

**UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE CIENCIAS EMPRESARIALES**



TRABAJO DE GRADUACION

TESIS:

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA IMPULSAR EL
DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE APANECA,
DEPARTAMENTO DE AHUCHAPAN”**

PRESENTADO POR:

**ROSA ESTER CAÑAS FLORES
JOSE MANUEL GARCIA BONILLA**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN MERCADOTECNICA Y PUBLICIDAD

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

SEPTIEMBRE 2006



ACTA DE LA DEFENSA DE TRABAJO DE GRADUACION

Acta No.296. Mes de Septiembre de 2006

En el Aula Número Uno del Cuarto Nivel del Edificio "EBLE" de la Universidad Francisco Gavidia, a las diez horas y cero minutos del día diecisiete de septiembre de dos mil seis; siendo estos el día y la hora señalada para el análisis y la defensa del trabajo de graduación: "DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA IMPULSAR EL DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE APANECA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN". Presentado por los estudiantes: Rosa Ester Cañas Flores y José Manuel García Bonilla. De la Carrera de: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Y estando presentes los interesados y el Tribunal Calificador, se procedió a dar cumplimiento a lo estipulado, habiendo llegado el Tribunal, después del interrogatorio y las deliberaciones correspondientes, a pronunciarse por este fallo:

Aprobado

Rosa Ester Cañas Flores

Aprobado

José Manuel García Bonilla

Y no habiendo más que hacer constar, se da por terminada la presente.

Presidente/a

Lic. Escobar
Lic. Luis Alonso Escobar López

Vocal

Lic. Edgar
Lic. Edgar Giovanni Preza Reyes

Vocal

Lic. Luis Ernesto
Lic. Luis Ernesto Henríquez Serpas

Alumna:

Rosa Ester Cañas Flores
Rosa Ester Cañas Flores

Alumno:

José Manuel García Bonilla
José Manuel García Bonilla

INDICE

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES SOBRE LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR

1. DATOS GENERALES DE EL SALVADOR	
1.1 Ubicación geográfica.....	1
1.2 Límites	1
1.3 Área y población.....	2
1.4 Clima.....	2
1.5 Moneda.....	2
1.6 Requisitos de entrada	3
1.7 Visas para el ingreso al país	3
2. GENERALIDADES DEL TURISMO.....	4
2.1 Antecedentes del sector turismo en El Salvador.....	6
2.2 El turismo durante la década de los años setenta.....	8
2.3 Panorama turístico durante el conflicto armado	10
2.4. Panorama turístico después del conflicto armado	11
2.5. Situación actual.....	12
2.6. Clasificación de la industria del turismo en El Salvador.....	15
2.7. Tendencias para hacer nuevos modelos de negocios en la industria del turismo	18
2.7.1 Condiciones de la demanda	18
2.7.2 Industrias relacionadas y el apoyo.....	19
2.7.3 Estrategia, estructura y competencia de la empresa.....	20
2.7.4 La dinámica del turismo.....	21
2.8 Importancia de la industria del turismo.....	22
a) Importancia en la economía.....	22
b) Importancia en lo social.....	25
2.9 Análisis situacional del turismo en El Salvador.....	26

3. EL TURISMO EN LA ZONA DE APANECA.....	27
3.1 Reseña histórica del municipio de Apaneca.....	27
3.2 Datos generales del municipio de Apaneca.....	28
3.3 Comité de desarrollo turístico del municipio de Apaneca.....	29
3.4. Costumbres y tradiciones del Municipio de Apaneca.....	30
3.5. Atractivos del Municipio de Apaneca.....	31
3.6. Infraestructura turística del Municipio de Apaneca.....	33

CAPITULO II

MARCO TEORICO SOBRE MARKETING, PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING Y DESARROLLO LOCAL.

