

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA: TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



TEMA: EVALUACION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA COMO MOTOR DE
DESARROLLO LOCAL CON BASE A LOS PROYECTOS 2015 – 2016
REALIZADOS POR LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO DE ILOPANGO
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.

TRABAJO PRESENTADO POR:

CATHERINE GISSELLE CASTILLO RUANO

JANCY RAQUEL HENRIQUEZ FUENTES

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

SEPTIEMBRE, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

PAGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZÀRATE SÀNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÈ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÌREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LICDA. ANA MARÌA RODRÌGUEZ

PRESIDENTA

LICDA. VILMA ELIZABETH MORALES DE SANABRIA

PRIMERA VOCAL

LICDA. CAROLINA ELIZABETH CERNA

SEGUNDA VOCAL

SEPTIEMBRE, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÈRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria, Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada, Licda. Ana Maria Rodríguez, a las 12:30m del día Lunes, 20 de Junio de dos mil dieciséis.

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

1-Catherine Gisselle Castillo Ruano

Carnet 06-5980-2012

2-Jancy Raquel Henriquez Fuentes

Carnet 06-4178-2013

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Evaluación de la actividad turística como motor de desarrollo local en base a los proyectos 2015 2016 realizados por la Alcaldía de Ilopango, San Salvador"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

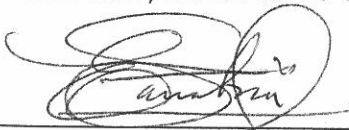
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO. POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

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

San Salvador, 20 de Junio de dos mil dieciséis.

F.



PRIMER VOCAL

Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria

F.



SEGUNDO-VOCAL

Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada

F.



PRESIDENTE

Licda. Ana Maria Rodríguez

AGRADECIMIENTOS

Primeramente quiero agradecerle a Dios por haberme permitido vivir hasta este momento, por haber estado conmigo a lo largo de este camino, siendo siempre mi apoyo, mi luz y mi fortaleza, por haberme ayudado a creer en mi misma aun cuando las cosas no salían bien y por darme la certeza de que yo alcanzaría mi meta.

También quiero agradecerles a mis padres José Audelio Henríquez y Sonia Raquel de Henríquez, que con mucho amor y esfuerzo me dieron la oportunidad de estudiar y convertirme en una profesional; estoy inmensamente agradecida con ellos por siempre estar apoyándome en los momentos más difíciles, y es a ellos a quienes les dedico este triunfo.

Les agradezco también a mis profesores por haberme brindado su apoyo a lo largo de la carrera, por su tiempo y los conocimientos que me transmitieron. También quiero agradecerle a Catherine Gisselle Castillo, quien me acompañó en este proyecto, con quien pasé muchas dificultades pero que con esfuerzo logramos superarlas.

Son muchas las personas que han formado parte de mi preparación profesional, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Jancy Raquel Henríquez Fuentes.

Agradezco primeramente a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Así mismo agradezco a mis padres Gladys Aydee Ruano y Jose Manuel Castillo por todo el apoyo brindado a lo largo de mi vida que con mucho amor y esfuerzo lograron ser de mi la persona que ahora soy y es por eso y mucho más que les dedico este triunfo que ha no ser por su ayuda y motivación no lo hubiese logrado.

Les agradezco también a mi hermana Jennifer Castillo por haberme brindado todo su apoyo a lo largo de este proceso, por su tiempo y por transmitirme todo sus conocimientos.

También quiero agradecer a mis amigas Claudia Margarita Battlle y Rebeca Anzora Dubon por ser mis pilares y darme ánimos para persistir en este proceso hasta el final.

Son muchas las personas que han formado parte de mi preparación profesional, a las que me encantaría agradecerles por su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía.

Eternamente gracias por cada persona que formo parte de este proceso que Dios los bendiga hoy y siempre.

Catherine Gisselle Castillo Ruano

Índice

Página

Índice	1
Capítulo I	1
Planteamiento del Problema	1
1.1 Planteamiento del problema.	1
1.2 Objetivos.....	4
1.3 Justificación:	5
1.4 Limitaciones de la Investigación	7
Capitulo II	8
Marco teórico	8
2.1 Historia de Ilopango.	8
2.2 Ubicación, limitaciones y otros datos.	9
2.2.1 Conflicto Armado.	11
2.2.2 Comercio de Ilopango.....	12
2.3 Turismo en Ilopango.....	13
2.3.1 Datos sobre el lago.	16
2.4 Alcaldía.....	18
2.4.1 Misión y Visión.....	18
2.4.2 Datos Generales de la Alcaldía.	19
2.5 Proyectos.....	20
Capitulo III.....	27
Metodología	27

3.1 Participantes.....	27
3.2 Método.....	31
3.3 Técnicas.....	32
3.3.1 La Observación.....	32
3.3.2 Encuesta.....	33
3.4 Instrumentos.....	34
3.4.1 Cuestionario.....	34
3.4.2 La entrevista.....	35
3.4.2.1 Entrevista realizada al Gerente de Operación de la Alcaldía Municipal de Ilopango.....	35
3.5 Procedimientos.....	37
Capítulo IV.....	39
Análisis e Interpretación de los Datos.....	39
4.1 Análisis e interpretación de datos.....	39
4.1.1 Presentación de los resultados en base a encuestas realizadas a los comerciantes.....	41
4.1.2 Presentación de Resultados con base a encuestas realizadas a los turistas.....	66
CAPITULO V.....	89
Conclusiones y Recomendaciones.....	89
5.1 Conclusiones.....	89
5.2 Recomendaciones.....	92
5.3 Referencias.....	94
5.4 Anexos.....	97
5.4.1 Entrevista Alcaldía.....	97
5.4.2 Cuestionario para Comerciantes.....	98
5.4.3 Cuestionario para turistas.....	104

Introducción

En la presente investigación se estudiará al turismo como motor de desarrollo local del municipio de Ilopango, con base a los proyectos de los años 2015-2016 que la Alcaldía del lugar ha desarrollado en el ámbito turístico.

Se estudiará y evaluará los resultados que han obtenido cada uno de los proyectos turísticos, tanto positivos como negativos, basándonos en la opinión de los habitantes y comerciantes del municipio, así como también en la opinión de los turistas locales y extranjeros, identificando los diferentes gustos y preferencias que tienen cada uno de ellos, para así poder conocer las causas por lo que el turismo en el Municipio de Ilopango no se ha desarrollado a nivel local.

De igual manera esta investigación nos ayudará identificar los factores que el Municipio de Ilopango tiene que mejorar para que el turismo y el desarrollo local puedan aumentar, y de esta manera crear mejores condiciones de vida para los pobladores del municipio, especialmente para aquellos cuya economía se sostiene dependiendo de los ingresos que obtienen de sus negocios ligados con el turismo del lugar.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Planteamiento del problema.

El Salvador lo conforman 262 municipios de los cuales cada uno de ellos propone diferentes actividades turísticas, es por ello que la alcaldía de Ilopango pretende incursionar en el desarrollo local. Por lo que la presente investigación se centrara en este municipio evaluando sus proyectos turísticos.

El turismo es uno de los temas más relevantes en el campo del desarrollo económico, cultural y medio ambiental del país, por ello es muy importante que esos tres aspectos estén relacionados entre sí, para esto, El Salvador necesita de una imagen, que esté asociada con la calidad y seguridad de un producto o servicio turístico, así mismo debemos recalcar que no todas las áreas pertenecientes a este sector están siendo bien aprovechadas para el desarrollo de nuestro país.

La oportunidad de trabajar coordinadamente con la comunidad, permite impulsar el desarrollo sostenible del turismo municipal, y fortalecer incluso otras áreas de la comunidad local, como la alcaldía cuyo propósito es de planificar accionares turísticos que no sólo impliquen prepararse para recibir turistas (turismo receptivo), sino también disponerse a entregar a la población local, oportunidades de hacer turismo. (Turismo emisor), reconociendo que en mayor o menor medida todos los componentes están

interrelacionados y lo que significa que un hecho positivo o negativo ocurrido en una parte del destino necesariamente tendrá impactos sobre el resto de los componentes.

Es decir, el municipio a experimentado por muchos años terribles acontecimientos que afectaron la economía y el desarrollo integral de la comunidad; es por tal motivo que en el cambio de gobierno municipal que se dio en el año 2012; la municipalidad electa para ese periodo apostó sus esfuerzos principalmente en el ordenamiento administrativo de dicha alcaldía, en el desarrollo social y el tratamiento de los desechos sólidos por ser los principales problemas de resolver para empezar a darle otra cara a dicho municipio.

Entre las actividades realizadas en el periodo del 2012 al 2014 de dicha municipalidad electa se mejoró notablemente los siguientes aspectos:

- Recolección de los desechos sólidos diariamente.
- Apoyo a la juventud en actividades académicas, deportivas y recreativas
- Ferias de empleo
- Agilización de documentación solicitada por la comunidad (partidas de nacimiento, de defunción, etc.).

Por lo que la Alcaldía desea evaluar los proyectos turísticos desarrollados y saber si realmente se ha logrado lo que se prometido como municipalidad para la comunidad y los turistas. Estos proyectos turísticos comunitarios, en el sentido que son integrales al evaluar indicadores tales como: socio-culturales, económicos-financieros, ambientales y

turísticos, aspectos inherentes a la actividad turística y de importancia para identificar fortalezas y debilidades de las comunidades que puedan ser mejoradas, porque una comunidad sin organización carece de una condición básica para su desarrollo y por lo tanto de los proyectos que propongan sus miembros.

A continuación mencionamos los proyectos que se llevaron a cabo en el año 2014, con los siguientes proyectos:

- La construcción de un malecón con 75 locales que se utilizan para restaurantes pequeños, ventas de artesanías, etc.
- Creación de viveros de tilapias que sirven de abasto para los comerciantes de dicho malecón y sus visitantes.
- “Apulo mamá” que se lleva a cabo en el malecón del lago de Ilopango en semana santa y fiestas agostinas.
- Señalización y publicidad que sirve de guía hacia la ruta al Lago de Ilopango.

En el año 2015 en el segundo semestre se han realizado proyectos que aún se encuentran en estudio y aprobación como son:

- Creación de ruta turística de dicha municipalidad.
- Construcción de Pupusodromo y miradores.
- Realce del Museo de Aviación, este último será formando alianza con el Ejército Nacional.

Entre los factores que les imposibilitan la agilización de estos proyectos según autoridades de la Alcaldía y Protección Civil están la falta de apoyo de las instituciones del Estado (MITUR, ISTU, etc.), la inseguridad que se sufre a nivel nacional y la falta de fondos; todo lo anterior dificulta llevar a cabo en un corto tiempo la realización de dichos proyectos.

La factibilidad de reconocer si cada uno de los proyectos desarrollados presentes y futuros, han logrado el desarrollo comunitario, a lo cual se deben intervenir activamente los miembros de una comunidad para que sus resultados y experiencias sean discutidos en procesos participativos, solo así la propia comunidad decidirá con su compromiso y responsabilidad garantizando que la iniciativa sea sostenible en el tiempo.

1.2 Objetivos

Objetivo General:

“Evaluar la interrelación de la actividad turística de los proyectos 2015 - 2016 realizados por la Alcaldía del municipio de Ilopango, departamento de San Salvador.”

Objetivos Específicos:

- Identificar los beneficios alcanzados por los proyectos turísticos del 2015 para los comerciantes con los proyectos realizados por la Alcaldía Municipal.

- Determinar el porcentaje de aprobación de los comerciantes beneficiados con los proyectos realizados por la Alcaldía Municipal.
- Determinar el porcentaje de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros que se involucran en las actividades turísticas que desarrolla la Alcaldía.
- Propuesta de la evaluación de los proyectos que llevo a cabo la alcaldía de Ilopango 2015-2016.

1.3 Justificación:

El auge que ha tenido en la última década el desarrollo del turismo ha hecho que las municipalidades de la mayor parte de los departamentos del país hayan invertido en proyectos que contribuyan al desarrollo de la localidad, lo cual ha generado un incremento económico, social y cultural que beneficia no solo a las alcaldías sino a los pobladores que invierten en diferentes tipos de negocios para atender a los turistas nacionales y extranjeros que visitan estos sitios turísticos.

En estos últimos 5 años la Alcaldía de Ilopango va encaminada hacia esa ruta del apoyo del turismo, ya que la gestión de estos últimos años ha venido preparando a dicho municipio con proyectos que beneficien e incrementen no solo la economía sino aspectos sociales y culturales como lo son el embellecimiento del municipio con la pintura artística de los postes de alumbrado eléctrico, la señalización de ayuda hacia la ruta del Lago de Ilopango, el cual es el principal atractivo turístico en este último la Alcaldía ha hecho revivir el comercio, porque debido a la destrucción que ocasiono la

tormenta Aida, tanto el centro turístico como sus alrededores se vieron afectados con la destrucción y la insalubridad, esto provocó una considerable disminución de la demanda de los turistas ya que por la dificultad del acceso hacia dicho centro y el miedo a contaminarse con algún tipo de enfermedad se abstenían de visitar el Lago de Ilopango.

Al resaltar y estudiar estos proyectos a fondo que la Alcaldía de Ilopango realiza y apuesta en un futuro, da la pauta para evaluar los aspectos positivos y las oportunidades de mejora que pueden hacer en el municipio para seguir fortaleciendo en aspectos no solo culturales y sociales sino el incremento o activación de la economía que le generan no solo a la Alcaldía sino a sus pobladores las diferentes actividades turísticas.

Se evidenciara que poco a poco con estos proyectos los comerciantes involucrados la Alcaldía en conjunto con Insaforp los han preparado en temas como son la buena manipulación de alimentos, Seguridad y salud ocupacional , etc., lo cual fortalece los proyectos realizados para estar preparados para el trabajo de desarrollo local de la comuna.

Todo con el propósito de lograr que los municipios incorporen la actividad turística dentro de su gestión anual como un tema relevante.

El beneficio de investigar dichos proyectos conlleva a saber cuáles son las actividades que se deben fortalecer, mejorar o cambiar para la activación del turismo en dicho municipio, arrojará aspectos a tomar en cuenta para ya no solo involucrar a las

instituciones del Estado sino a todas aquellas instituciones privadas de los alrededores o la que estén relacionadas con dicho municipio para que apoyen el desarrollo local y turístico y se conviertan en los aliados estratégicos de la Alcaldía municipal y la Comunidad.

1.4 Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones que encontramos a la hora de hacer esta investigación se debe más que nada a que se nos hacía difícil movernos libremente por el municipio, ya que como muchos otros lugares del país la delincuencia es un factor difícil de manejar y siempre que necesitábamos ir al área principal donde está la mayor actividad turística, teníamos que contactar al promotor social del lugar para que nos sirviera de guía y de seguridad, y debido a eso no podíamos ir cualquier día a hacer entrevistas o pasar cuestionarios ya que sería peligroso andar por nuestra propia cuenta.

Capitulo II

Marco teórico

2.1 Historia de Ilopango.

Ilopango etimológicamente su nombre se deriva del Náhuatl Xilopango que significa “Plan de los Maizales Húmedos”, otros lo traducen como “Lugar de los elotes húmedos o mojados” Aduciendo a sus varios riachuelos y el lago inmediato (Alcaldía Municipal de Ilopango, Historia, s.f)

Los pipiles dieron al sitio el nombre de Xilopango, es decir lugar donde abundan los maizales de humedad. Durante la Colonia Española, un decreto de la Real Audiencia de los Confines ordenó crear el municipio “San Cristóbal Xilopango”, nombre que conservó desde el siglo XVII hasta alrededor de 1828; por otra parte Ilopango fue declarada con el título de ciudad el 29 de junio de 1971, durante la administración municipal del Br. Mauricio Ruano.

Para 1543 la posesión indígena de Ilopango era de dominio español, que correspondía a la fundación del municipio “San Cristóbal”, Ilopango. En 1768 el municipio ingresó por orden del Intendente General de ese tiempo a formar parte del partido Electoral de San Salvador. Al declararse la independencia de España en 1821, Ilopango sigue perteneciendo ahora al Distrito de San Salvador, por acuerdo Ejecutivo del 12 de junio de 1824.

El 28 de enero de 1835 por acuerdo firmado durante la administración de don José María Silva, vice Jefe de Estado, Ilopango forma parte del “Distrito Federal de la República de Centro América”, pero al fracasar el proyecto unionista fue reintegrado al Distrito de San Salvador el 30 julio de 1839.

Durante la administración del Presidente General Carlos Ezeta, por decreto del 17 de marzo de 1892, Ilopango se desmembró del Distrito Central de San Salvador y pasó a la jurisdicción del Distrito de Tonacatepeque, en el cual permaneció hasta que siendo presidente el General Tomás Regalado, lo vuelve a incluir en el Distrito de San Salvador, mediante el acuerdo ejecutivo de fecha 28 de abril de 1899, al que pertenece hasta la fecha. Además, por virtud de ese acuerdo se le anexó el Cantón Dolores Apulo, que antes pertenecía a la jurisdicción municipal de San Martín.

2.2 Ubicación, limitaciones y otros datos.

El Municipio de Ilopango se encuentra ubicado en la zona oeste del departamento de San Salvador. Está limitado al norte por Tonacatepeque y San Martín, al este por el Lago de Ilopango, al sur por Santiago Texacuangos y Santo Tomás, y al oeste por Soyapango.

