

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA: TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICA



TEMA:

EVALUAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA RELACIONADAS CON
EL PORTAL INFOÚTIL, DEPENDENCIA DE GOBIERNO ABIERTO DEL SALVADOR.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

LINDA VANESSA ALEGRIA HERNANDEZ

YANIRA MARGARITA CARTAGENA FLORES

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESA TURISTICA

ABRIL, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

PÁGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LICDA. ANA MARÍA RODRÍGUEZ

PRESIDENTA

LICDA. ANA CRISTINA RODRÍGUEZ

PRIMER VOCAL

LICDA. CAROLINA CERNA

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

Agradecimientos

Principalmente quiero agradecerles a 4 personas muy importantes que me ayudaron a poder terminar esta carrera con su esfuerzo, esmero y mi dedicación de lograr esta importante meta en mi vida.

Primeramente agradecerle a Dios por brindarme salud, entendimiento y paciencia en este periodo largo pero de mucho aprendizaje en mi carrera.

También darle las gracias a mi hermosa madre aunque con regaños, gritos y enojos pero gracias a eso logre crecer como persona y tener la temple necesaria para soportar adversidades durante todo el proceso de estudio.

Le agradezco también a alguien que ha sido como un padre para mí, que me ha apoyado en todo este tramo importante en mi vida que siempre ha estado para mí cuando más lo necesito, que siempre me ha brindado palabras de apoyo, de aliento y aunque no está presente conmigo desde donde está siempre está apoyándome.

Y también a la Licda. Carolina Cerna, por instruirnos y apoyarnos en todo este proceso de nuestra tesina.

Linda Vanessa Alegría Hernández.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por brindarme una oportunidad de salir con éxito de la carrera aunque con dificultades y adversidades pero me ayudo a salir adelante.

También le agradezco a mi hermosa hija Eunice Cartagena por su apoyo, paciencia y desvelo, porque estuvo a mi lado apoyándome desde que inicie el proceso de la tesina y hasta culminarla.

Yanira Margarita Cartagena Flores.

INDICE

Introducción.....	i
-------------------	---

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Justificación.....	4
1.3 Objetivo General.....	5
1.4 Objetivos Específicos.....	5
1.5 Limitaciones	5

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Promoción Turística.....	6
2.1.1 Importancia de la promoción.....	8
2.1.2 Mezcla de la promoción.....	11
2.1.3 Herramientas de la promoción en las redes sociales.....	15
2.1.4 Estrategias promocionales.....	21

2.1.5 Elementos de una estrategia.....	22
2.1.6 Estrategias Promocionales en Facebook y Twitter.....	23
2.2 Historia de Gobierno Abierto.....	24
2.3 Historia del portal InfoÚtil.....	32
2.3.1 Propósito del portal InfoÚtil.....	36
2.3.2 Descripción del portal.....	37

Capítulo III

Metodología

3.1 Tipos de investigación.....	45
3.2 Participantes.....	46
3.3 Instrumentos.....	46
3.3.3 Entrevista.....	47
3.4 Procedimiento para la recolección de información.....	47
3.5 Presentación, interpretación y representación de la información obtenida de los instrumentos de investigación.....	47
Resultados de las entrevistas.....	48

Capítulo IV

Presentación de resultado

Análisis de resultado.....	67
----------------------------	----

Capítulo V

Conclusiones

5 Conclusiones.....	70
---------------------	----

5.1 Recomendaciones.....	72
--------------------------	----

Referencias.....	74
------------------	----

Anexos.....	75
-------------	----

Introducción

La presente investigación tiene como objetivo evaluar estrategias de promoción para el portal de InfoÚtil dependencia de Gobierno Abierto, para dar a conocer toda la información útil que el portal brinda a la ciudadanía.

Se realizó la investigación con los técnicos y directores que están al margen del portal para identificar las causas del porque no se le está dando promoción al portal, a lo que ellos respondieron que es el factor económico es el que les afecta para poder promocionar el portal.

Es por eso que se busca las estrategias de promoción más práctica y no muy costosa para poder promocionar el portal y que la ciudadanía lo pueda conocer

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del problema

Esta investigación surge con el propósito de proporcionar estrategias para promocionar el portal de Infoútil que es una herramienta adicional del portal de gobierno abierto.

Si bien estar al tanto que hoy en día el turismo está siendo muy rentable y exigente tanto a nivel nacional como internacional en relación a la información turística de los países .Es por ello que la idea de aplicar herramientas de información tecnológicas son necesarias para dar a conocer lo que un país posee. No solamente se refiere a vender el producto turístico, sino poder cubrir con todas las necesidades de los turistas, en relación a las de información turística referente, a lo que cada municipio posee a sus alrededores tales como: hospitales, farmacias, cajas de cambio, acceso a transporte, comunicación, casas de la cultura, comunidades indígenas, otros aspectos que a veces son necesarios a la hora de elegir un destino.

En el portal de Infoútil, en el icono que tiene aspectos turísticos está representado por una pelota de futbol y que debajo del aparece el nombre **DEPORTE Y CULTURA**, la información que el sitio posee es proporcionada por:

- Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal
- Instituto Salvadoreño de Turismo
- Secretaria de Cultura
- La información que posee es en los siguientes ámbitos:
 - Becas para federaciones deportivas,
 - Bibliotecas
 - Comunidades Indígenas
 - Coros y Orquestas
 - Cultura Tradicional
 - Espacios Culturales
 - Eventos Culturales
 - Festividades
 - Parques Recreativos
 - Tarifario Cultural
 - Transferencias a Federaciones deportivas

Este apartado cuenta con desventajas que pueden atribuirse al poco conocimiento del mismo ya que algunos consultan este sitio solo para conocer del precio de la gasolina, que esta información se encuentra en otro icono y no se percatan de la otra información que poseen los otros iconos, lo que no genera un crecimiento

turístico en visitas al sitio, debido a que no se percatan de la información del apartado de deporte y cultura.

Se debe considerar la clase de mercado a la que va dirigido este sitio, esto se debe a que no se han concentrado los componentes de: Municipalidad y gobierno para trabajar en pro del Turismo Salvadoreño, para dar un enfoque total y ser dirigido a toda la población turística y educativa local y Extranjera, lo ideal sería aprovechar todos los atractivos turísticos con los que esta cuenta y así poder lograr mayores expectativas tanto para turistas nacionales como internacionales.

Por lo que la promoción turística de El Salvador necesita estar siempre adaptada y adecuada a los constantes cambios y avances tecnológicos para que las diversas ventajas existentes en los recursos de la tecnología puedan ser aprovechadas en su totalidad.

Se sabe que las personas hoy en día consultan diariamente y que pasan un tiempo mayor conectados online. Lo que refleja la tendencia de que cada vez más usuarios y empresas utilizan internet para obtener información o consultar sobre productos y servicios turísticos en diversos países, este puede brindar información importante de contactos para los alumnos de turismo de las diferentes entidades educativas a cerca de nuestro país en sus diferentes temáticas.

Por lo que se debe de percatar de la necesidad de realizar acciones promocionales para una comunicación a nivel nacional e internacional para mejorar el flujo turístico de la información turística

1.2 Justificación

Esta investigación se realizó con el propósito de dar a conocer el beneficio que trae realizar una promoción turística para el portal de Infoútil, en lo referente a la vital información que esta posee y que debe ser conocida por cualquier persona que pueda utilizar una computadora.

Los beneficiados en primera instancia serían los administradores del portal debido al incremento del ranking de visitas a los diferentes sitios, lo que tratamos de lograr es incentivar y animar a las personas a que entren al portal a conocer el producto turístico que en este caso sería la información turística. En donde esto involucre espacios de interacción con los visitantes. Para lograr este desarrollo se debe considerar en la práctica los factores importantes como lo son: Publicidad y las Relaciones Publicas. Que harán de una promoción eficaz que produzca buenos resultados, obteniendo así una identidad propia que manifieste los valores de cada evento de ciudad, proyectar sus recursos y cualidades para lograr así un desarrollo en el turismo ideal y competente internacionalmente.

Al finalizar esta investigación y poniendo en marcha la información recolectada se recomendar que tipo de estrategia de promoción turística deberá utilizar el sitio para

explotarlo en forma positiva y desarrollarlo al máximo logrando afluencia de turistas y educandos

1.3 Objetivo General

- Evaluar la Falta de Promoción al acceso a la información del Portal InfoÚtil

1.4 Objetivos Específicos

- Identificar los Departamentos Encargados de Facilitar la Información y Actualización del Portal InfoÚtil.
- Identificar las Áreas Responsables de cada una de las temáticas a ser Publicas
- Identificar las Causas por las que no se promociona el Portal InfoÚtil
- Identificar las causas de la creación del portal InfoÚtil
- Sugerir Estrategias de Promoción para el Portal InfoÚtil

1.5 Limitaciones

En el desarrollo de la investigación no se presentaron limitaciones únicamente el tiempo de las unidades de análisis al realizar las entrevistas.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Promoción turística

En términos generales, para que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno) adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien, servicio, idea, lugar, persona o combinaciones de éstas), necesita antes:

- 1) saber de su existencia,
- 2) sentirse persuadido para comprar ese producto y
- 3) recordar que existe. Por tanto, si queremos lograr que los potenciales clientes compren un producto X (que obviamente tiene que ser de buena calidad, satisfacer necesidades o deseos, tener un precio que los clientes están dispuestos a pagar y estar disponible en el lugar y tiempo precisos), es indispensable realizar una serie de actividades que comuniquen adecuadamente a esos potenciales clientes la existencia de ese producto, lo persuadan para que lo compre y lo luego le recuerden que existe. Y todo esto, es parte de una herramienta de marketing: La PROMOCIÓN.

