

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



TEMA:

“DISEÑO DE HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LA PROMOCIÓN
TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE SANTIAGO TEXACUANGOS”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

FLORES SANTOS, DANIELA SARAI

LOPEZ GRANADOS, JOSÉ ALBERTO

PÉREZ PÉREZ, MOISÉS ANTONIO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

SEPTIEMBRE 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

PÁGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANO

ING. REBECA GANUZA DE RÁMIREZ

PRESIDENTA

LIC. JENNY FRECH KUAN

PRIMER VOCAL

ING. VIRNA LARISA ALVAREZ AGUILAR

EGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda. Jenny Frech Kuan, Ing. Virna Larisa Álvarez Aguilar, Ing. Rebeca Ganuza de Ramírez, a las 12:30m del día Martes 21 de Junio de dos mil dieciséis.

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

1-José Alberto Granados López	Carnet 06-0260-2014
2-Daniela Saraí Flores Santos	Carnet 06-3213-2014
3-Moisés Antonio Pérez Pérez	Carnet 06-5212-2013

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Diseño de herramienta tecnológica para la promoción turística del municipio de Santiago Texacuango"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

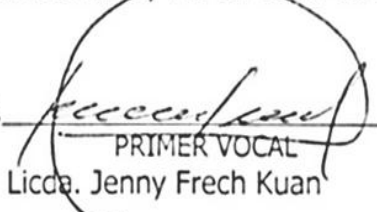
TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

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

Aprobada

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

San Salvador, 21 de Junio de dos mil dieciséis.

F. 
PRIMER VOCAL
Licda. Jenny Frech Kuan

F. 
SEGUNDO VOCAL
Ing. Virna Larisa Álvarez Aguilar

F. 
PRESIDENTE
Ing. Rebeca Ganuza de Ramírez

Índice

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del problema	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
1.3 Justificación	4
1.4 Limitaciones	5
Capítulo II Marco teórico	6
2.1 Antecedentes de Santiago Texacuangos.....	6
2.1.1 Vías de comunicación y como llegar	6
2.1.2 Productividad y comercio.....	7
2.1.3 Cultura, tradiciones y costumbres.....	8
2.1.4 Gastronomía y atractivos turísticos.....	11
2.2 Turismo y sus derivados	12
2.2.1 ¿Qué es turismo?	12
2.2.2 El turismo actual	13
2.2.3 Turismo rural.....	14
2.2.4 Ecoturismo.....	14
2.2.5 Turismo de aventura.....	15
2.2.6 Turismo cultural	15
2.2.7 El futuro del turismo	15

2.3 Que son las TIC y que representan en la vida diaria	16
2.3.1 Tecnologías móviles	17
2.3.2 ¿Qué son las App?	17
2.3.3 Páginas web	18
2.3.4 Las redes sociales	19
2.3.5 Las TIC e Internet	19
2.3.6 Medios de comunicación	20
2.3.7 Dispositivos portátiles	21
2.3.8 Servicios en la nube	22
2.3.9 Sistemas Operativos para dispositivos móviles	22
Capítulo III Metodología	24
3.1 Tipo de Investigación	24
3.1.1 Tipo Descriptiva	24
3.1.3 Cualitativo	24
3.1.4 Cuantitativo	24
3.2 Participantes	25
3.2.1 Población	25
3.2.2 Muestra	25
3.3 Método	26
3.3.1 Encuesta	26
3.4 Técnica	26
3.4.1 Entrevista	26
3.4.2 Cuestionario	27

3.5 Procedimientos	27
3.6 Estrategia de Análisis de datos.....	28
Capítulo IV Análisis de Resultados	30
4.1 Análisis de encuestas	30
4.2 Análisis de entrevistas	51
Capítulo V Conclusiones.....	55
5.1 Conclusiones	55
5.2 Recomendaciones	57
Referencias.....	60
Anexos	63

Introducción

Actualmente el sector turismo es un generador de divisas para los países ya que se ha convertido en un motor esencial, para el crecimiento de la economía de estos; a lo cual El Salvador no se queda atrás ya que año con año mediante esfuerzos conjuntos de los diferentes sectores, están logrando que el turismo crezca y por esto es importante que los 262 municipios identifiquen y fortalezcan el potencial turístico que posee cada uno de ellos, en este caso el trabajo de investigación está centrado en el municipio de Santiago Texacuangos; ya que este municipio tiene abundantes recursos turísticos que necesitan ser aprovechados.

El trabajo de investigación está estructurado en cinco capítulos:

Capítulo I: Se plantea el problema, que en este caso es: Dentro del municipio no se están utilizando de una manera adecuada las TIC para la promoción turística, por lo que se visualiza que el municipio de Santiago Texacuangos no está siendo visitado, no está siendo reconocido por los turistas pese a que este municipio tiene abundantes recursos y atractivos turísticos; para lo que se crea una pregunta de investigación ¿De qué manera es factible dar a conocer los atractivos turísticos del municipio Santiago Texacuangos a la población en general y turistas? lo cual es el porqué de la investigación.

Capítulo II: está estructurado con una base teórica de tres temas principales en los que se exponen: Los antecedentes de Santiago Texacuangos, turismo y sus derivados y que son las TIC y que representan en la vida diaria; ya que esta información es de vital importancia para el desarrollo de todo el trabajo investigativo.

Capítulo III: Se determina la metodología que se utilizó para la realización de la investigación; se diseñaron entrevistas y encuestas para identificar el potencial turístico que posee Santiago Texacuangos, para determinar el nivel de conocimiento que tienen la población acerca de este municipio y si estos conocen o han visto algún tipo de publicidad turística del mismo.

Capítulo IV: Análisis de resultados; al analizar los datos mediante tablas y gráficas de resultados se confirman algunos datos visualizados en el planteamiento del problema, también se creó un cuadro de análisis de las respuestas de las entrevistas para visualizar la concordancia de las respuestas de las personas entrevistadas.

Capítulo V: Se presentan las conclusiones; con los resultados obtenidos se determina que Santiago Texacuangos si posee potencial turístico también que dentro del municipio no se está haciendo un uso adecuado de las TIC para la promoción turística por lo que es poco conocido y visitado por los turistas; la población también aprueba la idea de la

promoción turística de Santiago Texacuangos por medio de una aplicación para dispositivos móviles; lo que es muy positivo para la investigación, luego se diseñaron diversas recomendaciones entre las que destaca la continuidad del proyecto del diseño de la aplicación con contenido turístico para promover al municipio de Santiago Texacuangos; también se sugiere que se incremente el uso de las redes sociales y de páginas web para que la población y turistas tengan más alternativas al momento de informarse sobre este municipio.

Capítulo I Planteamiento del problema

1.1 Planteamiento del Problema

Santiago Texacuangos es un municipio perteneciente al departamento de San Salvador. Según el censo de población y vivienda que se realizó en el año 2007, el número de habitantes en dicho municipio es de 19.428. La palabra “Texacuangos” es un topónimo que significa “Valle de Altas Piedras” o “Lugar Amurallado” y proviene del idioma Náhuat, Tex: piedra; Acu: alto; Ango: Valle. En una pequeña línea del tiempo y formando parte de la historia de Santiago Texacuangos, este ha tenido varias denominaciones como Tequecaquango o Tequezaquango en 1548, Teccacuangos o Teczacuangos en 1575, Teozaquango o Teozacuango en 1577, Tetzacuango en 1586 y Santiago de los Tezacuangos en 1689.

En el sector agrícola cabe destacar los cultivos de distintos tipos de cereales, el grano de café, piña, plátano, naranja, yuca y plantaciones de pepino; también en el sector pecuario tienen con crianza de ganado vacuno, bovino, porcino y aves de corral.

En el sector comercial, existen artesanos que elaboran telas, manteles, mantas y variedad de productos hechos en los telares, calzado artesanal, bolsos, mochilas y productos derivados de los lácteos; también hay pupuserías, tiendas, almacenes y pequeños negocios.

En el ámbito de la cultura, las fiestas patronales se celebran dos veces al año, la principal es en honor a Santiago Apóstol y son celebradas en las fechas del 20 al 25 de julio; las titulares se celebran en honor a San Mateo Apóstol del 18 al 22 de septiembre. En otros cantones se celebran diversas fiestas como la que se realiza en honor a San Francisco de Asís en el cantón El Morro y otra de las celebraciones coloridas es, La Danza de Moros y Cristianos que es llevada a cabo la primera semana de octubre. El personal de la iglesia católica del pueblo organiza este tipo de celebraciones.

Parte de la gastronomía regional en el municipio son los típicos como: Las pupusas, pasteles, empanadas, tamales de gallina, riguas, atol de elote, atol shuco, atol de piñuela, entre otros platillos típicos característicos de El Salvador; pero uno de los platillos más peculiares que se puede encontrar en este municipio es el tamal de pescado, este es muy poco conocido por las personas que no viven en regiones cercanas.

La riqueza turística con la que cuenta Santiago Texacuangos, actualmente no se da a conocer a la población en general, debido a que no se tiene una estrategia de promoción turística adecuada y tampoco se hace uso adecuado de herramientas tecnológicas innovadoras, tales como: Redes sociales, páginas web o App (del inglés application), que permitan mostrar los diferentes atractivos que posee dicho municipio. En una de las redes sociales comúnmente utilizadas existe una fan page, con el nombre del

municipio, pero de acuerdo a datos proporcionados por la Señorita Marcia Ramos miembro de la comisión de turismo, esta no ha sido creada por parte de la alcaldía; por lo tanto no se le da mantenimiento apropiado y no tiene información actualizada, además existe una página web que contiene información general del lugar; pero de igual forma no es administrada por personal de la alcaldía; por lo que se deduce que éstas han sido creadas por algún lugareño aficionado o por hobbie.

(Fundación Wikimedia, Inc., 2016)

Por lo tanto surge la siguiente interrogante

¿De qué manera es factible dar a conocer los atractivos turísticos del municipio Santiago Texacuangos a la población en general y turistas?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Promover el turismo del municipio de Santiago Texacuangos por medio del diseño de una aplicación móvil.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar el potencial turístico que Santiago Texacuangos posee, para poder diseñar una aplicación móvil que permita difundir a este municipio.

- Investigar qué tipo de herramientas utiliza la alcaldía de Santiago Texacuangos para promover el turismo del municipio, además determinar si la población en general conoce los diferentes atractivos turísticos que posee dicho municipio.
- Diseñar una aplicación móvil que contenga los atractivos turísticos del municipio de Santiago Texacuangos que influya directa e indirectamente a impulsar su desarrollo.

1.3 Justificación

En El Salvador se pueden encontrar diversidad de lugares con alto atractivo turístico, muchos de ellos están contemplados como pueblos vivos, algunos de estos pueblos han utilizado diferentes estrategias, para crear una plataforma de desarrollo turístico aprovechando sus recursos. No es el caso de Santiago Texacuangos el cual es un municipio que se encuentra a escasos 13 kilómetros de San Salvador y es un pueblo muy pintoresco que posee muchos atractivos turísticos; pero que hasta el momento ninguna institución gubernamental o no gubernamental ha tomado la iniciativa de promover el turismo a nivel nacional e internacional.

Hoy en día se vive en una era digital en donde las TIC'S (Tecnologías de Información y Comunicación) proporcionan herramientas innovadoras las cuales pueden ser de utilidad para la creación de una plataforma tecnológica para la promoción turística.

Por lo tanto se considera de trascendental importancia, elaborar el diseño de una aplicación móvil como herramienta tecnológica; que permita promover en el corto plazo los diferentes atractivos turísticos con los que dispone el municipio, esto beneficiará a los diferentes sectores productivos de la sociedad de Santiago Texacuangos como: Alcaldía, comercio, empresa privada, merenderos, sector cafetalero, agricultura entre otros y de esta forma impulsar un desarrollo turístico sostenible, que destaque y coloque a este bello pueblo en un lugar visitado por el turista nacional y extranjero generando desarrollo y mejorando la calidad de vida de los habitantes.

1.4 Limitaciones

Limitación espacial: la demarcación geográfica en la que se realizó la investigación se dividió en dos sectores el primero en el municipio de Santiago Texacuangos en el cual se investigó el potencial turístico, recursos y atractivos con los que cuenta y por qué no son ofertados. El segundo sector fue en la Universidad Tecnológica de El Salvador y sus alrededores cuya dirección exacta es; calle Arce No. 1020 San Salvador, en el cual se realizó la investigación a través de encuestas para determinar el nivel de conocimiento que la población tiene acerca del municipio.

Limitación temporal: la investigación se desarrolló durante el período del 16 de febrero al 20 de junio de 2016, lo cual es aproximadamente 4 meses.

Capítulo II Marco teórico

2.1 Antecedentes de Santiago Texacuangos.

Santiago Texacuangos es un municipio que se ubica al sur de la ciudad capital San Salvador, a una distancia relativamente corta de tan solo 13 kilómetros, la demarcación geográfica del municipio cubre un área de 30.5 km². Santiago Texacuangos está limitado al Norte por Ilopango; al Este, por el Lago de Ilopango y San Francisco Chinameca; al Sur, Olocuilta; y al Oeste, Santo Tomás. Para su administración se divide en 5 cantones (El Morro, Joya Grande, Asino, Shaltipa y La Cuchilla) y 20 caseríos. El principal río que atraviesa el territorio es El Sauce (sólo en invierno). En cuanto a su geografía física, carece de grandes elevaciones, pero sí existen pequeñas cimas como Chilcuyo, El Morro y Ojo de Agua, entre otros. Su clima es fresco y agradable, y pertenece al tipo de tierra caliente y templada.

(Fundación Wikimedia, Inc., 2016)

2.1.1 Vías de comunicación y como llegar

Entre las vías de comunicación que tiene el municipio están:

La antigua carretera a Zacatecoluca mejor conocida como calle vieja llegando al desvío de Santiago Texacuangos tomando la carretera panorámica.

Por la autopista a Comalapa saliendo en el retorno hacia Santo Tomas y Santiago Texacuangos se llega al desvío hacia Santiago Texacuangos, en el cual se toma la carretera panorámica la cual atraviesa el centro del municipio.

Por otra parte si se viaja en transporte público existen dos tipos de transporte están los autobuses y los microbuses (Ruta 21), los autobuses llegan hasta la ciudad de San Salvador exactamente a la avenida Cuscatlán; donde hacen su punto de partida con destino para Santiago Texacuangos y los microbuses de igual forma llegan hasta la ciudad de San Salvador, exactamente a la avenida Cuscatlán donde hacen su punto de partida para Santiago Texacuangos, el costo del pasaje aproximadamente es de \$0.30 centavos de dólar en el momento que se realizó la investigación. Lo cual lo hace un transporte muy económico para los turistas que deseen visitar el municipio.

