

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MEDIOS PARA EL LANZAMIENTO DEL HOTEL
PALO VERDE MUNICIPIO CHILTIUPAN DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”**

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

AYALA DE GARCIA, YESENIA DE LOS ANGELES

BURGOS CHORRO, GABRIELA SOFIA

CASTRO ESCOBAR, KARLA RUTH

PARA OPTAR EL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

SEPTIEMBRE, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

Página de Autoridades

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ

RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LCDA. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMIREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

TEC. MIGUEL TOMAS PANAMEÑO

PRESIDENTE.

LCDA. ANA ROCIO CORDOVA DE RODRIGUEZ PRIMER

VOCAL.

LCDA. ROSA MARIANA CERNA AGUIÑADA

SEGUNDA VOCAL.

SEPTIEMBRE, 2016.

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda. Ana Roció Córdova de Rodríguez, Licda. Rosa Mariana de las Mercedes Cerna de Matal, Tec. Miguel Tomas Panameño Sanabria, a las 7:00a.m del día Sábado, 25 de Junio de dos mil dieciséis.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LAS ALUMNAS:

1-Gabriela Sofía Burgos Chorro	Carnet 06-1561-2013
2-Karla Ruth Castro Escobar	Carnet 06-5699-2012
3-Yesenia de los Ángeles Ayala de García	Carnet 06-4478-2014

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Propuesta de un plan de medios para el lanzamiento del hotel "Palo Verde", de municipio de Chiltiupan, La Libertad"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

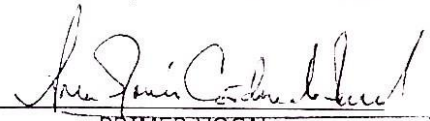
TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

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, 25 de Junio de dos mil dieciséis.

F. 
PRIMER VOCAL

Licda. Ana Roció Córdova de Rodríguez

F. 
SEGUNDO VOCAL

Licda. Rosa Mariana de las Mercedes Cerna de Matal

F. 
-PRESIDENTE
Tec. Miguel Tomas Panameño Sanabria

Dedico esta tesina a Dios que estuvo conmigo dándome fuerzas y sabiduría para continuarla hasta su finalización, por haber llegado a este logro personal con tanto esfuerzo pasando días de trabajo completos y cansancio.

A mis madre Zoila Escobar de Castro por sus valores, su motivación constante en estos años que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor; a mi padre Carlos Alberto Castro, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, por su ayuda incondicional y sus oraciones.

A mi hijo Steven Castro, por ser el motor de mi vida dándome fuerzas para culminar mi carrera, a Lic. Mariana Cerna, Lic. Carolina Cerna, Lic. Larissa Martí e Ingeniero Carlos Escobar que me brindaron su tiempo cuando busque su opinión y asesoría con toda amabilidad.

Karla Ruth Castro Escobar.

A Dios todopoderoso por haberme dado sabiduría y mucha fortaleza en todo momento para culminar esta etapa académica.

A nuestra asesora del proyecto de graduación Lcda. Mariana Cerna por su comprensión, paciencia valiosos consejos a lo largo del proceso de investigación.

A mis padres Manuel Ayala y Teresa González por haberme dado su comprensión, su apoyo incondicional durante todo el proceso de mi carrera y de mi vida con sus oraciones que me acompañaron hasta el final.

A mi hijo Anderson por ser mi motor e inspiración para seguir adelante a través de su alegría, darme las fuerzas necesarias para continuar.

A mi hermano y hermanas, que siempre han estado a mi lado en las buenas y en las malas durante este proceso brindando sus palabras de ánimo en momentos difíciles y compartiendo conmigo la felicidad de este logro.

A mis compañeras y amiga, Karla Castro, Sofía Chorro, Alejandra Roque por su paciencia y dedicación en nuestro trabajo de Tesina, ya que a pesar de ciertos obstáculos estuvimos juntas y logramos superar diciendo que hicimos muy buen equipo juntas.

Yesenia de los Ángeles Ayala Primero doy las Gracias infinitas, al Más importante de mi vida DIOS por haberme permitido culminar mis estudios, y saber que esto es el comienzo de las bendiciones que DIOS dará hacia mi vida y mi familia.

Mi segundo agradecimiento es para mi familia quienes han sido mi fuerza, mi motivo a salir adelante.

Mi Padre Roberto Sánchez por estar siempre a nuestro lado.

Mi Madre Flor Chorro quien por ella luchare toda mi vida, agradeciéndole todo lo que hace y ha hecho por mí.

Mi Abuela Victoria Chorro mi segunda madre que desde pequeña ha estado a mi lado brindándome de sus Consejos, Amor, y su Sabiduría.

Bendito DIOS “La Gloria y Honra hacia mi Dios” por haber puesto un Gran Ángel en mi vida y en mi camino, mi Tía Gloria Evelyn que con la ayuda de mi padre Celestial y de ella logre terminar mis estudios Universitarios.

Hubieron estado de ánimos bajos, momentos en los que quise dejarlo todo pero escuche a mi DIOS y me respondió “Levántate Hija, Esfuérzate y se Valiente, Yo estoy Contigo”.

Es el inicio de mi vida profesional en la cual pondré en práctica mis conocimientos recibidos de mis catedráticos, que me brindaron enseñanza para formarme como una mujer de éxito profesional. Es así como término de mis estudios Exitosamente, Feliz y Bendecida.

Sofía Chorro

Índice

Introducción	9
Capítulo	1
<i>Planteamiento del problema.....</i>	<i>1</i>
1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivos	2
1.2.1 Objetivo general.....	2
1.2.2 Objetivos específicos	2
1.3 Justificación.....	2
1.4 Limitación de la investigación.....	3
Capítulo II Marco teórico	4
2.1 Generalidades del Turismo	4
2.2 Turismo de sol y playa.....	4
2.2.1 Olas de El Salvador	4
2.3 Definición de los Prestadores de servicios.....	5
2.4 Tipos de empresas Turísticas en La Libertad.....	8
2.5 Historia y evolución del surf a nivel mundial.....	10
2.5.1 Aparición del surf moderno	11
2.6 Historia del surf en El Salvador	12
2.6.1 FESASURF.....	13
2.7 Hotel Palo Verde	15
2.8 Posicionamiento	16
2.9 Comunicación Virtual.....	19
2.9.1 Herramientas de la Comunicación Virtual	21
2.10 Concepto de Plan de Medios.....	27
2.10.1 Características del plan de Medios	28
2.10.2 Como está conformado un plan de medios	30
Capítulo III Metodología.....	31
3.1 Tipo de Investigación.....	31

3.2 Método de Investigación.....	31
3.3 Procedimiento.....	32
3.4 Entrevista (Propietario de Hotel Palo Verde).....	32
3.4.1 Entrevista (Surfistas).....	33
Capítulo IV Análisis de resultados.....	34
4.1 Presentación de los resultados	34
4.2 Matriz de resultado.....	35
Capítulo V	38
5.1 Conclusiones.....	38
5.2 Recomendaciones	41
Glosario:.....	44
Referencias	48
Anexos.....	50

Introducción

En la actualidad, para competir dentro del sector hotelero debemos conocer la perspectiva del cliente en cuanto a la elección de hoteles, sin duda estos deben suplir necesidades y exigencias específicas.

Dicho lo anterior, este documento elabora una propuesta que cuenta con un plan de medios para el lanzamiento de un Hotel Temático e incluye una estrategia comunicacional que tome en cuenta importantes elementos para su efectivo posicionamiento como una opción competitiva dentro del mercado hotelero.

El contenido desarrollado a lo largo de este trabajo permitirá a los principales involucrados en la fundación del Hotel tener una visión más certera para poner en marcha su estrategia de mercado, define los elementos necesarios para cumplir con las expectativas de un rubro en particular: surfistas, nacionales y extranjeros especialmente los cuales definirán al Hotel Palo Verde como un destino turístico de calidad mundial además, evalúa los factores principales que inciden en la elección del destino a visitar por dicho espectro de clientes.

A continuación, serán descritas las diferentes etapas del proceso antes mencionado asimismo recomendaciones para contribuir en la expansión y reconocimiento del establecimiento; se dará a conocer de primera mano la opinión del cliente a través de entrevistas brindadas por surfistas asiduos de las zonas posicionadas ya mundialmente como espacios para el desarrollo de este deporte.

Todos estos estudios de campo fueron realizados con enfoque en las costas reconocidas por sus condiciones idóneas para el Surf a lo largo del litoral Salvadoreño entre estas Playa El Zonte donde se ubica el destino turístico sujeto a estudio.

Capítulo I

Planteamiento del problema.

1.1 Antecedentes.

El Salvador se encuentra ubicado al Sur oeste de la América Central y sobre el litoral del Océano Pacífico, cuenta con un clima principalmente cálido, con temporada de lluvias entre los meses de mayo a octubre, su extensión territorial es de 20,742 km², los principales destinos turísticos están relacionados a playas, lagos, volcanes, ecoturismo, cultura, shopping, aventura y rutas turísticas.

En el pasado antes de los acuerdos de paz firmados en el año 1992, el turismo en El Salvador había sido uno de los sectores a los que menos importancia se le brindó por parte del gobierno; en la actualidad esto se ha revertido logrando posicionar al país dentro del marco del turismo internacional.

El Turismo es parte de la industria más grande del mundo y ofrece diferentes tipos de turismo que se pueden realizar. El Salvador tiene una gran cantidad de riquezas naturales y culturales que debido a la falta de promoción no han sido dados a conocer como atractivos turísticos. Para esta investigación se tomará uno de los atractivos turísticos de gran potencialidad del país como es el surf en las playas del departamento de La Libertad, específicamente en la playa el Zonte, muchos surfistas extranjeros las visitan para practicar este deporte.

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general.

- Estrategias comunicacional para dar a conocer el Hotel Palo Verde

1.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar los elementos de posicionamiento para el hotel palo verde con relación a la demanda del segmento de mercado (surfistas).
- Determinar la oferta de los productos, servicios y actividades que el hotel ofrecerá a sus huéspedes.
- Evaluar los elementos que debe poseer la campaña de comunicación del Hotel Palo Verde en playa El Zonte.