¿Qué es Promoción turística?

Veamos lo que dicen algunos expertos en temas de marketing:

Para Kerin, Hartley y Rudelius, “la promoción representa el cuarto elemento en la mezcla de marketing. El elemento promocional consta de herramientas de comunicación, entre ellas, la publicidad, las ventas personales la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. La combinación de una o más de éstas herramientas de comunicación recibe el nombre de mezcla promocional”.

Ahora, cabe mencionar que expertos como Kotler y Keller no utilizan el término promoción para referirse a ésta herramienta o elemento de la mezcla de marketing, sino que la denominan “Comunicaciones de Marketing” y la definen como “el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores”.

Para ambos expertos, la mezcla de comunicaciones de marketing “está integrada por seis tipos de comunicaciones principales: Publicidad, Promoción de ventas, Eventos y experiencias, Relaciones públicas y publicidad, Marketing directo y Venta Personal”.

La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

Esta información se encuentra en el siguiente link:
<http://www.marketingintensivo.com>

2.1.1 Importancia de la promoción

En la actualidad, para la mayoría de las compañías resulta esencial hacer algún tipo de promoción, con el fin de crear conciencia en el consumidor sobre su producto y las características del mismo. Muchos factores han aumentado la importancia de la promoción aunque se pueden resaltar seis aspectos claves:

- Primer Factor: Los consumidores se enfrentan hoy en día con tal demanda de productos similares, que suelen optar por uno que no sea el óptimo, eligiendo una marca satisfactoria en particular y comprándola repetidamente para ahorrarse el esfuerzo de comprarse otro producto. Así, el mercado objetivo incluye con frecuencia, personas que han establecido lealtad con el producto. El fabricante

debe promover su producto, para persuadir a cambiar sus hábitos de compra, a las personas que son leales al producto de la competencia.

- Una segunda razón para la creciente importancia de la promoción es el aumento de la distancia emocional y física entre productores y consumidores. Una vez que se involucran los intermediarios de marketing, para un productor no es suficiente comunicarse únicamente con los consumidores finales o con los usuarios industriales. Los intermediarios del marketing también deben recibir información acerca de los productos; los vendedores mayoristas también deben ser promotores entre los minoristas y estos a su vez, entre los consumidores. De esa manera el propósito básico de la Promoción es facilitar el movimiento de productos y de información relacionada con el producto, a través de la red de marketing. (Castillo, 2012)

- Un tercer factor, es la intensa competencia que existe dentro de las industrias y entre ellas aumentando la presión en los programas promocionales de vendedores individuales. La mayor parte de las universidades y colegios de secundaria, por ejemplo, deben tratar directamente con entidades de su nivel al igual que otras organizaciones que ofrecen alternativas educativas o vocacionales a las personas.

- Cuarto, los consumidores van más allá de satisfacer sus necesidades físicas, básicas y se encaminan hacia la satisfacción de sus deseos. Cuando distribuyen sus limitados recursos a la compra de deseos antes que a la satisfacción de necesidades, se vuelven más selectivos en sus decisiones. Un buen programa promocional ayuda a los consumidores a tomar estas decisiones en una mejor forma.
- Quinto, por lo general, el esfuerzo promocional constituye la mayor parte de la inversión total de marketing. Los gerentes deben estar seguros de que el alto nivel de inversión produzca los resultados deseados.
- Por último, durante las épocas de recesión (Declinación de la actividad económica que usualmente se mide a través de la disminución del producto territorial bruto PTB) económica, la planeación del producto, los canales de distribución y la estructura de precios cambian poco. La promoción se necesita para mantener los niveles de venta y utilidades necesarios para la supervivencia de la firma. Rediseñar mensajes, hacer publicidad en una forma diferente y más brillante y mejorar las ofertas de la promoción de ventas son algunas de las formas para estimular la demanda del comprador. (Castillo, 2012)

La información se encuentra en el link:

<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7172/3/684.104-M753d-Capitulo%20II.pdf>

2.1.2 Mezcla de la promoción

En la actualidad, las empresas turísticas se enfrentan a la dura decisión de cómo distribuir su presupuesto de promoción entre las herramientas promocionales más importantes: publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas. Deben mezclar muy bien estas herramientas de tal forma que con ello contribuya al logro de los objetivos de la promoción.

Las empresas turísticas están investigando continuamente nuevas formas para mejorar sus promociones, cambiando una herramienta promocional por otra que creen podrá tener el mismo efecto a un coste más bajo.

A continuación analizaremos cada una de ellas, considerando sus características únicas que debemos tomar en cuenta para seleccionarlas correctamente.

Publicidad

Dadas las múltiples formas y usos de la publicidad, generalizar acerca de sus características únicas como parte de la mezcla promocional resulta difícil; sin embargo, se pueden relacionar algunas. La naturaleza intrínseca de la publicidad sugiere que el producto anunciado cumple con los estándares y es legítimo. Puesto

que mucha gente ve los anuncios de los destinos turísticos, los compradores saben que adquirir el servicio se aceptara y entenderá públicamente.

La publicidad también permite anunciarte del servicio turístico repartir un mensaje muchas veces. Está a gran escala dice algo positivo sobre la importancia del anunciante del servicio turístico, su popularidad y su éxito.

La publicidad también puede usarse para crear una imagen del producto turístico a lo largo plazo y estimular las ventas inmediatas, esta puede alcanzar grandes cantidades de gente que se encuentra geográficamente por relativo bajo coste por anuncio. Pero la publicidad también tiene carencias; aunque alcanza a gran cantidad de personas con mucha rapidez, es impersonal y no resulta tan persuasiva como un vendedor.

La comunicación con la audiencia en la publicidad es unidireccional, ya que esta no tiene por qué prestar atención o responder. Además, la publicidad puede resultar muy cara, aunque existen formas más económicas como la publicidad en radio o periódicos. Sin embargo, hay otras, como la publicidad en televisión que requiere un presupuesto muy alto.

Uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan los especialistas en mercadotecnia turística es la creación de un inmediato reconocimiento de su marca para asegurar que se incluye dentro de las opciones consideradas por los turistas.

El conjunto de preferencias, junto al impacto relativo de la publicidad y el destino turístico inmediatamente anterior, fueron investigadas en un estudio realizado con turistas frecuentes a un destino turístico. Se descubrió que las cadenas de hoteles cuyo nombre llevaba mucho tiempo en la mente del turista, a menudo triunfaban en consideración a las otras.

Venta personal

Esta constituye la herramienta más efectiva en determinadas fases del proceso de compra, especialmente en lo que se refiere a la formación de preferencias de compras. Conlleva interacción personal entre dos o más personas, permitiendo que cada uno conserve las necesidades y características del otro y reaccione rápidamente. También permite que surjan todo tipo de relaciones, desde la profesional, comercial y hasta una buena amistad entre vendedor y comprador.

Apoyado en alguna técnica de venta el vendedor logra que el comprador escuche y responda reflejándose en la venta de una habitación de un hotel, un boleto de avión o a la renta de un automóvil.

Promoción de ventas

La promoción de ventas cuenta con un enorme surtido de instrumentos de apoyo, como lo son: concursos, vales de descuento, 2x1, bonificaciones entre otros. Captan la atención del consumidor y ofrecen la información necesaria para hacer que este adquiera el servicio. Se ofrecen también grandes incentivos de compra al contar con

el elemento económico que aporta un valor adicional a los consumidores y que incitan y premian la respuesta rápida.

Si el mensaje de la publicidad es “Vuelve con nosotros” el de la promoción de venta es “vuelve ahora”.

La empresa turística usa esta herramienta para conseguir una respuesta más rápida de los consumidores. Puede utilizarse tanto para aumentar considerablemente la oferta de un producto como para recuperar ventas que han caído. Sin embargo, hay que mencionar que sus efectos son de corta dirección y no funcionan para construir una preferencia de marca.

Relaciones Públicas

Ofrecen varias ventajas. Una de ellas es la credibilidad. Sucesos que son noticias, espectáculos y acontecimientos que parecen más reales y creíbles para los lectores que los anuncios publicitarios.

El manejo de unas buenas relaciones públicas puede alcanzar muchos más clientes potenciales que los que los vendedores o la propia publicidad. El mensaje llega a los compradores en forma de noticia y no como un mensaje planeado para la venta. Las relaciones públicas pueden mejorar considerablemente la imagen de un destino turístico.

2.1.3 Herramientas de la promoción en las redes sociales

Hoy en día la promoción en las redes sociales está cosechando mucho éxito entre las empresas del sector turismo. Tanto es así que las inversiones de las mismas en dichos medios están dando sus frutos para las empresas de este sector, las cuales buscan aumentar y captar la conciencia del consumidor de este sector.

Las herramientas que las redes sociales ponen a disposición del marketing digital (promoción), pueden ser bien aprovechadas por las empresas turísticas, sacándole al máximo partido a cada fase del ciclo de vida de su consumidor, puesto que este a raíz del uso de los medios sociales descubre, investiga, toma decisiones y establece relaciones a más largo plazo, o sea, que los seguidores de estas herramientas son los mejores embajadores de la marca institucional. Una buena parte de la estrategia de marketing de un negocio se centra en la promoción en redes sociales. Publicar contenido de calidad y de interés es una de las tareas más importantes a desarrollar en una estrategia promocional, ajustar nuestra estrategia cuando sea necesario y en función de las tendencias, los resultados obtenidos y nuestro público.

