



FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA: TÉCNICO EN MERCADEO Y VENTA



TEMA:

CREACIÓN DE SITIO WEB PARA PROMOCION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

LISSETH BEATRIZ FLORES
ROSA EMILIA GRANADOS SERRANO
RODOLFO CARLOS TAMACAS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN MERCADEO Y VENTA

MARZO, 2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

PAGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSE MAURICIO LOUCEL

RECTOR

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. JUAN CARLOS CERNA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. GUILLERMO LÓPEZ

PRESIDENTE

ING. JUAN PABLO BAIREZ

PRIMER VOCAL

LIC. ANA CRISTINA RODRÍGUEZ

SEGUNDO VOCAL

MARZO DE 2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

**Universidad
Tecnológica de El Salvador**
ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL



HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

LIC. JUAN PABLO BAIREs, LICDA. ANA CRISTINA RODRIGUEZ, LIC. GUILLERMO LOPEZ

Aa las 12:00p.m. del día jueves, 11 de agosto de dos mil once.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|----------------------------|
| <u>1- Lisseth Beatriz Flores</u> | <u>CARNET 08-5292-2008</u> |
| <u>2- Rosa Emilia Granados Serrano</u> | <u>CARNET 08-4949-2008</u> |
| <u>3- Rodolfo Carlos Tamacas</u> | <u>CARNET 08-3197-2007</u> |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Creación de sitio web para promocion turistica del municipio de la Palma, departamento de Chalatenango. Periodo Febrero-Junio 2011"

PARA OPTAR AL GRADO DE: **TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS**

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA
UNIVERSIDAD.

SAN SALVADOR, 11 DE AGOSTO DE DOS MIL ONCE.

F.

PRIMER VOCAL
Lic. Juan Pablo Baires

F.

SEGUNDO VOCAL
Licda. Ana Cristina Rodríguez

F.

PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Guillermo López

PALABRAS DE AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios todopoderoso por darme inteligencia, sabiduría y haber terminado satisfactoriamente mis estudios de Técnico en Mercadeo y Ventas en la Universidad Tecnológica de El Salvador.

A mis queridos padres Juan Antonio Murcia y Rosa Miriam Flores, por su apoyo económico y moral, mi abuela Florencia Flores por su cariño y fortaleza, a mi tía Elsa Yanira Flores y su esposo Rubén Castellanos por su ayuda y comprensión, a mis hermanos Alexis Balmore Flores y Katherine Flores por su cariño, a mis tíos y tías que de una u otra forma siempre me apoyaron, son la mejor familia del mundo los quiero mucho.

A mi novio Alfredo Jacobo Echeverría Vásquez, que me apoyo en lo moral y sentimental, que Dios te bendiga por tu incondicional apoyo.

A mi amiga y compañera de estudio Rosa Emilia Granados Serrano, por su paciencia y amistad.

Lisbeth Beatriz Flores

PALABRAS DE AGRADECIMIENTO

Primeramente le agradezco a Dios todopoderoso y a nuestra madre santísima la virgen María por haberme dado la oportunidad de estudiar con inteligencia, sabiduría y el haber terminado mis estudios de Técnico en Mercadeo y Ventas en la Universidad Tecnológica de El Salvador.

A mis padres Pablo Erasmo Granados Navas y Rosa Serrano Rivas gracias por su apoyo económico y moral, que me brindaron en todo momento, ya que sin su apoyo no hubiera logrado terminar mis estudios, a mis hermanas Ana Luz Granados Serrano y Karina Granados Serrano que Dios las bendiga por su apoyo incondicional.

A todos mis familiares y amigos/as que me apoyaron en todo momento que Dios derrame abundantes bendiciones en sus vida gracias por su apoyo.

A mi amiga Lisseth Beatriz flores y al compañero Rodolfo Tamacas por su apoyo, amistad gracias que Dios los bendiga siempre.

Rosa Emilia Granados Serrano

PALABRAS DE AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios a Nuestro Señor por la oportunidad que me brindo de poder avanzar académicamente, a mi familia por el apoyo brindado durante mis estudios.

A Taller Excel Automotriz por el beneficio que me otorgaron a poder superar mis estudios a nivel universitario al otorgarme una media beca, a la Administración Académica y personal docente de Universidad Tecnológica de El Salvador por la colaboración brindada.

También les agradezco a todas mis amistades por todo el apoyo que me brindaron en todo momento. Sin más que manifestarles y haciéndoles saber mi mayor agradecimiento a todos ustedes que Dios los bendiga siempre.

Rodolfo Carlos Tamacas.

INDICE

Nº de página

INTRUDUCCION.....i

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE LA CREACION DE SITIO WEB PARA PROMOCION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

1. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1.1 Definición de sitio web.....1

1.1.1 Historia del internet.....1

1.2 Políticas que rigen los sitios web.....2

1.3 Aspectos jurídicos.....3

1.4 Aspectos normativos.....4

1.5 Comercio electrónico.....5

1.5.1 Proceso de compra en línea.....6

1.6 Marketing Digital.....7

1.7 Web 2.0.....7

1.8 Turismo.....8

1.8.1 Tipología de productos turísticos.....9

1.9 Como parte del marco teórico se presenta la geografía de El Salvador,
Departamento de Chalatenango y el Municipio de La Palma.....9

1.9.1 Historia de El Salvador.....9

1.9.2 Geografía de El Salvador.....	11
1.9.3 Organización territorial de El salvador.....	11
1.9.4 Clima de El Salvador.....	12
1.9.5 Cultura de El Salvador.....	12
1.9.6 Gastronomía de El Salvador.....	13
1.9.7 Departamento de Chalatenango.....	13
1.9.7.1 Lugares turísticos de Chalatenango.....	14
1.9.7.2 Mapa del Departamento de Chalatenango y sus municipios..	14
1.9.8. Municipio de La Palma.....	15
1.9.8.1. Ubicación geográfica de La Palma.....	16
1.9.8.2. Actividades económicas principales.....	16
1.9.8.3 Atractivos turísticos de La Palma.....	17
1.9.8.4 Cómo llegar al Municipio.....	18

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y METODOLOGÍA SOBRE LA CREACIÓN DE SITIO WEB PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

2. Planteamiento del problema.....	19
2.1 Justificación del estudio.....	19
2.2 Objetivos de la investigación.....	20
2.2.1 Objetivo general.....	20
2.2.2 Objetivos específicos.....	20

2.3 Metodología de la investigación.....	20
2.3.1 Descripción del problema.....	20
2.4 Enunciado del problema.....	21
2.5 Delimitación el problema.....	21
2.5.1 Delimitaciones temporales.....	21
2.5.2 Delimitaciones espaciales.....	21
2.5.3 Sujeto de estudio.....	21
2.5.4 Fuentes de información.....	22
2.5.4.1 Fuentes primarias.....	22
2.5.4.2 Fuentes secundaria.....	22
2.6 Método y tipo de estudio.....	22
2.7 Técnicas de investigación.....	23
2.8 Instrumento.....	23
2.9 Determinación del universo.....	23
2.9.1 Determinación de la muestra.....	23

CAPITULO III

PRESENTACION DE LOS RESULTADOS SOBRE EL SITIO WEB

COMO ALTERNATIVA PARA PROMOCIONAR EL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

3. Presentación de los resultados y análisis.....	24
3.1 Resultado de la investigación y análisis sobre artesanos, Hoteles/ Restaurantes y Alcaldía de las generalidades del Municipio....	24

3.2 Resultado de la investigación y análisis de los artesanos de La Palma.	31
3.3 Resultado de la investigación y análisis Hoteles/Restaurantes.....	40
3.4 Resultado de la investigación y análisis de la Alcaldía.....	44
3.5 Conclusiones.....	46
3.6 Recomendaciones.....	47

CAPITULO IV

PRESENTACION DE LA PROPUESTA DE CREACION DEL SITIO WEB PARA PROMOCION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

4. Introducción de la propuesta.....	48
4.1Justificación de la propuesta.....	49
4.2. Objetivo de la propuesta.....	49
4.3 Desarrollo de la propuesta.....	49
4.4 Bibliografía.....	65
4.5 Anexos.....	68
Cuestionario.....	68
Cotización de proveedores.....	71

INTRODUCCION

En este trabajo encontrará información detallada sobre la creación de un sitio web para promoción turística para el Municipio de La Palma.

El capítulo I está constituido por información de suma importancia como la definición de sitio web que es una colección de páginas relacionadas entre sí las cuales contienen información y elementos multimedia. La historia del internet donde se observa el crecimiento y desarrollo de este. También encontrará las políticas que rigen un sitio web, los aspectos jurídicos para el sitio web, aspectos normativos, para enriquecer este documento encontrará definiciones sobre comercio electrónico, marketing digital, web 2.0, turismo, tipología de turismo y se presenta la geografía de El Salvador y el Municipio de La Palma.

En el capítulo II encontrará información sobre el planteamiento del problema y la metodología de investigación que se utilizó en el estudio para la creación de un sitio web para la promoción turística del Municipio de La Palma. La justificación del estudio, objetivos de investigación, enunciado del problema, delimitaciones del estudio, método y tipo de estudio, instrumentos y técnica de investigación.

En el capítulo III se detallarán los resultados del estudio para promocionar el Municipio de La Palma, en relación a las generalidades del Municipio, ventas artesanales, talleres, hoteles y restaurantes, alcaldía municipal, análisis global de los resultados, en donde se describen los hechos más relevantes encontrados en la investigación de campo, conclusiones y recomendaciones.

Capítulo IV se presenta la propuesta, con su justificación, objetivo, desarrollo de la propuesta y el manual de uso para quien administre el sitio web.

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB PARA PROMOCION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

1. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

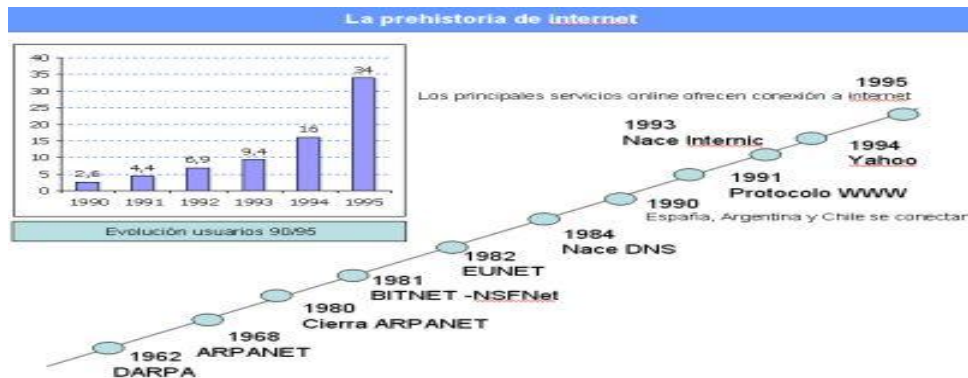
1.1 Definición de sitio Web

Se comienza definiendo que Sitio Web es “una colección de páginas relacionadas entre sí, la cual contiene documentos con información digital que se puede ver a través de una computadora”, esta puede contener videos, texto e imágenes, etc., con el propósito de informar e introducir a una persona en el “mundo cibernético”.

Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/sitio_web

1.1.1 Historia de Internet

A continuación se presenta una síntesis de la historia y evolución que presenta el Internet, en la que se observa que el crecimiento y desarrollo es muy rápido en relación al tiempo de su creación, especialmente en los lenguajes y paquetes utilitarios, que abren oportunidades a nuevas tecnologías que benefician su uso.



Tomado de

<http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0904/0109/noticias010904/noticias010904-19.htm>

1.2 Políticas Web

Como todo documento, debe ser regido por unas normas o disciplinas que protejan su administración y mantenimiento, en este caso los artesanos de La Palma administrarán la información de sus usuarios que será recopilada a través del mismo sitio web, En este apartado se describen algunas políticas que fundamentan su uso.

- **Protección de datos:** La Asociación de Cooperativas de Artesanos encargadas de manejar la información del usuario, lo hará con protección, todo dato que del usuario se incorpora en una base, será únicamente vista por el administrador del sitio web y es sumamente confidencial.

- **Seguridad de la información:** La Asociación de Cooperativas empleará técnicas y medidas necesarias para evitar la alteración o mal uso de la información del usuario y la sustracción de esta misma.
- **Compatibilidad con otros sitios:** El sitio web de La Palma, cuna de la paz, puede contener enlaces con otros sitios, pero este sitio no dispone de controles ni tiene ninguna responsabilidad sobre la protección de datos en enlaces a otros sitios.