El municipio se divide en 4 cantones y 31 caseríos. La población es de 155,957 habitantes. Su río principal Las Cañas y el cerro El Amatitán. Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos y café. Hay crías de ganado vacuno, caballar, mular y porcino; lo mismo que de aves de corral.

En términos de género, Ilopango presenta un índice mayor de población femenina con respecto a la masculina, el total de la población de mujeres representa el 52.77 % y los hombres el 45.23 %. El clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. Su precipitación pluvial oscila entre los 1,700 y 1,850 mm. En cuanto a la vegetación, la flora constituye bosque húmedo tropical; las especies arbóreas más notables son: Conacaste, Roble, Nance, Chaparro y Pepeto.

El Lago de Ilopango, está situado a 2 kilómetros al este de la ciudad; es un lugar turístico visitado del país, tanto por su belleza natural como por su cercanía a la ciudad capital (14 kilómetros.); está rodeado de restaurantes, hoteles y merenderos, donde se elaboran deliciosos alimentos de pescado deshuesado y relleno, camarones, pescaditas fritas, mariscadas, cócteles de mariscos, platillos típicos acompañados de bebidas nacionales e internacionales. (Alcaldía Municipal de Ilopango, Historia, s.f)

Una erupción volcánica acaecida en estas tierras durante la era precolombina, hizo que en su cráter surgiera el bello lago de Ilopango que adorna nuestro territorio. Este hecho, además de embellecer este lugar enriquece nuestro patrimonio con la actividad de pesca artesanal, que juntamente con el cultivo del maíz ha generado una combinación de alimentos que resulta muy deliciosa y nutritiva con la que históricamente se ha alimentado la población de la zona.

Con el correr de los años en esta compresión se diversificó la producción agrícola con la introducción del cultivo del frijol, café, tabaco, caña de azúcar y variedad de árboles

frutales. No obstante que la mayor parte del territorio de Ilopango se encuentra asentada en un terreno plano que favoreció la producción agrícola, su topografía tipo meseta tiene la característica de una planicie que termina con quebradas o pendiente pronunciadas al costado sur-oriente, cuyo territorio se prolonga hasta las riberas del lago. (Alcaldía Municipal de Ilopango, Historia, s.f)

2.2.1 Conflicto Armado.

Ilopango, como muchas zonas del país, sufrió los terribles acontecimientos de la guerra civil salvadoreña. La situación bélica no solamente arruinó la economía preexistente al conflicto, sino que detuvo un gran parte del desarrollo y del progreso integral. A nivel local, el cierre del Aeropuerto de Ilopango al tráfico internacional y ser destinado como base militar también influyó negativamente en el aspecto económico. Asimismo, el turismo interno y externo que se concentraba en los alrededores del Lago de Ilopango, descendió a niveles bien bajos debido al conflicto. Incluso la ausencia y deserción escolar fueron notorias en esa época de guerra. Luego de la firma de los acuerdos de paz, el municipio de Ilopango ha experimentado una inmigración de pobladores desalojados de las zonas conflictivas y se dio un gran auge de construcciones de viviendas populares en los sectores de Santa Lucía y San Bartolo principalmente. (Hernández, 2012)

El Gobierno Municipal es autónomo, en lo económico, técnico y en lo administrativo y su administración se rige por el Código Municipal. La Administración Municipal de Ilopango, la ejercen Concejos Plurales integrados por el alcalde Licenciado Salvador Ruano y los demás partidos políticos.

2.2.2 Comercio de Ilopango.

El Municipio de Ilopango cuenta con amplio desarrollo industrial, una de las características principales del municipio es que cuenta con una infraestructura de servicios que contribuye a dinamizar los procesos comerciales y productivos, se tiene un complejo industrial muy grande en donde funciona una serie de fábricas maquileras denominada Zona Franca San Bartolo, y Zona Franca Santa Lucia, también funciona otra serie de empresas y fábricas que se dedican a diferentes actividades comerciales; los comercios registrados en la Alcaldía, suman unos 1500 aproximadamente, diseminados en las 4 zonas del municipio, entre tiendas de todo tipo, restaurantes, cafeterías, pupuserías, etc., pero las zonas que más se han destacado por su desarrollo comercial son San Bartolo, Santa Lucía, Apulo, e Ilopango.

San Bartolo cuenta con un moderno centro comercial llamado Unicentro AltaVista que posee una variedad de tiendas, almacenes y cadenas de súper mercados, entre los que se encuentra la Despensa de Don Juan, la cual ya cuenta con dos sucursales en este sector. En el sector Santa Lucía cuenta con una sucursal de uno de los grandes supermercados, Súper Selectos. (Mi Pueblo y su Gente, 2012)

El municipio de Ilopango fue seleccionado como lugar adecuado para construir la primera base aérea que atrajo a pioneros extranjeros y nacionales de la aviación. En este mismo lugar se construyó el primer Aeropuerto Internacional del país y la base de la Fuerza Aérea Salvadoreña. Durante los años del auge industrial se experimentó incursión de industriales extranjeros que adquirieron terrenos cercanos al aeropuerto internacional con acceso inmediato a la carretera panamericana, a la vía del ferrocarril y a las líneas de energía eléctrica y telefónica; infraestructura indispensable para la producción, abastecimiento de materia prima y salida del producto terminado que se destina al mercado nacional y al extranjero.

2.3 Turismo en Ilopango.

En la actualidad Ilopango ha experimentado grandes retos en los aspectos económico, social y cultural; los cuales si bien cierto aun no son resueltos en su totalidad, los Gobiernos Locales en cada periodo han realizado proyectos enfocados directa o indirectamente a tratar de resolver esta problemática; la Alcaldía que está en funciones actualmente, ha enfocado sus primeros esfuerzos en el embellecimiento y señalética de dicho municipio y principal Centro Turístico para encaminar otros proyectos que directamente contribuirán al desarrollo local.

Los sitios turísticos con que cuenta este municipio son los balnearios de Apulo y Amatitán, ambos en el lago de Ilopango, el Hotel Vista lago y el Turicentro Apulo, por tal motivo el Lago de Ilopango es considerado la mayor y principal atracción turística.

Así mismo Cuenta con tres elevaciones prominentes los cuales son: Cerro El Eco o Peña del Eco (532mts.); Cerro Santa Magdalena (672mts.) y Cerro Amatitán (642mts.)

El rasgo ortográfico más notable en el municipio es el cerro Amatitán situado a 1.3 Km. Al este de la ciudad de Ilopango, y su elevación es de 640 metros sobre el nivel del mar. En Ilopango y sus alrededores estuvo un importante centro ceremonial maya cuyos vestigios y monumentos funerarios yacen a muchos metros de profundidad del suelo.

Antes de formarse el Lago de Ilopango según antecedentes históricos existió lo que es un volcán llamado “XILOTEPEC” (de XILO = Elote y TEPEC = Cerro) una enorme pirogénica que al sumergirse dio origen al Lago de Ilopango, donde al principio de cada estación seca puede observarse un espiral, en el agua que se sumerge al centro y que es donde se encuentra el cráter de ese volcán.

Hoy en día el Lago de Ilopango es uno de los más importantes en nuestro país con una superficie de 65 km². Y una altura sobre el nivel del mar de 442 mts. Este maravilloso lago muestra una panorámica admirable se puede observar desde algunos puntos de nuestro país, Entre su fauna acuática se puede mencionar: guapotes, tigres, mojarra, bocas coloradas, sambos, ejote.

De sus aguas emergen las islas: Portillon, Cerros Los Patos y Cerros Quemados, actualmente son los lugares donde los turistas llegan para practicar el buceo. Entre sus playas dignas de mencionar se encuentran el turicentro Apulo, un lugar de esparcimiento para disfrutar con la familia y Amatitán, de un área aproximada de 72 Km.

El cantón Dolores Apulo ubicado a 4 km. Al este de Ilopango cuenta con tres caseríos con potencial eco-turístico los cuales son: Apulo, Amatitán y Cuilapa.

Otros sitios turísticos destacados del Lago son:

- Corinto: Que asienta magníficos ranchos particulares.

Entre otros centros turísticos están:

- La peña del eco.
- Apante.

Ilopango posee tradiciones, Artesanías y Valores Culturales, Una tradición importante de los pobladores de Ilopango, especialmente del cantón Dolores Apulo, es que cada año, durante el mes de septiembre, realizan una caravana a la isla “Los Quemados”, hoy bautizada como la isla San Cristóbal. La actividad tiene como objetivo hacer un recorrido en lancha, con música y cohetes, como un acto de agradecimiento a la virgen por haberlos salvado de una tromba marina o remolino, que destruyera varios caseríos asentados en la zona.

La elaboración del trasmayo y anzuelos, como expresión artesanal pesquera, es una de las riquezas que poseen la población. La comunidad Santa María de La Esperanza, ubicada en los márgenes del lago, se elaboran artesanías de tusa, como: flores de tusa, guajolotes de papel, hamacas de diversos colores, cuadros elaborados de semillas,

tulipanes de plumas de gallinas, elaboración de diferentes tipos de dulces como la melcocha.

Ilopango celebra sus fiestas patronales el 1º al 16 de noviembre de cada año, en honor a San Cristóbal Mártir, que es el santo de los viajeros. Según la tradición oral, era un popularísima (Secretaria de la cultura, 2015) o gigantón de antaño que podía verse con su barba y su bastón en todas las puertas del pueblo. (El Salvador en el Mundo, 2015)

2.3.1 Datos sobre el lago.

El Lago de Ilopango es de origen volcánico y está situado a 16 Km de San Salvador, compartido por los departamentos de San Salvador, Cuscatlán y La Paz. Es el lago natural más grande de El Salvador cuyo origen fue el resultado de una erupción cataclísmica ocurrida en el siglo V d.C. que destruyó varias ciudades mayas.

Algunos estudios plantean que la erupción ocurrió cerca del año 535 d.C. y que fue de tal dimensión que pudo ser la causante del cambio climático en esa época. Los efectos del evento afectaron todo el mundo y por lo cual podría ser considerada la catástrofe volcánica más grande de la historia de la humanidad.

Erupciones posteriores dieron origen a diferentes domos de lava, algunos no lograron salir completamente a la superficie (Cerros hundidos), una de las más populares es la Isla de los patos.

La última erupción de Ilopango construyó un nuevo domo de lava que surgieron sobre el lago de caldera y formaron las Islas Quemadas, las "Islas quemadas".

Se ha especulado que la erupción fue afectada por las mareas de la tierra sólida, pero una explicación más convincente y probablemente fue proporcionada por Richer et al (2004) que demuestran que una inyección de 2% de magma andesítico-basáltico en la base de dacita parcialmente cristalizado magma desencadenó la erupción de 1880, creando la sobrepresión necesaria para una erupción. (Discovery, s.f)

El lago es una fuente de pesca para los pobladores, sus aguas provienen de varios ríos y una sola salida a través del río, se ha convertido en el centro de desarrollo de varios programas de protección orientados a acrecentar el turismo, luego de los daños ocasionados por el huracán Stan se han efectuado campañas de reforestación y liberación de peces en Apulo desde el año 2007 en donde han participado instituciones como Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Policía Nacional Civil (PNC), la Alcaldía Municipal de Ilopango y algunas escuelas del sector.

El lago de Ilopango también es el lugar perfecto para que los turistas que lo visitan puedan realizar el deporte del buceo, ya que cuenta con varios lugares apropiados para realizar esta actividad, algunos de estos lugares son:

Cerros Hundidos: Varios cerros hundidos son un excelente atractivo para los buzos que lo visitan, uno de estos cerros es el "Cerro la Caldera", el cual no logró llegar a la superficie durante una erupción y su parte más alta está a sólo 11 metros (35 pies) de

profundidad. El nombre “La Caldera” se le acredita por sus salientes de agua caliente de más de 120° F, temperatura proveniente del magma volcánico.

Cerros Quemados: Los cerros quemados son otro lugar muy visitado por su singularidad para bucear, ya que éste presenta rezagos de la guerra. Aún se observan agujeros de proyectiles ocasionados por las ametralladoras de las aeronaves que probaban sus armas disparando en los Cerros Quemados antes de ir a combate.

Otros puntos de buceo en Ilopango son Cutename, Atlantis, La Guitarra, Piedra Suelta y El Coronel, entre otros. (Turismo El salvador, s.f)

2.4 Alcaldía.

2.4.1 Misión y Visión.

Misión: Gobernar con la convicción de servir a la gente a través de una gestión municipal democrática, participativa, honesta, capaz y comprometida con las transformaciones políticas, económicas, ambientales y sociales.

Visión: El municipio de Ilopango, será un espacio integrado, contará con un Gobierno Local democrático, participativo, transparente que promueve la cooperación directa de instituciones y participación equitativa de la sociedad civil en la gestión del desarrollo ambiental, social y cultural, por medio del progreso económico a través de la inversión y recaudación eficiente y la construcción de un municipio productivo, con calles transitables tecnificando con mejores rendimientos y en armonía con su medio ambiente

impulsado y dirigiendo un proceso de desarrollo local. (Alcaldía Municipal de Ilopango, s.f)

2.4.2 Datos Generales de la Alcaldía.

El Gobierno Municipal es autónomo, en lo económico, técnico y en lo administrativo y su administración se rige por el Código Municipal.

Desde el año 2012 que se cambió de Gobierno Local se empezaron a ejecutar proyectos cuyo objetivo era principalmente ordenar las gestiones administrativas que se tenían descuidadas y desordenadas, ya que no se podía enfocar los esfuerzos en los otros rubros como el turismo que habían prometido en la campaña electoral.

No fue hasta la reelección del Gobierno Local que proyectaron la mayor parte de esfuerzos al desarrollo local mediante proyectos para realzar y acrecentar el turismo.

A partir del año 2013 La Alcaldía Municipal de Ilopango apertura el Festival Gastronómico como una nueva apuesta para impulsar el turismo local así los visitantes disfruten los platillos propios de nuestra cultura salvadoreña como la mojarra deshuesada rellena de camarones, las pescadas con tortillas, tamales, camarones al ajillo, atol, yuca frita, pescado relleno, carne asada, panes con pollo, etc., La comuna realiza estos esfuerzos para beneficiar a los comerciantes del municipio y para incentivar a los ciudadanos a degustar las delicias que ofrece el Lago natural más grande del país y de esa forma contribuir al turismo de la localidad.

2.5 Proyectos.

Entendemos que un proyecto turístico es una actividad económica orientada a la producción de beneficios tanto económica, social y cuyos beneficiarios principales son los habitantes de la zona. La Alcaldía Municipal de Ilopango para realizar un Proyecto Turístico parte del problema o necesidad identificada, luego se realiza los estudios o análisis de mercado y financiero necesarios, de esta manera se deriva información suficiente para la evaluación del proyecto turístico.

Los aspectos a evaluar son:

- La demanda de mercado: Gusto, preferencias, etc.
- Delimitación del área geográfica: lugares donde se realizarán los proyectos turísticos.
- Evaluación de benéficos adquiridos según los proyectos realizados.
- Estructura financiera: De donde se obtendrán los fondos para realizar dichos proyectos.

Y es de esta forma que la Alcaldía Municipal de Ilopango hace el procedimiento para la realización de los proyectos turísticos de dicho municipio. Para la evaluación se considera ciertos indicadores dependiendo del tipo de proyecto, para verificar la rentabilidad que tiene y si este luego de la inversión podrá ser sostenible con el tiempo.

Entre los proyectos que se planearon en el año 2014 y se ejecutaron en el año 2015 están:

1. Construcción de un malecón con 75 locales en el Lago de Ilopango:

El objetivo principal de este proyecto ha sido ofrecer un sitio que luzca moderno en su infraestructura cómoda y segura para los visitantes.

El malecón denominado "Apulo Mamá", en alusión a la famosa canción que popularizaron Los Hermanos Flores, abrió sus puertas en diciembre del año 2014, se trata de un moderno merendero conformado por 75 restaurantes.

El proyecto incluye piso de cerámica, pintura de tono celeste que refleja el color del lago de Ilopango, calles adoquinadas con ladrillos de colores, sistema eléctrico, área de servicios sanitarios y estrictas medidas de limpieza., el manejo de los desechos sólidos será a través de una fosa séptica sellada que será drenada periódicamente por una empresa contratada a fin de evitar la contaminación del lago más grande de El Salvador. (Santos, 2015)

Asimismo, los residentes de los sectores de El Valle y Palo Seco, han sido beneficiados en forma directa con la generación de nuevos empleos, con esta iniciativa se busca promover a nivel nacional e internacional la belleza natural del municipio, cuya inversión monetaria asciende a un millón y medio dólares. (Alcaldía Municipal de Ilopango, 2014)

La segunda y tercera fase del proyecto se realizó en los meses de enero y febrero del año 2015 completando así el 100% de la obra.

Datos estadísticos arrojan que este lugar cuenta con una afluencia de 17,630 personas que llegan mensualmente a visitar el municipio de Ilopango para realizar actividades varias, no solo turísticas. Con esta construcción se pretende generar más afluencia de turistas lo cual ayudaría directamente a los dueños de dichos negocios que han sido beneficiados con los novedosos locales de este nuevo malecón al igual que beneficia indirectamente a los más de 800 pescadores que se dedican a la pesca artesanal en la zona ya que los visitantes buscan los servicios de ellos para poder dar recorridos en lancha.