Una de las mejores formas de aprovechar los medios y redes sociales está en el máximo aprovechamiento de todas sus posibilidades y beneficios. No basta con tener una presencia no activa o publicar cada tres meses, es necesario que la presencia de las empresas del sector turístico en las redes sociales sea innovadora y activa.

Pero actualmente para muchas de estas empresas no sólo es necesario promocionar y publicar un buen contenido que llame la atención, sino que las redes sociales también abren nuevas posibilidades en cuanto al aprovechamiento de los horarios en los que los usuarios se encuentran en las redes sociales. Es a raíz de este criterio en el cual las personas o usuarios de la WEB pasan un gran número de tiempo, investigando, buscando e interactuando que se ha hecho necesario implementar un nuevo tipo de Marketing; el Marketing Digital por medio del cual las empresas aprovechan esta gran coyuntura vanguardista para promover, comunicar, persuadir, interactuar y dar apoyo directo a los consumidores del sector turístico en lo que respecta a sus productos y servicios.

Facebook

Con el auge de los medios y redes sociales, las empresas han encontrado una nueva forma de promocionar, compartir y promover sus ofertas, productos y servicios. Tal es el caso de Facebook que como red social ha tenido un gran auge a raíz de su sencilla plataforma. Facebook se ha convertido en una de las herramientas sociales de su género más visitadas por personas a nivel mundial; también ha creado las condiciones para que las empresas puedan a través del marketing digital promocionar e interactuar con sus clientes, aumentando día a día su presencia en la misma.

Las siguientes razones son motivadoras para que las empresas puedan tener presencia directa en Facebook.

1. Entorno Social: En la actualidad las redes sociales son los espacios virtuales más visitados en Internet, muchos sitios web están dando cada vez más importancia al entorno social ya que en este medio los usuarios son los que crean el contenido, evalúan, participan y colaboran en la gestión de la información lo cual hace que sea más útil y relevante.
2. Usuarios: Con un gran número de millones de usuarios Facebook es la red social más utilizada a nivel mundial, lo más interesante y destacado es que los usuarios de esta herramienta están siempre activos utilizando esta red social como parte de sus actividades diarias.
3. Estilo de Vida: Actualmente esta plataforma tecnológica ha pasado a ser parte del estilo de vida de muchas personas debido a sus diferentes herramientas promocionales como publicación de fotos, videos, comentarios, preguntas, chat, video llamadas, etc. lo cual hace que esta red social sea parte del día a día de muchos consumidores.
4. Posicionamiento en buscadores: Al ser Facebook una página con mucha relevancia y gran diversificación, las empresas del sector turístico tienen la oportunidad de posicionarse de forma efectiva y activa, ya que la

información publicada en dicha página de seguidores es indexada inmediatamente por diferentes motores de búsqueda.

5. Fuente de comunicación directa: La plataforma virtual de Facebook permite establecer a las empresas mantener una comunicación directamente con sus prospectos o clientes, esto beneficia en gran manera ya que los mismos no tienen que visitar de manera personal, simplemente basta con que escriban en el muro de la página empresarial de seguidores y estarán en contacto directo con la empresa correspondiente, también le permite a las empresas del sector se puede obtener la retroalimentación de seguidores y clientes.
6. Herramientas: Facebook posee un gran cantidad de herramientas tanto gratuitas (en su mayoría) como pagadas (profesionales) entre las más utilizadas están las paginas de seguidores para negocios y empresas, los plugins sociales, las funciones de preguntas, videos, aplicaciones, chat grupales, video llamadas, historias patrocinadas, anuncios, etc. todas estas herramientas ayudan a las empresas del sector a comunicarse mejor y promover las ofertas y los servicios de forma efectiva.
7. Segmentación: La publicidad en Facebook tiene la gran ventaja (en comparación a otros medios de publicidad) de poder ser dirigida al público objetivo de forma segmentada tomando en cuenta diferentes criterios de segmentación como el rango de edades, intereses, nivel de educación, sexo,

zona geográfica, etc. lo cual hace que las promociones turísticas puedan ser más relevantes y por consiguiente más atractiva.

Twitter

Twitter es una aplicación web gratuita de microblogging (servicio que permite a los usuarios enviar y publicar mensajes breves) que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea. Esta nueva forma de comunicación, permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de mensajes breves de texto. También ofrece diversas aplicaciones que permiten la búsqueda de noticias o eventos ofreciendo así una excelente plataforma empresarial. El poder de las redes sociales ha repercutido de manera vertiginosa y lo cierto es que estas han sabido evolucionar tanto que al día de hoy contar con presencia en alguna de ellas es casi imprescindible para una empresa o negocio dentro de su plan de marketing.

Twitter ofrece a las empresas unas series de ventajas que se pueden obtener con el simple gesto de tener una presencia activa en ellas:

1. Es una excelente herramienta de marketing digital, comunicación y presencia online gratuita.
2. Permite conectar con otras empresas, profesionales y clientes. Hacer una buena red de contactos, establecer buenas relaciones.

3. Sirve para promover eventos, ofertas y todo tipo de servicio.
4. Contempla una excelente plataforma creando el espacio idóneo en donde los clientes muestren sus quejas, inquietudes, necesidades y demás cuestiones, sabiendo así cómo actuar en base a esta información tan valiosa.
5. Fuente por excelencia de comunicación con clientes, profesionales, empresas así como empleados. Es una buena herramienta de comunicación tanto interna como externa de la empresa.
6. Es una buena herramienta para estar al tanto de noticias, novedades y demás información sobre un sector empresarial determinado.
7. Es un gran desafío para las empresas. Ya que no vale con actualizar de vez en cuando, esta motiva constantemente a la innovación, fomenta la creatividad para seguir llegando a los demás de una manera eficaz.

YouTube

YouTube es el lugar por excelencia utilizado por las empresas para subir sus videos promocionales online. Dicha plataforma presenta material de todo tipo y para todos los gustos y necesidades, es por eso que su trascendencia ya supera el ámbito del entretenimiento y pasa a ser considerada como uno de los servicios gratuitos online en donde en sector público como privado pueden promocionar sus proyectos turísticos, usando YouTube como estrategia de marketing.

El uso del video marketing está creciendo exponencialmente, su excelente combinación con los medios sociales está creando muchas y variadas oportunidades en lo que respecta a innovación y promoción de sus ofertas y servicios. Cada día los usuarios demuestran un creciente interés por el consumo de este tipo de contenido dinámico y divertido, sobre todos los jóvenes y aquellas empresas que en su estrategia de marketing se afanan en diseñar estrategias que motiven el interés de sus consumidores. YouTube no es un canal nuevo, ni un fenómeno actual, lo que sí ha cambiado de manera radical son las preferencias de un consumidor cada vez más exigente y preparado; el impacto de esta herramienta tecnológica comienza a ser una realidad presente y futura en las estrategias de marketing de las empresas.

Las redes sociales presentan una posible hacia la “simplicidad absoluta”, los nuevos perfiles de Facebook (Timelines), Twitter, YouTube, etc., representan un claro producto más sencillo y más rápido. Paralelo a esto las empresas del sector turístico. El triunfo de las redes sociales puede deberse a que es una herramienta que conjuga todos los elementos que componen la naturaleza de Internet y que acentúan su singularidad en el sistema comunicativo.

2.1.4 Estrategias Promocionales

Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación.

Tanto a nivel personal como organizacional, son cinco sus elementos fundamentales: objetivos o metas, plan de acción o acciones, responsables o líderes de las acciones, recursos involucrados, plazos de ejecución y podríamos agregar plan contingente. Los tres últimos elementos podrán formar parte del plan de cada una de las acciones que se lleven a cabo para cumplir con las metas.

2.1.5 Elementos de una estrategia

Los objetivos deben ser medibles y alcanzables. El primero para saber en todo momento donde me encuentro con relación a mi propósito y el segundo para evitar el derroche de los escasos recursos en algo que no se logrará. Responde a la pregunta ¿qué quiere la organización? o ¿qué quiero lograr? ¿Para qué lo quiero?, los planes de acción o las acciones se han de traducir en los pasos que se deberán de realizar a fin de cumplir nuestro cometido.

Estos deberán ser realizados con total apego a los recursos disponibles en plazos claramente definidos y comandados por un responsable de proyecto. Ahora bien, la estrategia de una organización estará vinculada a la ejecución no de una, sino de numerosas acciones. El número de proyectos en una empresa dependerá del tamaño y de su vinculación con los cambios internos y externos. Para facilitar la gestión de todos estos proyectos, muchas veces se desarrolla una gestión de portafolio de proyectos.

La dirección de la empresa dedica muchas horas y esfuerzo a establecer la estrategia y definir las acciones que se deben realizar para alcanzar sus objetivos, originándose así los proyectos. Sin embargo, lo más importante para la organización para el cumplimiento de la estrategia no es la generación de proyectos, sino la ejecución controlada para lograr de cada uno de ellos el beneficio esperado. Es aquí donde cobra capital importancia la administración de proyectos, para saber dónde nos encontramos con cada uno de ellos, no sólo en términos de los recursos económicos y tiempo invertidos en comparación con el plan, sino del logro de beneficios con cada uno de ellos para apoyar las metas estratégicas.