1.3 Aspectos jurídicos para el sitio web.

- **Derechos y Marcas:** El sitio web estará protegido por derechos de autor y marca registrada.
- **Enlaces hacia otros sitios:** Los daños ocasionados por tener links a otras páginas, podrían hacerse acreedor de una sanción.
- **Palabras clave:** Es importante poner atención respecto a las palabras que se usan para no infringir con daños a terceros.
- **Términos y Condiciones:** Se deben revisar los términos y condiciones del sitio web para evitar futuros conflictos
- **Contenido:** Al crear un sitio web es importante no infringir en disposiciones legales respecto a derechos de autor y marca y competencia desleal.

Es importante contar con provisiones legales que permitan retirar el contenido que se considere ofensivo.

- **Bases de datos:** Si el sitio web cuenta con base de datos debe protegerla.

Tomado de

<http://www.areaestrategica.com/negocios/aspectos-legales-a-cuidar-al-momento-de-crear-un-sitio-web.php>

Según el código penal de El Salvador la Violación de distintivos comerciales

Art. 229.- El que con fines industriales o comerciales, y sin el consentimiento del titular, reprodujere, imitare, modificare o de cualquier modo utilizare marca, nombre comercial, expresión, señal de propaganda o cualquier otro distintivo comercial, infringiendo los derechos amparados por la propiedad industrial registrada conforme a la ley, será sancionado con prisión de dos a cuatro años.

En la misma sanción incurrirá quien, exportare, importare, poseyere para su comercialización o pusiere en el comercio, productos o servicios marcas o con distintivos comerciales que, conforme al inciso anterior, constituyere una infracción de los derechos exclusivos del titular de los mismos.

1.4 Aspectos normativos para el Sitio Web

Normas que considera que deben tomarse en cuenta para el sitio web

- La finalidad de este sitio Web es promocionar el Municipio de La Palma, como lugar turístico.

- Este sitio Web deberá ser respetado en todo momento por las personas que ingresen al sitio se permitirán comentarios siempre y cuando respeten su léxico.

- No se permiten mensajes y videos promocionando productos o servicios sin previa autorización de los propietarios del sitio.

- Los mensajes y videos a publicar deben ser revisados cuidadosamente antes de su publicación.

- A las personas que no cumplan con estas normas de publicación, sus anuncios y mensajes no serán publicados.

- Los propietarios o administrador adoptaran las medidas necesarias para garantizar el buen funcionamiento de este sitio Web.

Con el propósito de enriquecer el documento se presentan una serie de conceptos relacionados al tema, que pueden servir de ayuda.

1.5 Comercio electrónico.

Es un método moderno utilizando tecnología para llevar a cabo acciones de compra y venta de bienes, servicios por un medio electrónico.

¿Para qué se utiliza el comercio electrónico?

Empresa entre empresa las empresas pueden intervenir como compradores o vendedores o como proveedores.

Empresa entre consumidor las empresas venden sus productos y prestan sus servicios a través de un sitio web.

Algunas ventajas del comercio electrónico.

Anunciar información relevante de la empresa o productos y servicio.

Fidelidad de los clientes tomando en cuenta sus comentarios de acuerdo a los productos o servicios que se anuncian.

Permite el acceso a más información que los medios tradicionales.

Tomado de <http://www.monografias.com/trabajos12/monogrr/monogrr.shtml>

1.5.1 Proceso de compra en línea



1.6 Marketing digital

El marketing digital es trasladar las características del marketing normal al mundo digital, es un método de crear valor y ser mayor percibido por el cliente a través de herramienta digitales, las formas de crear valor deben ser innovadoras que el marketing habitual.

En marketing digital es la forma en que el cliente puede identificar un producto en el medio digital, y en el sitio web estará los productos que se comercializan en la zona donde se podrán observar a través de un medio digital.

Tomado de <http://e-mktg.blogspot.com/2008/10/definicin-de-marketing-digital.html>

1.7 Web 2.0

La web 2.0 está asociado con aplicaciones de facilidad de información, la cual servirá para el sitio web porque se usaran aplicaciones como videos y enlaces a redes sociales tales como facebook, twitter, youtube.

Facebook: es un sitio donde los usuarios pueden participar de otras redes sociales con relación a gustos, lugar geográfico, situación económica, religión.

Twitter: es una red social que permite mandar o recibir mensajes que se muestran en la página principal del usuario.

Youtube: es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos.

La web 2.0 está asociada a facilitar y compartir información y es por ello que lo utilizamos en el sitio web a través de enlaces a Facebook, youtube, twitter.

Tomado de <http://e-mktg.blogspot.com/search/label/Marketing%202.0>

1.8 Turismo

Son todas aquellas actividades o viajes que realizan las personas y/o turistas a diferentes lugares de donde habitan, por un tiempo que en su mayoría es mayor a un día y que puede durar hasta meses, esta actividad se realiza con diferentes fines, sean estos por conocer o tener diferentes experiencias que involucren costumbres y culturas diferentes.

¿Para qué sirve el turismo?

Es el que pretende impulsar y poner a funcionar proyectos que tengan un importante efecto en desarrollo del Municipio de La Palma, la principal idea es ofrecer lo que este lugar ofrece como oferta turística y los destinos, lo cual lleva a una transformación y se convierte en turismo de calidad.

Tomado de

http://www.turismoalcala.com/index.php?option=com_content&task=view&id=115&Itemid=65&lang=es

1.8.1 Tipología de productos turísticos

Turismo individual: Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos

Turismo cultural: Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

Ecoturismo: Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

Rural: El desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

Agro ecoturismo: Es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.

Tomado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

1.9 Cómo parte del marco teórico se presenta la geografía de El Salvador, Departamento de Chalatenango y el Municipio de La Palma.

1.9.1 Historia de El Salvador

El Salvador es un país localizado en América Central, con una población de 5.744.113 habitantes. Debido a su extensión territorial (20.742 km²).

El territorio que comprendía, en su mayor parte, el territorio de El Salvador (Intendencia de San Salvador), adquirió su independencia de España en 1821 junto a la Capitanía General de Guatemala, y dejó de ser parte de la República Federal de Centroamérica en 1839. Anteriormente, en la época precolombina, buena parte de la zona comprendida al oeste del río Lempa era conocida con el nombre de Cuscatlán, que significa "Lugar de joyas o de collares", en lengua nahuat.

El nombre oficial de "El Salvador" fue aceptado en la primera constitución del país, promulgada el 12 de junio de 1824. Sin embargo, la usanza de hacer contracción de la primera palabra provocó que fuera escrito como "República del Salvador". Incluso, esa misma carta magna estipulaba que "El Estado se denominará Estado del Salvador" (art. 7).

Sería hasta el 7 de junio de 1915, por medio de Decreto Legislativo, que fue establecido definitivamente como nombre oficial "El Salvador".

El actual territorio salvadoreño estuvo habitado por distintas etnias indígenas, destacando los pipiles, una población de origen náhuat que ocupó la región occidental, central del territorio y los lencas, que poblaron la zona oriental del

país. Pero el dominio más extenso hasta la conquista española fue el del reino de Cuscatlán.

1.9.2 Geografía de El Salvador

Es el país más pequeño de Centroamérica. Es el único país centroamericano sin costa sobre el Océano Atlántico. El terreno es en su mayor parte montañoso con un cinturón costero estrecho y meseta central. Su litoral se extiende desde la desembocadura del río Paz, al suroeste, hasta la del río Goascorán, al sureste.

1.9.3 Organización territorial de El Salvador

El Salvador se divide en 14 departamentos. Geográficamente están agrupados en tres zonas, las cuales son Occidental, Oriental y Central. Cada departamento está fraccionado en municipios, los cuales tienen autonomía en lo económico, técnico y en lo administrativo. Son regidos por su respectivo Concejo Municipal elegido cada tres años por votación pública. En el territorio de cada municipio existe una cabecera que es nominada como pueblo, villa o ciudad. Asimismo, dentro de la circunscripción hay cantones, los cuales están conformados por caseríos.

Los catorce departamentos y sus cabeceras departamentales se agrupan de la siguiente manera:

Departamentos de El Salvador		
		
La Zona Occidental Ahuachapán (Ahuachapán) Santa Ana (Santa Ana) Sonsonate (Sonsonate)	La Zona Central La Libertad (Santa Tecla) Chalatenango (Chalatenango) Cuscatlán (Cojutepeque) San Salvador (San Salvador) La Paz (Zacatecoluca) Cabañas (Sensuntepeque) San Vicente (San Vicente)	La Zona Oriental Usulután (Usulután) San Miguel (San Miguel) Morazán (San Francisco Gotera) La Unión (La Unión)

1.9.4 Clima de El Salvador

El Salvador se encuentra en la zona climática tropical y ofrece condiciones térmicas similares durante todo el año. Sin embargo, debido a su franja costera a lo largo del Océano Pacífico, ocurren oscilaciones anuales importantes relacionadas con la brisa marina que transporta humedad y calor.

1.9.5 Cultura de El Salvador

La cultura de El Salvador es una mezcla de las culturas Maya, Lenca, Nahua, Ulúa, española y otros grupos étnicos minoritarios, menos del 1% de la

población habla náhuat, la religión católica desempeñó un papel importante en la cultura de El Salvador, los artículos de pintura, de cerámica y de textil son las principales expresiones artísticas manuales.

1.9.6 Gastronomía de El Salvador

La comida más notable de El Salvador son las pupusas, otros platos típicos salvadoreños son el atole chuco, tamales de gallina, tamales de elote, tamales pisques (rellenos de fríjol), la yuca frita o salcochada, el pan con chumpe (pavo), enchiladas, camote en miel, los nuégados de yuca bañados con miel de atado de dulce de panela acompañados de chilate caliente. En el oriente del país encontramos los totopostes y rosquillas.

*La Pupusa es una tortilla gruesa hecha a mano (ya sea usando masa de maíz o a masa de arroz) rellena con uno o más de los siguientes ingredientes: queso (generalmente un queso suave llamado Quesillo con/sin Loroco), chicharrón, frijoles refritos, y/o loroco con queso. Otros ingredientes tales como el camarón, pollo o el ayote son utilizados generalmente por los restaurantes.

1.9.7 Departamento de Chalatenango

Chalatenango es el municipio con su cabecera departamental de Chalatenango al Norte de El Salvador, en Nahuat, Chalatenango significa "Valle de Arena y agua", el municipio tiene una extensión de 2.016,58 km².

La población del municipio es de 267.201 habitantes en 2006. Este es el departamento más grande de la región Norte de El Salvador, este departamento

inició como una villa lenca precolombina que fue absorbida paulatinamente por los pipiles. Fue fundado en febrero de 1855 por Decreto Legislativo, su cabecera es la localidad de Chalatenango y constó de los distritos Chalatenango y Tejutla creados en 1786.

En 1550 Chalatenango tenía unos 600 habitantes el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez de Corral, escribe que en 1740 San Juan Chalatenango tenía unos 125 habitantes, pues contaba con 25 indios tributarios o jefes de familias. Agrega que “es muy caliente y saludable”. En 1770, según el arzobispo don Pedro Cortes de Larraz, Chalatenango era cabecera del curato de su mismo nombre que comprendía a los pueblos de Arcatao, Concepción Quezaltepeque y Techonchogo (hoy San Miguel de las Mercedes), más 56 haciendas con prósperos valles y aldeas.

Durante la administración del licenciado Francisco Dueñas y por ley del 26 de enero de 1871, se otorgó a la Villa de Chalatenango el título de ciudad.

1.9.7.1 Lugares Turísticos de Chalatenango

Destacan lugares como Agua Fría, Río Sumpul y la ciudad en si Chalatenango es un tesoro que posee una infinidad de lugares no explotados turísticamente.

1.9.7.2 Mapa del departamento de Chalatenango y sus Municipios



Imagen tomada de skyscrapercity.com

1.9.8 Municipio de La Palma

Surgió en la época de la colonia; su nombre proviene de haber sido fundada en un lugar antiguamente llamado La Palmita, caserío situado cerca del río Nonuapa. Tras la una inundación de ese río en 1882, sus pobladores se trasladaron al lugar actual y fundaron la Villa de La Palma. En 1959 por Decreto Legislativo, alcanzó el título de ciudad de su mismo nombre, adjudicándose la administración de los cantones Los Horcones, Los Planes, Las Granadillas, El Gramal, San José Sacaré, El Túnel, El Aguacatal, y San José calera.

Adquirió gran relevancia en la Historia de El Salvador ya que jugó un papel protagónico en la solución de la guerra civil el 15 de octubre de 1984, el presidente José Napoleón Duarte y los líderes del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) tuvieron el primer encuentro, iniciando los

diálogos que culminarían con los Acuerdos de Paz de Chapultepec. La Palma se convierte en un pueblo pintoresco y bellos paisajes montañosos, que se encuentra ubicado a 995mt, sobre el nivel del mar también forma parte la ruta paraíso artesanal.

