

Universidad Tecnológica de El Salvador

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**



TEMA:

**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL
SURF EN PUNTA ROCA DE EL SALVADOR**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

RAQUEL ABIGAIL SANDOVAL VÁSQUEZ

JACQUELINE DEL CARMEN MEJÍA RODRÍGUEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICOS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ABRIL, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

ING. NELSON ZÁRATE ZÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANA

JURADO EXAMINADOR

LIC. MARCOS ANTONIO AGUILAR

PRESIDENTE

LIC. RICARDO ANTONIO PARADA MAGAÑA

PRIMER VOCAL

LICDA. VILMA ELIZABETH MORALES DE SANABRIA

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Ricardo Antonio Parada Magaña, Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria,
Lic. Marcos Antonio Aguilar, a las 12:30m del día Lunes, 28 de Noviembre de dos mil
dieciséis.

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

1-Jacqueline del Carmen Mejía Rodríguez Carnet 06-6293-2013

2-Raquel Abigail Sandoval Vásquez Carnet 06-0737-2013

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Desarrollo de estrategias de comercialización del Surf en Punta Roca, de El Salvador"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

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, 28 de Noviembre de dos mil dieciséis.

F.

PRIMER VOCAL

Lic. Ricardo Antonio Parada Magaña

F.

SEGUNDO VOCAL

Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria

F.

PRESIDENTE

Lic. Marcos Antonio Aguilar

Agradecimiento

Agradezco a Dios Todopoderoso que me dio la salud, la perseverancia y la actitud para poder llegar a este momento de mi vida.

A mi familia, mis hijos, amigos que de alguna manera han sido parte de este éxito en mi camino.

Agradezco a nuestros catedráticos por compartir sus conocimientos, a nuestra asesora Lida Elizabeth Sanabria, y a nuestros señores jurados, Lcdo. Marcos Aguilar, y Lcdo. Mauricio Magaña.

Gracias Dios padre, Dios hijo y Espíritu santo por ser luz en mi camino.

Jacqueline del Carmen Mejía Rodríguez

Agradecimiento

Primero que nada le doy gracias a Dios Todopoderoso y la Virgencita por darme la bendición de llegar a esta etapa de mi vida, que me dan la oportunidad de llegar a realizar poco a poco mis metas, por darme sabiduría y paciencia para culminar mis estudios.

A mis padres que son mi más grande inspiración para poder seguir adelante, pues han estado para mí siempre, apoyándome y dándome lo necesario; a mis hermanos que han influenciado de una manera positiva hacia mí, por brindarme apoyo y por ser parte del éxito en mi vida.

También quiero agradecer a mis amigos y amigas que han estado presentes, por estar dispuestos a ayudarme cuando los necesito, que han sido un gran apoyo emocional para seguir echando ganas y ser triunfadora cada día.

A los catedráticos que estuvieron presentes en el transcurso de mi carrera ya que por ellos hoy tengo más conocimientos.

A nuestra asesora por el tiempo que dedico para nosotras y que nuestro trabajo se desarrollara de una buena manera, por corregirnos y por brindarnos el apoyo.

Raquel Abigail Sandoval Vásquez

Índice

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del Problema.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Objetivos	4
1.3.1 objetivo general:	4
1.3.2 objetivos específicos:	4
1.4 Justificación	5
1.5 Limitaciones del estudio.	5
1.5.1 espacial:	6
1.5.2 temporal:	6
Capítulo II Marco Teórico	7
2.1 Introducción.....	7
2.1.1 conceptos generales	7
2.1.2 conceptos mercadeo:	12
2.1.3 espacio turístico:.....	13
2.1.4 conceptos básicos de destinos turísticos:.....	13
2.1.5 funciones de la comercialización:	15
2.1.6 estrategias de comercialización:	16
2.1.7 ventajas de comercialización:.....	16
2.1.8 las desventajas de la comercialización:.....	17

Capítulo III Metodología	18
3.1 Generalidades de la investigación.....	18
3.2 Participantes.....	18
3.3 Método	19
3.3.1 la técnica de encuesta:	20
3.3.2 la técnica de entrevista:	20
3.3.3 universo:	20
3.3.4 muestra:	21
3.4 Instrumentos.....	22
3.4.1 encuesta para visitantes de la playa Punta Roca:	22
3.4.2 entrevistas a instituciones relacionadas con el surf:	22
3.5 Procedimientos	23
3.6 Estrategias de análisis de datos.....	23
Capítulo IV Análisis de resultados	25
4.1 Generalidades:.....	25
4.1.1 pregunta 1: ¿Usted es practicante de surf?.....	26
4.1.2 pregunta 2: ¿Cuál es su procedencia?	27
4.1.3 pregunta 3: ¿Con que frecuencia visita Punta Roca?	28
4.1.4 pregunta 4: ¿Por qué medio de comunicación escucho la práctica del surf en Punta Roca?	29
4.1.5 pregunta 5: ¿Considera necesario fijar un precio por las actividades del surf?	30
4.1.6 pregunta 6: ¿Considera necesaria la venta de artículos de surf en Punta Roca?	31

4.1.7 pregunta 7: ¿Considera que Punta Roca cuenta con capacidad de infraestructura para eventos relacionados con el surf?	32
4.1.8 pregunta 8: ¿Qué tipos de premios le gustaría que se le dieran a los ganadores en las competencias de surf en Punta Roca?	33
4.1.9 pregunta 9: ¿Qué paquetes turísticos le gustaría que se implementaran para Punta Roca?	34
4.1.10 pregunta 10: ¿Le gustaría pertenecer a un club de surfistas?	35
4.1.11 entrevistas 1:	36
4.1.11 entrevistas 2:	39
Capítulo V Conclusiones	42
5.1 Estrategias de comercialización del surf en Punta Roca	42
5.1.1 estrategias de promoción:	42
5.1.2 estrategias de posicionamiento de surf en Punta Roca:	43
5.2 Conclusiones	43
5.3 Recomendaciones	45
Referencias	48
Anexos	50
Anexo 01	50
Anexo 02	53
Anexo 03	54
Anexo 04	55

Introducción

En el presente documento se describe la situación actual del sitio turístico del Puerto de La Libertad conocido por turistas locales y extranjeros como Punta Roca.

Este documento ha sido basado en la investigación empírica del entorno de la zona en cuestión. Por este medio se pretende llegar a la raíz de los motivos por la cual el surf en Punta Roca siendo un destino turístico conocido por su maravilloso recurso natural que es su oleaje para los surfistas no ha sido explotado y no ha contribuido al desarrollo local de la zona.

En los siguientes capítulos se lleva a cabo la investigación de las razones por la cual Punta Roca no es reconocida y no se ha destacado por medio de la práctica del surf en sus playas.

A medida que se observa, se entrevista a ciertas entidades relacionadas y turistas y lugareños practicantes de éste deporte en la zona se determina algunas de las causas la cual se detallan en los siguientes capítulos.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1 Antecedentes

El surf según la Real Academia Española es un deporte náutico consistente en mantenerse en equilibrio encima de una tabla especial que se desplaza sobre la cresta de las olas. Es practicado a nivel recreacional y competitivo en diferentes playas del mundo considerando que las personas que lo practican cuentan con habilidades abiertas debido a que se realizan diferentes maniobras con la longitud de la ola, tamaño, fuerza, tipo de secciones, inclinación y dirección adecuados a la misma.

Se dice que el surf comenzó a extenderse en Hawái a principios del siglo XX; hacia California en 1912 el campeón olímpico de natación, el hawaiano Duke Kahanamoku, llevó el surf a la costa Este norteamericana y en 1915 a Australia invitado previamente para dar exhibiciones, lo que llevo a muchos jóvenes a imitar estas hazañas y que permitió que el surf se fuera extendiendo por el mundo anglosajón (EEUU, Australia, Sudáfrica y Gran Bretaña).

Según investigaciones en 1978 fue que El Salvador se dió a conocer como un destino turístico de playas, sol y arena, así se determinaron las tácticas de mercadeo necesarias para impulsar su introducción en las ofertas turísticas para los americanos.

La práctica del surf en El Salvador existía desde hace mucho tiempo, sin embargo fue hasta después de los acuerdos de paz en 1992, que este deporte acuático tomó auge en las playas del Puerto de la Libertad, principalmente en el Tunco; pero en

los últimos años turistas extranjeros comenzaron a visitar con confianza las playas y disfrutar del deporte acuático. En su gran mayoría este deporte lo practicaban hombres, pero poco a poco y debido a las mismas sugerencias de las investigaciones el deporte actualmente lo practica también el sexo femenino (Edwin Chacón 2010).

El Salvador es reconocido en la actualidad por impresionantes olas y que además posee varias playas en las cuales se han realizado ya prácticas y competencias mundiales de surf y según la opinión de turistas extranjeros que visitan las playas nacionales solo para disfrutar de este deporte acuático califican nuestras olas como unas de las mejores del mundo.