2.1.2 Productividad y comercio

El municipio Santiago Texacuangos se destaca por la laboriosidad de su gente, con relación a la agricultura del municipio destacan el cultivo de: Café, cereales, piña, plátano, naranja, yuca y pepino, entre otros. En el rubro pecuario hay crianza de ganado vacuno, bovino, porcino y aves de corral.

Las industrias principales incluyen la elaboración de telas producidas en telares, colchas de hilo, mantas, muñecas de tusa, productos lácteos,

destacan también la producción de zapato artesanal y la elaboración de carteras y bolsos.

(Artepopular.org, 2006-2007)

(Qumboarte.com, 2015)

En cuanto al comercio está el mercado municipal del municipio, en el cual se comercializa mucho de lo que se produce en el municipio; además en el centro del municipio hay disponibilidad de tiendas, almacenes, pupuserías, y otros pequeños negocios, por parte de la empresa privada aunque ya existe una caja de crédito en el centro del municipio carece de la inversión de más empresas.

2.1.3 Cultura, tradiciones y costumbres

Dentro del ámbito histórico del municipio existen claros indicios que el pueblo de Santiago Texacuangos es originario y descendiente de asentamientos indígenas Náhuatl Pipil, por lo tanto a esto se debe el nombre cuyo topónimo de Texacuangos en Náhuatl y significa «Valle de Altas Piedras» o «Lugar Amurallado» (tex: piedra; acu: alto; angó: valle). Según otra acepción es «Lugar donde abundan los Corrales». En la actualidad se han encontrado accidentalmente piezas y figuras creadas en barro, cerámica por manos de los indígenas que habitaron el sector. En 1740, según el

Alcalde Mayor de San Salvador, en Santiago Texacuangos habitaban trescientos quince indios tributarios.

La actual iglesia católica de Santiago Texacuangos fue construida entre los años de 1958 a 1973 e inaugurada por Monseñor Arturo Rivera Damas el 15 de enero de 1974. En los cimientos de esta iglesia yacen los restos del Presbítero don José Mariano Calderón, quien fue sepultado el 9 de abril de 1826 prócer de la independencia, suscribió el acta de emancipación de Centro América y presidió el primer congreso constituyente del estado.

En Santiago Texacuangos entre los años de 1950 y 1960 se dice que existían al menos 1200 telares de cintura y de palanca; lo cual significaba una considerable generación de producto elaborado con estas herramientas muy rudimentarias; pero efectivas para esa época, en la actualidad este patrimonio del municipio no es muy conocido ya que se ha ido perdiendo con el pasar de los años y los nuevos avances de tecnologías, para la elaboración del producto textil. En la actualidad la Casa de la Cultura del municipio está haciendo un gran esfuerzo, para que este patrimonio no se pierda con ayuda de personas del municipio y organizaciones externas imparten clases de la utilización del telar.

Hablando de la mitología que posee el municipio se pueden mencionar los mitos y leyendas comúnmente conocidas como: El de La

Siguanaba, El Cipitio, El Cadejo, La Taconuda, entre otros; pero el que destaca sobre los demás es el mito del Encanto de la Cuesta del Burro, cuyo origen se da en uno de los cantones del municipio de Santiago Texacuangos exactamente en el cantón El Morro.

Entre las tradiciones más fuertes que posee el municipio están las fiestas patronales que son celebradas por todo el municipio estas son dos y se celebran las principales del 20 al 25 de julio, en honor a Santiago Apóstol; las titulares del 18 al 22 de septiembre en honor a San Mateo Apóstol. Dentro de las fiestas se puede apreciar la tradicional danza de los moros y cristianos mejor conocidos como Historiantes lo cual es un legado de historia por parte de los conquistadores españoles. Además se celebran 11 fiestas o mejor llamadas cofradías en los diferentes cantones o comunidades y van en el siguiente orden.

(García, 2016)

EN HONOR A:	FECHA
Cristo Negro	12 de enero
San Sebastián	20 de enero
San José	19 de marzo
Corpus Cristi	13 de junio
Sagrado Corazón de Jesús	27 de junio
San Francisco de Asís	04 de octubre
Nuestra Señora del Rosario	07 de octubre
Nuestra Señora de Los Desamparados	09 de noviembre
Inmaculada Concepción	08 de diciembre
Nuestra Señora de Guadalupe	12 de diciembre

Las costumbres más enmarcadas en el municipio de Santiago Texacuangos es la recolecta de pólvora; para las fiestas patronales o cofradías, la repartición de atol shuco en tiempo de fiestas patronales, la repartición de tamales y fresco de canela en las cofradías.

(Ramos, 2016)

2.1.4 Gastronomía y atractivos turísticos

Santiago Texacuangos tiene una gastronomía muy compleja que va desde la preparación de los platillos típicos como lo son: las pupusas, pastelitos fritos, empanadas, atol shuco, atol de elote, atol de piñuela, los frijoles acompañados de cuajada y plátanos fritos muy singulares de los pueblos. También se puede disfrutar de los frutos del lago de Ilopango como lo son; las mojaras, guapotes y tilapias, pero lo que más destaca en la gastronomía del municipio por su peculiaridad es el tamal de pescado, la pacaya, rellenos de pacaya y el fresco de canela comúnmente ofrecido en las cofradías.

Entre los atractivos turísticos que posee el municipio se encuentra: El balneario de Joya Grande, en el lago de Ilopango donde hay pequeños merenderos en los cuales se ofrecen variedad de platos de pescados nativos del lago; también se pueden hacer recorridos en lancha para visitar

las islas aledañas o para poder observar la flora y fauna que tienen los 5 kilómetros de orilla del lago de Ilopango, que le pertenecen al municipio de Santiago Texacuangos, también está la plaza pública del municipio; la cual posee una vista amplia de 360° y es visitada por el paisaje que ofrece y por su agradable clima. En este lugar se encuentra la iglesia católica y a los alrededores hay varias pupuserías que gozan de mucha aceptación por los visitantes, por otra parte dentro del municipio se encuentra el complejo deportivo municipal en el que las personas se pueden recrear además de practicar deportes, este está conformado por una cancha reglamentaria de grama sintética para practicar fútbol, dos canchas en la que se puede practicar basquetbol y una piscina.

(García, 2016)

2.2 Turismo y sus derivados

2.2.1 ¿Qué es turismo?

Desde la primera sociedad, el hombre se ha manifestado como un ser móvil por motivos comerciales, de salud, religiosos o por el simple deseo de descubrimiento. Se observa, así, que el turismo es una actividad muy compleja, por lo que encontrar una definición de la misma es difícil.

El turismo no es una industria claramente definida, debido a la fragmentación del producto turístico. Este requiere servicios de alojamiento, transporte, atractivos, de hospitalidad, etc., que son proporcionados por

diversas industrias. Esta fragmentación dificulta la definición de lo que se podría entender por turismo.

El diccionario de la Real Academia de la Lengua define el turismo como <<Afición a viajar por gusto de recorrer un país. // Organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes>>.

Para la OMT (Organización Mundial del Turismo), la definición de turismo supera a la imagen de turismo como vacaciones y son <<todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos>>.

2.2.2 El turismo actual

En la actualidad se está produciendo un cambio en la industria turística. Aspectos como la calidad, la flexibilidad, la sensibilización con los aspectos medio ambientales y la individualización adquieren cada vez mayor importancia. La mayor sensibilidad hacia valores medio ambientales y culturales visitados cuestionan los métodos de producción y consumo de turismo de masas. Los turistas actuales no quieren un paquete turístico estandarizado, rígido y masivo en el que el sol sea el principal atractivo, si no que les gusta sentirse diferentes, prefieren el turismo individualizado y

muestran un interés creciente por la tranquilidad y contacto por la naturaleza, la cultura y la masificación.

Hay una gran demanda de vacaciones simplificadas huyendo de los lugares turísticos por excelencia, poniendo mayor énfasis en regiones o rincones pequeños más que en países. Surgen así oportunidades para el turismo hacia zonas rurales o subdesarrolladas o para el turismo cultural (Gilbert, 1989)

(Henché, 2007)

2.2.3 Turismo rural

Según la OMT, turismo rural se define como “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”.

2.2.4 Ecoturismo

La Secretaría de Turismo de México (2005) lo considera como “Un producto turístico en el que los turistas encuentran sobre todo actividades de recreación en sitios naturales que les permite interactuar con la naturaleza, conocerla, interpretarla y participar en acciones que contribuyan a su conservación”.

2.2.5 Turismo de aventura

Mediano, (2004) define turismo de aventura como “El turista participa de manera activa en el conocimiento del territorio visitado. Se diferencia del turismo ecológico, en este caso la naturaleza es el elemento pasivo, siendo descubierta por el turista quién suele realizar también actividades deportivas y a veces arriesgadas”.

(Arauz, 2010)

2.2.6 Turismo cultural

El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

(Secretaria de TURISMO, 2015)

2.2.7 El futuro del turismo

Como el mundo, está en permanente cambio. Cada vez es más evidente que la especialización gana espacio en el territorio de los viajes y los turistas se agrupan según sus preferencias. El aporte tecnológico para el sector va a ser fundamental a futuro.

La realidad aumentada (gracias a los Smartphone) va a ser, sin dudas alguna, la puerta hacia el futuro de las relaciones virtuales entre el contexto real de los sitios a visitar y la información valiosa que podamos agregarle a esa realidad por medio de dispositivos tecnológicos. Con la ayuda de esta tecnología la información sobre el mundo real alrededor del turista se convierte en interactiva y digital, ayudando así a crear mundos virtuales con información de todo tipo en un ambiente real.

(Dvojak, 2015)

2.3 Que son las TIC y que representan en la vida diaria

Las TIC por sus siglas son Tecnología de Información y Comunicación

Hoy en día las TIC representan diversidades de plataformas que permiten un fácil acceso para la comunicación y socialización de las personas por lo cual estas se han convertido en una parte fundamental a nivel global. Rosario Peña (2013) señala que mientras los adultos utilizan internet para “algo concreto” como la realización de una transacción bancaria, la compra de algún producto online, la consulta de noticias en un periódico o la apuesta en común de intereses en un foro, los niños y adolescentes, en general, utilizan internet para estudiar, charlar, descargar archivos o escuchar música; de hecho, un 75% de los menores y adolescentes afirman que internet les gusta “mucho más que otras cosas”.

Los futuros avances tecnológicos que se vislumbran en torno a la tecnología móvil hacen énfasis, sobre todo, en la telefonía móvil, a consecuencia del amplio mercado de usuarios que demandan este tipo de servicios.

(Peña, 2013)

2.3.1 Tecnologías móviles

La tecnología móvil permite llevar el trabajo a donde quiera que uno vaya (en el carro, en un avión, en el aeropuerto, en un restaurante o en el parque) y ofrece en todo momento la posibilidad de utilizar las aplicaciones instaladas, exponer presentaciones, crear documentos y datos, y acceder a ellos. Significa llevar siempre consigo un dispositivo que contiene información y que permite generar los documentos que se necesitan en todo momento, donde quiera que se encuentre el usuario (Gorricho & Gorricho, 2002).

(Cuervo, Álvarez, & Roa, 2015)

2.3.2 ¿Qué son las App?

Una App es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles o tablets para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional o de ocio y entretenimiento, a diferencia de una webapp que no es instalable.

¿De dónde viene el término de App?

El término App es la abreviatura de Application y como tal, siempre se ha utilizado para denominar a éstas en sus diferentes versiones.

2.3.3 Páginas web

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas.

Un conjunto de páginas web, por lo tanto, forman un sitio web. Las páginas suelen estar reunidas bajo un dominio común para que el sitio en cuestión sea accesible desde una misma dirección en Internet.

La inmensa totalidad de páginas que forman los sitios web dan lugar a lo que se conoce como World Wide Web, Web, Red o, simplemente, Internet, que es el universo virtual donde está reunida la información digital del ciberespacio.

(Definicion.de, 2008)

2.3.4 Las redes sociales

Una red social es una página web que ofrece la posibilidad de interactuar de alguna manera con otros usuarios que también acceden a esa página, para ello, dispone de una serie de servicios y funcionalidades de las que se hacen uso una vez que se tenga el acceso a ella. No es como una página normal a la que se accede, cuya información se ve y se abandona.

Tiene muchas posibilidades y su objetivo es que el usuario permanezca en ella el máximo tiempo posible.

2.3.5 Las TIC e Internet

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) engloban el conjunto de recursos necesarios para la agrupación, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de la información en una diversidad de formatos (texto, imagen y sonido).

Las posibilidades de internet y las TIC son inmensas y están en constante desarrollo. En el mundo de internet se produce y consume todo tipo de información multimedia, y permite la comunicación e interacción entre las personas sin importar el lugar donde estas se encuentren, por lo que es un canal global e interactivo de comunicación.

Algunos ejemplos de recursos a los que se puede acceder mediante internet son: bolsas de trabajo, becas, subvenciones, concursos públicos para empresas, diarios y revistas electrónicas, trámites administrativos, servicios de hemeroteca, cotizaciones de bolsa, banca en línea, información económica, política y social, formación, recursos bibliográficos, mapas, planos y rutas juegos y ocios, recursos literarios, recursos especializados de salud, comercio electrónico, recursos sobre turismo y vacaciones, descarga de archivos, y un largo etc.

(Peña, 2013)

2.3.6 Medios de comunicación

El concepto de medio de comunicación es aquel que se utiliza para designar a todos los soportes en los cuales puede ser transmitida una idea o mensaje. Hoy en día, sin embargo, el concepto es comúnmente relacionable con determinados soportes, más específicamente con los diarios o periódicos, la televisión, la radio, internet, las publicaciones gráficas.

Los medios de comunicación son, tal como lo señala su nombre, un soporte sobre el cual se transmiten ideas de diverso tipo que pueden ser noticias de actualidad, mensajes publicitarios, debates ideológicos, etc. Siempre los medios están transmitiendo un mensaje en un lenguaje o código que debe ser accesible al tipo de público al que se dirigen, razón por la cual hay diferentes lenguajes para diferentes públicos. En la actualidad, los dos

medios de comunicación más consumidos son sin duda alguna internet y la televisión.