La Palma participo en certamen en donde ha ganado premios como: Primer lugar Municipio Turístico 2007, Tercer lugar en pueblos vivos 2009.

1.9.8.1 Ubicación geográfica del Municipio de La Palma.

Su extensión territorial 135.6 km². Sus límites jurisdiccionales son: al Norte con San Ignacio, al Sur con Agua Caliente, al Este con La Republica de Honduras y los municipios de San Fernando, San Francisco Morazán y La Reina, y al Oeste con Metapan y Cítala, siendo limitado por el Río Lempa. El 1 de julio de 1956, se estimó la población de La Palma en 5,337 habitantes, 2780 masculinos y 2,957 femeninos. En el 2006 se calculo la población de 24,000 habitantes en áreas urbanas y rurales. Finalmente para el año 2007 se registro un numero de 12, 235 habitantes.

Tomado de Diagnostico General Social del Municipio de La Palma (2010) pagina 20.

1.9.8.2 Actividades económicas principales

La economía de La Palma se basa principalmente en las artesanías; el 75% de la población vive de las artesanías y el turismo, y el otro 25% de la agricultura, dedicándose al cultivo de hortalizas, maíz, frijol y café.

1.9.8.3 Atractivos turísticos Municipio de La Palma

Miramundo se encuentra a 13 kilómetros de La Palma. Es parte de un cerro dentro de un bosque nebuloso que ofrece el clima más frío de todo el país. Miramundo está localizado a 2400 metros sobre el nivel del mar y desde ahí puede apreciarse gran parte del territorio Salvadoreño. La temperatura promedio de Miramundo es de 12 °C.

San Ignacio se encuentra a 3 kilómetros, un pequeño pueblo de agradable clima a 1010 msnm. Sus atracciones turísticas incluyen una serie de hoteles y actividades de orden agro turísticas. Citala y el río Lempa se encuentran a pocos minutos al norte de San Ignacio.

Las Pilas están situadas sobre las montañas de La Palma, con un clima muy frío y amplias extensiones de cultivo y bosque nebuloso. La principal producción agrícola es de moras, fresas, duraznos, lechugas y repollos.

La piedra Cayahuanca se encuentra a 4 kilómetros al norte de San Ignacio entre Honduras y El Salvador, aproximadamente de 1550 msnm. El peñón sirve como demarcación fronteriza, dando una vista panorámica de ambos países.

Durante Semana Santa, los habitantes locales y visitantes suben al punto de Piedra Cayahuanca y en campamentos por una noche.

Cerro El Pital se encuentra a 12 kilómetros de La Palma, con una altura de 2730 msnm es el punto más alto del territorio Salvadoreño. Es una montaña en medio de un bosque nebuloso que suele tener una temperatura aproximada de 10 °C. El 13 de abril de 2004, las temperaturas bajaron tanto que el cerro fue cubierto por una escarcha de hielo que causó conmoción entre los pobladores, atribuyendo el fenómeno a una supuesta "nevada".

1.9.8.4 ¿Cómo llegar al Municipio de La Palma?

De la Terminal de Oriente de San Salvador tomando la Ruta 119, con un costo aproximado de \$3.00 por persona, ida y regreso, tomando la Carretera Troncal del Norte, justo en el km 84, está el casco urbano de La Palma.



CAPITULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y METODOLOGIA DE INVESTIGACION SOBRE LA CREACION DE SITIO WEB PARA PROMOCION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Justificación del estudio

Este proyecto servirá para promocionar el Municipio de La Palma y abre oportunidades a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales.

En el Municipio hay falta de información actualizada y oportuna que llame la atención de las personas que gustan de navegar en internet e informarse a través de sitio web específico, para este caso del Municipio de La Palma.

Se considera que la creación de un sitio web promocionara los atractivos turísticos que en este municipio se encuentran para así atraer más turistas locales y extranjeros que ayudarán al aumento en los ingresos económicos del comercio en la zona en este Municipio. Ya que creciendo la demanda de nuevos lugares impulsa a realizar acciones que ayuden a promocionar el pueblo con nueva imagen. Todo esto se considera de esta manera ya que los artesanos y pobladores no cuentan con un sitio que realmente cumpla con las exigencias de los mercados actuales.

2.2 Objetivos de la investigación

2.2.1 Objetivo General

Crear un sitio Web para promoción turística del Municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar qué tipo de información les gustaría publicar a los artesanos como participantes del sitio Web.
- Conocer los tipos de productos o servicios más buscado por las personas que visitan el Municipio.
- Definir el atractivo principal por el cual la gente visita este Municipio.
- Buscar proveedores de sitio web para cotizar el costo y la viabilidad de crear un sitio web como propuesta.

2.3 Metodología de la investigación

2.3.1 Descripción del problema

En el Municipio de La Palma existe la falta de información en medios de comunicación acerca de los productos artesanales, servicios de alojamiento, alimentación que en este lugar se pueden encontrar y de las opciones turísticas con las que cuenta este, ya que no hay apoyo de instituciones tanto privadas

como gubernamentales las cuales apoyen a proyectos de desarrollo turístico en el Municipio.

Existe deficiencias en las cooperativas ya que estas se encuentran desorganizadas y por tal razón no obtienen las ventas deseadas, entre otra situación encontramos que no existe una señalización para que el turista que visite el Municipio pueda ubicarse en los lugares de preferencia tanto como talleres, puntos de venta de los productos y demás atractivos con los que cuenta el Municipio.

2.4 Enunciado del problema

¿Es la creación del sitio web la alternativa para promoción turística del Municipio de La Palma?

2.5 Delimitación del estudio

2.5.1 Delimitaciones temporales

El estudio se inició en Febrero y finalizará en Junio de 2011

2.5.2 Delimitaciones espaciales

El estudio se realizó en el centro del Municipio de La Palma sin tomar en cuenta los cantones.

2.5.3Sujetos de estudio

Estuvo constituido por los artesanos vendedores y fabricantes más representativos del Municipio de La Palma, personas representantes de la Alcaldía municipal y principales restaurantes del centro del Municipio.

2.5.4 Fuentes de información

2.5.4.1 Fuente primaria

- Personas encuestadas del Municipio de La Palma

2.5.4.2 Fuentes secundarias

- Alcaldía municipal de La Palma
- Internet
- Libros

2.6 Método y tipo de estudio.

Método cuantitativo: Este método ayudó a recopilar y analizar la información por medio de la investigación descriptiva.

Tipo de estudio

Investigación descriptiva: Recolectar información sobre centro del Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango.

Diseño: Muestreo no probabilístico ya que se seleccionó parte de la población, a juicio de los investigadores.

2.7 Técnicas de investigación

Para el desarrollo del siguiente estudio se realizó una serie de pasos para la recolección de información con la técnica de encuesta.

Para obtener información en la investigación que se realizó se formularon una serie de preguntas en un cuestionario en base a los objetivos de investigación.

2.8 Instrumento

El cuestionario: Estuvo compuesto por preguntas cerradas, abiertas según criterio de los sujetos de estudios para obtener información; se elaboró preguntas tanto para los artesanos que venden y elaboran productos, como personas de interés que podían dar información en la Alcaldía Municipal, Restaurantes y Hoteles.

2.9 Determinación del universo

Estuvo constituido por los principales Artesanos vendedores y fabricantes, representantes de la Alcaldía Municipal, Hoteles y Restaurantes del centro del Municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.

2.9.1 Determinación de la muestra

La muestra fue de 40 personas distribuida de la siguiente manera:

Artesanos que venden	31
Hoteles / Restaurantes	6
Encargado de Alcaldía	3

CAPITULO III

PRESENTACION DE LOS RESULTADOS Y ANALISIS SOBRE EL SITIO WEB PARA PROMOCIONAR EL MUNICIPIO DE LA PALMA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultado de la investigación y análisis sobre Artesanos, Hoteles/ Restaurante y Alcaldía de las Generalidades del Municipio.

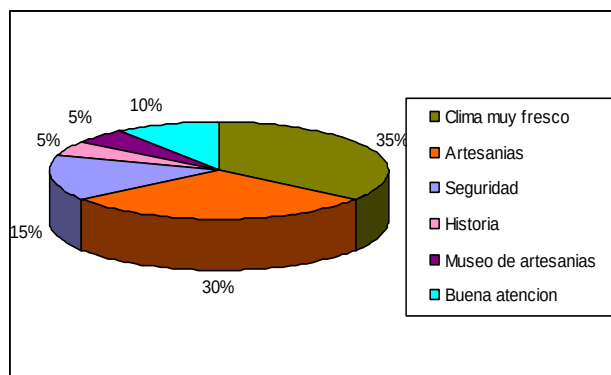
Pregunta N°1 ¿Mencione lo que el Municipio de la Palma ofrece al turista?

Objetivo: Brindar un espacio para que las personas encuestadas den su opinión sobre lo que ofrece el municipio de la Palma.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Clima muy fresco	14	35
Artesanías	12	30
Seguridad	6	15
Historia	2	5
Museo de artesanías	2	5
Buena atención	4	10
Total	40	100

Grafico



Análisis

La mayoría de las personas encuestadas a nivel de artesanos, hoteles y restaurantes, etc., opinan que el Municipio de La Palma ofrece al turista, como atractivos principales, “clima fresco” y “artesanías”

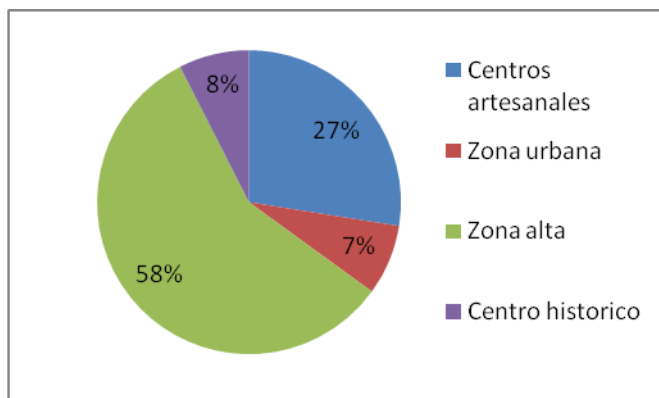
Pregunta N°2 ¿Qué lugar visita con mayor frecuencia el turista?

Objetivo: conocer el lugar más visitado por el turista.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total		Artesanías		Hoteles y Restaurantes		Alcaldía	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Centros artesanales	11	27	11	35	0	0	0	0
Zona urbana	3	7	2	7	1	17	0	0
Zona alta	23	58	15	48	5	83	3	100
Centro histórico	3	8	3	10	0	0	0	0
Total de respuesta								
Base de calculo	40	100	31	100	6	100	3	100

Grafico



Análisis.

Observando la gráfica y la tabla de frecuencia de la pregunta # 2 se puede decir que un 58% del total de encuestadas opinan que “la zona alta” es el lugar más visitado por el turista ya que está constituido por hoteles, paisajes, ecosistema, montañas, clima muy fresco.

Por otra parte, como segunda opción el 27% se encuentra que los centros artesanales son visitados, hecho mayor reportado por los mismos vendedores.

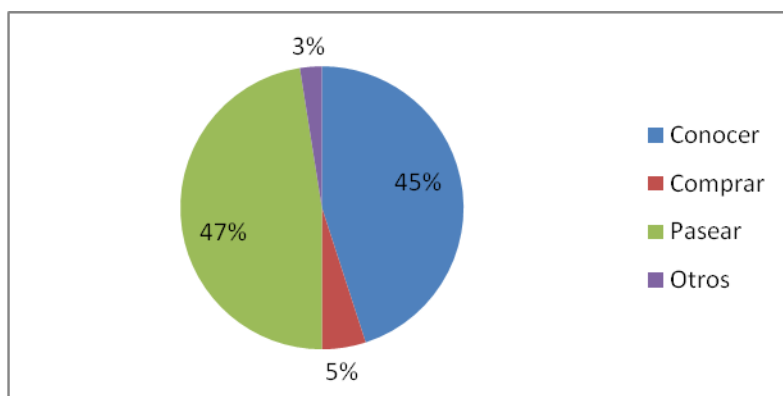
Pregunta N°3 ¿Cuál cree usted que es el motivo principal por el cual las personas visitan La Palma?

Objetivo: Determinar el motivo por el cual las personas visitan este Municipio

Tabla de frecuencia

Concepto	Total		Artesanías		Hoteles y Restaurantes		Alcaldía	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Conocer	18	45	16	51	2	33	0	0
Comprar	2	5	2	7	0	0	0	0
Pasear	19	47	13	42	3	50	3	100
Otros	1	2	0	0	1	17	0	0
total de respuesta								
Base de calculo	40	100	31	100	6	100	3	100

Grafica



Análisis

Observando la gráfica y la tabla de frecuencia de la pregunta # 2 se puede decir que un 47% del total de encuestadas opinan que “la zona alta” es el lugar más visitado por el turista ya que está constituido por hoteles, paisajes, ecosistema, montañas, clima muy fresco.