Esta información se encuentra en: <http://www.avanzaproyectos.com>

2.1.6 Estrategias promocionales en Facebook y Twitter



Las estrategias en redes sociales son el corazón de un plan de marketing y dependiendo de cada empresa y de cada caso en particular se pueden generar una variedad de ellas, pero aplicarlas y llegar a tener éxito es otro tema.

Según estas estrategias se deben definir métricas más complejas, no solo medir simplemente en el número de fans, comentarios y “ojo estos datos también son importantes y deben ser medidos”, pero la idea de estas estrategias es ir un poco más

allá y definir métricas reales como leads generados, conversión a clientes e ingresos producidos.

Estrategias promocionales Facebook

Esta red social es un canal de captación de público joven, el cual resulta barato y fácil de utilizar. Además de ser una red social con un público muy activo, Facebook permite aumentar la visibilidad de tu marca, motivar y enganchar a tus usuarios, y que los clientes se sientan parte de la marca. Una estrategia promocional a largo plazo logrará ser referencia entre tus clientes.

Estrategias promocionales Twitter

Los usuarios en Twitter son muy selectivos con las marcas, pero a pesar de eso son un público de calidad, que marca tendencia. En esta red social los usuarios no buscan promociones, sino algo innovador y fuera de lo ordinario que haga la diferencia entre el resto de marcas, lo más descartable de esta red social es que es inmediata y que la recomendación o RT es muy valiosa.

2.2 Historia de Gobierno Abierto.

Es un portal creado y administrado por la Subsecretaría de Transparencia y Anticorrupción con el objetivo de promover la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana. Inaugurado en mayo de 2012 como Gobierno Transparente, luego adquirió el nombre de Gobierno Abierto (desde el 4 de diciembre de 2012) y evolucionó de tal forma que ahora integra información

oficiosa, solicitudes de información, quejas, avisos en línea, InfoÚtil, Rankig de publicación de información oficiosa en la web, Transparencia Activa, cursos en línea y resultados del plan de acción de la alianza para el Gobierno Abierto. Contiene además documentos e informes producidos por la Subsecretaria, informes de rendición de cuentas de las instituciones del ejecutivo y un directorio de oficiales de información para facilitar su contacto con el público.

Sus ejes principales son:

- **Transparencia:** fomenta y promueve la rendición de cuentas de la administración ante la ciudadanía y proporciona información sobre los planes de acción del Gobierno y lo que está realizando.
- **Colaboración:** implica y compromete a los ciudadanos y además agentes en el propio trabajo de la administración pública, promoviendo la cooperación no solo con la ciudadanía, sino también con las empresas, las asociaciones y demás agentes facilitando el trabajo conjunto.
- **Participación:** impulsa acciones y orienta actuaciones que aumentan el protagonismo e implicación de los ciudadanos en asuntos públicos y compromete con mayor intensidad a las fuerzas políticas con sus conciudadanos.

Una de las secciones de Gobierno Abierto es la publicación de información oficial en la web pero tiene más secciones que no están relacionadas con el acceso a la información, por Ejemplo:

- ✓ Tiene la sección de Rendición de Cuentas (donde se encuentran los manuales de rendición de cuentas de todas las instituciones del órgano ejecutivo, autónomas, etc.
- ✓ Las evaluaciones de Rendición de cuentas que se hacen entra el portal de InfoÚtil, donde encontramos información socialmente Útil, la ampliación y, profundización de la democracia en el país, así como el fortalecimiento institucional.

La participación de El Salvador en la Alianza por el Gobierno Abierto (OGP), refleja el compromiso del país que busca enriquecer y fortalecer la gestión del gobierno y de la administración pública en su apuesta por una democracia más robusta y un desarrollo equitativo e incluyente, que permitan a la ciudadanía jugar un papel sustantivo en las decisiones que marcan el rumbo del país.

El presente Plan de Acción para un Gobierno Abierto se inscribe en el marco de la Política Anticorrupción y Transparencia (PAT) del Gobierno salvadoreño, que actualmente se encuentra en consultas y que a su vez se inscribe en los lineamientos y compromisos asumidos por la gestión del Presidente Mauricio Funes en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2010-2014 (PQD) (Plan Quinquenal de Desarrollo).

Es importante destacar que los lineamientos relacionados con anticorrupción y transparencia, fueron incorporados a dicho plan a partir de una amplia consulta ciudadana en las que participaron diversas entidades del Órgano Ejecutivo, organizaciones de la sociedad civil, gremiales de medios de comunicación, gremiales empresariales e instituciones académicas. De manera particular, que pretende contribuir a concretar el reto de “Constituir un sector público responsable, eficiente, eficaz, moderno, desconcentrado y descentralizado que brinde a la población servicios de calidad, que disponga de los recursos suficientes para cumplir de forma adecuada con las atribuciones que le asigna la Constitución de la República y que cuente con un sistema de rendición de cuentas diligente y transparente” Este reto se asume teniendo en cuenta que la medición de la transparencia y la corrupción en El Salvador ha mostrado en los últimos años un desempeño deficiente en aspectos centrales como el acceso a la información, la rendición de cuentas y la lucha contra la corrupción, así como también en relación a la transparencia en la gestión pública, particularmente en relación al uso de los recursos y la efectividad del quehacer gubernamental.

Desde la visión planteada en el PQD (Plan Quinquenal de Desarrollo) el fomento de la transparencia y la lucha contra la corrupción son imperativos para el desarrollo nacional y están orientados a fortalecer la confianza de la ciudadanía en el Estado, a garantizar la gobernabilidad democrática, a robustecer las normas de profesionalidad en el servicio público, a incrementar la eficiencia y eficacia del Estado, a crear un

mejor entorno para el desarrollo de los mercados y a mejorar las finanzas públicas.

Movido por esta convicción,

El Gobierno de El Salvador se compromete a través del Plan de Acción para un Gobierno Abierto a adoptar medidas que permitan que el país siga avanzando en la transparencia y, de esta manera, fortalecer las prácticas existentes para prevenir y combatir la corrupción, garantizar el acceso a la información, administrar los fondos públicos, promover la integridad en los sectores público y privado, promover la participación ciudadana, y prestar servicios públicos.

Objetivos generales del Gobierno salvadoreño

Pretende alcanzar a través de su Plan de Acción para un Gobierno Abierto y la participación en la Alianza para el Gobierno Abierto (OGP). Open Government Partnership

Los 2 objetivos perseguidos

Se lograrán mediante iniciativas de mejora de las nuevas medidas actualmente en curso y en desarrollo, así como por la participación de actores públicos y privados en el ámbito nacional en los diferentes componentes del plan de acción, a través de la aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación y por los esfuerzos para estimular la participación ciudadana en la consolidación de una sociedad más justa, libre y más igualitaria.

Antecedentes El Salvador, en el Gobierno Abierto

Al igual que América Latina, evidencia niveles de corrupción mayores que Europa y menores que África. En la tabla de Barómetro Global de la corrupción 2009, elaborada por Transparencia Internacional en 2010, el país tiene una puntuación promedio de 3.6 en una escala de 1 (“para nada corrupto”) y 5 (“extremadamente corrupto”), en una investigación que buscaba identificar la percepción ciudadana de la corrupción en instituciones del Estado, partidos políticos, sector privado y medios de comunicación. En el ámbito centroamericano

Esta anticultura se ha acentuado socialmente Comparando la evolución de la percepción de corrupción a nivel nacional que nos ofrecen los documentos de “Cultura política de la democracia en El Salvador”: 2002, 2004, 2006, 2008 y 2010, y su relación con el tema e instrumentos de transparencia, se identifica que los instrumentos y mecanismos de rendición de cuentas han evolucionado poco y no han sido apropiados por la ciudadanía con eficiencia durante estos años. Se constata que los instrumentos existentes no son suficientes y tampoco son efectivos para que la ciudadanía acceda a la información de manera abierta,

El actual gobierno asumió en 2009 la conducción del Ejecutivo, la ciudadanía solo contaba con la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP) Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración y la Ley de Ética Gubernamental (LEG), como mecanismos legales para exigir transparencia Se

ha venido desarrollando una serie de nuevos procedimientos y herramientas anticorrupción y transparencia implementados por el Gobierno del Presidente Mauricio Funes en el período 2009 a 2011 “el derecho de acceso a la información emerge como clave para que todo el sistema de anticorrupción funcione efectivamente”

“Cultura política de la democracia en El Salvador”-, la ciudadanía no solo deberá contar con las herramientas e instrumentos jurídicos y sociales que le permitan fiscalizar el ejercicio del sector público y privado, sino que también deberá estar consciente y empoderada de sus derechos. III. Compromisos

El Salvador se compromete en el período de Mayo de 2012 a Mayo de 2014 a adoptar las medidas necesarias para alcanzar las metas descritas a continuación en el marco de la Alianza por el Gobierno Abierto.

1. Aumentar la disponibilidad de información sobre las actividades gubernamentales - Apertura de Oficinas de Información y Respuesta en todas las instituciones del Órgano Ejecutivo. Implementación: hasta diciembre de 2012 - Apertura de 14 Oficinas de Información y Respuesta en 14 Gobernaciones, otras en oficinas regionales y departamentales de otras carteras de Estado. Implementación: hasta diciembre de 2012 –
2. Implementación: hasta diciembre de 2012 5 - Monitoreo ciudadano a los servicios públicos y mejora de los principales servicios en 60 días.