En el país se han realizado ya algunas competencias de surf como lo son las categorías de: Open, Junior, Groms, Damas, Master, Longboard, Bodyboard y Sup surf.

La playa Punta Roca es el escenario para la realización de competencias que este año la delegación de jóvenes atletas llevo a cabo en las vacaciones de Agosto, El Salvador fue sede del primer campeonato de surf femenino, el campeonato reunió a 80 deportistas y a cientos de turistas nacionales e internacionales.

1.2 Planteamiento del problema

En El Salvador muchos visitantes locales y extranjeros tienen conocimiento de las zonas costeras como las playas de mejor oleaje para el surf, una de estas playas es conocida turísticamente como Punta Roca.

A pesar de esta gran ventaja natural que se vuelve un recurso potencial de explotación turística el surf en la zona no ha sido comercializado lo suficiente como un deporte capaz de dinamizar factores económicos y sociales a nivel costero.

Punta Roca es una playa con afluencia del deportista surfista nacional e internacional que gusta de las impresionantes olas para surfear, realizar sus destrezas y habilidades extremas. Tomando en cuenta todas las atracciones que tiene Punta Roca para el surf, este no ha contribuido al desarrollo del turismo sostenible, aunque algunos organismos e instituciones nacionales están tratando de dar la relevancia necesaria.

Actualmente en El Salvador hay poca afluencia y preferencia turística relacionada a este deporte pues la cantidad de turistas locales y extranjeros es mínima para fomentar un desarrollo turístico y económico notable.

Aunque El Ministerio de Turismo de El Salvador está implementando estrategias de promoción del Surf en Punta Roca, no ha tenido el impacto que debería existir para crear una cultura de práctica constante del Surf en este pequeño espacio turístico como lo es Punta Roca.

Es por esa razón que surge la inquietud:

¿Qué estrategias de comercialización deben desarrollarse para comercializar el Surf, como un deporte ícono en Punta Roca que impacte, promueva, incentive al visitante, espectador y turista en general a visitar esta playa para practicar el surf?

Con el objetivo que este deporte sea parte del desarrollo económico visualizándolo como un producto de diversión y que a raíz de este haya en la zona una diversidad de productos y servicios alusivos al surf y a su escenario que en este caso sería la playa de Punta Roca.

Estrategias que sean basadas en la satisfacción al surfista, independientemente de su edad, su origen o posición económica.

1.3 Objetivos

1.3.1 objetivo general:

Determinar estrategias de comercialización para el surf como deporte que permitan un desarrollo económico social sostenible y notable en playa Punta Roca de El Salvador.

1.3.2 objetivos específicos:

- Contribuir a la creación de estrategias de comercialización del Surf en Punta Roca.
- Investigar las causas de la poca promoción del surf en la zona.
- Identificar a las entidades de turismo, municipales, que deberán contribuir a la promoción del Surf en la playa Punta Roca
- Segmentar el mercado relacionado al surf principalmente afluencia de visitantes nacionales y extranjeros.

1.4 Justificación

Es importante reconocer que en El Salvador no se ha explotado el deporte acuático del surf, como un potencial recurso de desarrollo económico y social para el turismo sostenible local.

Se deben mejorar los servicios básicos y de infraestructura para el surfista nacional e internacional como parte del atractivo turístico de Punta Roca; lo cual podría ofrecer riquezas turísticas y el visitante no vería limitada su preferencia solo por olas, sino por diversidad de otros servicios en la zona.

La percepción del visitante es importante para conocer acerca de sus opciones de relación entre servicios turísticos y cliente o consumidores potenciales para determinar sus necesidades, gustos y preferencias así como mejoras en el mismo y lo cual podría garantizar mayores fuentes de empleo para los lugareños y también el desarrollo económico local, así como la atracción de más turistas internacionales y el ingreso de más divisas por medio del surf lo que dinamiza la importancia de potencializar este deporte acuático.

1.5 Limitaciones del estudio.

La presente investigación se consideran limitantes para su desarrollo, a continuación se presentan las limitaciones tanto espacial como temporal:

1.5.1 espacial:

Se busca recopilar datos en el destino turístico donde se desarrolla el surf, en este caso Punta Roca el cual se ubica en Puerto de La Libertad kilómetro 32 a cortos metros del Malecón de dicho Puerto turístico.

1.5.2 temporal:

La recopilación de datos para la investigación se realizara entre los meses de Septiembre y Octubre del presente año para determinar opiniones en relación al tema.

Capítulo II Marco Teórico

2.1 Introducción

2.1.1 conceptos generales:

Turismo: Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionado con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Turismo de aventura: Turismo en el cual se realizan actividades específicas que utilizan el entorno o medio natural como soporte físico, recursos para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento de exploración que implican cierto empeño, actividad física y/o riesgo controlado.

Tour: Excursión o viaje organizado.

Turistas: Visitante internacional o interno que pernocta en el lugar que visita.

Visitante internacional: Toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia.

Visitante interno: Toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual.

Visita turística: Recorrido físico en un sitio de interés turístico especificado en el itinerario.

Guía turístico: Persona natural que tiene conocimiento, experiencia y competencia técnica para proporcionar orientación e información sobre el patrimonio cultural y natural de los atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia para la visita turística. Cuando su campo sobre algún tema o actividad específica.

Guía local: Guía cuyo campo de acción está delimitado por las rutas turísticas nacionales y zonas de la influencia; definidas por el Ministerio de Turismo.

Medios de seguridad: Todo aquel equipo, material o técnicas que son usadas para dar seguridad en la ejecución de las actividades de turismo.

Servicios turísticos: Acciones y actividades que ejecutadas coordinadamente por la industria turística, permiten el cumplimiento de lo establecido en un paquete turístico.

Temporada turística: Periodos de tiempo, por ejemplo, temporada alta, media y baja, horarios predefinidos por el proveedor de transporte.

Plan de emergencia: Conjunto de medidas y procedimientos tendientes a salvaguardar la vida de las personas y bienes materiales de la empresa en caso de alguna eventualidad (sismo, inundación, ataque externo, incendios, explotación, entre otros) y evitar las consecuencias que pudieran derivarse de ellos.

Programa de seguridad: Conjunto de procedimientos preventivos a seguir con el fin de disminuir los riesgos y evitar cualquier accidente dentro del establecimiento.

Establecimiento gastronómico: Establecimiento cuyo objetivo es la transformación de alimentos, venta y prestación del servicio de alimentos y bebidas preparadas.

Restaurante: Establecimiento donde se preparan y expenden alimentos de consumo inmediatos. El consumo en el mismo local y generalmente tiene el servicio a la mesa.

Comedor: Área donde se sirven y consumen los alimentos y bebidas preparados por el establecimiento gastronómico.

Bar: Recinto de uso común de un establecimiento, generalmente caracterizado por la presencia de una barra o mostrador destinado al servicio de bebidas alcohólicas y otras.

Establecimientos de alojamiento turístico: Aquellos en que se preste comercialmente el servicio de alojamiento por un periodo no inferior a una pernoctación, que mantenga como procedimiento permanente, un sistema de registro de ingreso e identificación del huésped cada vez que estos utilicen sus instalaciones; permitan el libre acceso y circulación de los huéspedes a los lugares de usos común y estén habilitados para recibir huéspedes en forma individual o colectiva.

Alojamiento: Servicio en el que se proporciona instalaciones para dormir e instalaciones sanitarias.

Hotel: Establecimiento en el que se presenta el servicio de alojamiento turístico en habitaciones y otros tipos de unidades habitacionales privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo.

Hostal: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico en habitaciones privadas de un edificio, cuyas características constructivas son las de una casa, habitación y bajo estas características pueden ofrecer además de servicios de alimentación.

Resort: Establecimiento que reuniendo las características que define a un hotel, motel o combinación de estas modalidades, tiene como propósito principal ofrecer actividades recreativas y descanso al aire libre o en espacios recintos interiores asociados a su entorno natural que por lo tanto posee un número significativo de las instalaciones, equipamiento, infraestructura y variedad de servicios para facilitar tal fin, dentro o en el entorno inmediato del predio en que se emplaza, el que además es de gran extensión y se ubica preferentemente en ambientes rurales como montañas, playas, campo, desierto o lagos, entre otros.

Cabañas: Unidad habitacional aislada de un establecimiento de alojamiento turístico destinada a brindar facilidades de alojamiento y permanencia a una o más

personas según su capacidad. En El Salvador también son conocidos como “chalet” o “bungalow”.

Guardarropa: Lugar asignado para el resguardo temporal de prendas o accesorios de vestir de los huéspedes y clientes.