(DefinicionABC, 2016)

2.3.7 Dispositivos portátiles

Los dispositivos portátiles o móviles son herramientas de pequeñas dimensiones y peso reducido que son fácilmente transportables, incluso en el bolsillo. Se pueden utilizar mientras son transportados, tienen capacidad de proceso, generalmente pueden ser conectados a una red, disponen de una memoria limitada, están diseñadas específicamente para una tarea (aunque también pueden llevar a cabo otras funciones más generales) y pueden ser conectados a un ordenador.

Típicamente disponen de una pantalla de visualización que puede ser táctil y un sistema de introducción de información que, en general, puede ser la misma pantalla o un mini teclado. Normalmente son de uso individual y el usuario los puede configurar a su gusto; habitualmente no son complicados de operar.

Este tipo de dispositivos se ha convertido en objeto de gran consumo debido a su variedad de utilidades, grandes capacidades, reducidas dimensiones y peso, y precios muy competitivos. Ejemplos de estos

dispositivos son: teléfonos móviles, cámara de fotos, discos duros externos, tarjetas de memorias, agendas electrónicas, etc.

2.3.8 Servicios en la nube

Cloud computing (traducido como computación en la nube) consiste en el desarrollo de aplicaciones que actúan como servicios basados y utilizados exclusivamente en internet, accesibles desde cualquier ordenador que conecte a internet y con cualquier navegador web y lo que es más importante, no es necesario la instalación de ninguna aplicación o software de manera local en nuestro ordenador.

(Peña, 2013)

2.3.9 Sistemas Operativos para dispositivos móviles

Los sistemas operativos usados para los teléfonos móviles, celulares o Smartphone son muchos, pero hay 2 que son los principales y que ocupan casi todo el mercado de la telefonía móvil: Android e iOS. Seguidos pero con mucha diferencia estarían Symbian, BlackBerry OS y Windows Phone.

¿Qué es un Sistema Operativo? Un Sistema Operativo es un Programa (software) que se inicia al encender el ordenador o el teléfono móvil y se encarga de gestionar todos los recursos del sistema informático, tanto de hardware (partes físicas, disco duro, almacenamiento, pantalla,

teclado, etc.) como el software (programas e instrucciones) permitiendo así la comunicación entre el usuario y el ordenador. En definitiva controlan el ordenador, el teléfono móvil o la Tablet y nos permite comunicarnos con ellos de forma sencilla.

- Android: es sistema operativo de Google y es usado por HTC, LG, Motorola, Samsung y BQ.
- iOS: es el sistema operativo de la empresa Apple que utilizan los iPhone y el iPad.
- Windows Phone: desarrollado por Microsoft, es utilizado básicamente por los terminales o Smartphone de gama alta de Nokia.
- BlackBerry OS: desarrollado por RIM (Research In Motion), que también es la empresa fabricante de los BlackBerry. Lógicamente es el sistema operativo utilizado en los BlackBerry, desarrollando así su propio SO móvil.

(Areatecnologia.com, 2016)

Capítulo III Metodología

3.1 Tipo de Investigación

La investigación es de dos tipos: descriptiva, utilizando los métodos cualitativo y cuantitativo.

3.1.1 Tipo Descriptiva

Se describe el potencial turístico que posee el municipio de Santiago Texacuangos y también se identifican las características más representativas de este municipio.

3.1.3 Cualitativo

Es de tipo cualitativo porque a través de la entrevista con personal de la alcaldía de Santiago Texacuangos y casa de la cultura; se obtuvo información de los atractivos turísticos que hay dentro del municipio y se describe cada una de las cualidades más representativas de este municipio.

3.1.4 Cuantitativo

A través del cuestionario se obtuvieron datos concretos acerca del nivel de conocimiento que tiene la población del área de San Salvador y el nivel de aceptación a una herramienta tecnológica con contenido turístico.

3.2 Participantes

Los participantes se dividen en dos sectores poblacionales, los primeros son el personal de la alcaldía de Santiago Texacuangos y casa de la cultura los cuales responderán con opiniones propias al guión de la entrevista, los segundos son la población estudiantil de la Universidad Tecnológica de El Salvador, debido a que en este lugar concurren muchas personas de diferentes edades, ocupaciones y lugar de residencia, lo que aportará a la investigación datos verídicos al responder el cuestionario.

3.2.1 Población

La población a quien se dirigió el cuestionario estuvo conformada por los estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador, pero por políticas propias del staff administrativo no es permitido proporcionar el dato de la población actual, por lo que se decidió trabajar con una población desconocida.

3.2.2 Muestra

Para la aplicación del cuestionario se obtuvo una muestra haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$n = z^2 * p * q / i^2$$

$$n = 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5) / 0.05^2$$

$$n = 3.84 * 0.5 * 0.5 / 0.0025$$

$$n = 384$$

El número de encuestas que se aplicaron es de 384, se considera una muestra muy representativa, para obtener los datos necesarios en la investigación.

3.3 Método

3.3.1 Encuesta

Se realizó una encuesta la cual fue dirigida a la población que concurre en la Universidad Tecnológica de El Salvador con el fin de identificar si estos tienen conocimiento del municipio en estudio en temas relacionados al turismo y para determinar el nivel de aceptación de una herramienta tecnológica con contenido turístico.

Además se realizaron entrevistas dirigidas a personal de la alcaldía de Santiago Texacuangos y personal de la casa de la cultura de dicho municipio.

3.4 Técnica

Para la obtención de los datos se utilizaron dos técnicas:

3.4.1 Entrevista

Se diseñó una guía de entrevista la cual está conformada por 16 preguntas de carácter abierto; mediante la cual se entrevistó a personal de la alcaldía de Santiago Texacuangos, así como también al director de la casa de la cultura de dicho municipio; con el fin de obtener información más concreta y de mayor credibilidad acerca del turismo del municipio y proyectos a futuro para el crecimiento y desarrollo del mismo.

3.4.2 Cuestionario

Se elaboró un cuestionario conteniendo 19 preguntas de carácter cerrado y semi cerrado, el cual fue dirigido a estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador con el objetivo de determinar si conocen el municipio de Santiago Texacuangos turísticamente hablando y saber el nivel de aceptación y conocimiento de aplicaciones para dispositivo móvil con contenido turístico.

3.5 Procedimientos

Paso 1. Elaboración de la guía de entrevistas: dentro de este paso se generó una guía de entrevista la cual fue dirigida a personal de la alcaldía y casa de la cultura de Santiago Texacuangos.

Pasó 2: Elaboración del cuestionario: se diseñó un cuestionario el cual está conformado con preguntas abiertas y semis abiertas y este fue dirigido a la población estudiantil de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Paso 3. Recolección de datos: por medio de las entrevistas y aplicación del cuestionario se realizó la obtención de los datos.

Para aplicar la guía de entrevista, se concertaron citas con personal de la alcaldía de Santiago Texacuangos y se viajó a dicho lugar, para aplicar la guía de entrevista.

La aplicación del cuestionario se realizó dentro de las instalaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador en horas pico y fines de semana.

Paso 4. Tabulación de datos: posterior a la recolección de los datos de las encuestas se procedió a la tabulación de los mismos haciendo uso de la hoja de cálculo Excel, se diseñó una matriz que permitirá vaciar los datos de una forma ordenada, además se realizaron sumatorias automáticas que facilitaron la creación de tablas y gráficos.

Paso 5. Análisis de resultados: dentro de este paso se hizo un análisis de los datos obtenidos por medio de la tabulación y se determinaron los resultados finales.

3.6 Estrategia de Análisis de datos.

Para analizar los datos obtenidos se elaboraron objetivos por cada pregunta del cuestionario de la encuesta, para no perder el enfoque de lo que se desea conocer, además haciendo uso de los programas Word y Excel

se elaboraron cuadros y gráficos que permitieron visualizar de una forma clara y ordenada los resultados obtenidos, luego se procedió a hacer la relación de lo que se espera obtener con lo que realmente se obtuvo y finalmente se escribió el análisis de los resultados.

(Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2006)

(Cerna, 2016)

Capítulo IV Análisis de Resultados

4.1 Análisis de encuestas

1. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Santiago Texacuangos?

Objetivo: Identificar si la población en general ha visitado y conoce el municipio de Santiago Texacuangos.

Tabla I.

Tabla de resultados, pregunta 1.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	117	30%
No	267	70%
Total	384	100%

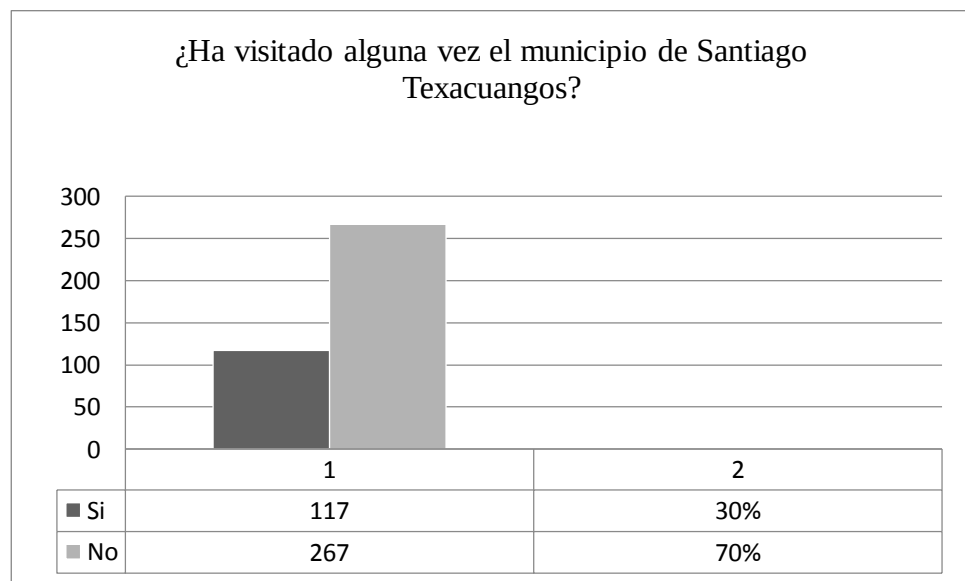


Figura 1.

Análisis: De acuerdo a los datos recopilados, el 70% de la población manifiesta no visitar el municipio de Santiago Texacuangos lo que confirma

la importancia de implementar una estrategia de promoción para dicho municipio.

2. ¿Qué tan a menudo visita usted este municipio?

Objetivo: Determinar la frecuencia con la que la población estudiantil visita este municipio.

Tabla II.

Tabla de resultados, pregunta 2.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Una vez al mes	9	2%
Una vez cada 6 meses	20	5%
Una vez al año	79	21%
Nunca	276	72%
Total	384	100%

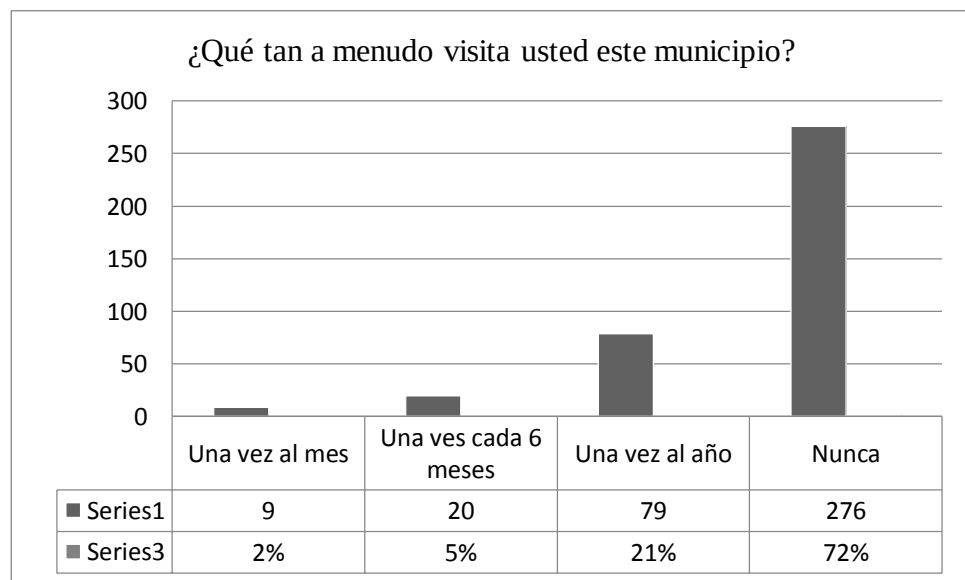


Figura 2.

Análisis: Con los datos obtenidos se observa que un 72% de la población afirma, nunca haber visitado el municipio de Santiago Texacuangos por lo que señala que es un municipio muy poco visitado por la población y turistas.

3. ¿Conoce usted la ubicación geográfica de este municipio?

Objetivo: Determinar si la población encuestada tiene conocimiento geográfico acerca del municipio.

Tabla III.

Tabla de resultados, pregunta 3.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	135	35%
No	249	65%
Total	384	100%

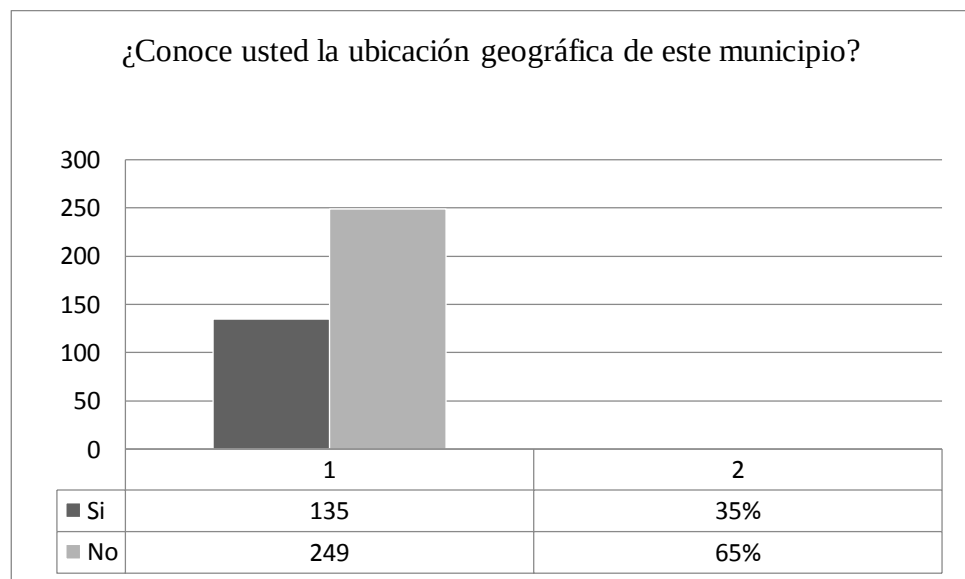


Figura 3.

