seguridad del bañista?

Objetivo de la pregunta

Conocer si los turistas encontraron los establecimientos a disposición y visibles para su comodidad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	11	23%
NO	36	77%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

Según los resultados obtenidos, el 77% de los turistas nos dijo que nadie advirtió nada de la seguridad del bañista, y el 23 % nos dijo que si, En la cual le tomaron mas precaución porque eran subfiadores.

13. En el atractivo turístico Sol y Playa hay una zona inmediata y paralela para la práctica de actividades. ¿practico usted algún deporte?

Objetivo de la pregunta

Conocer cuántos turistas practican algún tipo de deporte en las diversas playas del puerto de la libertad.

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	18	38%
NO	29	62%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta

Según las encuestas realizadas el 38% de los visitantes nos dijo que en el atractivo turístico sol y playa si realizaba un deporte (Surf) y el 62% de los turistas nos dijo que no practicaban esos deportes.

14. Según lo que usted ha visto ¿El Gobierno ha implementado estrategias y programas que aplique la seguridad de los turistas en el Destino Sol y Playa?

Objetivo de la pregunta

Determinar si el Gobierno ha implementado buenas estrategias para dar buena seguridad a los visitantes de Puerto de la Libertad

Respuestas	Número de personas	Porcentaje
SI	35	
NO	12	
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

En los resultados obtenidos el 74% de los visitantes turistas nos dijo que el gobierno de El Salvador había implementado buena estrategia de seguridad para los turistas y el 26% dijo que no había seguridad en el lugar.

15. ¿En el destino Turístico cuenta con la presencia de salvavidas capacitados, con equipos indispensables de salvamento en la playa?

Objetivo de la pregunta

Determinar si hay salvavidas capacitados y con equipos adecuados para cualquier tipo de emergencia en los turistas.

Respuestas	Numero de personas	Porcentaje
SI	18	38%
NO	29	62%
Total	47	100%

Análisis de la pregunta:

En las encuestas realizadas el 62% de los turistas que visitaron las playas del puerto de la Libertad nos dijo que si contaron con la presencia de los salvavidas, y el 38% de los turistas nos dijo que no presenciaron ningún salvavidas.

18. ¿Cuánto tiempo se ha quedado usted en el Puerto de la Libertad?

Objetivo de la pregunta:

Verificar cuenta es la duración de estadía de los turistas que visitan la playas del Puerto de Libertad.

Nº de encuestas	Opiniones	Número de personas	Porcentaje
47	Menos de una semana	30	
47	Dos semanas	13	
47	Más de 3 semanas	4	
total		47	100%

Análisis de la pregunta:

Según las encuestas la mayoría de los turistas son muchos los que se quedan menos de una semana en el destino y la mayoría se quedan menos de dos semanas y tres semanas.

19. ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar el turismo en este sitio Turístico?

Objetivo de la pregunta.

Presupuestar que podrían hacer el Gobierno para mejorar el turismo en las Playas del Puerto de la Libertad.

Nº de encuestas	Opiniones	Numero de personas	Porcentaje
47	Campaña de limpieza	16	34 %
47	Mejorar Seguridad	15	32 %
47	Invertir más dinero para construcción	11	23 %
47	Publicidad	4	8 %
total		47	100%

Análisis de la pregunta: Cuestionar a los turistas que podría proponer el gobierno de El Salvador para mejorar el destino turístico, el 34% de los turistas nos dijo que es hacer una campaña de limpieza, el 32% para mejorar la seguridad, 23% invertir mas dinero en construcción, y el 8% para publicidad.

20. ¿Qué es lo que mas le ha gustado de las playas del Puerto de la Libertad?

Objetivo de la Pregunta:

Conocer porque al turista le agrada las playas del Puerto de la Libertad.

N° de encuestas	Opiniones	Numero de personas	Porcentaje
47	LA Gastronomía	10	21 %
47	Vista Panorámica (Sol, Playa, clima etc.)	21	45 %
47	Practica del Surf	14	39 %
47	Otros	2	4 %
total		47	100%

Análisis de la pregunta:

Según encuestas realizadas ver que el 21% le ha gustado la gastronomía del destino, el 45% la vista panorámica el 39% dijo que la práctica del surf, y el 4% dijo que otras experiencias turísticas que encuentra en la zona.

PROPUESTAS

1. Proteger y mejorar las áreas públicas:

Incluyen parques, playas, accesos públicos y caminos. Esta actividad puede ser coordinada conjuntamente con, Alcaldía Municipal del Puerto la Libertad, empresarios y comunidad, para que por medio de estos se pueda brindar las herramientas necesarias para el desarrollo de este fin.

2. Promover la campañas de sensibilización de limpieza de las playas:

Implementación de campañas de limpieza y ornato permanentes y periódicas para mejorar las condiciones de salubridad e imagen a través del saneamiento ambiental.

