

Universidad Tecnológica de El Salvador

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA**



TEMA:

**“DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADEO TURISTICO CULTURAL PARA INCREMENTAR LA
AFLUENCIA TURISTICA AL MUNICIPIO DE DULCE NOMBRE DE MARIA, DEPARTAMENTO
DE CHALATENANGO”**

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

MARICELA ELIZABETH GUARDADO TEJADA

MARÍA DEL CARMEN MEZA MEZA

WALTER ANTONIO GUERRA HERNÁNDEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

SEPTIEMBRE, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANA

JURADO EXAMINADOR

LIC. CAROLINA ELIZABETH CERNA AGUIÑADA

PRESIDENTA

LIC. MARCO AGUILAR

PRIMER VOCAL

LIC. GEOVANNI PREZA

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Marco Antonio Aguilar Flores, Lic. Edgar Giovany Preza Reyes, Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada, a las 12:30m. del día Martes, 21 de Junio de dos mil dieciséis.

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

<u>1-Maricela Elizabeth Guardado Tejada</u>	<u>Carnet 06-5309-2013</u>
<u>2-María del Carmen Meza Meza</u>	<u>Carnet 06-6303-2013</u>
<u>3-Walter Antonio Guerra Hernández</u>	<u>Carnet 06-5227-2013</u>

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Diseño de un plan de mercadeo turístico cultural para incrementar la afluencia turística al municipio de Dulce Nombre de María, Chalatenango"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

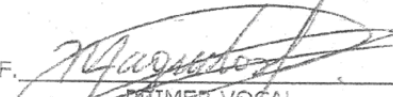
TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

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

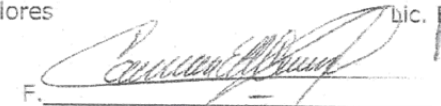
Aprobado

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

San Salvador, 21 de Junio de dos mil dieciséis.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. Marco Antonio Aguilar Flores

F. 
SEGUNDO VOCAL
Lic. Edgar Giovany Preza Reyes

F. 
PRESIDENTE
Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada

Agradecimientos

Agradezco infinitamente a Dios todopoderoso y a la virgen María por regalarme la vida, por darme la sabiduría durante todos mis estudios. A mis padres y familiares quienes fueron un apoyo incondicional, especialmente a mi madre Cecilia Meza por estar siempre a mi lado, a Rosario Meza y Rene Meza por su inmenso esfuerzo y sacrificio para darme todo mi estudio.

Les agradezco a todos mis amigos y personas especiales que siempre me han motivado y apoyado. A mis amigos y compañeros de Tesis. Maricela Guardada y Walter Guerra, y a mi Asesor Giovanny Preza Por su apoyo durante toda la carrera y en nuestra investigación.

María del Carmen Meza Meza

Le agradezco 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, experiencia y felicidad.

Agradezco especialmente a mis padres Rosa Hilda Tejada y Rene Guardado Menjivar por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, el esfuerzo y sacrificio que han hecho para que termine mis estudios, a mi tía Suyapa Guardado por estar a mi lado siempre y apoyarme en todas mis decisiones, a mi Asesor de tesis Giovanny Preza que nos brindó su apoyo y conocimientos en el último proceso de la carrera, familiares y amigos que me motivaron a terminar mi carrera. Agradeciendo a mis compañeros de tesis María Meza y Walter Guerra por todo su apoyo durante la investigación.

Maricela Elizabeth Guardado Tejada

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de cumplir un sueño más en mi vida, por cuidar de mí y por la fuerzas que me ha dado para finalizar mi carrera y de manera muy especial a mi esposa Teresa Del Carmen Aguilar quien ha estado en los momentos más difíciles de mi carrera por todo su apoyo incondicional y su comprensión. A mi madre Indalecia Hernández y mi padre Andrés Guerra y todos mis hermanos que han sido un apoyo para poder finalizar mi carrera, a mi asesor de Tesis Geovanny Preza Mis compañeras de Tesis Maricela Guardado Y María Meza a todos ellos mil gracias

Walter Antonio Guerra Hernandez

Índice

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del problema.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento.....	2
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivo.....	4
1.4. 1 Objetivó general.....	5
1.4.2 Objetivo específico.....	5
1.5 Limitaciones de la investigación.....	5
Capítulo II Marco teórico conceptual.....	6
2.1 Turismo.....	6
2.1.1 Concepto.....	6
2.1.2 Importancia del turismo.....	6
2.1.3 Características del turismo.....	7
2.1.4 Tipos De Turismo.....	8
2.1.5 Demanda turística.....	9
2.1.6 Oferta turística.....	10
2.2 Plan de Mercadeo.....	10
2.2.1 Concepto.....	10
2.2.2 Importancia de un Plan de Mercadeo.....	10
2.2.3 Tipos de Planes.....	10
2.2.4 Alcance de un plan de mercadeo.....	11
2.2.5 Estructura de un plan.....	11
2.3 Mercadeo Turístico.....	16
2.3.1 Concepto.....	16
2.3.2 Importancia del Mercadeo Turístico.....	16
2.3.3 Características.....	16
2.3.4 Estrategia.....	17
2.4 Cultura.....	19

2.4.1 Concepto.	19
2.4.2 Importancia de la Cultura.	19
2.4.3 Características de la Cultura.	19
2.4.4 Tipos de cultura.	20
2.4.5 Elementos de la cultura.	21
2.4.6 Identidad cultural.....	22
2.4.7 Principios Básicos de la Cultura.	22
2.4.8 La Cultura como Producto Turístico.	23
2.5 producto turístico cultural.....	23
2.5.1 concepto.	23
2.5.2 componentes que integran un producto turístico cultural.	24
2.5.3 Producto turístico.....	25
2.5.4 Afluencia turística.	25
2.5.5 Potencial turístico.	25
2.6 Turista.....	25
2.6.1 Concepto.	25
2.6.2 Importancia del Turista.	26
2.6.3 Tipos de turista.	26
Capítulo III Metodología de la investigación.	28
3.1 Generalidades de la investigación.	28
3.2 participantes	29
3.3 Método.....	29
3.4 Instrumentos.....	30
3.5 procedimientos.	31
3.6 estrategia de análisis de datos.	32
Capítulo IV Análisis de resultados.....	33
4.1 Generalidades	33
4.2 Tabulación de los Datos.	33
4.3 Análisis e Interpretación de Resultados.....	34
4.4 Tabulación, Graficas y Análisis de Resultado.....	34

4.4.1 Gráficas de Tabulación de la Información	34
Entrevista.....	55
Capítulo V Conclusiones y recomendaciones.....	59
5.1 Conclusiones.....	59
5.2 Recomendaciones.....	62
Referencias.....	65
Anexos.....	67
Anexo 01	67
Anexo 02	71
Anexo 03	74
Anexo 04	77
Anexo 05	78
Anexo 06	79
Anexo 07	80
Anexo 08	81

Introducción

Mediante el presente trabajo se investiga el estado actual del turismo cultura en el municipio de Dulce Nombre de María, ubicado en el departamento de Chalatenango.

A causa de la alta competitividad que tiene con otros municipio que ya están desarrollados y posicionados con el turismo cultural, y el poco apoyo de parte de las instituciones encargadas del turismo, surge la necesidad de realizar una investigación a profundidad de la cultura que tiene el municipio de Dulce Nombre de María con el objetivo de identificar cuáles son los recursos y atractivos culturales con los que cuenta, y poder diseñar un plan de mercadeo turístico cultural el cual se presenta en 5 capítulos, primero se plantea el problema del municipio, posteriormente se elabora la estructura del plan para poder realizar la investigación mediante un censo el cual permita conocer la situación actual del municipio para posteriormente presentarlo en cuadro tabulado con su respectivo análisis y gráfica. Esta información es de suma importancia para el diseño de este plan, por medio de estos datos se puede analizar el estado actual del municipio, y la importancia del turismo

Capítulo I Planteamiento del problema.

1.1 Antecedentes

El Municipio de Dulce Nombre de María no tiene un registro de los atractivos culturales que posee, es por lo cual que la cultura no se ha desarrollado ni posicionado turísticamente, donde se puedan promocionar todas las actividades culturales (costumbres, tradiciones e historia del municipio) y resaltar la cultura como un producto turístico del municipio de Dulce Nombre de María.

Esto dificulta el desarrollo turístico cultural para el municipio, siendo la cultura una base fundamental para resaltar la identidad propia, se realizan actividades culturales como fiestas patronales, en semana Santa elaboran alfombras de flores y frutas, en Mayo el día de la fertilidad de la tierra y el día de la Cruz, en Agosto el festival del maíz, en septiembre la noche de los farolitos, las artesanías que resaltan son a base de bambú, dichas actividades pueden fortalecer el desarrollo del turismo cultural si se implementaran las medidas adecuadas para su promoción.

Por lo anterior mencionado, esta investigación pretende diseñar un Plan de Mercadeo Turístico Cultural que permita posicionar y desarrollar la afluencia turística del Municipio de Dulce Nombre de María, enfocado a la cultura como un producto turístico.

1.2 Planteamiento.

En la actualidad El Salvador posee 262 municipios con los que desea ofertar en forma internacional por lo que, la presente investigación se enfocara al Municipio de Dulce Nombre de María el cual pertenece al Departamento de Chalatenango, el municipio de Dulce Nombre de María cuenta con atractivos turísticos culturales y naturales, aparte de los que ofrece siempre como son : fiestas patronales, celebración del día de la fertilidad de la tierra, festival del maíz, semana santa, noche libre de los farolitos, entre sus atractivos naturales están: parque el manzano, rio sumpulito, cascada la conquista, rio los naranjos, montaña el playón, chorro blanco, pero posee otros atractivos y eventos que no se han dado a conocer hasta la actualidad, debido a que no existe una promoción que se dedique a hablar definitivamente de todos esos atractivos culturales que posee y que los turistas aun no conocen, siendo esto una problemática para el municipio, debido a que la población no opta por visitarlo frecuentemente por las razones de que no saben si el municipio tiene algún atractivo que lo haga resaltar, la alcaldía no cuenta con un Plan de Mercadeo para dicho propósito de dar a conocer el producto turístico cultural , aunque el municipio tenga riqueza cultural para ofrecer y poder desarrollarse.

Con relación al apoyo de dos instituciones como lo son la casa de la cultura y la alcaldía no es lo suficiente para que el municipio pueda

desarrollarse y posicionarse turísticamente y sobre todo para ser una opción turística para que lo visiten, por ejemplo el municipio tiene mucha cultura para ofrecer como son sus diferentes actividades culturales, y los murales artísticos que se encuentran en la fachada de algunas casas, los cuales reflejan parte de su historia, en donde se considera necesario darlos a conocer para que el municipio se posicione turísticamente, además del museo del periodo de la guerra , vestidos de las fiestas y otros aspectos que cuenta de lo vivido del municipio , este museo es administrado por la alcaldía

En el municipio hacen falta mayores esfuerzos que ayuden a desarrollar la cultura y conservar la riqueza cultural, la cual se compone de costumbres antiguas, tradiciones, que se consideran importantes para darlas a conocer en todo el país y conservar su identidad cultural, en donde la cultura como atracción turística puede atraer a muchos visitantes, si se promociona por diferentes medios el cual ayudara a que sea un municipio competitivo, la información en general del municipio se queda corta en el ámbito cultural, debido a que hace falta mucho más por hacer, para poder desarrollarla.

La cultura del municipio aun no es tomada como una atracción turística, a pesar de que posee todos los elementos para posicionarse, es por ello que se ve en la necesidad de diseñar un plan de mercadeo turístico cultural que permita posicionar, desarrollar y vender la cultura como un producto turístico cultura.

1.3 Justificación.

El turismo es un fenómeno que beneficia de manera considerada a la sociedad, buscando rentabilizar económica, social y culturalmente un país.

La Identidad de un municipio es lo más importante que se debe definir para vender la cultura como producto turístico de un municipio ya que allí estriba la ventaja competitiva de un municipio , y esto lo pretendemos dar a conocer a través del plan de mercadeo para Dulce Nombre de María

El municipio de Dulce Nombre de María cuenta con muchos atractivos culturales, los cuales no se han desarrollado ni posicionado turísticamente, es por esto que la propuesta del plan en mercadeo , se enfoca en incrementar el conocimiento de este hacia los turistas, considerando dar mantenimiento y seguimiento a los programas ya establecidos que la alcaldía y la casa de la cultura ofrecen , como son las actividades culturales, que realizan en fechas ya establecidas, de la misma manera el diseño del plan será un elemento que ayudara a posicionar y desarrollar el municipio de Dulce Nombre de María, beneficiando a los habitantes y al municipio, el cual se pueda posicionar en un largo plazo y ser un lugar que posee mucha riqueza y patrimonio cultural. El plan de mercadeo pretende vender la cultura como un producto turístico cultural del municipio.

1.4 Objetivo.

1.4. 1 Objetivo general.

- Identificar los elementos necesarios de la cultura para diseñar un plan de mercadeo turístico cultural, que permita posicionar y desarrollar la cultura como un producto turístico del Municipio de Dulce Nombre de María, Departamento de Chalatenango.

1.4.2 Objetivo específico.

- Identificar el potencial turístico cultural que tiene el Municipio de Dulce Nombre de María.
- Relacionar el interés de las autoridades Municipales con la Casa de la Cultura para desarrollar el turismo cultural.
- Diseñar la propuesta para un Plan de Mercadeo Turístico Cultural.

1.5 Limitaciones de la investigación.

En el desarrollo de la investigación se presentaran las siguientes limitaciones.

- Falta de tiempo de parte de las autoridades para brindar información.
- Poca información brindada sobre la cultura del municipio (los habitantes no conocen mucho de su cultura)

Capítulo II Marco teórico conceptual.