2. Creación de viveros de tilapias

El objetivo principal de la creación de estos viveros ha sido que los comerciantes y los visitantes consuman la tilapia criada directamente del mismo lago y a un precio justo.

El Proyecto que nació a través de la creación de Viveros de Tilapia bajo Estándares Internacionales, logrando así incursionar en el mercado de la acuicultura con un crecimiento acelerado con base al cuidado y alimentación de los peces mediante jaulas flotantes se evita que consuman algas y tierra del fondo del lago para garantizar que únicamente se alimenten de concentrados importados, ricos en vitaminas y nutrientes, lo cual favorece la carne del pescado con un sabor agradable y suave, muy diferente a la tilapia que es criada en estanques de tierra y barro para minimizar sus costos de producción.

El cuidado que reciben las tilapias en estos viveros incluye, a parte de su alimentación especial, inspecciones periódicas por personal externo profesionalmente certificado por las autoridades correspondientes, los cuales miden el PH y temperatura del agua así como cualquier agente externo que pueda perjudicar la salud de los peces; así mismo se hacen inspecciones diarias para vigilar que carezcan de enfermedades y defectos que puedan generar una baja en la calidad y el sabor de su carne. (Apulo Tilapia, 2015)

Otra de las ventajas de la construcción de estos viveros es que están ubicados en la misma zona donde se encuentra el malecón, lo que beneficia al traslado rápido y el producto con frescura, esto elimina el cobro de traslado del producto para los comerciantes que se abastecen sus negocios con dicho vivero, además los visitantes no solo pueden adquirir los productos de los restaurantes sino visitar de forma gratuita los viveros y comprar directamente con ello garantizando así la frescura del producto que están comprando y conocen así el proceso de la crianza de las tilapias.

3. Festival gastronómico “Apulo mamá”

El objetivo principal de este proyecto es atraer más turistas no solo nacionales sino extranjeros para seguir fortaleciendo el malecón que lleva el mismo nombre de dicho festival.

Este festival se ha llevado a cabo desde el año 2012 desde la llegada del Alcalde que ha sido reelecto nuevamente pero se fortaleció aún más con una mayor publicidad en el año 2015 aprovechando la construcción del nuevo malecón.

En este festival gastronómico no solo se le da realce a los platillos típicos de dicho lugar sino que para poder crear el ambiente propicio para poder atraer más visitantes, crean una agenda en la cual suenen orquestas nacionales, batucadas y en general música en vivo que sea del agrado de los visitantes de dicho festival gastronómico.

La Alcaldía realiza alianzas estratégicas con empresas privadas para que sean sus patrocinadores en dicho festival y así poder mermar un poco los costos que conllevan estos proyectos para la comuna. (Escobar, 2016)

4. Señalética y publicidad hacia y del Lago de Ilopango.

El objetivo principal de este proyecto es facilitar la ruta hacia el Lago de Ilopango y lo que ofrece y pueden encontrar los turistas al visitar dicho lugar y sus alrededores.

La Alcaldía en conjunto con la empresa privada, comerciantes minoritarios y artistas de la comuna han realizado la gestión para colocar no solo la ruta hacia el Lago de Ilopango sino murales con mensajes positivos y publicidad de lo que pueden encontrar en la ruta del Lago de Ilopango como lo son los restaurantes, hostales, entre otros atractivos que se encuentran alrededor del lago.

En conjunto estos proyectos que se ejecutaron con mayor fuerza en el año 2015, han generado muchas ventajas a los comerciantes, a los pobladores de las zonas aledañas que se han visto beneficiados con la generación de empleos locales y la apertura de nuevos atractivos que se le ofrecen a los visitantes, así mismo la señalización y publicidad han ayudado a que los visitantes sepan que son los nuevos y remodelados que visitar.

Pero es importante recalcar que el problema que se está viviendo a nivel nacional en el área social (Delincuencia) , también afecta al municipio ya que está entre los municipios con alta delincuencia, esto hace que a pesar de los esfuerzos que pueda realizar la comuna en conjunto con otras entidades en fortalecer y acrecentar el turismo de dicha zona, los turista sientan el temor de transitar y visitar el mayor atractivo turístico con el que cuenta Ilopango por temor a ser víctimas de este flagelo de la sociedad. (Mulato, 2016)

Otra de las desventajas con las que cuenta la comuna es que el Gobierno Local no da abasto con los fondos de dicho Municipio es donde se entrampan o no pueden sostener o incrementar la extensión de sus proyectos por falta de recursos económicos; a pesar que en muchas ocasiones buscan el apoyo del Gobierno Estatal no cuentan con el apoyo del mismo ya que tienen otras prioridades u otros municipios que son de mayor interés para el Estado del cual les inyecta fondos que podrían ser destinados a este municipio.

A finales del año 2015 se han realizado proyectos que aún se encuentran en estudio y aprobación para poder ser ejecutados en el año 2016, los cuales son:

1. Creación de ruta turística de dicha municipalidad.
2. Construcción de Pupusodromo y miradores.
3. Realce del Museo de Aviación. (este último se hará formando alianzas con el Ejército Nacional).

Todos estos proyectos están enfocados en aumentar el atractivo turístico del lugar, para así ser capaces de posicionarse como uno de los sitios turísticos más visitados del país, y contribuir con el desarrollo local logrando mejorar las condiciones de vida de sus habitantes. El gobierno municipal de Ilopango ha hecho muchos esfuerzos para obtener buenos resultados de los proyectos que han emprendido hasta ahora, y es por eso que pretende que estos nuevos proyectos que están en consideración sean realizados de la misma o mejor manera que los anteriores, y para ello espera que tanto el gobierno como los habitantes del lugar sean capaces de colaborar y unir fuerzas con ellos para lograr crear un nuevo municipio en donde su población y los visitantes puedan pasar convivir en un ambiente agradable y familiar. (Tamayo, 2016)

Capítulo III

Metodología

La metodología que utilizaremos para llevar a cabo la investigación sobre el tema “Evaluación de la actividad turística como motor de desarrollo local en base a los proyectos 2015-2016 realizados por la alcaldía municipal de Ilopango departamento de San Salvador” es muy importante, ya que de ella depende lograr encontrar la respuesta de si los proyectos realizados por la alcaldía de Ilopango han beneficiado o no a sus pobladores y que tanto ha influenciado en el desarrollo local del municipio.

3.1 Participantes.

Para esta investigación se utilizarán tres tipos de participantes que son:

- Alcaldía:
 1. Gerente de Operaciones
 2. Encargado de Protección Civil
 3. Encargado de Promotor Social.
- Comerciantes:
 1. Merendero Antoni

2. Merendero Gladys
3. Merendero Yoly
4. Merendero Rosi Beer
5. Merendero Lupita
6. Merendero Carolina
7. Merendero Aidee
8. Merendero Karen
9. Merendero Daysi
10. Merendero Vilma
11. Merendero Rosita
12. Merendero Yanira
13. Merendero Mary
14. Merendero Bendición
15. Merendero Lilian
16. Merendero Cecy
17. Merendero Emilia

18. Merendero Emilia
19. Merendero Laurita
20. Merendero Indira
21. Merendero Sandrita
22. Merendero La Abuela
23. Merendero Luisita
24. Merenderos Catty
25. Merenderos Brenda
26. Merenderos Alison
27. Merenderos Tommy
28. Merenderos Sonia
29. Merenderos Joselyn
30. Merenderos Juana

- Turistas (que visitan los lugares turísticos de Ilopango en el rango geográfico establecido para esta investigación) puntos turísticos.

De los cuales cada uno de ellos proporcionara la información requerida con relación a los aspectos de los impactos con la implementación de los proyectos puestos en marcha. Se pretende lograr abordar a un número considerable de personas que se encuentren en el municipio de Ilopango.

Para calcular el tamaño muestra de población que se utilizará para la recolección de datos de turistas se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$\sigma = 0.5$ nivel de desviación estándar

$Z = 1.96$ Nivel de Confianza (96%)

$E = 0.09$ Error aceptable de la muestra

$N = 1000$ P Numero de población

$n =$ Tamaño de muestra.

$$n = \frac{(1000) (0.5)^2 (1.96)^2}{[(1000 - 1) (0.09)^2 + (0.5)^2 (1.96)^2]}$$

$$n = \frac{960.4}{9.0523}$$

$$n = 106.095$$

$$n = 107$$

Por lo tanto el tamaño de la muestra que utilizaremos para los turistas será de 107 personas.

3.2 Método.

El tipo de investigación que se llevará a cabo es Descriptiva con el cual se llegará a determinar los beneficios alcanzados por la comuna por medio de los proyectos turísticos ejecutados en los años 2015-2016.

En el Municipio de Ilopango existe una extensa población de 155,957 habitantes, y la variabilidad de los visitantes es constante por lo que en este método se utilizará una muestra de setenta y cinco personas para comerciantes, que son los que están oficialmente registrados en la Alcaldía y ciento siete personas en lo que se refiere a turistas, entre ellos nacionales y extranjeros, ya que según datos estadísticos proporcionados por Julio Escobar el promotor social del lugar, son alrededor de mil personas las que suelen visitar cada mes el municipio de Ilopango en lo que es el área de los malecones para hacer turismo, y en base a esto haciendo uso de la fórmula para calcular la población finita los resultados fueron que deberíamos utilizar una muestra de ciento siete personas.

Con esta muestra representativa se buscó identificar las causas por la cual el turismo no es la principal actividad de los visitantes que llegan al Municipio de Ilopango, se investigará con los turistas su opinión acerca de este tema, ya que son los principales personajes de los cuales necesitamos saber, que es lo que interesa del sector y que

actividades son las que realizan y las que les atraen, es por esto que el medio donde se aplicará dicho método serán las áreas donde hay mayor concentración de personas como lo son las áreas turísticas del lugar, así por medio de ello verificar si las personas que se abordaran podrán aportar a la investigación, reconociendo la información planteada de los diferentes sitios y atractivos turísticos que existen en el sector.

3.3 Técnicas.

Las técnicas son importantes para todo trabajo de investigación ya que nos ayudan a encontrar de forma más eficiente las respuestas a los problemas de los temas a investigar, es por ello que en esta investigación, al ser un estudio de trabajo descriptivo, se decidió tomar como principales técnicas las siguientes:

3.3.1 La Observación.

Por medio de esta técnica lograremos obtener una imagen cercana de la calidad de vida y desarrollo local de las personas que participan y se benefician con los proyectos realizados por la alcaldía, podremos tener una imagen más clara de la afluencia de personas que hay en los lugares donde se realizaron los proyectos turísticos, tanto de turistas como comerciantes, para poder hacernos una idea de lo que estos proyectos representan en calidad del desarrollo local del municipio.

3.3.2 Encuesta.

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo:

Según (Grasso, 2016) “la encuesta permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas”

Al respecto, (Mayntz et al., 1976) citados por (Díaz de Rada, 2001) describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados

La encuesta es otro de los métodos que utilizamos para la investigación, ya que es uno de los mejores para lograr obtener los resultados de los sujetos de estudio de la población que se eligió, como lo son los comerciantes del sector, pobladores del lugar y turistas locales y extranjeros, con base a las respuestas de las diversas preguntas que hicimos a los sujetos de estudio por medio del instrumento de trabajo cuestionario, logramos obtener datos importantes y necesarios para resolver la interrogante de si los proyectos realizados por la alcaldía de Ilopango han contribuido o no con el desarrollo local del municipio.

3.4 Instrumentos.

En esta investigación las técnicas antes mencionadas permitieron utilizar los instrumentos que se mencionarán a continuación, como herramientas importantes y fundamentales para facilitar la información que se pretende obtener de la investigación, para lograr determinar cuan beneficiosos han sido los proyectos turísticos realizados por la alcaldía municipal para el municipio de Ilopango. Para esta investigación utilizamos los siguientes instrumentos.

3.4.1 Cuestionario.

El Cuestionario es otra de las herramientas que utilizamos para nuestra investigación. Elaboramos un conjunto de preguntas cerradas y de selección múltiple para que las personas tuvieran la oportunidad de responder con la opción que mejor les pareciera y creyeran conveniente, las respuestas de las personas al cuestionario nos ayudará a concluir y determinar de manera concisa y concreta los resultados que buscamos obtener sobre el desarrollo turístico que ha tenido Ilopango con base a los proyectos de la alcaldía.

Al realizar el análisis de los resultados se pretende determinar el beneficio del trabajo turístico realizado en el lugar, y saber si los encuestados están conscientes de los esfuerzos por parte de la alcaldía para lograr construir un municipio con un mayor índice de turismo, por medio de cada respuesta dada por los habitantes, comerciantes y turistas.

3.4.2 La entrevista.

Con esta herramienta lograremos obtener información más detallada de las entidades de la alcaldía municipal con respecto a los proyectos turísticos realizados del 2015 a 2016 y ha sido su aporte para la población.

Según (Galindo Cáseres, 1998) Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, es un instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana.

3.4.2.1 Entrevista realizada al Gerente de Operación de la Alcaldía Municipal de Ilopango.

1. ¿Cómo decidieron que proyectos realizar para lograr el desarrollo turístico en el municipio?

Cuando llegamos a la alcaldía en el 2012, no había ningún proyecto propiamente turístico en el municipio, pero aun así recibíamos turistas que venían al lago, viendo eso, decidimos realizarles mejoras a las instalaciones, donde los comerciantes atendían a los turistas, ya que en el pasado solo se contaban con champas en malas condiciones, que impedían que las personas tuvieran la confianza de visitarnos, y es por eso que se construyeron los 74 chalets que ahora tenemos en los malecones, también viendo la necesidad de no solo mejorar la infraestructura decidimos brindar cursos de manejo de

alimentos a los comerciantes de los chalets. Y los demás proyectos fueron surgiendo poco a poco según las necesidades que notábamos.

2. ¿Cómo lleva la alcaldía el registro de los turistas que visitan el municipio?

En realidad no hay un registro oficial donde indique la cantidad de turistas que entran aquí, pero si se puede decir que ha habido una cantidad considerable en el aumento de turistas, tanto nacionales como extranjeros, si hablamos de cifras podríamos decir que ha habido un aumento de al menos un 25% o 30%, y esperamos que cada año aumente un poco más.

3. ¿Cuáles son los beneficios que ha obtenido la alcaldía al construir los chalets de los malecones?

Habiendo construido nuevas instalaciones en los malecones, y poniendo en orden los negocios, hemos logrado tener un mejor control de las tasas municipales que los comerciantes pagan para tener su puesto, estos impuestos que ellos nos aportan, ayudan a realizar otros proyectos, no solo con enfoque turísticos si no para el beneficio de todos los habitantes del lugar, también ha ayudado a incrementar los ingresos locales y eso en sí es una ganancia para nosotros como municipalidad.

4. ¿Cómo ha sido la reacción de las personas a las que se les ha construido los chalets?

Ha habido una muy buena reacción por parte de los comerciantes, ya que como les había mencionado antes, las instalaciones estaban bastante deterioradas, y eran poco atractivas para los turistas, ahora cada local tiene una mejor apariencia y se les ha proporcionado cámaras de refrigeración y rocolas en cada local, la seguridad se ha proporcionado para cuidar las 24 horas las instalaciones, cada comerciante tiene televisores o equipos de sonido que quedan en el lugar durante la noche y por la mañana todo está tal cual como lo dejaron, el área de los malecones es bastante segura, los comerciantes de este lugar están bastante contentos con el cambio.

5. ¿Cómo alcaldía le han dado seguimiento a los proyectos realizados? ¿Aún están pendientes de lo que sucede con estos proyectos?

Por supuesto que aun vigilamos los proyectos que hemos realizado y tratamos la manera de mejorarlos en medida que sea posible, con el caso de los malecones como les hacía mención, hemos puesto seguridad, mantenemos todo limpio, damos cursos de manejo de los alimentos, de atención al cliente, bar tender, ingles básico para que sepan atender a clientes extranjeros, y de igual manera para los demás proyectos siempre estamos pendientes de que todo esté funcionando bien.

3.5 Procedimientos.

Para poder recolectar los datos de manera concreta en primer lugar se utilizó el cuestionario es el instrumento más esencial que se utilizará para abordar específicamente a las personas que se encuentren en los sitios de interés de acuerdo con nuestro tema de

estudio, el cuestionario constará de 15 preguntas para los turistas y 15 preguntas para los comerciantes, esta herramienta permitirá obtener pruebas reales de cómo han sido los resultados obtenidos de los proyectos realizados por la municipalidad.

El segundo instrumento que se utilizó es la entrevista, en ella se interrogó a miembros de la alcaldía para conocer su opinión acerca de los beneficios obtenidos de los proyectos turísticos que realizaron.

Para poder realizar el cuestionario se tomaron en cuenta datos generales de cada visitante, y para poder verificar el conocimiento de cada persona sobre los proyectos realizados por la alcaldía, las actividades y sitios turísticos del sector se procedió a redactar una serie de preguntas donde se tomaron en cuenta los sitios turísticos donde se han realizados los proyectos más emblemáticos de la municipalidad, de forma que se eligieron los lugares cercanos al lago de Ilopango y a la alcaldía ya que son los lugares con mayor afluencia de personas que pueden tener mayor conocimientos de los proyectos realizados por la alcaldía municipal.

Capítulo IV

Análisis e Interpretación de los Datos.

4.1 Análisis e interpretación de datos.

(Hurtado, 2006) Señala que “el propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos”.