3. Controlar el tratamiento de desechos sólidos :

Provenientes de restaurantes, hoteles y hogares, que desagüen al mar.

4. Crear comités de Seguridad:

Seguridad pública, territorial (en caso de desastres), salud, emergencia, entre otros. Que a su vez puedan ser auto sostenibles.

Gestionar la vigilancia adecuada en las zonas o sitios de interés turístico prioritarios y en horarios de mayor afluencia de visitantes.

5. Capacitaciones constantes:

Gestionar, Fomentar e Implementar cursos técnicos o charlas en diversas temáticas turísticas dirigidos a capacitar a la mano de obra que labora en hoteles, restaurantes y otras empresas a fines para mejorar la calidad de servicios ofrecidos.

Que todo el personal de servicio (hoteles, restaurantes, y pequeñas empresas) sea capacitado regularmente en el Idioma ingles, atención al cliente, y primeros auxilios, ya que existe un porcentaje alto de afluencia de turista y visitantes.

6. Conformar un comité auto sostenible:

Para generar recursos económicos, con el objetivo de mejorar el servicio y la calidad de estadía a los turistas por parte de los empresarios (hoteles, restaurantes, micro empresarios como cyber cafes, tiendas de conveniencia, rentas de tablas de surf. Etc.) y alcaldía.

7. Desarrollar diversos Festivales:

con base a los recursos turísticos disponibles, además de el fomento o creación de Eventos deportivos, culturales o relacionados a la conservación

del medio ambiente tanto acuáticos como terrestres a fin de atraer mayores flujos de visitantes .

8. Gestionar la Mejora los servicios de seguridad pública:

El ordenamiento y control del flujo vehicular y fomentar una cultura de pago de impuesto como estrategia para contar con más y mejores servicios a favor de la actividad turística.

9. Gestionar recursos:

Para diseñar e implementar un plan de señalización de Circuitos, Rutas y casco urbano de acuerdo al inventario de patrimonio turístico existente.

10. Gestionar e implementar una campaña de promoción turística agresiva:

En los municipios aledaños y otras zonas turísticas del país para captar mayor número de visitantes.

11. Gestionar la instalación hospitales móviles en los sitios de mayor interés turístico por el flujo de visitantes existentes:

Para la implementación de jornadas médicas frecuentes entre la población y visitantes.

CONCLUSIONES.

1. De los resultados obtenidos en la investigación, se puede concluir que la formación de la imagen del destino sol y playa, oferta turística primordial y complementaria (recursos naturales, culturales, infraestructura, estructura y supra estructura turística), entre los turistas y visitantes a las playas Sunzal y El Tunco de La Libertad por los diferentes medios de información, está de acuerdo con las expectativas de la satisfacción del turista generadas durante su estancia en el destino.
2. Entre los factores que participan en la formación en la imagen del destino turístico sol y playa, en las playas el Sunzal y El Tunco de La Libertad podemos mencionar: su localización geográfica, la repetición de la visita el conocimiento de la misma y el componente cognitivo, afectivo y conductual del turista.
3. Los factores que contribuyen a la generación de las expectativas del destino turístico en las playas el Sunzal y El Tunco de La Libertad son: necesidades y deseos, experiencia pasada del propio turista, comunicación boca a boca, comunicación externa, y precio de estadía entre otros.

4. Según información recolectada en las encuestas la infraestructura el destino turístico Puerto y Playas de La Libertad cumple con las expectativas en cuanto al transporte, sistema de carreteras, aunque en estos momentos está en ampliación, servicios generales, sistemas de acopio y señalización.
5. Las empresas de servicios turísticos de las playas analizadas, que prestan los servicios de: alojamiento, restaurantes, transporte y entretenimiento, poseen la cultura de calidad de servicio acorde al lugar y a su categoría; demás, sus productos satisfacen las expectativas de los turistas.
6. Con respecto al apoyo que el Estado debe dar al destino turístico Puerto y Playas de La Libertad, para la limpieza de las playas analizada según la opinión de los turistas, debían realizarse con mayor frecuencia. La seguridad es otro aspecto que el turista pidió se reforzara.

RECOMENDACIONES.

Como estudiantes de la carrera de Técnico en Administración Turística podemos recomendar a las empresas de turismo del país así también como a los nuevos técnicos de administración turística lo siguiente:

1. Realizar con frecuencia encuestas para determinar la afluencia de turistas y visitantes al lugar.
2. Concientizar a turistas así como a visitantes a mantener limpias las playas y lugares públicos.
3. Que en el centro de atención turística del Puerto la Libertad halla personal permanente atendiendo al turistas, y que tenga personal para trabajo de campo para que cuando los turistas lleguen a pedir información siempre se encuentre alguien
4. Que cuando contraten personal para dar información este sea capacitado en atención del cliente, ya que las personas que están en el lugar no son las adecuadas para estar en esa área por su irrespeto, falta de atención, y malos modales.
5. Que las playas del Sunzal y el tunco tenga mayor visualización en cuanto por donde los turistas puedan dirigirse ya que en el trayecto se encontró un solo rotulo de madera que nos indicaba la entrada a playa el tunco de ahí no había nada.