3. Implementación: hasta diciembre de 2013 2. Apoyar la participación ciudadana y las rendiciones de cuentas - Mejorada cada año la calidad de los ejercicios de rendición de cuentas de forma que se convierta en una cultura institucional y en un compromiso irreversible de los siguientes Gobiernos.
4. Implementación: hasta mayo de 2014 4. Apoyar el uso de las nuevas tecnologías para la transparencia y acceso a la información - Apertura del portal Transparencia Fiscal con información sobre ingreso y evolución de gasto.
5. Implementación: hasta diciembre de 2012 6 - Publicar un Ranking (con información sobre las comisiones, requisitos, intereses) para apoyar decisión razonada de la población.

El 27 de noviembre de 2013 se realizó el relanzamiento de Gobierno Abierto, portal que permite al usuario solicitar información en línea a cualquiera de las instituciones agrupadas en el Directorio de Oficinas de Información Pública. En este espacio, se encuentran los datos de los oficiales de información de todo el Órgano Ejecutivo y de las alcaldías, lo que permite llevar en tiempo real el conteo de datos disponible por cada institución, y generar búsquedas específicas sobre servicios, funcionarios, presupuestos y planes, entre otros.

Por medio de Gobierno Abierto, hasta la fecha, se han gestionado más de 560 solicitudes virtuales, y se han recibido alrededor de 78 quejas, avisos o denuncias

ciudadanas, las cuales han sido remitidos automáticamente a las instituciones correspondientes.

Dentro de la información disponible en este sitio se encuentra el contacto directo con oficial de información, integración con redes sociales y sitio web, enlaces a sitios de interés como InfoÚtil, Consulta ciudadana y Transparencia Activa; así como solicitud de información en línea, y la información oficiosa de todas las instituciones en un solo lugar. Esto está en: <http://www.proesa.gob.sv>

2.3 Historia del portal InfoÚtil.

Desde diciembre del 2012, la Subsecretaria de Transparencia y Anticorrupción (SSTA), puso a disposición de todas las instituciones y del público un explorador Web llamado “InfoÚtil” (<http://infoutil.gobiernoabierto.gob.sv>) , creado en el sitio Web de Gobierno Abierto como parte de una iniciativa que busca publicar información específica, útil y de calidad en un formato sencillo, comprensible y de fácil acceso. En él se consolidan bases de datos de las áreas de salud, economía, finanzas, directorios, cultura y deportes.

InfoÚtil promueve la participación ciudadana e incentiva la denuncia de incumplimiento a las normativas institucionales, con el objeto de facilitar la toma de decisiones de la ciudadanía respecto a la elección de bienes, productos y servicios, así como la formulación y expresión de opiniones fundamentales sobre temas de su

interés en la administración pública, para contribuir a la reducción de la corrupción y favorecer la sana competencia de entidades públicas y privadas.

En el marco de la aprobación de la LAIP, (Ley de acceso a la Información Pública), surge la necesidad de ofrecer de manera proactiva información pública de interés ciudadano,

Resultados Esperados:

- Mejora de la imagen y la confianza de la ciudadanía en las entidades del Órgano Ejecutivo.
- Mejora de la comprensión de la Información generada por **IP**.
- Mejora en calidad de servicios e información que se da de estos.
- Aumento de equidad y justicia con que se brindan los servicios.
- Reducción de asimetrías de información en el mercado

Criterios de clasificación

- Su uso mejora la calidad de vida.
- Incide positivamente en toma de decisiones.
- Sirve para emitir opinión sobre la gestión de la AP.
- Ayuda a modificar la conducta y prevenir riesgos.
- Orienta decisiones de org. privadas para fines públicos.

- Contribuye a que se elaboren planes de emergencia, mapas de riesgo o inversión.
- Incentiva competencia sana.
- Reduce la corrupción.
- La información será útil en la medida en que los usuarios la comprendan y la utilicen.

Cómo lo hacemos:

1. Identificamos las instituciones que las generan o pueden generar las bases de datos.
2. Identificamos los temas de interés.
3. Gestionamos la información y explicamos el procedimiento.
4. La subimos al portal.
5. Generamos un usuario a la persona que la estará actualizando dentro de la institución generadora.
6. Publicamos en Transparencia Activa los temas nuevos.

Tecnología Utilizada:

7. Lenguaje de Programación -> RUBY
8. Framework -> RAILS
9. Bases de datos -> MySQL
10. Servidor -> Linux Ubuntu 12.04 server
11. <https://github.com/gobierno-abierto/gobierno-abierto>



Instituciones y Temas:

			
Salud	Economía y finanzas	Educación	Cultura y deportes
■Ministerio de Trabajo y Previsión Social		■Dirección Nacional de Medicamentos	
■Ministerio de Educación		■Defensoría del consumidor	
■Ministerio de Salud		■Superintendencia del Sistema Financiero	
■Ministerio de Gobernación		■Instituto de Garantía de Depósitos	
■Consejo Superior de Salud Pública		■Policía Nacional Civil	
■Dirección Nacional de Protección Civil		■INSAFOCOOP	
■Instituto Salvadoreño del Seguro Social		■INDES	

Lo más consultado:

- Matrículas y cuotas de colegios.
 - Profesionales de la salud autorizados.
 - Establecimientos de salud autorizados.
 - Universidades y sus carreras autorizadas.
 - Organizaciones civiles registradas.
-
- 1.444.664 páginas vistas desde su apertura el 6 de diciembre de 2012 -> 84,980 al mes. Esto se encuentra en el link:
<http://infoutil.gobiernoabierto.gob.sv/>.

2.3.1 Propósito de portal InfoÚtil

Propósitos de la generación de Información Socialmente Útil.

- Acceso a información pública (IP) como derecho, y participación como obligación.
- Eficacia, calidad y equidad del otorgamiento de IP mediante nuevas prácticas de transparencia.
- Concientizar sobre la importancia del uso de IP.
- Facilitar la toma de decisiones y mejorar la calidad de vida.
- Opiniones mejor fundamentadas y participación de calidad.
- Promover competencia sana entre entidades gubernamentales y entre establecimientos privados.
- Surge con el propósito de generar y publicar información específica, útil y de calidad en un formato sencillo, comprensible y de fácil acceso para que la ciudadanía la utilice, a través de un buscador Web, el cual se alimenta de bases de datos con información generada en las instituciones públicas.

2.3.2 Descripción del portal



Aquí podrá encontrar información sobre educación, salud, economía y finanzas, entre otros temas, que se irán publicando de manera progresiva, utilizando bases de datos que podrán ser exploradas por la ciudadanía mediante buscadores sencillos y prácticos. En cuanto al Turismo en el portal posee mucha información de los departamentos y municipios de nuestro país que puede ser muy útil para los niños, jóvenes, los turistas que vienen a nuestro país El Salvador hacer alguna investigación ya que es una información importante saber sobre diferentes temas.

Dentro del portal usted encontrara 5 iconos desplegable en los que podrá ver información diferente de acuerdo al interés que usted tenga.

En el primer icono encontrara información sobre Salud si usted tiene que ir al hospital, a la clínica, óptica o a algún laboratorio aquí puede consultar el listado de 58 hospitales privados, 954 laboratorios clínicos, 113 clínicas dentales y 410 clínicas médicas debidamente acreditadas, autorizadas y que cumplen con los estándares del Consejo Superior de Salud Pública (CSSP) de El Salvador, encontrara la ubicación de diferentes farmacias, los precios de medicamentos, los nombre y contactos de profesionales de salud, como los siguientes:

- Establecimientos de salud
- Farmacias
- Precios de medicamentos
- Profesionales de la salud
- Proveedores de alimentos con permisos sanitarios

También pueden consultar aquí el listado de los 910 colegios privados legalmente acreditados por el MINED, por nivel educativo, con sus respectivas cuotas de matrícula y colegiatura autorizadas. Y finalmente encontrara un listado de los profesores con escalafón que reporta el Ministerio de Educación (MINED) con sus principales datos.

- Carreras universitarias
- Colegiaturas y matrículas
- Profesores Escalafónados

Personas Naturales y Jurídicas autorizadas por el Consejo de Vigilancia de la Profesión de Contaduría Pública y Auditoría (CVPCPA) para ejercer la Contaduría Pública y Auditoría., encontrara también un listado de empresas que han sido multadas por incumplimiento a los derechos laborales, instituciones financieras

como bancos, cajas de créditos y cooperativas, los precios de alimentos, precios de electricidad. Útiles escolares y todo lo relacionado economía y finanza.

- Contadores y auditores
- Empresas multadas
- Empresas solventes en el ISSS
- Instituciones financieras

El cuarto icono es Directorio en donde podrá encontrar los números de instituciones como lo son: albergues, cooperativas, delegaciones de la PNC, sedes de Ciudad Mujer ONG registradas, abogados, empresa focial, sindicato, hallara un directorio Municipal y uno directorio de denuncias.