Análisis: Mediante los datos obtenidos, un 65% de la población manifiesta; no poder ubicar geográficamente este municipio por lo que se deduce que este municipio a pesar que pertenece al departamento de San Salvador las personas no lo saben.

4. ¿Sabe cómo llegar en automóvil a este municipio?

Objetivo: Identificar si la población conoce la ruta de llegada en automóvil.

Tabla IV.

Tabla de resultados, pregunta 4.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	112	29%
No	272	71%
Total	384	100%

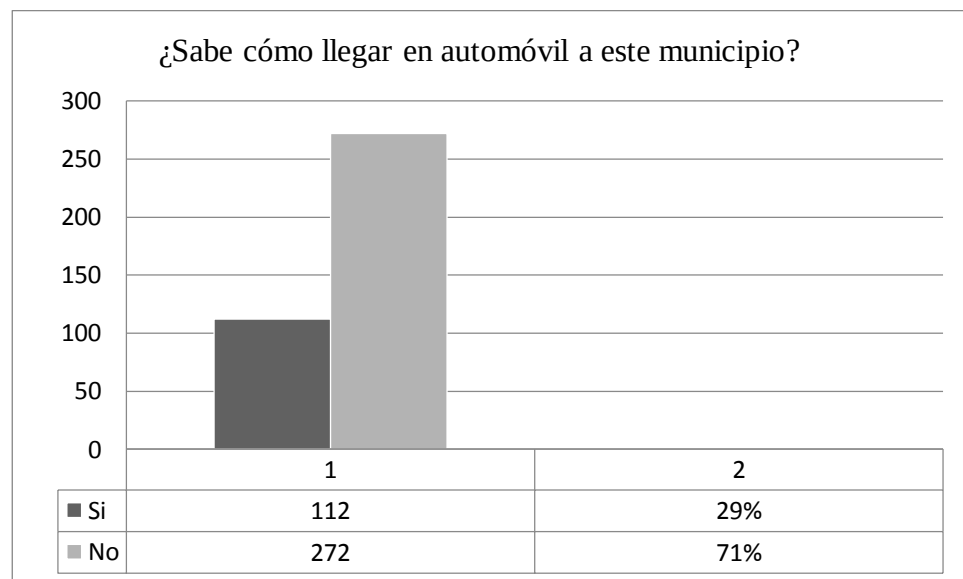


Figura 4.

Análisis: De acuerdo a los datos recopilados se observa que el 71% de la población no sabe cómo llegar a este municipio por medio de automóvil, a pesar que este municipio está a solo escasos 13 km del centro de San Salvador.

5. ¿Sabe cómo llegar en transporte público a este municipio?

Objetivo: Identificar el porcentaje de población que sabe cómo llegar en transporte público.

Tabla V.

Tabla de resultados, pregunta 5.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	87	23%
No	297	77%
Total	384	100%

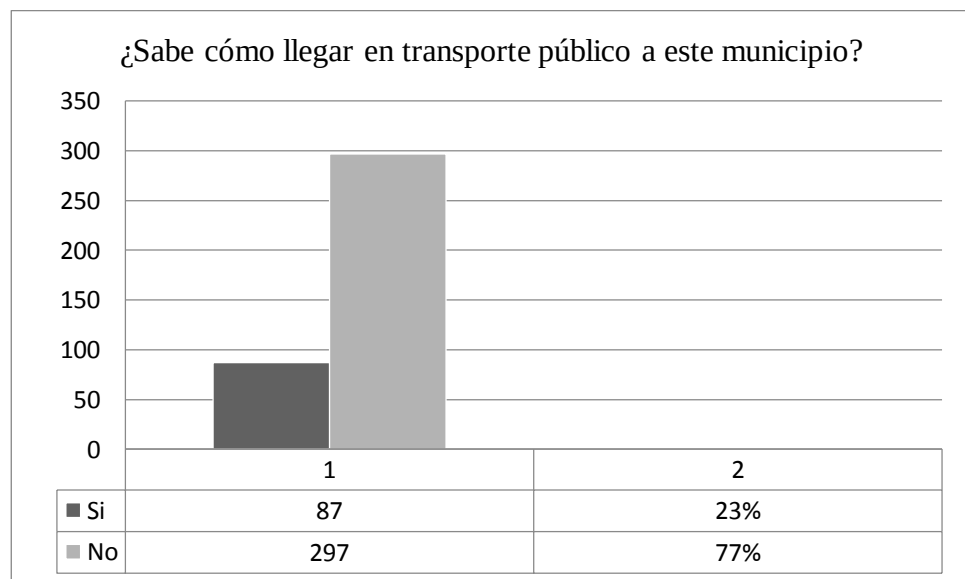


Figura 5.

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos se observa que el 77% de la población no tiene idea alguna de cómo llegar a este municipio utilizando el transporte público a pesar que para llegar a este municipio es relativamente fácil ya que del centro de San Salvador solo se aborda una unidad de transporte público.

6. ¿En alguna ocasión ha visto o escuchado publicidad turística sobre este municipio en los medios que se mencionan a continuación? Señale en cual/es.

Objetivo: Recopilar datos sobre si la población encuestada ha visto alguna vez algún tipo de publicidad turística en alguna de las herramientas que se mencionan.

Tabla VI.

Tabla de resultados, pregunta 6.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Redes sociales	64	16%
Sitios web	27	7%
Televisión	93	23%
Radio	19	5%
Periódicos	19	5%
Brochure	12	3%
Otros	5	1%
Ninguno de los anteriores	172	42%
Total	411	100%

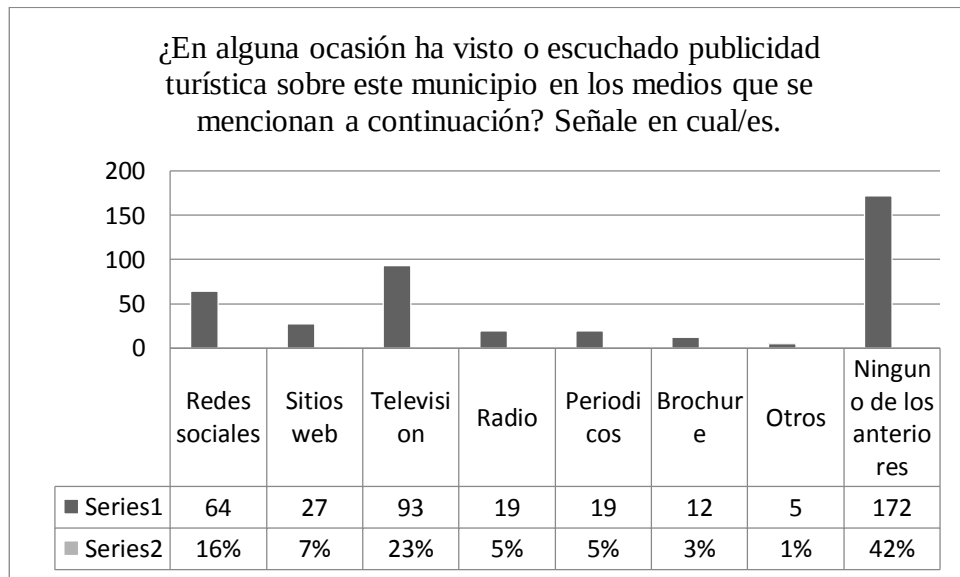


Figura 6.

Análisis: Mediante los datos obtenidos con la población encuestada se observa que el 42%; de esta no ha visto o escuchado publicidad de este municipio por ninguno de los medios lo que confirma que este municipio necesita hacer mayor uso de las herramientas publicitarias para crear oferta turística.

7. ¿Conoce los tipos de turismo que existen en Santiago Texacuangos?

Objetivo: Verificar si la población tiene alguna idea sobre los tipos de turismo que existen en el municipio de Santiago Texacuangos.

Tabla VII.

Tabla de resultados, pregunta 7.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
------------	----------	------------

Si	55	14%
No	329	86%
Total	384	100%

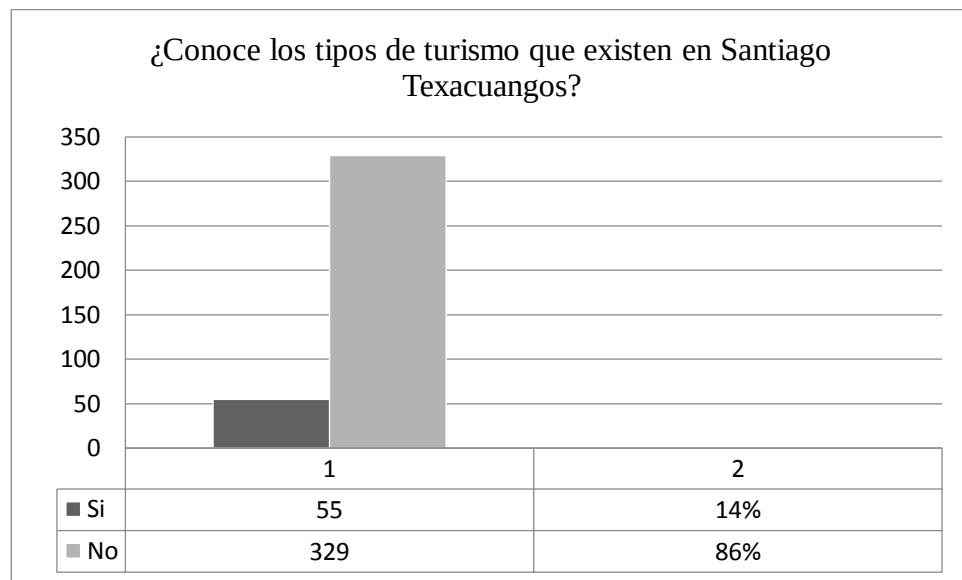


Figura 7.

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que el 86% de las personas, no tienen idea alguna sobre los tipos de turismo que existen en Santiago Texacuangos y el otro 14% tienen una idea un poco limitada ya que dentro de las respuestas incluía un literal en el cual el encuestado podía mencionar los tipos de turismo que conocen y dentro de este contexto fueron mencionados solo, el paisajismo y el turismo cultural.

8. Entre los diferentes tipos de turismo que existen ¿Cuál estaría dispuesto a practicar de los que se mencionan a continuación?

Objetivo: Identificar cual o cuales son los tipos de turismo que a la población le gustaría practicar dentro de Santiago Texacuangos.

Tabla VIII.

Tabla de resultados, pregunta 8.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Turismo rural	32	8%
Turismo de aventura	221	52%
Paisajismo	46	11%
Turismo cultural	58	14%
Ecoturismo	69	16%
Total	426	100%

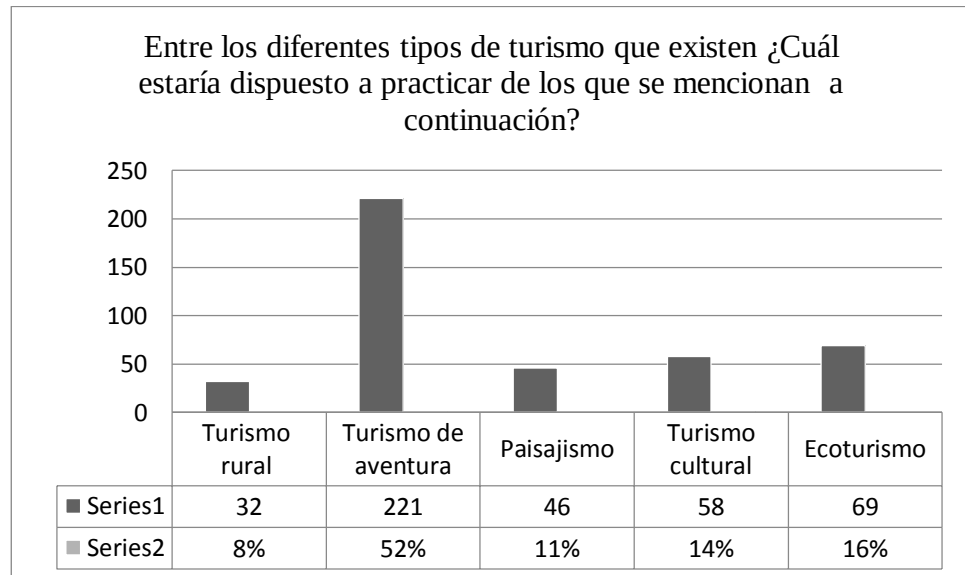


Figura 8.

Análisis: Por los datos recopilados se observa que 5 de cada 10 personas preferirían practicar turismo de aventura dentro de este municipio; siendo este el tipo de turismo que predomina en los gustos de la población, por otra parte al ver los datos de cantidad de respuestas en la tabla, sobrepasan el tamaño muestral que es de 384 ya que un porcentaje de la población encuestada eligió más de una de las respuestas.

9. ¿Posee usted un dispositivo Smartphone?

Objetivo: Obtener el porcentaje de personas que poseen un dispositivo Smartphone.

Tabla IX.

Tabla de resultados, pregunta 9.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	337	88%
No	47	12%
Total	384	100%

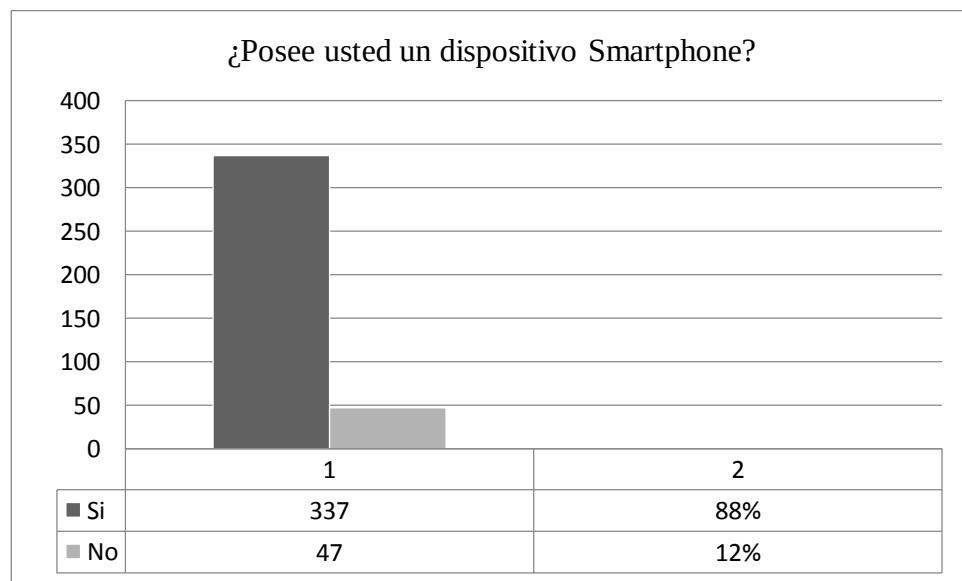


Figura 9.