2.1 Turismo.

2.1.1 Concepto.

Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes o estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual con fines de ocio, descanso, recreación negocio y otros motivos, por un periodo de tiempo consecutivo y menor a un año. (Duarte, Cartilla Salvadoreña de Cultura Turistica, 2013)

2.1.2 Importancia del turismo.

Es importante para el desarrollo económico, social y cultural de un país o región mediante el cual se dan a conocer las identidades propias de un determinado lugar, siendo el turismo la principal fuente de ingresos para algunos países.(Duarte, Cartilla Salvadoreña de Cultura Turistica, 2013)

- Social.
 - ✓ Mejora la calidad de vida.
 - ✓ Crea oportunidades de negocios.
 - ✓ Activación de las costumbres locales(Duarte, 2013)

- Económico.
 - ✓ Oportunidad de empleo.
 - ✓ Desarrollo de los pueblos vivos.
 - ✓ Establecimiento de más empresas.
 - ✓ Es una fuente de divisas.
 - ✓ Promueve la inversión(Duarte, 2013)
- Culturales.
 - ✓ Fortalecimiento de la identidad nacional.
 - ✓ Valoramos nuestras costumbres y tradiciones.
 - ✓ Preservamos aún más nuestros sitios de interés cultural.
 - ✓ Intercambio entre los miembros de la comunidad y el turista(Duarte, 2013)

2.1.3 Características del turismo.

- ✓ Fortalece la identidad cultural del país.
- ✓ Su desplazamiento es en un periodo mayor a 24 horas y menor aun año.
- ✓ Obtiene un incremento en temporadas altas.
- ✓ Es una fuente de empleos.
- ✓ Genera divisas para el país.
- ✓ Promociona sus atractivos turísticos.(Duarte, 2013)

2.1.4 Tipos De Turismo.

- Turismo Cultural.

Comprende una modalidad de turismo que resalta aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico (pueblo, ciudad, región, país).(Duarte, 2013)

- Turismo de Negocios.

Es aquel que depende de la actividad mercantil y no es afectado por las estaciones turísticas.(Duarte, 2013)

- Turismo de Aventura.

Es un tipo de turismo que se realiza al aire libre, donde el turista práctica actividades de aventura estando en contacto directo con la naturaleza.(Duarte, 2013)

- Turismo Religioso.

Cuando el motivo de un viaje es visitar un lugar de prestigio dentro del campo de la fe religiosa.(Duarte, 2013)

- Turismo Deportivo.

Es el que se realiza con fines deportivos ya sea para practicarlo o hacer presencia de ello.(Duarte, 2013)

- Turismo Gastronómico.

Se refiere cuando el motivo de un viaje es deleitar un platillo tradicional de un determinado lugar o país.(Duarte, 2013)

- Turismo Sostenible.

Es la actividad turística que se realiza en un área geográfica en la cual beneficiara a los habitantes del lugar, los cuales protegerán y darán vida a este tipo de turismo.(Duarte, 2013)

- Turismo Urbano.

Consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones con el fin de conocer lugares de interés.(Duarte, 2013)

- Turismo Vacacional.

Es aquel que comprende al descanso temporal de una actividad habitual y que van asociados al ocio vacacional, y que suponen la oportunidad de realizar actividades placenteras que por falta de tiempo no se pueden realizar a diario.(Duarte, 2013)

2.1.5 Demanda turística.

Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional(Zuniga, 1945)

2.1.6 Oferta turística.

Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (patrimonio, industria y propaganda)(Zuniga, 1945)

2.2 Plan de Mercadeo.

2.2.1 Concepto.

El plan consiste en las decisiones de los administradores y mercadólogos para la creación de estrategias que ayudaran a alcanzar los objetivos de la compañía. En el caso de empresas que cuentan con diferentes productos, marcas o negocios, deberán crear un plan de mercadeo diferente para cada uno de estos. (Philip Kotler, 2008)

2.2.2 Importancia de un Plan de Mercadeo.

Un plan de mercadeo es de suma importancia para prever los posibles riesgos que se puedan tener en un futuro e igual sirve como guía para llevar al éxito un negocio o empresa y conseguir los objetivos propuestos. Un plan da sentido y dirección a los objetivos.(Philip Kotler, 2008)

2.2.3 Tipos de Planes.

Existen tres diferentes tipos de planes entre ellos está, corto largo y mediano plazo.

Corto plazo.

Los planes a corto plazo abarcan metas que pueden ser logradas dentro de un corto periodo de tiempo. Los planes a corto plazo generalmente nos referimos a algo que puede ser logrado de 3 meses a 1 año.(Philip Kotler, 2008)

Mediano plazo.

Se refiere a los planes que se pueden llevar acabo en un periodo de 3 a 5 años para ser implementados y completados.(Philip Kotler, 2008)

Largo plazo.

Los planes a largo plazo pueden tomar de 5 a 10 años hasta que se logren.(Philip Kotler, 2008)

2.2.4 Alcance de un plan de mercadeo.

- Realizar un análisis de la situación.
- Formular objetivos.
- Determinar el posicionamiento.
- Seleccionar los mercados metas y mediar la demanda del mercado.
- Diseñar una estrategia para mescla de mercado.(Philip Kotler, 2008)

2.2.5 Estructura de un plan.

- Sumario ejecutivo.

Es el resumen en conjunto del plan. Incluye los principales objetivos, las estrategias y los recursos que serán necesarios, así como los principales resultados en términos de metas.(Philip Kotler, 2008)

Dulce Nombre de María posee cultura para desarrollarse turísticamente y Cuenta con los atractivos que componen la cultura (costumbres, tradiciones, valores, historia e infraestructura)

El sumario ejecutivo vende por sus características o puede ser realizado al finalizar la elaboración del plan.

- Análisis de la Situación.

Esta etapa del plan proporciona un conocimiento del entorno económico: en él que vive la empresa y se desarrollarán las estrategias. Está compuesto por tres grandes partes específicas.(Philip Kotler, 2008)

El municipio tiene deficiencia con la economía debido a que no recibe apoyo económico por parte de las instituciones nacionales encargadas del turismo.

- ✓ Escenario.

Son las variables o tendencias de tipo tecnológico, político, económico, legal o sociocultural, que afectan a todo el ámbito en el que la empresa desarrolla sus operaciones.(Philip Kotler, 2008)

✓ Competencia.

Se analizan todos los oferentes de productos o servicios que compiten directa o indirectamente con la empresa. (Philip Kotler, 2008)

Empresa

Aquí se analizan en forma objetiva, entre otras variables, los productos, los proveedores, la experiencia y el soporte financiero. Es importante analizar separadamente la problemática y la vinculación con el cliente directo a quien se le vende y al consumidor final de productos y servicios.(Philip Kotler, 2008)

- Determinación de objetivos.

Se definen los objetivos que se desean alcanzar en un determinado tiempo.

Alcanzar los objetivos planteados, con el fin de posicionar la cultura como un producto turístico, identificando el potencial turístico cultural que tiene el municipio.

- Elaboración y selección de estrategias.

Aquí se definen las grandes directrices estratégicas del mercadeo.

En este enfoque se excluyen todas aquellas estrategias coyunturales que responden a problemáticas puntuales y transitorias, tales como: promociones especiales, maniobras de respuestas de la competencia o pequeñas innovaciones de producto (Philip Kotler, 2008)

Diseñar un slogan que identifique la cultura del municipio de Dulce Nombre de María.

- Plan de acción.

Se elabora un plan de acción para conseguir los objetivos propuestos en el plazo determinado, se puede alcanzar desde la aplicación de distintos supuestos estratégicos y cada uno de ellos exige la aplicación de una serie de tácticas. (Philip Kotler, 2008)

Para el diseño de este plan se tomó en cuenta la variable de producto el cual tiene como objetivo desarrollar, posicionar y vender la cultura como un producto turístico del municipio de Dulce Nombre de María.

- Establecimiento de presupuesto.

Una vez que se sabe lo que hay que hacer, solo faltan los medios necesarios para llevar a cabo las acciones definidas previamente, esto se materializa en un presupuesto cuya secuencia de gastos se hace según los programas de trabajo y tiempo aplicado (Philip Kotler, 2008)

Determinar el presupuesto que tiene la alcaldía municipal para desarrollar el plan y hacer una estimación en total de los gastos que se realizaran.

- Sistema de control y plan de contingencia.

El control es el último requisito exigible a un plan de marketing, el control de la gestión y la utilización de los cuadros de mando que permiten saber el grado de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias y tácticas definidas (Philip Kotler, 2008)

Se establece en una agenda paso a paso de lo que incluirá en el plan:

Persona encargada de llevar a cabo el plan (autoridades municipales) quienes se encargaran de ejecutar el plan.

Se llevara un control de cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro del plan y tomar las medidas adecuadas para poder desarrollarlo.

Determinar y revisar que se estén cumpliendo cada uno de los pasos que se llevaran a cabo en el plan.

2.3 Mercadeo Turístico.

2.3.1 Concepto.

El mercadeo turístico es la parte del mercadeo encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran al sector turístico, estudiando al consumidor turístico y sus necesidades y deseos de ocio y entretenimiento. (Garcia, 2012)

2.3.2 Importancia del Mercadeo Turístico.

El mercadeo turístico es una pieza fundamental de la industria turística para generar negocio y oportunidades, para sensibilizar, motivar, convencer y poner en boca de los potenciales usuarios, visitantes o viajeros cada uno de los valores de un alojamiento o un destino en el mapa.

El mercadeo turístico pone en contacto a quienes desean una experiencia en otro lugar con quienes pueden proporcionarla profesionalmente. Y para los que desean hacer carrera o mejorar sus opciones turísticas.(Garcia, 2012)

2.3.3 Características.

- Intangibilidad.

Dificulta el poder transmitir al cliente de una forma creíble que el producto es único, se debe tangibilizar lo intangible mostrando material promocional(Moyano, 2012)

- Inseparabilidad.

Los servicios, tanto los productos como el consumo se llevaran a cabo simultáneamente(Moyano, 2012)

- Variabilidad.

Los servicios pueden ser bastantes variables, ya que la calidad del mismo depende del personal de contacto que es quien los suministra, del cliente y de las circunstancias de ese momento(Moyano, 2012)

- Caducidad.

Significa que los servicios no pueden almacenarse(Moyano, 2012)

- Interdependencia.

El producto turístico está compuesto de muchos productos turísticos particulares, los cuales se complementan y deben de apoyarse para conseguir que el cliente se sienta satisfecho(Moyano, 2012)

2.3.4 Estrategia.

Es el plan de acción mediante el cual el administrador espera alcanzar un objetivo. (Stanton, Buskirk, Spiro, 1997).

Tipos de estrategias.

- Segmentación del mercado.

El mercado se compone de muchos tipos de clientes, productos y necesidades y se puede agrupar, atender a los clientes de diversas formas en función de factores geográficos, demográficos, psicograficos y conductuales (Crece Negocio, 2008)

- Selección de mercados objetivos.

Cuando la empresa ha definido los segmentos del mercado puede entrar en uno o muchos segmentos.

La selección de mercados objetivos consiste en evaluar el atractivo de cada segmento del mercado y elegir uno o más segmentos en los que entrar.

- Diferenciación y posicionamiento en el mercado.

Cuando la empresa ha decidido cuales son los segmentos del mercado que va a atender y tiene que decidir cómo va a diferenciar su oferta de mercado para cada segmento objetivo y que posición quiere ocupar en esos segmentos. (Stanton, Buskirk, Spiro, 1997)

2.4 Cultura.

2.4.1 Concepto.

Es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales, afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social(UNESCO, 1945)

2.4.2 Importancia de la Cultura.

La forma de vida y las expresiones de una sociedad determinan su cultura. La cultura que se compone por nuestras costumbres, normas, tradiciones, y las distintas expresiones artísticas, representan para el ser humano un hecho vital.(Phegan, 1997).

2.4.3 Características de la Cultura.

Es aprendida. No es genética, no es interiorizada por instinto; una persona es el profesor (enseñador) de otra (en muchos de los casos la madre, el padre, el tío.(Phegan, 1997)

Es compartida. Es necesario que todos los miembros tengan los mismos patrones de cultura para poder vivir juntos, por eso se comparte la cultura a través de la infancia, cuando se está introduciendo a los niños en la sociedad. (Phegan, 1997)

Es un sistema integrado. Donde cada una de las partes de esa cultura está interrelacionada(Phegan, 1997)

Adaptable. Está siempre cambiando y adaptándose a los nuevos cambios (Phegan, 1997)

2.4.4 Tipos de cultura.

Según sus definiciones.