Piscina: Depósito de agua de construcción artificial, utilizado para el baño de personas con fines deportivos, recreativos o terapéuticos.

Tienda: Local comercial ubicado dentro o como parte de un establecimiento de alojamiento turístico destinado a suplir aquellos artículos que puedan ser queridos por los huéspedes o clientes, tales como accesorios de vestuarios, periódicos, revistas, recuerdos, tabacos, snacks, bebidas, artículos de tocar u otros similares. (Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreña y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica).

Oleaje: La gran dificultad consistente en buscar el momento adecuado para bucear por debajo de la ola, que si es cerrado la persona es atrapado por debajo de la espuma y empuja hacia atrás con gran violencia, requiriendo de toda su destreza para evitar ser golpeado contra las rocas, tanto pronto cuando han logrado tras intentos repetidos alcanzar el agua tranquila tras las espumas se acuestan a lo largo de sus tablas y se preparan para lograr su principal objetivo colocarse sobre la cima más alta, en la que son conducidos con rapidez hacia la orilla. (Capitán James Cook, 1770)

2.1.2 conceptos mercadeo:

Estrategias de comercialización: Actividad primordial que se realiza cotidianamente en el comercio de bienes y servicios.

Comercializar es importante ya que los países tienen una forma de elevar su economía para tener preferencias arancelarias y tratados que puedan tener una ventaja competitiva.

La comercialización se tiene que adaptar al usuario tomando en cuenta los factores internos y los factores externos como microambiente y macro ambiente. (García Govea, Hernández Mojica y Samaniego Estrada: "Estrategias de comercialización", en Contribuciones a la Economía, julio 2012)

Forma de turismo que utiliza cualquier actividad deportiva donde el espectáculo es parte de la sensación, el riesgo y estos se pueden desarrollar en sitios externos o internos. Implica el movimiento o traslado de individuos con interés en deportes turísticos con fines de esparcimiento, recreacionales o de competencia. (Crosby, A. 1993).

Necesidades: Carencia de un bien básico, tal como alimento o necesidades más complejas, como la de pertenecer a un grupo

Deseo: Carencia de algo específico que satisface las necesidades básicas

Demanda: Deseo de un producto específico apoyado de una capacidad adquisitiva.

2.1.3 espacio turístico:

Territorio donde se desarrolla o podrían desarrollarse actividades turísticas que pueden ser reales o potenciales, para delimitar el territorio turístico se analizan los atractivos con los que este cuenta.

Para que un espacio turístico funcione como tal debe ser dotado de todos los elementos que faciliten la llegada, desplazamiento y permanencia del visitante en el espacio, siendo estos hoteles, restaurantes, caminos. (Roberto Boullon, 2006)

El turismo comunitario se debe desarrollar en base al turismo sostenible donde existe una relación entre educación, salud y medio ambiente. Con el objeto de presentar un proyecto de desarrollo sostenible que sirva de interrelación entre comunidad y visitantes.

2.1.4 conceptos básicos de destinos turísticos:

Productos y servicios: Todo aquello que puede ser ofrecido al mercado para satisfacer una necesidad o deseo, sea tangible o intangible.

Mercado: Conjunto de compradores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrían estar dispuesto a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor. (Kotler, Armstrong, Wong, Miguel, Bigné y cámara, 2000).

Los factores que intervienen en servicios turísticos son: planificación, transporte, alojamiento, alimento y actividades. Estos factores son parte de las fortalezas en la industria turística los cuales se catalogan como:

- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación

Por lo que analistas del turismo ven conveniente la intervención de las entidades públicas, universidades y ONG.

Se podrían crear en las diferentes áreas geográficas pequeños negocios que ofrezcan además de hostelería y restaurantes, servicios de guías turísticas, gestión turística y transporte terrestre.

Un aspecto clave es diseñar correctamente cómo participa la propia comunidad local en el desarrollo turístico de la zona y ello por tres razones fundamentales (Briedenhann y Wickens, 2004) primero la forma de participación de las personas que integran la comunidad local tiene una enorme influencia sobre la experiencia que busca y recibe el turista; segundo la imagen del turismo y la satisfacción del propio turista, se basa en la valoración de la actitud de la comunidad local (incluyendo medio ambiente, infraestructuras o actitudes).

Las estrategias de comercialización es un factor importante en el mundo ya que es la actividad primordial y se realiza cotidianamente en el comercio, comercializar es importante ya que los países tienen una forma de elevar su economía y tener preferencias arancelarias y tratados que puedan tener una ventajas competitiva. ("Contribuciones Economía")

Es no solo la satisfacción de la demanda al poder adquirir productos o servicios en un determinado momento y en cantidades mayoritarias, con calidad, y un precio que puedan tener acceso a los productos. También podemos llamar a los factores de comercialización como canales de comercialización, en los que podemos ver que se obtiene al final al que obtiene el beneficio en una generación de utilidades en la forma en que ya puede tener un nivel económico a un nivel, en un tiempo determinado. La comercialización se tiene que adaptar al usuario ya que la entrega de las mercancías que se destinan a las empresas debe de llegar en un tiempo estimado así obteniendo los factores de comercialización. Algunos temas que podemos relacionar con los factores para comercializar pueden ser los factores internos como la mezcla de mercadotecnia, la organización de las empresas y ejemplos de cómo comercializan; los factores externos como microambiente y macro ambiente. (“Contribuciones a la economía”)

2.1.5 funciones de la comercialización:

Las funciones de la comercialización son los productos, consumidores y especialistas en comercio, esto hace que se les facilite con frecuencia estas funciones. Cuyas funciones se pueden desplazar y compartirse con los bienes y servicios que se exigen en el comercio. La comercialización tiene una estrategia la cuales son las oportunidades atractivas y elaborar estrategias comerciales rentables.

Veremos algunas estrategias de comercialización, además de las ventajas y desventajas de las estrategias de la comercialización, para el comercio.

2.1.6 estrategias de comercialización:

Se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se crean un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias. Se pueden tener grupos para las variables de la mezcla comercial, las cuales son plaza en alcanzar las metas del producto adecuado en la plaza del mercado meta, todo producto comprenderá un bien físico, también se debe de abordar en la distribución del producto transportes, las promociones de los productos en el mercado es la información y la venta al cliente esto se refiere la venta personal que es la comunicación de los vendedores y clientes o las ventas masiva que es una comunicación en la cantidad de los clientes al mismo tiempo. El precio debe ser el indicado para que sea accesible a los consumidores, pero también tomar en cuenta a la competencia que esta en el mercado.

2.1.7 ventajas de comercialización:

Ventajas de comercialización las podemos ver en los diferentes grupos de mercados como en el grupo agrícola se debe ver en que podemos controlar los precios para un nivel para que se aprueben las ventas, planificar el precio de los presupuestos sociales y en los subsidios para que se garantice los precios competitivos para que se exporten y la venta interna en las divisas, se favorecen en limitarse en los recursos de la

prioridad para ubicarlos en las más eficientes y necesarios para los países de tener mayores beneficios. (“Contribuciones a la Economía”)

2.1.8 las desventajas de la comercialización:

Desventajas pueden ser que eleven los precios y nos les permitan recuperar los gastos de producción, aunque que insatisfecha la demanda, la fijación de precios es la que matiza la información y la objetividad de un proceso en el proceso de producción. Otras de las desventajas pueden ser la oferta que se vende con los diferentes tipos de precios. (Martínez, Rogelio, “Legislación del Comercio Exterior”, 2006).

Capítulo III Metodología

3.1 Generalidades de la investigación.

Se utilizará la investigación cuantitativa porque nos permitirá obtener datos y describir la percepción de los sujetos de estudio para el caso para evidenciar las características del problema y posibles soluciones, determinando cómo ha influenciado el surf en Punta Roca, hacia los visitantes y habitantes en cuanto al desarrollo de la zona.

Desde esta perspectiva también se utilizara el tipo de investigación que permitirá recolectar información realizando entrevistas a personas, instituciones y profesionales del surf involucrados en el proceso con la finalidad de identificar cual es la oferta y demanda de la zona, así como el cumplimiento a las necesidades y deseos de los consumidores en relación al surf en Punta Roca.

3.2 Participantes

Los sujetos de estudios a entrevistar durante la investigación son el actual presidente de la Federación Salvadoreña del Surf, ya que se trata de una persona experimentada en el tema, practicante del surf durante muchos años. También se entrevistará a un personaje que ha sido jurado en las competencias y torneos por sus conocimientos en el manejo de tema siendo además profesor de clases de surf; se contactará al encargado de comunicaciones de la Alcaldía de El Puerto de La Libertad, ya que esta es una de las instituciones encargadas de promover el turismo y desarrollo local.

Se encuestará a los visitantes nacionales y extranjeros que gustan o practican el surf a manera de poder determinar cómo ha influenciado el deporte en dicho segmento de mercado, las necesidades existentes, deseos, gustos y preferencias en cuanto al involucramiento de instituciones de apoyo.