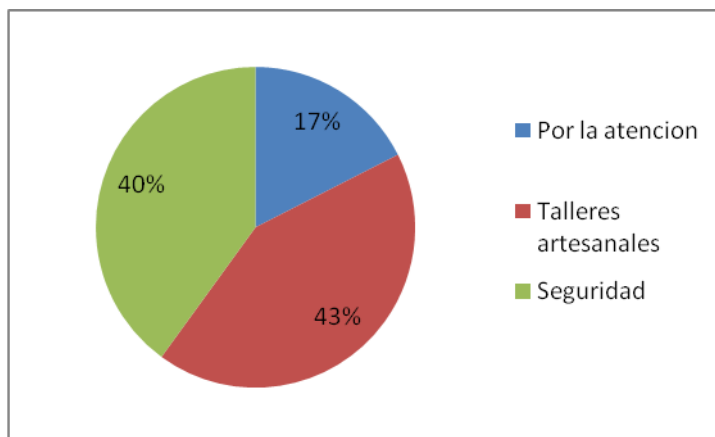
Pregunta N° 4 ¿Por qué razón considera que la palma es Municipio turístico?

Objetivo: persuadir porque razón se considera el Municipio de La Palma turístico.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total		Artesanías		Hoteles y Restaurantes		Alcaldía	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Por la atención	7	17	5	16	2	34	0	0
Talleres artesanales	17	43	15	49	0	0	2	67
Seguridad	16	40	11	35	4	66	1	33
Total respuesta								
Base de calculo	40	100	31	100	6	100	3	100

Grafico



Análisis

De las bondades o características que las personas expresan como razones por las que una persona puede visitar un Municipio y considerarlo turístico, es por los “talleres artesanales” que hay en el Municipio y las personas de talleres dicen que es por la “seguridad”.

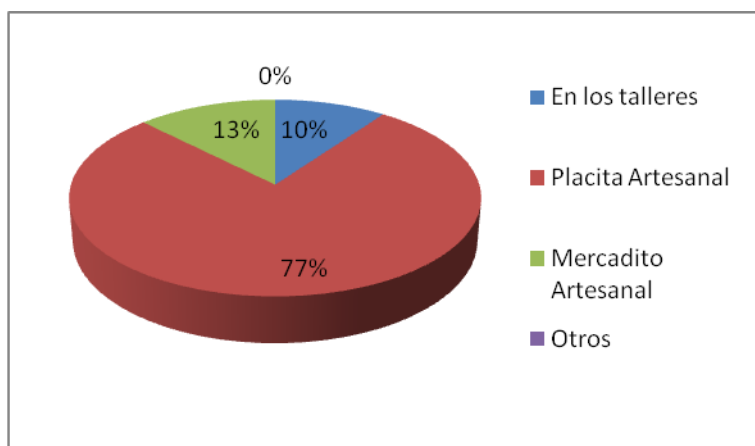
Pregunta N° 5 ¿En qué lugar buscan con mayor frecuencia el producto artesanal?

Objetivo: conocer el lugar donde es más buscado el producto artesanal por los clientes o turistas.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total		Artesanías		Hoteles y Restaurantes		Alcaldía	
	F	%	F	%	F	%	F	%
En los talleres	4	10	4	13	0	0	0	0
Placita Artesanal	31	77	23	74	6	100	2	66
Mercadito Artesanal	5	13	4	13	0	0	1	34
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0
total de respuesta								
Base de calculo	40	100	31	100	6	100	3	100

Grafico



Análisis

Se observa un 77% del total de encuestados que opinan que el lugar donde buscan con más frecuencia el producto artesanal es en “la placita artesanal”, aspecto importante que se puede observar en el grafico.

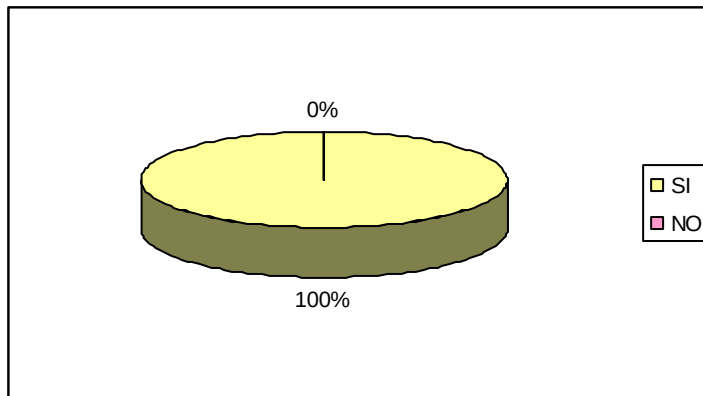
Pregunta N°6¿Recomendaría el Municipio de La Palma a otras personas?

Objetivo: identificar si las personas recomendarían el Municipio de La Palma.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total		Artesanías		Hoteles y Restaurantes		Alcaldía	
	F	%	F	%	F	%	F	%
SI	40	100	31	100	6	100	3	100
NO	0	0	0	0	0	0	0	0
Total respuesta								
Base de calculo	40	100	31	100	6	100	3	100

Gráfico



Análisis

Un aspecto relevante es que el 100% de las personas reportan que “sí recomendarían” el Municipio, porque tiene mucho que ofrecer al turista, como seguridad, variedad en artesanías, este dato se puede observar en la grafica

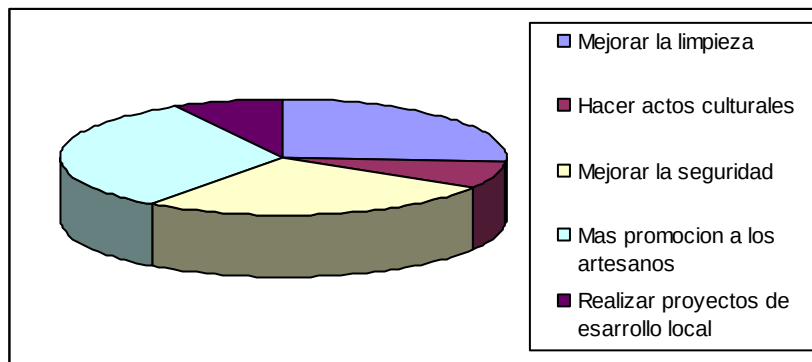
Pregunta N°7 ¿Si pudiera mejorar el Municipio de La Palma que recomendación sugiere?

Objetivo: conocer las recomendaciones que los lugareños les gustaría que mejoraran el Municipio de La Palma.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Mejorar la limpieza	10	26
Hacer actos culturales	3	8
Mejorar la seguridad	10	26
Mas promoción a los artesanos	12	26
Realizar proyectos de desarrollo local	3	8
Total	40	100

Grafico



Análisis.

Otro aspecto sobresaliente es el de la pregunta # 7 en lo que respecta al mejoramiento del Municipio, donde mencionan los encuestados que se debe mejorar la seguridad, limpieza, organizar actos culturales, para mejor desarrollo de la localidad.

3.2 Resultados de investigación y análisis de los Artesanos de La Palma.

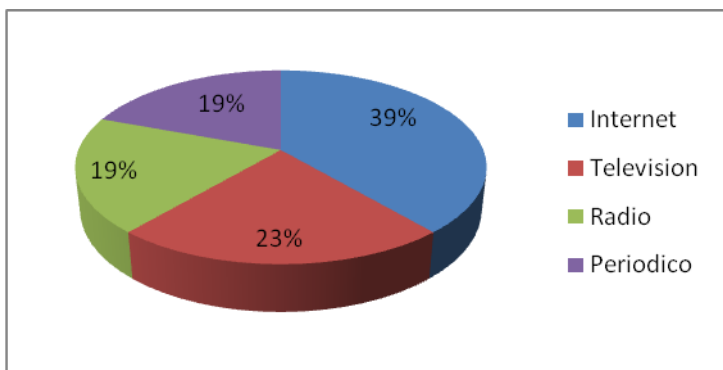
Pregunta N°1 ¿Cómo artesano, le gustaría que hubiera un medio de comunicación por el cual pueda dar a conocer sus productos?

Objetivo: identificar que medio prefieren para dar a conocer sus productos artesanales.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Internet	12	39
Televisión	7	23
Radio	6	19
Periódico	6	19
Total	31	100

Grafico



Análisis

El 39% personas opinan que el internet es un medio moderno para poder dar a conocer y comercializar un producto y el 23% que la televisión sería un medio idóneo

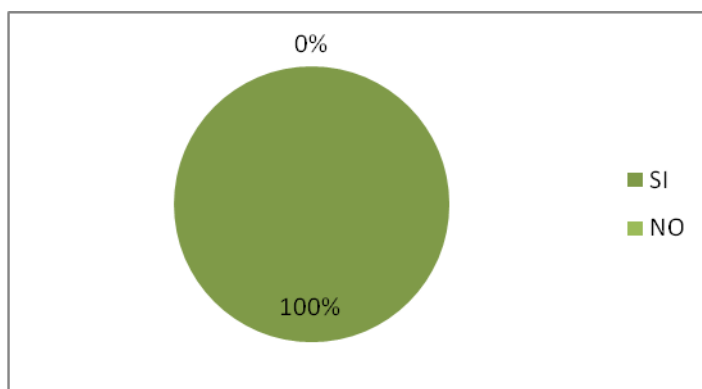
Pregunta N°2 ¿Cómo artesano le gustara a dar conocer su trabajo en su medio de comunicación visto en el país y el mundo?

Objetivo: investigar si los artesanos les gustaría dar a conocer su trabajo en un medio mundial.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
SI	31	100
NO	0	0
Total	31	100

Grafico



Análisis

El 100% está de acuerdo en que se conozca su trabajo dentro y fuera del territorio nacional, mencionan par que así exista más afluencia de turistas en el Municipio generando beneficio económico.

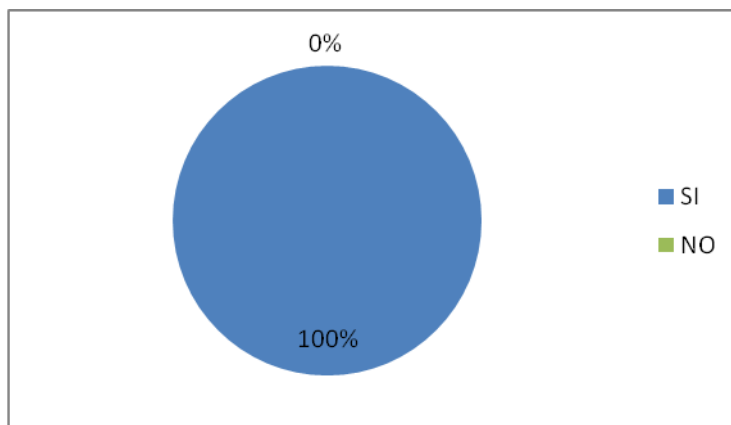
PreguntaN°3 ¿Le gustaría dar a conocer sus productos en un sitio web?

Objetivo: determinar si los artesanos les gustaría dar a conocer sus productos en un sitio web.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
SI	31	100
NO	0	0
Total	31	100

Grafico



Analisis

Se muestra un promedio del 100% en la grafica donde se puede observar que las personas darían a conocer sus productos en un sitio web.

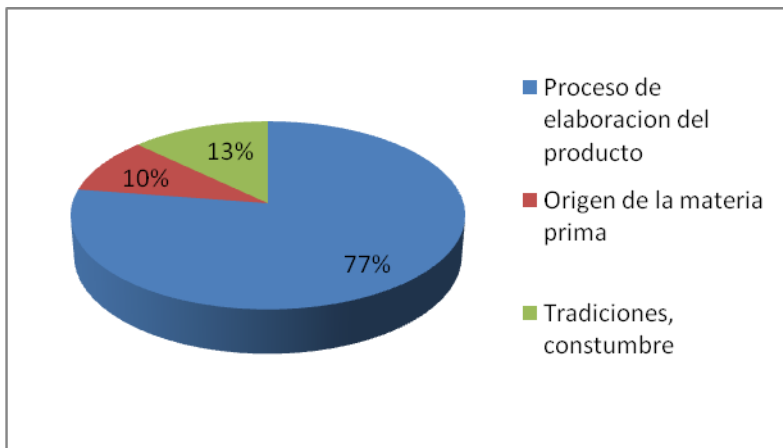
Pregunta N°4 ¿Cuál de esta información podría publicar en el sitio web?