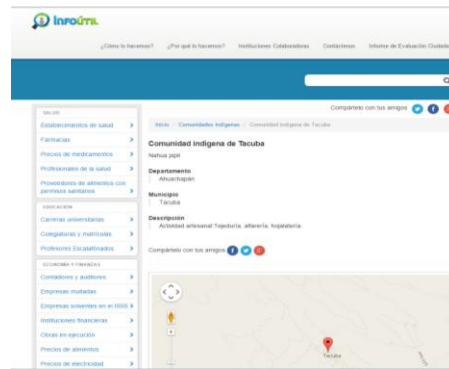
- Albergues
- Asesores en prevención de riesgos ocupacionales
- Asociaciones Juveniles
- Directorio de denuncias
- Directorio Municipal

El último de los iconos es de Cultura y Deporte está relacionado mucho con el turismo ya que en él se encuentra información sobre los departamentos y

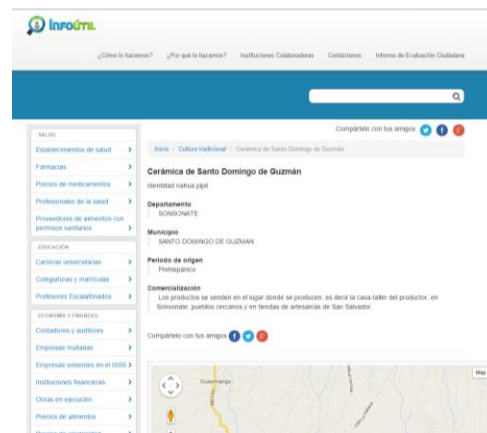
municipios de nuestro país usted podrá encontrar Cultura Tradicional, comunidades indígenas, parques recreativos, espacios culturales, festividades, bibliotecas.

- ✓ Becas para federaciones deportivas
- ✓ Bibliotecas
- ✓ Comunidades indígenas
- ✓ Coros y Orquestas
- ✓ Cultura tradicional
- ✓ Espacios culturales
- ✓ Eventos culturales
- ✓ Festividades
- ✓ Parques Recreativos
- ✓ Tarifario cultura
- ✓ Transferencias a federaciones deportivas

Ejemplos de la información con respecto al turismo es la siguiente:

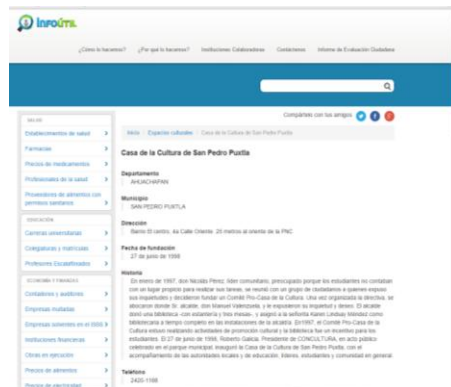


- Comunidades indígenas la información que hay sobre estas comunidades es en qué departamento y municipio está ubicada su identidad étnica y lo que ahí hacen.

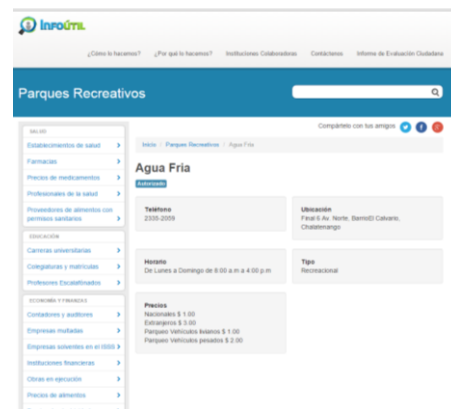


- Espacios culturales se encuentra la información casas de la culturas conocerás sus direcciones, la fecha en que se fundaron, contactos telefónico y por correo y

su historia, en algunas la historia que aparece en un poco corta es por eso que ahí están los contactos donde usted puede llamar e investigar más.



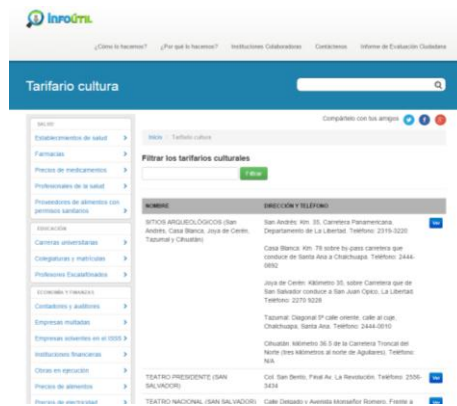
productos.



- Cultura tradicional en ella se encuentra lo que cada municipio y departamento producen ya se cerámica, Tejidos o tejeduría, alfarería etc. Podrán saber cómo hacen para vender sus

- Parques recreativos encontrara su ubicación, teléfonos donde poder comunicarse, sus horarios, sus precios

- Las festividades encontraran las fiestas que tienen cada Municipio, la fecha en las que se realiza y su origen



- Tarifarios cultural encontrara acerca de los sitios arqueológicos que posee nuestro país, museos, orquestas, escuelas de danzas y parques que son nacionales.

La base de datos que abastece la página de InfoÚtil, es monitoreada por la Secretaria de Participación Ciudadana, Transparencia y anticorrupción (SPCTA). Por el Oficial de Información de esta Secretaria. De la cual se encarga de hacer un Ranking de Información a cada institución.



En el Salvador la Subsecretaria de Transparencia Y Anticorrupción de la Presidencia de la Republica, lanzo el Portal Gobierno Transparente el 8 de Mayo del 2012, el cual contiene información pública centralizada de más de 77 Instituciones del Ejecutivo. Pero el 8 de Noviembre del 2014, cambio a ser Secretaria de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción (SPCTA). Para dejar de ser Gobierno Transparente y convertirse en Gobierno Abierto. Hasta el día de hoy se han sumado mucho más instituciones no solo Gubernamentales, si no Autónomas, Concentradas, Semis concentradas, Alcaldías, etc.



Capítulo III

Metodología

3.1 Tipos de Investigación.

La investigación tuvo como propósito dar respuesta confiable, entendible y valdes a preguntas concretas basadas en los objetivos en la presente investigación.

Para obtener estos resultados, la investigación fue de tipo Explicativa. La función de la investigación fue manifestar las bases de datos y recabar información socialmente Útil que permitió como resultado de la investigación adquirir el suficiente conocimiento como para saber qué factores son relevantes al problema y cuáles no. Con la finalidad de lograr una buena base de información para el Portal Gobierno Abierto, (InfoÚtil)

De igual manera se utilizó la investigación Descriptiva que consistió en conocer la utilidad de consultar el Portal Gobierno Abierto y la utilidad de informarse mediante su herramienta InfoÚtil, para obtener información sobre diversos temas, Cultura, Lugares, Municipios, departamentos, educación y deportes, Predominantes atreves de la descripción exactas de las bases de datos proporcionadas por las instituciones .

Su meta no se limita a la recolección de datos, si no a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre las ciudadanías y el Gobierno.

3.2 Participantes.

Los sujetos que estarán involucrados en la presente investigación son los que tienen el contacto directo dentro de la plataforma de InfoÚtil:

- Lic. .Kimberling Hernández (Directora de Participación Ciudadana de la Presidencia)
- Arq. Fernando Marroquín (Director de comunicaciones y tecnología de la secretaría)
- Lic. Sara Flores. Lid. Comunicación Social (Técnica en Información Oficiosa)
- Técnico, Cristian Penado (Diseñador Web y gráfico)
- Técnico, Henry Díaz. (Técnico Programador y desarrollador de aplicaciones)
- Técnico, Danilo Alfaro (Consultor para el portal InfoÚtil)

3.3 Instrumentos.

Los instrumentos que se utilizaran para la recolección de la información en la investigación será: la entrevista Este instrumento será de apoyo y respaldo para la presente investigación

3.3.3 Entrevista

La entrevista tiene como objetivo recabar información, adiestrarse en los recursos y modalidades de la misma y prepararse para la situación de ser entrevistado. Desde este punto de vista es una inmejorable técnica para conocer y valorar el trabajo de un grupo y de cada uno de sus individuos.

3.4 Procedimientos para la Recolección de Información.

La información fue recolectada y al hacer el análisis estadístico de la investigación partimos de la recolección de datos, seguidamente los organizamos en una matriz para analizar el problema

3.5 Presentación, interpretación y representación de la información obtenida de los instrumentos de investigación.

En el siguiente apartado se presenta el ordenamiento, de las entrevistas y su análisis e interpretación de cada una de las preguntas que se realizaron en la entrevista para que cada una de las preguntas esta detallada con sus respectivas respuestas.

Todo con el objetivo de establecer las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Nombre de la entrevistada: Lic. Kimberling Hernández

Cargo: Directora de Participación Ciudadana de la Presidencia

1. ¿Qué relación tiene usted con el Portal InfoÚtil?

Creadora del portal InfoÚtil.

2. ¿De dónde surgió el nombre InfoÚtil?

Le pusimos así porque era fácil el nombre y a la gente se le quedaría más rápido.

3. ¿Cuál fue el propósito de crear el portal InfoÚtil?

Generar información socialmente útil, para que la población pueda tomar mejores decisiones respecto a contratación o compras de bienes.

4. ¿Por qué eligieron esos colores para el portal InfoÚtil?

Los colores fue más en función a la línea grafica que tenemos en gobierno abierto porque los colores de Gobierno Abierto están acorde a los temas que nosotros trabajamos.

5. ¿Cada cuánto realizan las actualizaciones de la información de portal InfoÚtil?

La actualización depende de las instituciones que nos facilitan la información, nosotros solo somos un enlace para que ellos puedan tener su información al día en el portal.

6. ¿Cómo hacen el enlace del portal por medio de Facebook y Twitter?