1.3 Justificación.

A nivel mundial y en nuestro país, los términos turismo de sol, playa, surf, hotel temático han tomado fuerza. La sociedad en general está en constante demanda turística y se van modificando sus necesidades, el turismo se actualiza y le da importancia a lo que el público demanda. Es por ello que se observa la necesidad de una atención especial en relación al turismo de sol y playa, con el objetivo de brindar un servicio profesional y satisfactorio que deje una excelente imagen de las playas de nuestro país, especialmente nos ubicaremos en playa El Zonte donde se lleva a cabo el proyecto de construcción del Hotel Palo Verde a través de una iniciativa del propietario enfocándose en turistas

extranjeros y nacionales que desean practicar el deporte del surf, referente a ello se debe realizar un plan de medios que ayude a captar el segmento indicado para este Hotel

1.4 Limitación de la investigación.

La investigación se llevara a cabo en Hotel Palo Verde, ubicado en playa El Zonte, municipio de Chiltiupan, departamento de La Libertad; en las fechas del mes de Febrero de 2016.

Capítulo II Marco teórico.

2.1 Generalidades del Turismo.

Según la organización mundial del turismo de las naciones unidas, el turismo comprende las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocio profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico, entre ellas podemos mencionar, turismo de cultura, religioso, de sol y playa entre otros.

2.2 Turismo de sol y playa.

Se caracteriza porque es propio de localidades costeras en las que existen playas con unas condiciones climatológicas favorables ya que goza de días soleados y de temperaturas suaves (de 25° a 30° grados centígrados) se desarrolla en el espacio costero donde las personas pueden disfrutar y pueden realizar diferentes actividades como bañarse en el mar, tomar el sol, realizar deportes etc. El tipo de turista no tiene un perfil específico en cuanto a edad intereses poder adquisitivo.

2.2.1 Olas de El Salvador.

Existen dos tipos de oleaje en las costas Salvadoreñas mar local o mar de viento, cuando es generado por tormentas cercanas; mar de costo o de leva cuando es generado por tormentas lejanas. Para su estudio se representa por ondas las cuales se caracterizan por ciertos parámetros: altura periodo y dirección, altura es el doble de la distancia vertical que hay desde el nivel del mar hasta la parte más alta de la ola conocida como cresta. Periodo es el tiempo que transcurre entre el paso de la cresta de una ola y la siguiente. Dirección es de donde vienen las olas. En la costa de El Salvador los valores promedios de los parámetros del oleaje son:

- Altura 1.2 metros
- Periodo 12 segundos
- Dirección: Del Sur-Suroeste

2.3 Definición de los Prestadores de servicios.

Agencias de Viajes: Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar, organizar, vender y operar planes turísticos. Entre las que pueden estar: las Agencias de Viajes y Turismo, las Agencias de Viajes Operadoras y las Agencias de Viajes Mayoristas.

Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje: conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje, el cual es un contrato de arrendamiento, de

carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a ésta actividad celebra con el propósito principal de prestar alojamiento a otra persona denominada huésped, mediante el pago del precio respectivo día a día, por un plazo inferior a 30 días. La reglamentación diferencia 7 tipos de empresas en este grupo: o Albergue, refugio, hostel, Apartamento Turístico o Alojamiento rural (Lodge), Hotel, Posadas Turísticas o Recinto de campamento o camping.

Establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares: hay de tres tipos: Restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio completo: Son los establecimientos gastronómicos cuya actividad económica, exclusiva o principal, consiste en la venta y servicio a la mesa al público de alimentos preparados, acompañados o no de bebidas alcohólicas y donde el espectáculo, de existir, tiene un carácter secundario con respecto a la actividad principal.

Restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio rápido: Son los establecimientos gastronómicos cuya actividad económica consiste en la venta con o sin servicio a la mesa de alimentos preparados, para su consumo dentro de los mismos.

Bares y establecimientos similares: Son los establecimientos cuya actividad económica exclusiva o principal consiste en la venta, con o sin servicio a la mesa bebidas alcohólicas para su consumo dentro de los mismos. Se entienden comprendidos dentro de esta denominación los bares, grilles, discotecas, tabernas y establecimientos similares.

Operador Profesional de Congresos, Ferias y Convenciones: Son las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de

certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

Guías de Turismo: Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje turístico, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientarlo, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

Empresas de Transporte de Pasajeros: la legislación vigente entiende la actividad transportadora como un conjunto organizado de operaciones tendientes a ejecutar el traslado de personas o cosas, separada o conjuntamente, de un lugar a otro, utilizando uno o varios modos, de conformidad con las autorizaciones expedidas por las autoridades competentes. Se diferencian al menos tres tipos de empresas:

Transporte público. El transporte público es una industria encaminada a garantizar la movilización de personas o cosas, por medio de vehículos apropiados, en condiciones de libertad de acceso, calidad y seguridad de los usuarios y sujeto a una contraprestación económica.

Transporte privado. Es aquel que tiende a satisfacer necesidades de movilización de personas o cosas dentro del ámbito de las actividades exclusivas de las personas naturales o jurídicas.

Servicio público de transporte terrestre automotor especial. Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente

habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas ya sean estudiantes, asalariados, turistas (prestadores de servicios turísticos) o particulares, que requieren de un servicio expreso y que para todo evento se hará con base en un contrato escrito celebrado entre la empresa de transporte y ese grupo específico de usuarios.

2.4 Tipos de empresas Turísticas en La Libertad.

Alojamiento: Casa Tobías / Ubicación: El Zonte, La Libertad a 33km de S.S.

Alojamiento: Casa Bendición de Dios / El Majahual a 7,9km del Zonte.

Alojamiento: Casa de Mar Hotel and villas / El Sunzal, 4,7km del Zonte.

Alojamiento: Kayu Resorts and Restaurant / El Sunzal a 4,8km del Zonte.

Alojamiento: Hotel Tekuani kal / El Majahual a 5,6km del Zonte.

Alojamiento: Boca olas Resorts Villa / La Libertad a 5,8km del Zonte.

Alojamiento: Sol Bohemio / Majahual a 7,9km del Zonte.

Alojamiento: B Boutique Hotel / El Sunzal a 2,9km del Zonte.

Alojamiento: Roca Sunzal Hotel / El Sunzal a 5,3 del Zonte.

Alojamiento: El Sunzalito Hotel / Sunzal a 5,6km del Zonte.

Alojamiento: Punta Roca Surf Resort / La Libertad a 9,2km del Zonte.

Alojamiento: Las Palmeras Surf House / Sunzal a 5,1km del Zonte.

Alojamiento: Sabas Beach Resort / La Libertad a 7,9km del Zonte

Alojamiento: Cielo Vista Hotel y Spa / La Libertad a 7,4km del Zonte Alojamiento:

Atami Escape Resort / La Libertad a 9,3km del Zonte.

Alojamiento: Casa Bonita el Tunco / Sunzal a 5,4km del Zonte.

Alojamiento: Hotel los Farallones / La Libertad 6,4km del Zonte Alojamiento:

Cima Dorada Villa / La Libertad a 1,9km del Zonte.

Alojamiento: Surf Strong / San Rafael a 8,2km del Zonte.

Alojamiento: Los Almendros El Sunzal / El Sunzal a 4,7km del Zonte.

Alojamiento: Quinta Montecarlo / La Libertad a 6,8km del Zonte.

Alojamiento: Vistas de San Blas / La Libertad a 7,9km del Zonte.

Restaurante: La Ostra Loca / Ubicación: El Zonte.

Restaurante: La casa de Frida Restaurant / Ubicación: El Zonte

2.5 Historia y evolución del surf a nivel mundial.

Se tiene constancia de la presencia del surf desde hace más de 500 años en las islas de Polinesia. El explorador inglés James Cook llegó a las islas Hawái en 1778. Por otro lado en el norte del Perú, las culturas locales dejaron trazas que muestran a hombres remontando olas. Todo comenzó en América del Sur, pero fueron los Polinesios en sus constantes travesías entre islas los que, algunos siglos más tarde, llevaron la costumbre de deslizar olas hasta lugares como Hawái.

Con el contacto, las culturas autóctonas fueron reprimidas y el surf pasó a perder auge. James Cook fue luego asesinado por los nativos. En el Siglo XX el surf se recuperó y con la afluencia de turistas y militares estadounidenses en Hawái y la fama del hawaiano olímpico Duke Kahanamoku, el surf empezó a hacerse popular en las costas de California y Australia, creando el germen de una subcultura en los ambientes en que se practicaba extendiéndose luego a otros países. En los años 50 / 60, las tablas eran grandes objetos de madera maciza y el surf era una práctica sencilla. Más tarde fue volviéndose más difícil gracias a la audacia de pioneros como Óscar Rodríguez, patriarca del surf moderno de olas grandes. También hubo una evolución en las acrobacias y movimientos al tiempo que una investigación en nuevos diseños y materiales de tablas que permitieran otras expresiones.

Actualmente el surf de competición esta fundamentalmente basado en: Las investigaciones de diseño y materiales de surfistas ingenieros de aeronáutica buscando una optimización hidrodinámica de las tablas. La corriente de evolución australiana del estilo

(movimientos amplios y enérgicos). En los últimos años ha incluido influencias de los movimientos del skateboarding y el snowboarding -deportes a su vez basados en el surf.

El surf se conoció en los años 60 en muchos países de distintos continentes. Actualmente, se practica el surf en casi todo el mundo aunque las industrias más prosperas de tablas y complementos tienen sus sedes en Australia, sur de Europa y Estados Unidos. Entre los destinos más solicitados por los viajeros practicantes están Australia y el Sudeste Asiático. El surf es un deporte pujante también en Latinoamérica en algunas zonas de Perú, Chile, México o Brasil, con una gran cantidad de playas aptas e ideales para este deporte.

2.5.1 Aparición del surf moderno.

A principios del siglo XX, un grupo descendientes de antiguos reyes hawaianos retomaron su costumbre ancestral de remontar olas con planchas de madera en la playa de Waikiki. En este grupo, destacaba Duke Kahanamoku, conocido por ser el "padre del surf moderno".

El desarrollo del surf se centró principalmente en tres lugares: Hawaii, Australia y California. Hasta los años 60 del siglo XX, había unos pocos practicantes de surf en estas áreas. Fue el estreno de la película Gidget (1959) lo que dio al surf su inmensa popularidad, haciendo que pasase de ser una cultura underground a una moda casi nacional. Otras películas de Serie-B y música surfera como los Beach Boys hicieron omnipresente la cultura surf en California.

A las primeras tablas usadas a principios de los años 60 (conocidas como longboards o tablones) se fueron añadiendo las shortboards (en español conocidas como pinchos) de los años 70 y 80, llegando los pinchos a ser mayoritariamente usados por los surfistas en los años 90 gracias a la influencia de Kelly Slater, uno de los grandes deportistas no ya del surf, sino de la historia de los deportes.