3.3 Método

El diseño para la presente investigación se determinará con el método científico bajo un enfoque cuantitativo que permitirá ser más determinante debido a que se pretende recopilar información más confiable bajo el tipo de investigación con muestreo probabilístico determinando la misma para que cada individuo tenga la misma probabilidad de ser elegido para formar parte de la muestra para el caso, deportistas o amantes del surf que practican el mismo en la playa Punta Roca.

Debido a que no se cuenta con un dato exacto de cuántas personas que asisten a la playa Punta Roca, se realizan visitas al sitio para hacer sondeos tomando en cuenta los días con más flujo de visitantes y turistas asistentes haciendo referencia a fines de semana para recolectar información.

Se utilizará el método cuantitativo por medio de instrumentos para recopilación de datos realizando preguntas estructuradas de forma directa para conocer la opinión de la población sobre el tema con las técnicas de la encuesta y entrevista a diferentes sujetos de estudio para optimizar la viabilidad del contenido de la investigación y la objetividad de la misma.

3.3.1 la técnica de encuesta:

Es un método que permite obtener información de una población o parte de esta, la técnica consiste en la utilización de formularios que cuentan con una serie de preguntas que permita conocer lo que los turistas nacionales y extranjeros piensan sobre la influencia que ha tenido este deporte considerando además a personas involucradas directamente con el surf en esta localidad con el fin de tener un conocimiento más profundo de las debilidades y oportunidades que tienen los surfistas, instituciones en la zona para poder practicar o comercializar este deporte extremo.

3.3.2 la técnica de entrevista:

Esta permite un acercamiento real con las personas que están involucradas en la práctica, información, promoción turística y otras actividades laborales relacionadas con el surf como son las instituciones de la Alcaldía del Puerto de la Libertad, que es la encargada de estas zonas costeras tanto de su pobladores como los visitantes; así mismo la Federación Salvadoreña de Surf para entrevistar a sus voluntariados ya que ellos se encargan directamente de atenciones o necesidades de los surfistas y personas interesadas en el deporte.

3.3.3 universo:

El universo de estudio es complicado pues al no conocer el tipo de población o número exacto de turistas, visitantes nacionales y extranjero asistente a la zona de investigación se determinará con un muestreo probabilístico y la fórmula para

poblaciones no conocida para desarrollar el tema muy a fondo y reconocer la problemática del lugar.

3.3.4 muestra:

En consideración a la naturaleza del universo de esta investigación y al no tener el número exacto de turista que visitan esta playa, se aplicará la fórmula para población infinita. Para determinar la muestra se aplicó a este dato la siguiente fórmula infinita:

$$n = \frac{(P)(Q)(Z)^2}{(E)^2}$$

Dónde:

n= Población

Z= Valor de la población

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Error muestral

Determinando el siguiente proceso:

$$n = \frac{(0.50)(0.50)(3.8416)}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

n= 384 personas o sujetos de estudio a encuestar.

Sin embargo a falta de afluencia en la zona solo se considera trabajar recolectando solo un 50% de la muestra la cual se determinará con una cantidad representativa de 192 personas o sujetos de estudio para recolectar la información que se necesita para determinar la situación.

3.4 Instrumentos

3.4.1 encuesta para visitantes de la playa Punta Roca:

Se utilizará un cuestionario estructurado el cual detalla las preguntas que van dirigidas para los visitantes amantes del surf, con el objetivo de investigar qué actividad realiza y que productos o servicios además de los existentes les gustaría encontrar en la zona. Este instrumento de recolección de datos será con preguntas bien estructuradas las cuales serán cerradas.

3.4.2 entrevistas a instituciones relacionadas con el surf:

Las preguntas para instituciones que son afines al turismo y deportes como el surf tienen como objetivo conocer más sobre el aporte que ellos brindan a los turistas, ya sea que practiquen o no este deporte, la forma de comercializar el mismo para que clientes o consumidores potenciales se interesen en esta u otras actividades más extremas. Las preguntas serán enfocadas, específicas y algunas en su mayoría abiertas debido a la naturaleza del deporte y el rol que cada organización desempeña el mismo.

3.5 Procedimientos

El proceso de recolección de datos se tendrá efecto los fines de semana en la playa Punta Roca para lograr mayores aportes en las entrevistas con los sujetos de estudio lo cual está proyectado para abordar a los visitantes de la playa Punta Roca que practican u observan la realización del deporte, tomando en cuenta que son variados y elegidos al azar y que muchas veces con dificultad se da este proceso al no colaborar tan fácilmente por motivos de desconfianza o por falta de tiempo; sin embargo se busca recolectar todos los datos que se necesitan para así continuar con el siguiente paso del proceso el cual es para el análisis de datos.

Esta investigación tiene un enfoque directo ya que no se ocultará el fin de la investigación a los sujetos de estudio.

Para la recolección de los datos también se realiza una serie de entrevistas a profundidad con diferentes autoridades locales.

3.6 Estrategias de análisis de datos

Los métodos para obtener información para el diseño de un plan de estrategias para el mercado turístico como también hacia el deporte, son efectivos y aportados de autoridades encargadas de atención al turistas como por igual a los surfistas que visitan de esta playa; se determinan los instrumentos de medición que se utilizaran en esta tesina, los cuales fueron encuesta y entrevista para el análisis de resultados y cada uno de estos instrumentos de medición ha sido indispensable para obtener la información necesaria para el desarrollo de esta investigación.

La estrategia de análisis se basa en la tabulación de datos y elaboración de gráficos con sus respectivos análisis enfocados en las respuestas de la muestra tomada en el sitio de la playa Punta Roca e instituciones involucradas.

Capítulo IV Análisis de resultados

4.1 Generalidades:

A continuación se presentan los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas en la playa Punta Roca, para identificar el tipo de afluencia con la que cuenta el surf, la aceptación y el segmento de mercado para realizar las acciones correspondientes para la comercialización del mismo.

Se han formulado preguntas formando un esquema de cuestionario en la que se ha tomado como protagonista fundamental al practicante del surf y visitantes de la playa, realizando los siguientes pasos:

1. Formulación de preguntas
2. Enfoque de objetivo
3. Gráficas de muestreo estadístico para obtener un análisis
4. Análisis de la frecuencia y porcentaje de respuestas

4.1.1 pregunta 1: ¿Usted es practicante de surf?

Objetivo: Conocer el número de personas que visitan Punta Roca para realizar surf.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	23%
NO	147	77%
TOTAL	192	100%

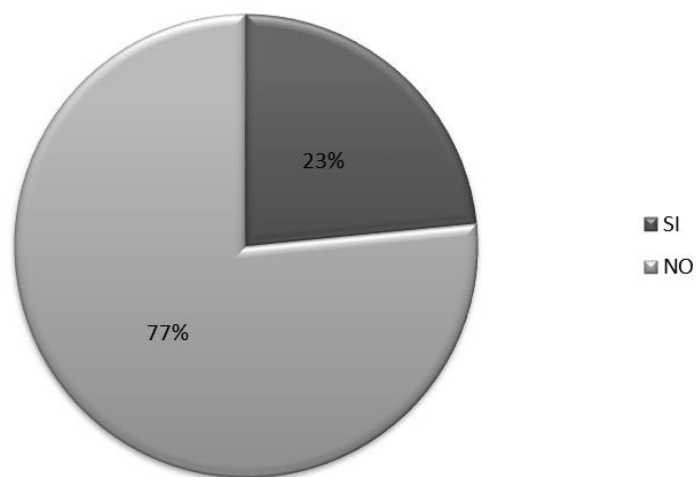


Figura 1
Grafica

Análisis: El resultado de la investigación muestra un 23% de la parte encuestada práctica este deporte, la mayoría de personas encuestadas son espectadores, familiares o simpatizantes del mismo.

4.1.2 pregunta 2: ¿Cuál es su procedencia?

Objetivo: Conocer el tipo de segmento de mercado entre locales y extranjeros.