Desde el inicio al ver que no había recursos para poder hacer una campaña publicitaria, había que moverlos con lo que se tenía y en este caso eran las redes sociales como Facebook y Twitter, así que desde su inicio se creó una fans page y un perfil en Facebook también comenzamos a Twittear.

7. ¿Qué mejoría le hiciera al portal?

Cambiarle el diseño que está un poco como anticuado, darle una nueva imagen sería una buena mejoría al porta, en cuanto su información darle como un poco más de énfasis a los temas de deporte y cultura

8. ¿Qué estrategias de promoción utilizaron para dar a conocer el portal desde su lanzamiento?

Vallas publicitarias, impresión de un mini banner en los recibos de agua y pues e busco la manera de hacer una campaña publicitaria pero por falta de recursos no se puedo realizar.

9. ¿Qué sugeriría para darle promoción al Portal?

Campanñas en redes sociales, fluyen y brochure pueden ser opciones de promocionar el portal.

Nombre de la entrevistada: Lic. Sara Flores

Cargo: Licenciada en Comunicación Social (Técnica en Información Oficiosa)

1. ¿Qué relación tiene usted con el Portal InfoÚtil?

Desde hace un año me notificaron que yo iba hacer la encargada de tener relación con la gente que actualiza la base de datos y estaría trabajando de la mano con el informático que es el que hace los cambios dentro de InfoÚtil.

2. De donde surgió el nombre de InfoÚtil

Cuando se lanzó el portal estaba en otra área y por eso desconozco de donde surgió el nombre.

3. ¿Cuál fue el propósito de crear el portal InfoÚtil?

Pues fue para brindar a las personas información que le pudiera servir de muchas maneras.

4. ¿Por qué eligieron esos colores para el portal InfoÚtil?

Sé que el azul es para darle un poco de relación con el portal del gobierno abierto que es como el sitio principal de nosotros, pero el verde no sé por qué se le agrego no sé qué matiz de colores manejan porque la página ya me la entregaron así tal como está.

5. ¿Cada cuánto realizan las actualizaciones de la información de portal InfoÚtil?

Por ahorita la hemos descontinuado un poco, porque cada institución que nos colabora tiene actualizaciones en tiempos diferentes, no hay una fecha exacta de actualización, por ejemplo en el área de educación se actualizan cada año por las matriculas de centros escolares que tiene que hacerse al final o a principio de cada año.

6. ¿Cómo hacen el enlace del portal por medio de Facebook y Twitter?

En realidad fue de lógica tenemos una página con un servicio grande para la población y no tenemos recursos para ser campañas, pues movámoslo con lo que tenemos que es Facebook y Twitter.

7. ¿Qué mejoría le hiciera al portal?

Mejorar su diseño

8. ¿Qué estrategias de promoción utilizaron para dar a conocer el portal desde su lanzamiento?

No existe una estrategia para darle promoción al portal, ahorita solo se mueve por algunas cuestiones Twitter y en Facebook pero a pesar de eso muchas personas lo visitan.

9. ¿Qué sugeriría para darle promoción al Portal?

Yo siempre he dicho que tiene que ser algún tipo de campaña por ejemplo, ir a las radios y hablar sobre InfoÚtil, sacar algún tipo de anuncio o capsula en la radio, poner carteles para que la gentes conozca, y más que anuncios de televisión tendría que ser así con anuncios en radio, hacer vallas y también se podrían poner en los buses atrás como anuncios así se podría dar a conocer.

Nombre del entrevistado: Arq. Fernando Marroquín

Cargo: Director de comunicaciones y tecnología de la secretaria

1. ¿Qué relación tiene usted con el Portal InfoÚtil?

Desde esta área le damos seguimiento a la actualización de bases de datos que están en el portal y además el soporte técnico para que puedan subir información al portal, que la gente lo pueda visitar, se hagan herramientas accesibles de la información que está en InfoÚtil y también se da el aporte de qué tipo de información pública se puede colocar en el portal que sea de utilidad para la gente.

2. ¿de dónde surgió el nombre InfoÚtil?

InfoÚtil es el nombre corto de información útil que es el nombre no técnico de transparencia focalizada, transparencia focalizada es nombre técnico de información útil.

3. ¿Cuál fue el propósito de crear el portal InfoÚtil?

El propósito es darle información de utilidad a la gente en formatos accesibles que le sirvan para tomar mejores decisiones.

4. ¿Por qué eligieron esos colores para el portal InfoÚtil?

Bueno porque esta amparados en la línea grafica de la secretaria y hay un manual general en la secretaria sobre los colores, pero también porque InfoÚtil no quiere ser una página aburrida como las típicas páginas de Gobierno que nadie visita, si no que quiere ser un portal atractivo, un portal que se acerque a la gente, y eso lo tratamos de hacer atreves de un diseño atractivo y bonito.

5. ¿Cada cuánto realizan las actualizaciones de la información de portal InfoÚtil?

Depende de la base de datos y de la información, hay bases de datos que se actualizan todos los días, otras que se actualizan una vez al año, hay a otras se actualizan cada 3 meses y hay unas que nuca. Y eso depende de las instituciones como ellos manejan su información y de la forma que nos la hacen llegar.

6. ¿Cómo hacen el enlace del portal por medio de Facebook y Twitter?

En Facebook InfoÚtil no tiene presencia, en Twitter si y lo que twitteamos es datos útiles y respondemos a preguntas que la gente hace referente adonde pueden encontrar información.

7. ¿Qué mejoría le hiciera al portal?

Creo que no basta con que haya base de datos útiles, si no que hayan aplicaciones que usen las bases de datos para que sean más accesibles a la información.

8. ¿Qué estrategias de promoción utilizaron para dar a conocer el portal desde su lanzamiento?

Creo que hubo una campaña en medios tradicionales también se incluyó en los recibos de la agua estuvo como dos meses, se ha movido en redes sociales pero en realidad nunca ha habido una estrategia de campaña para dar a conocer el portal y sin embargo es el portal más visitado de la secretaria.

9. ¿Qué sugeriría para darle promoción al Portal?

Yo creo que vos podés hacer las campañas que querrás, pero mientras vos no des un salto calidad en contenido del portal de nada te va a servir, entonces yo creo q aquí hay tres cosas, uno mejor el tipo de información que estamos publicando en InfoÚtil, dos mejorar como estamos mostrando esa información y tres difundirla, para difundirla una estrategia más fuerte en redes sociales y dinero para invertir en ellas , pero también hay un reto que no se ha mencionado que como esa información es útil a las personas que no tienen internet ni redes sociales ese es el reto cómo hacer para que esas personas también tengan esa información.

Nombre del entrevistado: Técnico, Cristian Penado

Cargo: Diseñador Web y gráfico

1. ¿Por qué se creó el Portal InfoÚtil?

El portal se creó para solventar la necesidad de información de la población brinda una información como su nombre lo dice socialmente útil en general por los temas que el portal posee.

2. ¿Para qué tipo de personas está dirigida el Portal InfoÚtil?

Para todas las personas en general.

3. ¿Qué elementos conforman la Herramienta InfoÚtil?

Más que todos los elementos que lo componen son bases de datos de información.

4. ¿cree que las acciones que realiza el Portal InfoÚtil están orientadas a posicionar la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador?

Es muy poco la orientación hacia los temas sobre cultura, costumbres, tradiciones, en realidad desde su lanzamiento se buscó dar información a las personas que les fuera útil en varios temas como lo son médicos, cuales son las matriculas de colegios, pues el enfoque del portal es general y pues en cuanto al turismo no es que sea menos importante simplemente que de la forma que se ha manejado en encuestas se ha visto que a las personas les interesa un poco más temas como educación, salud y claro no podemos descartar el turismo.

5. ¿conoce cuantas personas visitan el Portal InfoÚtil, en su icono de cultura y deporte?

Pues en si no se sabe cuánto en si en el icono pero en general a pesar que algunas personas no conocen de su existencia tiene muchas visitas, incluso es más visitado que el portal de Gobierno Abierto. El dato exacto de las visitas se pueden ver en transparencia activa ahí están las visitas desde que inicio hasta ahora en la actualidad.

6. ¿Quiénes son los encargados de facilitar la Información que el Portal InfoÚtil posee?

Las instituciones como ministerio de economía, ministerio de salud, ministerio de Educación.

7. ¿de qué manera monitorea el Portal InfoÚtil?

Como usuario se podría decir que hay muchas personas que lo visitan, siempre nos hablan para preguntarnos sobre él. Pues como empleado y conocedor del portal no lo monitoreo.

8. En que redes sociales está inmersa el Portal InfoÚtil

Facebook y Twitter

9. ¿conoce actualmente las maneras en que se le da promoción el Portal InfoÚtil?

En el 2013 se imprimió un banner en la parte de arriba en los recibos de agua promocionando el portal para que las personas lo conocieran, se hizo un convenio con la empresa para poder realizarlo y algunas vallas publicitarias que se pusieron en diferentes lugares.

10. ¿Qué sugeriría para darle promoción al Portal InfoÚtil para que las personas que aún no la conocen, puedan saber de su existencia?

La televisión puede ser una buena opción de darle promoción al portal, también por medio de afiches, brochure y pues por campañas publicitarias pero eso costaría mucho.

Nombre del entrevistado: Técnico Henry Díaz.

Cargo: Técnico Programador y desarrollador de aplicaciones

1. ¿Por qué se creó el Portal InfoÚtil?

Para solventar la necesidad de información de la población.