- Cultura Tópica. Es la que engloba un listado de categorías como bien indica su nombre, tópicos tales como religión, sociedad(tipos de cultura, 2006)
- Cultura Histórica. Aquí se entiende a la cultura como una herencia social. Indica la relación que una sociedad establece con su pasado.
- Cultura Mental. Se entiende a la cultura como todos aquellos hábitos o costumbres que diferencian a un individuo o un conjunto de individuos del resto. La cultura mental es propia de cada persona, y está ligada a sus conocimientos y capacidades(tipos de cultura, 2006)
- Cultura Estructural. Se entiende a la cultura como un conjunto de símbolos, valores, creencias y conductas reglamentadas y relacionados entre sí(tipos de cultura, 2006)

- Cultura Simbólica. La misma se conforma a partir de la significación arbitraria otorgada, comunicada y compartida por los miembros de un grupo social.(tipos de cultura, 2006)

Según su desarrollo:

Primitiva. Se caracteriza por la carencia de innovación técnica, tal como la escritura, o el desarrollo de algún tipo de economía. La cultura primitiva por sus mismas características no tiende a forma alguna de desarrollo(tipos de cultura, 2006)

2.4.5 Elementos de la cultura.

Preparación. En la actividad profesional se deben mantener vigente y actualizados a los prestadores del servicio turístico, para que cada día puedan calificar más para interactuar con los turistas(blogspot, 2006)

Servicio. Cordial, eficaz, desinteresado, buscando únicamente la satisfacción del turista y no solamente la propia. (blogspot, 2006)

Calidad. En todo lo que hagamos, que garantice la satisfacción de los turistas.(blogspot, 2006)

Excelencia. Se ve reflejada en actos tan sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amable y cortes(blogspot, 2006)

2.4.6 Identidad Cultural.

Es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad de intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante (Anderson, 1979)

2.4.7 Principios Básicos de la Cultura.

- Recibe al visitante con calidez.
- Trátalo como a ti te gustaría que te traten.
- Ofrece siempre un servicio rápido.
- Conoce tu ciudad o localidad.
- Promueve orgullosamente los atractivos de tu localidad.
- Cuida los parques, monumentos y zonas de interés.(Duarte, 2013)

2.4.8 La Cultura como Producto Turístico.

Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra, en el que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación la ciencia y la cultura (UNESCO) señala que la Cultural corresponde a una “dimensión de procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible que no solo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos”(UNESCO, 1945)

2.5 producto turístico cultural.

2.5.1 concepto.

La Organización Mundial del Turismo establece que un producto turístico cultural es el conjunto de bienes y servicios que se caracterizan por su vinculación con el patrimonio artístico y cultural de un lugar que este orientado al uso y disfrute de las personas y que son utilizados por grupos específicos de consumidores turísticos(OMT, 1974)

2.5.2 componentes que integran un producto turístico cultural.

- **Recurso turístico.** Son los elementos centrales de la oferta turística que corresponden a aquellos elementos culturales y humanos que por su atractivo motivan al desplazamiento a los turistas(Zuniga, 1945)
- **Atractivo turístico.** Recurso o elemento natural(propio del lugar), elaborado por el hombre o recurso intangible(cultura, idioma ,costumbres, gastronomía y otros) que genera en su entorno actividad turística(Duran, 2012)
- **Planta turística.** Es el conjunto de instalaciones, equipo, empresas y personas que prestan servicio al turismo siendo creadas para ese fin(Zuniga, 1945)
- **Servicios complementarios.** Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo tales como: servicios bancarios, transporte público, servicios de salud, conectividad (internet, telefonía comercios y servicios de seguridad(Zuniga, 1945)
- **Infraestructura y equipamiento urbano.** Es el conjunto de obras y servicios de que disponen un país, y que el turismo lo utiliza para impulsar su actividad.(Zuniga, 1945)

2.5.3 Producto turístico.

Conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, compuestos por recursos, infraestructura y servicios turísticos, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.(Carlos Mauricio Funes Cartagena, recopilacion de leyes de turismo, 2012)

2.5.4 Afluencia turística.

Es un gran número de personas que acuden a un lugar específico, con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo sin necesidad de tomar altos recursos económicos(Zuniga, 1945)

2.5.5 Potencial turístico.

Consiste en un registro integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas puedan constituir un recurso para el turista(Zuniga, 1945)

2.6 Turista.

2.6.1 Concepto.

Persona que realiza actividades turísticas y que por lo menos permanece una noche fuera de su lugar de residencia habitual. (Duarte, 2013)

Visitante.

Persona que se desplaza y visita un lugar diferente al de su residencia, con fines distintos, como ejercer una ocupación remunerada o realizar estudios, impartir charlas, seminarios, conferencias, etc. (Duarte, 2013)

Diferencia entre turista y visitante.

El turista viaja con fines de ocio, a diferencia del visitante que viaja con fines de lucro.(Duarte, 2013)

2.6.2 Importancia del Turista.

El turista es una de las principales fuentes para desarrollar el turismo de una determinada región, país, ciudad.(Duarte, 2013)

2.6.3 Tipos de turista.

- Mochilero.

Viaja espontáneamente sin tipo de planificación para llegar a su destino final, sin necesidad de intermediarios(Ivan, 2008)

- Turista Explorador.

Este tipo de turista normalmente busca destinos masificados buscando estar en contacto con los locales y su entorno.(Ivan, 2008)

- Turista Individual de Masa.

A la hora de planear sus vacaciones compran paquetes menos esquematizados, que le permitan realizar actividades que encuentran a lo largo de su camino(Ivan, 2008)

- Turista Ósea.

Este grupo busca aceptación social y prestigio con un viaje. Buscan destino de moda y son muy conformista(Ivan, 2008)

- Turista Intelectual.

Buscan conocer la cultura del lugar, gastronomía o aprender el idioma local de donde viajan, con actitud receptiva y respetuosa con los entornos que visitan(Ivan, 2008)

- Turista Rutinario.

Son aquellos que en sus vacaciones mantienen la vida que suelen hacer en sus casas, con los mismos horarios, mismos tipos de comida(Ivan, 2008)

- Turista Aventurero.

Busca un viaje distinto en cada ocasión y no le influye para su elección factores externos como la falta de seguridad, las enfermedades(Ivan, 2008)

Capítulo III Metodología de la investigación.

3.1 Generalidades de la investigación.

El tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva la cual consiste en describir una realidad y llegar a conocer las situaciones, costumbres, y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas y no se limita a la recolección de datos, si no a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

La investigación se realizó con el objetivo de obtener información confiable y poder conocer la situación actual del Municipio. Se presenta la siguiente información obtenida de los sujetos de análisis.

Los instrumentos que se utilizaron son, Cuestionarios para los sujetos de análisis, (Autoridades Municipales, Directora de la Casa de la Cultura, Turistas Visitantes), quienes son la principal fuente para llevar a cabo la investigación.

A través de esta investigación se identifican algunas debilidades del Municipio, relacionado con el desarrollo y promoción del Turismo Cultural. Esto dará pauta para el Diseño de un Plan de Mercadeo Turístico Cultural.

3.2 participantes

Las personas que participaron en la investigación son la Directora de la casa de la cultura, la cual se eligió por ser la encargada de desarrollar y promocionar el turismo en el municipio, un representante de turismo de la alcaldía municipal, el cual se encarga de trabajar en unión con la casa de la cultura para desarrollar el turismo, y los turistas que visitan el municipio Dulce Nombre de María quienes nos brindaron un mayor conocimiento de la oferta turística que ofrece, siendo estas personas las más indicadas para obtener información confiable y completa para esta investigación.

3.3 Método.

Para esta investigación se utilizó el método cuantitativo, el cual consiste en el procedimiento de decisiones que pretende señalar, entre ciertas alternativas usando magnitudes numéricas.

En consideración a la naturaleza del universo de esta investigación y al no tener el número exacto de los turistas que visitan el municipio de Dulce Nombre de María, se procedió a realizar un censo teniendo como resultado una muestra de 96.

El total de la muestra se obtuvo durante dos visitas realizadas en diferentes temporadas (día festivo y un día normal). La información fue

brindada por un representante de la alcaldía municipal, quien es el encargado del turismo. Durante estas visitas se observó poca afluencia de turistas, siendo este el motivo por el cual se realizó un censo.

Mediante los resultados obtenidos se determina que el municipio de Dulce Nombre de María cuenta con los recursos culturales para poder desarrollarse, pero por motivos políticos (cambios de administración de partidos políticos) no se le da seguimiento a los planes ya establecidos para poder desarrollar el turismo en el municipio, en el cual la cultura no se ha desarrollado ni posicionado turísticamente.

3.4 Instrumentos.

Los instrumentos de la investigación que se utilizaron son cuestionarios y están estructurados para determinar la viabilidad del desarrollo turístico de la cultura del Municipio de Dulce Nombre de María. Las preguntas del cuestionario son, cerradas, abiertas y de opción múltiple con el fin de obtener información de primera mano, permitiendo la consecución del objetivo planeado; obteniendo una mayor visión para el desarrollo del Plan de Mercadeo Turístico Cultural del Municipio de Dulce Nombre de María.

➤ El cuestionario está estructurado de la siguiente manera:

- Solicitud de colaboración.

El encuestador detalla el propósito de realizar el cuestionario y la forma en que se manejara la información, agradeciendo a las personas por contestar el cuestionario.

- Datos de clasificación.

Estos datos permiten clasificar a los sujetos de estudio por sus diferentes características. (Edad, Ocupación etc.)

- Cuerpo del cuestionario.

Se detallan las preguntas que llevara el cuestionario donde se pretende diseñar el plan de mercadeo turístico cultural, y las expectativas de personas involucradas.

- Datos de identificación del encuestador.

Se detallan los datos del encuestador tales como; nombre, firma, lugar y fecha en que se realizó la encuesta.

3.5 procedimientos.

Para el desarrollo de esta investigación, utilizamos la investigación cuantitativa, la cual permite examinar los datos de manera científica o específicamente en forma numérica, utilizando como instrumento de investigación un cuestionario con preguntas estructuradas, dirigido para los turistas que visitan el municipio de Dulce Nombre de María, con el objetivo de obtener información confiable de primera mano y conocer la situación

actual del municipio. El cuestionario se realizó en diversos días con el propósito de verificar la variante de los turistas, para luego hacer una comparación entre días con actividades altas y actividades bajas de acuerdo con el sector turismo.

3.6 estrategia de análisis de datos.

El método que se utilizó para obtener la información que ayudara para el diseño de un plan de mercadeo turístico cultural, solicitamos la ayuda de las autoridades encargadas del turismo de la alcaldía y la directora de la casa de la cultura para realizarles un cuestionario comprendido por preguntas abiertas y cerradas. Obteniendo información específica para el desarrollo del turismo cultural del municipio.

Capítulo IV Análisis de resultados

4.1 Generalidades

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación, en el cual se realiza el análisis e interpretación de datos. Los cuestionarios y las entrevistas representan una herramienta importante, porque a través de ellas se puede tener acceso a información relacionada con el tema de investigación. El cuestionario está organizado de la siguiente manera:

1. Se formula la pregunta.
2. El objetivo por el cual se formuló la pregunta.
3. La tabla con la frecuencia y porcentaje de las respuestas.
4. Gráfico, donde se muestran los porcentajes alcanzados.
5. Análisis e interpretación de los datos.

4.2 Tabulación de los Datos.

Después de haber administrado los instrumentos de recolección de datos, a los turistas externos; se realizó la tabulación, analizando los cuestionarios contestados para posteriormente presentarlos en un gráfico de pastel con su respectivo análisis.

4.3 Análisis e Interpretación de Resultados.

Se contó con la participación de un representante de la Alcaldía Municipal y un representante de la Casa de la Cultura del Municipio de Dulce Nombre de María, los cuales contestaron una entrevista con preguntas abiertas y cerradas, mostrando los resultados en una tabla comparativa simple.

La conclusión es una comparación razonada, basada en la síntesis de los resultados, sustentado por el análisis de los datos.

4.4 Tabulación, Graficas y Análisis de Resultado.

Se presentan las preguntas del cuestionario estructurado para conocer las opiniones claras de los encuestados mediante la realización de un censo y poder llegar a los objetivos planteados.

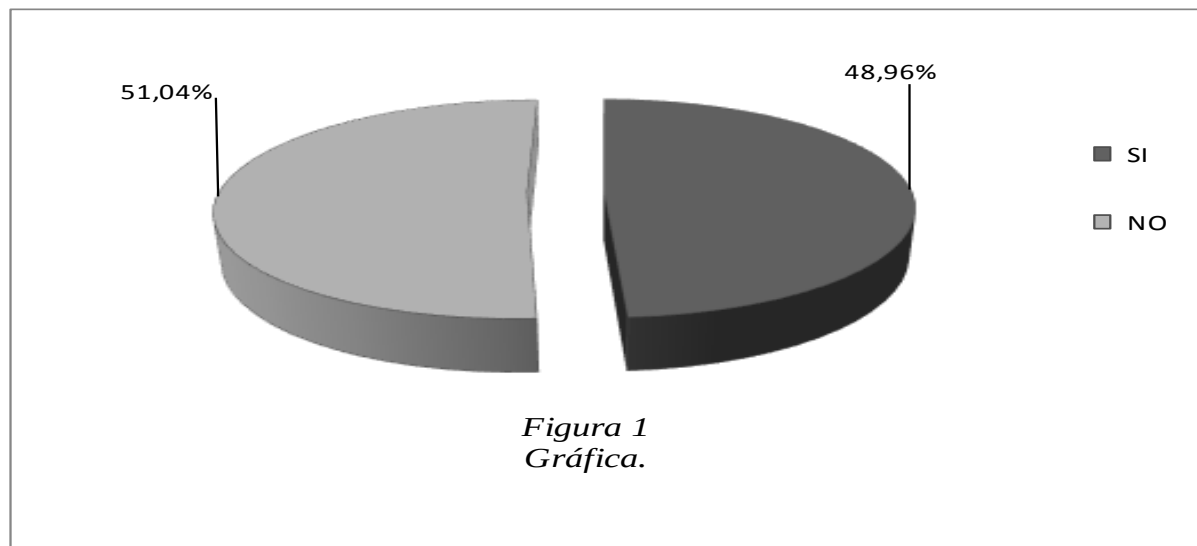
4.4.1 Gráficas de Tabulación de la Información

Pregunta No. 1	¿Es la primera vez que visita el Municipio de Dulce Nombre de María?
----------------	--

Objetivo.	Conocer el numero de personas que visitan el Municipio de Dulce Nombre de María.
-----------	--

DATOS DE CLASIFICACION ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	47	48.96
NO	49	51.04
TOTALES	96	100.00