1. MERCADEO.....	35
1.1 Definición de mercadeo.....	35
1.2. Funciones del mercadeo en la empresa.....	35
1.3 Gestión de marketing.....	36
1.4. Características del marketing.....	38
1.5. Mezcla de marketing.....	39
1.6. Diferentes entre comercialización y marketing.....	41
1.7. Funciones de la comercialización.....	41
2. PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING.....	42
2.1. Definición de plan estratégico de marketing.....	42
2.2. Etapas del plan estratégico de marketing.....	43
2.3. Características del marketing estratégico.....	44
2.4. Importancia del marketing estratégico.....	46
2.5. Funciones del marketing estratégico.....	46
2.6. Elementos del plan estratégico de marketing.....	47
2.7 Estrategias.....	49
2.7.1 Orígenes de la estrategia.....	49
2.7.2 Definición de estrategia.....	50
2.7.3 Tipos de estrategias.....	51
2.7.4 Elementos de la estrategia.....	60

2.7.5 Características de las estrategias.....	61
2.7.6 Funciones de las estrategias.....	62
3. DESARROLLO LOCAL.....	62
3.1. Definición de desarrollo local.....	62
3.2. Clasificación del desarrollo local.....	63
3.3. Contexto del desarrollo local.....	66
3.4. Elementos metodológicos del desarrollo local.....	68
3.5. Planificación a nivel local.....	69
3.6. Perspectivas del desarrollo local.....	70
3.7. El desarrollo local en El Salvador.....	71

CAPITULO III

INVESTIGACION DE CAMPO PARA EL DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO QUE PERMITA IMPULSAR EL DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE APANECA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN.

1. GENERALIDADES.....	73
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	74
a) Generales.....	74
b) Específicos.....	74
3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	74
3.1 Determinación de las fuentes de información.....	74
4. AMBITO DE LA INVESTIGACION.....	75
5. DETERMINACION DEL UNIVERSO.....	76
5.1. Para negocios.....	76
5.2. Para los habitantes.....	76
5.3 Para los turistas potenciales.....	77
6. MARCO MUESTRAL.....	77
6.1 Para habitantes.....	77
6.2 Para turistas potenciales.....	78
7. DISTRIBUCION DE LA MUESTRA.....	80

8. DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DE INVESTIGACION.....	82
9. LIMITANTES DE LA INVESTIGACION.....	83
10. RECOLECCION DE LA INFORMACION.....	84
11. VACIADO DE DATOS.....	84
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	146

CAPITULO IV

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO QUE PERMITA IMPULSAR EL DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE APANECA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN.

1. GENERALIDADES.....	151
2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	152
2.1 Objetivo general.....	152
2.2 Objetivos específicos.....	152
3. JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA.....	152
4. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING.....	153
4.1 Importancia para la economía nacional.....	154
4.2 Importancia para la industria nacional.....	154
4.3 Importancia en lo social.....	155
5. BENEFICIOS DE LA PROPUESTA.....	156
6. CONTENIDO DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING.....	157
6.1 Resumen ejecutivo.....	158
6.2 Análisis y tendencias actuales.....	159
6.3 Análisis de amenazas y oportunidades.....	163
6.4 Objetivos del plan.....	163
a) Generales.....	163
b) Específicos.....	163
6.5 Diseño de estrategias	164
a) Estrategia de estructura de organización.....	164
b) Estrategia de publicidad y promoción.....	170

c) Estrategia de precio	178
d) Estrategia de plaza.....	179
e) Estrategia de personal.....	180
f) Estrategia de evidencia física.....	188
g) Estrategia de procesos.....	190
h) Estrategia expansión de mercados.....	191
i) Estrategia de mejora continua.....	192
6.6 Planes de acción.....	195
6.7 Presupuestos.....	198
6.8 Controles.....	199
Glosario.....	203
Bibliografía.....	205

RESUMEN

El presente trabajo de gradación titulado “**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA IMPULSAR EL DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE APANECA, DEPARTAMENTO DE AHUCHAPAN**” tiene como objetivo general diseñar un Plan Estratégico de Mercadeo para impulsar el desarrollo local en la zona turística del municipio de Apaneca, con el fin incrementar la afluencia de turistas en la zona.