Análisis: Mediante los datos obtenidos se puede observar que un 88% de la población posee un dispositivo Smartphone; por lo que se deduce que existe una alta probabilidad que la población tenga acceso a una aplicación para dispositivos móviles.

10. ¿Qué tipo de sistema operativo posee su móvil?

Objetivo: Identificar cuál de los sistemas operativos es más utilizado por la población encuestada.

Tabla X.

Tabla de resultados, pregunta 10.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Android	321	84%
IOS	36	9%
Windows Phone	10	3%
Otros	17	4%
Total	384	100%

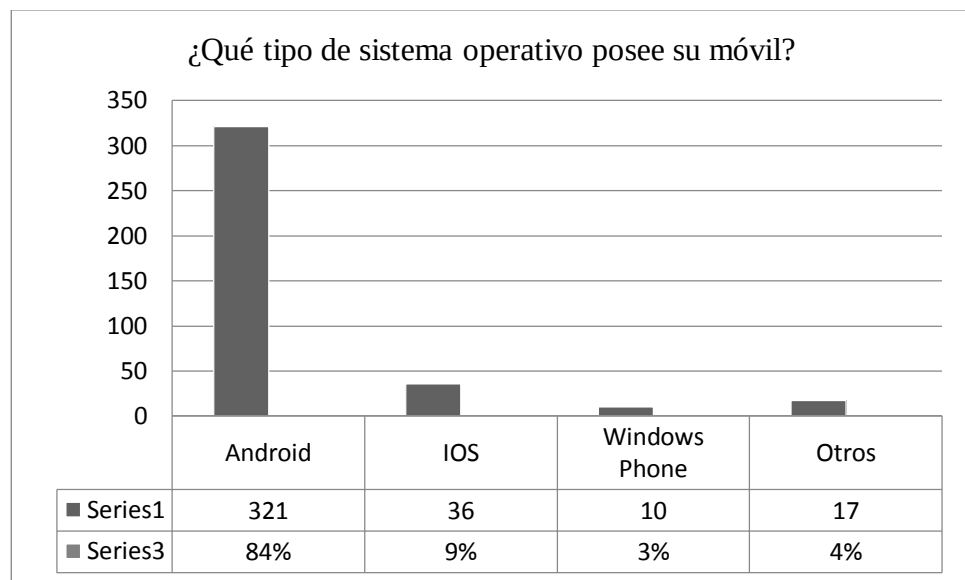


Figura 10.

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos se puede ver que un 84% de la población poseen un dispositivo con un sistema operativo Android; lo cual señala que al momento de crear una aplicación con contenido

turístico lo ideal sería diseñarla para este sistema operativo con compatibilidad para los otros sistemas operativos mencionados.

11. ¿Tiene conocimiento de lo que es una aplicación, para dispositivos móviles?

Objetivo: Medir mediante la interrogante si la población encuestada Tiene conocimiento acerca de las aplicaciones para dispositivos móviles.

Tabla XI.

Tabla de resultados, pregunta 11.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	354	92%
No	30	8%
Total	384	100%

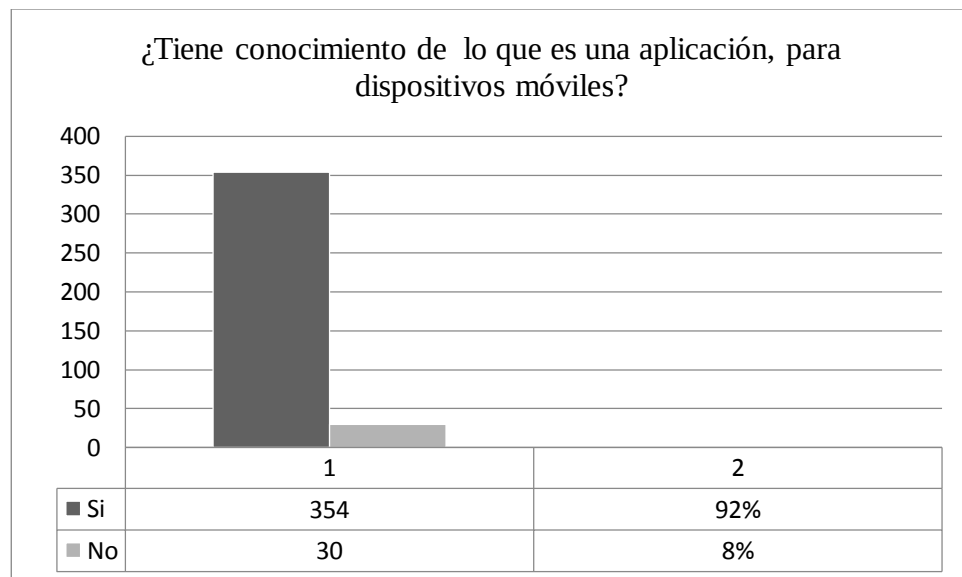


Figura 11.

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos se logró medir que un 92% de la población sabe lo que es una aplicación para dispositivo móvil; por lo que es muy probable que la aplicación sea aceptada.

12. ¿Usted hace uso de aplicaciones para su dispositivo móvil?

Objetivo: Identificar el porcentaje de la población encuestada que utiliza aplicaciones en sus dispositivos móviles.

Tabla XII.

Tabla de resultados, pregunta 12.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	353	92%
No	31	8%
Total	384	100%

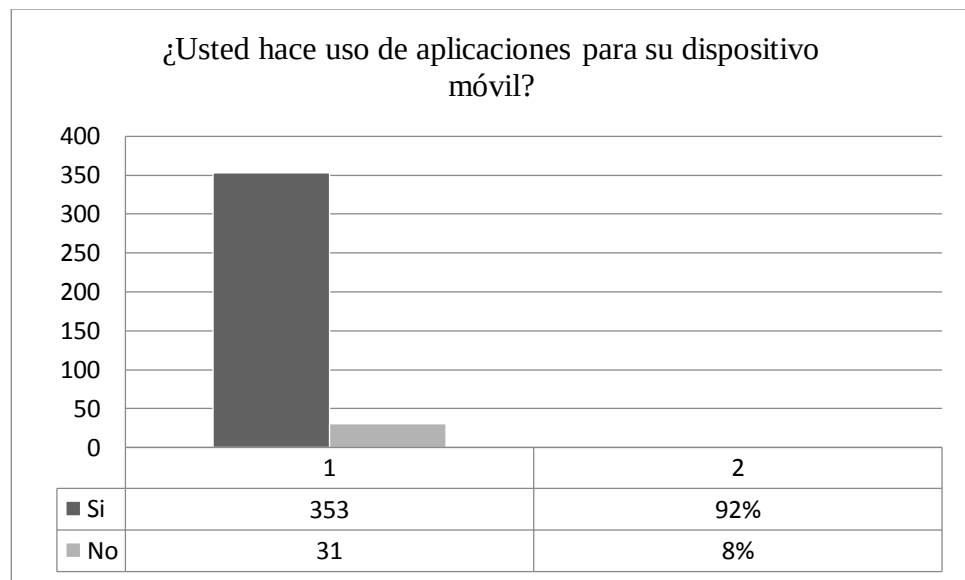


Figura 12.

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que 9 de cada 10 personas utilizan aplicaciones en su vida diaria; lo que significa que este tipo de herramientas tecnológicas están causando un impacto positivo para la población.

13. ¿Cuál es la frecuencia con la que se conecta a internet mediante un plan de datos?

Objetivo: Identificar la frecuencia con la que la población encuestada se conecta a internet mediante el uso de un plan de datos en su dispositivo móvil.

Tabla XIII.

Tabla de resultados, pregunta 13.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	214	56%
Regularmente	145	38%
Nunca	25	7%
Total	384	100%

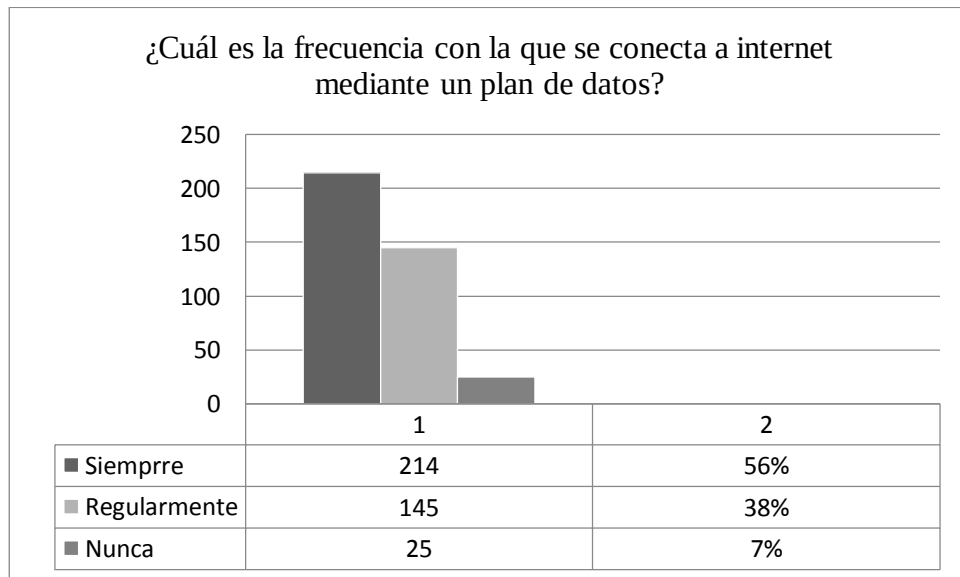


Figura 13.

Análisis: Los datos obtenidos señalan que el 56% de la población siempre están conectados a internet, por medio de un plan de datos lo que indica que la población está constantemente activa en internet desde sus dispositivos móviles.

14. ¿Cuál es la frecuencia con la que se conecta a internet mediante una red wifi?

Objetivo: Identificar la frecuencia con la que la población encuestada se conecta a internet mediante el uso de una red wifi en su dispositivo móvil.

Tabla XIV.

Tabla de resultados, pregunta 14.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	212	55%
Regularmente	150	39%

Nunca	22	6%
Total	384	100%

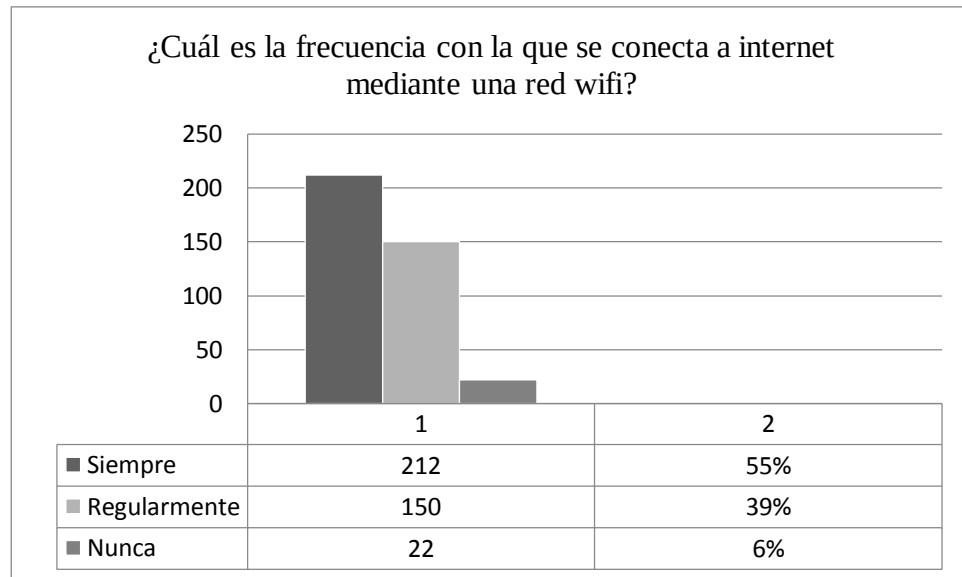


Figura 14.

Análisis: Los datos obtenidos señalan que el 55% de la población siempre están conectados a internet por medio de una red wifi; lo que significa que en la actualidad es más accesible para la población conectarse a internet desde sus dispositivos móviles y hacer uso de las TIC.

15. ¿Tiene conocimiento de aplicaciones para dispositivos móviles con contenido turístico?

Objetivo: Medir el porcentaje de la población que conoce alguna aplicación con contenido turístico.

Tabla XV.

Tabla de resultados, pregunta 15.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	88	23%
No	296	77%
Total	384	100%

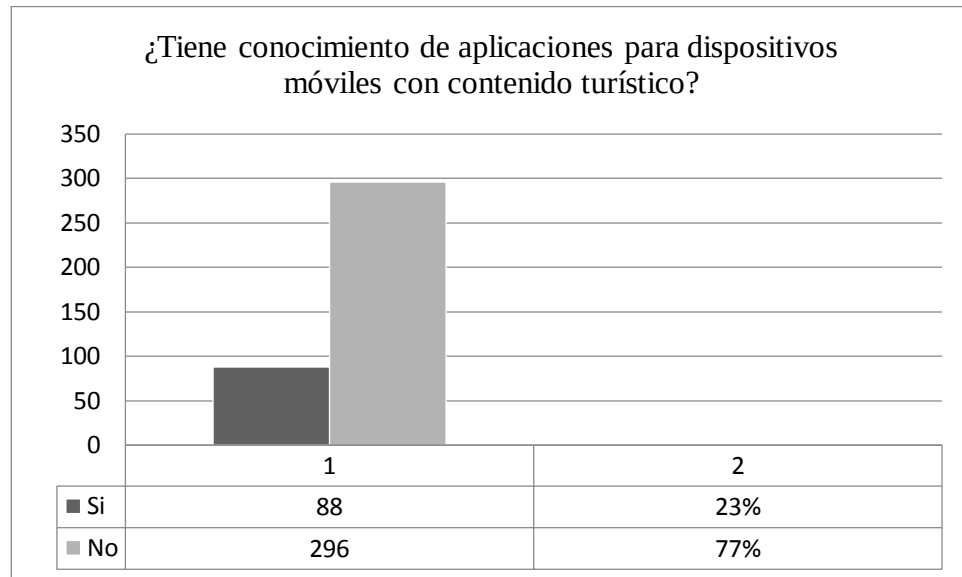


Figura 15.