2.6 Historia del surf en El Salvador.

La siguiente es información que se logró recolectar gracias a un video documental titulado: Cuatro Décadas de Surf en El Salvador, dirigida por Alejandro Moisés, junto a miembros actuales y antiguos de la Federación Salvadoreña de Surf.

El surf tiene sus inicios en el año de 1940, cuando el puerto de La Libertad era el principal puerto marítimo de El Salvador. Para muchos habitantes locales la Playa La Paz era simplemente un destino para el descanso, sin darse cuenta del enorme potencial que guardaba tras sus olas. Es en esta playa, donde la familia Levy tenía su casa de descanso y donde creció uno de los pioneros del surf en El Salvador, Roberto Levy. En 1956, Levy se retiró a California, Estados Unidos, y regresó en 1968 con una tabla de surf, visitando la playa El Sunzal, donde todos pensaban que nadaba con una ala de avión debido a que esta tenía una medida de aproximadamente 10 pies de altura, también conocida como longboard. El Salvador empezaba a exponerse ante el mundo mediante ciertas fotografías que salían publicadas en revistas o por parte de surfeadores nómadas quienes encontraron en nuestras playas buenas condiciones climáticas, ya que es un país tropical y libre de tiburones. Fue una época donde se dio un “boom” a nivel internacional entre surfistas que

comenzaron a viajar, y en Estados Unidos, específicamente, había mucha competencia de olas y había grandes cantidades de personas en las playas. En 1971, Bob Rotherham, igualmente reconocido como uno de los pioneros del surf en nuestro país, decide emprender un viaje, junto a un amigo, por México y Centroamérica, descubriendo en El Salvador uno de los 10 mejores spot (espacio publicitario) para practicar el surf, en esos años. De esta manera, el Sunzal se ha vuelto el espacio publicitario de preferencia por los surfistas debido a su tipo de ola, la que se caracteriza por su forma, tamaño y recorrido. Ahora, casi 4 décadas después, la revista Surfer Magazine, en su edición especial 2011, ubica a El Salvador en el puesto número 56 dentro de las 100 mejores olas para surfear del mundo. Una calidad de ola, la cual compite con países como: Estados Unidos, Indonesia, España, Francia, Australia, entre otros.

2.6.1 FESASURF.



La federación salvadoreña de Surf (FESASURF) es una institución sin fines de lucro con 10 años de experiencia en la masificación del deporte de tabla. Estamos legalmente constituidos y somos reconocidos por el Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador INDES y por el comité olímpico de el salvador COES como organismo rector

del surf en el salvador. Además contamos con el reconocimiento de la International Surfing Association ISA quienes son la mayor autoridad del deporte competitivo a nivel mundial. Miembros del International Olympic Comitee.

MISIÓN de FESASURF: Crear las condiciones adecuadas para que la sociedad salvadoreña practique el deporte del surf en cualquiera de sus modalidades, como una alternativa a la violencia y además para proveer a El Salvador con atletas de calidad que puedan representar a nuestro país dignamente en competencia internacionales.

VISIÓN de FESASURF: Ser una organización con liderazgo, basados en la práctica de valores morales y deportivos, con el fin de masificar el deporte del surf y alcanzar todos los sectores de la población salvadoreña, estimular esos atletas con potencial de alto en rendimiento para que represente con dignidad a El Salvador en eventos internacionales.

Eventos celebrados este año:

- Circuito nacional del Surf 2016 / Calendario estimado para temporada 2016.
- 7 y 8 de Mayo 1ra CNS 2016, Playa Punta Roca.
- 25 y 26 de Junio 2da CNS 2016, Playa El Sunzal.
- 30 y 31 de Julio 3ra CNS 2016, Playa Las Flores L.
- 15 y 16 de Octubre 4ta CNS 2016, Playa El Zonte
- En noviembre se llevara a cabo los juegos Bolivarianos en Chile.

Ubicación: Federación Salvadoreña de Surf 4ta calle poniente 3ra avenida Surf, contiguo al Restaurante Nuevo Altamar, edificio 199, playa La paz, Puerto de La Libertad.

Contactos: (503)2337-9010, E-mail: fesasurf@fesasurf.org

2.7 Hotel Palo Verde.



MISIÓN: Proveer un servicio integral de hotelería de la mejor calidad en playa el Zonte con un trato personalizado para hacerlos sentir como en casa, donde se ofrecen los mejores servicios para turistas surfistas en un hotel comprometido y preocupado por el medio ambiente.

VISIÓN: Mantenernos como el hotel líder en infraestructura y servicios en playa el Zonte siempre comprometidos con la sostenibilidad del medio ambiente circundante el desarrollo de nuestros colaboradores el bienestar y satisfacción de los huéspedes.

Historia de la creación del Hotel:

La idea de construir el hotel surgió al observar la demanda de personas que practican el surf y la oferta existente es más dirigida a jóvenes y adultos que viajan solos

o en compañía de sus amigos para practicar este deporte ya sea por diversión o como disciplina deportiva.

La construcción del hotel empezó hace un año desde que se obtuvieron los permisos respectivos que permitían la construcción del edificio. La arquitectura será moderna y cálida, estará terminado en el mes de Noviembre 2016. El hotel Palo verde tendrá áreas para que el surfista se sienta cómodo y en su ambiente, contará con seguridad, parqueo, jardines, restaurante, bar, área de descanso, doce habitaciones acondicionadas y de manera muy importante acceso con áreas para personas con discapacidad.

El Hotel Palo Verde está orientado a ser un Hotel Temático, ya que su decoración hace referencia a todo lo relacionado con el tema del surf. El huésped objetivo serán los turistas nacionales y extranjeros.

Para dar a conocer el hotel se ha programado su lanzamiento en el mes de noviembre, y su promoción será a través de un plan de medios que se desarrollara utilizando los resultados obtenidos. El hotel ya cuenta con su página de Facebook "Palo Verde". Ubicación: Kilometro 53 1/3 carretera al Litoral CA-4 #12 Playa El Zonte.

2.8 Posicionamiento.

La definición del posicionamiento trata de que el mercado de un producto o servicio sea la manera en la que los consumidores definen dicho producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia. Los consumidores están saturados con información sobre los productos y los servicios. No pueden reevaluar los productos cada vez que hacen

de su compra y es por eso que simplifican la decisión de compra los consumidores organizan los productos en categorías; es decir, "posicionan" los productos, los servicios y las empresas dentro de un lugar en su mente. El posicionamiento se puede definir como la imagen de un producto en relación con productos que compiten directamente con él y con respecto a otros productos vendidos por la misma empresa o compañía.

Estrategias de posicionamiento; los especialistas en mercadeo pueden seguir varias estrategias de posicionamiento:

- Los atributos específicos del producto.
- Las necesidades que satisfacen o los beneficios que ofrecen
- Las ocasiones de uso, es decir la época del año en que tienen mayor demanda.
- Las clases de usuarios.
- Comparando con la competencia.
- Separándolo de los de la competencia.
- Diferentes clases de productos.

Con frecuencia los especialistas en mercadeo usan una combinación de estas estrategias de posicionamiento.

La ventaja competitiva: trata del avance que se tiene sobre los competidores ofreciendo más valor en los mercados meta (a los consumidores), ya sea ofreciendo precios inferiores a los de la competencia o proporcionando una cantidad mayor de beneficios que justifique la diferencia del precio más alto. Las únicas dos fuentes generadoras de una

ventaja competitiva son la diferenciación y el liderazgo en costos, los cuales deben ser mantenidos durante el tiempo, de lo contrario, dicha ventaja será comparativa, además de que las empresas hoy en día deben esforzarse cada vez más por conseguir una ventaja que los haga diferentes.

Para poder elegir y aplicar una estrategia adecuada de posicionamiento, cada empresa tendrá que diferenciar lo que ofrece, armando un paquete singular de ventajas competitivas que atraigan a un grupo sustancial dentro del segmento.

Las diferenciaciones más comunes son:

- La diferenciación del producto. ▪
La diferenciación de los
servicios ▪ La diferenciación
del personal.
- La diferenciación de la imagen.

Selección de la ventaja competitiva: Suponiendo que una empresa cuente con muchas ventajas competitivas, tendrá que elegir por cuál o cuáles de ellas usara para su estrategia de posicionamiento. Muchos especialistas en mercadeo piensan que las empresas se deben limitar a promover intensamente un único beneficio para el mercado meta, calificándolo como el "número uno" en cuanto a ese atributo. Puesto que los compradores tienden a recordar siempre al "número uno". No todas las diferencias sirven para diferenciar, por lo que la empresa deberá tener mucho cuidado en la manera en que desea

distinguirse de la competencia. Valdrá la pena establecer una diferencia, en la medida que ésta satisfaga los siguientes criterios:

- Importante: cuando la diferencia ofrece un beneficio muy valioso para los compradores que tiene en la mira.
- Distintiva: cuando la competencia no ofrece dicha diferencia, o la empresa la puede ofrecer de manera distintiva.
- Superior: cuando la diferencia es superior a otras formas mediante las cuales los clientes obtienen el mismo beneficio.
- Comunicable: cuando la diferencia se puede comunicar a los compradores y les resulta visible.
- Preferente: cuando la competencia no puede copiar fácilmente la diferencia.
- Asequible: cuando los compradores tienen capacidad de pagar la diferencia.
- Rentable: cuando la empresa puede introducir la diferencia en forma rentable.

2.9 Comunicación Virtual.

Definición: La Universidad de Umea define la comunicación virtual como "la información, la comunicación y la acción, mediada por las nuevas tecnologías de la información; donde intencionalmente o no, los contenidos, intenciones, o los actores pueden ser inexistentes, distorsionados, sustituidos o creados". Además, la comunicación

virtual es el envío y recepción de mensajes a través de tecnologías de la información, como la publicidad en línea, videoconferencias o mensajería de texto

Propósito: La intención de la comunicación virtual efectiva es enviar un mensaje con precisión, utilizando tecnología que es recibida por el destinatario en una forma comprensible. La comunicación virtual sólo se considera efectiva cuando el mensaje es enviado y recibido con claridad. La comunicación virtual es efectiva cuando se utiliza para educar, construir relaciones, publicidad e inspirar.