Objetivo: conocer la información que publicaría en el sitio web.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Proceso de elaboración del producto	24	77
Origen de la materia prima	3	10
Tradiciones, costumbre.	4	13
Total	31	100

Gráfico



Análisis

Se observa la gráfica y tabla de frecuencia donde muestra que un 77% del total de encuestados opinan que les gustaría dar a conocer el “proceso de elaboración del producto” desde el tallado, pintado y llevado al punto de venta, y el 13% “tradiciones y costumbres” del Municipio y un 10% origen de la materia prima.

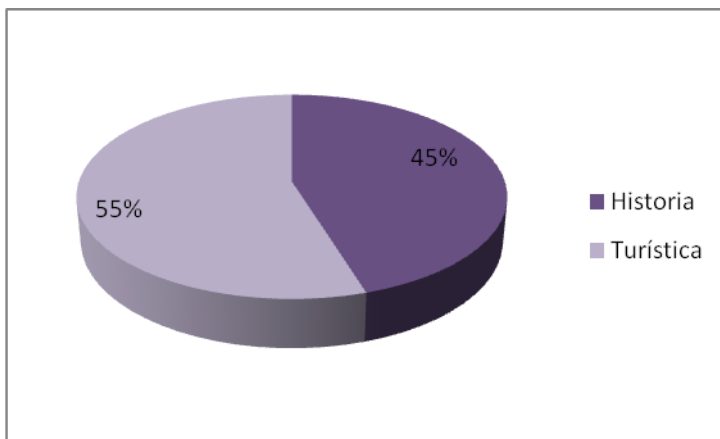
Pregunta N°5 ¿Qué tipo de información le gustaría publicar en el sitio web?

Objetivo: identificar la información de mayor importancia para los artesanos.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Historia	14	45
Turística	17	55
Total	31	100

Grafico



Análisis

La mayoría de las personas en un 55% consideran que la información de suma importante debe ser “turística” donde se puede informar de lo que el Municipio encuentra como sus bellos paisajes, lugares de campamento entre otros atractivos, y un 45% del total de encuestados opinan que “historia” por el papel importante que jugó La Palma en los inicios de los acuerdos de paz.

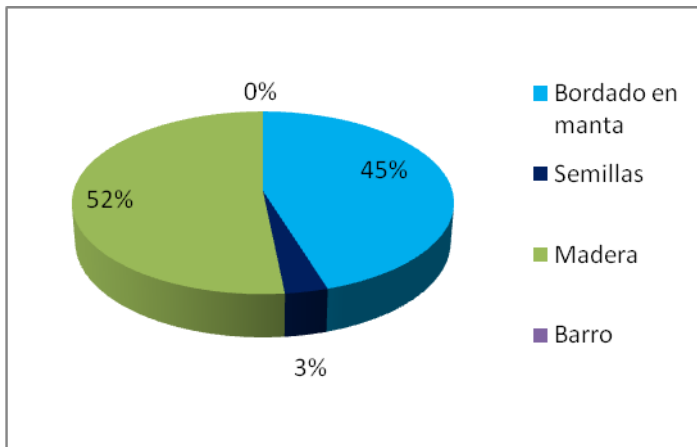
Pregunta N°6 ¿Qué tipo de producto es más buscado por el turista local?

Objetivo: investigar qué tipo de producto es el más vendido.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Bordado en manta	14	45
Semillas	1	3
Madera	16	52
Barro	0	0
Total	31	100

Grafico



Análisis

El 52% del total de personas reportan que el producto más vendido es el de madera que se prefiere por los dibujos atractivos que posee, inspirados en el diario vivir, y 45% de encuestados dicen que la artesanía en bordado en manta que es de acabados llamativos con pintura de colores para atraer al cliente. Y un 3% la semilla de copinol.

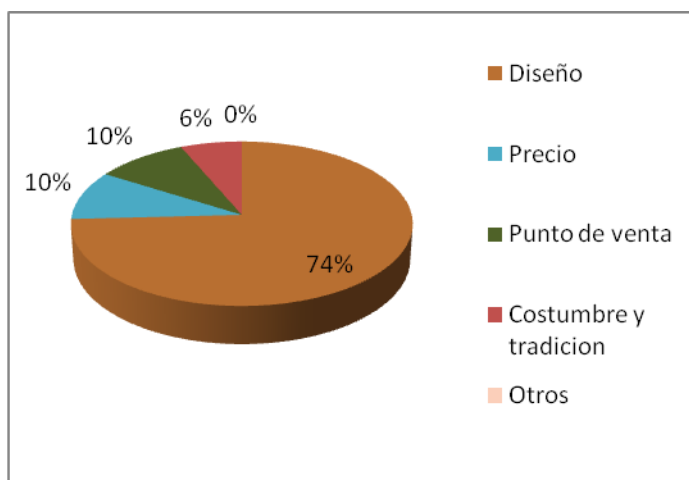
Pregunta N°7 ¿Por qué cree usted que prefieren este tipo de producto?

Objetivo: Conocer por qué este producto es más vendido.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Diseño	23	74
Precio	3	10
Punto de venta	3	10
Costumbre y tradición	2	6
Otros	0	0
Total	31	100

Grafico



Análisis

El 79% opina que es por el “diseño” que posee el producto ya que día a día van innovando y creando nuevos diseños, el 10% opinan comúnmente que por el precio y puntos de venta.

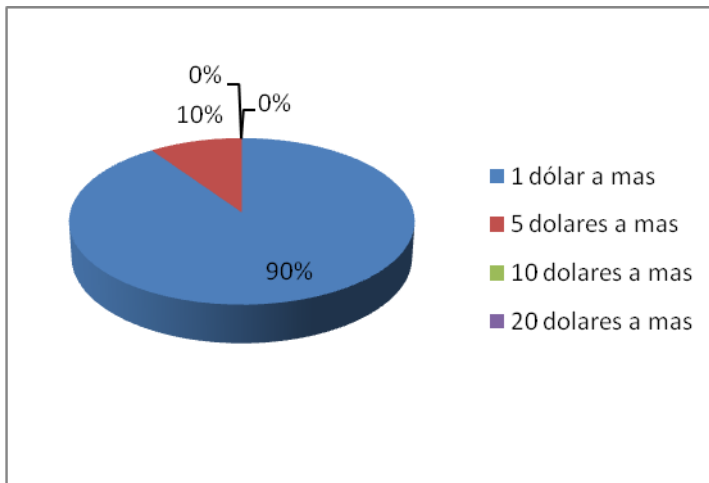
Pregunta N°8 ¿Desde qué precio se puede encontrar artesanías?

Objetivo: identificar desde que precio se encuentran el producto artesanal.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
1 dólar a mas	28	90
5 dólares a mas	3	10
10 dólares a mas	0	0
20 dólares a mas	0	0
Total	31	100

Grafico



Análisis

Se observa un 90% que opinan que el precio de los productos es accesible para el consumidor, aspecto importante para la atracción de más turistas en el Municipio.

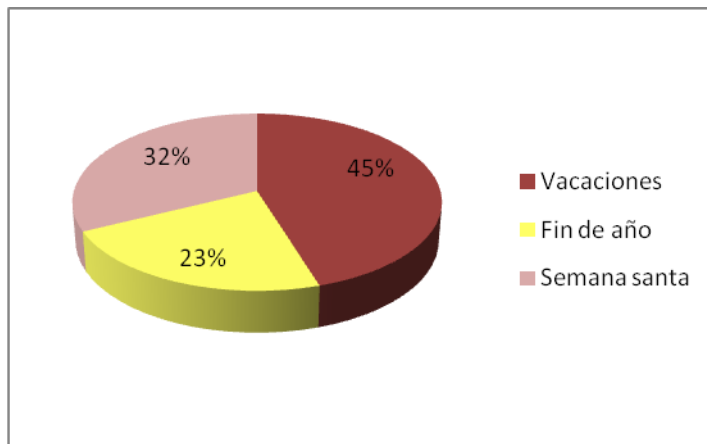
Pregunta N°9 ¿En qué temporada del año tiene más demanda los productos artesanales?

Objetivo: distinguir la temporada más fuerte de demanda en los productos artesanales.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Vacaciones	14	45
Fin de año	7	23
Semana santa	10	32
Total	31	100

Grafico



Análisis

En un 45% opinan que se mantiene la demanda de productos en “vacaciones” y “semana santa” con el 32% y un 23% en la temporada de fin de semana.

3.3 Resultado de investigación y análisis Hoteles/ Restaurantes

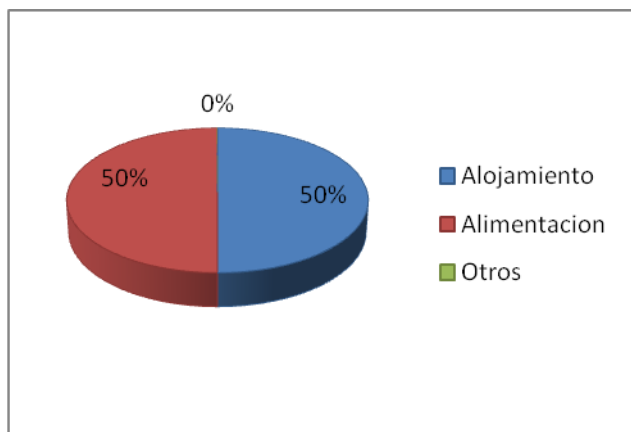
Pregunta N°1 ¿Cuáles son las principales opciones de servicio que se les ofrece a las persona?

Objetivo: identificar cuáles son las opciones de servicio que ofrecen al turista.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Alojamiento	3	50.0
Alimentación	3	50.0
Otros	0	0
Total	6	100

Grafico



Análisis

Los hoteles que se encuentran en el Municipio de Palma ofrecen al turista “alojamiento” y “alimentación” por lo tanto las respuestas de las preguntas fueron un 50% para cada una de las opciones.

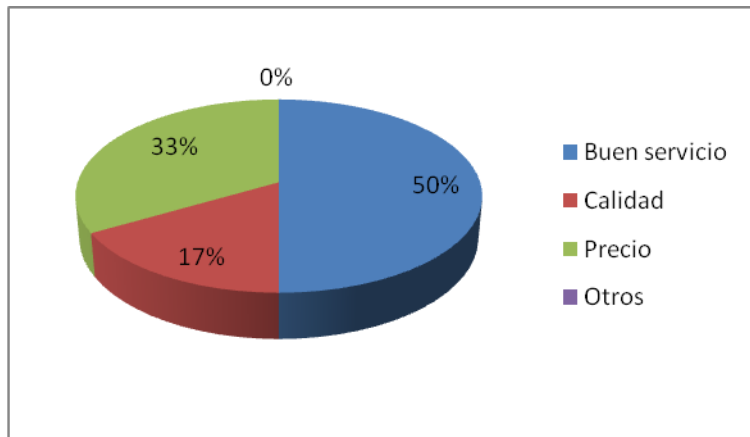
Pregunta N°2 ¿Cuáles son los beneficios principales que ofrecen las personas?

Objetivo: conocer algunos de los beneficios que reciben las personas.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Buen servicio	3	50
Calidad	1	17
Precio	2	33
Otros	0	0
Total	6	100

Grafico



Análisis

Los principales beneficios que ofrecen los hoteles y restaurantes es un buen “servicio” con un 50%, “precios accesibles” con un 33% y calidad con un 17%

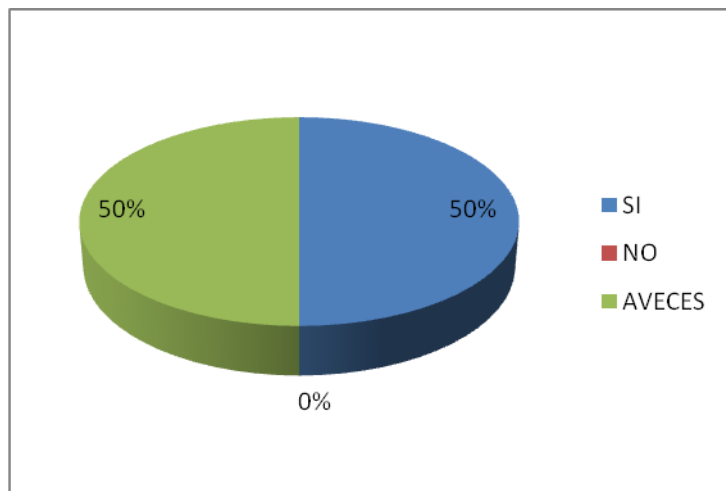
Pregunta N° 3 ¿Cuenta con promociones especiales para los fines de semana?

Objetivo: conocer si ofrecen opciones de promociones especiales para los clientes.