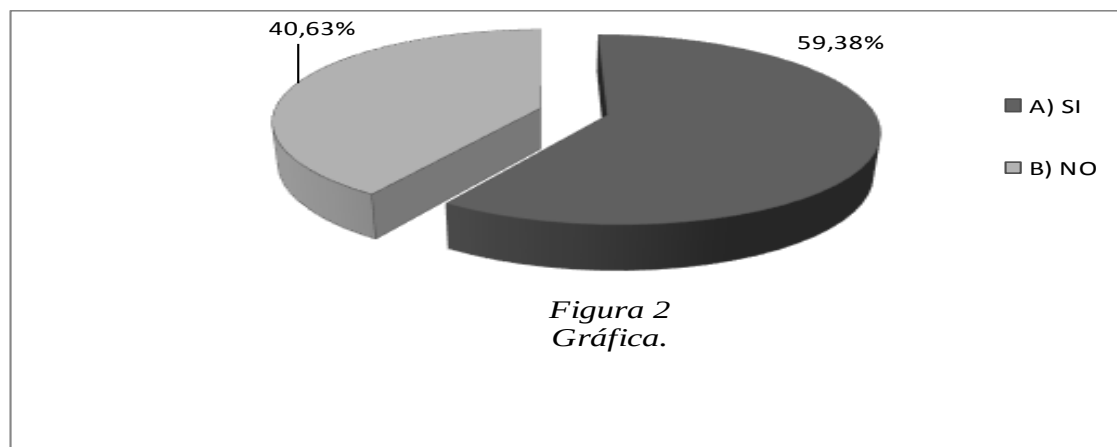
ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados el mayor numero de turistas ya han visitado antes el municipio, y la minoria lo visita por primera vez, la informacion obtenida se clasifico por Genero,Ocupacion y Edad, obteniendo estos resultados.
----------	---



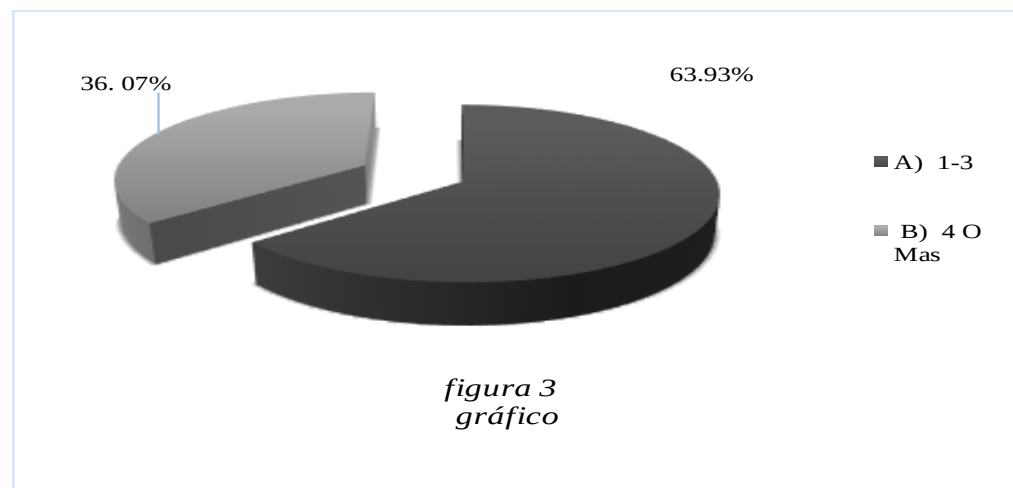
Pregunta No. 2	¿Esta visita al Municipio de Dulce Nombre de Maria lo realiza acompañado de alguien mas?
	Si su respuesta es Si pase a la pregunta 3
Objetivo.	Conocer cuantas personas les acompañan en el viaje.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A) SI	57	59.38
B) NO	39	40.63
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo al total de los entrevistados la mayoría de la población a visitado el municipio acompañado de alguien mas.
----------	--



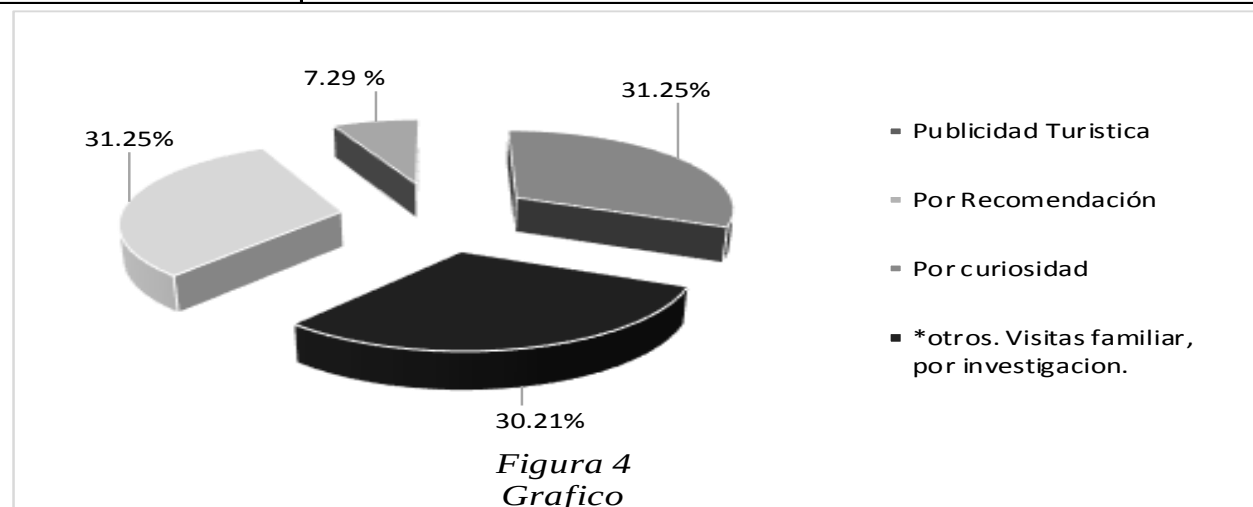
	Continuacion de la pregunta No. 2	
Pregunta No. 3	¿Cuántas personas le acompañan en este viaje?	
Objetivo.	Conocer el numero de personas que le acompañan a visitar el Municipio.	
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
A) 1-3	39	63.93
B) 4 O Mas	22	36.07
TOTALES	61	100.00
NOTA	El total de la frecuencia es menor a la muestra debido a que solo se tomaron los que respondieron que si a la pregunta 3.	
ANALISIS	Del total de los entrevistados la mayoría viajo acompañado de uno a tres personas y la minoría viajo con un numero de personas mayor.	



Pregunta No. 4	¿Qué le motivo a visitar este municipio?
----------------	--

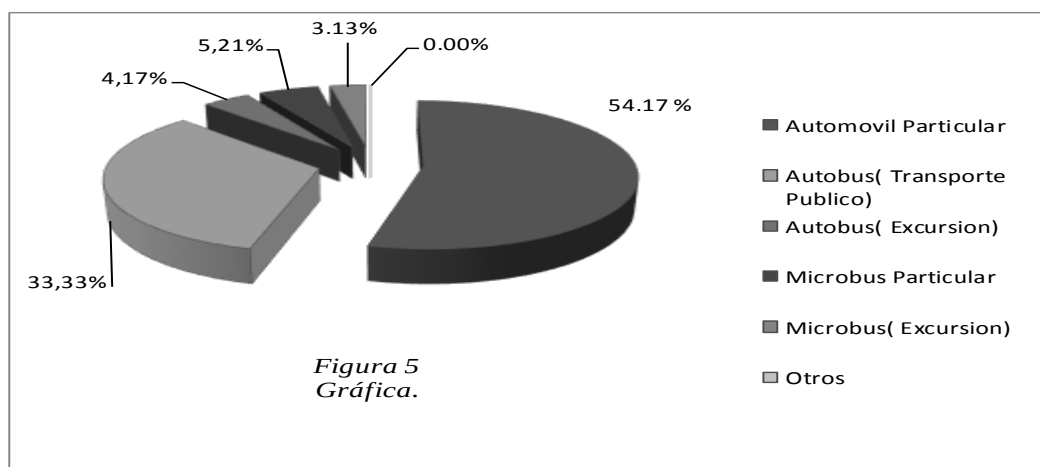
Objetivo.	Conocer el motivo por el cual visitan el Municipio.	
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Publicidad Turistica	30	31.25
Por Recomendación	29	30.21
Por curiosidad	30	31.25
*otros. Visitas familiar, por investigacion.	7	7.29
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	Del total de los entrevistados existe una minima variacion de acuerdo a la informacion, ya que en las primeras tres opciones hay mucha similitud según las respuestas de los entrevistados.
----------	---



Pregunta No. 5		¿Qué medio de transporte a utilizado para realizar este viaje al Municipio De Dulce Nombre de María?
Objetivo.		
Objetivo.		Conocer el tipo de transporte que han utilizado los turistas para llegar al Municipio.
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Automovil Particular	52	54.17
Autobus(Transporte Publico)	32	33.33
Autobus(Excursion)	4	4.17
Microbus Particular	5	5.21
Microbus(Excursion)	3	3.13
Otros	0	0.00
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo con los entrevistados la gran mayoría de turistas hace uso de medios de transporte propio para visitar este municipio, el otro numero de turistas hace uso del transporte publico y la minoría lo hace por medio de excursiones .
----------	--

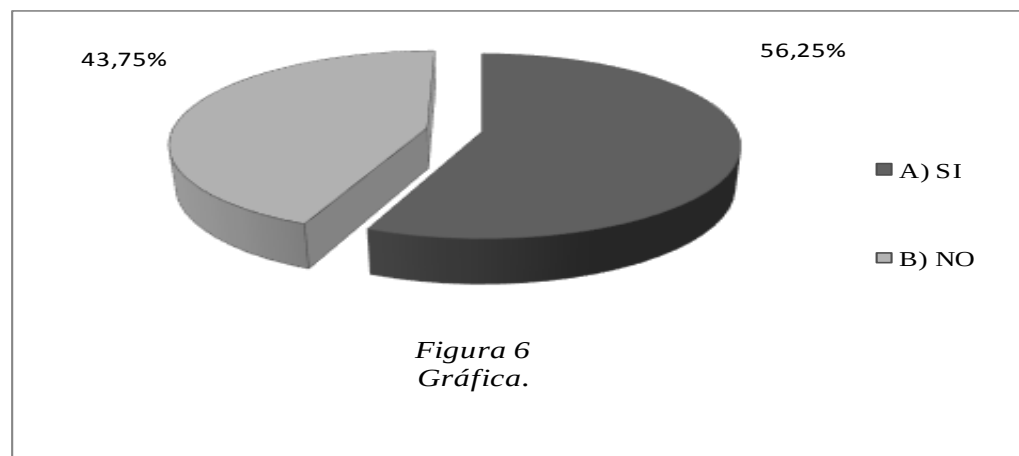


Pregunta No. 6	¿Sabe usted si existe alguna oficina de atención al turista en el municipio de Dulce Nombre de María?
----------------	---

Objetivo.	Conocer cuantas personas saben si existe una Oficina de atencion al turista en el Municipio.
-----------	--

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A) SI	54	56.25
B) NO	42	43.75
TOTALES	96	100.00

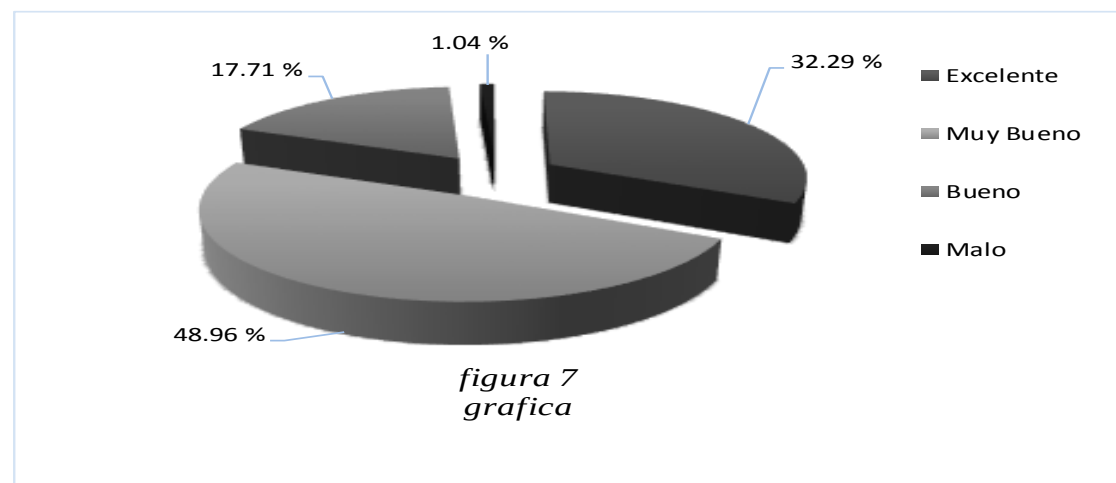
ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados la mayoría de turistas conocen acerca esta interrogante, siendo una minoría la que no sabe si el municipio cuenta con una oficina de atencion al turista.
----------	--



Pregunta No. 7	¿Cómo califica la seguridad del Municipio De Dulce Nombre De María?
----------------	---

Objetivo.	Conocer que tan seguro es el Municipio de Dulce Nombre de Maria.	
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	31	32.29
Muy Bueno	47	48.96
Bueno	17	17.71
Malo	1	1.04
TOTALES	96	100.00