Tipos: La comunicación virtual efectiva tiene diferentes formas. Internet es el componente más grande en la comunicación virtual; y es el medio utilizado para mensajes de correo electrónico, videoconferencias, redes sociales y chat en línea. Los mensajes de texto a través del teléfono también se consideran comunicación virtual efectiva. A pesar de que se utilizan principalmente para las relaciones interpersonales, también son utilizados por empresas con fines publicitarios. Debes conocer el tipo adecuado de comunicación virtual para determinar su efectividad. Por ejemplo, si un gerente quiere confrontar a un trabajador, los mensajes de texto no se consideran una comunicación virtual efectiva.

Resultados: La comunicación virtual efectiva proporciona la capacidad de comunicarse de manera más eficiente y rápida. Un resultado exitoso y efectivo de la comunicación virtual incluye un mensaje enviado con claridad a través de la tecnología y recibido con precisión por otra persona. Antes de Internet, la comunicación escrita se

intercambiaba a través de correo tradicional o fax. Con la llegada de Internet y teléfonos inteligentes, la información se puede recibir unos pocos segundos después de su envío.

Consideraciones: La comunicación efectiva virtual es un proceso evolutivo que requiere un ajuste constante basado en las tendencias mundiales actuales y en la tecnología. Lo que puede ser considerado efectivo hoy puede no ser tan eficaz en el futuro. A medida que la tecnología avanza, así también lo hace la comunicación virtual. Por ejemplo, cuando el correo electrónico se introdujo por primera vez al público, fue utilizado principalmente para uso personal. A medida que el mundo de los negocios se dio cuenta de su eficacia y capacidades, los nuevos avances en la dirección de correo electrónico, tales como el acceso móvil o la publicidad por correo electrónico, se convirtieron en la norma.

2.9.1 Herramientas de la Comunicación Virtual.

Una comunicación eficaz requiere de herramientas eficientes para hacer de este un recurso invaluable dentro de cualquier comunidad y más si tomamos en cuenta que la comunicación es uno de los elementos más importantes en cualquier proceso de formación. Las tecnologías de información y comunicación (tic's) son herramientas que permiten dentro de mucho procesar, almacenar, sintetizar, recuperar y presentar información de formas variadas, hoy día contamos con estas herramientas:

- Correo electrónico
- Foro

Chat

- Twitter
- Facebook
- Skype
- Blogs entre otros.

A) Correo electrónico: también llamado e-mail, es un mensaje, carta o información que se manda de una computadora a una dirección de correo específica es uno de los servicios que ofrece internet y además es en gran medida uno de los más utilizados a nivel mundial, su aparición significó el desplazamiento del correo como documento físico. Dentro de sus principales características podemos mencionar:

Es rápido y económico. El envío a cualquier parte del mundo tarda unos segundos en ser recibido, además cuesta lo mismo enviar un mensaje de tres líneas que uno de mil y, el precio es el mismo sin importar el destino.

Permite trabajar directamente con la información recibida utilizando, por ejemplo, un procesador de textos, una hoja de cálculo o el programa que sea necesario, cosa que no ocurre con el correo tradicional o el fax. Es decir, cualquier mensaje se puede modificar, reutilizar, imprimir, etc.

- Puede enviar o recibir mucha información, ya que se pueden mandar archivos que contengan libros, revistas, datos.

- Es multimedia ya que se pueden incorporar imágenes y sonido a los mensajes.

Permite enviar mensajes a grupos de personas utilizando las listas de correo.

- No utiliza papel.
- Puede consultarse en cualquier lugar del mundo.
- Es muy fácil de usar.

B) Foros: los foros son puntos de encuentro disponibles también en internet donde quienes desean comunicarse tienen la opción de compartir información y experiencias, plantear y resolver dudas e intercambiar opiniones sobre temas de interés común dentro de la comunidad formada, los foros están abiertos a la participación de cualquier persona o institución, siempre que se respeten las normas y que se emplee un tono de discusión correcto con los demás participantes. Dentro de sus principales características podemos mencionar:

- Disponen de moderadores o anfitriones
- Cualquier persona puede participar en el foro, siempre que pertenezca a la comunidad de este
- Permite la libre expresión de ideas y opiniones de cada uno de sus integrantes.
- Generalmente es informal

De acuerdo con la actividad anterior, la técnica se llamará foro-debate, cine foro, disco-foro, entre otros.

- Limita el tiempo de las exposiciones.
- Controla la participación espontánea, imprevisible y heterogénea de un público numeroso y desconocido.

C) Chat: es una herramienta de comunicación sincrónica que permite a los participantes comunicarse en tiempo real, todas las personas que están en el chat pueden leer los mensajes de los demás en el momento. Dentro de sus principales características podemos mencionar:

- Posee una gran cantidad de configuraciones
- Existe bajo tiempo de espera gracias a la tecnología del servidor web a un navegador web.
- No es necesario el uso de una base de datos
- Tiene la opción de crear diferentes grupos de usuarios: Invitados, usuarios, súper-usuario, administrador y el ChatMaster.

D) Twitter: esta es una herramienta de comunicación que hoy día se encuentra con un número bastante elevado de suscriptores, Venezuela ocupa el puesto número tres en la comunidad que más utiliza esta herramienta para comunicarse, la interfaz web de twitter está escrita en “Ruby on Rails”, lenguaje de programación orientado a objetos y los mensajes se mantienen en un servidor que funciona con software programado.

E) escala y lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móvil.

F) Facebook: invaluable herramienta de comunicación usada hoy día por una innumerable cantidad de personas debido a su impacto ha permitido que muchas organizaciones se unan a ella para hacer marketing de sus servicios, las unidades de información (ui) contienen en su mayoría una cuenta en esta importante red social porque dentro de mucho les permite llegar más a sus usuarios. Entre los servicios que ofrece Facebook se encuentra:

Lista de Amigos: en esta lista los usuario puede agregar a cualquier persona que conozcan y esté registrada en la red social, es decir que posea una cuenta, es necesario además que se acepte la invitación a formar parte de una lista. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.

Grupos y Páginas: Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente en el que están presentes muchas de las bibliotecas y UI del mundo. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

Muro: el muro (wall) es un espacio con el que cada perfil cuenta y permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación.

G) Skype: es un programa que te permite llamar gratis a cualquier otro usuario de skype, en cualquier parte del mundo. De sus características se pueden mencionar:

- Skype tiene todas las funciones de un teléfono tradicional
- Agrupar contactos bajo un nombre y compartirlos con más usuarios.
- Dispone de un chat donde se pueden enviar mensaje instantáneo a los contactos.
- Se puede establecer una comunicación hasta con 100 personas a la vez (conversación de chat en grupo).
- Videollamadas: Puedes tener videollamadas (siempre y cuando que ambas personas tengan cámaras web)
- Filtrado rápido y marcación rápida: busca contactos de Skype, chats recientes y contactos de Skype rápida y fácilmente, y después introduce su nombre de usuario de Skype para volver a llamarlos de inmediato.

Las comunidades virtuales son esenciales para que exista la comunicación a través de internet, son lugares donde las personas mantienen relaciones sociales, estas utilizan diariamente muchas de las herramientas mencionadas con anterioridad. La meta de la

comunidad es crear valores a través del intercambio entre los miembros al compartir sugerencias o consejos o simplemente al debatir un tema.

Establecer una comunidad virtual puede resultar beneficioso para un sitio web y en este sentido puede ser bastante útil para determinada unidad de información (ui) ya que una comunidad virtual crea entre sus miembros un sentimiento de pertenencia y permite que el sitio web se desarrolle a través de un esfuerzo colectivo, lo que en definitiva incrementa la participación y el aprendizaje por medio de herramientas extendidas desde el portal web. Las comunidades virtuales tienen como función social transformar en el espacio en el que el usuario puede interactuar, desarrollarse y relacionarse con otras personas, constituyéndose así como un instrumento de socialización y esparcimiento por excelencia

2.10 Concepto de Plan de Medios.

La palabra planificar, significa hacer plan o proyecto de una acción, en ese orden de ideas, la planificación de medios consiste en proyectar de manera planificada la difusión, entrega o llegada de los mensajes publicitarios, a través de los diferentes medios, para alcanzar la mayor cantidad de personas ubicadas dentro del marco geográfico en el cual se llevará a cabo la campaña publicitaria.

Recordemos que los medios son todos aquellos de los cuales se vale el creativo publicitario o publicista para hacer llegar los mensajes publicitarios, entre los cuales encontramos: La radio, la televisión, Internet, etc. por ello es importante determinar de manera clara cuales de éstos se utilizaran en cada actividad, contrario de lo anterior, será importante determinar el presupuesto con que se cuenta para el cumplimiento del objetivo,

en especial cuando se trata de medianas o pequeñas empresas, lo cual no implica que no pueda realizar una buena campaña.

Se dispone a la utilización de medios más económicos pero igual de eficaces, se cuenta con excelentes herramientas de trabajo para realizar la planificación de cualquier actividad, el software y hardware es una de ellas, pero a pesar de esta gran ayuda, se necesita de un buen equipo de trabajo dispuesto a dar lo mejor de sí para utilizarla de la mejor forma, proponerse objetivos claros y alcanzables. Si una organización aspira a permanecer sana debe plantearse objetivos realistas y alcanzables.

En definitiva, elaborar una planificación de medios consiste en encontrar la mejor selección de medios y soportes. En un primer momento, deben definirse los objetivos de medios, es decir, el emitido por el anunciante, en concepto de frecuencia, nivel de recuerdo y cobertura para el desarrollo de la estrategia de medios, se recurre a la información recogida de la investigación y de las experiencias de los expertos publicitarios. Se trata de escoger los medios que ofrezcan la respuesta óptima a los objetivos marcados y a la creatividad de los anuncios.

2.10.1 Características del plan de Medios.

Cuando se realiza una campaña y se crea el mensaje, es importante considerar en el proceso creativo las características de los distintos medios. En este sentido la creatividad debe adaptarse no sólo a las condiciones de cada medio, sino a las características que ofrecen los soportes de cada uno de ellos.

El Periódico: Es el medio escrito informativo por excelencia. Sus principales características como medio: Permanencia del mensaje, y su peso informativo.

La Revista: se caracteriza por ser el medio gráfico de mayor calidad y con un nivel más alto de especialización temática. Sus principales características son: Nivel de especialización: distintos tipos de comprador y lector de revistas, eligen la publicación por el tipo de información y por los contenidos. Nivel de estima hacia el medio: quien compra una revista paga un precio que no siempre es bajo, por lo tanto es un medio de colección y un medio de recomendación.

La radio: medio auditivo que se caracteriza por la flexibilidad geográfica y horaria de su transmisión, la recepción individual y cómoda, la Complicidad con el oyente, y la volatilidad del tiempo en la transmisión del mensaje.