Entre los objetivos especificaos se encuentran:

- Ofrecer a los empresarios de la zona turística de Apaneca, herramientas que ayuden a incrementar la visita de turistas a sus negocios.
- Ofrecer oportunidades a los habitantes del Municipio de Apaneca, a mejorar su calidad de vida, por medio de su participación en el Plan del Desarrollo local de la zona.
- Proyectar a Apaneca como un nuevo destino turístico nacional e internacional por medio del desarrollo de las estrategias de mercadeo.

La importancia del desarrollo del Plan Estratégico de Mercadeo, permitirá a los empresarios del rubro de servicios y a los habitantes en general del municipio de Apaneca a considerar profesionalmente que con la unificación de esfuerzos económicos y recursos humanos se puede lograr el desarrollo e implementación de un plan de desarrollo local enfocado al turismo, el cual le dará un valor agregado al turismo que existe en la zona, ya que los turistas podrán optar por más alternativas de productos y servicios en su estadía en la zona.

Se logró detectar que la mayoría de las empresas de servicios no están utilizando su máxima capacidad instalada, es decir, que los día de semana reciben pocos clientes, por lo tanto reducen su capacidad únicamente a los fines de semana, que es cuando más clientes recibe. Con el desarrollo de estrategias pretende atraer más turistas, por lo tanto las empresas podrían utilizar el máximo de sus capacidades y generar por lo tanto más fuentes laborales que beneficiarían a los habitantes de la zona, ya que actualmente gran parte de la población se ve obligada a emigrar ya sea fuera del país o en la capital en búsqueda de nuevas oportunidades laborales.

INTRODUCCION

El Presente trabajo de tesis titulado “Diseño de un Plan Estratégico de Mercadeo para impulsar el Desarrollo Local en la zona turística del Municipio de Apaneca, Departamento de Ahuachapan” tiene como objetivo fundamental proporcionar al Comité Turístico de Apaneca, una herramienta que permita el desarrollo económico y social de los habitantes y empresarios de la zona, por medio de la implementación del plan estratégico de mercadeo.

Con el compromiso profesional que se adquiere durante el curso de la carrera no se puede dejar de contribuir a la sociedad con el aporte de una herramienta, que se utilice para la investigación académica o para otros fines que se crean convenientes.

Siempre con el objetivo de presentar una herramienta de fácil acceso y entendimiento, el trabajo de tesis ha sido subdivido en cuatro capítulos, cuyos contenidos se resumen de la siguiente manera:

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES SOBRE LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR

Este capitulo trata sobre los aspectos generales sobre la industria del turismo en El Salvador, como también de su historia, diferentes clasificaciones del turismo a nivel mundial.

CAPITULO II

MARCOS TEORICO SOBRE MERCADEO, PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO Y DESARROLLO LOCAL

Este capitulo hace referencia sobre el marco teórico sobre las variables de marketing, plan estratégico de mercadeo y desarrollo local.

CAPITULO III
INVESTIGACION DE CAMPO PARA EL DISEÑO DE UN PLAN
ESTRATEGICO DE MERCADEO QUE PERMITA IMPULSAR EL
DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE
APANECA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN.

Este capítulo se basa sobre la investigación de campo sobre el diseño de un plan estratégico de mercadeo que permita impulsar el desarrollo local en la zona turística del municipio de Apaneca, departamento de Ahuachapan.

En este capítulo se encuestaron a los empresario y habitantes del Municipio de Apenca, así como también a turistas potencias en diferentes Centros Comerciales de San Salvador y la Libertad.

CAPITULO IV
DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO QUE PERMITA
IMPULSAR EL DESARROLLO LOCAL EN LA ZONA TURISTICA DEL
MUNICIPIO DE APANECA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPAN.

Este capítulo presenta una propuesta de un diseño de un plan estratégico de mercadeo que permita impulsar el desarrollo local en la zona turística del municipio de Apaneca, departamento de Ahuachapan.