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos un 77% de la población no conoce aplicaciones con contenido turístico, por otra parte el otro 23% señaló conocerlas y dentro de las respuestas había un literal en el que el encuestado podía mencionar las aplicaciones que conocían y dentro de estas las mencionadas fueron aplicación de MITUR, El Salvador Travel y Trivago lo que confirma que es necesario e importante la creación de más aplicaciones con contenido turístico.

16. ¿Usted estaría dispuesto a descargar una aplicación, para dispositivo móvil en la cual se promueva el turismo del municipio de Santiago Texacuangos?

Objetivo: Determinar si es factible la idea de promocionar turísticamente un municipio por medio de una aplicación móvil.

Tabla XVI.

Tabla de resultados, pregunta 16.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	189	49%
No	41	11%
Probablemente	154	40%
Total	384	100%

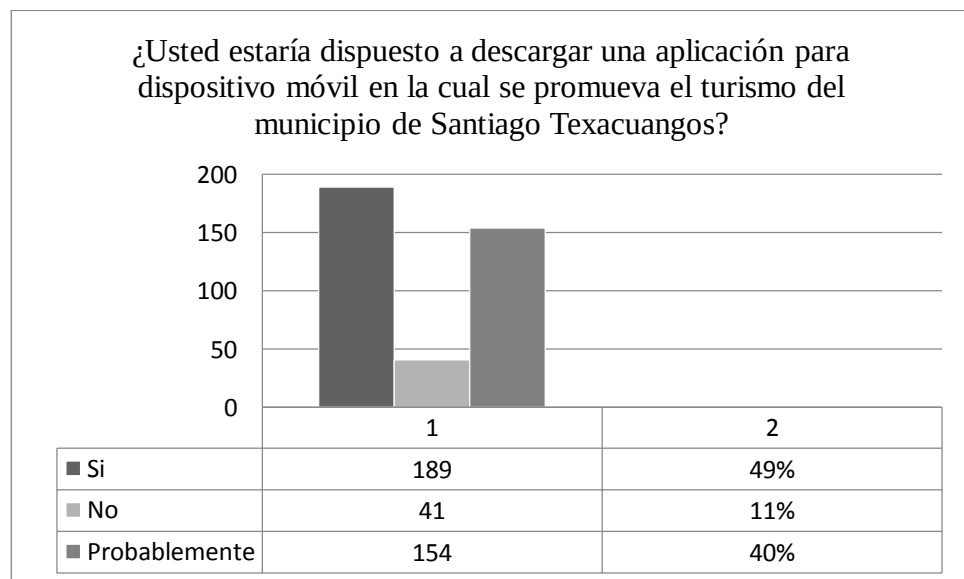


Figura 16.

Análisis: Los datos obtenidos señalan que el 49% de la población si estarían dispuestos a descargar una aplicación, en la cual se promueva el

turismo del municipio de Santiago Texacuangos lo cual confirma que la idea de diseñar una aplicación para la promoción turística de esta municipio si es factible ya que tiene aceptación por la población.

17. ¿Considera usted que una aplicación para dispositivo móvil podría dar a conocer turísticamente el municipio de Santiago Texacuangos?

Objetivo: Obtener la opinión de la población acerca de la promoción turística a través de una aplicación móvil.

Tabla XVII.

Tabla de resultados, pregunta 17.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	328	85%
No	56	15%
Total	384	100%

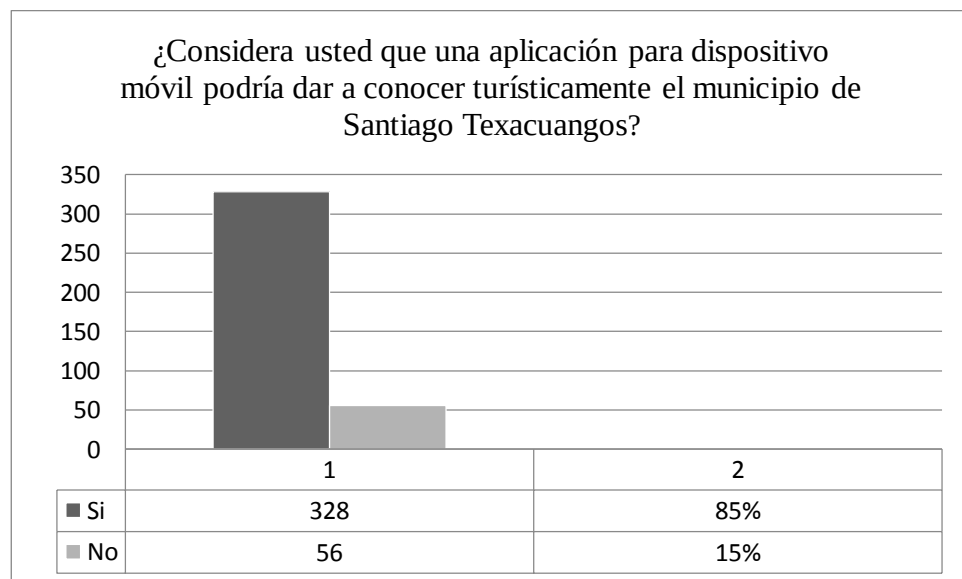


Figura 17.

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos un 85% de la población declaran que una aplicación, para dispositivo móvil si puede dar a conocer turísticamente al municipio de Santiago Texacuangos, lo que señala el nivel de aprobación y aceptación que la población tendría a la idea de hacer promoción turística por este medio.

18. ¿Cuáles de las siguientes áreas considera usted que debería dar a conocer una aplicación turística?

Objetivo: Identificar el tipo de información que debería incluirse en la aplicación.

Tabla XVIII.

Tabla de resultados, pregunta 18.

Respuestas	Cantidad	Porcentajes
Naturaleza	98	24%
Gastronomía	56	14%
Actividades religiosas y culturales	24	6%
Todas las anteriores	228	56%
Total	406	100%

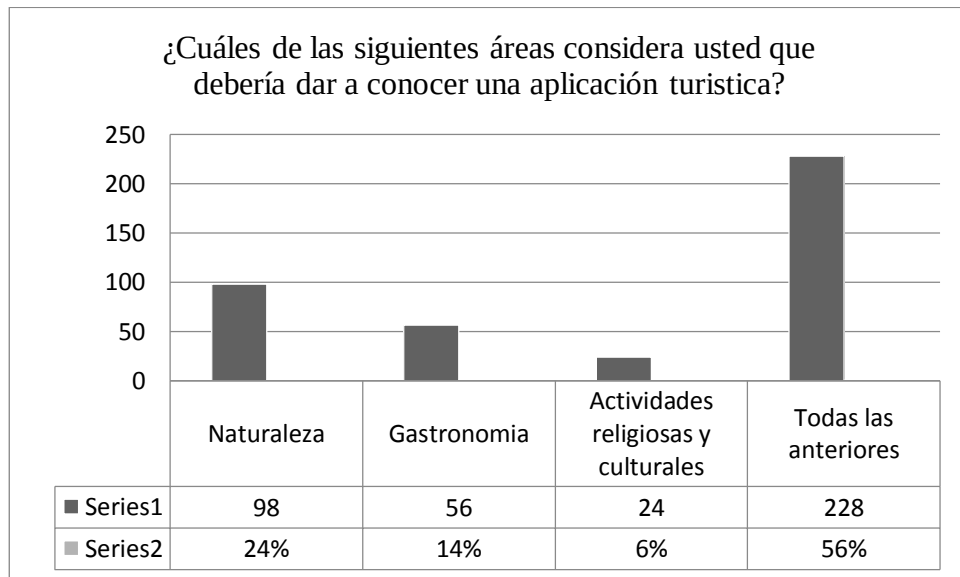


Figura 18.

Análisis: De acuerdo a los datos recopilados, un 56% de la población señala la respuesta Todas las anteriores, lo que indica que el interés de las personas estaría enfocado en todas las áreas mencionadas.

19. ¿Daría a conocer una aplicación relacionada al turismo de un municipio con sus amigos/as y conocidos?

Objetivo: Medir el porcentaje de la población encuestada que le haría publicidad a una aplicación móvil con contenido turístico de un municipio.

Tabla XIX.

Tabla de resultados, pregunta 19.

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	358	93%
No	26	7%
Total	384	100%

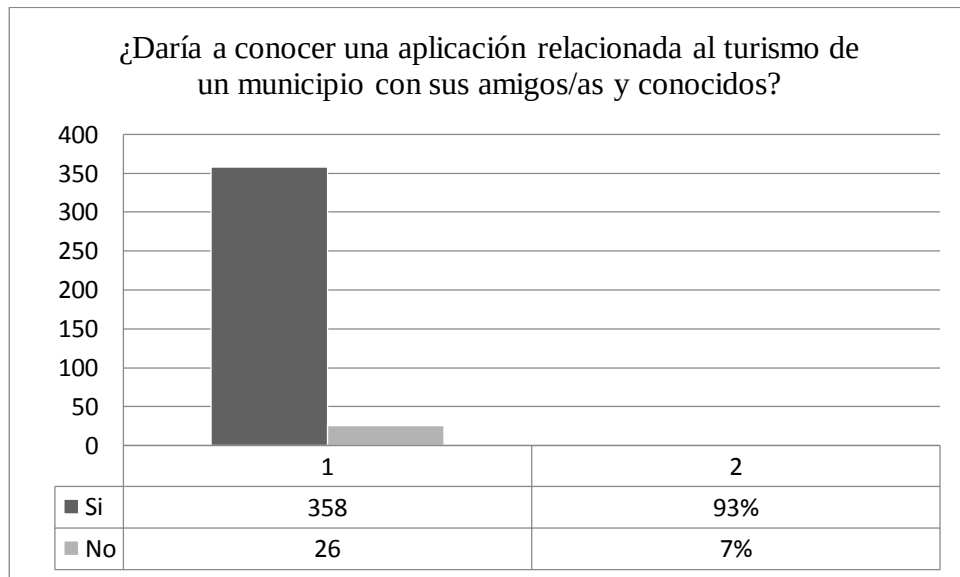


Figura 19.

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos se observa que un 93% de la población si, estaría dispuesta de dar a conocer una aplicación con contenido turístico con sus amigos y conocidos, lo que significa que sería fácil de dar hacerle publicidad de boca en boca a una aplicación relacionada al turismo, por lo tanto sería una estrategia eficaz el crear una aplicación turística.

4.2 Análisis de entrevistas

Dentro de la investigación realizada, por medio de las entrevistas a las distintas personas se obtuvieron diferentes puntos de vista. Las interrogantes se elaboraron de acuerdo a los objetivos específicos establecidos en el documento con el fin de conocer las opiniones de personas influyentes dentro del municipio.

Por opinión propia de los tres entrevistados se identificaron cuáles son los potenciales turísticos que posee Santiago Texacuangos, cuales son las herramientas publicitarias que utiliza la alcaldía para promocionar el turismo del municipio y se hizo mención sobre la idea de crear una aplicación móvil con contenido turístico.

Tabla XX

Tabla de resultados de entrevistas, análisis de respuestas.

Preguntas de entrevistas	Concordancia en respuestas de los entrevistados
1- ¿Considera usted que Santiago Texacuangos es un municipio conocido por la población salvadoreña?	Dos de las tres personas entrevistadas concordaron en que el municipio no es muy conocido por la población.
2- ¿De qué forma considera que puede aprovecharse el potencial turístico que tiene el municipio?	Los entrevistados expresaron que en primer plano se necesita una mayor inversión de la empresa privada para desarrollar la economía local y obtener mayor beneficio para los habitantes y en segundo plano se necesita elaborar una estrategia por parte de la alcaldía del municipio para desarrollar el turismo local.
3- A su criterio, ¿con qué se puede identificar y diferenciar Santiago Texacuangos de otros municipios?	Los entrevistados concordaron que el municipio es privilegiado por tener una vista muy amplia de los paisajes que la rodean además de tener un clima fresco y agradable por otra parte el Sr. Carlos García <<Director de la Casa de la Cultura de Santiago Texacuangos>> hizo énfasis en que el municipio conserva su identidad cultural.
4- ¿Existe algún comité que se encargue de impulsar el turismo de Santiago Texacuangos?	Dos de los tres entrevistados afirmaron que si existe un comité de turismo.
5- ¿Dentro de la alcaldía se tiene algún proyecto o estrategia para expandir el turismo del municipio?	Dos de los tres entrevistados expresaron que si existe pero aún no está definido y el Sr. Alberto Estupinian <<Alcalde de Santiago Texacuangos>> menciona que el Ministerio de Turismo tomo como iniciativa la creación de las micro regiones la cual en este caso están conformadas por el municipio de Santiago Texacuangos y cuatro municipios

	aledaños los cuales trabajan en conjunto para el fortalecimiento del turismo como micro región.
6- ¿Qué herramientas publicitarias utiliza la alcaldía para la promoción del turismo del municipio?	Se señaló por parte de los entrevistados que de parte de la alcaldía no se maneja ninguna página web ni otro tipo de publicidad, sin embargo el alcalde comento que tienen el apoyo del ministerio de turismo y mientras que la Señorita Marcia Ramos <<Asistente del alcalde>> hizo mención que se reparten discos, en ciertas actividades, que contienen información del municipio y brochures con generalidades del municipio.
7- ¿Cuáles son los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio?	Los tres entrevistados mencionaron que entre los atractivos más importantes están la plaza pública, el lago de Ilopango (Joya Grande), el mercado municipal, complejo deportivo y el recorrido de la calle panorámica.
8- ¿La alcaldía organiza festivales gastronómicos en el transcurso del año con el fin de atraer turistas?	Las respuestas de dos entrevistados fueron concordantes al decir que si se realizan pero son poco frecuentes y son actividades aisladas a la alcaldía, sin embargo el Sr. Alberto Estupinian menciona que actualmente estas actividades se han detenido debido al proyecto de las microrregiones y cuando se desarrollen estas se realizaran una vez por mes en cada municipio.
9- ¿Cuáles son los platos típicos de Santiago Texacuangos?	Los entrevistados afirmaron que el plato más representativo es el tamal de pescado un producto muy peculiar y poco conocido por la población, también mencionaron el fresco de canela típico de las fiestas patronales y los rellenos de pacaya ya que esta última es muy abundante en el municipio.
10- ¿Cuántos restaurantes existen en el municipio?	Los tres entrevistados confirmaron que no existe ningún restaurante formal dentro del municipio, pero que si existen pequeños comedores, merenderos y el pupusodromo que está en la plaza pública.
11- ¿Existe otro comité que trabaja en conjunto con la alcaldía para la organización de las fiestas patronales?	Los entrevistados coinciden en su respuesta y afirmaron que si existe un comité de festejos el cual está conformado por la sociedad civil y personal de la alcaldía.
12- ¿Existe un hotel, hostel o un lugar adecuado, dentro del municipio, que brinde servicios de hospedaje para los turistas?	Los entrevistados afirmaron que dentro del municipio no existe ningún lugar que ofrezca servicio de hospedaje para turistas.