La televisión: Es el medio masivo de la entretención. Sus características principales: Carácter audiovisual: la combinación del sonido y la imagen en movimiento multiplica las posibilidades de impacto en la audiencia. Audiencias masivas: es el medio más masivo lo que ofrece a sus mensajes una enorme difusión y notoriedad.

El cine: Es un medio audiovisual, parecido a la televisión, pero que ofrece características diferentes: Las mejores condiciones de recepción: gran pantalla, alta calidad de imagen y sonido, concentración en el mensaje por la proyección a oscuras, etc. Capacidad expresiva: el medio aporta al mensaje no sólo sus condiciones de recepción, sino sus valores expresivos. El hecho es que ningún otro medio de comunicación ha recibido el título de séptimo arte. Bajo nivel de audiencia: el cine no ofrece grandes audiencias desde un punto de vista estrictamente cuantitativo.

Vía Pública: Se trata de un elemento urbano que cumple una función primordial de difusión, aparejada a la decorativa, ya que pasa a ser un componente más del paisaje. Sus mensajes deben responder al instante que les dedicamos cuando caminamos, o pasamos en un medio de transporte: cortos, sintéticos, sencillos e impactantes. La propuesta de este medio responde a una fórmula básica de contacto con las personas que frecuentan determinados lugares, donde viven, trabajan, hacen deporte o se divierten. Para ampliar su zona de influencia, se estudia la ubicación de los mensajes a lo largo de los itinerarios que recorre nuestro público objetivo.

Entre sus características destacan la simplicidad del mensaje, aspecto que responde al tipo de comunicación que se puede establecer en la calle con la audiencia, y el gran alcance de la población local: lo ve todo aquel que pasa al lado de los soportes exteriores, sin embargo, es necesario que haya un contacto visual directo para recibir el mensaje.

Internet: es el medio de comunicación más interactivo y que potencia en el usuario la sensación de intervenir en el proceso de comunicación. Sus principales características: Contacto personal: el internauta accede de manera individual al medio.

2.10.2 Como está conformado un plan de medios.

Su estructura consta de unos hechos previos que lo originan y condicionan o antecedentes; metas que se quieren conquistar u objetivos; caminos entre los cuales se ha optado para alcanzar esas metas o estrategias; de pasos concretos que se tienen que dar con sus fechas, costos, tácticas o presupuestos y finalmente la explicación del porque se eligió un proceso u otro racional, y la verificación de su cumplimiento y resultados.

Capítulo III Metodología.

3.1 Tipo de Investigación.

Se utilizara la investigación exploratoria, ya que esta permitirá recoger los datos y describir los aspectos relevantes de las personas que serán entrevistadas en el entorno que realizan la actividad.

Así como también se utilizara la investigación explicativa y descriptiva, con la cual a través de la entrevista se obtendrá información de forma oral y personalizada que permitirá apreciar por qué se visita un sitio turístico en específico, que se espera de dicho lugar, entre otros aspectos relevantes que pueden ser factibles para la mejoría de un servicio turístico al momento de visitarlo; en este caso obtener valiosa información que nos permitirá tomar en cuenta elementos importantes que ayudarán en la elaboración de la propuesta de plan de medios que se le proporcionara al propietario de Hotel Palo Verde.

3.2 Método de Investigación.

Los sujetos de estudio para esta investigación son: el propietario del Hotel Palo Verde que brindará servicio de manera especial a los surfistas; serán las personas a partir de los 18 años que practican el deporte del surf, se entrevistarán en Playa el Zonte y Playa El Tunco para comparar los resultados. Se pretende para la ejecución de la investigación, trabajar con una muestra representativa que reúna las características principales; ser mayor de edad y practicar el deporte del Surf, sean personas nacionales como extranjeros.

La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados

sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa.

A través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite; si hay interpretación errónea de las preguntas permite aclararla, asegurando una mejor respuesta.

Se podrá definir que la entrevista consiste en obtención de información oral de parte de una persona (entrevistado) lograda por el entrevistador directamente, en una situación de cara a cara, a veces la información no se transmite en un solo sentido, sino en ambos, por lo tanto una entrevista es una conversación entre el investigador y una persona que responde a preguntas orientadas a obtener información exigida por los objetivos específicos de un estudio.

3.3 Procedimiento.

Para recolectar datos se harán entrevistas a los surfistas, y al propietario del Hotel Palo Verde, quien también practica el Surf para comparar más adelante la oferta, la demanda y proponer así un medio adecuado de promoción para el Hotel. Se incluirá surfistas que estén de visita en las siguientes playas: el Zonte por ser esta la zona donde estará ubicado el Hotel y Playa El Tunco por ser una playa popular que es muy visitada por surfistas nacionales y extranjeros.

3.4 Entrevista (Propietario de Hotel Palo Verde).

1. ¿Cómo surge la idea de construir un Hotel en Playa el Zonte?
2. ¿Cuáles serán las características principales del Hotel Palo Verde?

3. ¿Con que áreas contara Hotel Palo Verde?
4. ¿Tendrá áreas accesibles para personas con discapacidad?
5. ¿Cuándo inicio el proyecto de construcción del Hotel Palo Verde y cuando tiene programado Finalizarlo?
6. ¿A qué segmento de turista está dirigido su Hotel?
7. ¿Cuáles son los productos que Hotel Palo Verde ofrecerá al Huésped?
8. ¿Cuáles serán los servicios que ofrecerá a sus huéspedes?
9. ¿Qué actividades ofrecerá Hotel Palo Verde?

3.4.1 Entrevista (Surfistas).

Nombre: Edad: País: Sexo: F M

1. ¿Cuántos años lleva de practicar el surf?
2. ¿Qué playas ha visitado últimamente para surfear?
3. ¿Con que frecuencia le gusta surfear?
4. ¿Que lo motivo a visitar esa playa?
5. ¿A través de que medio conoció acerca de esta playa? Por un amigo, conocido, TV, internet, redes sociales?
6. ¿Ha encontrado dificultad para Hospedarse en dicho lugar?
7. ¿De acuerdo a sus necesidades como surfista, está satisfecho del lugar donde se hospeda?

8. ¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se identifique con el surf? 9.
- ¿Qué recomendaría o que le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?
10. ¿Conoces personas discapacitadas que practiquen el Surf?

Capítulo IV Análisis de resultados.

4.1 Presentación de los resultados.

El siguiente capítulo presenta los datos recopilados por medio de la técnica de entrevista que permite el acercamiento directo con las personas en este caso nuestros interesados los surfistas nacionales como extranjeros, específicamente en playa El Zonte y El Tunco (como una información extra) con el fin de obtener los resultados para nuestro análisis.

Para este medio de investigación se entrevistó a Camilo Menéndez propietario del Hotel Palo Verde y posteriormente dirigimos a los surfistas para captar sus necesidades cuando solicitan hospedarse al visitar playa El Zonte donde estará ubicado dicho hotel.

A continuación se presenta la información recopilada a través de tablas con las respuestas del propietario del Hotel, lo que ofrecerá; juntamente con lo que los turistas demandan, para una mayor comprensión.

4.2 Matriz de resultado.

OBJETIVOS	HOTEL	SURFISTAS	ANALISIS
Objetivo 1 Identificar los elementos de posicionamiento para el hotel palo verde con relación a la demanda del segmento de mercado (surfistas).	• Como surge la idea de construir un hotel en playa el zonte • Cuáles serán las características principales del hotel • A que segmento de turista está dirigido el hotel	• Cuántos años lleva de practicar el surf • Que playas ha visitado últimamente para surfear • Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf	• Las Olas, como elemento permanente en la mente de los turistas. • Hotel temático exclusivo para surfistas. • Tranquilidad con áreas de descanso

OBJETIVOS	HOTEL	SURFISTAS	ANALISIS
Objetivo 2 Determinar la oferta de los productos, servicios y actividades que el hotel ofrecerá a sus huéspedes.	• Tendrá áreas accesibles para personas con discapacidad • Que productos ofrecerá el hotel a su huésped • Que servicios brindara el hotel a sus huéspedes • Que actividades ofrecerá	• Con que frecuencia le gusta surfear • Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar. • Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf • De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda • Que recomendaría o que le gustaría encontrar en un hotel para surfistas	• El hotel cumple con las áreas adecuadas • Cuenta con los servicios que todos los surfistas buscan • Tendrá productos de interés al turista • Toma en cuenta actividades que involucran el medio ambiente y la comunidad, eventos de surf siendo patrocinador de FESASURF

OBJETIVO	HOTEL	SURRFISTA	ANALISIS
----------	-------	-----------	----------

Objetivo 3 Propuesta de las estrategias comunicacionales para dar a conocer al Hotel Palo Verde.	• A través de que medio quiere dar a conocer su hotel • Cuando inicio el proyecto del hotel y para cuando tiene programado finalizarlo	• A través de que medio conoció acerca de esta playa • Que lo motivo a visitar esa playa	• Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Correo electrónico • Medios virtuales: Revistas, Página Web. • Convenio con aeropuertos, agencias de viajes, Tour Operadoras
---	---	---	--

Capítulo V

5.1 Conclusiones.

Al finalizar el trabajo se identificó una serie de conclusiones que definieron algunos puntos de vista respecto al tema. Primeramente fue una experiencia agradable e interesante por lo cual es gratificante para nosotras poder exponer los aportes que consideramos necesarios para ayudar a este nuevo Hotel, tomando en cuenta que cada empresa turística que surge en nuestro país nos acerca más a un mejor El Salvador en turismo, y de ahí nace el compromiso como estudiantes de turismo involucrarnos en esta rama que permite brindar servicio y satisfacción a las personas con experiencias únicas mostrando al mundo que en nuestro país se encuentra originalidad y calidez. En El Salvador todavía no es de conocimiento general a la mayoría de población que las playas que poseemos están siendo admiradas a nivel mundial.

Camilo Menéndez ahora propietario de Hotel Palo Verde se dio cuenta en base a sus experiencias como surfista de que existía una demanda y extranjeros con deseos de vivir experiencias en las playas de este país.