ALTERNATIVAS	FRECUNCIA	PORCENTAJE
SALVADOREÑO	146	76%
EXTRANJERO	46	24%
TOTAL	192	100%

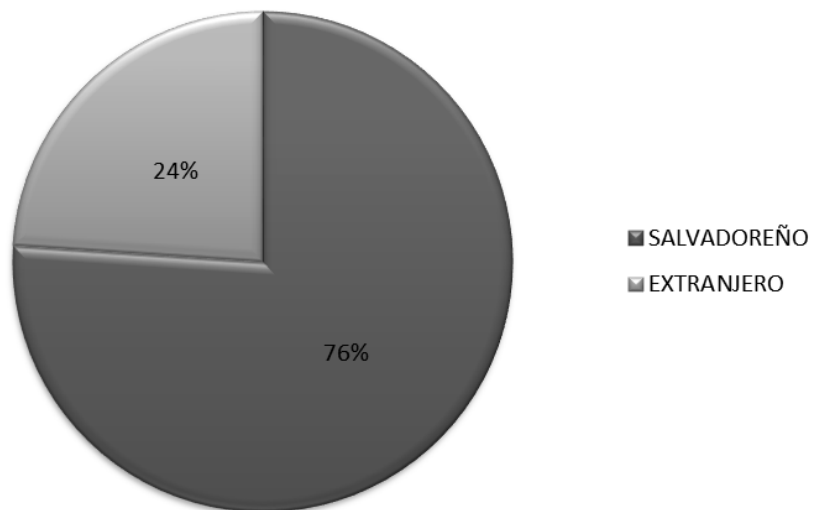


Figura 2
Grafica

Análisis: De acuerdo a los entrevistados el mayor porcentaje que visitan la playa son personas nacionales, lo que representa en un buen mercado para la comercialización del deporte.

4.1.3 pregunta 3: ¿Con que frecuencia visita Punta Roca?

Objetivo: Conocer la frecuencia de personas que visitan la playa como practicantes y público potencial para el surf.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 VEZ POR SEMANA	65	34%
1 VEZ POR MES	42	22%
CADA 15 DIAS	85	44%
TOTAL	192	100%

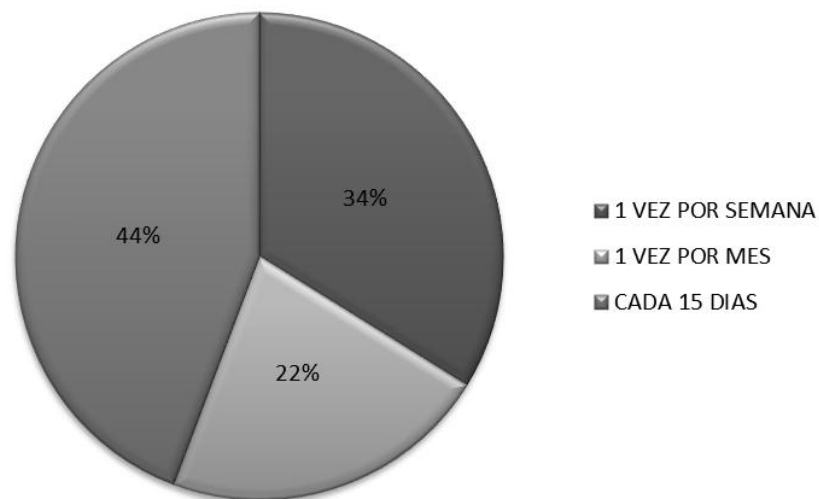


Figura 3
Grafica

Análisis: De acuerdo a los resultados el mayor porcentaje es de las personas que visitan la playa cada 15 días y otro buen porcentaje cada semana para practicar u observar la práctica del surf y consumir productos y servicios de la zona.

4.1.4 pregunta 4: ¿Por qué medio de comunicación escucho la práctica del surf en Punta Roca?

Objetivo: Saber por qué medio de comunicación se enteró de este deporte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	88	46%
RADIO	5	3%
TELEVISION	34	18%
OTROS	65	34%
TOTAL	192	100%

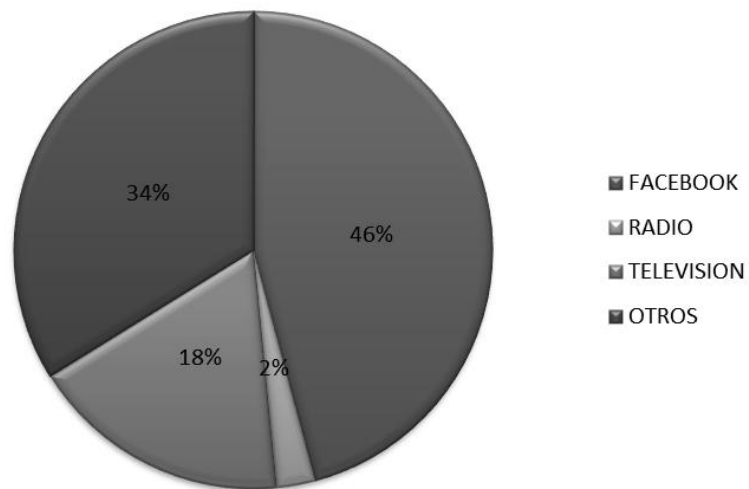


Figura 4
Grafica

Análisis: Por medio de respuestas de los entrevistados a la mayoría de persona se enteró del deporte por medio de redes sociales en este caso Facebook ya que es una de las principales fuentes donde hoy en día proporcionan noticias y publicaciones de diferentes gustos.

4.1.5 pregunta 5: ¿Considera necesario fijar un precio por las actividades del surf?

Objetivo: Conocer si las personas consideran necesario proporcionar precio para las actividades del surf como clases de cómo realizar este deporte.

ALTERNATIVAS	FECUENCIA	PORCENTAJE
SI	105	55%
NO	87	45%
TOTAL	192	100%

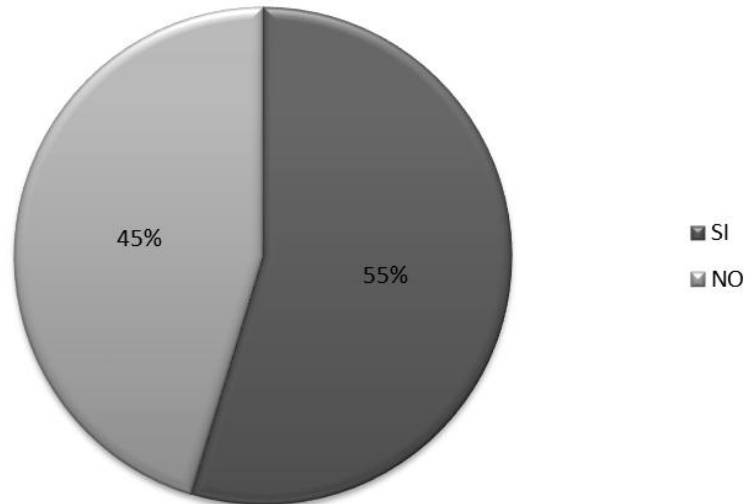


Figura 5
Grafica

Análisis: Según el resultado siendo mínima la diferencia el mayor porcentaje es que si es necesario fijar precios a las actividades de surf para que con esto sean beneficiadas y apoyadas las personas que lo practican como también las instituciones que participan para elaboración de actividades para este deporte.

4.1.6 pregunta 6: ¿Considera necesaria la venta de artículos de surf en Punta Roca?

Objetivo: Saber si los visitantes quisieran encontrar artículos de surf.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	62%
NO	72	38%
TOTAL	192	100%

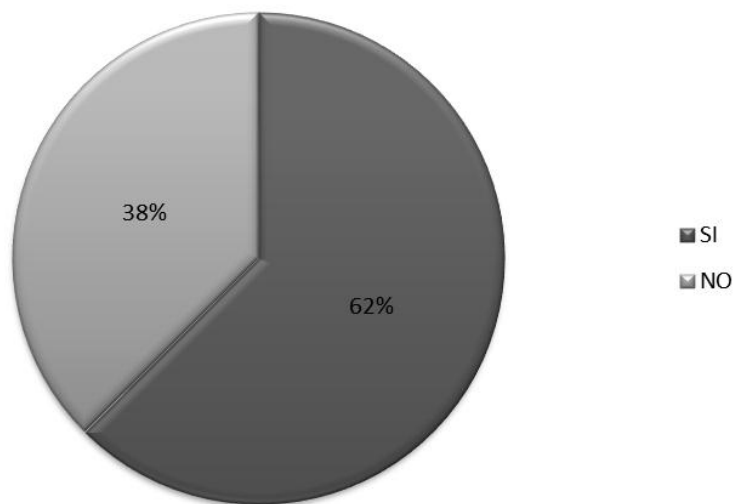


Figura 6
Grafica

Análisis: De acuerdo de los resultados la mayoría de visitantes opinó que si es necesaria la venta de artículos de surf ya que los practicantes del deporte llegarían a necesitar de estos en algún dado caso como también personas que desean comprar para algún familiar, amigo o conocido que está interesado en el deporte o realice de este.

4.1.7 pregunta 7: ¿Considera que Punta Roca cuenta con capacidad de infraestructura para eventos relacionados con el surf?