13- Según su criterio, ¿Qué es lo más representativo con relación a las artesanías que se realizan en este municipio?	La respuesta de los entrevistados fue que lo más representativo de las artesanías son las muñecas de tusa seguido de los pintores los cuales representan el municipio nacionalmente por otra parte se hizo mención de los telares y los productos que se realizan en estos.
14- ¿Considera usted que en el rubro de la agricultura existe potencial turístico?	Se obtuvieron resultados completamente diferentes de parte de los tres entrevistados; Sr. Carlos García enfatizo que debido a la delincuencia no es posible realizar turismo rural, el Sr. Alcalde menciona que hay algunas propuestas con la industria del café y cultivo de cacao que mediano plazo estas podrían dar resultado sin embargo la Sra. Marcia Ramos dijo que si se puede realizar pero no hay una iniciativa concreta aun.
15- ¿Cómo califica la idea de promover y ofertar el turismo de un municipio por medio de una aplicación móvil?	Dos de los entrevistados concordaron que sería una idea excelente ya que la tecnología llega a casi todas las personas y por consiguiente sería una herramienta factible para impulsar el turismo del municipio sin embargo el Sr. Alcalde opina que la iniciativa correspondería al Ministerio de Turismo al crear una aplicación en la que la población pueda obtener información turística sobre todos los municipios del territorio nacional.
16- Por parte de la alcaldía de Santiago Texacuangos, ¿alguna vez se realizado publicidad turística de dicho municipio en algún medio de comunicación como redes sociales, sitios web, televisión, radio, periódicos, brochures o banners?	Los entrevistados expresaron que lo más utilizado ha sido la televisión y la fan page de la alcaldía por el hecho que el presupuesto que maneja la municipalidad para este tipo de actividades es muy corto.

(Estupinian, 2016)

(Garcia, 2016)

(Ramos, 2016)

(Schettini & Cortazzo, 2015) (Huezo & Cascant, 2012)

Capítulo V Conclusiones

5.1 Conclusiones

1- El municipio de Santiago Texacuangos si tiene con los recursos turísticos tangibles e intangibles necesarios; para hacer de este un municipio en el que el turismo crezca y sea sostenible para la economía local. Los recursos tangibles que se encuentran en este municipio tienen un potencial que aún no se desarrolla de la manera correcta, al mencionar uno de los diferentes recursos de los que dispone el municipio está el lago de Ilopango; el cual tiene una playa que está dentro del territorio de Santiago Texacuangos exactamente en el cantón Joya Grande; este es un gran recurso que no está siendo aprovechado turísticamente hablando y al referirse a los recursos intangibles, el municipio posee una diversidad de estos, ejemplo de ello es la identidad cultural como lo menciono el Sr. Carlos García <<Director de la Casa de la Cultura>> este es uno de los recursos que diferencia a Santiago Texacuangos de los demás municipios, también hizo mención de los paisajes que se pueden encontrar desde la plaza pública ya que desde ahí se obtiene una hermosa vista hacia el lago de Ilopango. Por lo que es de vital importancia que la alcaldía en conjunto con la población del municipio unan esfuerzos para desarrollar los recursos y atractivos turísticos con los que cuentan y así el municipio sea reconocido por su oferta turística.

2- Una de las maneras en que se puede dar a conocer un destino turístico con la población es mediante la publicidad y promoción turística por medio del uso de las TIC, las cuales en la actualidad no se están implementando eficazmente en Santiago Texacuangos; tampoco por La Alcaldía y el comité de turismo por lo que se determinó, que poco porcentaje de la población ha escuchado y visitado este municipio; por lo tanto se concluyó que utilizando una herramienta tecnológica como lo es una aplicación para dispositivos móviles; puede servir como herramienta publicitaria en beneficio del turismo local, en la cual la población y turistas pueda tener un acceso directo, interactivo e inmediato de información turística enfocándose en los recursos y atractivos que tienen potencial turístico dentro del municipio.

3- Por otra parte por medio de las encuestas la población afirmó su nivel de aceptación y aprobación al diseño de dicha aplicación lo que significa que estarían dispuestos a descargar y promover con sus conocidos y amigos, lo que indica que es una idea viable e innovadora, para que la población salvadoreña conozca de este municipio.

5.2 Recomendaciones

Por los resultados obtenidos en el trabajo de investigación se pueden generar diferentes recomendaciones las cuales están enfocadas al desarrollo turístico del municipio de Santiago Texacuangos.

1. Santiago Texacuangos tiene áreas rurales en las cuales se practica mucho la agricultura; por lo que se sugiere la creación de festivales en los que los agricultores locales, puedan mostrar sus productos a los turistas y también la creación de circuitos turísticos con apoyo de la politur o la policía local para que brinden seguridad; circuitos en los que el turista pueda visitar estas áreas rurales y así pueda practicar todo lo relacionado a la agricultura, para generar una nueva practica turística dentro del municipio la cual se denomina agroturismo.

La geografía física del municipio, es apta para la práctica de deportes de aventura como lo menciona el Sr. Alberto Estupinian Ramírez; se puede practicar bici montañismo y ya que la población afirmo que tienen mayor interés en la práctica de turismo de aventura se recomienda fortalecer este tipo de turismo dentro del municipio.

Respecto al comercio y desarrollo local, en la investigación se observó la ausencia de la empresa privada en el municipio, por lo que se sugiere la creación de estrategias; por parte de la municipalidad para atraer

nuevos inversores y que estos tomen la iniciativa de crear lugares adecuados para la recepción de turistas, lugares como hostales y restaurantes.

2. Debido a que Santiago Texacuangos es un municipio poco conocido por la población se recomienda; incrementar el uso de las redes sociales por parte de la alcaldía tales como Fan page en Facebook la cual ya existe pero no se le da mantenimiento adecuado; por lo que se sugiere incluir contenido turístico enfocado específicamente a la promoción del municipio y de igual forma podría crearse una cuenta en Twitter con el mismo contenido.

En la actualidad, según los datos obtenidos mediante la investigación se conoce que la mayoría de la población siempre están conectados a internet mediante un plan de datos o una red wifi, por lo que se recomienda evaluar la creación de una página web en la cual la población pueda conocer los atractivos con los que cuenta este municipio.

3. Respecto al diseño de una herramienta tecnológica, para la promoción del turismo en Santiago Texacuangos, se recomienda la continuidad del proyecto de la aplicación turística ya que es una idea innovadora y fácil de implementar, como resultado del presente trabajo de investigación se proporciona una aplicación con contenido muy básico, pero este puede actualizarse constantemente con nuevos contenidos turísticos del municipio y también incluir en un futuro a los municipios que conforman la micro región.

Se recomienda también la creación de una estrategia de divulgación para la aplicación turística mediante el uso de la fan page de la alcaldía posteando en esta el link de descarga de la aplicación.

Referencias

- Arauz, B. (2010). *Análisis del sistema turístico del cantón de Buenos aires: insumo para un diseño de plan de desarrollo en turismo rural*. Recuperado de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/tipos_de_turismo.html
- Areatecnologia.com. (2016). *Sistemas operativos móviles*. Recuperado de <http://www.areatecnologia.com/informatica/sistemas-operativos-moviles.html>
- Museo de arte popular. (2001). *Tejidos con historia arte textil tradicional de El Salvador (2006-2007)*. Recuperado de <http://artepopular.org/?art=1006>
- Cerna, C. (2016). *Capacitación sobre metodología de la investigación*. San Salvador.
- Cuervo, C., Álvarez, M., & Roa, C. (2015). *Desarrollo de aplicaciones móviles enfocadas al turismo en el departamento de Boyacá*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1942/194214466010.pdf>
- Definicion.de. (2008). *Definición de página web*. Recuperado de <http://definicion.de/pagina-web/#ixzz42ZVCRE00>

DefinicionABC. (2016). *Definición de medio de comunicación*. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/18775.php>

Dvojak, I. (2015). *Tecnología y turismo*. Recuperado de <http://www.tecnologiayturismo.com/libros/tecnologiayturismo.html>

Flores, D., López, A., & Pérez, M. (2016, febrero). [Entrevista con Marcia Ramos, asistente del alcalde de Santiago Texacuangos: *Generalidades de Santiago Texacuangos*]. Grabación de audio.

Flores, D., López, A., & Pérez, M. (2016, abril). [Entrevista con Marcia Ramos, asistente del alcalde de Santiago Texacuangos: *Entrevista de investigación a personas influyentes de Santiago Texacuangos*]. Grabación de audio.

Flores, D., López, A., & Pérez, M. (2016, abril). [Entrevista con Alberto Estupinian, alcalde de Santiago Texacuangos: *Entrevista de investigación a personas influyentes de Santiago Texacuangos*]. Grabación de audio.

Flores, D., López, A., & Pérez, M. (2016, abril). [Entrevista con Carlos Garcia, director de la Casa de la Cultura de Santiago Texacuangos: *Entrevista de investigación a personas influyentes de Santiago Texacuangos*]. Grabación de audio.

Fundación Wikimedia, Inc. (2016). *Santiago Texacuangos*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Santiago_Texacuangos

Henche, B. (2007). *Marketing del turismo rural*. Madrid: Grupo Anaya Comercial.

Huezo, A., & Cascant, J. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de la investigación*. Valencia: Universitat Politecnica de Valencia.

Peña, R. (2013). *Uso de las TIC en la vida diaria*. México D.F.: Alfaomega.

Perez, M. (2016, abril). [Entrevista con Carlos Garcia, director de la Casa de la Cultura de Santiago Texacuangos: *Generalidades de Santiago Texacuangos*]. Grabación en audio.

Qumboarte.com. (2015). *Maestros tejedores*. Recuperado de <http://qumboarte.com/comunidades-de-artesanos/maestros-tejedores/>

Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mcgraw-hill/interamericana.

Schettini, P., & Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad de la Plata.

Secretaria de Turismo. (2015). *Turismo cultural*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Anexos

Entrevistas



Fecha: 04 de abril de 2016 **Hora de inicio:** 11:34 am

Nombre de entrevistado: Marcia Marisol Ramos

Cargo que desempeña: Asistente del Alcalde

Objetivo: Obtener información directa del personal de la Alcaldía y Casa de la Cultura de Santiago Texacuangos para rectificar datos utilizados en el documento de investigación.

1- ¿Considera usted que Santiago Texacuangos es un municipio conocido por la población salvadoreña?

Es conocido en un bajo porcentaje.

2- ¿De qué forma considera que puede aprovecharse el potencial turístico que tiene el municipio?

De una forma muy importante ya que sería de mucho beneficio para los ciudadanos para el desarrollo económico.

3- A su criterio, ¿con qué se puede identificar y diferenciar Santiago Texacuangos de otros municipios?

Todos los municipios son muy singulares y Santiago Texacuangos se diferencia por su vista privilegiada debido a que desde la plaza municipal se obtiene una vista de 360° desde donde se puede observar el lago de Ilopango, la puerta del diablo y diferentes paisajes.

4- ¿Existe algún comité que se encargue de impulsar el turismo de Santiago Texacuangos?

Si, un comité de desarrollo turístico.

5- ¿Dentro de la alcaldía se tiene algún proyecto o estrategia para expandir el turismo del municipio?

Si hay pero no es muy claro aún.

6- ¿Qué herramientas publicitarias utiliza la alcaldía para la promoción del turismo del municipio?

Brochure, discos que se regalan en actividades y un poco en la página de Facebook.

7- ¿Cuáles son los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio?

La vista de la plaza pública, el lago de Ilopango, el mercado municipal y el complejo deportivo.

8- ¿La alcaldía organiza festivales gastronómicos en el transcurso del año con el fin de atraer turistas?

Si realiza poco, pero si se realiza.

9- ¿Cuáles son los platos típicos de Santiago Texacuangos?

El tamal de pescado.

10- ¿Cuántos restaurantes existen en el municipio?

No hay restaurantes.

11- ¿Existe otro comité que trabaja en conjunto con la alcaldía para la organización de las fiestas patronales?

El comité de festejos.

12- ¿Existe un hotel, hostel o un lugar adecuado, dentro del municipio, que brinde servicios de hospedaje para los turistas?

No.

13- Según su criterio, ¿Qué es lo más representativo con relación a las artesanías que se realizan en este municipio?

Los pintores, hay muchas personas que son conocidos local y nacionalmente.

14- ¿Considera usted que en el rubro de la agricultura existe potencial turístico?

Hay un potencial que no ha sido desarrollado y hay fincas donde podrían realizarse ecoturismo o agroturismo.

15- ¿Cómo califica la idea de promover y ofertar el turismo de un municipio por medio de una aplicación móvil?

Excelente porque la tecnología llega a todas las personas y por medio de ellos podrían ayudarse.

16- Por parte de la alcaldía de Santiago Texacuangos, ¿alguna vez se realizado publicidad turística de dicho municipio en algún medio de comunicación como redes sociales, sitios web, televisión, radio, periódicos, brochures o banners?

Por medio de la televisión, radios, brochure, banners por medio de páginas de Facebook.

Hora de finalización: 11:47 am

Universidad Tecnológica de El Salvador

Fecha: 04 de abril de 2016 **Hora de inicio:** 10:50 am

Nombre de entrevistado: Alberto Estupinian Ramírez

Cargo que desempeña: Alcalde del municipio de Santiago

Texacuangos

Objetivo: Obtener información directa del personal de la Alcaldía y Casa de la Cultura de Santiago Texacuangos para rectificar datos utilizados en el documento de investigación.