La idea central de esta investigación es poder aportar a Hotel Palo Verde un plan de medios que lo dé a conocer de la manera más conveniente al segmento de turista que ellos tienen definido captar. Dicho esto; a continuación las conclusiones:

1. Se analizó a través de las entrevistas que lo principal que buscan los surfistas son las olas salvadoreñas, esto sería un elemento de posicionamiento como una necesidad que satisface y se ubica con una buena imagen en la mente de este segmento de turista, significa que sí hay un alto grado de interés y es todo un reto para estos deportistas venir a conocer las playas Salvadoreñas como El Zonte, por lo tanto habrá afluencia de turistas surfistas; el Hotel será rentable debido a la demanda de ellos, que poseen el conocimiento del potencial de esta playa, por ello buscaran hospedarse, en el transcurso de todo el año, tomando en cuenta que no hay tanta competencia de alojamiento y menos con las comodidades que Palo Verde ofrecerá a sus huéspedes.

El posicionamiento trata que el mercado de un producto o servicio sea la manera en la que los consumidores definen un producto, es decir el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de competencia.

Dada esta información, se pudo identificar que el hotel cumple con los pasos del posicionamiento con relación a la demanda del segmento de mercado (surfista).

- a. Atributos específicos del producto. ☐ Exclusividad de Surfistas ☐

Ambiente para surfistas.

- b. Las necesidades que satisfacen o los beneficios que ofrece (El Hotel)

☐ Tranquilidad, y áreas de descanso en diferentes áreas del Hotel.

☐ Ambientación con el ámbito del surf

☐ Olas salvadoreñas.

- c. Ocasiones de usos, es decir las épocas del año en que tiene mayor demanda (el Hotel)

- El Hotel no sufrirá el 100% de falta de demanda, ya que los turistas extranjeros visitan de nuestras playas cada vez que ellos tienen vacaciones a su país natal.

- d. Las clases de Usuario

- Hotel Palo Verde se enfoca en un 90% a turistas extranjeros en el segmento de mercado Surfistas.

- 10% turistas surfistas nacionales.

- e. Comparando con la competencia

- La comparación que podemos es que es un Hotel en la misma área de sol y playa como se encuentran los demás restaurantes, hostales, y hoteles.

- f. Separándolo de la competencia.

- Hotel Palo Verde hasta el momento será favorecido ya que no existe una demanda hotelera al 100% en esa zona.

- Será un hotel de calidad, diferente a los demás ya que será un hotel temático basado en el surf, ya que este es un segmento de mercado muy importante.

- Comodidad, tranquilidad, seguridad y lo mejor es el área y lugar de las olas ideales para el surf.

- g. Diferentes clases de producto.

- Boutique
- Llaveros
- Alquiler de tablas
- Camisas

2. Otro factor importante a determinar la oferta de productos y servicios que ofrecería el hotel a sus huéspedes, en las entrevistas decían los surfistas que buscan un espacio de comodidad, descanso, ejecutar el surf, cuidado de sus tablas de surf, servicios de relajación, entre otros; según lo que ofrece Hotel Palo Verde estos servicios se estarían brindando o cubriendo, incluso, se agregan otros servicios y productos extras como tours guiados e inclusión de las personas con discapacidad, ya que contará con una habitación adecuada a sus necesidades, además actividades con la comunidad, por ultimo participando como patrocinador de FESASURF.

3. Se encontró con frecuencia entre las entrevistas que los surfistas habían escuchado o visto fotos acerca de la playa El Zonte a través de conocidos o amigos “boca a boca”, esto quiere decir que la propuesta de plan de medios que se le presentara al Hotel será de gran beneficio para incrementar turistas surf.

5.2 Recomendaciones.

1. Tener cuidado de la imagen que se presentara al turista, que sea acorde o real a lo que se tiene como recurso y a lo que se ofrecerá como servicio, incluye estar de

la mano con el medio ambiente para el mantenimiento de la playa y por supuesto no descuidar el concepto del hotel.

2. Tomar en cuenta los precios económicos que buscan estos surfistas, ya que según lo relatado por ellos, vienen a quedarse días o semanas, en la mayoría de las ocasiones acompañados, lo cual puede causarles un costo alto en su estadía y otro factor es que Playa El Tunco es una playa vecina que posee competencia y lugares cómodos para hospedarse siendo una zona más desarrollada turísticamente.

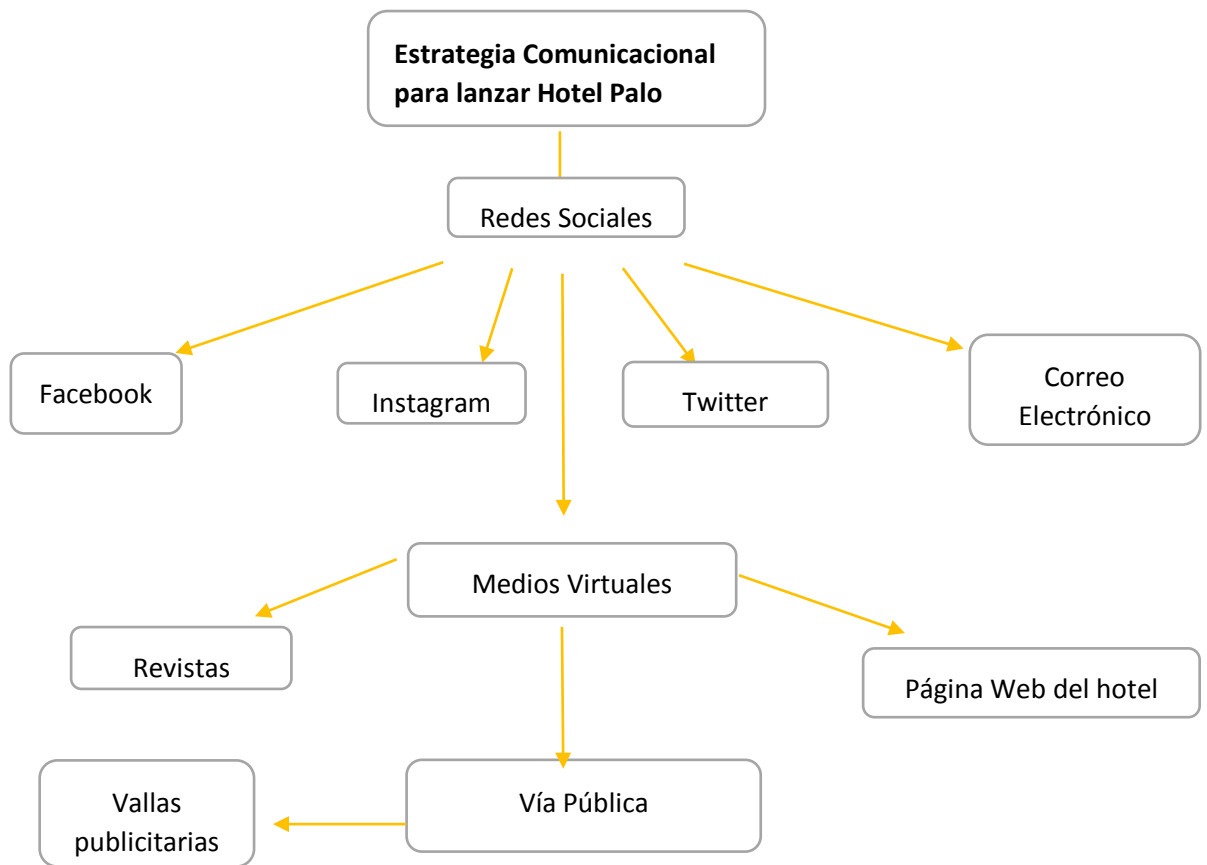
3. Colocar estantería especial para las tablas de Surf de los huéspedes; por ser su principal herramienta para este deporte.

4. Se recomienda que el Hotel tome en cuenta el plan de medios que se presenta a continuación:

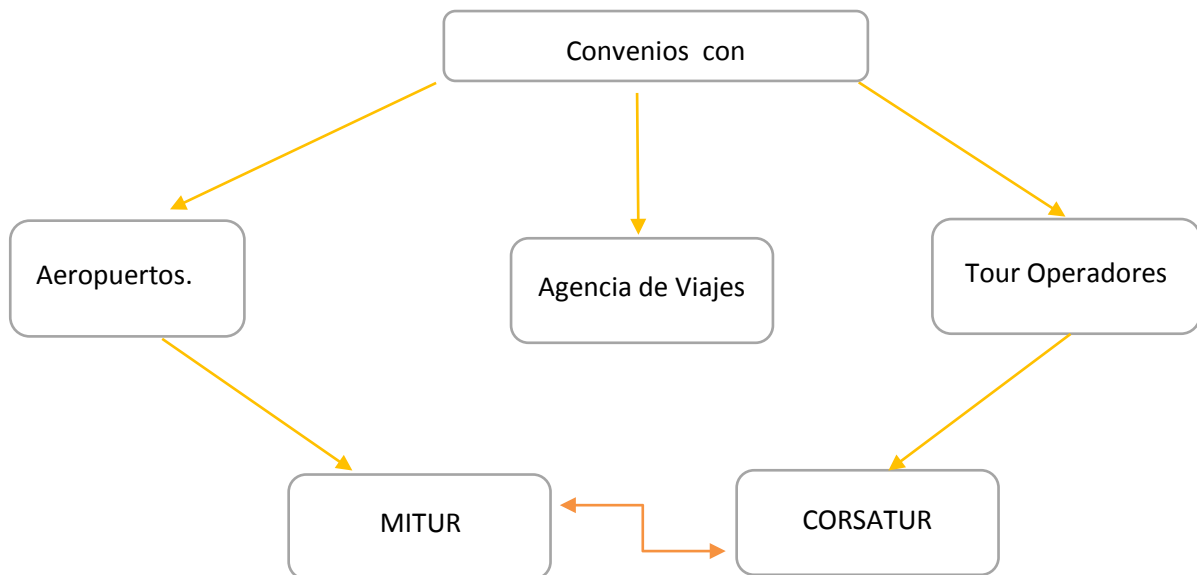
Propuesta de plan de medios para dar a conocer el hotel Palo Verde.

Se recuerda que los medios de comunicación son todos, de los cuales se vale el creativo publicitario o publicista para hacer llegar la publicidad o darla a conocer.

Por ello es importante determinar de manera clara cuales de estos se utilizaran para la propuesta de plan de medios del lanzamiento del Hotel Palo Verde.



Se le recomienda también tener contacto con todas las instituciones involucradas en el desarrollo de este deporte, que su relación sea constante, ya que a través de los medios virtuales que poseen pueden incluir sus redes sociales o le permitan poner un link de su página web y redes sociales.



Se propone este tipo de estrategias comunicacionales porque con la investigación de campo que se realizó se obtuvo información por boca de turistas extranjeros que se les es fácil este tipo de comunicación para enterarse de los lugares hermosos que les brindad y ofrece El Salvador, sintiéndose siempre como en casa.