Tabla de frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
SI	3	50
NO	0	0
AVECES	3	50
Total	6	100

Grafico



Análisis

El 50% de los hoteles y restaurantes tiene promociones especiales para el fin de semana donde hay mayor afluencia de personas, pero el otro 50% respondió que “a veces” porque en ocasiones no hay clientes y se elevan los costos para dichos negocios.

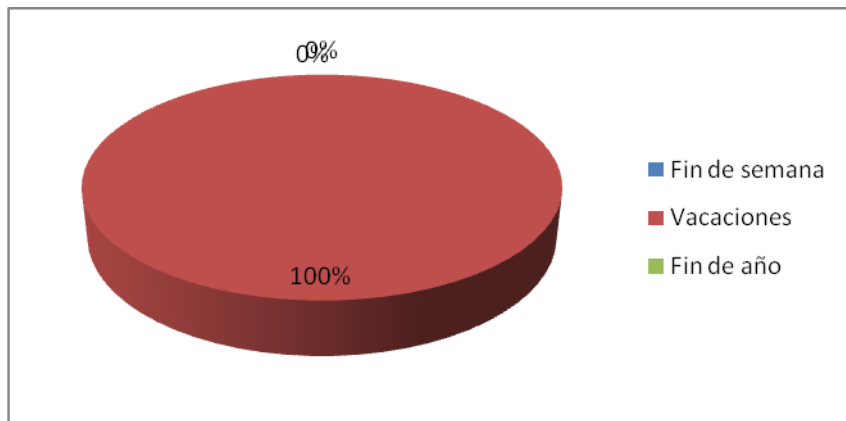
Pregunta N°4 ¿Cuál considera usted que es la temporada con afluencia de clientes?

Objetivo: identificar en que temporada beneficia más económicamente y es más rentable para el negocio.

Tabla d frecuencia

Concepto	Total	
	F	%
Fin de semana	0	0
Vacaciones	6	100
Fin de año	0	0
Total	6	100

Grafico



Análisis

El grafico nos indica que el 100% de la temporada de vacaciones es donde existe más influencia de clientes.

3.4 Resultado de la investigación y análisis Alcaldía Municipal

Pregunta N°1 ¿Cómo alcaldía que proyectos impulsan para el desarrollo local del Municipio?

- Talleres de bisutería
- Entrega de semillas y fertilizantes

Pregunta N° 2 ¿Cómo hacen para fomentar el desarrollo local?

- A través de brochours
- Proyectos de ayuda a la comunidad

Pregunta N°3 ¿Cuáles son las opciones que tiene el turista al visitar La Palma?

- Visitar la zona alta
- Centros artesanales

Pregunta N° 4 ¿Reciben algún tipo de ayuda de otras instituciones para sostener el turismo?

- Ministerio de turismo (MITUR)

Pregunta N° 5 ¿Qué tipo de ayuda reciben para el mejoramiento del Municipio?

- Económica
- Publicitaria

Pregunta N° 6 ¿Por qué razón considera que el turista debe visitar la Palma razones por las cuales deben visitar La Palma?

- Clima
- Tipo de gente que hay en el Municipio

Información coleccionada en la alcaldía del Municipio de La Palma para adquirir información de la creación del sitio web.

Es interesante observar que en la alcaldía se tiene poco interés para el desarrollo del turismo en el Municipio, ya que no cuenta con sus propios proyectos para impulsar a los artesanos, hoteles y restaurantes del centro del Municipio.

Otro aspecto importante es que no tienen un comité especial que trabaje para el turismo y las bondades que cuenta el Municipio de La Palma, se puede observar en la pregunta N° 5 que si reciben ayuda de otras instituciones, pero no la utilizan para fomentar turismo.

3.5 CONCLUSIONES

Como grupo investigador se concluye que la creación del sitio web será de mucha utilidad para anunciar y promocionar el Municipio de La Palma.

La información que se considera más importante para publicar en el sitio es el proceso de elaboración del producto artesanal, turística e histórica; esto llamara más la atención de las personas que visiten el sitio web.

Entre los productos que se encontraron que tienen mayor venta se encuentra el producto elaborado a base de madera el cual se considera más vendido por el diseño que este posee; pero otro producto que tiene demanda, aunque con un menor porcentaje, es el bordado en manta.

Los dos principales atractivos que tiene el Municipio de La Palma es la “zona alta” que ofrece alojamiento, clima mucho más fresco que en centro de la ciudad, agroturismo, caminatas, zonas para practicar deportes como bicimontaña, motocross, canoppy. El otro atractivo son los cetros artesanales en los cuales se encuentran salas de ventas con los productos artesanales ya terminado y talleres artesanales para poder observar el proceso de elaboración del producto si la persona si lo desea.

3.6 RECOMENDACIONES

Se tiene que promover el turismo a través de herramientas útiles como lo es el sitio web, esto se sustenta con la propuesta que el grupo de este trabajo presenta como una alternativa.

Tomando en cuenta lo importante que es la información que mueven los sitios web se recomienda que en este sitio se encuentre principalmente el proceso de elaboración del producto artesanal, sea este escrito o en videos e imágenes atractivas.

Uno de los recursos de suma importancia es la venta del producto artesanal de madera por lo tanto se recomienda más promoción para este producto en los puntos de venta, para que sea más percibido por el turista que visita el Municipio de La Palma.

Se necesita más promoción de los recursos de ecosistema y entretenimiento con que cuenta este Municipio para que a través de la mayor afluencia de visitantes, este municipio ayude al desarrollo de los artesanos, zona alta y centro del Municipio.

Dentro de investigación se encontró dos proveedores los cuales diseñan sitios, alojamiento y registro de dominio. Por lo tanto se recomienda que verifiquen sus servicios y el que sea más conveniente para el mantenimiento y administración del sitio

CAPITULO IV

PRESENTACION DE LA PROPUESTA PARA LOS ARTESANOS SOBRE DE CREACION DEL SITIO WEB PARA PROMOCION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE LA PALMA DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO

4. Introducción de la propuesta

En la presenta propuesta para los artesanos de La Palma se da a conocer la diferente información que se puede encontrar en el sitio web, donde encontramos datos importantes del Municipio de La Palma, el año en que este fu fundado, su altitud sobre el nivel del mar entre otros.

Las características principales de su historia, productos artesanales algunos de los alojamientos y restaurantes; por otra parte encontramos el proceso de elaboración de los productos artesanales que se elaboran y comercializan en este Municipio.

4.1 Justificación de la propuesta

El sitio web de La Palma Cuna de la Paz servirá para promocionar el Municipio ya que cuenta con recursos naturales que forman parte del turismo local y también de la ruta artesanal, por lo tanto es de mucha importancia.

El sitio web servirá para anunciar tanto a nivel nacional como internacional así se podrá aumentar el desarrollo local de La Palma.

Tomando en cuenta que la tecnología es evolutiva, se tendrá que dar mantenimiento al sitio, para que el momento que las personas visiten el sitio encuentren innovación.

Se dará a conocer el principal atractivo turístico y las opciones que tiene el turista al llegar al Municipio de La Palma.

4.2 Objetivo.

- Promocionar el Municipio de La Palma y sus atractivos turísticos.

4.3 Desarrollo de la propuesta



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanías ▾ Galería ▾ Museo Contactanos

LA PALMA

Este municipio se encuentra ubicado al norte del Departamento de Chalatenango a 84 kms de San Salvador. Limita al norte con los municipios de San Ignacio y Citalá, al sur con La Reina, al este con el municipio de San Fernando y al Oeste con Metapan.



Este municipio se caracteriza por sus hermosos parajes montañosos, temperaturas que no superan los 22 °C. En las zonas altas sobresalen extensas parcelas sembrados de hortalizas orgánicas que revelan un ambiente laborioso e ideal para el agroecoturismo.



Transitar por las calles de La Palma, es un verdadero encanto. Las fachadas de viviendas y talleres están decoradas con los mismos diseños que sus artesanías.



Derechos Reservados ©2011

Lisseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanías ▾ Galeria ▾ Museo Contactanos

MAPA DE EL SALVADOR, C.A. GUIA DE LA RUTA ARTESANAL



Ruta
Artesanal

Señalización de
Ruta

Municipio de
La Palma

Si usted desea visitar La Palma, en el departamento de Chalatenango, este se encuentra a 84 kilometros de San Salvador hacia la zona norte y a 8 kilometros de la Frontera El Poy que divide a El Salvador con Honduras.

Si se dirige en autobus se debe tomar la ruta 119 en la Terminal de Oriente de San Salvador, con un costo aproximado de \$3.00 por persona, ida y regreso, tomando la Carretera Troncal del Norte.

RUTA ARTESANAL



Derechos Reservados©2011

Lisbeth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#)
[Servicios](#)
[Artesanías](#)
[Galería](#)
[Museo](#)
[Contactanos](#)



MITUR (Ministerio de Turismo & CORSATUR)

Centro de Atención al Turista La Palma

Teléfono: 2335-9076

Dirección: 2º Avenida Norte, Barrio El Centro, Frente al Parque Central de La Palma, Chalatenango.

Oficina Principal: Alameda Manuel Enrique Araujo, Pasaje y Edificio Carbonel N°1, Colonia Roma, San Salvador

Teléfono: 2243-7835 ext. 165 y 166

Sitio web: www.mitur.gob.sv

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



Derechos Reservados ©2011

Liseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanías ▾ Galeria ▾ Museo ▾ Contactanos



"MIRAMUNDO"

2219-6251

CANTÓN EL AGUACATAL, CASERÍO
MIRAMUNDO, LA PALMA, CHALATENANGO
COMIDA A LA CARTA/BAR Y RESTAURANTE
www.hotelmiramundo.com

**"HOTEL Y RESTAURANTE
PASO DEL PITAL"**

2305-9344

BARRIO EL CENTRO, LA PALMA,
CHALATENANGO
ALOJAMIENTO/ ALIMENTACION/
PISCINAS Y SALONES PARA EVENTOS SOCIALES



"LA ESTANCIA"

2352-1331

CALLE GERARDO BARRIOS #54, BARRIO EL CENTRO
LA PALMA, CHALATENANGO

RESTAURANTE Y BAR/COMIDA A LA CARTA



"RESTAURANTE EL TUCANCITO"

2300-9550

PLACITA ARTESANAL, ATRÁS DE IGLESIA
CATOLICA, LA PALMA, CHALATENANGO
ALIMENTACION/ BEBIDAS



Derechos Reservados©2011

Liseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanías ▾ Galeria ▾ Museo Contactanos



"MI CASA DE CAMPO"
2264-7828
ZONA ALTA, CANTON LOS PLANES,
LA PALMA, CHALATENANGO
www.micasadecampo.com

"RESERVA NATURAL LA MONTAÑA"

2284-1801
ZONA ALTA, LA PALMA, CHALATENANGO
www.lamontanaelsalvador.com



"LA POSADA DEL CIELO"
2289-2843
CALLE PRINCIPAL DE MIRAMUNDO,
LA PALMA, CHALATENANGO
www.hotellaposadadelcielo.com



"LA PALMA"
2335-9012
BARRIO EL TRANSITO,
LA PALMA, CHALATENANGO
www.hotellapalma.com.sv



Derechos Reservados©2011

Lisbeth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#)
[▼ Servicios](#)
[▼ Artesanias](#)
[▼ Galeria](#)
[▼ Museo](#)
[Contactanos](#)

TALLERES Y PRODUCCION CREATIVA



Los artesanos de La Palma tienen una diversidad de talleres, donde se pueden formar desde cero para así poder crear sus propios productos en diferentes materiales; entre los favoritos: la madera.



Derechos Reservados©2011

Liseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanias ▾ Galeria ▾ Museo Contactanos

Artesanias de Madera

-
- [< Nacimientos](#)
-
- [< Cofres](#)
-
- [< Llaveros](#)
-



Nacimientos de
madera con
semillas de copinol.