1- ¿Considera usted que Santiago Texacuangos es un municipio conocido por la población salvadoreña?

Si es un municipio conocido por la población, por el hecho de estar cerca de la capital.

2- ¿De qué forma considera que puede aprovecharse el potencial turístico que tiene el municipio?

Lo primero sería la inversión, el municipio tiene un potencial que todavía no se ha desarrollado a plenitud y lo que considero como reto principal es la inversión de las empresas privadas porque lo poco que se ha hecho ha sido inversión municipal.

3- A su criterio, ¿con qué se puede identificar y diferenciar Santiago Texacuangos de otros municipios?

Nosotros estamos ubicados geográficamente en una posición privilegiada, tenemos paisajismo y eso nos llena de satisfacción, en el cantón chaltipa también tenemos vista panorámica, por otra parte en el lago de Ilopango contamos con playa, son potenciales que le ganan méritos al municipio.

4- ¿Existe algún comité que se encargue de impulsar el turismo de Santiago Texacuangos?

Si prácticamente se han creado comités en base al programa de pueblos vivos, se nos ha ubicado en micro regiones, estas micro regiones el ministerio de turismo las ha asociado en base a su cercanía y vinculación geográfica, se nos ha ubicado en la ruta panorámica y nosotros pretendemos potenciar el turismo tanto del municipio como de la micro región.

5- ¿Dentro de la alcaldía se tiene algún proyecto o estrategia para expandir el turismo del municipio?

Al formar las micro regiones el ministerio de turismo ha fortalecido la sociedad y operatividad conjunta de los municipios que la conforman, se ha formado un comité de promoción de turismo que está integrado por todos los municipios de la micro región dicho comité está conformado por alcaldes

de los municipios también dentro del municipio existe un comité de turismo que está trabajando para desarrollar el turismo del municipio.

6- ¿Qué herramientas publicitarias utiliza la alcaldía para la promoción del turismo del municipio?

En este momento se están utilizando las redes sociales utilizando la fan page de la alcaldía y por otra parte mediante el apoyo del Ministerio de Turismo con la participación del municipio en la feria de pueblos vivos la cual es celebrada año con año.

7- ¿Cuáles son los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio?

La plaza pública que es como la sala del municipio, la playa de joya grande es una parte limpia que no ha sido muy explotada y cuenta con ventas también el mercado municipal donde los artesanos comercializan sus productos es muy pintoresco ya que en este lugar las personas del municipio ofertan el producto local, luego el complejo deportivo que cuenta con canchas, piscina donde la familia puede pasar un buen ambiente, también hay sectores que no han sido muy explotados en los que se puede practicar bici montaña porque el terreno del municipio es ideal porque en su parte más alta está a una altura de 810 metros sobre el nivel del mar y en su parte más baja tiene 340 metros sobre el nivel del mar donde se pueden realizar descensos en bicicleta.

8- ¿La alcaldía organiza festivales gastronómicos en el transcurso del año con el fin de atraer turistas?

Si se desarrollan, sin embargo se detuvo porque nos aliamos a otros municipios posterior a esta alianza cuando se desarrollen serán por municipios un mes cada municipio se ira turnando para que haya participación en conjunto de los demás municipios.

9- ¿Cuáles son los platos típicos de Santiago Texacuangos?

Están los tamales de pescado los cuales son un plato muy particular y propio del municipio y el fresco de canela que normalmente se consume en época de las fiestas patronales del municipio.

10- ¿Cuántos restaurantes existen en el municipio?

Prácticamente son comedores no son restaurantes.

11- ¿Existe otro comité que trabaja en conjunto con la alcaldía para la organización de las fiestas patronales?

El comité de festejos que está formado por la municipalidad y miembros de la sociedad civil personas que les gusta estar en este tipo de actividades.

12- ¿Existe un hotel, hostel o un lugar adecuado, dentro del municipio, que brinde servicios de hospedaje para los turistas?

No, no existe ningún lugar que brinde alojamiento.

13- Según su criterio, ¿Qué es lo más representativo con relación a las artesanías que se realizan en este municipio?

Son los pintores y sus creaciones, los telares, un punto importante el baile de los Historiantes que es una herencia colonial y las muñecas de tusa.

14- ¿Considera usted que en el rubro de la agricultura existe potencial turístico?

Si hay algunos agricultores que se dedican al cultivo del café, dentro del municipio se produce café de mediana altura y hay iniciativas y propuestas con el cultivo de cacao en el municipio y estas iniciativas a mediano plazo podrían dar resultado

15- ¿Cómo califica la idea de promover y ofertar el turismo de un municipio por medio de una aplicación móvil?

Es factible, habría que ver que diría el ministerio de turismo para este tipo de aplicaciones incluso el mismo ministerio de turismo debería de tener una aplicación de pueblos vivos en la que podamos ver desde nuestro móvil toda la oferta turística que los municipios del territorio nacional.

16- Por parte de la alcaldía de Santiago Texacuangos, ¿alguna vez se realizado publicidad turística de dicho municipio en algún medio

de comunicación como redes sociales, sitios web, televisión, radio, periódicos, brochures o banners?

El presupuesto del municipio es muy pequeño ronda por los \$5000 al año y la mayoría de publicidad se gestiona en pueblos vivos, siempre gestionamos para que nuestro stand salga en televisión y en las fiestas patronales y la página de Facebook de la alcaldía ha servido para hacer publicidad.

Hora de finalización: 11:20 am

Universidad Tecnológica de El Salvador

Fecha: 08 de abril de 2016 **Hora de inicio:** 11:25 am

Nombre de entrevistado: Carlos Antonio García

Cargo que desempeña: Director de La Casa de la Cultura de
Santiago Texacuangos

Objetivo: Obtener información directa del personal de la Alcaldía y Casa de la Cultura de Santiago Texacuangos para rectificar datos utilizados en el documento de investigación.

1- ¿Considera usted que Santiago Texacuangos es un municipio conocido por la población salvadoreña?

Podría decirse que un 30% de la población salvadoreña conoce el municipio.

2- ¿De qué forma considera que puede aprovecharse el potencial turístico que tiene el municipio?

Se necesita que la administración municipal tenga esa mentalidad y una visión de trabajar por el turismo y así se puedan elaborar proyectos para desarrollar el turismo en el municipio.

3- A su criterio, ¿con qué se puede identificar y diferenciar Santiago Texacuangos de otros municipios?

El pueblo se diferencia por su identidad cultural, su clima, la vista que ofrece, los artesanos los músicos, los talladores y escultores también se mantienen las tradiciones culturales.

4- ¿Existe algún comité que se encargue de impulsar el turismo de Santiago Texacuangos?

Hasta lo que he podido observar no existe comité de turismo.

5- ¿Dentro de la alcaldía se tiene algún proyecto o estrategia para expandir el turismo del municipio?

Probablemente si existen pero no son claros.

6- ¿Qué herramientas publicitarias utiliza la alcaldía para la promoción del turismo del municipio?

No se ha visto que la alcaldía maneje alguna página web, de hecho hay unas que personas aficionadas han creado pero nada más.

7- ¿Cuáles son los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio?

La plaza municipal, el pupusodromo, el recorrido de la calle panorámica y la playa de Joya Grande en el lago de Ilopango.

8- ¿La alcaldía organiza festivales gastronómicos en el transcurso del año con el fin de atraer turistas?

Si se realizan pero son actividades aisladas.

9- ¿Cuáles son los platos típicos de Santiago Texacuangos?

Los tamales de pescado, los rellenos de pacaya como segundo lugar por el hecho que en la región se produce con abundancia y luego sería el fresco de canela el cual es propio de las fiestas patronales.

10- ¿Cuántos restaurantes existen en el municipio?

Restaurantes formales no hay solo comedores y pequeños merenderos.

11- ¿Existe otro comité que trabaja en conjunto con la alcaldía para la organización de las fiestas patronales?

El comité de festejos es el que trabaja en conjunto con la alcaldía.

12- ¿Existe un hotel, hostel o un lugar adecuado, dentro del municipio, que brinde servicios de hospedaje para los turistas?

No existe ninguno.

13- Según su criterio, ¿Qué es lo más representativo con relación a las artesanías que se realizan en este municipio?

Lo más representativo del municipio son las muñecas de tusa de la hoja de maíz.

14- ¿Considera usted que en el rubro de la agricultura existe potencial turístico?

Si puede existir pero por el momento el problema de la delincuencia no permite hacer turismo rural en los cantones que es donde se produce y se cosecha pero después que pase este problema sería bueno incluir al sector.

15- ¿Cómo califica la idea de promover y ofertar el turismo de un municipio por medio de una aplicación móvil?

Sería excelente.

16- Por parte de la alcaldía de Santiago Texacuangos, ¿alguna vez se realizado publicidad turística de dicho municipio en algún medio de comunicación como redes sociales, sitios web, televisión, radio, periódicos, brochures o banners?

Por medio de televisión si se han dado, pero al momento no hay un programa enfocado a eso.

Hora de finalización: 11:40 am

Estructura de la encuesta realizada

Universidad Tecnológica de El Salvador

Tenga un cordial saludo y agradecimiento por brindar parte de su tiempo para responder a este cuestionario, la información proporcionada será utilizada con fines estudiantiles y será manejada de una manera discreta.

Objetivo: Determinar el nivel de conocimiento que tiene la población estudiantil de la Universidad Tecnológica de El Salvador acerca del turismo en el municipio de Santiago Texacuangos y a la vez conocer la aceptación a una herramienta tecnológica para la promoción turística de este municipio.

Nombre: _____ sexo: _____

Edad: _____

1. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Santiago Texacuangos?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Qué tan a menudo visita usted este municipio?

Una vez al mes ☐ Una vez cada 6 meses ☐

Una vez al año ☐ Nunca ☐

3. ¿Conoce usted la ubicación geográfica de este municipio?

Sí ☐ No ☐

4. ¿Sabe cómo llegar en automóvil a este municipio?

Sí ☐ No ☐

5. ¿Sabe cómo llegar en transporte público a este municipio?

Sí ☐ No ☐

6. ¿En alguna ocasión ha visto o escuchado publicidad turística sobre este municipio en los medios que se mencionan a continuación? Señale en cual/es.

Redes sociales ☐

Sitios web ☐

Televisión ☐

Radio ☐

Periódicos ☐

Brochure ☐

Otros/ mencione_____

Ninguno de los anteriores ☐

7. ¿Conoce los tipos de turismo que existen en Santiago Texacuangos?

Si ☐

No ☐

Menciónelos_____

8. Entre los diferentes tipos de turismo que existen ¿Cuál estaría dispuesto a practicar de los que se mencionan a continuación?

Turismo rural ☐

Turismo de aventura ☐

Paisajismo ☐

Turismo cultural ☐

Ecoturismo ☐

9. ¿Posee usted un dispositivo Smartphone?

Sí ☐

No ☐

10. ¿Qué tipo de sistema operativo posee su móvil?

Android ☐

IOS ☐

Windows Phone ☐ Otros/mencione_____

11. ¿Tiene conocimiento de lo que es una aplicación, para dispositivos móviles?

Sí ☐ No ☐

12. ¿Usted hace uso de aplicaciones para su dispositivo móvil?

Sí ☐ No ☐

13. ¿Cuál es la frecuencia con la que se conecta a internet mediante un plan de datos?

Siempre ☐ Regularmente ☐ Nunca ☐

14. ¿Cuál es la frecuencia con la que se conecta a internet mediante una red wifi?

Siempre ☐ Regularmente ☐ Nunca ☐

15. ¿Tiene conocimiento de aplicaciones para dispositivos móviles con contenido turístico?

Sí ☐ No ☐ Mencíonelas_____

16. ¿Usted estaría dispuesto a descargar una aplicación, para dispositivo móvil en la cual se promueva el turismo del municipio de Santiago Texacuangos?

Sí ☐ No ☐ Probablemente ☐

17. ¿Considera usted que una aplicación para dispositivo móvil podría dar a conocer turísticamente el municipio de Santiago Texacuangos?

Sí ☐ No ☐

18. ¿Cuáles de las siguientes áreas considera usted que debería dar a conocer una aplicación turística?

Naturaleza ☐ Gastronomía ☐

Actividades religiosas ☐ todas las anteriores ☐

Y culturales

19. ¿Daría a conocer una aplicación relacionada al turismo de un municipio con sus amigos/as y conocidos?

Sí ☐ No ☐

Propuesta económica para el diseño de una aplicación móvil

Objetivo: Proporcionar información específica de la inversión económica para el mantenimiento de una aplicación móvil a mediano o largo plazo.

Al conocer el importante impacto que tiene la tecnología actualmente en la sociedad, y al observar que la idea de la creación de una herramienta tecnológica sería considerablemente aceptada por la población, se tomó la iniciativa de crear la aplicación con contenido turístico de Santiago Texacuangos, para ello se contrató a una persona para que realizara la aplicación, esto tuvo un costo de \$90.00.

El diseño de la aplicación se elaboró en un programa llamado GoodBarber, el cual facilita la creación de aplicaciones y también publicarlas en las tiendas virtuales para que las personas tengan acceso y descarguen la aplicación en dispositivos móviles y tablets, para esto se requiere suscribirse a una de las tarifas disponibles en dicho programa, y estas tarifas son de \$16.00, \$32.00 y \$48.00 por contrato anual o \$20.00, \$40.00 y \$60.00 por contrato mensual, cada precio tiene diferentes beneficios.

El costo por mantener la aplicación en el servidor y disponible para que la población pueda descargarla y conozca de Santiago Texacuangos es de \$25.00 mensuales, más el costo mensual del programa GoodBarber que se necesita para futuras actualizaciones de la aplicación.

Si se desea dar continuidad y actualizar la aplicación la persona que creó la aplicación cobraría semanalmente \$25.00 por mantener la información actualizada.

Los costos que se requieren para mantener la aplicación actualizada mensualmente son:

- Suscripción anual en GoodBarber \$16.00
- Mantenimiento en el servidor \$25.00
- Salario de personal \$100.00

La inversión propuesta para la promoción del turismo de Santiago Texacuangos por medio de una aplicación móvil, da un total de \$141.00 mensuales.

Fotografías de la aplicación turística del municipio de Santiago Texacuangos.



**Fotografías de las entrevistas realizadas en Santiago
Texacuangos.**