Glosario:

□ Adhesión: Es la propiedad de la materia por la cual se unen y plasman dos superficies de sustancias iguales o diferentes cuando entran en contacto, y se mantienen juntas por fuerzas intermoleculares.

□ Boom: Crecimiento desmedido y rápido de una actividad económica o financiera, en un breve lapso de tiempo

Boutique: Es un establecimiento comercial pequeño, especializado en artículos de moda y lujo como prendas de vestir y joyería

□ Camping: Lugar al aire libre acondicionado para que acampen en él, a cambio de una cantidad de dinero establecida, turistas y personas en vacaciones; generalmente dispone de instalaciones como lavabos, lavandería, bar, restaurante, etc.

□ COES: Comité Olímpico de El Salvador

□ Comarca: Es una división de territorio que comprende varias poblaciones □

Cresta: Parte más alta de una ola coronada de espuma.

□ Demanda: Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

□ Difusión: Proceso de propagación o divulgación de conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.

□ Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

□ Grill: Utensilio formado por un conjunto de barras metálicas en forma de rejilla y sujetas a un mango que se pone sobre el fuego y sirve para asar o tostar los alimentos.

□ Innovar: Cambiar las cosas introduciendo novedades

Internauta: Persona que utiliza los servicios de internet u otra red informática.

□ Lanzamiento: Acto que busca impulsar algo, con el fin de promoverle o transportarlo para que recorra una distancia.

□ Leva: Mar de fondo es el movimiento de las olas que se propaga fuera de la zona donde se ha generado, pudiendo llegar a lugares muy alejados. También recibe el nombre de mar tendida o mar de leva.

□ Longboard: Es un deporte que se emplea una tabla larga (en inglés: longboard) más larga de lo habitual se utilizan comúnmente para bajar cuestras.

□ Marejadas: La marejada ciclónica es una inundación costera asociada con un sistema atmosférico de baja presión (normalmente, con un ciclón tropical). La marejada ciclónica es principalmente producto de los vientos en altura que empujan la superficie oceánica. El viento hace que el agua se eleve por encima del nivel del mar normal.

□ Necochea: Es una ciudad argentina ubicada en la costa atlántica de la provincia de Buenos Aires. Es cabecera del partido homónimo y posee amplias playas y un importante puerto al encontrarse en la desembocadura del río Quequén Grande y el mar Argentino.

□ Novato: Persona que lleva poco tiempo en un lugar y tiene poca experiencia.

Ocio: Ocio: Actividad a la que se dedican como distracción los momentos de tiempo libre o descanso de las ocupaciones habituales.

□ Oleaje: Movimiento de las olas.

□ Sintéticos: Es un elemento químico que no aparece de forma natural en la Tierra, y sólo puede ser creado artificialmente.

□ Skateboarding: Es un deporte que consiste en deslizarse sobre una tabla con ruedas y a su vez poder realizar diversidad de trucos, gran parte de los trucos es elevando la tabla del suelo y haciendo piruetas con ella en el aire o en el suelo.

□ Snowboarding: Es un deporte extremo de invierno, en el que se utiliza una tabla de snowboard para deslizarse sobre una pendiente cubierta por nieve.

□ Sudestada: Es un fenómeno meteorológico común a una extensa región del Río de la Plata de vientos fríos del sur al cuadrante del sudeste, que satura las masas de aire polar con humedad.

□ Surfear: (Surfeo) El surf es un deporte que consiste en deslizarse en una ola de pie sobre una tabla.

□ Surfistas: Persona que practica el surf.

□ Temático: Conjunto ordenado que se hace u organiza en relación al tema de una cosa o Manifestación social que está dedicada a un determinado tema.

Tour: Es una palabra utilizada internacionalmente para referirse a los viajes ofrecidos por empresas, a las giras de cantantes, grupos musicales o a los viajes ofrecidos por agencias turísticas, cuando incluyen recorridos por una región, un país o varios.

□ Underground: Es un término de origen inglés con el que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios, o ajenos a la cultura oficial (o sea a la cultura principal).

□ Volatilidad: Es una medida de la frecuencia e intensidad de los cambios

del precio de un activo o de un tipo definido como la desviación estándar de dicho cambio en un horizonte temporal específico. Se usa con frecuencia para cuantificar el riesgo del instrumento.

Referencias

Amador Galán, Manuel. (2009). *La Entrevista En Investigación*. Recuperado de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-eninvestigacion.html>

Bligoo. (2011) .*Herramientas de la Comunicación*. Recuperado de <http://www.entornosvirtualesenui.bligoo.com.ve/>

Creative Commons. (2015). *Turismo En El Salvador*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_El_Salvador

Creative Commons. (2011). *Fesasurf*. Recuperado de <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/DGR/0001838-ADTESBF.pdf>

Demand Media, Inc. (2016). *Comunicación Virtual Efectiva*. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/comunicacion-virtual-efectivasobre_380075/

El MARN. (2016). *Pronostico de Oleajes*. Recuperado de <http://www.snet.gob.sv/ver/oceanografia/pronostico/oleaje/>

Fundación Wikimedia, Inc. (2016). *Historia del Surf*. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_surf

Fundación Wikimedia, Inc. (2016). *Surf*. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/surf>

Mejía, Xiomara. (2009). *Imagen Del Destino Turístico*. Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/49161.pdf>

Mercadeo Y Publicidad.com (1999). *Panel de Distribuidores*. Recuperado de <http://mercadeoypublicidad.com/secciones/biblioteca/detalleibiblioteca.php?.recordID=703>

Monografía.com. (2010). *Posicionamiento*. Recuperado de <http://monografia.com/trabajos28/posicionamiento/posicionamiento.s.html>

Publi World. (2012). *Planificación de Medios*. Recuperado de <http://publiworld.buscamix.com/web/content/view/79/199/>

Sánchez, Nuria. (2015). *Turismo Sol y Playa*. Recuperado de <http://es.slidehare.net/mobile/nuriaesmet/trabajo-sobre-el-turismo-soly-playa>

Trip Advisor. (2016). *Restaurantes del Zonte*. Recuperado de <http://www.tripadvisor.co.mx/Restaurants-g303858>

Anexos.



Foto de entrevistado # 1 Jeovany Tejada.



to de entrevistado # 1 Jeovany Tejada.



Foto de entrevistado # 3 Joseph Polesoni



Foto de entrevistado # 4 Sheyl



Foto de entrevistado # 5 Hayla Parton



Foto de entrevistado # 6 Hunter Banashca



Foto de entrevistado # 7 Newton



Foto de entrevistado # 8 William Tejera



Foto de entrevistado # 9 Dennis Atanasio



Imagen propuesta de Rack de pared para dos planchas de surf, para Hotel Palo Verde