La interpretación de datos se puede definir como la aplicación de procedimientos estadísticos para analizar datos específicos de un estudio o cuerpo de investigación. Los elementos de interpretación de datos son parte de muchas pruebas estandarizadas.

En este capítulo se presentan los procedimientos estadísticos de tabulación y análisis de los datos. Para la presentación de los resultados obtenidos se utilizó de técnica descriptiva, según (Sabino, 2006) “consiste en describir los datos mediante los instrumentos más precisos, a fin de establecer de manera clara los mismos”. (p.182). Para tal fin se procedió a la tabulación mediante cuadros estadísticos con sus respectivas frecuencias y porcentajes. Así mismos se emplearon gráficos de frecuencia circulares los cuales nos permitirán reflejar de una manera más precisa, los resultados obtenidos mediante el cuestionario.

Según, (Arias, 2006), reseña que el gráfico circular es:
El que se emplea generalmente para representar distribuciones de razones; su nombre se

deriva de la semejanza de sus porciones a trozos de pastel. El círculo representa la suma porcentual del conjunto de las distribuciones de razón cien por ciento (100%); dicha porción indica una razón en la serie, (p.99).

En cuanto a los gráficos, (Arias, 2006) dice que “los gráficos circulares o de pastel son aquellos “que representan la suma porcentual del conjunto de la distribución de razones cien por ciento (100 %), donde cada porción indica una razón de la serie”(p.99).

Las tablas de frecuencia, según Sordo (2008) “son una representación gráfica del número de veces que determinado fenómeno periódico se reproduce en cierto tiempo” (p.134). La aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos permitieron la obtención de una serie de elementos o resultados que debidamente analizados y organizados forman la base de datos básicos para dar apoyo a la estructuración de la propuesta.

A continuación se presentan los cuadros estadísticos que contienen los resultados obtenidos de la evaluación de la actividad turística como motor de desarrollo local con base a los proyectos 2015-2016 realizados por la alcaldía municipal de Ilopango. Para la recolección de estos datos se les pidió ayuda a los turistas, a la Alcaldía y a los comerciantes de la zona para que con base a sus conocimientos respondieran los cuestionarios que elaboramos para llevar a cabo la investigación.

4.1.1 Presentación de los resultados en base a encuestas realizadas a los comerciantes.

Universidad Tecnológica de El Salvador

Fecha: _____

Encuesta.

Evaluación de los proyectos turísticos de los años 2015-2016 de la Alcaldía de Ilopango

Introducción.

La presente encuesta se realiza con la finalidad de saber que tanto han beneficiado a los comerciantes los proyectos turísticos que la Alcaldía de Ilopango puso en marcha en los años 2015-2016.

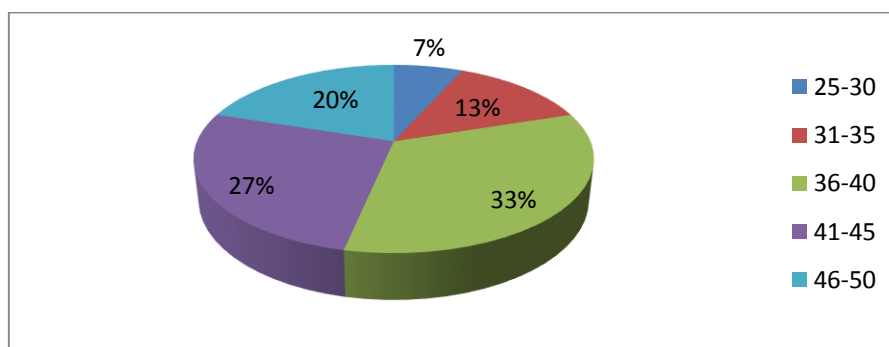
Por favor complemente la encuesta cuidadosamente y siga los pasos que aquí se le indiquen.

1. Edades de los comerciantes.

Objetivo:

Identificar el rango de edad en el que se encuentran los comerciantes beneficiados con el proyecto de los malecones, para llevar un registro de la forma de pensar de los comerciantes de acuerdo a su edad.

Tabla #1		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25 – 30	5	7%
31 – 35	10	13%
36 – 40	25	33%
41 – 45	20	27%
46 – 50	15	20%
Total	75	100%



Análisis: La tabla y gráfica muestran que el 33% de los comerciantes de los merenderos los malecones se encuentran entre los 36-40, años ubicándose en la primera posición, seguido por el 27% de comerciantes que tienen de 41-45 años, el 20% está en las edades de 46-50 años, mientras que el 13% está entre 31-35 años, y en menor medida con solo el 7% los comerciantes más jóvenes de 25-30 años.

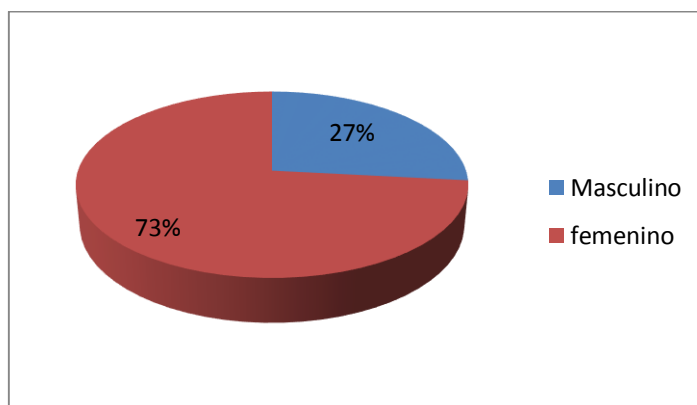
Interpretación: En estos datos podemos observar que la edad de las personas trabajando en los merenderos los malecones, oscila entre los 25 y 50 años, siendo la mayoría de entre 36 a 40 años y la minoría de 25 a 30 años.

2. Genero de los comerciantes.

Objetivo:

Conocer el índice de hombres y mujeres comerciantes que fueron beneficiados con el proyecto de la construcción de los malecones en el lago de Ilopango.

Tabla#2		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	20	27%
Femenino	55	73%
Total	75	100%



Análisis: Como se observa en la tabla y gráfica, las mujeres constituyen el número más grande de comerciantes, con un porcentaje del 73% se antepone a los hombres cuyo porcentaje fue solo de 27%,

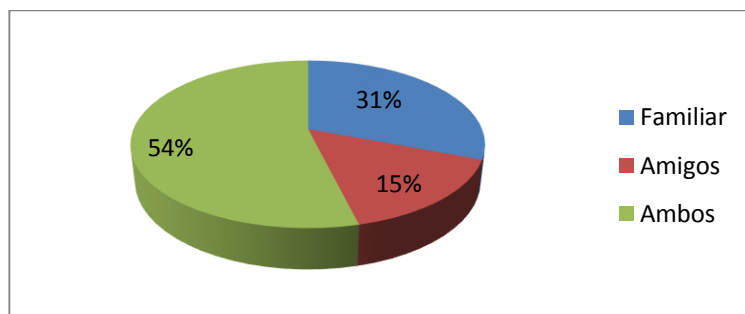
Interpretación: debido a que el área de los merenderos los malecones son establecimientos de comida es bastante frecuente que las mujeres sean el género que más predomina, sin embargo siempre existe un porcentaje de hombre que también están involucrados en los negocios de comidas, los datos obtenidos de la encuesta nos dieron a conocer que son mayormente mujeres las que trabajan en el área de los merenderos de los malecones.

3. Tipo de local que poseen los comerciantes de los malecones.

Objetivo:

Conocer qué tipo de locales son los que constituyen los merenderos de los malecones, así como los beneficios obtenidos por los comerciantes tomando en cuenta el tipo de establecimiento que tienen.

Tabla #3		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Familiar	20	31%
De Amigos	10	15%
Ambos	35	54%
Total	75	100%



Análisis: Según los datos presentados, se observa que la mayoría de los tipos de locales que se encuentran en los malecones son una combinación de tipo familiar y de amigos, contabilizando un 54% de locales de ese tipo, seguido por el 31% de locales tipo familiar y solo el 15% son locales específicamente de amigos.

Interpretación: La mayoría de comerciantes de los merenderos los malecones, prefieren tener un tipo de local en el que puedan llegar todo tipo de personas a consumir sus productos, tanto familias completas como grupos de amigos que buscan pasar un buen momento disfrutando de las delicias locales, pero hay otros establecimientos que

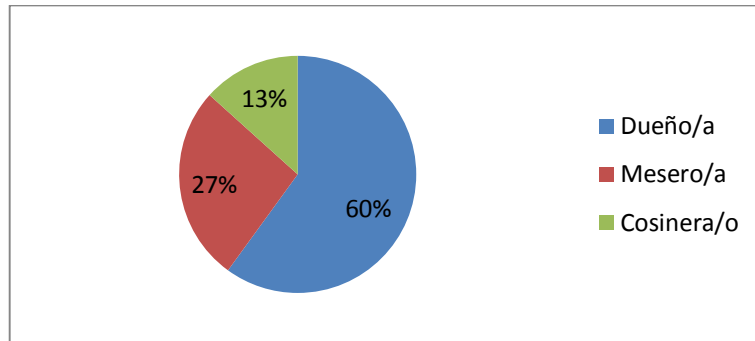
prefieren enfocarse solo en una categoría, o solo familiar o solo amigos ya que algunas turistas que los visitan prefieren estar rodeados de personas que comparten el mismo ambiente que ellos, es decir las familias quieren estar con otras familias y los grupos de amigos con otras personas que llegaron a divertirse como ellos y que no molestarían por alzar un poco la voz mientras pasan un buen momento.

4. Cargo de los comerciantes encuestados.

Objetivo de la pregunta:

Conocer como han ayudado a los diferentes comerciantes que trabajan en los malecones según los cargos que desempeñan en los merenderos.

Tabla #4		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Dueño	45	60%
Mesero	20	27%
Cocinera/o	10	13%
Total	75	100%



Análisis: Como se observa en la tabla y gráfica, la mayoría de personas con las que se realizó la encuesta fueron comerciantes que eran los dueños de los locales contabilizando un 60%, los siguientes con mayor cantidad fueron los meseros con un 27% y por último los cocineros con el 13%.

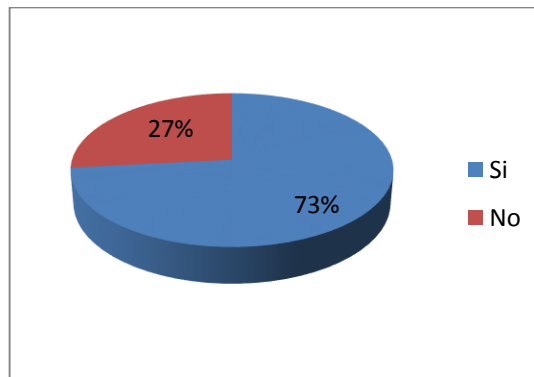
Interpretación: La mayoría de los comerciantes que nos respondieron los cuestionarios eran los dueños de los merenderos ya que ellos tienen un mayor control acerca de los ingresos que llegan en cada local, los meseros también son una parte importante a la hora de conocer los gustos y preferencias de los turistas al igual que las cocineras.

5. ¿Tiene conocimiento de los proyectos turísticos que realiza la Alcaldía Municipal de Ilopango para fortalecer el desarrollo local?

Objetivo de la pregunta:

Identificar que tanto están conscientes los comerciantes de los proyectos realizados por la alcaldía municipal de Ilopango.

Tabla #5		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	73%
No	20	27%
Total	75	100%



Análisis: Los datos de la tabla y gráfica muestran que el 73% de los comerciantes si tienen conocimientos de los proyectos que la alcaldía ha realizado para lograr mejorar sus condiciones de vida y el desarrollo local en el municipio y solo un 27% no saben de estos esfuerzos realizados por la alcaldía.

Interpretación: la gran mayoría de los comerciantes han podido observar los esfuerzos por parte de la alcaldía de lograr darle una mejor cara al lugar y atraer a más turistas. Por otra parte, existe un grupo pequeño de comerciantes que a pesar de que ellos han

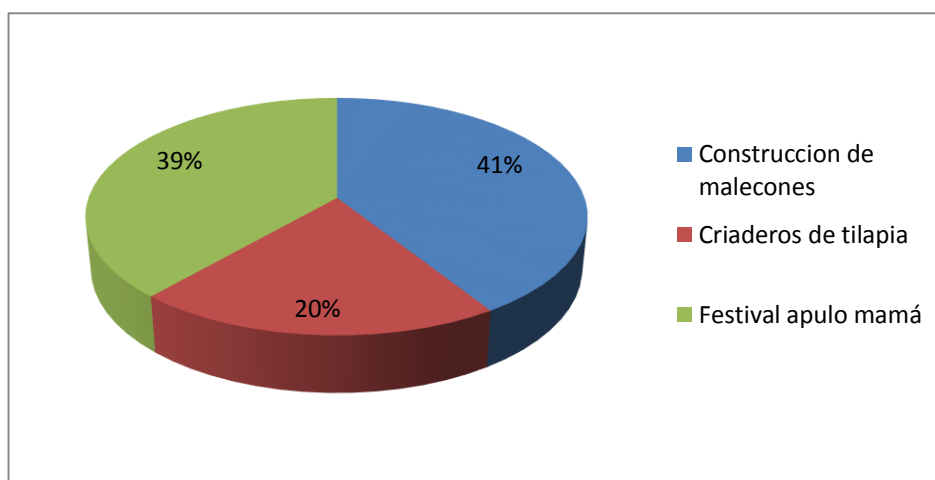
obtenido ayuda de la alcaldía, no son capaces de identificar tales proyectos, como ayuda hacia ellos.

6. ¿Con qué proyecto se benefició usted?

Objetivo de la pregunta:

Identificar cuáles son los proyectos que los comerciantes consideran importantes para obtener un mayor incremento en su economía.

Tabla #6		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Construcción de Malecones	50	41%
Criaderos de Tilapia	25	20%
Festival Apulo Mamá	47	39%
Total	122	100%

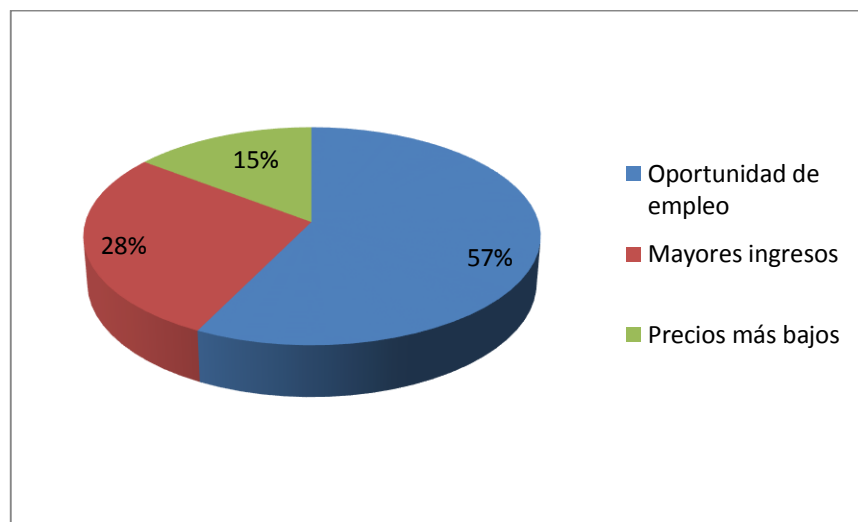


Análisis: Los datos nos indican que el 41% de los comerciantes opinan que el proyecto que más ha influido para su beneficio fue la construcción de los malecones, seguido muy de cerca por el festival de apulo mamá con un 39%, y en menor medida la creación de los viveros de tilapia con un porcentaje de solo el 20%

Interpretación: la mayoría de los comerciantes han llegado a la conclusión que el proyecto de construcción de los malecones ha sido el que más les ha beneficiado, debido a que su local tiene un aspecto más atractivo para los turistas que los visitan, haciendo que consuman sus productos y tengan una mejor opinión del sitio turístico, de igual manera el festival gastronómico ha aportado ingresos considerables para los comerciantes, que ven más movimiento y afluencia de turistas para esas fechas, estos datos nos muestran así que los esfuerzos futuros de la alcaldía tendrían que estar ligados a estos proyectos.

6.1 ¿Por qué? (Con base a la pregunta anterior)

Tabla #6.1		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Oportunidad de Empleo	43	57%
Mayores ingresos	21	28%
Precios más bajos	11	15%
Total	75	100%



Análisis: el 57% de los comerciantes indicaron que la oportunidad de empleo fue lo que los motivó a elegir la opción de la construcción de los malecones, como proyecto que más les benefició, la opción de obtener mayores ingresos obtuvo el 28% de respuesta de los comerciantes y la opción de precios más bajos obtuvo solo el 15%.