Objetivo: Conocer la opinión de los visitantes si consideran que el espacio es suficiente para realizar estos eventos.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	112	58%
NO	80	42%
TOTAL	192	100%

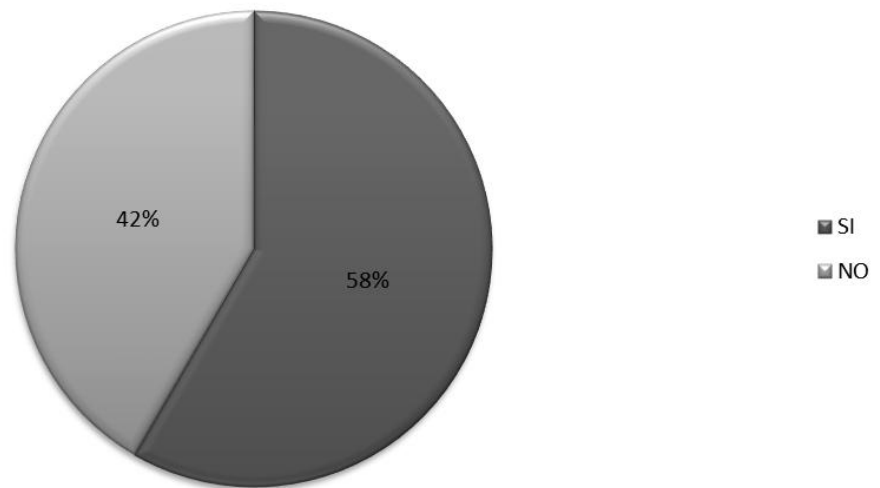


Figura 7
Grafica

Análisis: Según la opinión de los visitantes el mayor resultado fue que si está capacitada para realizar un evento de surf lo cual a criterio grupal es excelente oportunidad de desarrollo para los comerciantes de la zona.

4.1.8 pregunta 8: ¿Qué tipos de premios le gustaría que se le dieran a los ganadores en las competencias de surf en Punta Roca?

Objetivo: Conocer que opinan los visitantes al respecto de los premios a entregar.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ECONOMICO	128	67%
BECAS	64	33%
TOTAL	192	100%

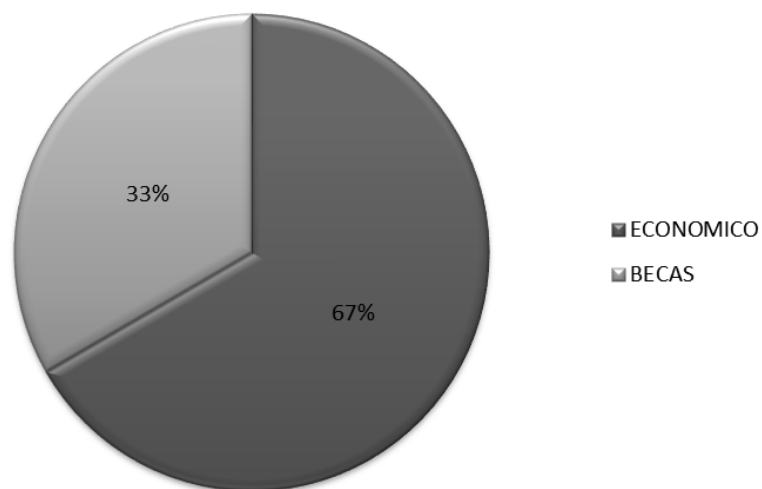


Figura 8
Grafica

Análisis: Por medio de los resultados los visitantes opinaron que se les dieran premios económicos a los ganadores de las competencias de surf ya que sería una ayuda para ellos, quienes en su mayoría son locales o nacionales.

4.1.9 pregunta 9: ¿Qué paquetes turísticos le gustaría que se implementaran para Punta Roca?

Objetivo: Saber que paquetes turísticos les gustaría encontrar en la playa lo cual significa oportunidad de incrementar visitantes a la zona o posibles eventos.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PAQUETE CON ALOJAMIENTO	103	54%
CIRCUITO DE UN DIA	21	11%
PAQUETE CON PRACTICAS DE SURF	68	35%
TOTAL	192	100%

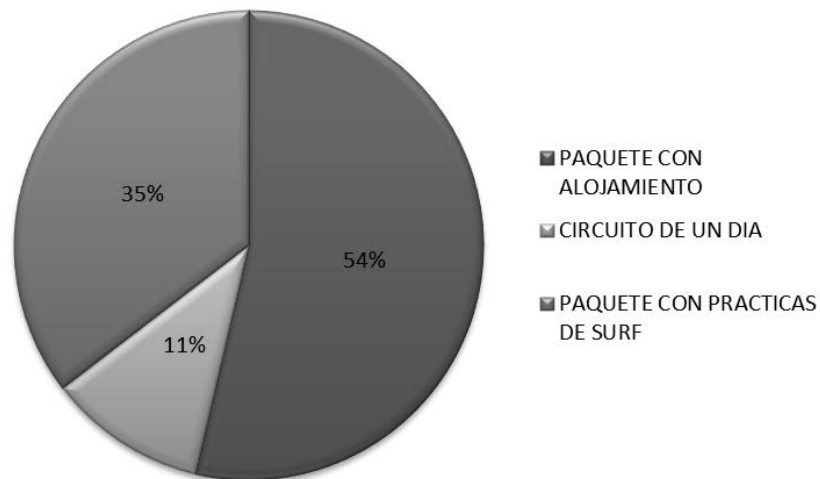


Figura 9
Grafica

Análisis: Según los resultados obtenidos a la mayoría de visitantes les gustaría encontrar paquetes con alojamiento ya que representa comodidad para permanencia en la zona.

4.1.10 pregunta 10: ¿Le gustaría pertenecer a un club de surfistas?

Objetivo: Conocer cuántos visitantes quisieran pertenecer a un club se surf.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	42%
NO	112	58%
TOTAL	192	100%

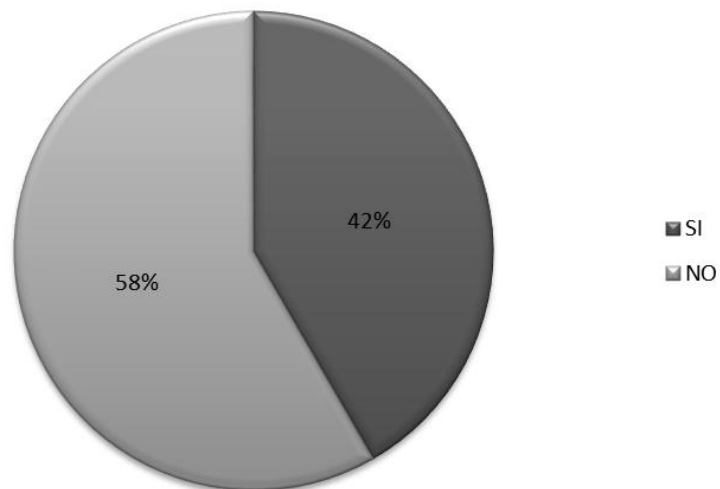


Figura 10
Grafica

Análisis: De acuerdo al resultado de las personas sujeto de estudio solo un 42% consideran permanecer a un club debido a que la mayoría son espectadores o familiares de los practicantes de este deporte, también se determina que el surf es un deporte de destreza el cual tiene su propio segmento meta.

4.1.11 entrevistas 1:

Guion de entrevista con el presidente de la Federación Salvadoreña de Surf (Karlo José Mejía)

- ¿Cómo FESASURF comercializan el deporte?

No, debido a que somos una entidad sin fines de lucro y no contamos con muchos ingresos. Los fondos pueden ser comisiones del estado, somos administradores de nuestros propios recursos y nos consideramos como la máxima autoridad del deporte (surf) y los que fomentamos el mismo ya que tenemos dos enfoques importantes a desarrollar como: el deporte a través de la masificación y el alto rendimiento que significa selecciones nacionales; la federación por tanto al fomentar el deporte en cada una de las playas turísticas adecuadas para la práctica del surf permite que se incremente la economía. La idea es que los empresarios, las personas que viven en la zona puedan recibir hasta cierto punto indirectamente el beneficio de haber llevado la competencia a ese lugar, el surf activa marcas en el sitio, nosotros activamos marcas gratis y no recibimos mercadológicamente algo pero si se recibe la satisfacción de un trabajo realizado, con desarrollo en la zona, sano esparcimiento quitando el crimen organizado y la delincuencia ya que los jóvenes tienen un sitio donde reunirse y formar parte de un club.

- ¿Ha cambiado el estilo de vida de los hogareños la práctica y la llegada del surf?

Si, ha cambiado ya que las personas empiezan a visualizar que llega gente ya sea extranjeros y locales que buscan ir a surfear o visitar, las personas tienen deseos y necesidades y buscan comodidad en la zona como hoteles, transporte, alimentos, bebidas hasta incluso discotecas para pasar una buena noche y es como comienza a darse el universo completo del surf y las personas de la localidad buscan la manera de ofrecer esto que desea el visitante, también los surfistas de las zonas encuentran una manera para pasar su tiempo libre y alejarse de vicios o malas influencias.