BIBLIOGRAFÍA

1. *Definiciones de turismo*

<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml#turista>

www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml

2. *Tipos de Turistas*

<http://www.lasescapadas.com/2008/07/31/los-tipos-de-turistas-espanoles>

www.lasescapadas.com/2008/07/31/los-tipos-de-turistas-espanoles/ - 34k –

3. Topologías de turistas. CLÚSTER TURÍSTICOS. DIVING AROUND TOURISM

[http://guendarelendaturismo.blogspot.com/2007/10/tipologas-de-turistas-](http://guendarelendaturismo.blogspot.com/2007/10/tipologas-de-turistas-clusters.html)

[clusters.html](http://guendarelendaturismo.blogspot.com/2007/10/tipologas-de-turistas-clusters.html) Diving around Tourism: Tipologías de turistas. Clusters

turísticos. <http://guendarelendaturismo.blogspot.com/2007/10/tipologas-d>

4. Factores psicosociales y formación de imágenes en el turismo

Urbano: un estudio del caso de Madrid José Manuel Castaño Alfredo

Moreno Antonio Crego, Universidad Rey Juan Carlos España (vol. 4 pag.

287-299 2006)

5. *Circulo de emociones*

TURISMO 2.0, Revista Savia Amadeus Publicado por Juan Sobejano

[http://www.turismo20.com/profiles/blog/show?id=932414%3ABlogPost%3A7](http://www.turismo20.com/profiles/blog/show?id=932414%3ABlogPost%3A784)

[84](http://www.turismo20.com/profiles/blog/show?id=932414%3ABlogPost%3A784) www.turismo20.com/profiles/blog/show?id=932414%3ABlogPost%3A784

- 31k

6. Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita

Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - [Versión en HTML](#)

[www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_821_241-](http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_821_241-255_F433006AB6375923061A161343DBC54E.pdf)

[255_F433006AB6375923061A161343DBC54E.pdf](http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_821_241-255_F433006AB6375923061A161343DBC54E.pdf)

6. Modelización de un proceso de elección secuencial en cuatro etapas del consumidor turista

<http://www.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2005-17.pdf>. Juan Luis

Nicolau, [RePEc:ivi:wpasec:2005-17](#)

7. <http://www.umcc.cu/gestacad/monos/2006/INDECO/EI%20problema%20de%20las%20Expectativas%20en%20la%20K.pdf> PAG. 8-11

8. *BMI*

[http://www.bmi.gob.sv/pls/portal/url/ITEM/5DB635DB3F619C1FE040558](http://www.bmi.gob.sv/pls/portal/url/ITEM/5DB635DB3F619C1FE040558CE3C95915)

[CE3C95915](http://www.bmi.gob.sv/pls/portal/url/ITEM/5DB635DB3F619C1FE040558CE3C95915) -

ANEXO N° 1

INFORMACION GENERAL PUERTO DE LA LIBERTAD

La Libertad esta localizada en el departamento del mismo nombre, a solo 34 km de San Salvador. Es una ciudad portuaria con infraestructura turística, pequeños hoteles y restaurantes.

La Libertad, comenzó a ser utilizada para actividades de embarque y desembarque de mercaderías y pasajeros por mandato del gobierno federal centroamericano de 1824, labor efectuada con una serie de lanchones. En 1835 se convirtió en puerto mayor de la República Federal.

En 1869 se inauguró su muelle de hierro, que estuvo en uso para comercio hasta la segunda mitad del siglo XX, desde esa época se destinó para las actividades de pesca artesanal, comercio y turismo.

La Libertad tiene el privilegio de haber recibido la primera comunicación telegráfica de la historia de El Salvador.

Sus playas son una de las más visitadas por nacionales y extranjeros. Pueden disfrutar de los ricos mariscos que allí se sirven en los diferentes restaurantes de la zona, la mayoría de ellos con vista al mar.

En sus playas se puede practicar el surf, siendo esta una de las playas mas reconocidas a nivel mundial por la calidad de sus olas.



Entre sus playas podemos mencionar:

PLAYA EL PALMARCITO



Excelente playa para la práctica del surf o body surf, hay pequeños negocios que ofrecen servicios de alimentación con frescos mariscos, hay áreas de parqueo con vigilancia, además hay un club que ofrece todos los servicios como alimentación, alojamiento, tiene piscinas artificiales para niños y adultos, toboganes, tiene también dos bellas piscinas de agua salada contiguo al mar en las cuales las olas del mar reciclan sus aguas, posee excelentes miradores, el

ingreso a este club cuesta \$7.00 hay suites que cuestan \$ 20.00 su horario es de martes a domingo de 9:00 a 05:00 p.m.