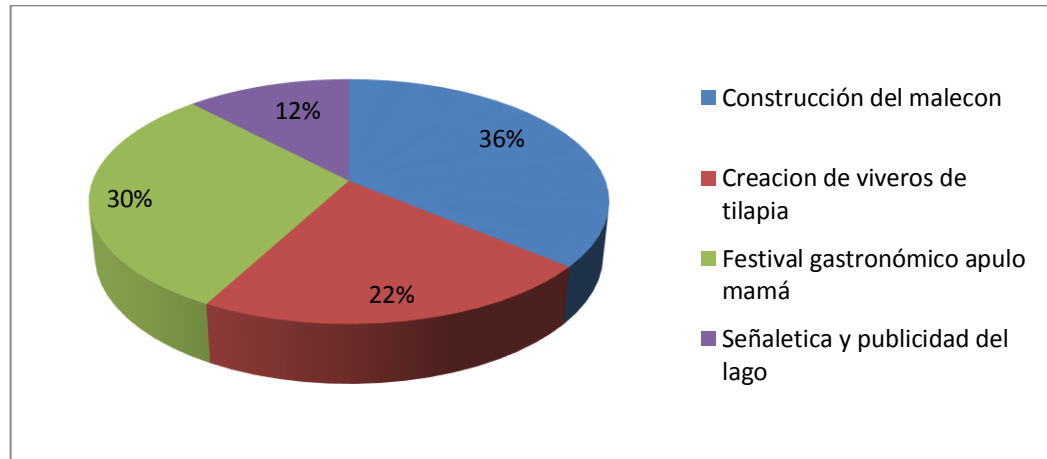
Interpretación: En estos datos podemos observar que la principal razón por la que los comerciantes se vieron beneficiados con los proyectos realizados por la alcaldía, fue porque se les abrió la oportunidad de tener una fuente de empleo, que llevó a algunos a tener un mayor ingreso económico, además también les ayudó a obtener precios más bajos en algunos productos que utilización para la comercialización en sus puestos de trabajo.

7. A continuación se presentan los proyectos desarrollados por la Alcaldía de Ilopango, marque con una X las que conoce.

Objetivo de la pregunta:

Identificar cuáles son los proyectos turísticos realizados en el municipio de Ilopango que los comerciantes conocen que la alcaldía ha trabajado en ellos para atraer a más turistas al municipio.

Tabla #7		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Construcción del Malecon	60	36%
Creación de Viveros de Tilapia	36	22%
Festival Gastronómico “Apulo Mamá”	50	30%
Señalética y Publicidad hacia el lago de Ilopango	20	12%
Total	166	100%



Análisis: El 36% de los comerciantes conoce más el proyecto de la construcción de los malecones, seguido por un 30% del festival a pulo mamá, un 22% de la creación de los viveros de tilapia y solo el 12% de la señalética y publicidad del lago de Ilopango.

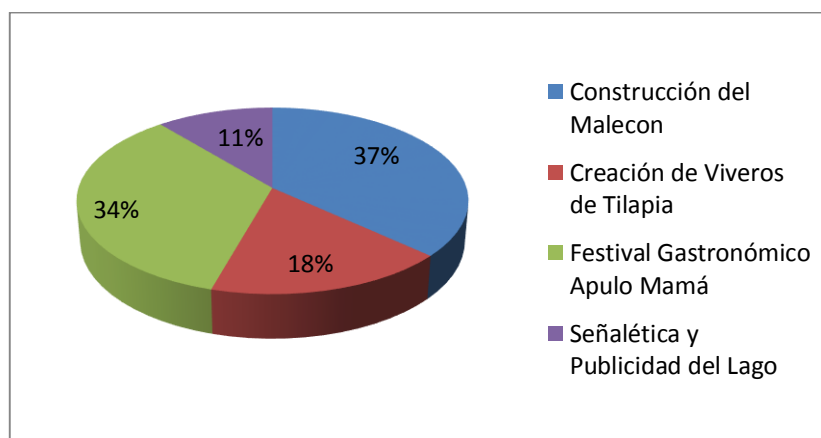
Interpretación: En estos datos podemos observar que la mayoría de los comerciantes tienen mayor conocimiento de los proyectos que están relacionados con su área de trabajo como lo son la construcción de malecones y el festival apulo mamá y en menor medida aquellos que no están tan ligados a ellos como lo de los criaderos de tilapia y señalética y publicidad del lago.

8. Marque con una X los proyectos que les han beneficiado más al Municipio para su desarrollo local.

Objetivo de la pregunta:

Conocer cuáles son los proyectos de la alcaldía con los que los comerciantes han obtenido beneficios económicos que ayudan con el desarrollo del municipio.

Tabla #8		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Construcción del Malecon	50	37%
Creación de Viveros de Tilapias	24	18%
Festival Gastronómico Apulo Mamá	47	34%
Señalética y Publicidad hacia el lago de Ilopango	15	11%
Total	136	100%



Análisis: el 37% de los comerciantes opinan que la construcción de los malecones ha beneficiado más para que el municipio logre tener un mayor desarrollo local, un 34% piensan que es el festival apulo mamá quien ha logrado el desarrollo, mientras que 18% opina que tiene que ver con la creación de viveros de tilapia, y solo un 11% la publicidad y señalética del lago.

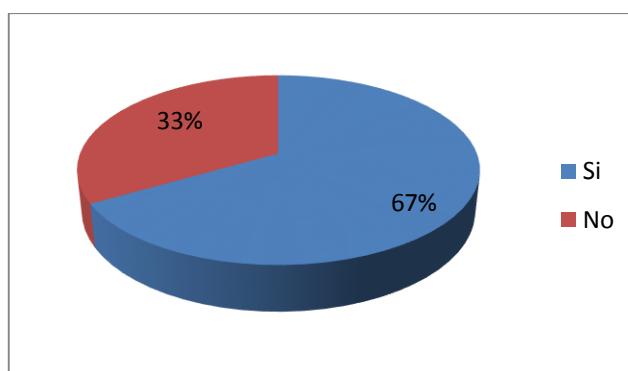
Interpretación: Los datos indican que la construcción de los malecones junto con la creación del festival apulo mamá, han contribuido en gran medida a que el municipio se vaya desarrollando económica y turísticamente, debido a que son los que más atraen a los turistas y logran un mayor consumo en los productos que ellos ofrecen, los otros dos proyectos aun necesitan un poco más de empuje para que contribuyan con el desarrollo local del municipio.

9. ¿Considera usted que los proyectos ya existentes ayudan y seguirán ayudando al desarrollo local del municipio?

Objetivo de la pregunta:

Conocer la opinión que tienen los comerciantes acerca de los proyectos que la alcaldía ha llevado a cabo para lograr que el municipio de Ilopango se desarrolle y pueda tener una mejor calidad de vida para sus habitantes.

Tabla #9		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	67%
No	25	33%
Total	75	100%



Análisis: El 67% de los comerciantes piensan que los proyectos hechos por la alcaldía si ayuda al desarrollo local, mientras que un 33% piensa que no son de utilidad.

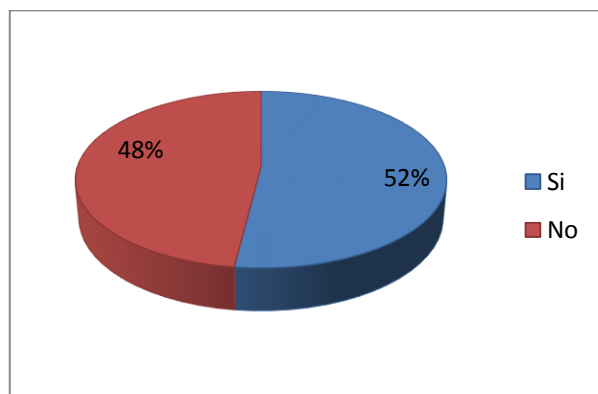
Interpretación: Los datos nos muestran que la mayoría de los habitantes consideran que los proyectos turísticos realizados por la alcaldía están contribuyendo en alguna medida para tener un mayor desarrollo local, ya que se puede notar una mayor afluencia de turistas que visitan el municipio a diferencia de años anteriores cuando no se habían llevado a cabo los proyectos, sin embargo un grupo más pequeño de comerciantes creen que los proyectos no son de ayuda para el desarrollo del municipio, ya que no todos ellos obtienen los mismos ingresos que sus compañeros.

10. ¿Han incrementado las ganancias de su negocio desde la puesta en marcha de los proyectos de la Alcaldía Municipal?

Objetivo de la pregunta:

Conocer que tanto han ayudado los proyectos de la alcaldía a la economía de los comerciantes de los malecones.

Tabla #10		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	52%
No	36	48%
Total	75	100%



Análisis: El 52% opinan que sus ingresos si han aumentado y el 48% opina que no.

Interpretación: En estos datos se observa que la mayoría de los comerciantes piensan que sus ingresos económicos si han aumentado desde que se pusieron en marcha los proyectos de la alcaldía, pero la diferencia entre las personas que opinan que no han aumentado es bastante pequeña, llegando casi al punto de decir que la mitad está conforme con la ayuda dada con los proyectos por parte de la alcaldía y la otra mitad no.

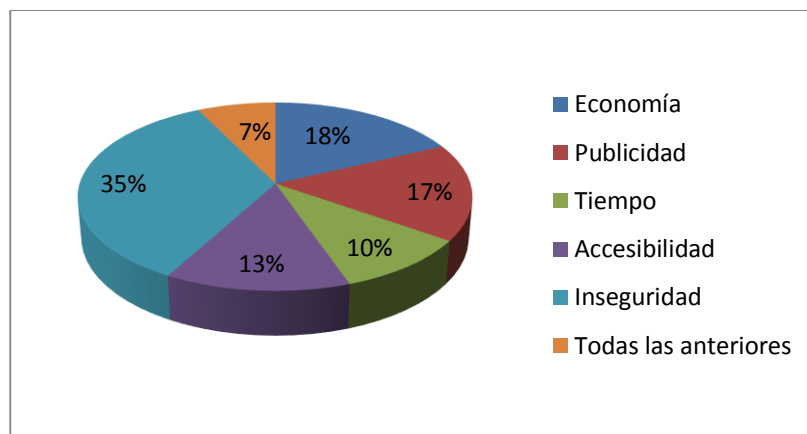
11. ¿Qué factores negativos considera usted que interviene para que los turistas visiten su negocio?

Objetivo de la pregunta.

Conocer los elementos que los comerciantes consideran que les afectan para que los turistas visiten y consuman los productos de sus locales.

Tabla #11		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Economía	27	18%
Publicidad	23	17%
Tiempo	15	10%
Accesibilidad	22	13%

Inseguridad	52	35%
Todas las anteriores	11	7%
Total	150	100%



Análisis: Con un 35% la inseguridad constituye el mayor factor para que los turistas no los visiten, seguido por el 18% de la economía, el 17% de falta de publicidad, el 13% de la accesibilidad, el 10% del tiempo y el 7% dijo que todas los factores anteriores influían para que no sean visitados por los turistas.

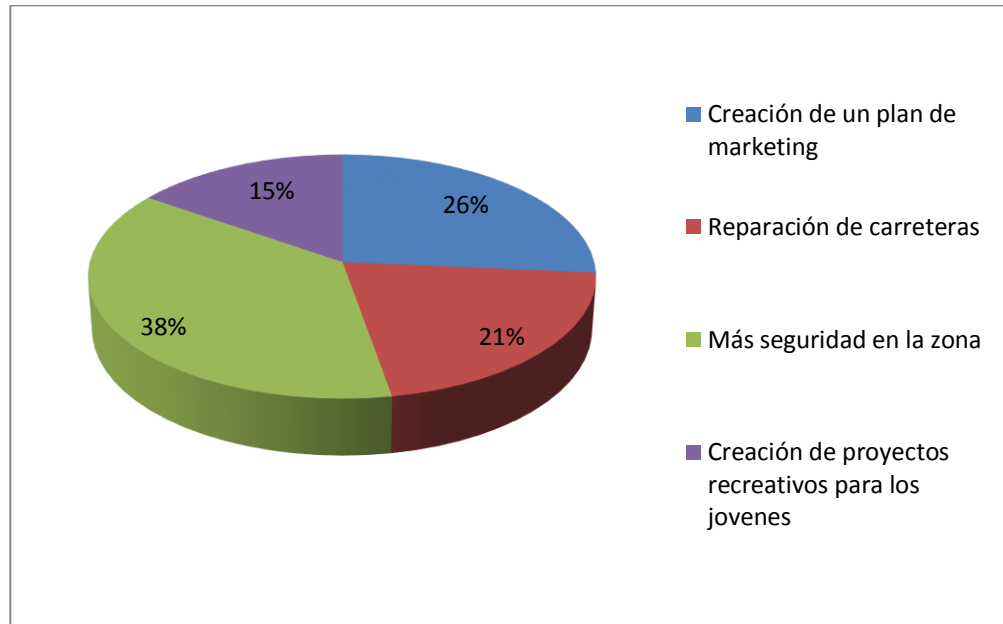
Interpretación: Los datos de la tabla y grafica nos muestran que el mayor factor que influye para que los turistas no los visiten es el factor inseguridad, ya que aunque la alcaldía proporciona protección en el área de los malecones, el recorrido que se hace antes de llegar ahí es donde hay problemas. También se observa que el estado económico de los turistas influye para que ellos no los visiten, así como la accesibilidad

al lugar cuyas calles están en malas condiciones y necesitan urgente una reparación para no dañar los vehículos que llevan los turistas, la publicidad del lugar es muy poca, algunos sitios de internet que promueven al lugar no han sido actualizados en varios años, provocando que los turistas no reciban la información necesaria para hacer turismo en el lugar, el factor tiempo también influye de cierta medida a que los turistas no puedan llegar al sitio turístico.

12. Según su criterio, ¿Cómo se puede minimizar estos factores negativos desde la alcaldía municipal, según la pregunta anterior?

Objetivo de la pregunta: conocer las ideas que los comerciantes tienen que puedan servir de ayuda a la alcaldía para mejorar su trabajo en los proyectos futuros enfocados al turismo.

Tabla #12		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Creación de un plan de marketing	43	26%
Reparación de carreteras	34	21%
Más seguridad en la zona	61	38%
Creación de proyectos recreativos para los jóvenes	25	15%
Total	163	100%



Análisis: El 26% de los comerciantes cree que la alcaldía debería implementar un plan de marketing para minimizar los factores negativos que impiden que los turistas los visiten, el 26% cree que ayudaría que repararan las carreteras, el 38% piensa que colocar más seguridad en la zona será lo más conveniente y el 15% apoya la creación de proyectos de recreación para los jóvenes.

Interpretación: la opinión dada por los comerciantes para disminuir los factores que hacen que los turistas no los visiten se van más por el lado de solucionar la inseguridad, si bien es cierto que el área del lago que es la que más visitan los turistas hay personas que cuidan que todo este seguro para que las personas disfruten sin preocupaciones, también es cierto que el camino para llegar a ese sitio es peligroso y es ahí donde los comerciantes piden que haya más presencia policial para que los turistas no tengan

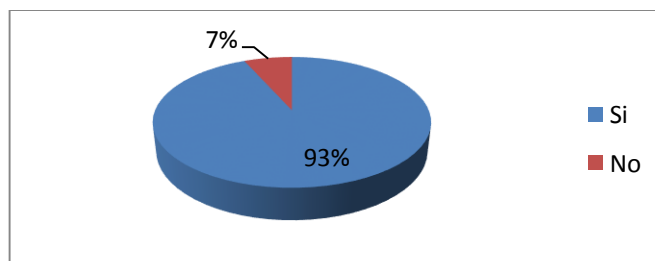
miedo de ir, también opinan que es urgente crear un plan de marketing para darse a conocer más ya que la publicidad del lugar es poca o nula, el mal estado de las carreteras que llevan al sitio turístico también es un problema que se debe de resolver, y la razón por la que plantearon la idea del creación de proyectos de recreación para los jóvenes va enfocada en bajar los índices de delincuencia.

13. ¿Considera usted que su negocio es atractivo para las personas que lo visitan?

Objetivo de la pregunta:

Conocer si los comerciantes de los merenderos los malecones están satisfechos con la infraestructura que poseen gracias al trabajo realizado por la alcaldía municipal.

Tabla #13		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	93%
No	5	7%
Total	75	100%



Análisis: El 93% de los comerciantes considera que su negocio es atractivo para los turistas y solo un 7% piensa que no lo es.

Interpretación: Según los resultados de la tabla y gráfica, la gran mayoría de los comerciantes piensan que sus negocios son bastante atractivos para atraer la atención de los turistas que los visitan, dando a conocer que los trabajos que la alcaldía realizó en la reconstrucción de los locales fue de gran ayuda para los comerciantes, aunque no todos están de acuerdo con esto, una cantidad más reducida de comerciantes no están del todo felices con los trabajos realizados, debido a que sus locales se redujeron un poco a comparación de cómo eran antes.

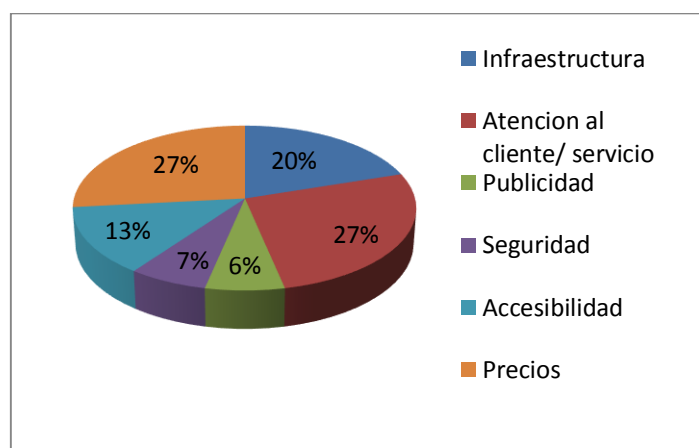
14. Marque con una X el factor por el cual cree que es visitado su negocio.