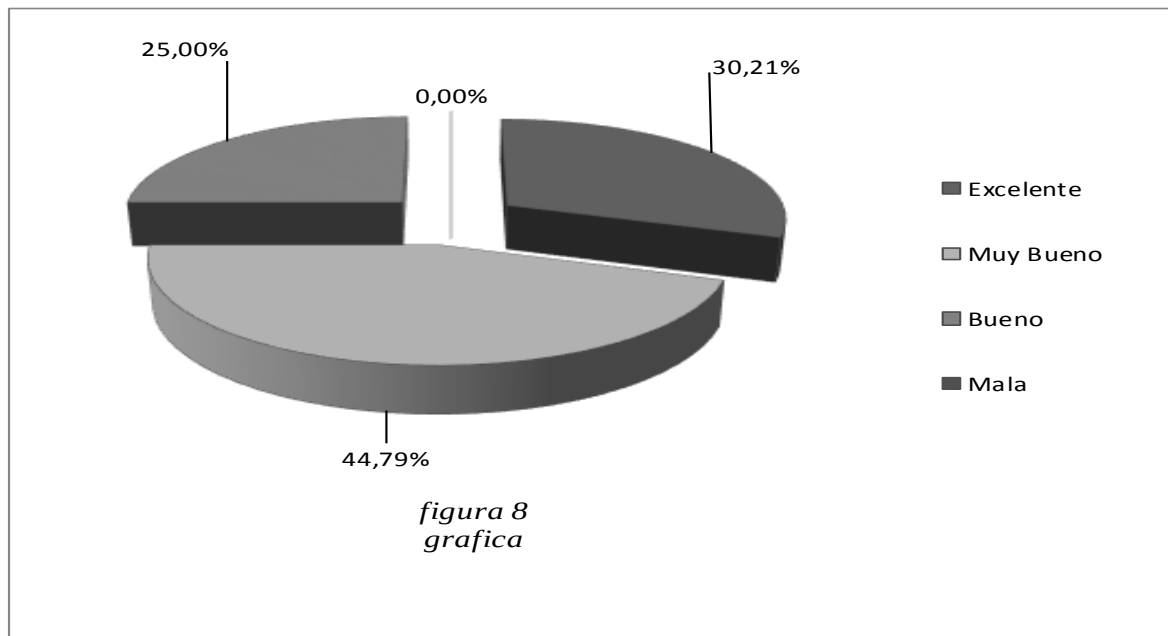
ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados el nivel de seguridad en el municipio es calificada como muy bueno, siendo este un beneficio para incrementar la afluencia de turistas del municipio.
----------	--



Pregunta No. 8	¿ Como califica usted la oferta turistica que ofrece actualmente el municipio de Dulce Nombre de Maria?
----------------	---

Objetivo.	Saber si las personas tienen conocimiento de la oferta turistica que ofrece actualmente el municipio.	
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	29	30.21
Muy Bueno	43	44.79
Bueno	24	25.00
Mala	0	0.00
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo con los entrevistados la oferta turistica del municipio es calificada como muy buena , determinando que el municipio si cuenta con potencial turistico para ofrecer y poder posicionarse.
----------	--

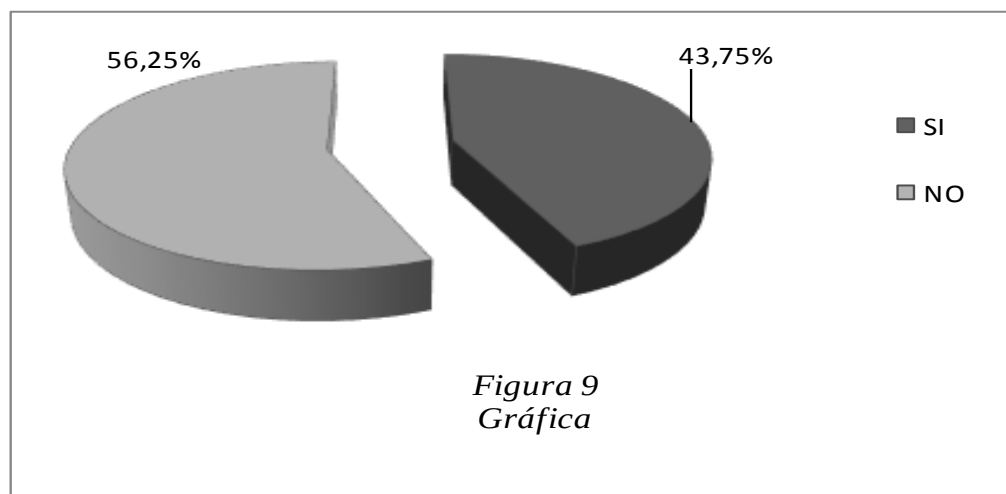


Pregunta No. 9	¿Conoce usted antecedentes históricos del municipio de Dulce Nombre de María?
----------------	---

Objetivo.	Saber cuantas personas conocen la historia del Municipio.
-----------	---

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	42	43.75
NO	54	56.25
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo con los entrevistados la mayoría de los turistas no conocen de la historia del municipio, siendo una oportunidad para el desarrollo del turismo cultural, ya que los antecedentes del Municipio son la base principal de la cultural.
----------	--

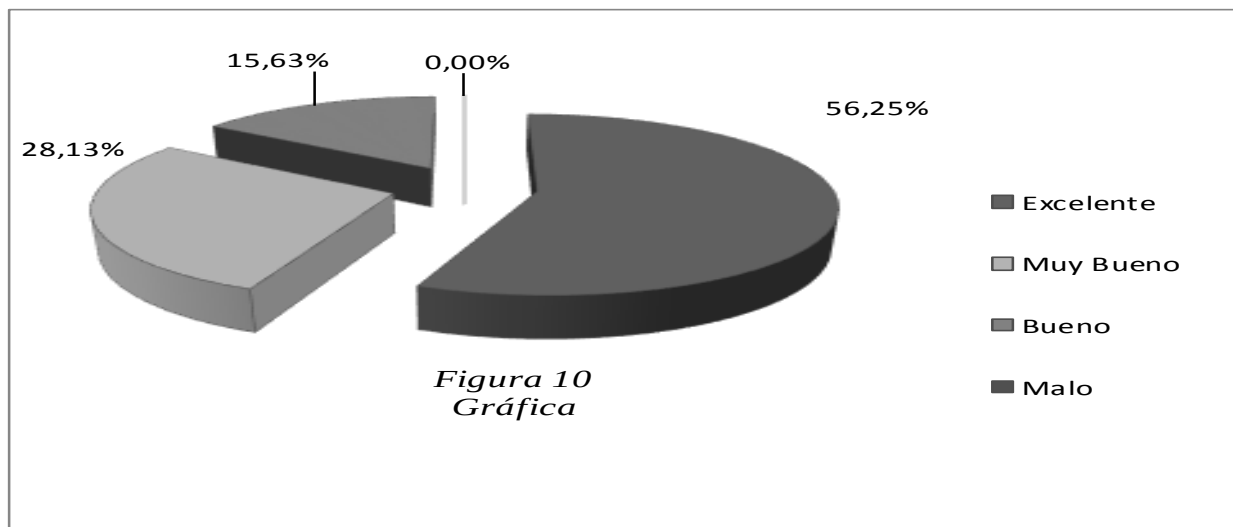


Pregunta No. 10	¿Cómo evalúa los murales artísticos que se encuentran en la fachada de algunas casas del municipio de Dulce Nombre de María?
-----------------	--

Objetivo.	Conocer que les parece a las personas los murales artísticos del Municipio.
-----------	---

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	54	56.25
Muy Bueno	27	28.13
Bueno	15	15.63
Malo	0	0.00
TOTALES	96	100.00

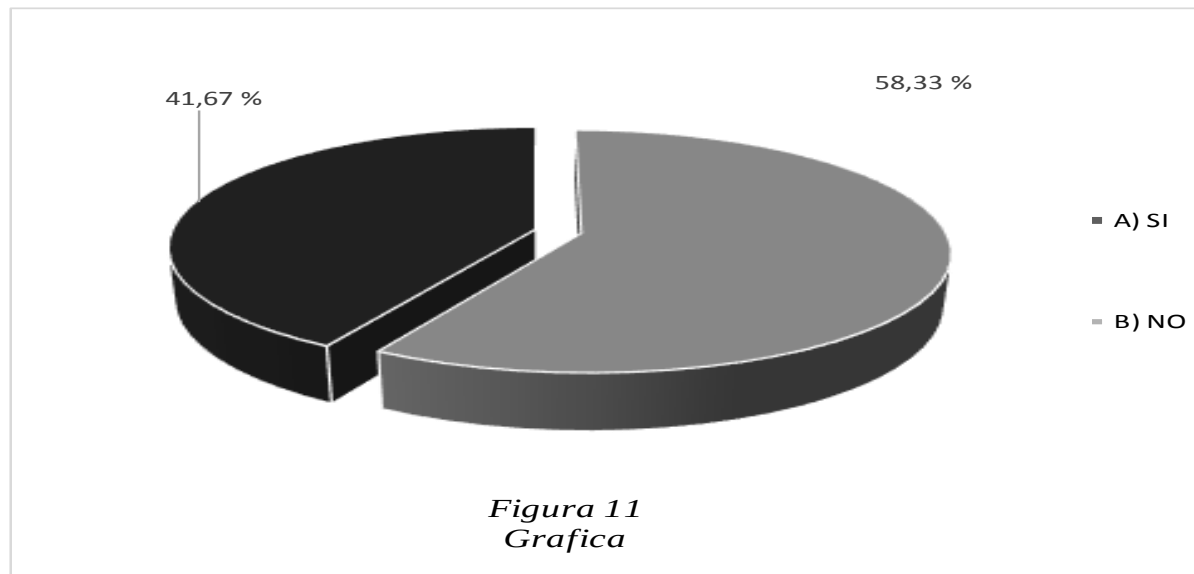
ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados la mayoría de turistas evaluaron como excelente los murales artísticos que se encuentran en la fachada de las casas del municipio, el cual a resaltado un poco mas la cultura.
----------	---



Pregunta No. 11	¿Conoce usted algún municipio que ofrezca Turismo Cultural?
	Si su respuesta es Si pase a la pregunta No.12
Objetivo.	Saber si los turistas conocen algun Municipios que ofrescan Turismo Cultural.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A) SI	56	58.33
B) NO	40	41.67
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados la mayoría conoce otros municipios que ofrecen turismo cultural y la minoría no conoce de otros municipios.
----------	--

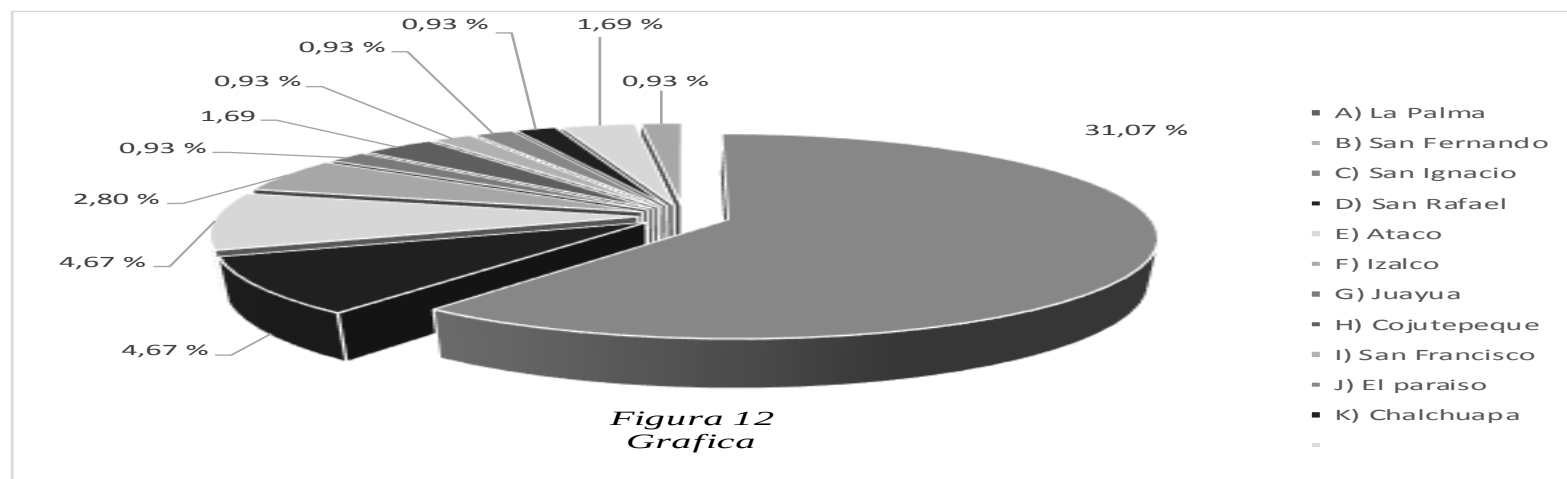


	Continuacion de la pregunta No. 11
Pregunta No. 12	¿Qué municipio conoce usted que ofresca turismo cultural?