Foto #1 construcción de Hotel Palo Verde



Foto #2 construcción de Hotel Palo Verde

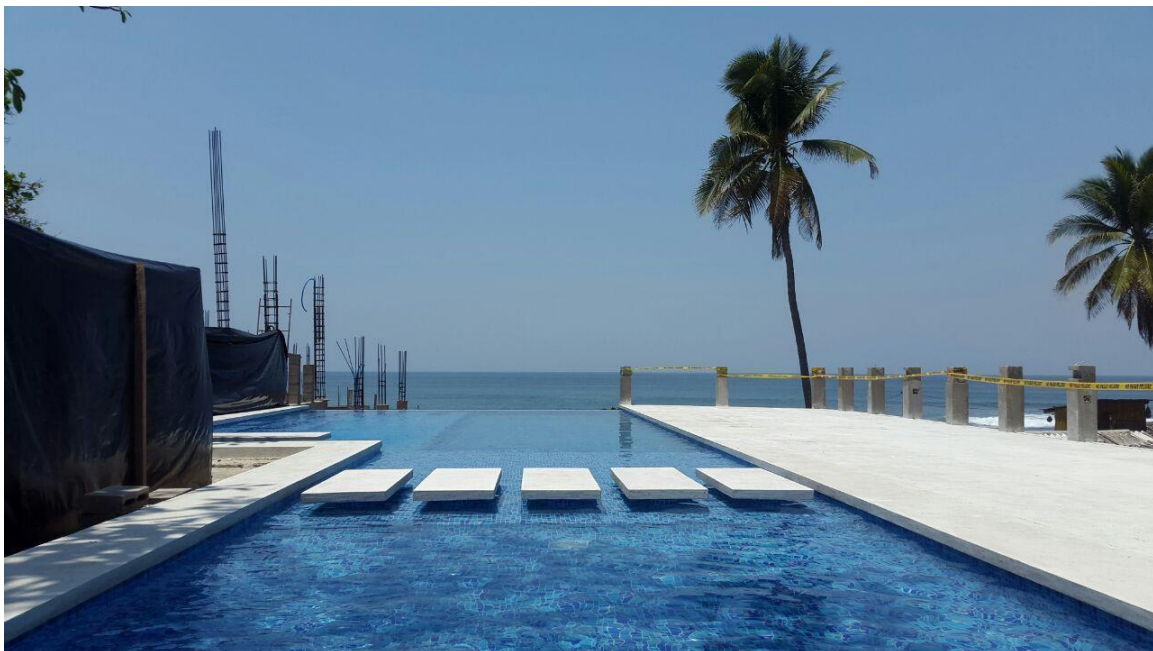


Foto #3 construcción de Hotel Palo Verde



Foto #4 construcción de Hotel Palo Verde



Foto #5 construcción de Hotel Palo Verde



Foto #6 construcción de Hotel Palo Verde

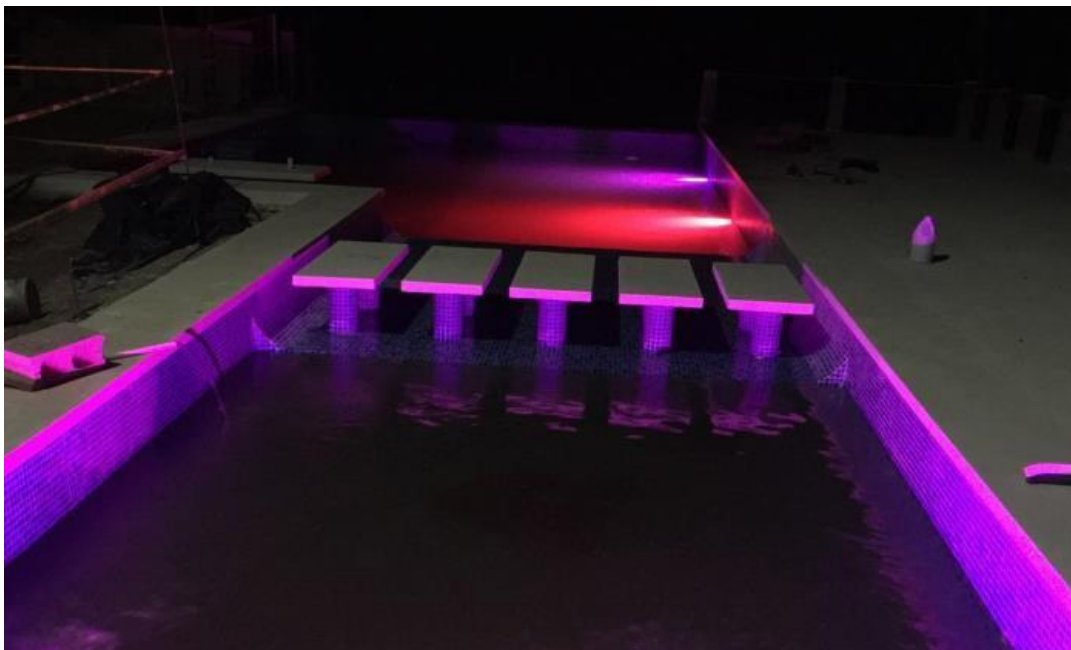
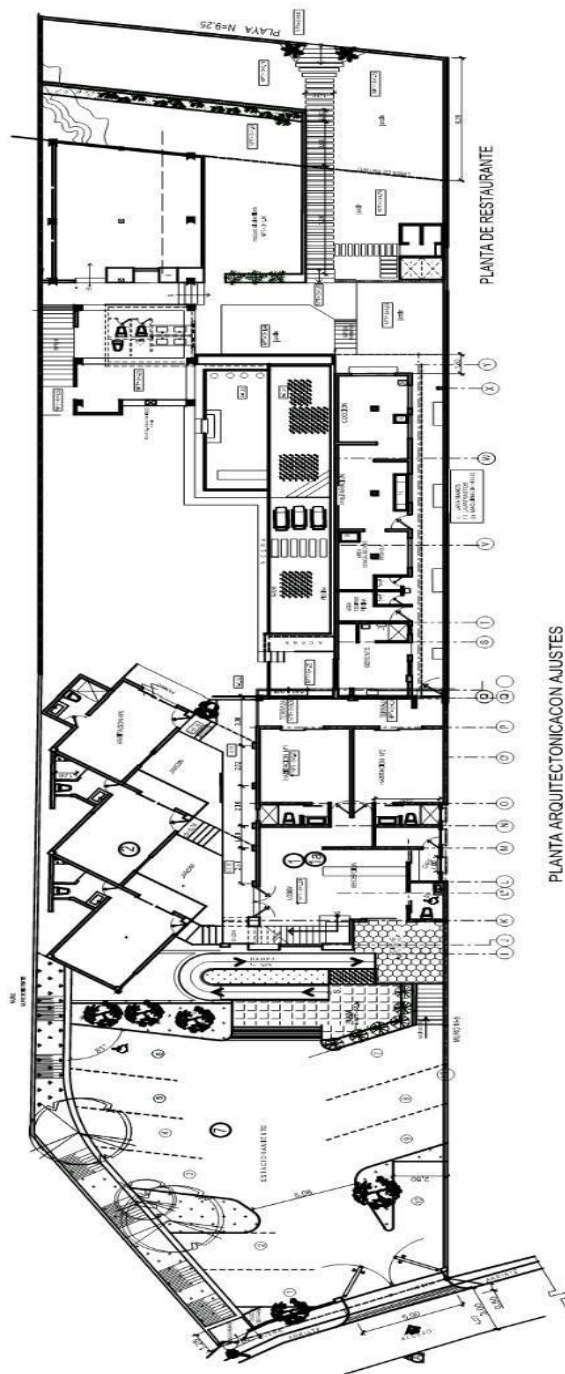


Foto #7 construcción de Hotel Palo Verde



Foto #8 construcción de Hotel Palo Verde



Plano Hotel Palo Verde

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado	Los datos consultados fueron: Nombre	Camilo Menéndez
	Como surge la idea de construir un hotel en la playa El Zonte	Surge al observar la demanda de personas que practican el surf en esa playa.
	Cuáles serán las características principales del Hotel Palo Verde	Estructura moderna y cálida, ambiente amigable con el descanso
	Con que áreas contara el Hotel Palo Verde	Contará con áreas de descanso, bar, jardines, parqueo, restaurante, piscina, 12 habitaciones acondicionadas incluye una habitación para personas con discapacidad, lobby, front desk
	Tendrá áreas accesibles para personas con discapacidad	Si, contara con áreas adecuadas de acceso
	Cuando inicio el proyecto de construcción del Hotel y cuando tiene programado finalizarlo	Empezó en el 2015 desde que se obtuvieron los permisos respectivos que permitían la construcción del edificio está programado terminarlo en el mes de noviembre 2016
	A que segmento de turista está dirigido su Hotel	A jóvenes y adultos que viajan solos o en compañía de sus amigos para practicar este deporte ya sea por diversión o por disciplina deportiva
	Que productos ofrecerá el Hotel al huésped	Camisetas , gorras, stikers, bisutería, artesanías, bloqueadores, jabones, llaveros, accesorios para las tablas
	Que servicios brindara el Hotel al huésped	Aparte de la habitación, alquileres de tabla, clases de surf, clases de yoga, tours a distintitos destinos turísticos, realización de eventos sociales en el Hotel, tours a playas donde se practica surf con circuitos originales, tours de café, contratara guía turistas especializados, servicios de masajes
	Que actividades ofrecerá el Hotel a su huéspedes	Patrocinador de eventos en competencias en FESASURF, campañas de limpieza a beneficio del medio ambiente, actividades a beneficio de la comunidad

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
-----------	-------------------------	---------------------

Generalidades Entrevistado #1	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Jeovany Tejada 29 Años Salvadoreño
	¿Está suscrito o registrado en FESASURF?	Si
	¿Has participado en alguna competencia de surf? ¿Cuales?	Si Categoría Open
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	8 Años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	San Miguel, Las Flores, el Cuco, Punta Roca, El Zonte
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Todos los días, en la mañana y tarde.
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Las buenas olas, El Salvador tiene buenas olas.
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, T.V, Internet, redes sociales?	Amigos en Facebook
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Sí, siempre.
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Sí, eso es lo que busco
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Tranquilidad, descanso
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	Si

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
-----------	-------------------------	---------------------

Generalidades Entrevistado #2	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Adam Bateman 40 Años Estadounidense
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	En utha, no hay playa así que vengo acá a practicar cada dos años durante una semana
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	Hawái, En muchas playas de México, Costa Rica y El tunco
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Cuando tengo
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Cuando yo vivía en Guatemala hace unos años conocí un amigo surfista y me mostro esta playa y desde entonces vengo, porque las olas son famosas a nivel mundial.
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, t.v, internet, redes sociales?	A través de un amigo
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Si cumplen mis necesidades básicas
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Sí, me gustaría
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Buscamos un hotel económico y la mayoría de nosotros queremos algo básico, limpio, cerca del mar.
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #3	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Jhosep Polesoni 38 Canadiense

	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	10 años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	Solamente a El Salvador Playa El Tunco
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	En Canadá no tengo cerca la playa, pero cuando viajo a una playa lo hago todos los días de mi estadía.
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Las Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, T.V, internet, redes sociales?	Conocí acerca de esta playa por un libro que mostraba las buenas olas “la biblia del surf”
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	Me gusta el silencio y acá hay música muy fuerte, entonces cambio mi hotel, cuando eso pasa.
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Sí, siempre le cuento a las personas de este lugar
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si me gustaría
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Me gustaría menos ruido, comodidad y donde colocar mi tabla de surf con seguridad
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No
INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #4	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Cheyl 47 Canadiense
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	Menos de un año
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	Las Flores y El Tunco

	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	De 4 a 5 veces por semana
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Las Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, t.v, internet, redes sociales?	En línea
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Si estoy satisfecha
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	La comodidad y tener segura su tabla
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #5	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Haila Parton 28 años Holanda
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	5 años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	El tunco
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Todos los días cuando me hospedo en esta playa

	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Las Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, t.v, internet, redes sociales?	Por amigos
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No, de hecho es muy fácil
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Sí, me gusta
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Comodidad
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #6	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Hunder Banashca 28 años Estadounidense
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	15 años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	El Tunco
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Los días que me hospedo en la playa
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Las Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, t.v, internet, redes sociales?	Amigos

	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Si
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si me gustaría
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Tranquilidad
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #7	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Newton 55 años Brasileño
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	38 años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	El Zonte, El Tunco, El Espino, El Cuco, Palmarcito
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Todos los días
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	La Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, T,V, internet, redes sociales?	Amigos
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No

	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Sí, los hoteles son cómodos
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Comodidad, guardar segura la tabla de surf
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	Si

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #8	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	William Tejera 55 años Brasileño
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	43 años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	El Tunco, El Zonte, Palmarcito
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Todos los días mientras me encuentre en la playa
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	La Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, t.v, internet, redes sociales?	Amigos
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Sí, es tranquilo, cerca del mar.

	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Algo practico para colocar mi tabla de surf
	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No

INDICADOR	PREGUNTAS DE ENTREVISTA	HALLAZGO O ANALISIS
Generalidades Entrevistado #9	Los datos consultados fueron: Nombre , Edad, Nacionalidad	Denisse Atanasio 40 años Brasileño
	¿Cuántos años lleva de practicar el surf?	17 Años
	¿Qué playa ha visitado últimamente para surfear?	Palmarcito, El Tunco, El Zonte
	¿Con que frecuencia le gusta surfear?	Todos los días
	¿Que lo motivo a visitar esa playa?	Las Olas
	¿A través de que medio conoció acerca de esa playa? Amigos, T.V, internet, redes sociales?	Por medio de amigos
	¿Ha encontrado dificultad para hospedarse en dicho lugar?	No
	¿De acuerdo a sus necesidades como surfista está satisfecho del lugar donde se hospeda?	Si porque busco estar cerca del mar, comida y fiesta
	¿Le gustaría que existiera un hotel donde usted se familiarice con el surf? ¿Porque?	Si me gustaría
	¿Qué recomendaría o le gustaría encontrar en un hotel para surfistas?	Poder descansar en áreas de relajación y que tengan bar

	¿Conoces personas con discapacidad que practiquen el surf?	No
--	--	----