- ¿Cuál es el mayor atractivo de la playa Punta Roca?

Punta Roca tiene un fenómeno ya que no cuenta con una cercanía pues su playa es rocosa, esta playa cuenta con olas perfectas, tiene un potencial ya que tenemos el pueblo enfrente que tiene los accesos para poder llegar a la playa, esta playa es ideal para el surfista profesional avanzado

- ¿Nota cambios en la playa Punta Roca durante estos años?

Si, ha tenido cambios transcendentales como la infraestructura de la zona y su gente ya que el turismo produce cambios, para hacer de la zona un atractivo, La Policía Nacional Civil ha dado un mayor aporte ya que antes no podías andar con una tranquilidad por las playas o sus cercanías como lo puedes hacer hoy en día

- ¿Qué cambio ha notado en la comunidad surfista?

Hay jóvenes que viven del deporte ya que pueden trabajar todo el día en la práctica del surf como también tomando fotos trayendo un desarrollo económico para ellos, tenemos surfistas que tienen sus trabajos por las mañanas en otra institución ganándose su dinero y en las tardes dan clases en la selección nacional

- ¿Reciben un apoyo por el Ministerio de Turismo?

Solo se ha recibido en organizadores de eventos, la Federación no ha sido beneficiada, sino que ellos están recibiendo un beneficio por el fomento que hacemos con integrar atletas que puedan recibir al turista con educación de vida, nosotros vamos por cada playa, por cada pueblo invitando a eventos.

- ¿Para ustedes como Federación cual es la época del año que se visita más para la realización de este deporte?

Ya no tenemos temporada baja, Septiembre era temporada baja en años anteriores pero este año tuvimos una competencia nacional realizada en la Bocana del Tunco.

- ¿Qué tipo de atención brindan ustedes a los turistas?

Cualquier actividad que el surfista extranjero quiera realizar después de surfear ya sea como llevar a conocer las cascadas de Tamanique u otro lugar nosotros los acompañamos.

4.1.11 entrevistas 2:

Guion de entrevista con

- ¿Cómo Alcaldía como promueven el surf?

Se cuenta con la escuela de surf, con esta se está dando un empuje que el deporte necesita en el sentido de promocionar a nivel de la juventud del municipio, hay personas que vienen con el motivo de aprender clases de surf, son clases gratuitas que brinda el profesor Manuel Pereira que es el encargado de la escuela también se denomina Marchal, controla los momentos cuando salen los surfistas al mar; la Alcaldía ha hecho una alianza estratégica con la Federación con la idea de promover El Puerto de La Libertad como una de las mejores canchas o sitios para realizar surf en El Salvador hay dos las cuales son la playa Las Flores y Punta Roca. Entonces la federación lo que trata muchas veces de hacer es traerse los campeonatos de surf más grandes, como el que hace unos meses se dio, ellos a través de nuestras redes sociales que maneja la alcaldía en Facebook, Twitter, en la página web y también se compran espacios en medios de comunicación para poder dar a conocer sobre noticias u otras cosas, uno de ellos es “Mi País TV” se hizo un convenio con ellos para que se pudiese hacer una serie de reportajes, enfocado mayormente en la promoción de los circuitos nacionales del surf que se desarrollan especialmente en Punta Roca ese fue el objetivo, se hace convocatorias del área de turismo para que ellos puedan venir a darle cobertura.

- ¿Qué tipos de atención brindan al surfista?

Cuando se hacen eventos mayormente de surf es una combinación, tanto como empresa privada como alcaldía por lo menos cuando se desarrolla un torneo de surf desde doce semanas antes se trabajan toda la zona de Punta Roca, se hacen jornadas de limpieza, se trata del ornato de la zona, se instalan baños portátiles en el lugar, se preparan equipos de personas que están listas para atender al visitantes en cualquier situación como las Cruz Roja, Cruz Verde, La Policía Municipal que se desplaza en la zona para poder dar una cobertura, se activa una parte del comité municipal de protección civil que son los encargados de esa zona con seguridad las 24 horas; POLITUR también se suma.

- ¿Recientemente tienen algún proyecto que ofrecer o promover con el surf?

No, en este momento no.

- ¿Cuentan con un porcentaje de visitantes extranjeros o nacionales pero siempre en el área del surf?

En el área de las visitas del surf se tiene bastante gente extranjera, mayormente el turista mochilero, ellos lo que hacen es comunicarse con tour-operadores de la zona, que están ubicados en la playa el tunco, los trasladan a Punta Roca a surfear.

- ¿Como Alcaldía o en su área laboral ha visto si ha afectado o beneficiado este deporte?

Ha traído beneficios ya que el deporte ya no es visto como solo vagancia, es un deporte extremo que también trae inversión al país, como el legendario restaurante que lo inicio Don Robert Rotherham en Punta Roca, un norteamericano que vino a surfear a la libertad y descubrió que el surf era algo increíble, algo especial en este caso comenzó con algo sencillo

- ¿Es el surf un factor que fortalece al turismo en el país?

Si, ha beneficiado porque cada vez que hay un torneo de surf genera negocio, como hostales, restaurantes se activan, la mayoría de negocios se encuentran llenos.

Capítulo V Conclusiones

5.1 Estrategias de comercialización del surf en Punta Roca

5.1.1 estrategias de promoción:

Tácticas

1. Crear alianzas con tour operadores, hoteles, hostales y otros negocios afines para promocionar paquetes turísticos en la playa Punta Roca para atraer a más turistas a la zona con alojamiento, circuito de día y paquetes con prácticas de surf.
2. Buscar aliados estratégicos como MITUR, Alcaldías, Organizaciones deportivas, empresas privadas entre otros, con el fin de obtener apoyos en eventos promocionales del surf en Punta Roca.
3. Coordinar grupos de jóvenes atletas participando en diferentes categorías, incentivando a los mismos para realizar prácticas en la playa con el apoyo de FESASURF, con el fin de motivar a otros e incrementar espectadores y participantes en el surf.

5.1.2 estrategias de posicionamiento de surf en Punta Roca:

Tácticas

1. Promocionar el deporte por medios de comunicación ATL con finalidad de atraer una mayor audiencia y BTL para comunicar el mensaje deseado, con el apoyo de empresas privadas, alcaldía municipal, entre otras.
2. Promocionar en medios digitales tales como redes sociales, revistas turísticas y blogs con propósito de atraer a diferente público.
3. Realizar eventos frecuentes ya sea con pequeñas prácticas a grandes torneos con el fin cautivar a visitantes de la playa.

5.2 Conclusiones

A continuación se presentan las conclusiones de la investigación realizada en la playa Punta Roca, tomando en cuenta los datos recopilados y analizados con un objetivo que permita el desarrollo económico social sostenible y notable hacia el deporte.

- De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la investigación de este trabajo se concluye que la playa Punta Roca tiene potencial donde se puede promover de este deporte extremo ya que cuenta con elementos turísticos que por sus cualidades naturales y culturales pueden atraer a más espectadores o practicantes del surf.

- Se ha determinado de forma positiva que las personas que habitan en la playa Punta Roca sienten la necesidad de aprender un nuevo idioma ampliando su capacidad de comunicarse, con el fin de lograr entenderse con los extranjeros y generar mayores ganancias ya que la mayoría de habitantes subsisten de negocios.
- Otra ventaja es que el Surf en la playa Punta Roca ha generado otras fuentes de empleo ya que ha ayudado a que algunas familias prosperen económicamente
- Se pudo observar que debido a la afluencia de turistas extranjeros que visitan la playa las personas locales y dueñas de negocios se han esforzado por mantener limpia la zona, aunque no toda la playa se beneficia con esta acción.
- Es claramente visible que este deporte ha modificado el estilo de vida tradicional de los habitantes en las costas salvadoreñas, donde normalmente se sobrevive de la ganadería y pesca artesanal. Ahora se pueden observar esos cambios con la construcción de hostales, restaurantes, ventas de ropa, venta de collares alusivos al surf entre otros.
- Por medio del surf los jóvenes de la zona están experimentando otro estilo de vida donde se distraen con un deporte sano evitando caer en pandillas o drogas que circulan en la zona.
- La práctica del deporte ha traído una afluencia de turistas extranjeros que permite tener ese acercamiento con otras culturas, lo cual resulta directamente en los habitantes de la zona, causándoles cambios en sus valores, hábitos y costumbres que además benefician social y económicamente a las familias.

5.3 Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos durante la investigación, se determinan las necesidades que tiene la playa para promover el surf, se recomienda elaborar un plan de estrategias para comercializar este deporte el cual se pretende tener una mejor organización con entidades relacionadas a este como La Alcaldía Municipal de El Puerto de La Libertad, Ministerio de Turismo, Federación Salvadoreña de Surf y entre otras empresas privadas para que se pueda tener una buena comercialización y desarrollo de propuestas hechas.