2. ¿Para qué tipo de personas está dirigida el Portal InfoÚtil?

Para todo tipo de personas

3. ¿Qué elementos conforman la Portal InfoÚtil?

Los elementos que los conforman son bases de datos.

4. ¿cree que las acciones que realiza el Portal InfoÚtil están orientadas a posicionar la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador?

Esta más enfocada a solventar ciertas necesidades de información de la población y que toda la información la encuentren en un solo lugar. Y no solo se enfoca en un solo tema.

5. **¿conoce cuantas personas visitan el Portal InfoÚtil, en su icono de cultura y deporte?**

No, estoy enterado de esa información.

6. **¿Quiénes son los encargados de facilitar la Información que el Portal InfoÚtil posee?**

Las instituciones que están en convenio con nosotros

7. **¿de qué manera monitorea el Portal InfoÚtil?**

No respondió

8. **¿En qué redes sociales está inmersa el Portal InfoÚtil?**

Facebook y twitter

9. **¿conoce actualmente las maneras en que se le da promoción el Portal InfoÚtil?**

Cuando fue su lanzamiento pusieron unas vallas en grande para darle promoción, pero en la actualidad no hay promoción

10. ¿Qué sugeriría para darle promoción al Portal InfoÚtil para que las personas que aún no la conocen, puedan saber de su existencia?

Ser campañas en Facebook, en YouTube para que por medio de las redes sociales conozcan, la promoción por medio de afiches también podría ser otra forma de darle promoción.

Nombre del entrevistado: Técnico, Danilo Alfaro

Cargo: Consultor para el portal InfoÚtil

1. ¿Por qué se creó el Portal InfoÚtil?

Para que las personas encontrar en un solo lugar información que les pudiera servir a diario.

2. ¿Para qué tipo de personas está dirigida el Portal InfoÚtil?

Todas las personas

3. ¿Qué elementos conforman la Portal InfoÚtil?

Bases de datos

4. ¿cree que las acciones que realiza el Portal InfoÚtil están orientadas a posicionar la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador?

No está orientado específicamente a un solo tema

5. ¿conoce cuantas personas visitan el Portal InfoÚtil, en su icono de cultura y deporte?

Tendría que revisar porque en ahorita no tengo el dato exacto de cuantas lo visitan.

6. ¿Quiénes son los encargados de facilitar la Información que el Portal InfoÚtil posee?

Hay un convenio con diferentes instituciones que nos facilita la información

7. De qué manera monitorea el portal InfoÚtil

Pues por el momento solo cuando se actualizan las bases de datos

8. ¿En qué redes sociales está inmersa el Portal InfoÚtil?

Facebook y Twitter

9. ¿conoce actualmente las maneras en que se le da promoción el Portal InfoÚtil?

Por ahorita solo hay en las redes sociales

10. ¿Qué sugeriría para darle promoción al Portal InfoÚtil para que las personas que aún no la conocen, puedan saber de su existencia?

Buscar la forma en que sea más efectiva, podría ser en radio, televisión, con campañas en redes sociales.

Capítulo IV

Análisis de Resultado

De acuerdo a las entrevistas realizadas pudimos observar que el principal factor que afecta para darle promoción al portal InfoÚtil es el factor económico, debido a eso no se ha podido realizar una buena promoción para dar a conocer el portal pero a pesar de que el portal no ha tenido mucha promoción hay muchas personas que lo visitan.

Cabe mencionar que en Junio del 2012 antes de hacer su lanzamiento se hizo un convenio con la empresa ANDA para darle promoción imprimiendo su logo en los recibos de agua. También se pusieron vallas publicitarias en diferentes lugares para que la gente pudiera conocerlo y se interesara en el portal.

Objetivos	Entrevista directores Preguntas	Entrevista técnicos Preguntas
1. Identificar los Departamentos Encargados de Facilitar la Información y Actualización del Portal InfoÚtil.	5 ¿Cada cuánto realizan las actualizaciones de la información del Portal InfoÚtil? 6 ¿Cómo hacen el enlace del portal en Facebook y Twitter?	7 ¿Quiénes son la encargados de facilitar la información que el portal posee? 8 ¿de qué manera monitorea el portal?
2. Identificar las Áreas Responsables de cada una de las temáticas a ser Publicas		6 ¿conoce cuantas personas visitan el portal, en su icono de cultura y deportes?
3. Identificar las Causas por las que no se promociona el portal InfoÚtil.	8 ¿qué estrategias de promoción utilizaron para darle promoción al portal desde su lanzamiento?	9 ¿en qué redes sociales está inmerso el portal InfoÚtil?? 10 ¿conoce actualmente las maneras en que se le da promoción que se le da al

		portal InfoÚtil?
4. Identificar las necesidades del porque se creó el portal InfoÚtil.	1 ¿qué relación tiene usted con el portal InfoÚtil? 2 ¿de dónde surgió el nombre InfoÚtil? 3 ¿Cuál fue el propósito de crear el portal InfoÚtil? 4 ¿porque eligieron esos colores para el portal InfoÚtil?	1 ¿Por qué se creó el portal InfoÚtil? 2 ¿para qué tipos de personas está dirigido el portal InfoÚtil? 3 ¿Qué elementos conforman el portal InfoÚtil? 4 ¿cree que las acciones que realiza el portal InfoÚtil están orientadas a posicionar la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador?
5. Sugerir Estrategias de Promoción para el Portal InfoÚtil	9 ¿Qué sugeriría para darle promoción al portal?	11 ¿Qué sugeriría para darle promoción al portal InfoÚtil para que las personas que aún no lo conocen puedan saber de su existencia?

Capítulo V

Conclusiones

5.1 Conclusiones

Al finalizar esta investigación se tomó a bien concluir utilizando los objetivos de la investigación.

1. La investigación reflejo que no hay un departamento específico que se encargue de suministrar y darle mantenimiento al portal InfoÚtil, ya que es el Técnico Programador el que se encarga de suministrar y dar el mantenimiento Él también es el que se encarga de hacer las actualizaciones del portal. El director de comunicaciones y tecnología de la secretaria da aporte de la información que se puede colocar en el portal y que sea de utilidad para el público.
2. Según los resultados obtenidos las áreas responsables de cada una es solamente una persona que es el técnico programador que es el que se encarga de suministrar la información que las diferentes instituciones le hacen llegar para publicarla, cabe mencionar que son 175 instituciones que colaboran con la información que se publica en el portal pero solo 77 son las más relevantes en el portal InfoÚtil.

3. De acuerdo a la investigación las causas por las que no se promociona el portal InfoÚtil se llegó a la conclusión que todo es derivado del factor económico que no les es proporcionado para poder hacer campañas publicitarias, así que ellos lo manejan según sus posibilidades de la página web y otras redes sociales.
4. Según los resultados obtenidos las necesidades de crear el portal InfoÚtil fue para que la ciudadanía tuviera toda la información de diferentes temas en un solo lugar haciendo más fácil la búsqueda de la información que se apegue a sus necesidades, como por ejemplo la búsqueda de los precios de gasolina, matriculas de colegios públicos y privados, lugares donde ir a recrearse y pasar en familia (parques, balnearios, etcétera).
5. La promoción es un elemento muy importante para dar a conocer un sitio web de acuerdo a eso y a los resultados obtenidos, las estrategias de promoción que se pueden ocupar para el portal InfoÚtil sería la utilización de las herramientas en las redes sociales como YouTube, Facebook y twitter ya que son herramientas que muchas personas utilizan y que no requieren de un gasto extra.

5.2 Recomendaciones

En base a los resultados de las conclusiones, se recomendarán las posibles estrategias de comunicación que podrían ser utilizadas en beneficio del portal de InfoÚtil.

- ✓ Generar cinco palabras claves que se asocien a cultura, comunidades indígenas en el Salvador, otros. Todo ello para poder llegar al portal de InfoÚtil, con ello se podrá llegar a varios nichos de mercado que procuran esa información, en los que vamos a concentrar nuestros esfuerzos y recursos.

- ✓ Se propone que se avise a los buscadores de la existencia de nuestro sitio web, los enlaces a otros sitios web nos van ayudar a conseguirlo también visitan indexan en sus resultados dichos enlaces.

- ✓ Canal en YouTube: los internautas consumen videos (en internet se busca información). Por lo que se deberá de realizar estos videos de una introducción de la información que contiene el portal de InfoÚtil.

- ✓ La cuenta en Twitter: nos permitirá interactividad en tiempo real con los que visitan el portal, este debemos mantenerla.

- ✓ Se recomienda tener un punto focal que puede ser un área destacado el diseño del portal cuyo propósito sería el de dirigir la atención del usuario. Es decir, centrar el punto focal es el área más llamativa del diseño y que a su vez este sea diferente a los otros elementos del portal.

Referencias

Durandal, Claudia; Duran, Enrique y Saavedra, Elizabeth. (2004).

Una llave para el desarrollo de Chuquisaca. La Paz.

Recuperado de <https://books.google.com.sv/books?isbn=9990568634>.

Hernández, Kimberling. (2012). *InfoÚtil*. San Salvador.

Recuperado de <http://infoutil.gobiernoabierto.gob.sv>.

Marroquín, William Fernando. (2012). *Gobierno Abierto por la secretaria de participación ciudadana, transparencia y anticorrupción*.

San Salvador. Recuperado de <https://www.gobiernoabierto.gob.sv>.

[illegible]

TABLE 4. *Continued*

Figure 2a (continued)