Objetivo de la pregunta:

Identificar los puntos fuertes que los comerciantes creen que es la razón por la cual los turistas se interesan en visitar sus negocios y consumir sus productos.

Tabla #14		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura	15	20%
Atención al cliente/ Servicio	20	27%
Publicidad	5	6%
Seguridad	5	7%

Accesibilidad	10	13%
Precios	20	27%
Total	75	100%



Análisis: Tanto la atención al cliente como los precios obtuvieron el 27% de la opinión de los comerciantes que piensan que son los factores que más atraen a turistas, el 20% se lo lleva la infraestructura, el 13% la accesibilidad, el 7% la seguridad y el 6% la publicidad.

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos según la opinión de los comerciantes los motivos o factores que más influye para que los turistas lleguen a sus locales y consuman sus productos son la atención que se les brindan a la hora de atenderlos y los precios de los productos, la buena atención se debe a que ellos han recibidos capacitaciones que la alcaldía ha hecho posible del manejo de los alimentos, cursos básicos de inglés, bar ténder, entre otros para poder complacer a los turistas que

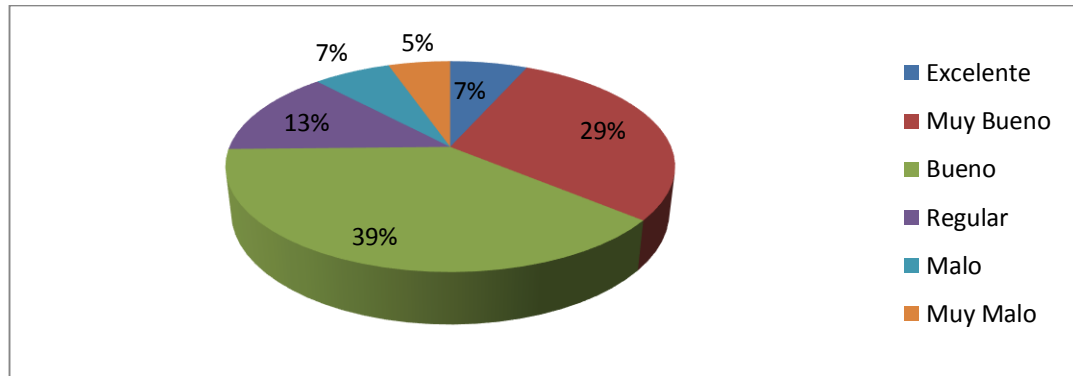
consumen sus productos, también la nueva infraestructura resulta más atractiva para los visitantes, mientras que el factor de seguridad, accesibilidad y publicidad hacen poco o nada para ayudar a atraer a más turistas.

15. ¿Cómo califica los proyectos turísticos realizados por la Alcaldía Municipal en el año 2015?

Objetivo de la pregunta:

Evaluar el trabajo realizado por la alcaldía municipal según la percepción de los comerciantes.

Tabla #15		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	5	7%
Muy Bueno	22	29%
Bueno	29	34%
Regular	10	13%
Malo	5	7%
Muy Malo	4	6%
Total	75	100%



Análisis: El 39% de los comerciantes califica como bueno los proyectos que realizó la alcaldía, el 29% lo califica con muy bueno, el 13% con regular, la opción de excelente y malo obtuvieron ambos un 7% y solo el 5% lo calificó como muy malo.

Interpretación: Los datos nos indican que la mayoría de los comerciantes piensa que el trabajo realizado por la alcaldía es bueno y uniéndolos con los resultados de muy bueno y excelente obtienen la aprobación de los comerciantes sobre el trabajo que han estado realizando, pero aun así quedan comerciantes que no piensan que la alcaldía esté realizando un buen trabajo para ayudarlos a ellos y al municipio ya que opinan que la alcaldía podría ser más creativa a la hora de crear proyectos que los beneficien a todos ellos de igual manera y no a unos más que a otros.

4.1.2 Presentación de Resultados con base a encuestas realizadas a los turistas.

Nota: La muestra que se realizó al final de la investigación fue de 100 personas, debido a que siete turistas no rellenaron bien los cuestionarios, unas de sus respuestas

fueron nulas y las otras no las contestaron, debido a que era su primera vez en el municipio y no tenían referencias del lugar.

Universidad Tecnológica de El Salvador

Fecha: _____

Encuesta.

Evaluación de los proyectos turísticos de los años 2015-2016 de la Alcaldía de Ilopango

Introducción.

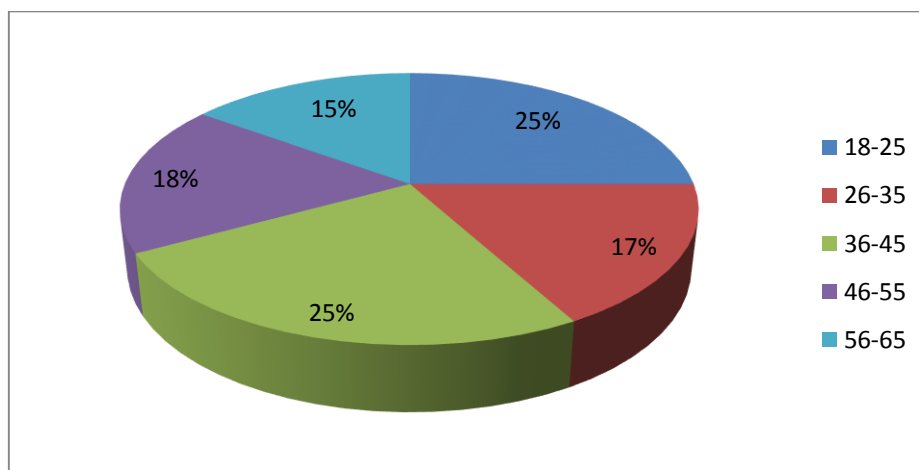
La presente encuesta se realiza con la finalidad de saber que tanto han beneficiado a los Turistas los proyectos turísticos que la Alcaldía de Ilopango puso en marcha en los años 2015-2016.

Por favor complemente la encuesta cuidadosamente y siga los pasos que aquí se le indiquen.

1. Edades de los Turistas

Objetivo: Identificar el rango de edad en el que se encuentran los turistas que visitan el Municipio de Ilopango.

Tabla # 1		
Edades	Frecuencias	Porcentajes
18 - 25	25	25%
26 - 35	17	17%
36 - 45	25	25%
46 - 55	18	18%
56 - 65	15	15%
Total	100	100%



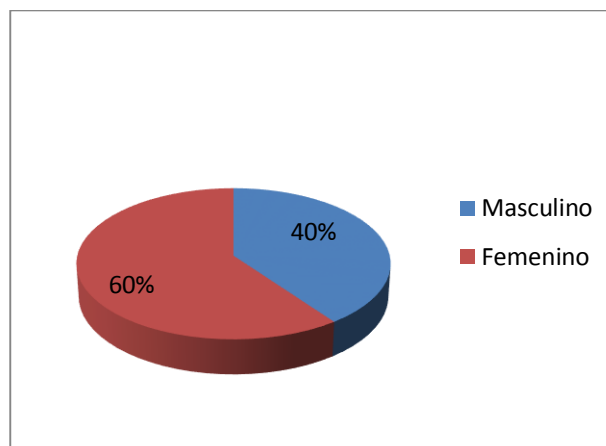
Análisis: el 25% de los turistas que visitan el lago de Ilopango son personas de entre los 18 a 25 años, al igual que los de 36 a 45 años que tienen el mismo porcentaje, el 18% son personas de entre 46 a 55 años, el 17% de entre 26 a 35 años y el 15% rondan la edad de los 56 a 65 años.

Interpretación: con los datos obtenidos podemos darnos cuenta que las edades de los turistas que visitan el municipio de Ilopango andan en su mayoría entre los 18 y 65 años, con base a esto se puede crear diferentes proyectos turísticos que vayan de acuerdo con la edad y preferencias de los visitantes.

2. Genero de los turistas.

Objetivo: conocer el índice de hombres y mujeres que visitan el municipio de Ilopango.

Tabla #2		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	40	40%
Femenino	60	60%
Total:	100	100%



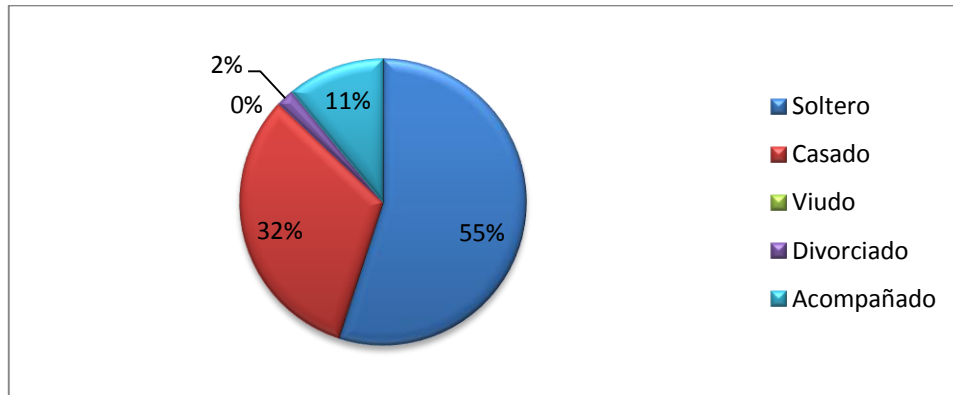
Análisis: El 60% de los turistas al que se le realizó la encuesta fueron mujeres y el 40% fueron hombres.

Interpretación: Los datos nos muestran que la mayoría de turistas que visitan el municipio de Ilopango son mujeres y en menor medida los hombres, esto se puede deber a que las mujeres son las que más les gusta salir a pasear con amigas y conocer más lugares.

3. Estado civil de los turistas.

Objetivo: identificar cuáles son los tipos de turistas que más visitan el municipio de Ilopango.

Tabla # 3		
Estado Civil	Frecuencias	Porcentajes
Soltero	55	55%
Casado	32	32%
Viudo	0	0%
Divorciado	2	2%
Acompañado	11	11%
Total	100	100%



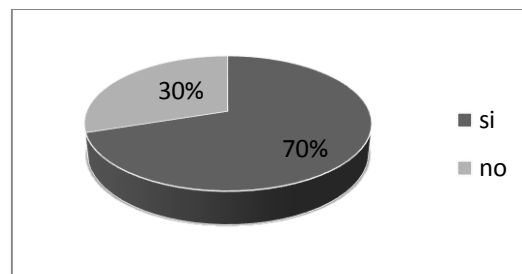
Análisis: El 55% de los turistas que visitan el municipio son personas solteras, el 32% son casados, seguido por el 11% que están acompañados, el 2% personas divorciadas y el 0% viudos.

Interpretación: Según los datos que nos muestra la gráfica podemos decir que la mayoría de turistas que llegan al municipio son los solteros, ya que tienen más libertad de hacer turismo cuando ellos quieran, aunque las familias no se quedan muy atrás en lo que hacer turismo se refiere ya que la mayoría de ellas disfrutan compartir un momento agradable con sus seres queridos, las personas acompañadas y divorciadas hacen turismo pero en menor medida

4. Tiene conocimientos de los atractivos turísticos del municipio de Ilopango:

Objetivo: identificar que tanto conocen los turistas los atractivos turísticos que existen en el municipio de Ilopango

Tabla #4		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	70%
No	30	30%
Total:	100	100%



Análisis: Los datos reflejados en la tabla y en la gráfica muestran que un 70% de los turistas si tienen conocimientos de los atractivos turísticos que posee en municipio de Ilopango y el 30% no tienen conocimiento.

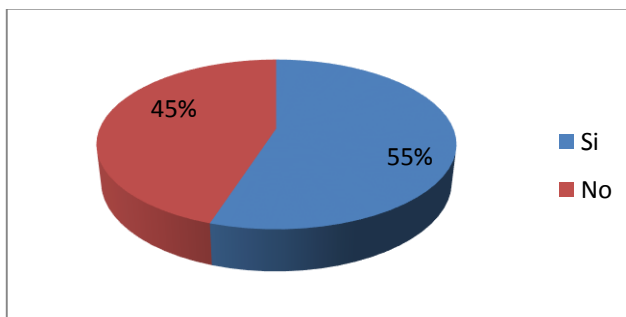
Interpretación.: Los resultados indican que la mayor parte de los turistas locales si conocen los atractivos turísticos ya que viven en esta zona. Mientras que los extranjeros tienen un conocimiento más reducido de los atractivos porque para ellos hablarles del turismo de Ilopango es estar hablando del lago y los turistas que su respuesta fue negativa

dicen que nunca han tenido la oportunidad de visitar todo el municipio ya sea por falta de tiempo, la inseguridad, y las vías de acceso son inadecuada.

5. Considera al Municipio de Ilopango entre los lugares a visitar en su tiempo de descanso:

Objetivo: Conocer si el Municipio de Ilopango se encuentra entre los sitios turísticos que la población elige visitar en sus tiempos libres.

Tabla #5		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	55%
No	45	45%
Total:	100	100%



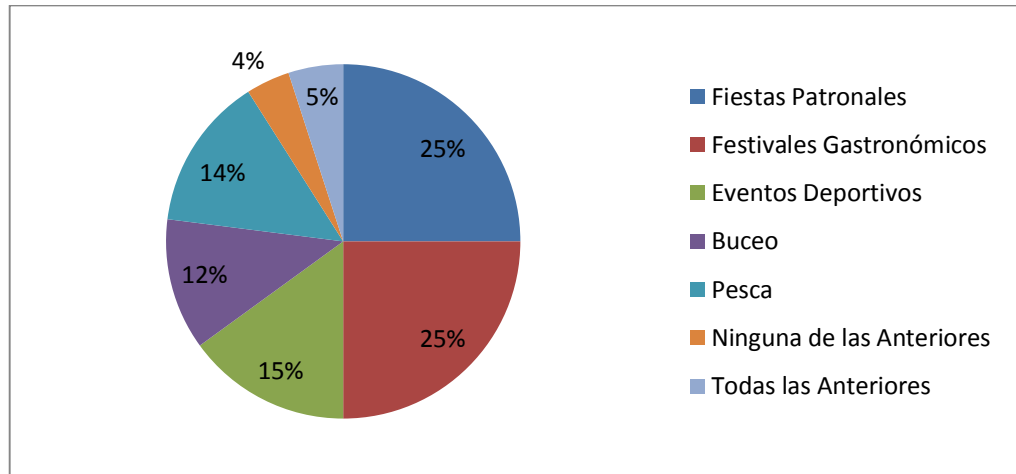
Análisis: según los datos reflejados en las tablas un 55% de los turistas si consideran en sus tiempos libres visitar el Municipio y un 45% no.

Interpretación: la mayoría de los turistas que eligen visitar el municipio detallan que prefieren por la cercanía y los bajos costos que en el lugar pueden obtener y el resto de los turistas no lo considera por el tema de inseguridad que existe en el municipio.

6. ¿Cuáles son las actividades turísticas que conoce y realiza el Municipio de Ilopango?

Objetivos: Identificar cuáles son las actividades preferidas que los turistas prefieren realizar.

Tabla #6		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fiestas Patronales	25	25%
Festivales Gastronómicos	25	25%
Eventos Deportivos	15	15%
Buceo	12	12%
Pesca	14	14%
Ninguna de las Anteriores	4	4%
Todas las Anteriores	5	5%
Total:	100	100%



Análisis: los datos nos indican que tanto fiestas patronas y festival gastronómico poseen el 25% de las actividades que los turistas realizan, seguido por 15% que participan en eventos deportivos, 14% en pesca, un 12% en buceo, el 4% no realizan ninguna de las opciones anteriores, finalizando con un 5% que realizan todas las actividades q realizan en el municipio.

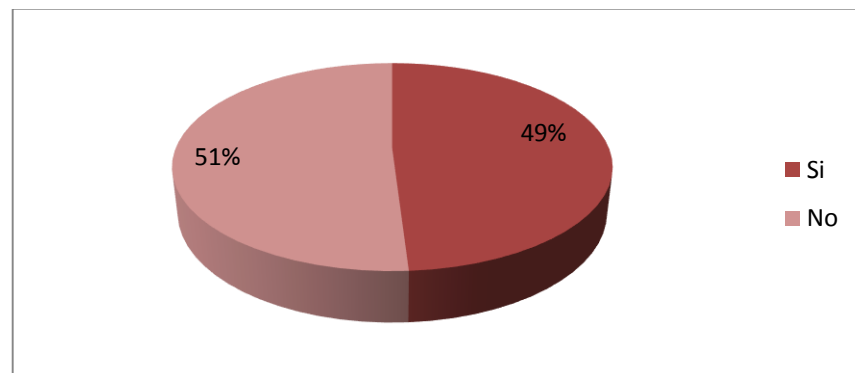
Interpretación: Según los resultados de la gráfica anterior, las fiestas patronales y festival gastronómico, son las actividades que más realizan las personas ya que el ambiente festivo y la variedad de platillos típicos que se elaboran para esas fechas son de la preferencia de la mayoría de turistas, mientras que algunos turistas prefieren visitar el municipio para ser parte de los eventos deportivos que organiza la alcaldía como esparcimiento familiar, las personas que realizan buceo y pesca tienen un número más reducido ya que son pocas las personas que practiquen esos deportes, en el caso de las

personas que no realizan ninguna de las actividades antes mencionadas se debe a que no poseen el tiempo o simplemente prefieren realizar otro tipo de actividades.