A continuación se presentan las recomendaciones pertinentes a la investigación desarrollada, con la finalidad que las instituciones las puedan tomar en cuenta en el desarrollo de sus proyectos en la zona.

- Al personal responsable de la alcaldía del Puerto de la Libertad que muestre mayor interés en el desarrollo económico y social de la playa Punta Roca, así como proyectar en la mente de los habitantes una visión empresarial para generar un mejor desarrollo en la zona de la mano del turismo. Por medio de campañas de motivación, capacitaciones gratis sobre manejo de negocios, facilidad de implementar prestamos económicos para crecer en sus negocios.
- MITUR y creación de nuevos proyectos que ayuden al mantenimiento de las playas limpias, con el fin de aumentar el turismo en las playas salvadoreñas dónde se practique surf principalmente la Playa Punta Roca.

- MITUR podría crear un plan de acción para presentárselo a las diferentes ONG, hoteles, restaurantes, para mejorar el crecimiento turístico, organizando una comitiva de limpieza general en la zona.
- Solicitar mayor presencia policial en la zona para generar mayor seguridad y que el turista sienta confianza de asistir a las playas apoyándose de organismos de seguridad nacional.
- Se le recomienda la instalación de POLITUR en la playa Punta Roca o zonas aledañas.
- A FESASURF, dentro de los eventos de surf nacional se les recomienda crear un ambiente más empático con las personas que no practican el surf, ya que con esto el apoyo hacia el deporte tendrá un crecimiento y nacerán nuevas alianzas que beneficien tanto a la federación como a los deportistas. La idea es que no exista separación entre las personas que practican Surf con las que son turistas que les gusta observar el deporte, además de preocuparse por brindar una infraestructura adecuada y cómoda para las personas que lleguen al evento.
- Premiar con becas a los ganadores de torneos para que se sientan motivados a realizar surf y con el mismo modo atraer a más jóvenes que se interesen en el deporte, para que puedan ocupar su tiempo libre practicando de esto, así como también para mantenerlos alejados de las malas influencias, drogas, pandillas, etc.
- También realizar más eventos donde puedan llegar de diferentes playas con el fin de que la playa sea más atraída para realización del surf.

- Invitar al INDES y otras instituciones encargadas a las clases de natación si desean aprender de este deporte extremo para crear alianzas entre sí.
- Prestar más seguridad en eventos y prácticas del surf cuando se estén realizando clases de este, con principiantes y aprendices.

Referencias

- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. (4ª Ed). México, D.F: Trilla
- Buskirk, R., & Satnton, J. (1988). *Conceptos, planificación y estrategia*. (9ª Ed.). Bogotá: Mcgraw-hill
- Bruno, E. (2011, agosto 30). *Qué tipo de ropa es apta para practicar surf*. (2011). [Registro web]. Recuperado de <https://es.over-blog.com/Que tipo de ropa es apta para practicar Surf-1228321799-art383571.html>
- Castellanos, L., Casanova, G., Galdamez, J., Mejia, I., Trujillo, B., Flores, J., Villa, O., & Colindres, Y. (2012). *Recopilación de normas de calidad turística salvadoreña y buenas prácticas turísticas de centroamérica*. (2ª Ed). San Salvador: Conacyt
- Chacón, E. (2010, abril 9). *El surf en El Salvador está en su mayor momento*. [Registro web]. Recuperado de <http://blogs.laprensagrafica.com/turismo/321/>
- Dalton, G. (2007). *El Salvador como destino para surfistas*. Recuperado de <http://www.contrapunto.com.sv/archivo2016/economia/coyuntura-economica/el-salvador-como-destino-para-surfistas>
- Federación Salvadoreña de Surf. (2015). *Sede de campeonato femenino de surf*. Recuperado de <http://www.fesasurf.org.sv/2015/10/21/>

- García, M., Hernández, A., & Samaniego, T. (2012). *Estrategias de comercialización en contribuciones a la economía*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2012/gme.html>
- Kotler, P., García, J., Flores, J., John, T., & James, C. (2011). *Marketing Turístico*. (5ª Ed). Madrid: Pearson
- López, R. (2010, abril 9). *El puerto de la libertad, El Salvador*. [Registro web]. Recuperado de <http://blog.sideshost.com/visita-el-salvador/el-puerto-de-la-libertad-el-salvador/>
- Vargas, R. (2013). *Playa unta roca*. Recuperado de <http://www.elsalvadorsurfcamps.com/punta-roca.html>

Anexos

Anexo 01

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



Sexo: ☐ M ☐ F

Edad: _____

A continuación, se presentan 11 preguntas. El objetivo de la encuesta es Conocer la opinión del turista local y extranjero practicante del surf de Punta Roca en cuanto a servicios comerciales en Punta Roca y su satisfacción como usuario y consumidor de servicios en la zona. Se agradecería si sus respuestas son lo más acertado posible a la realidad. De antemano, muchas gracias por su tiempo.

1. ¿Es usted practicante de surf?

- ☐ Sí
- ☐ No

2. ¿Cuál es su procedencia?

3. ¿Con que frecuencia visita Punta Roca?

- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Cada 15 días
- ☐ 1 vez al mes

4. ¿Por qué medios de comunicación escucho la práctica del surf en Punta Roca?

- ☐ Facebook
- ☐ Radio
- ☐ Televisión
- ☐ Otras _____

5. ¿Considera necesario fijar un precio por las actividades de surf?

- ☐ Si
- ☐ No

6. ¿Considera necesaria la venta de artículos de surf en Punta Roca?

- ☐ Si
- ☐ No

7. ¿Considera usted que Punta Roca cuenta con la capacidad de infraestructura para los eventos relacionados con el surf?

- ☐ Si
- ☐ No

8. ¿Qué tipo de premios le gustaría se dieran en las competencias de surf en Punta Roca?
- Becas
 - Ayuda económica
9. ¿Qué paquetes turísticos le gustaría se implementarán para la visita a Punta Roca?
- Paquete con alojamiento
 - Circuito de un día
 - Paquetes con prácticas de surf
10. ¿Le gustaría pertenecer a un club de surfistas?
- Si
 - No

Anexo 02

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



A continuación se presentan unas series de preguntas, el objetivo de la entrevista es conocer el aporte de la institución hacia el deporte.

1. ¿Cómo federación como comercializan el deporte?
2. ¿Ha cambiado el estilo de vida de los hogareños la práctica y la llegada del surf?
3. ¿Cuál es el mayor atractivo de la playa Punta Roca?
4. ¿Ha notado cambios en la playa durante estos años?
5. ¿Qué cambios a notado en la comunidad de los surfistas?
6. ¿Reciben un apoyo por el Ministerio de Turismo?
7. ¿Para ustedes como Federación cual es la época del año que se visita para realizar este deporte?
8. ¿Qué tipo de atención brindan ustedes a los turistas?

Anexo 03

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



A continuación se presentan unas series de preguntas, el objetivo de la entrevista es conocer el aporte de la institución hacia el deporte.

1. ¿Como Alcaldía como promueven el surf?
2. ¿Qué tipo de atención brindan al turista?
3. ¿Recientemente no tienen algún proyecto que ofrecer o promover con el surf?
4. ¿Cuentan con un porcentaje de visitantes extranjeros o nacionales pero siempre en el área del surf?
5. ¿Como Alcaldía o en su área laboral ha visto si ha afectado o beneficiado este deporte?
6. ¿Es el surf un factor que fortalece al turismo en el país?

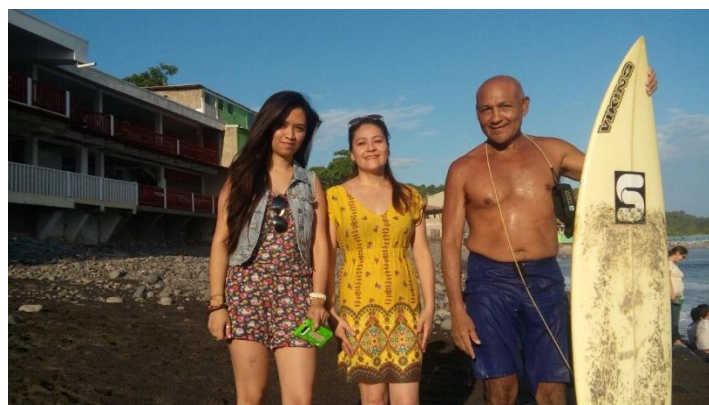
Anexo 04



ENCARGADO DE COMUNICACIONES EN LA ALCALDIA MUNICIPAL.



PRESIDENTE DE FESASURF



SURFISTA DE LA ZONA



SURFISTAS EXTRANJEROS