COMO LLEGAR:

EN AUTO

Si parte de San Salvador diríjase hacia La Libertad a través de la carretera CA-4 luego al llegar a La Libertad gire hacia el oriente sobre la carretera CA-2 y en el kilómetro 51.5 hallará una señal que le indica la entrada al club y a la playa.

EN AUTOBUS

Aborde en la Terminal de Occidente la ruta 102 al llegar a La Libertad transborde a la ruta 192 que conduce a La Perla y al llegar al kilómetro 49.5 baje, allí encontrará el letrero de la playa El Palmarcito. **opción 2:** aborde en el Parque Libertad la ruta 107 la cual le conducirá desde San Salvador hasta la playa El Palmarcito, esta ruta se dirige hasta Teotepeque de manera que esta ruta continua su recorrido después de El Palmarcito.

PLAYA EL SUNZAL



Considerada por los medios especializados y surfecedores internacionales entre las 10 mejores playas del mundo para practicar el surfing, excelente playa para practicar el snorkeling y buceo a poca profundidad. En su lecho marino que es rocoso puede observar el hábitat de ostras, langostas, corales con toda claridad en especial en los meses de verano (noviembre a abril). En la Playa El Tunco, que está contiguo al Sunzal; hay variedad de restaurantes que ofrecen delicias del mar y alojamiento a surfers y turistas. Existe también en el área un excelente restaurante: Casa de Mar, con cocina internacional y magnificas instalaciones que satisface los gustos más exigentes; hay también un taller de tablas en caso de que su surfboard se le dañe, así como renta de tablas e instructores para este deporte.

COMO LLEGAR:

EN AUTO

De San Salvador diríjase hacia El Puerto de La Libertad a través de la carretera CA-4 al llegar a La Libertad gire a la derecha (al occidente) y sobre la carretera CA-2 avance hasta el km. 44 allí encontrará una señal que indica la entrada a esta maravillosa playa.

EN AUTOBUS

Diríjase a la Terminal de occidente y aborde la ruta 102 que le conduce a La Libertad luego allí trasborde a la ruta 80-A, la que en 25 minutos lo llevará a esta bella playa.

PLAYA LA PAZ

Inevitable destino para los aficionados al surfing. En esta playa se desarrollan importantes campeonatos de surfing a nivel Centro y Latinoamericano; así mismo, en su entorno hay abundante y variada oferta de servicios turísticos como restaurantes, alojamientos, instructores de surfing y kayaking, tours en mini cruceros por su cercanía al muelle de La Libertad. Ofrece facilidad de adquirir productos del mar al momento en que son desembarcados por pescadores artesanales. Si usted es aficionado a la pesca en mar afuera, puede rentar una lancha en este muelle con un marinero que lo llevará a lo largo de la costa y que le asesorará o le acompañará a que su día de pesca sea un éxito



COMO LLEGAR:

EN AUTO

Diríjase de San Salvador a La Libertad a través de la carretera CA-4 a 36 kms.

De San Salvador por esta ruta.

EN AUTOBUS

Aborde la ruta #102 en la Terminal de occidente la cual le lleva directo al Puerto de La Libertad , luego camine 700 mts. hacia el oriente aproximadamente y se hallará en la playa de La Paz

PLAYA DE SAN DIEGO

Amplia playa con más de 7 kilómetros de extensión, ideal para deportes de playa como jogging, volley ball o football de playa, caminar o simplemente broncearse. Su oleaje es gentil.



Existe en ella mucha oferta de servicios como alojamientos, restaurantes y lugares donde puede disfrutar de la variedad de cócteles que los lugareños ofrecen a los visitantes.

COMO LLEGAR:

EN AUTO

Diríjase hacia el Puerto de La Libertad, al llegar al Puerto gire a la izquierda (al oriente) 4 kms. Sobre la carretera litoral (CA-2) que de La Libertad conduce a Comalapa allí encontrará el desvío a San Diego.

EN AUTOBUS

Aborde en la Terminal de occidente la ruta 102 y al llegar al Puerto de La Libertad transborde a la ruta 80-B la cual le lleva hasta La Playa de San Diego en 25 minutos.

ANEXO N° 2

GENERALES MITUR, PLAN DE TURISMO 2020 Y APOYO DEL GOBIERNO

El Salvador a través del Ministerio de Turismo presentan cinco destinos turísticos mas desarrollados a nivel nacional como internacionalmente en el cual tenemos La Ruta de las Flores, La Libertad, Suchitoto, La Unión y La Palma.