Objetivo.	saber que municipios conocen los turistas que ofrescan turismo cultural	
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A) La Palma	34	31.07
B) San Fernando	5	4.67
C) San Ignacio	5	4.67
D) San Rafael	3	2.80
E) Ataco	1	0.93
F) Izalco	2	1.69
G) Juayua	1	0.93
H) Cojutepeque	1	0.93
I) San Francisco	1	0.93
J) El paraiso	2	1.69
K) Chalchuapa	1	0.93
TOTALES	56	51.24

NOTA	El total de la frecuencia es menor a la muestra debido a que cada uno de los turistas conocen diferentes municipios.
------	--

ANALISIS	De acuerdo a la respuesta de los entrevistados la mayoría considera y afirma que la palma es un lugar donde el turismo está muy posicionado, donde los otros municipios aledaños a Dulce Nombre de María también se consideran municipios que están trabajando para desarrollar este tipo de turismo.
----------	---

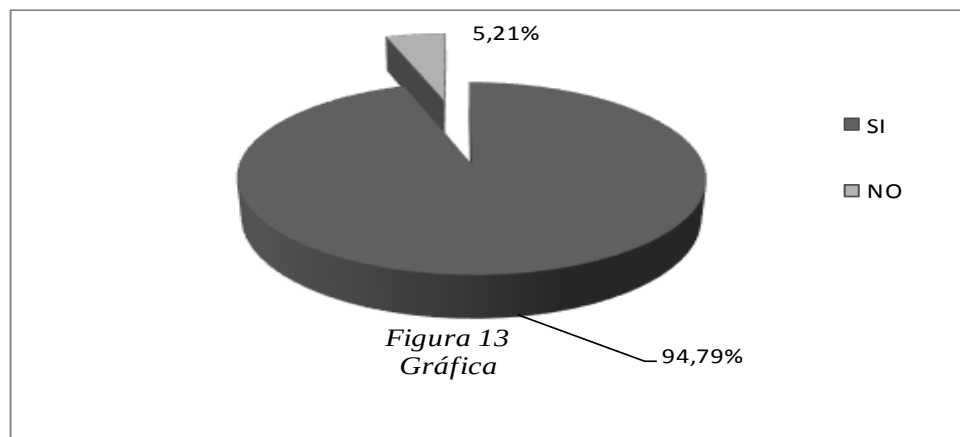


Pregunta No. 13	¿Considera usted que el municipio de Dulce Nombre de María tiene potencial para ofrecer Turismo Cultural?
-----------------	---

Objetivo.	Saber cuantas personas consideran que el Municipio tiene Potencial para ofrecer Turismo Cultural.
-----------	---

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	91	94.79
NO	5	5.21
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados con esta interrogante la gran mayoría de turistas consideran que Dulce Nombre de Maria si tiene potencial para ofrecer turismo cultural, siendo una oportunidad para poder desarrollar la eactividad turistica cultural .
----------	--

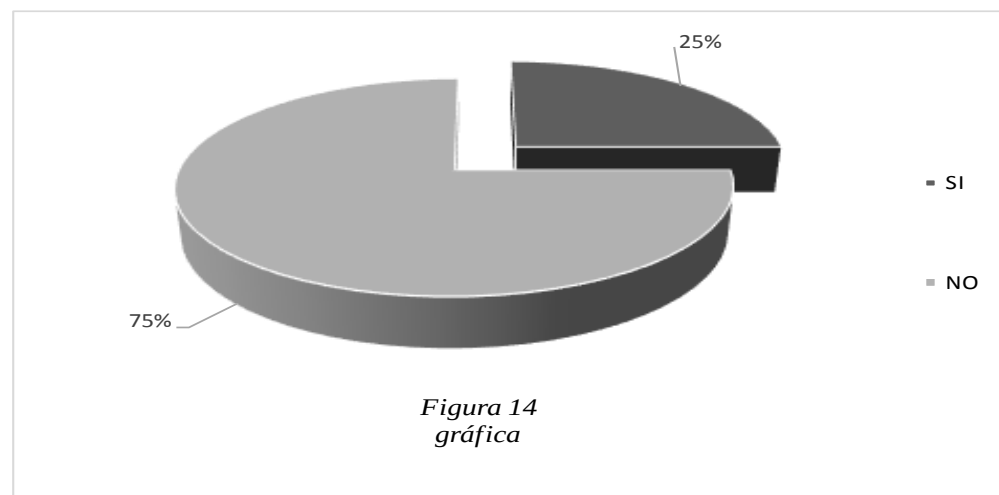


Pregunta No. 14	¿Conoce usted la agenda de actividades culturales que ofrece actualmente la Casa de la Cultura del Municipio de Dulce Nombre de María?
-----------------	--

Objetivo.	Saber cuantas personas tienen conocimiento de las actividades que realiza la Casa de la Cultura.
-----------	--

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	24	25.00
NO	72	75.00
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo a esta interrogante la gran mayoría de turistas no conocen las actividades que organiza la Casa de la Cultura.
----------	---



Pregunta No. 15	Le gustaría a usted realizar un circuito de turismo cultural dentro del municipio de Dulce Nombre De María?
-----------------	---

Objetivo.	Conocer el numero de personas que les gustaria hacer un circuito de turismo cultural en el municipio.
-----------	---

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	92	95,83
NO	4	4,17
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo a esta interrogante la mayoría de turistas estan de acuerdo en realizar un Circuito turistico en municipio, siendo una minima cantidad de turistas que no estan de acuerdo.
----------	--

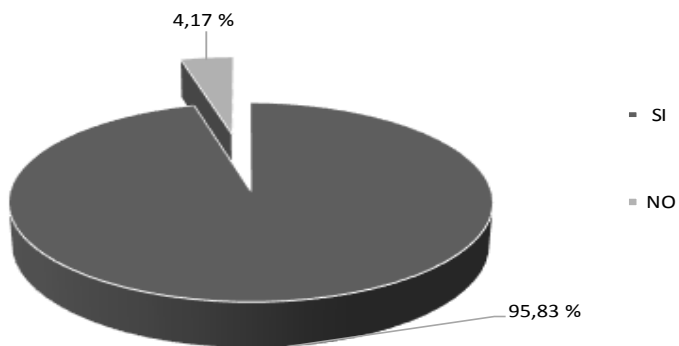


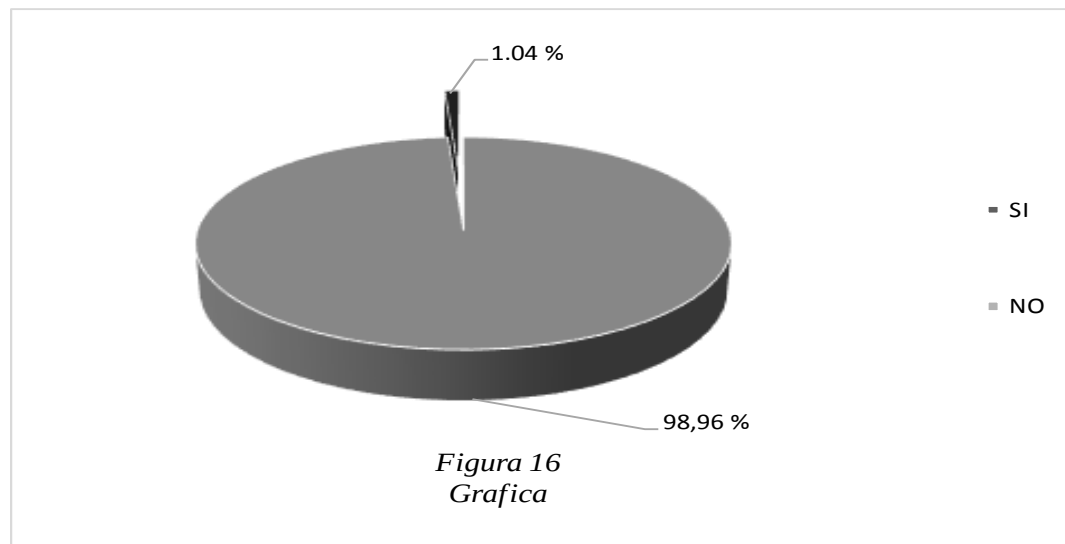
Figura 15
gráfica

Pregunta No. 16	¿Visitaría nuevamente el Municipio De Dulce Nombre de María?
-----------------	--

Objetivo.	Conocer el numero de personas que si visitarían nuevamente el municipio.
-----------	--

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	95	98.96
NO	1	1.04
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	Del total de los entrevistados todos los turistas visitarían nuevamente el municipio, debido a la oferta turística que ofrece, dando la oportunidad para que el municipio pueda seguir mejorando y ofrecer nuevas alternativas de turismo.
----------	--

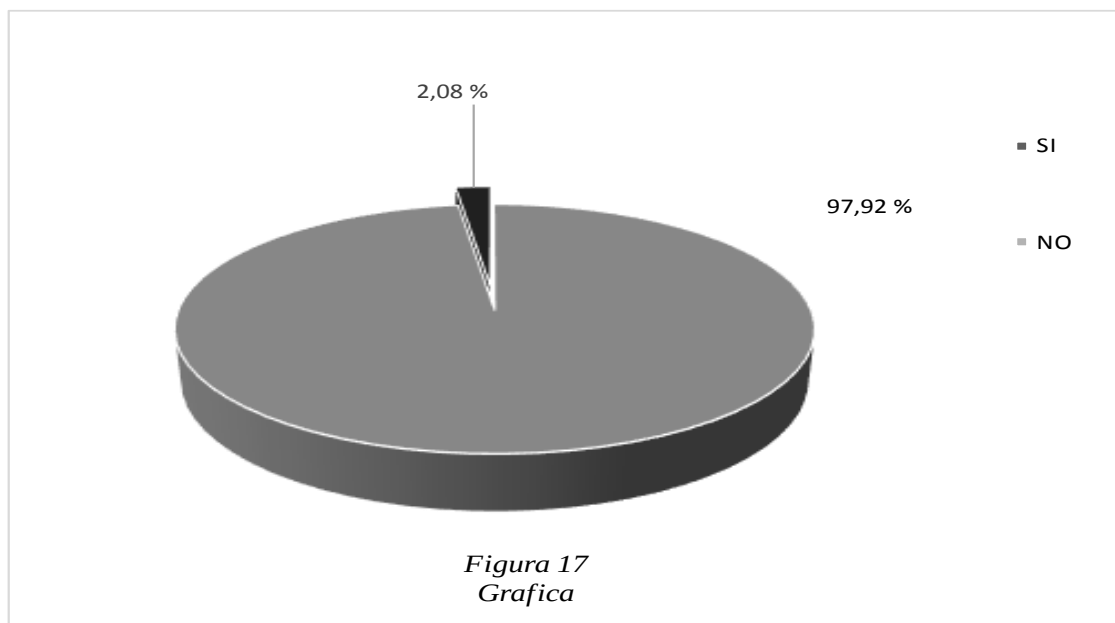


Pregunta No. 17	¿Le gustaria recibir informacion turistica cultural del Municipio de Dulce Nombre de Maria?
-----------------	---

Objetivo	Conocer el numero de personas que desean recibir informacion turitica cultural del Municipio.
----------	---

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	94	97.92
NO	2	2.08
TOTALES	96	96.00

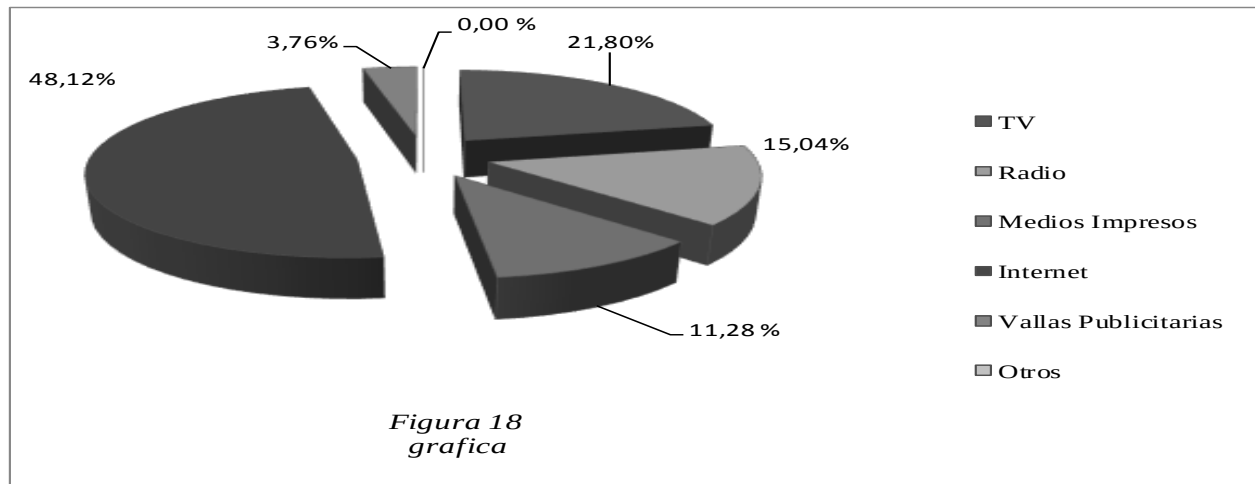
ANALISIS	De acuerdo con los entrevistados todos los turistas estan de acuerdo en recibir informacion del municipio, con el objetivo de que los turistas conoscan acerca de la oferta turistrica cultural que ofrece actualmente el municipio.
----------	--



Pregunta No. 18	¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre una oferta de Turismo Cultural, Del Municipio De Dulce Nombre de María?
-----------------	--

Objetivo.	Saber por que medio de comunicacion quieren recibir informacion de una oferta de turismo cultural.	
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
TV	29	21.80
Radio	20	15.04
Medios Impresos	15	11.28
Internet	64	48.12
Vallas Publicitarias	5	3.76
Otros	0	0.00
TOTALES	133	100.00

NOTA	El total de la frecuencia es mayor a la muestra debido a que algunos entrevistados respondieron mas de una opcion.
ANALISIS	De acuerdo a los entrevistados la gran mayoria de turistas les gustaria recibir informacion por medio de internet , siendo las redes sociales la principal fuente para dar a conocer y promocionar un determiando lugar.