7. ¿Considera al lago de Ilopango el mayor atractivo turístico del Departamento de San Salvador?

Objetivo: Determinar el porcentaje de aceptación que el lago de Ilopango posee dentro de los atractivos turísticos del departamento de San Salvador.

Tabla #7		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	49%
No	51	51%
Total	100	100%



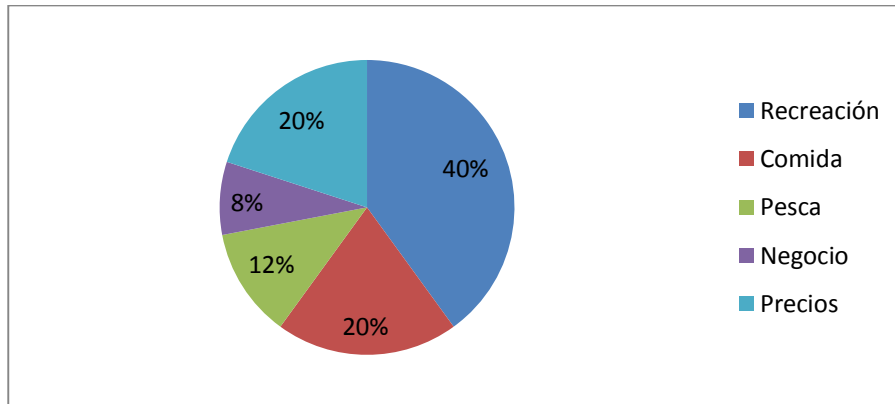
Análisis: El 51% de los turistas dijeron que no consideran al lago de Ilopango como el mayor atractivo de San Salvador, mientras que un 49% dijo que sí.

Interpretación: La mayoría de los turistas no considera que el lago de Ilopango sea el mayor atractivo del departamento de San Salvador, ya que dicho departamento posee gran diversidad de lugares turísticos que brindan más opciones de recreación, mientras que los otros turistas piensan que si es el mayor atractivo debido a que consideran que es uno de los lugares del país con una belleza impresionante y que posee varias opciones para divertirse.

8. ¿Cuál es el principal motivo por el cual visita el lago de Ilopango?

Objetivo: Identificar el principal motivo por el cual los turistas visitan el lago de Ilopango.

Tabla #8		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	40	40%
Comida	20	20%
Pesca	12	12%
Negocio	8	8%
Precios	20	20%
Total:	100	100%



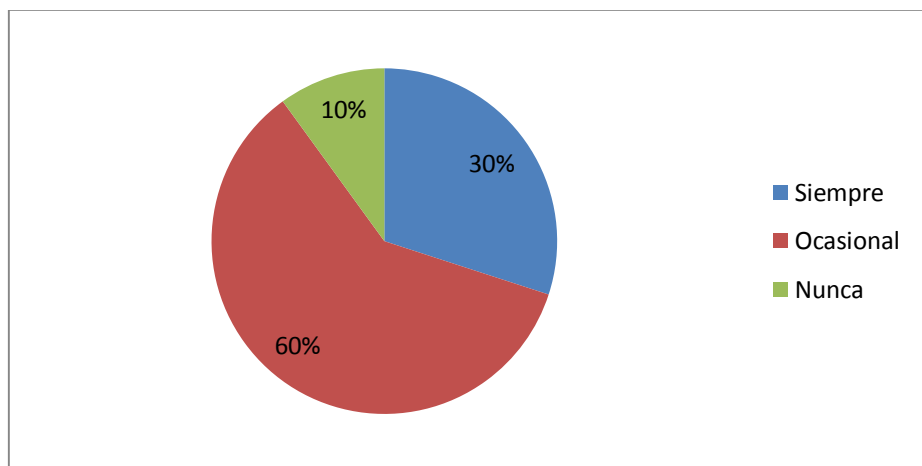
Análisis: según el gráfico y el cuadro se observa que un 40% de los turistas acuden al lago de Ilopango por recreación, seguido por comida y precios con un 20% mientras que un 12% y 8% los turistas visitan el lago por pesca y negocios.

Interpretación: Con base a los resultados obtenidos y presentados en el grafico anterior se puede concluir que los turistas indican que el principal motivo para visitar el lago de Ilopango es por recreación, ya que el lugar cuenta con diferentes opciones para pasar un momento agradable, desde un paseo en lancha, nadar en el lago, disfrutar del paisaje, bucear, etc., así mismo los turistas detallan que su visita también se debe a la comida y a los precios bajo que el sitio tiene para los turistas, ya que como hay varios locales pueden elegir entre todos los menú que los diferentes locales les ofrecen, por otra parte un grupo más pequeño de turistas opta por visitar a dicho lago por practicar pesca y realizar negocios en la localidad.

9. ¿Con que frecuencia visita el lago de Ilopango?

Objetivo: Conocer con qué frecuencia los turistas visitan el lago de Ilopango.

Tabla #9		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	30	30%
Ocasional	60	60%
Nunca	10	10%
Total:	100	100%



Análisis: podemos observar que un 60% de los encuestados visitan el lago ocasionalmente, un 30% siempre y un 10% nunca.

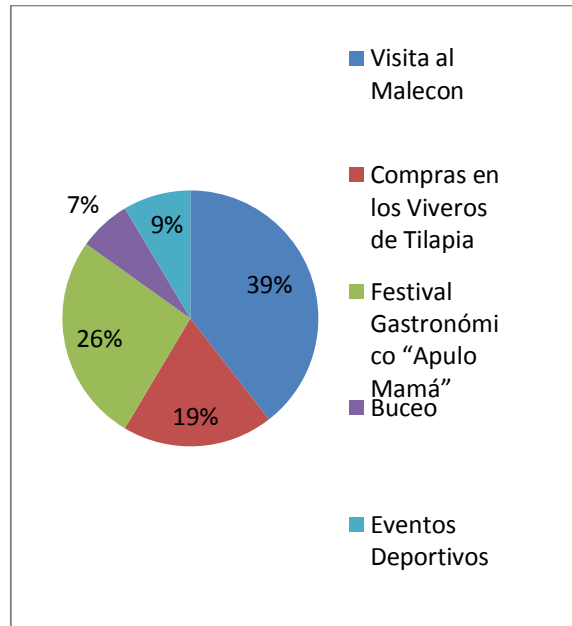
Interpretación: de acuerdo a los datos obtenidos en el cuadro podemos darnos cuenta que los turistas visitan el lago de Ilopango ocasionalmente ya que lo hacen en sus tiempos libres, así mismo podemos observar que otro porcentaje considerable de turistas

lo visitan siempre, en este caso son turistas locales ya se les hace fácil movilizarse al sitio, los turistas que dijeron que nunca visitan el lago es debido a que el camino para llegar al lago les resulta peligroso ya que como en muchas partes del país el municipio tiene problemas con el fenómeno de las pandillas.

10. Marque con una X las actividades turísticas según su preferencia.

Objetivo: Indagar sobre las actividades turísticas que más realizan los turistas cuando visitan el municipio de Ilopango.

Tabla #10		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Visita al Malecón	63	39%
Compras en los Viveros de Tilapia	29	19%
Festival Gastronómico “Apulo Mamá”	40	26%
Buceo	10	7%
Eventos Deportivos	13	9%
Total	155	100%



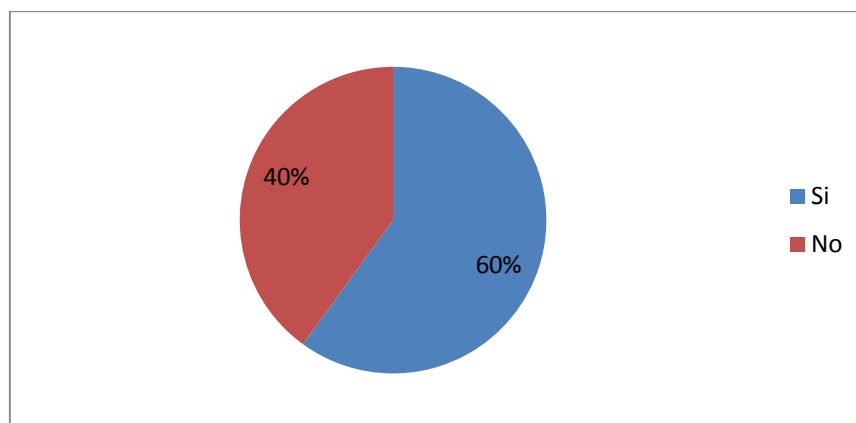
Análisis: según el cuadro y grafico nos indica que un 39% visita el malecón, un 26% prefieren Festival gastronómico, el 19% compras en los viveros de tilapia, seguido por un 7% de personas que prefieren el buceo y el 9% optan por los eventos deportivos.

Interpretación: según los datos obtenidos en el cuadro podemos ver que las actividades turísticas que los turistas prefieren es la visita al malecón donde podrán encontrar comodidad bajos precios etc., así mismo también prefieren asistir a los festivales gastronómicos, ya que son muy coloridos y llenos de diversión, muy apropiados para ir a pasar un buen rato en familia o con amigos, otros turistas visitan el municipio por los excelentes precios de las tilapias y en su minoría los turistas prefieren participar en las actividades de buceo y eventos deportivos.

11. Ha percibido una mejora en el turismo del Municipio en los últimos 4 años:

Objetivo: Identificar la mejora continua que ha tenido el municipio de Ilopango con los proyectos realizados en los últimos 4 años.

Tabla #11		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	60%
No	40	40%
Total:	100	100%



Análisis: un 60% consideran que si ha percibido una mejora y el 40% que no.

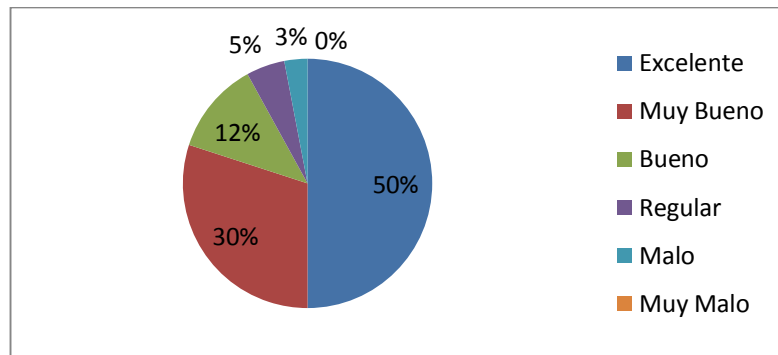
Interpretación: de acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de los turistas han percibido mejoras en aspecto de turismo en el municipio de Ilopango, como por ejemplo que ahora los negocios de comidas que hay en los malecones tienen una mejor

presentación que da una mayor confianza para consumir sus productos, también se puede observar que hay más cuidados a la hora de mantener limpio el lugar, la otra parte de los turistas que son menos piensan que no ha habido muchas mejoras, que aún hay mucho en lo que la alcaldía podría trabajar para sacar todo el potencial que tiene el municipio.

12. Como califica la labor en aspecto de turismo de la Alcaldía Municipal de Ilopango:

Objetivo: Identificar la aceptación que ha tenido los turistas con la labor que ha tenido la alcaldía de Ilopango en aspectos de turismo.

Tabla #12		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	50	50%
Muy Bueno	30	30%
Bueno	12	12%
Regular	5	5%
Malo	3	3%
Muy Malo	0	0%
Total:	100	100%



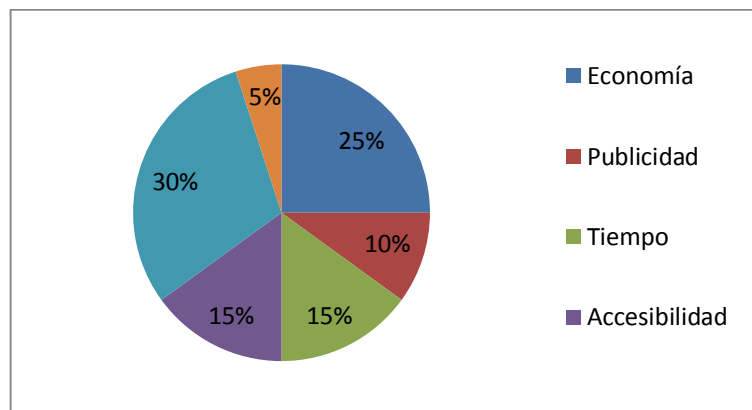
Análisis: según el cuadro y grafico nos indica que un 50% de los turistas encuestados califica de excelente la labor realizada por la alcaldía, seguido con un 30% muy bueno, un 12% bueno, 5% regular, un 3% malo y finalizando con un 0% muy malo.

Interpretación: de acuerdo a los datos obtenidos pudimos observar que la mayoría de los turistas califican como excelente la labor que ha tenido de la alcaldía municipal de Ilopango con respecto al desarrollo local de dicho municipio, expresándonos que han vistos como han ido evolucionando poco a poco turísticamente tanto en comodidad, higiene etc. Así mismo también pudimos ver en los gráficos que califican su labor muy bueno, bueno, regular y mala ya que tienen que mejorar muchos aspectos como por ejemplo seguridad y que las vías de acceso sean adecuadas.

13. Que factores negativos considera usted que interviene para que visite el Municipio de Ilopango:

Objetivo: identificar cuáles son los factores negativos que intervine para el desarrollo local del municipio de Ilopango.

Tabla #13		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Economía	25	25%
Publicidad	10	10%
Tiempo	15	15%
Accesibilidad	15	15%
Inseguridad	30	30%
Todas las Anteriores	5	5%
Total:	100	100%



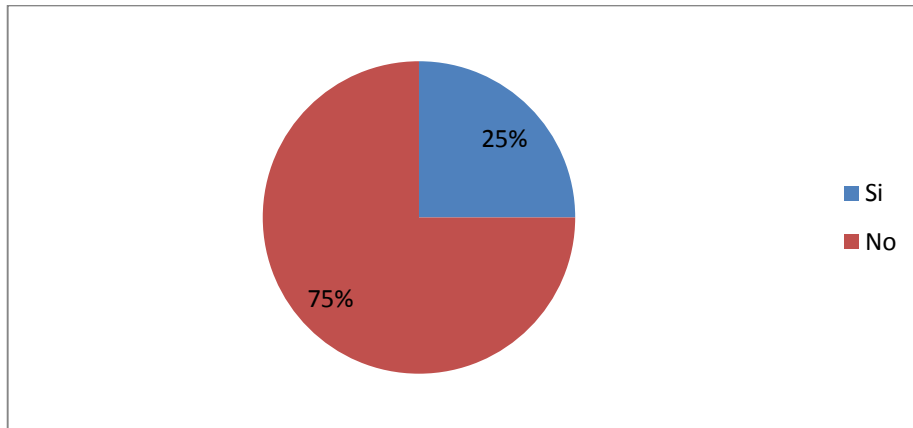
Análisis: según el cuadro y grafico nos indica que un 30% de factor negativo es la inseguridad, seguido por un 25% la economía, un 15% el tiempo y la accesibilidad, un 10% la publicidad y finalizando con un 5% con todos los factores negativos antes mencionados.

Interpretación: como pudimos observar en el grafico anterior el factor negativo que más interviene al desarrollo local del municipio es la inseguridad que se vive en dicho sector ya que no posee mucha seguridad a la hora del acceso a dicho municipio, otro de los factores es la economía, publicidad, tiempo y accesibilidad. Todos estos factores antes mencionados no ayudan a que el municipio se desarrolle más turísticamente los turistas opinan que es necesario hacer publicidad ya que a través de ella podrían saber cómo es el municipio porque si no se dan a conocer nadie se interesaría a pasar por el municipio, así mismo se deben mejorar las vías de acceso del lugar para que los turistas puedan visitar en los diferentes atractivos turísticos que tiene el sector.

14. Se da cuenta de las actividades turísticas del Municipio de Ilopango por Medio de Publicidad:

Objetivo: Analizar si a través de la publicidad se generaría más afluencia de turistas en el municipio de Ilopango.

Tabla #14		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	25%
No	75	75%
Total:	100	100%



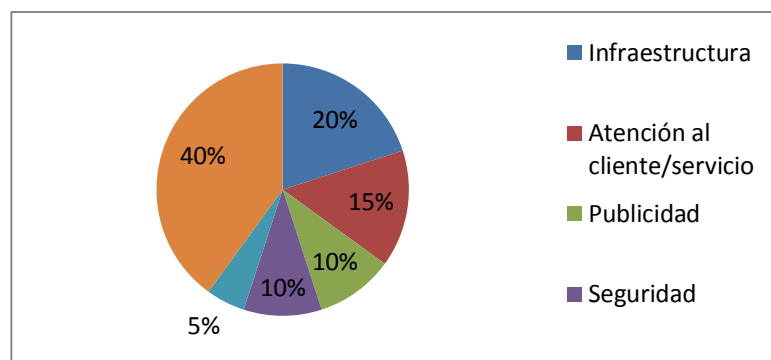
Análisis: un 75% de los turistas dijo que no se dan cuentas de las actividades turísticas que realiza el municipio por medio de publicidad y un 25% dijo sí

Interpretación: la mayoría de los turistas dicen que no se enteran por publicidad las actividad turísticas que la alcaldía realiza dijeron que es necesario hacer publicidad del municipio ya que atreves de esta darían a conocer el lugar y tuvieran más afluencias de turistas.