La Ruta de las Flores: los cinco pueblos: Apaneca, Juayua, Ataco, Nahuizalco y Salcoatitan han sido denominados la Ruta de las Flores debido a su agradable clima y exuberante belleza. El recorrido nos lleva por dos departamentos del oeste del país: Sonsonate y Ahuachapán.

El primer pueblo al que se llega partiendo de Sonsonate es Nahuizalco que en lengua Nahuat significa "Los cuatro Izalcos" debido a que su población era cuatro veces más grande que su vecino pueblo de Izalco. Nahuizalco es uno de los centros indígenas mas arraigados del área. Este pueblo de El Salvador es muy famoso por sus artesanías y muebles elaborados con tule y mimbre. Otro de sus atractivos es el mercadito nocturno en el que al caer la noche se apagan las luces del pueblo y las ventas de artesanías son alumbradas solo con candelas.

Salcoatitan es el segundo destino subiendo la sierra y su nombre significa Ciudad del Quetzalcoatl. Localizado a un poco más de 1040 m.s.n.m. Salcoatitan fue el lugar donde se realizaron las primeras plantaciones de café

en el país en los años 1860s. Salcoatitan es también reconocido por la cantidad de tiendas de artesanías similares a las de Nahuizalco, sin embargo por lo general se le visita de paso y aun cuando recientemente sus opciones de restaurantes y galerías han crecido considerablemente.

Juayua de la palabra Nahuat que significa Río de la Orquídeas Moradas, esta localizado a 1060 m.s.n.m. Juayua es una encantadora ciudad en la que se puede disfrutar un buen fin de semana entero o bien visitarla solo por el día. Existen una cantidad considerable de hotelitos a precios accesibles y es anfitrión de un festival gastronómico permanente desde hace ya 13 años.

Así también existen varios atractivos eco-turísticos en la zona como: caminata a los chorros de la Calera, el estanque del Río Monterrey y la laguna seca o de las ranas. La Iglesia del Cristo Negro es una edificación católica de más de 500 años de antigüedad, donde se venera al Cristo Negro. La Iglesia ha sido reconstruida en tres ocasiones y utilizando diferentes estilos. Frente a ella un parque siguiendo el estilo colonial que marca la mayoría de pueblos y ciudades del país.

Situada a 1455 m.s.n.m. y a 91 Km. de San Salvador, es la ciudad más alta en El Salvador. Lugar de cultivo de unos de los mejores y más premiados cafés dada su altura, presenta un pintoresco paisaje con casas de techo de teja e impresionantes vistas de montañas y cerros. Apaneca significa en lengua

Nahuat río de vientos y es tal razón lo que ha llevado a la implementación de marcadas barreras de viento a lo largo de su cadena montañosa y lo que forma parte del atractivo visual del área.

Los cráteres volcánicos conocidos como laguna de las ninfas y Laguna Verde son algunos de sus sitios cercanos mas visitados. La iglesia de Apaneca era una de las mas viejas iglesias parroquiales en el país pero resulto severamente dañada por los terremotos del 2001 y más recientemente por un enjambre sísmico originado precisamente en el área de Apaneca, lo que obligo a su demolición y actual reconstrucción.

Localizado a 5 kilómetros de Apaneca, es sin duda un pequeño pueblito pintoresco y poseedor de una de las más famosas tiendas de artesanías y telares de pedal de la zona "Diconte Axul". El parque central se encuentra ubicado a pocas cuadras de esta tienda y frente a el la iglesia que exhibe una arquitectura moderna pues ha recibido remodelación recientemente.

A lo largo de toda el área de la Ruta de las Flores se encuentran cantidad de beneficios de café que recientemente han empezado a ofrecer los denominados "tours de café"; debido a la demanda turística que busca conocer el proceso del café desde la corta del grano de oro hasta su preparación.

El puerto de La Libertad: Una de las más visitadas por los turistas son las de La Libertad, en la zona central del país. Hay playas muy visitadas y también una gran variedad de Hoteles y Restaurantes.

Las playas como El Tunco o El Sunzal son ideales para practicar el Surf. Muchos europeos y estadounidenses han quedado fascinados por las olas salvadoreñas, catalogadas entre las mejores del mundo para surfear.

En las playas salvadoreñas también se puede pescar, hacer surf, o simplemente tomar el sol. Toda la costa del país posee hermosas playas, desde Ahuachapán hasta La Unión. Cada una es especial, por su gente, sus aguas y la belleza de sus atardeceres.

El Puerto de La Libertad esta considerado un lugar famoso por sus platillo típicos (Cócteles de camarón conchas, ceviches, caracol, ostras frescas, mariscada y todas las delicias del mar)

Las artesanías de la localidad son elaboradas manualmente por los pobladores del puerto. La mayoría de los artículos están hechos artísticamente con variadas conchitas, hueso de pescado, algas marinas en forma de anillos, pulseras y collares.