Desde \$15.00 a
\$20.00



Derechos Reservados©2011

Lisseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#)
[Servicios](#)
[Artesanias](#)
[Galeria](#)
[Museo](#)
[Contactanos](#)

-
- [< Nacimientos](#)
-
- [< Cofres](#)
-
- [< Llaveros](#)
-



Nacimiento
 Sencillo
 \$8.00
 Cód. 0001



Nacimiento
 Sencillo
 \$9.00
 Cód. 0002



Nacimiento
 Sorpresa
 \$8.00
 Cód. 0003



Nacimiento
 de Copinol
 \$8.00
 Cód. 0004



Derechos Reservados©2011

Lisseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanías ▾ Galería ▾ Museo Contactanos

BORDADOS EN MANTA

-
- [< Blusas](#)
-
- [< Guavaberas](#)
-
- [< Camisetas](#)
-



Blusa sin mangas
con bordado en
manta
Desde \$7.00 a
\$15.00



Derechos Reservados©2011

Liseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#)
[Servicios](#)
[Artesanias](#)
[Galeria](#)
[Museo](#)
[Contactanos](#)

Artesanias de Cuero

-
- [< Carteras](#)
-
- [< Billeteras](#)
-
- [< Monederos](#)
-



Agenda de
 Cuero
 \$4.00



Derechos Reservados©2011

Liseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#)
[Servicios](#)
[Artesanias](#)
[Galeria](#)
[Museo](#)
[Contactanos](#)

ICONOS

REPRESENTATIVOS

"CUNA DE LA PAZ"

MURAL TÍPICO



Derechos Reservados ©2011

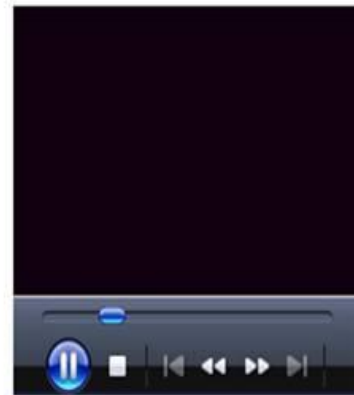
Lisseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#) ▾ [Servicios](#) ▾ [Artesanias](#) ▾ [Galeria](#) ▾ [Museo](#) [Contactanos](#)

El diseño de sus artesanias es realmente sobresaliente: labradas en madera y pintadas a mano, muestran motivos que representan la cotidianidad de nuestros pueblos y el colorido de La Palma.

En estos talleres, los visitantes pueden participar en la creacion de sus propios diseños, personalizandolos o aprendiendo las tecnicas de fabricacion.



Derechos Reservados©2011

Lisbeth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



Inicio ▾ Servicios ▾ Artesanías ▾ Galeria ▾ Museo Contactanos

Museo de Artesanías de La Palma "Fernando Llorc"

La municipalidad de La Palma, con el apoyo de diferentes instituciones realizo la obra del Museo de Artesanías de La Palma, denominado «Fernando Llorc» como un agradecimiento al precursor del movimiento artesanal que a inicios de 1970 empezo a cambiar el rumbo de toda esa zona.

Ubicado en el Barrio San Antonio, Calle a Polideportivo, La Palma, Chalatenango; el Museo de Artesanías cuenta con varias creaciones de los artesanos quienes utilizaron desde pequeños granos de cafe hasta telas en los que se explota la belleza de los colores y las figuras.

Por dentro y fuera del lugar se encuentra plasmado un ambiente que entrega arte donde se marca toda la tendencia del artista salvadoreño.



FERNANDO LLORT, HERENCIA ARTISTICA

Haciendo uso de sus cualidades más importantes: el despojo de lo material y el gran deseo de compartir sus conocimientos, Fernando Llorc logró construir junto a los artesanos y artesanas su primer taller, el cual en 1977 se convirtió en Cooperativa y poco tiempo transcurrió para que germinara esa semilla y diera frutos con lo que es el municipio de La Palma hoy en día.



SÍGUENOS
HAZTE FAN

Derechos Reservados©2011

Lisseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas



[Inicio](#) ▾ [Servicios](#) ▾ [Artesanias](#) ▾ [Galeria](#) ▾ [Museo](#) [Contactanos](#)



Hazte FAN en FACEBOOK!!!!



Síguenos en TWITTER!!!!



Buscanos en YOUTUBE!!!!

Y ENTERATE DE TODO LO QUE TIENE LA PALMA, CHALATENANGO PARA QUE DISFRUTES EN TUS FINES DE SEMANA Y VACACIONES.



Derechos Reservados©2011

Lisseth Beatriz Flores-Rosa Emilia Granados Serrano-Rodolfo Carlos Tamacas

4.4 BIBLIOGRAFIA

Aguirre, E., Alfaro, S., Iraheta, M. y Melgar, K. (2010) *Diagnostico General Social del Municipio de La Palma*. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración de Empresas) de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. San Salvador

Arizpe, G. (2009). *Aspectos jurídicos para sitio web*. Tomado de <http://www.areaestrategica.com/negocios/aspectos-legales-a-cuidar-al-momento-de-crear-un-sitio-web.php>

Campitelli, A. (s.f) *Comercio electrónico*. Tomado de <http://www.Monografias.com/trabajos12/monogrr/monogrr.shtml>

Código Penal de El Salvador. Tomo 335. (1997)
Tomado de <http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf/ed400a03431a688906256a84005aec75/29961fcd8682863406256d02005a3cd4>

Dell'Anno Irigoyen M. (2009). *Web 2.0*. Tomado de <http://e-mktg.blogspot.com/search/label/Marketing%202.0>

Google. (2008). *Fotografía de Chalatenango*. Tomado de

<http://www.google.com.sv/imgres?q=mapa+de+al+ruta+fresca+de+el+salvador&hl=es&gbv=2&tbn=isch&tbnid=WFSTNrBg1nKscM:&imgrefurl=http://foro.univision.com/t5/Jennifer-Aniston/Paisajes-de-El-Salvador/td-p/360595752&docid=rPCOmUiB4jiJ0M&w=2048&h=1536&ei=Y45OTr6kDsiCgAfDvfCUBw&zoom=1&iact=hc&vpx=613&vpy=101&dur=3092&hovh=194&hovw=259&tx=93&ty=104&page=3&tbnh=137&tbnw=190&start=32&ndsp=16&ved=1t:429,r:2,s:32&biw=1280&bih=612>

Google. (s.f) *Fotografía de Fernando Llorc*. Tomado de

http://www.google.com.sv/imgres?q=fernando+llorc&hl=es&gbv=2&tbn=isch&tbnid=8aVSoSyUGhCUgM:&imgrefurl=http://www.lapalma.com.sv/fernando-llorc/&docid=N5V5ydZOn-QG9M&w=1024&h=720&ei=0Y9OTsqFMM_qgQfVmlHjBg&zoom=1&iact=hc&vpx=516&vpy=308&dur=1958&hovh=188&hovw=268&tx=125&ty=168&page=2&tbnh=140&tbnw=198&start=19&ndsp=18&ved=1t:429,r:14,s:19&biw=1280&bih=612

Google. (s.f) *Mapa de Centroamérica*. Tomado de

<http://www.google.com.sv/imgres?q=la+palma+chalatenango+el+salvador&hl=es&gbv=2&tbn=isch&tbnid=CbxXA1UQWThTIM:&imgrefurl=http://www.lamontanaelsalvador.com/como%252520llegar.htm&docid=7qgHorqRfQ0vIM&w=603&h=434&ei=vpFOTrDyOM2SgQe2j5CMBw&zoom=1&iact=hc&vpx=972&vpy=305&dur=3188&hovh=190&hovw=265&tx=81&ty=156&page=3&tbnh=127&tbnw=177&start=31&ndsp=17&ved=1t:429,r:5,s:31&biw=1280&bih=612>

Mitur.gob (2011). *Municipio de La Palma*. Tomado

de <http://www.elsalvador.travel/>

Mktg.bolspost (2008).*Marketing digital*. Tomado de

<http://e-mktg.blogspot.com/2008/10/definicin-de-marketing-digital.html>

Noticias digitales (2004).*Historia de Internet y evolución del Internet*. Tomado de

<http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0904/0109/noticias010904/noticias010904-19.htm>

Turismoalcala.(s.f) *Turismo*. Tomado de

[http://www.turismoalcala.com/index.php?option=com_content&task=view
&id=115&Itemid=65&lang=es](http://www.turismoalcala.com/index.php?option=com_content&task=view&id=115&Itemid=65&lang=es)

Wikipedia.org (2009).*Tipología de productos turísticos* .Tomado de

<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

Wikipedía.org (2008).*Definición de sitio web*. Tomado de [http://es.](http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web)

[wikipedia.org/wiki/Sitio_web](http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web)

Wikipedia.org (2007). *Historia de El Salvador*. Tomado de

http://es.wikipedia.org/wiki/El_Salvador

Zonu.(s.f). *Departamento de Chalatenango y sus Municipios*.

Tomado de

http://www.zonu.com/mapas_el_salvador/Mapa_Departamento_Chalatenango_El_Salvador.htm

Área de Hoteles y Restaurantes

1. ¿Cuáles son las principales opciones se le ofrece al turista?
a) Alojamiento____ b) Alimentación____ c) Otros____
Especifique_____
2. ¿Cuáles son los beneficios principales que ofrece a las personas?
a) Buen servicio____ b)Calidad____ c) Precio____ d) Otros____
3. ¿Cuenta con promociones especiales para los fines de semana?
a) SI____ b) NO____ c) A VECES____ ¿por qué?_____
4. ¿Cuál considera usted que es la temporada fuerte de afluencia de clientes?
a) Fin de semana____ b) Vacaciones____ c) Fin de año_____

Alcaldía

1. ¿Cómo alcaldía que proyectos impulsan para el desarrollo local del Municipio?_____
2. ¿Cómo hacen para fomentar el desarrollo local?_____
3. ¿Cuáles son las opciones que tiene el turista al visitar La Palma?

4. ¿Reciben algún tipo de ayuda de otras instituciones para sostener el turismo?_____
5. ¿Qué tipo de ayuda reciben y como ayuda para el mejoramiento del turismo en el Municipio?_____
6. ¿Por qué razón considera que el turista debe visitar La Palma?_____

4.5 ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TÉCNICO EN MERCADEO Y VENTA

INTRODUCCION: Buenos días/tardes. Mi nombre es _____ soy encuestador de la universidad. Estamos realizando un estudio y le agradecería si nos brinda unos minutos de su tiempo para hacerle unas preguntas, es muy importante conocer su opinión.

OBJETIVO: conocer si la creación de sitio Web es la solución para promoción turística del Municipio de La Palma.

Género: M ____ F ____
Tipo de negocio _____
Cargo _____
Nombre del negocio _____

Edad	
18-25 años	01
26-35 años	02
35 46 años	03
47 a mas	04

1. ¿Mencione lo que el Municipio de La Palma Ofrece al turista? _____
2. ¿Qué lugar visita con mayor frecuencia el turista?
a) Centros artesanales ____ b) Zona urbana ____
c) Zona alta ____ d) Centro histórico ____
3. ¿Cuál cree usted que es el motivo principal por el cual las personas visitan La Palma?
a) Conocer ____ b) Comprar ____
c) Pasear ____ d) Otros ____
4. ¿Por qué razón considera que la palma es Municipio turístico?
a) Por a atención ____ b) Talleres artesanales ____
c) seguridad ____
5. ¿En qué lugar buscan con mayor frecuencia el producto artesanal?
a) En talleres ____ b) Placita artesanal ____
c) Mercadito artesanal ____ d) Otros ____
6. ¿Recomendaría el Municipio de la Palma a otras personas?
a) SI ____ b) NO ____
b) TALVEZ ____ c) ¿por qué? ____
7. ¿Si pudiera mejorar el municipio de La Palma que recomendación sugiere? _____

Preguntas a los artesanos

1. ¿Cómo artesano, le gustaría que hubiera un medio de comunicación por el cual pueda dar a conocer sus productos?
a) Internet ____ b) Radio ____
c) Televisión ____ c) Periódico ____
2. ¿Cómo artesano, le gustaría dar a conocer su trabajo en un medio de comunicación visto en todo el país y el mundo?

a) SI ____ b) NO ____ ¿por qué? _____
3. ¿Le gustaría dar a conocer sus productos en un sitio Web?
a) SI ____ b) NO ____ c) TALVEZ _____
4. ¿Cuál de esta información podría publicar en el sitio Web?
a) Proceso de elaboración del producto _____
b) Origen de la materia prima de las artesanías _____
c) Tradiciones, costumbres (anécdotas-pasadas) _____
5. ¿Qué tipo de información le gustaría publicar en el sitio Web?
a) Historia ____ b) Turística ____
6. ¿Qué tipo de producto es más buscado por el turista local?
a) Bordado en manta _____ b) Semillas _____ c) Madera ____ d) Barro ____
7. ¿Por qué cree usted que el producto más buscado es preferido por los compradores?
a) Diseño ____ b) Precio ____
c) Punto de venta ____ d) Tradiciones y costumbres ____
8. ¿Desde qué precio se puede encontrar artesanías?
a) 1 dólares a mas ____ b) 5 dólares a mas ____
c) 10 dólares a mas ____ d) 20 dólares a mas ____
9. ¿En qué temporada del año tienen más demanda los productos?
a) Vacaciones ____ b) Fin de año ____ c) Semana santa ____

Cotizaciones de proveedores de sitios Web

Enfoque digitales

<http://www.enfoquesdigitales.com/>

Teléfonos: 2102-7774 7501-4420

Dirección: Residencial Santa Teresa #3, Ciudad Merliot, El Salvador.