15. Marque con una “X” el factor por el cual es visitado los negocios Turísticos del Municipio de Ilopango:

Objetivo: Identificar el factor por el cual son visitados los negocios turísticos del municipio de Ilopango.

Tabla #15		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura	20	20%
Atención al cliente/servicio	15	15%
Publicidad	10	10%
Seguridad	10	10%
Accesibilidad	5	5%
Precios	40	40%
Total:	100	100%



Analizar: según el cuadro y grafico nos indica que un 40% visita los negocios turísticos por los precios, 20% por su infraestructura, un 15 % por su servicio al cliente, seguido por un 10% publicidad y seguridad y finalizando con un 5% la accesibilidad.

Interpretación: según los resultados los negocios turísticos del municipio de Ilopango son visitados es por los bajos costos que hay en dicho lugar y su infraestructura.

CAPITULO V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones.

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta investigación, se vació la información obtenida mediante los cuestionarios que se elaboraron para la investigación, además se realizaron gráficas en el programa Excel para una mejor comprensión de los resultados.

- a) Como resultado de la investigación y tomando en cuenta el análisis de los hallazgos obtenidos, se llegó a la conclusión que la relación que existe entre los proyectos turísticos realizados por la alcaldía de Ilopango ha contribuido en gran medida en el inicio del desarrollo local del municipio, ya que los proyectos se ayudan entre sí haciendo que tanto comerciantes como turistas se vean beneficiados.
- b) Como resultado de la investigación estadística presentada, es posible concluir que la mayoría de comerciantes han aprobado la labor y esfuerzos por parte de la alcaldía al realizar los proyectos turísticos y utilizarlos como fuente de desarrollo local para el municipio, sin embargo, nos indican que aún existen factores que

impiden el crecimiento continuo del turismo en la localidad, tales como la inseguridad, la accesibilidad del lugar, entre otros problemas que la alcaldía necesita solucionar.

- c) Según los resultados obtenidos de la investigación por parte de los comerciantes, el proyecto que más ha favorecido al desarrollo local del municipio es la construcción de los 75 merenderos en el área de los malecones, ya que ha proporcionado fuentes de empleo e ingresos económicos, lo que indica que los proyectos turísticos futuros de la alcaldía deberían enfocarse en mejorar las instalaciones del lugar y crear más fuentes de empleo seguras para los comerciantes.
- d) El Municipio de Ilopango posee potencial turístico, pero al observar y analizar el comportamiento de las personas abordadas y sus respuestas según el instrumento utilizado, se puede determinar que existe interés por parte de cada persona en realizar turismo, aunque las personas dejan de realizarlo debido a la inseguridad que existe en el sector y pese a este fenómeno las personas siempre buscan el tiempo y el espacio para distraerse, divertirse y compartir en este lugar.
- e) El municipio no es promovido de manera adecuada por parte de las entidades correspondientes para realizar y divulgar las actividades, atractivos y sitios turísticos que ofrece el municipio de Ilopango.

- f) No existen puntos de información donde el turista o visitante pueda fomentar su conocimiento de los sitios y los atractivos que el sector ofrece o de las actividades que en este se puede realizar.
- g) No existen circuitos turísticos en el cual se agrupen los atractivos o sitios turísticos que el municipio posee, así como rutas turísticas que incluyan a dicho municipio en sus recorridos y que ayuden a lograr un mayor desarrollo local en el lugar.
- h) A partir de este estudio, se puede afirmar que existe una estrecha relación entre el turismo y el desarrollo local a partir de la interpretación y puesta en valor del municipio, la necesidad de diversificación de la oferta turística por parte de los visitantes resulta una exigencia hacia un mayor acercamiento turístico al lugar, es así como la búsqueda y puesta en valor de recursos potencialmente turísticos forman parte de la actividad de interpretación y valorización desde un enfoque de desarrollo local.
- i) Por medio de esta investigación se encontró que efectivamente hubo un efecto positivo del turismo gracias a los proyectos turísticos realizados por la alcaldía de Ilopango que ayudaron a aumentar la afluencia de turistas en el lugar.
- j) De acuerdo con la investigación para determinar los gustos y preferencias de los turistas que llegan al municipio de Ilopango, se puede afirmar que en la mayoría de los casos se cumple con las expectativas de los turistas, pero todavía hay que

tomar en cuenta ciertas variables que son de vital importancia para lograr satisfacer la mayoría de necesidades que tienen los turistas y así convertir al municipio de Ilopango en uno de los destinos preferidos para hacer turismo, logrando así obtener mayores ingresos para los comerciantes.

- k) En la investigación se estudió el grado de aceptación que tiene tanto los turistas como los comerciantes hacia los proyectos realizados por la alcaldía municipal para lograr un mayor desarrollo en el municipio, en ambos casos los turistas y comerciantes están de acuerdo con que se han obtenido buenos resultados con la implementación de los proyectos realizados, sin embargo por el lado de los comerciantes se espera que la alcaldía pueda trabajar en mejorar los proyectos ya existentes para lograr un mejor equilibrio en los ingresos y beneficios que obtienen.

5.2 Recomendaciones.

- a) Debido a que el problema de la inseguridad es un factor que influye bastante a la hora de que los turistas visiten el municipio de Ilopango, se recomienda que la seguridad que existe en cada sitio turístico, tenga mayor presencia en los atractivos turísticos.
- b) También consideramos que el municipio de Ilopango necesita que se cree un plan de publicidad que ayude a conocer los atractivos turísticos que poseen, ya

que la publicidad que se lleva a cabo en estos momentos es muy poca y deficiente.

- c) En lo que respecta a las condiciones en las que se encuentran las carreteras que conducen hacia los sitios turísticos, se deben mejorar las vías de acceso al lago de Ilopango que es donde se encuentra la mayor actividad turística, logrando así una mayor afluencia de turistas a la zona.
 - d) Se recomienda colocar un kiosco de atención al turista interno y externo, en el municipio, donde el turista pueda llegar y pedir información acerca de los atractivos turísticos que hay en la zona y las diversas actividades que pueden hacer ahí, así como información de cómo llegar a cada punto turístico.
 - e) Se recomienda crear un croquis turístico para guiar a los visitantes para facilitar la ubicación de los diferentes atractivos turísticos que posee el municipio.
 - f) También se recomienda hacer un estudio de acuerdo a las principales necesidades que los turistas tienen y que aún no están siendo satisfechas cuando llegan al municipio para tener una idea más clara de los proyectos futuros que pueden realizar para seguir contribuyendo con el desarrollo local del municipio.
- Tomar en cuenta los resultados de esta Tesis.

5.3 Referencias.

- Alcaldía Municipal de Ilopango. (2014). *Alcaldía de Ilopango Inaugura Festival Apulo mamá*. Recuperado de <http://www.alcaldiadeilopango.gob.sv/wp-content/uploads/2015/04/Alcaldia-de-Ilopango-inaugura-Festival-Apulo-Mama.pdf>
- Alcaldía Municipal de Ilopango. *Historia*. Recuperado de http://www.alcaldiadeilopango.gob.sv/?page_id=50
- Alcaldía Municipal de Ilopango. *Mision y Vision*. Recuperado de http://www.alcaldiadeilopango.gob.sv/?page_id=81
- Apulo Tilapia. (2015). *Cuidado y Alimentacion de Tilapias*. Recuperado de https://www.facebook.com/apulotilapia.elsalvador?__mref=message_bubble
- Arias, F. (2006). *Proyecto de investigacion (Guía para su elaboración)*. Caracas: Episteme.
- Diario Co Latino. (2015, 26 de Febrero). Promueven Construcción de Malecón en Período Electoral. *Diario Co Latino*. Recuperado de <http://www.diariocolatino.com/promueven-construccion-de-malecon-en-periodo-electoral/>
- Díaz de Rada, V. (2001). *Diseño y Elaboración de Cuestionarios para la Investigación Comercial*. Madrid: ESIC.
- Discovery. *Ilopango Volcano*. Recuperado de <http://www.volcanodiscovery.com/es/ilopango.html>
- El Salvador en el Mundo. (20 de Abril de 2015). *Ilopango Historia y Cultura*. Recuperado de <http://elsalvadorenelmundo.com/rutas/ilopango-historia-cultura-346.html#.Vw8cfNR97IV>
- Henríquez, J. (2016, Marzo). [Entrevista con Julio Escobar, promotor social de la Alcaldía de Ilopango: *Inversiones y alianzas que tiene el municipio*] Grabación en audio.

- Galindo, L. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Mexico D.F: Wesley.
- Grasso, L. (2016). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Buenos Aires: Brujas.
- Hernández Paredes, R., & Rivas Escobar, L. (2012). *Ante proyecto urbanístico-arquitectónico para la comunidad Altos de San Felipe I Ilopango*. (Tesis de licenciatura no publicada) Universidad de El Salvador, San Salvador, SV.
- Hurtado, J. (2006). *Investigación cualitativa: Comprender y actuar*. Madrid: La Muralla.
- Kottak, C. P. (2001). *Antropología turística*. Madrid: Mcgraw-Hill.
- Kottak, C. P. (2006). *Antropología turística*. Madrid: Mcgraw-Hill.
- Kottak, C. P. (2011). *Antropología turística*. México D.F.: Mcgraw-Hill.
- Días de Rada, V. (1976). *La encuesta como tema de investigación*. En Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial (133-141). Madrid: ESIC.
- Mi Pueblo y su Gente. (2012). *Ilopango San Salvador*. Recuperado de <http://www.mipueblosugente.com/apps/blog/show/16844409-ilopango-san-salvador>
- Castillo, C. (Marzo, 2016). [Entrevista con Mario Mulato, director de Protección Civil de Ilopango: *Situaciones de riesgo en periodos vacacional*] Grabación en audio.
- Sabino, C. (2006). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Panamericana.
- Gobierno de San Salvador. (2013). *Historia del municipio*. Recuperado de <http://www.sansalvador.gob.sv/historia-del-municipio/historia-del-municipio.html>
- Santos, A. (2015). *Inauguran el malecón Apulo mamá*. Recuperado de <http://www.elsalvador.com/articulo/comunidades/inauguran-malecon-apulo-mama-67586>
- Secretaría de la Cultura. (2015). *Cultura salvadoreña*. Recuperado de <http://www.cultura.gob.sv>

Henríquez, J. (2016, Marzo). [Entrevista con Manuel Tamayo, gerente de operaciones de la Alcaldía de Ilopango: *El turismo en el Municipio de Ilopango*] Grabación en audio.

El Salvador Turismo. *Lago de Ilopango*. Recuperado de <http://www.elsalvadorturismo.com.sv/turismoelsalvador/areasnaturales/lago-de-ilopango/>

El Salvador Turismo. (2015). *Tours en Ilopango*. Recuperado de <http://www.elsalvadorturismo.com.sv/turismoelsalvador/cuidad-de-san-salvador/index.html>

Ministerio de Turismo. (2014). *Vive tu país*. Recuperado de <http://www.mitur.gob.sv>

Unwto. (2015). *Organizacion del Mundo de Turismo*. Recuperado de <http://www.e-unwto.org>

5.4 Anexos

5.4.1 Entrevista Alcaldía

1. ¿Cómo decidieron que proyectos realizar para lograr el desarrollo turístico en el municipio?
2. ¿Cómo lleva la alcaldía el registro de los turistas que visitan el municipio?
3. ¿Cuáles son los beneficios que ha obtenido la alcaldía al construir los chalets de los malecones?
4. ¿Cómo ha sido la reacción de las personas a las que se les han construido los chalets?
5. ¿Cómo alcaldía le han dado seguimiento a los proyectos realizados? ¿Aún están pendientes de lo que sucede con estos proyectos?

5.4.2 Cuestionario para Comerciantes

Universidad Tecnológica de El Salvador

Fecha: _____

Encuesta.

Evaluación de los proyectos turísticos de los años 2015-2016 de la Alcaldía de Ilopango

Introducción.

La presente encuesta se realiza con la finalidad de saber que tanto han beneficiado a los comerciantes los proyectos turísticos que la Alcaldía de Ilopango puso en marcha en los años 2015-2016.

Por favor complemente la encuesta cuidadosamente y siga los pasos que aquí se le indiquen.

Datos Generales

Nombre del Local:

Cargo:

Tipo de Local: Familiar ☐

Género: Femenino ☐ Masculino ☐

De Amigos ☐

Edad:

Ambos ☐

1. Tiene conocimiento de los proyectos turísticos que realiza la Alcaldía Municipal para fortalecer el desarrollo local:

Si

No

Pase #2

¿Porque?

2. ¿Con que proyecto se benefició usted?

¿Por qué?

3. A continuación se presentan los proyectos desarrollados por la Alcaldía marque “X” cuales conoce :

Construcción del Malecón ☐

Creación de viveros de tilapias ☐

Festival gastronómico “Apulo mamá” ☐

Señalética y publicidad hacia y del Lago de Ilopango ☐

4. Marque con una X los proyectos que les han beneficiado más al Municipio para su desarrollo local.

Construcción del Malecón ☐

Creación de viveros de tilapias ☐

Festival gastronómico “Apulo mamá” ☐

Señalética y publicidad hacia y del Lago de Ilopango ☐

5. ¿Considera usted que los proyectos ya existentes ayudan y seguirán ayudando al desarrollo local del municipio?

Sí ☐ No ☐

6. ¿Qué proyectos nuevos considera según su criterio, debe de considerar la Alcaldía para los próximos años para el fortalecimiento del Desarrollo local del Municipio?

7. Han incrementado las ganancias en su negocio desde las puesta en marcha los proyectos de la Alcaldía municipal:

Sí ☐

No ☐

8. Que factores negativos considera usted que interviene para que los turistas visiten su negocio:

Economía

☐

Publicidad

☐

Tiempo

☐

Accesibilidad

☐

Inseguridad

☐

Todas las anteriores

☐

9. Según su criterio como se puede minimizar estos factores negativos desde la
alcaldía municipal: Según #8

10. Considera usted que su negocio es atractivo para los turistas que lo visitan:

Sí ☐

No ☐

11. Marque con una X el factor por el cual cree que es visitado su negocio.

Infraestructura

☐

Atención al Cliente/Servicio

☐

Publicidad

☐

Seguridad

☐

Accesibilidad

☐

Precios

☐

12. Como califica los proyectos turísticos realizados por la Alcaldía Municipal en el
año 2015:

☐

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy malo

☐☐☐☐☐

5.4.3 Cuestionario para turistas

Universidad Tecnológica de El Salvador

Fecha: _____

Encuesta.

Evaluación de los proyectos turísticos de los años 2015-2016 de la Alcaldía de Ilopango

Introducción.

La presente encuesta se realiza con la finalidad de saber que tanto han beneficiado a los Turistas los proyectos turísticos que la Alcaldía de Ilopango puso en marcha en los años 2015-2016.

Por favor complemente la encuesta cuidadosamente y siga los pasos que aquí se le indiquen.

Datos Generales

Procedencia: Locales ☐

Estado Civil: Soltero ☐ Casado ☐

Extranjeros ☐

Viudo ☐ Acompañado ☐

Nacionales ☐

Género: Femenino ☐ Masculino ☐ Edad:

1. Tiene conocimientos de los atractivos turísticos del Municipio de Ilopango:

Sí ☐

No ☐

2. Considera al Municipio de Ilopango entre los lugares a visitar en su tiempos de descanso :

Sí ☐

No ☐

3. Cuáles son las actividades turísticas que conoce y realiza en el Municipio de Ilopango:

Fiestas Patronales

☐

Festivales Gastronómicos

☐

Eventos Deportivos

☐

Buceos

☐☐

Pesca

Ningunas de las Anteriores

Todas las Anteriores

4. Considera al lago de Ilopango el mayor atractivo turístico del Departamento de San Salvador:

Sí

No

¿Por qué?

- 5.Cuál es el principal motivo por cual visita el lago de Ilopango:

Recreación

Comida

Pesca

Negocios

Precios

6. Con que frecuencia visita el Lago de Ilopango:

Siempre

☐

Ocasional

☐

Nunca

☐

7. Marque con una X las actividades turísticas según su preferencia.

Visita al Malecón

☐

Compra en los viveros de tilapias

☐

Visita al Festival gastronómico “Apulo mamá”

☐

Buceo

☐

Eventos Deportivos

☐

8. Ha percibido una mejora en el turismo del municipio en los 4 años:

Sí ☐

No ☐

Porque:

9. Como califica la labor en aspecto de turismo de la Alcaldía Municipal de Ilopango:

Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy malo	

10. Que factores negativos considera usted que interviene para que no visite el Municipio de Ilopango:

Economía	
Publicidad	
Tiempo	

Accesibilidad	☐
Inseguridad	☐
Todas las anteriores	☐

11. Se da cuenta de las actividades turísticas del Municipio de Ilopango por medio
publicidad:

Sí ☐ No ☐

12. Marque con una “X” el factor por el cual es visitado los negocios Turísticos del
Municipio de Ilopango:

Infraestructura	☐
Atención al Cliente/Servicio	☐
Publicidad	☐
Seguridad	☐
Accesibilidad	☐
Precios	☐



Parque de Ilopango





Proyecto Viveros de Tilapia.



Proyecto “El Malecón”



Estadio de Fútbol Playa Ilopango.