Suchitoto: El tiempo sin duda se detuvo en Suchitoto, una de las ciudades más visitadas en El Salvador. Suchitoto, a 47 Km. de San Salvador, conserva una

mágica calma de los tiempos de antes, estrechas calles empedradas y casas de adobe con balcones forjados.

Suchitoto que en lengua Nahuatl significa la "ciudad del pájaro flor" fue literalmente convertida en un pueblo fantasma durante la guerra salvadoreña (1980 - 1992); y es que la cantidad de ataques lanzados desde el volcán de Guazapa hizo que la mayoría de sus habitantes buscaran el exilio.

El lago de Suchitlan es el mayor cuerpo de agua existente en El Salvador. Formado en 1973 a raíz de la construcción de la presa Hidroeléctrica Cerrón Grande sobre el cauce del Río Lempa. El lago sirve de hogar a muchas especies de aves residentes y migratorias que durante los meses de menor nivel de agua vienen a postrarse en pequeñas isletas formadas en medio de las aguas. Uno de los paseos en lancha más recomendado es precisamente el que lo lleva a la "Isla de los pájaros" (1:30 min. de camino) y el de la "Cueva del Ermitaño" (1 hora). Las lanchas pueden alquilarse desde el recientemente inaugurado "Puerto San Juan".

La Iglesia Parroquial de Suchitoto o Iglesia de Santa Lucía Mártir (celebra sus fiestas patronales en Diciembre), no cuenta con una marcada fecha de construcción pero puede decirse que fue construida a mediados del siglo XVI. Esta es sin duda una de las edificaciones más emblemáticas de la ciudad que

cuenta de su pasado glorioso. Frente a ella el parque Central y a su costado el portal característico del estilo de construcción colonial

La Unión.:Entre los principales puntos de interés turístico sobresalen las playas del Tamarindo, Playas Negras y Playitas, el volcán de Conchagua, que en lengua lenca recibe el nombre de *Amapala* (Cerro de las culebras), la localidad de Lislique, un notable centro artesanal y la ciudad de La Unión, la cabecera del departamento y un importante puerto.

La Palma : La Palma en el departamento de Chalatenango a 84 kilómetros de San Salvador y a solo 8 kilómetros de la frontera El Poy que divide El Salvador de Honduras. La ciudad fue fundada en 1825 y en el año de 1984 sirvió de escenario para los primeros intentos de dialogo y conversaciones de paz entre la guerrilla y el gobierno Salvadoreño. La guerra Salvadoreña inicio en 1980 y duró un periodo de 12 años.

Existen una cantidad de hoteles donde podrá disfrutar de un apacible fin de semana. La economía de La Palma se basa en la elaboración de artesanías. Un 75 por ciento de sus pobladores se dedican a este rubro. Decenas de Talleres se ubican a lo largo de sus calles donde se trabajan materiales como el cuero, cerámica y algodón.

A 13 kilómetros de La Palma se encuentra Miramundo, es parte de un cerro dentro de un bosque nebuloso que ofrece el clima más frío de todo el país.

Miramundo esta localizado a 2400 metros sobre el nivel del mar y desde aquí puede apreciar gran parte del territorio Salvadoreño y majestuosos atardeceres. La temperatura promedio de Miramundo es de 12 grados C. Otras atracciones alrededor de la Palma:

San Ignacio, Citalá y el Río Lempa, Las Pilas, El Pita.

El Salvador ofrece a los visitantes más de 300 kilómetros de bellas playas, entre ellas dos de las mejores playas del mundo para practicar el Surf: el Sunzal y Playa La Paz. Existen otros puntos donde también se encuentran olas magníficas para este deporte son: el Zonte, La Perla, Punta Mango etc. De occidente a oriente encontraremos más de 45 playas donde podemos disfrutar de las cálidas aguas, revitalizantes olas y la blanca espuma del Océano Pacífico. Todas las playas de El Salvador tienen excelentes accesos a través de calles pavimentadas, en la mayoría de los casos, la carretera costera (Carretera Litoral) conecta con todas las playas. En esta ruta encontrará muchos restaurantes con frescos productos del mar como: ostras, langostas, camarones, pescados, calamares, pulpos, caracoles u otras exóticas comidas del mar, las que puede acompañar con un rico coco ó su bebida preferida, todo servido con la gentileza de la amistosa y cálida gente salvadoreña.

Del Ministerio de Turismo MITUR se obtuvo información que durante la semana santa 2009, la afluencia de turistas que visitó las playas de El Salvador registró una ocupación hotelera de un 92.4% más alta que en los otros destinos

propuestos para esta temporada los cuales ofrecen este servicio y así se considero que la ruta sol y playa es la mas visitada por parte de los turistas.