Enfoques Digitales: Somos una empresa salvadoreña dedicada al diseño profesional de páginas web, a la gestión de publicidad en Internet y en general al desarrollo de proyectos en Internet para empresas nacionales e internacionales.

De entre las muchas alternativas Enfoques Digitales es considerada una de las empresas más importantes a nivel nacional para el desarrollo de sitios web profesionales para empresas lo que nuestros clientes y conocidos pueden confirmar.

¿Por qué trabajar con nosotros?



Contratos de servicios Firmamos contrato de servicios para su respaldo y seguridad garantizando calidad, tiempos de entrega y nuestros compromisos con su empresa.



Diseños originales Nuestros diseños son personalizados para cada cliente y creados desde cero a partir de las necesidades planteadas por usted, no hacemos uso de plantillas...



Estudio de su competencia Estudiamos los sitios de su sector para recomendarle elementos novedosos, llamativos y diferenciadores.



Benchmarking internacional Estudiamos sitios web internacionales y se los presentamos para que tome ideas que quisiera retomar para su sitio.

Somos especialistas en:

Mercado digital / Marketing en Internet Atracción de clientes, planes de marketing online, Search Engine Marketing y más...



Comunicación Online y Relaciones públicas 2.0 Comunicación 2.0, Relaciones públicas interactivas, gestión de la reputación corporativa en internet y más...



Publicidad en Internet y envío de correos Publicidad segmentada, E-mail marketing con permiso, campañas publicitarias en la web y más...



Digital Business / Negocios por Internet E-Commerce, cobros por Internet, monitoreo de la competencia, Analítica web, etc.



Marketing en Redes Sociales Social Media Marketing, Concursos en Facebook, Presencia en Twitter, Hi5, Campañas interactivas web 2.0. y más...



Diseño de páginas web y programación para Internet Diseño de páginas web, gestores de contenido, mantenimiento de sitios web existentes y más...

Todos nuestros servicios:

- o Permission Based E-mail Marketing
- o Posicionamiento en buscadores
- o Estudios de mercado por Internet
- o Creación de comunidades / Redes sociales
- o Concursos en Facebook

- o Gestión de la reputación corporativa en Internet
- o Creación y redacción de blogs
- o Analítica web / Inteligencia de negocios web
- o Monitoreo de marcas en Internet



Creativos de Internet de El Salvador

Comercio Electrónico - Servicios de Internet

Creativos de Internet SA de CV. Col. Jardines de Cuscatlán, Calle L-7, Pol. J #18. Ciudad Merliot, Antiguo Cuscatlán Teléfono: 2289-0930, FAX: 2289-0914, info@ci.com.sv www.ci.com.sv ♦ www.latienda.com.sv ♦ www.tecnotips.com ♦ www.juayua.com

Creativos de Internet El Salvador. Somos una empresa especializada en el Diseño y Alojamiento de Sitios Web, que a la vez ofrecemos una amplia gama de Soluciones Web para cubrir todas las necesidades de nuestros clientes.

Además del Diseño de Sitios Web nosotros le facilitamos la Compra de Dominios en Internet, así como también diferentes Planes de Alojamiento Web (Web Hosting).

En Creativos de Internet contamos con más de 15 años de experiencia en la asesoría, diseño y desarrollo de Sitios Web y nos preocupamos por brindar siempre la mejor calidad profesional, el mejor diseño con una visión innovadora y un servicio personalizado para cada uno de nuestros clientes.

Creativos de Internet fue fundado en el año 1996 y desde entonces nos hemos convertido en aliados estratégicos de nuestros clientes para el crecimiento de sus negocios. Contamos con profesionales especializados y conocedores de las nuevas tendencias en el Diseño Web, así como también contamos con equipo de última tecnología que nos permite desarrollar Sitios Web según las necesidades y requerimientos específicos de cada uno de nuestros clientes.

En Creativos de Internet nos caracterizamos por estar en constante investigación y actualización de nuevas tecnologías aplicadas a Internet, nuevas tendencias y nuevas oportunidades de negocios para nuestros clientes.

Para más información, puede visitar nuestro portafolio de clientes en: www.ci.com.sv Adicionalmente, contamos con 3 proyectos propios de Sitios Web que hemos desarrollado y que con el tiempo se han convertido en exitosos portales y en un referente dentro de Internet:

1. www.latienda.com.sv
2. www.tecnotips.com

3. www.juayua.com

A continuación le presento nuestra cotización.

DISEÑO DE SU SITIO WEB Durante los últimos años, Internet se ha convertido en un medio de comunicación sumamente importante y en un fenómeno acelerado de intercambio de información en el mundo y específicamente en El Salvador, por lo que actualmente, para cualquier empresa, la forma de publicitarse o darse a conocer ha cambiado radicalmente, es decir, cada día es más indispensable que cualquier empresa tenga presencia en Internet para no quedarse atrás y/o sobresalir en el mercado.

En Creativos de Internet sabemos que un buen diseño web le permitirá a su empresa darse a conocer, diferenciarse de la competencia, incrementar las ventas, tener acceso a nuevos mercados, fortalecer su imagen, mantener su catálogo de productos o servicios siempre actualizado y ofrecer a sus clientes toda la información que desee, es por esto que nos especializamos en la creación y diseño de Páginas Web que cubran y satisfagan sus necesidades y que a la vez contribuyan con la productividad de su empresa, encargándonos nosotros de todo el proceso.

A continuación le presento información detallada del proceso de diseño de su sitio con las necesidades puntuales de su empresa:

1. Diseño gráfico:

Como primer paso se realizarán sesiones con el cliente para determinar los requerimientos puntuales y determinar líneas de diseños, en base a esta

información se realizara un diseño gráfico personalizado, con la realización de DOS propuestas gráficas, en un formato Photoshop o JPG para poder revisar y seleccionar el nuevo diseño.

2. Diseño gráfico y asesoría 100% personalizados.

Al iniciar el proyecto se le asignará un asesor, el cual estará en contacto permanente con usted para garantizar el éxito y su completa satisfacción a lo largo de todo el desarrollo del proyecto.

3. Estructura de la página:

- Una Página inicial o Portada

La portada contiene la estructura general del sitio y permite al usuario dirigirse rápidamente a las sub-secciones que busca dentro de la información presentada. Los diseños contienen animaciones interactivas en flash, imágenes y un diseño gráfico atractivo y amigable para cualquier usuario.

- Páginas internas (10)

Presentan la información específica de cada sub-sección y se construyen siguiendo la misma línea gráfica de todo el Sitio Web. Trabajamos por que los enlaces permitan hacer agradable y fácil la navegación.

TIEMPO DE ENTREGA:

2 semanas a partir de la aprobación de la presente propuesta y de la entrega de todo el material e información necesaria para el desarrollo del Sitio Web (fecha sujeta a variaciones si existen atrasos en revisión/aprobación del cliente o entrega de material).

Gastos a terceros o proveedores:

No están incluidos ningún tipo de gastos a terceros o a otros proveedores, como compra de imágenes en bancos de fotografías, entre otros.

4. Capacitación:

- Jornada de capacitación

Se desarrollará una jornada de 1 hora para la capacitación en el uso de las herramientas, se entregará además un manual para el administrador

INVERSION POR DISEÑO: \$ 350.00 + IVA

Forma de pago diseño web:

50% anticipo y 50% contra entrega PLAN DE ALOJAMIENTO WEB (WEB HOSTING) Para tener una Página Web en Internet y que esté disponible para todo el mundo las 24 horas del día, ésta tiene que estar alojada en un servidor permanentemente conectado a la Red, con las mayores garantías.

Es por eso que Creativos de Internet le ofrece el servicio de Alojamiento Web (en inglés Web Hosting) que es un servicio que proveemos a nuestros clientes para que tengan un espacio de un servidor para poder almacenar en Internet cualquier información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido para que esté accesible vía Web.

Nuestros servidores están ubicados en Estados Unidos y cuentan con una fiabilidad del 99%.

• Características generales del alojamiento:

- ☐ 500 Mb de espacio para alojar los archivos del Sitio Web.

O si el cliente desea puede adquirir otro plan con más espacio de alojamiento de archivos ya que nos adaptamos a cada una de sus necesidades.

- Cuentas ilimitadas de correo electrónico para su empresa / empleados.
- Programa de estadísticas (Webalizer, Analog y AWstats) para contabilizar las visitas al Sitio Web.

Este programa ofrece a nuestros clientes el beneficio de poder obtener, a través de un usuario y contraseña, información en su panel como estadísticas detalladas de las visitas, páginas, procedencia de los visitantes y muchos otros datos más.

□ **ADMINISTRADOR DE CONTENIDOS**

El programa de Administración de contenidos que proveemos es el JOOMLA 1.5 es un servicio totalmente gratuito que proporcionamos única y exclusivamente a los clientes que contratan el servicio de Alojamiento Web con nosotros.

Le permite a nuestros clientes tener un Sitio Web “auto-administrable”, es decir, que la empresa puede hacer todo los cambios o modificaciones que desee en el contenido de su Sitio Web, a través de un usuario y contraseña que le proporcionamos.

- Re-direccionamientos ilimitados de correo electrónico.

Este beneficio le permite configurar, desde una o más cuentas de correo, el reenvío automático de sus correos electrónicos a cualquiera de sus otras cuentas.

- Auto-contestadores ilimitados (respuestas automatizadas)

Consiste en el envío de respuestas automatizadas cuando un cliente actual o potencial se ha contactado con su empresa por medio del correo electrónico de la Pagina Web.

- Volumen de Transferencia Ilimitado con el Sitio Web

Es el ancho de banda que permite a los usuarios del Sitio Web ingresar y navegar en él sin ningún problema y sin importar la cantidad de descargas o transferencias de archivos que se hagan.

- Directorios protegidos con contraseña

Si el cliente lo desea, puede proteger una o varias páginas de su Sitio Web que contengan información confidencial o que no es abierta para todos los usuarios. A estas páginas solo se puede acceder por medio de una contraseña.

- Servicio de Encuestas, Votaciones o Foros

Estas son aplicaciones ya instaladas en su servidor y que el cliente puede utilizar en cualquier momento. Para este servicio no se incluye el diseño de página adicional en su Sitio Web.

- Características Web 2.0:

- Sistemas RSS, con esto se podrá conectar el sitio web con las cuentas en las redes sociales y permitirá publicar automáticamente en las redes sociales todos los contenidos que se publiquen en el sitio web.

Modulos web 2.0 disponibles como: Fanbox de facebook, para que en el sitio se publiquen las personas que son “fans” del sitio. Videos de youtube, se podrán publicar dentro del sitio, Estados de twitter publicados en el sitio web.

NOTA: El espacio asignado en el servidor es compartido entre las cuentas de correo y el espacio de las páginas web. INVERSION POR ALOJAMIENTO: \$ 90.00 + IVA Anual REGISTRO DE DOMINIOS EN INTERNET: Un dominio es la dirección o nombre que una persona o empresa utiliza en internet, es decir, adquirir un dominio es tener la propiedad y el derecho a utilizar dicha dirección para una Página Web y correo electrónico en exclusiva y para todo el mundo.

Por ejemplo: www.ci.com.sv e info@ci.com.sv. Nuestra empresa realiza todos los trámites para la compra de sus dominios nacionales o internacionales.

- Dominios Internacionales:

Los dominios internacionales son: .com, .net, .org; la compra de estos dominios tiene duración como mínimo de 1 año o se pueden comprar por más tiempo si el cliente así lo desea.

Creativos de Internet se encarga de hacer todas las gestiones que implica la compra de estos Dominios Internacionales y el tiempo de funcionamiento para el dominio es de aproximadamente 1 hora para estar en línea.

Inversión Anual Dominio Internacional Total \$17.50 (costo NO incluye IVA)

Forma de pago para Registro de Dominio y Alojamiento Web:

100% al inicio del periodo.

INVERSION TOTAL

SERVICIO	INVERSION
Diseño de Sitio web	\$ 350.00 más IVA
Alojamiento	\$ 90.00 más IVA
Registro de dominio. com	\$ 17.50 más IVA
SUBTOTAL	\$ 457.50 MAS IVA
TOTAL	\$516.98

FORMA DE PAGO:

- Al contratar el servicio 50% y el segundo 50% al entregar el sitio publicado.
- Alojamiento al inicio del servicio.

Adicionalmente, ponemos a su disposición nuestros 3 Sitios Web para que pueda promover en ellos su empresa, marca o sitio Web y a precios muy accesibles:

1. www.latienda.com.sv
2. www.tecotips.com
3. www.juayua.com