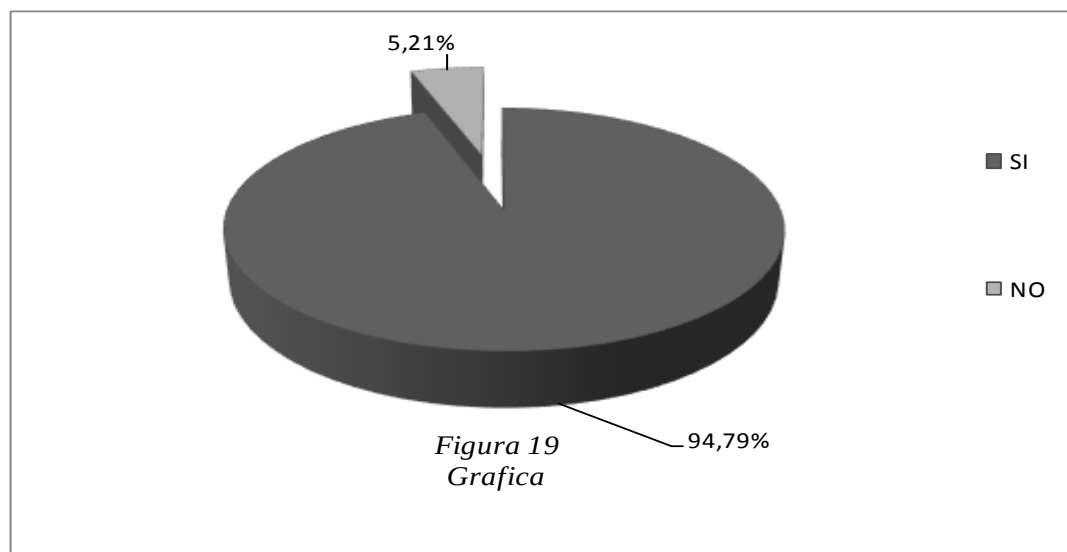


Pregunta No. 19	¿Considera usted importante realizar un Plan De Mercadeo Turístico Cultural dentro del Municipio De Dulce Nombre de María?
-----------------	--

Objetivo.	Conocer cuantas personas consideran importante realizar un Plan de Mercadeo Turistico Cultural en el Municipio.
-----------	---

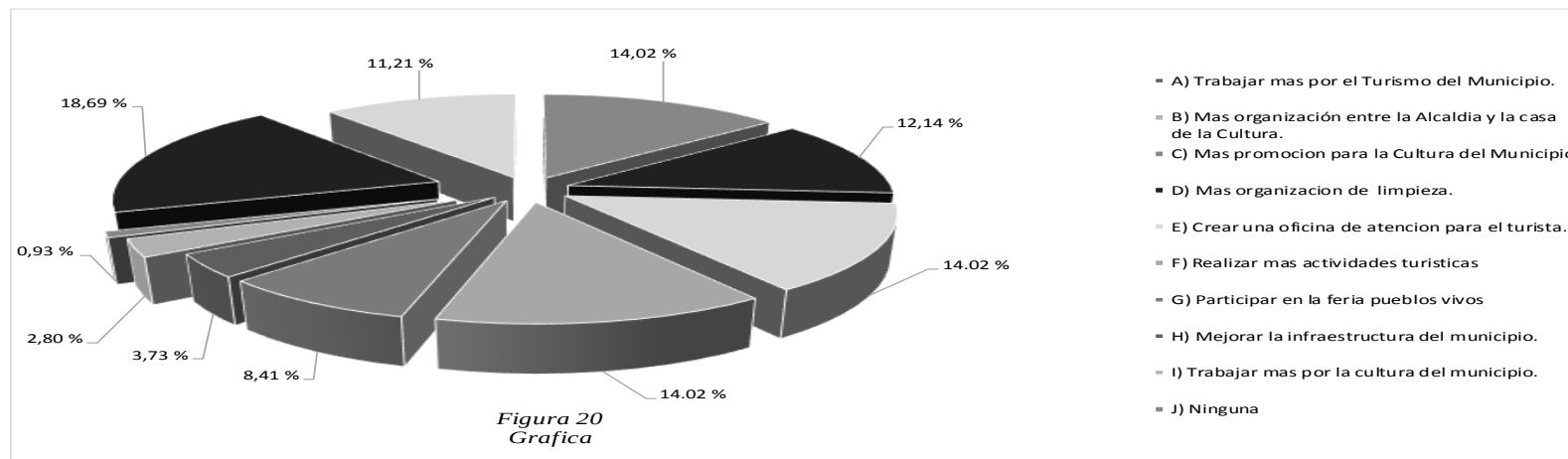
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	91	94.79
NO	5	5.21
TOTALES	96	100.00

ANALISIS	De acuerdo con los etrevistados la gran mayoría de turistas consideran importante realizar un Plan de mercadeo Turistico Cultural en el municipio de Dulce Nombre de Maria, el cual ayudara a incrementar la afluencia turistica.
----------	---



Pregunta No. 20	¿ Que recomendaciones daria usted al municipio de Dulce Nombre de Maria para impulsar el turismo Cultura?	
Objetivo.	Saber que tipo de recomendaciones dan los turistas para que se pueda impulsar el turismo cultural en el municipio	
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A) Trabajar mas por el Turismo del Municipio.	15	14,02
B) Mas organización entre la Alcaldía y la casa de la Cultura.	13	12,14
C) Mas promocion para la Cultura del Municipio.	15	14,02
D) Mas organizacion de limpieza.	15	14,02
E) Crear una oficina de atencion para el turista.	9	8,41
F) Realizar mas actividades turisticas	4	3,73
G) Participar en la feria pueblos vivos	3	2,80
H) Mejorar la infraestructura del municipio.	1	0,93
I) Trabajar mas por la cultura del municipio.	20	18,69
J) Ninguna	12	11,21
TOTALES	107	99,97

NOTA	El total de la frecuencia es mayor a la muestra debido a que algunos turistas dieron mas de una recomendación.
ANALISIS	De acuerdo a esta interrogante y a las recomendaciones que nos brindaron los turistas, se debe trabajar mucho mas para posicionar la cultura del municipio de Dulce Nombre de Maria, la Alcaldía y la Casa de la Cultura deben de organizarse mas, para una mejor promocion del turismo y llevar acabo este Plan.



Entrevista.

A través de las entrevistas realizadas a las autoridades de la Casa de la Cultura y Alcaldía Municipal se obtuvo la siguiente información.

Guion de entrevista (Casa de la Cultura)

1. ¿Recibe la Casa de la Cultura algún tipo de apoyo, para potenciar el turismo cultural, por parte de la Alcaldía u otras Instituciones?

R// la Casa de la Cultura recibe apoyo logístico y económico para las actividades culturales que realiza la casa de la cultura.

2. ¿Cuenta la Casa de la Cultura con un programa establecido de las actividades culturales del Municipio de Dulce Nombre de María?

R// en un mural se colocan todas las actividades que se realizan con las fechas respectivas, esto con el objetivo de brindar información a los turistas.

3. ¿Qué tipo de programas establece la Casa de la Cultura para el desarrollo turístico cultural del Municipio de Dulce Nombre de María?

R// actualización de la monotonía, inventario de artistas locales, presentaciones culturales en ferias gastronómicas.

4. ¿Qué elementos culturales del Municipio de Dulce Nombre de María es importante resaltar y dar a conocer a los turistas?

R// las costumbres y tradiciones, por ejemplo la tradición oral.

5. ¿Qué harían ustedes como Casa de la Cultura para que los turistas se motiven a realizar turismo cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

R// ofertas turísticas, general publicidad por las redes sociales.

6. ¿Conoce usted algún Municipio que tenga desarrollado el Turismo Cultural?

R// Suchitoto es un municipio que ha desarrollado el turismo cultural.

7. ¿Apoyaría la Casa de La Cultura la implementación de un Plan de Mercadeo turístico cultural que realizaría la alcaldía en el Municipio de Dulce Nombre de María?

R// Están inmersos para el desarrollo del turismo cultural.

8. ¿Qué ganaría el Municipio de Dulce Nombre de María al implementarse un Plan de Mercadeo turístico cultural?

R// Se darían a conocer toda la potencialidad que posee el municipio.

9. ¿Qué recomendaría a la casa de la cultura para que apoyen el turismo cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

R// solicitar ayuda al Ministerio de Turismo y a la secretaria General de la cultura.

Alcaldía Municipal.

1. ¿Qué rol juega la Alcaldía Municipal para impulsar el turismo Cultural dentro del Municipio de Dulce Nombre de María?

R// es un punto muy importante, brinda apoyo logístico y económico.

2. ¿Qué elementos culturales del Municipio de Dulce Nombre de María es importante resaltar y dar a conocer a los turistas?

R// Fiestas patronales, donde se resalta lo más propio del municipio, y que el turista sienta la diferencia de las fiestas.

3. ¿De qué forma puede la Alcaldía Municipal incentivar a los habitantes del Municipio para involucrarse en actividades turístico culturales?

R// cuentan con una ventaja que a los pobladores les gusta involucrarse, involucrar a los otros municipio.

4. ¿Qué harían ustedes como Alcaldía Municipal para que los turistas se motiven a realizar turismo cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

R// Mejorar la imagen del municipio, mantener los nexos con otras alcaldías para tener más apoyo, innovar con otros eventos.

5. ¿Conoce usted algún Municipio que tenga desarrollado el Turismo Cultural?

R// Panchimalco ha desarrollado la cultura

6. ¿Tiene la Alcaldía Municipal algún convenio o asocio con alguna institución que permita el desarrollo del turismo dentro del Municipio de Dulce Nombre de María?

R// tiene una mancomunidad con asociación de municipios Cuayabamba y CORSATUR.

7. ¿Está de acuerdo en realizar la Alcaldía Municipal la implementación de un Plan de Mercadeo turístico cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

R// Es un beneficio para el municipio.

8. ¿Qué ganaría el Municipio de Dulce Nombre de María al implementarse un Plan de Mercadeo turístico cultural?

R// impulsarse de una manera más exponencial, una herramienta que permita desarrollarse más, atraería más turistas.

9. ¿Qué recomendaría a la alcaldía municipal para que apoyen el turismo cultural en el municipio de Dulce Nombre de María?

R// capacitaciones técnicas para que la persona que ejerza el cargo en el área de turismo sea una persona preparada, capacitación de recursos humano.

Capítulo V Conclusiones y recomendaciones.

Como resultado de la investigación de campo, tomando en cuenta los datos recopilados y analizados, se proporcionan las conclusiones respectivas, concernientes a la elaboración del "Diseño de un Plan de Mercadeo Turístico Cultural para incrementar la afluencia turística al Municipio de Dulce Nombre María, Departamento de Chalatenango" Con el objetivo de resaltar y desarrollar la cultura del Municipio, como un producto turístico para su desarrollo económico.

5.1 Conclusiones.

- De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el cuestionario se concluye que el Municipio de Dulce Nombre de María, si tiene potencial para ofrecer el turismo cultural, ya que cuenta con los elementos turísticos que por sus cualidades culturales pueden atraer al desplazamiento de los turistas, un 94.79% considera que el municipio si tiene potencial para desarrollarse y posicionarse cultural y turísticamente. De acuerdo a los turistas encuestados un 56.25% evalúa como excelente los murales artísticos que se encuentran en las fachadas de algunas casas del municipio, siendo esto parte del potencial turístico cultural que posee, un 58.33% de los turistas conocen de otros municipios que ya ofrecen turismo cultural, por lo cual los turistas tienen el conocimiento de cuáles son los atractivos culturales que se deben promocionar en Dulce Nombre de María.

Siendo el municipio de La Palma el que mayor potencial turístico cultural tiene según los resultados del 31.07%. Tomando en cuenta el municipio de la palma como líder para desarrollar el turismo cultural el cual beneficiara al desarrollo de la cultura del municipio, generando mayor afluencia de turistas ya que un 98.96% de los encuestados dijeron que si visitarían nuevamente el municipio, siendo esto una posibilidad de que los turistas que ya visitan Dulce Nombre de María regresen acompañados por otras personas. Siendo una ventaja para que el municipio se dé a conocer por su patrimonio cultural, aprovechando su potencial turístico cultural.

- Actualmente la alcaldía no apoya mucho a la casa de la cultura para poder desarrollar el turismo cultural, es por lo cual que se debe buscar la manera de relacionar el interés de las dos instituciones para lograr los objetivos que benefician al municipio y a sus habitantes, de acuerdo al cuestionario un 12.14% de los turistas encuestados recomendaron que la alcaldía se organice más con la casa de la cultura para desarrollar el turismo cultural, trabajando en unión estas dos instituciones se lograría dar a los turistas una mejor atención, se trabajaría más en todos los proyectos ya establecidos, iniciando con el mejoramiento de la oficina de atención al turista que se encuentra en el centro del municipio, que por el momento no se le está dando el uso adecuado, ya que la utilizan como una bodega, en donde un 56.25% de los turistas encuestados dijo que si conocen la oficina de atención al turista, pero que al llegar a solicitar información no se les

brinda porque no hay una persona encargada de ello, esto se debe a la poca organización que existe entre la alcaldía y la casa de la cultura.

- De acuerdo con la investigación realizada se puede concluir que en el Municipio de Dulce Nombre de María, no existe un plan de Mercado Turístico cultural, el cual respalde nuestra investigación. Basándonos en los resultados del cuestionario realizado un 94.79% respondieron que consideran importante realizar un plan de Mercado Turístico cultural, el cual ayudara a incrementar la afluencia turística, se pueden proponer diferentes actividades como un circuito turístico cultural donde solo se visiten los atractivos culturales, tomando en cuenta que a un 95.83% de los turistas les gustaría realizarlo. También se deben buscar los medios por los cuales se pueda promocionar la cultura del municipio ya que un 97.92% de los turistas si le gustaría recibir información de la cultura del municipio, un 48.12% respondió que por medio de internet, siendo hoy en día la principal fuente de publicidad, se brindaron otras opciones de publicidad como fue la TV por medio de programas turísticos que se transmiten, la radio, medios impresos, y vallas publicitarias. Todo esto generara un desarrollo económico tanto para el municipio como para sus habitantes y se incrementara la afluencia turística del municipio.
- Relación de los objetivos con las preguntas del cuestionario.