Según el PLAN NACIONAL DE TURISMO 2020 se han definido líneas estratégicas para el impulso de 5 áreas litorales en función de sus potencialidades de las áreas territoriales que se describen a continuación:

1. Costa Oriental.
2. Bahía de Jiquilisco, San Juan del Gozo y Puerto del Triunfo.
3. Costa del Sol, Estero de Jaltepeque e Isla Tasajera.
4. Costa y Puerto de La Libertad.
5. Costa Occidental.

- **ÁREA LITORAL COSTA ORIENTAL**

Espacio litoral comprendido entre la playa EL CUCO (Departamento de San Miguel) y el Puerto de La Unión (Departamento de la Unión), como destino de carácter multitemático sol y playa, surf y turismo náutico, a combinar con actividades de pesca

deportiva y con vistas a su posicionamiento futuro como escala de referencia para los cruceros pacíficos con puertos escala en Centroamérica, una vez concluido el proyecto

del Puerto de La Unión. Uno de sus atractivos es el abundante comercio, sobre todo el de los mariscos y el pescado salado secado al sol en rústicas mesas de bambú.

- **ÁREA LITORAL BAHÍA DE JIQUILISCO, SAN JUAN DEL GOZO Y PUERTO DEL TRIUNFO**

La bahía de Jiquilisco parte del sistema de paisaje "Llanura costera central" de El Salvador comprende la franja litoral del Departamento de Usulután, de la que es destacable la Bahía de Jiquilisco por constituir un destino de gran atractivo, determinado por la conjunción de los valores y espacios naturales que comprende (Islas, espacios protegidos, manglares y bosques salados), ubicándose además en la misma se ubica el Puerto del Triunfo. El espacio se completa con la Península de San Juan del Gozo. Destino de sol y play a y turismo náutico, a combinar con actividades de pesca y otras recreativas relacionadas con el turismo de naturaleza que permitan aprovechar, de un modo sostenible, su potencial como destino litoral virgen y de carácter exclusivo.

- **ÁREA LITORAL COSTA DEL SOL, ESTERO DE JALTEPEQUE E ISLA TASAJERA**

Delimitación geográfica que comprende el tramo litoral correspondiente al departamento de La Paz, al cual se circunscriben la conocida como Costa del Sol, Estero de Jaltepeque e Isla Tasajera. La Costa del Sol presenta

actualmente un nivel de oferta turística completa que ha propiciado el desarrollo del turismo de sol y playa. En contraposición Isla Tasajera presenta un desarrollo turístico mínimo. Asimismo, es destacable por su relevancia medioambiental el Estero de Jaltepeque, punto de confluencia entre el mar y el río Lempa, en el que actualmente se realizan ciertas actividades náuticas. Modelo de Desarrollo Destino turístico de sol y playa a complementar con actividades recreativas y de ocio propias de los espacios litorales, pesca y otras relacionadas con la naturaleza.

- **ÁREA LITORAL COSTA Y PUERTO DE LA LIBERTAD**

El espacio definido hace referencia a la franja litoral correspondiente al Departamento

de La Libertad. De la misma, destacan playas como La Paz, El Sunzal y El Palmarcito, con gran tradición para la práctica de surf. Destino de surf a complementar con actividades de turismo náutico y pesca, así como otras relacionadas con el medio litoral. Se concibe como centro de ocio que complemente la Oferta Turística de San Salvador y de otros espacios litorales próximos.

- **QUINTO DESTINO COSTA OCCIDENTAL**

Destino de sol y playa comprendido entre la desembocadura del río Paz (junto a la frontera con Guatemala) y la Playa de Los Cóbanos. Alberga el Puerto de Acajutla y otros espacios naturales como esteros y manglares, que junto con la

Barra de Santiago hacen factible la práctica de actividades relacionadas con la naturaleza y el medio litoral. Destino de sol y play a a complementar con turismo náutico, y actividades de buceo en la Barra de Santiago, del que se prevé su apertura al mercado internacional. La dinamización de la zona aledaña al Puerto de Acajutla promoverá su incorporación a las escalas crucerísticas del Pacífico Centroamericano.

- **APOYO DEL GOBIERNO DE EL SALVADOR**

El Ministerio de Turismo, a través de CORSATUR inauguró el “Complejo Turístico del Puerto de La Libertad”, uno de los atractivos turísticos más importantes del país, ubicado a 40 minutos de la capital. El contrato de la primera fase de la de obras ascendió a \$ 2.36 millones de dólares, que incluyeron también el diseño de todo el proyecto. Los trabajos estuvieron a cargo de la empresa Hugo Barrientos Arquitectos S. A. de C. V. Ganadora de la licitación promovida para ese propósito. La obra de esta primera etapa duro cinco meses y se concluyó en diciembre de 2008. Los trabajos incluyeron, la elaboración del diseño integral del complejo en un área que abarca 4.5 manzanas propiedad del Gobierno y administradas por CORSATUR, la construcción de un anfiteatro, kioscos para venta de comidas y artesanías, servicios sanitarios, planta de tratamiento de aguas, subestación eléctrica y obras exteriores en el costado poniente del complejo. El proyecto tuvo como principal componente el beneficio para la comunidad y todo su diseño está

elaborado en la integración de las actividades tradicionales de la zona que ya se realizan como son la pesca artesanal, la comercialización de mariscos y la venta de artesanías marina, entre otros. Con la puesta en marcha de este proyecto, se contribuye al mejoramiento de las condiciones ambientales, de salubridad e higiene, con un nuevo espacio adecuado a las actividades que se realizan en la actualidad y de esta manera se trata de mejorar la calidad de los productos que se venden, hacer más atractivo el lugar para el turismo nacional y extranjero, aumentando la afluencia de visitantes en condiciones de seguridad integral. El diseño total que consta de cuatro etapas, es único en el país y ha sido calificado de innovador y vanguardista, aquí se conjugan las analogías de las formas marinas, con el diseño de las edificaciones. Esto permite que el visitante este cómodo y relajado y los pescadores y vendedores de mariscos, tienen las condiciones físicas ambientales adecuadas para desarrollar sus actividades, por todo lo cual, este proyecto tiene un impacto turístico importante para la Ciudad Puerto de La Libertad, en particular y para El Salvador, en general. El Puerto de La Libertad es un polo de desarrollo turístico de gran tradición y famoso por su gastronomía a base de mariscos. Sus playa, El Zunsal y el Tunco, están son reconocidad internacionalmente para la practica del surf; posee otros atractivos naturales ideales para la pesca artesanal, práctica de diversos deportes acuáticos y caminatas por bosques tropicales, entre otros. Actualmente la zona tiene 10 hoteles y más de 22 restaurantes, que generan unos 200 empleos directos.

ANEXO N° 3

Cuadro resumen de los resultados obtenidos.

Muestra 47

Nº	PREGUNTAS	RESPUESTAS		PORCENTAJES	
		SI	NO	SI	NO
1.	¿Es Salvadoreño o extranjero?	38	9	81%	19%
2.	¿Es su primera visita?	8	39	17%	82%
3.	¿El estado de carreteras facilitó su viaje?	38	9	81%	19%
4.	¿Encontré el destino turístico limpio?	32	15	68%	32%
5.	¿Disfruté mi experiencia en el Destino?	42	5	89%	11%
6.	¿Tuve buena experiencia con la cultura del destino turístico?	36	11	89%	11%
7.	¿Tuve oportunidad de conocer la gastronomía local?	41	6	87%	13%
8.	¿La calidad de la comida es buena?	40	7	85%	15%
9.	¿El personal del servicio es eficiente?	35	12	74%	26%

10.	¿Me sentí salvo y seguro durante mi visita?	38	9	81%	19%
11.	¿Recomendaría este Destino a un amigo?	45	2	96%	4%
12.	¿Los establecimientos que prestan servicios en la playa están a disposición del turista?	40	7	85%	15%
13.	¿El Destino turístico establece un plan de seguridad específico para las playas?	18	29	38%	62%
14.	¿Se le informo que existe un límite de distancia y profundidad, mar adentro, que garantice la seguridad del bañista?	11	36	23%	77%
15.	¿En el destino Sol y Playa hay una Zona inmediata y paralela para la práctica de actividades?	18	29	38%	62%
16.	¿Según lo que usted ha visto, El Gobierno ha implementado estrategias y programas que apliquen la seguridad de los turistas en el Destino Sol y Playa?	35	12	74%	26%

17.	¿En el Destino turístico cuenta con la presencia de salvavidas capacitados, con equipos indispensables de salvamento en la playa?	29	18	62%	38%
-----	---	----	----	-----	-----

18.¿Cuánto tiempo se ha quedado usted en el Puerto de la Libertad?

Nº de encuestas	Opiniones	Número de personas	Porcentaje
47	Menos de una semana	30	64%
47	Dos semanas	13	27%
47	Más de 3 semanas	4	9%
total		47	100%

19. ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar el turismo en este sitio Turístico?

Nº de encuestas	Opiniones	Numero de personas	Porcentaje
47	Campaña de limpieza	16	34 %

47	Mejorar Seguridad	15	32 %
47	Invertir más dinero para construcción	11	23 %
47	Publicidad	4	8 %
total		47	100%

20. ¿Qué es lo que mas le ha gustado de las playas del Puerto de la Libertad?

Nº de encuestas	Opiniones	Numero de personas	Porcentaje
47	LA Gastronomía	10	21 %
47	Vista Panorámica (Sol, Playa, clima etc.)	21	45 %
47	Practica del Surf	14	39 %
47	Otros	2	4 %
total		47	100%