5.2 Recomendaciones.

De acuerdo a los resultados obtenidos durante la investigación, se determina la necesidad que tiene el municipio para desarrollar la cultura, se recomienda elaborar un plan de mercadeo turístico cultural el cual ayudara a tener una mejor organización entre la alcaldía con la casa de la cultura, quienes se encargaran de desarrollar, posicionar y vender la cultura como un producto turístico cultural, que ayudara a resaltar la identidad cultural que tiene el municipio.

Para llevar a cabo el plan ambas entidades deben seguir los lineamientos que integran la estructura del plan de mercadeo, entre ellos podemos mencionar lo siguiente:

✓ Resumen ejecutivo.

Dulce Nombre de María posee cultura para desarrollarse turísticamente y Cuenta con los atractivos que componen la cultura (costumbres, tradiciones, valores, historia e infraestructura) en donde el sumario ejecutivo vende por sus propias características, rentabilizando la cultura como un producto turístico.

✓ Análisis de la situación.

El municipio de Dulce Nombre de María cuenta con mucha competencia referente a la cultura, por ejemplo la palma fue uno del municipio mayormente mencionado por los turistas, en donde Dulce

Nombre de María debe tomar las estrategia como líder de la palma, para poder posicionar la cultura del municipio

- ✓ Determinación de objetivos.

La alcaldía municipal y la casa de la cultura deben trazar los objetivos que se desean alcanzar, para lograr el desarrollo de la cultura del municipio, con el fin de posicionar la cultura como un producto turístico, identificando el potencial turístico cultural que tiene el municipio.

- ✓ Elaboración y selección de estrategias.

Una de las principales estrategias que se utilizara para posicionar la cultura del municipio, será publicidad a través de redes sociales, y TV.

- ✓ Plan de acción.

Para el diseño de este plan se tomó en cuenta la variable de producto el cual tiene como objetivo desarrollar, posicionar y vender la cultura como un producto turístico del municipio de Dulce Nombre de María.

- ✓ Establecimiento del presupuesto.

Determinar el presupuesto con el que cuenta la alcaldía municipal y la casa de la cultura para desarrollar el plan y hacer una estimación en total de los gastos que se realizaran, para posteriormente llevar a cabo el plan.

- ✓ Sistema de control y plan de contingencia.

Se establece en una agenda paso a paso de lo que incluirá en el plan:

Persona encargada de llevar a cabo el plan (autoridades municipales y casa de la cultura) quienes se encargaran de ejecutar el plan.

Se llevara un control de cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro del plan y tomar las medidas adecuadas para poder desarrollarlo. Determinar y revisar que se estén cumpliendo cada uno de los pasos que se llevaran a cabo en el plan.

➤ plan de contingencia

Dirigirse por la forma y elementos que utiliza el municipio de La palma (líder) para poder desarrollar el turismo cultural en el municipio de Dulce Nombre de María.

Se recomienda que siempre trabajen en unión la casa de cultura y la alcaldía, para poder lograr el posicionamiento de la cultura en el municipio debido a que el desarrollo y crecimiento del municipio es una tarea que les interesa a las dos instituciones, pueden darle mantenimiento a la oficina que sea creado para atención al turista, dándole el uso adecuado, por los resultados obtenidos se concluyó que el municipio si tiene potencial para ofrecer turismo cultural, se recomienda seguir trabajando en los atractivos, recursos culturales, historia, valores, costumbres, tradiciones que le resalten la identidad cultural que tiene el municipio de Dulce Nombre de María.

Referencias.

Buskirk, R.; Stanton, J. (1998). *Conceptos, planificación y estrategia*. (9ª ed.). Bogotá.

Crece negocios. (2008). Recuperado de

<http://www.crecenegocio.com/concepto-y-ejemplo-de-estrategias-de-marketing/>

Duarte, J. (2013). Conceptualización de turismo. *Cartilla salvadoreña de turismo*. (4), 6-9.

Guardado M.; Henríquez J.; & López R.; (2015).

Propuesta de Cultura Turística para ayudar al Fortalecimiento del desarrollo turístico del Municipio de Ciudad Delgado. (Tesis inédita de Técnico), Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, S.V.

Iban. (2008). *Tipos de turista*. Recuperado de

<https://apeaderos.es/2008/07/losxxxtiposxdeturistas/>

Kotler, P. (2011). *Marketing Turístico*. (5ª ed.). Madrid: Rivera del Loira.

Ojeda, C. (2012). *Marketing Turístico*. Madrid: Paraninfo.

Phegan, B. (1998). *Desarrollo de la Cultura de su Empresa*. México D.F.

Quinteros, J. (2006). *La cultura*. Recuperado de

<https://culturaupb.blogspot.com/2006/12/caracteristicas-y-elementos-de-la-html>

Tipos de cultura. (2006). Recuperado de

<http://www.tiposde.org/ciencias-sociales/78-tipos-de-cultura/>

Zuniga. F. (1945). *Glosario de términos*. Recuperado de

<http://felipezunigageotur.blogspot.com/2009/11/glosario-de-terminos>



No.

Anexo 01

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
COORDINACIÓN DE TURISMO

I. SOLICITUD DE COLABORACION

Somos estudiantes egresados de la carrera de Técnico en Administración Turística y estamos realizando nuestro trabajo de graduación titulado **“DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADEO TURISTICO CULTURAL PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE DULCE NOMBRE DE MARIA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO”**, por lo que solicitamos su colaboración, respondiendo al presente cuestionario. Toda información será tratada confidencialmente, de ante mano muchas gracias.

III. CUERPO DEL CUESTIONARIO

INDICACIONES: Por favor marque con una “X” dentro del cuadro la respuesta que mejor indique su opinión a la pregunta. Asimismo, completar en el espacio respectivo cuando la pregunta lo amerite.

1. ¿Es la primera vez que visita el Municipio De Dulce Nombre de María?

a) Si

☐

b) No

☐

2. ¿Esta visita al municipio de Dulce Nombre de María lo realiza acompañado de alguien más?

a) Sí

☐

b) No

☐

Si su respuesta es no, pase a la pregunta 4.

3. ¿Cuántas personas le acompañan en este viaje?

a) 1-3

☐

b) 4 o Mas

☐

4. ¿Qué le motivo a visitar este municipio?

a) Publicidad turística ☐ b) Por recomendación ☐ c) Por curiosidad ☐

d) Otros ☐ Especifique _____

5. ¿Qué medio de transporte a utilizado para realizar este viaje al Municipio De Dulce Nombre de María?

a) Automóvil particular ☐ b) Autobús (transporte público) ☐ c) Autobús (excursión) ☐

d) Microbús particular ☐ e) Microbús (excursión) ☐ e) otros ☐

Especifique _____

6. ¿Sabe usted si existe alguna oficina de atención al turista en el municipio de Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

7. ¿Cómo califica la seguridad del Municipio De Dulce Nombre De María?

a) Excelente ☐ b) Muy buena ☐ c) Buena ☐ d) Mala ☐

8. ¿Cómo califica usted la oferta turística que ofrece actualmente el municipio de Dulce Nombre De María?

a) Excelente ☐ b) Muy buena ☐ c) Buena ☐ d) Mala ☐

9. ¿Conoce usted antecedentes históricos del municipio de Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

10. ¿Cómo evalúa los murales artísticos que se encuentran en la fachada de algunas casas del municipio de Dulce Nombre de María?

a) Excelente ☐ b) muy bueno ☐ c) bueno ☐ d) malo ☐

11. ¿Conoce usted algún municipio que ofrezca Turismo Cultural?

a) Sí ☐ b) No ☐

Si su respuesta es no, pase a la pregunta 13.

12. ¿Qué municipio conoce usted que ofrezca Turismo Cultural?

13. ¿Considera usted que el municipio de Dulce Nombre de María tiene potencial para ofrecer Turismo Cultural?

a) Si ☐ b) No ☐

14. ¿Conoce usted la agenda de actividades culturales que ofrece actualmente la Casa de la Cultura del Municipio de Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

15. ¿Considera usted que se debe hacer mayor promoción del turismo cultural en el municipio de Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

16. ¿Visitaría nuevamente el Municipio De Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

17. ¿Le gustaría recibir información turística cultural del Municipio de Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

Si su respuesta es no, pase a la pregunta 19.

18. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre una oferta de Turismo Cultural, Del Municipio De Dulce Nombre de María?

a) TV ☐ b) Radio ☐ c) Medios impresos ☐ d) Internet ☐

e) Vallas publicitarias ☐ f) Otros (especifique) ☐

19. ¿Considera usted importante realizar un Plan De Mercadeo Turístico Cultural dentro del Municipio De Dulce Nombre de María?

a) Si ☐ b) No ☐

20. ¿Qué recomendaciones daría usted al municipio de Dulce Nombre de María para impulsar el Turismo Cultural?

IV. DATOS DE CLASIFICACION

Nombre del encuestador: _____

Lugar:

Fecha: _____ Hora: _____

Anexo 02

ENTREVISTA

- I. **TITULO:-** Entrevista sobre (Diseño de un plan de mercadeo turístico cultural, para incrementar la afluencia turística al Municipio de Dulce Nombre de María, del Departamento de Chalatenango).
- II. **OBJETIVO:** (Identificar los elementos necesarios para diseñar un plan de mercadeo turístico cultural, que permita el posicionamiento y desarrollo de la cultura como un producto turístico del Municipio de Dulce Nombre de María, Departamento de Chalatenango).
- III. Lugar de la entrevista: _____
Fecha: _____ hora de inicio: _____
- IV. Hora de finalización: _____
- V. **DATOS GENERALES:**
- Nombre del entrevistado(a) _____
 - Profesión ocupación: _____
 - Edad: _____
 - Formación académica: _____
 - Institución que representa: _____
- VI. **NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:** _____

VII. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. ¿Recibe la Casa de la Cultura algún tipo de apoyo, para potenciar el turismo cultural, por parte de la Alcaldía u otras Instituciones?

2. ¿Cuenta la Casa de la Cultura con un programa establecido de las actividades culturales del Municipio de Dulce Nombre de María?

3. ¿Qué tipo de programas establece la Casa de la Cultura para el desarrollo turístico cultural del Municipio de Dulce Nombre de María?

4. ¿Qué elementos culturales del Municipio de Dulce Nombre de María es importante resaltar y dar a conocer a los turistas?

5. ¿Qué harían ustedes como Casa de la Cultura para que los turistas se motiven a realizar turismo cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

6. ¿Conoce usted algún Municipio que tenga desarrollado el Turismo Cultural?

7. ¿Apoyaría la Casa de La Cultura la implementación de un Plan de Mercadeo turístico cultural que realizaría la alcaldía en el Municipio de Dulce Nombre de María?

8. ¿Qué ganaría el Municipio de Dulce Nombre de María al implementarse un Plan de Mercadeo turístico cultural?

9. ¿Qué recomendaría a la casa de la cultura para que apoyen el turismo cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

Muchas gracias

Anexo 03

ENTREVISTA

- I. **TITULO:-** entrevista sobre (Diseño de un plan de mercadeo turístico cultural, para incrementar la afluencia turística al Municipio de Dulce Nombre de María, del Departamento de Chalatenango).
- II. **OBJETIVO:** (Identificar los elementos necesarios para diseñar un plan de mercadeo turístico cultural, que permita el posicionamiento y desarrollo de la cultura como un producto turístico del Municipio de Dulce Nombre de María Departamento de Chalatenango).
- III. Lugar de la entrevista: _____
Fecha: _____ hora de inicio: _____
- IV. Hora de finalización: _____
- V. **DATOS GENERALES:**
- Nombre del entrevistado(a): _____
 - Profesión / ocupación: _____
 - Edad: _____ Formación _____ académica: _____
 - Institución que representa: _____
- VI. **NOMBRE DE LA ENTREVISTA:** _____

VII. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. ¿Qué rol juega la Alcaldía Municipal para impulsar el turismo Cultural dentro del Municipio de Dulce Nombre de María?

2. ¿Qué elementos culturales del Municipio de Dulce Nombre de María es importante resaltar y dar a conocer a los turistas?

3. ¿De qué forma puede la Alcaldía Municipal incentivar a los habitantes del Municipio para involucrarse en actividades turístico culturales?

4. ¿Qué harían ustedes como Alcaldía Municipal para que los turistas se motiven a realizar turismo cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

5. ¿Conoce usted algún Municipio que tenga desarrollado el Turismo Cultural?

6. ¿Tiene la Alcaldía Municipal algún convenio o asocio con alguna institución que permita el desarrollo del turismo dentro del Municipio de Dulce Nombre de María?

7. ¿Está de acuerdo en realizar la Alcaldía Municipal la implementación de un Plan de Mercadeo turístico cultural en el Municipio de Dulce Nombre de María?

8. ¿Qué ganaría el Municipio de Dulce Nombre de María al implementarse un Plan de Mercadeo turístico cultural?

9. ¿Qué recomendaría a las instituciones gubernamentales para que apoyen el turismo cultural en el municipio de Dulce Nombre de María?

Muchas gracias

Anexo 04
ENTREVISTA
DIRECTORA DE LA CASA DE LA CULTURA.



Anexo 05

ENTREVISTA

ENCARGADO DEL TURISMO DE ALCALDIA MUNICIPAL.



Anexo 06

DIA DE LA FERTILIDAD DE LA TIERRA (DIA DE LA CRUZ)



Anexo 07

FESTIVAL DEL MAIZ.



Anexo 08

VISITAS AL MUNICIPIO.

