

CAPITULO III

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

1. GENERALIDADES

En el presente capítulo se describen aspectos relevantes sobre la investigación de campo, objetivos, metodología empleada, determinación de la muestra; así como los instrumentos de recolección de datos, su tabulación y el análisis de la información obtenida. Se definen conclusiones y recomendaciones tanto para los negocios dedicados a la prestación de servicios en el área del turismo, para los habitantes del Municipio de Apaneca, así como para algunos turistas potenciales quienes son los sujetos de estudio.

El reto principal radicó en como transformar los datos brutos en valiosa información y emplearla con eficiencia para la formación de la 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, el cual servirá como herramienta mercadológica para el crecimiento del turismo en la zona de Apaneca.

Cabe mencionar que una de las limitaciones o dificultades que se presento en la realización de este capítulo, fue la distancia en la que se encuentran los sujetos de estudio y el equipo de trabajo como también el clima que afecta en las carreteras de la zona de investigación la cual es muy vulnerable a los deslaves dañando el acceso al municipio; pero en términos generales se puede decir que se obtuvo la apertura y la colaboración necesaria por parte de los negocios, habitantes de la zona, turistas potenciales en San Salvador, así como también por parte de algunas entidades responsables del desarrollo del turismo en El Salvador, tal como CORSATUR, y el FISDL en lo que se refieren al desarrollo local, en la recopilación de la información que se encuentra a continuación.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

a) Objetivo General

Identificar el potencial de participación de los habitantes y empresarios del Municipio de Apaneca, en el desarrollo e implementación de un Plan Estratégico de Mercadeo, que permita impulsar el desarrollo local de la zona por medio del turismo.

b) Objetivos Específicos

- Conocer si en Apaneca se han desarrollado programas de desarrollo local enfocados al turismo.
- Identificar si Apaneca es considerado como un destino con atractivo turístico por parte de turistas potenciales en el país.
- Proporcionar la información necesaria al actual Comité de Turismo de Apaneca, para que sea utilizada como una herramienta para el impulso de una nueva iniciativa de desarrollo local orientada al turismo con la participación de empresas y habitantes de la zona.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Determinación de las fuentes de información

La investigación fue dirigida a 20 negocios, los cuales fueron previamente identificados por su ubicación geográfica y por el tipo de servicio que ofrecen. En cuanto a los habitantes se utilizaron 142 cuestionarios, los cuales fueron distribuidos en diferentes zonas de Apaneca y para los turistas potenciales se utilizaron 89 cuestionarios, los cuales fueron distribuidos en los centros comerciales de Metrocentro, Plaza Merliot y Galerías.

a) Fuentes Primarias

En la investigación realizada se determinaron como fuentes primarias, los propietarios o encargados de los hoteles, hostales, restaurantes, viveros-café y otras empresas de servicios. Para habitantes se determinaron como fuentes primarias a los mismos habitantes de la zona del Municipio de Apaneca y para el caso de los turistas potenciales, fueron personas que visitaban los Centros Comerciales de Metrocentro, Plaza Merliot y Galerías dentro del área metropolitana de San Salvador.

b) Fuente Secundarias

La información se obtuvo de literatura relacionada con el tema de investigación, periódicos, revistas especializadas en turismo, e instituciones como CORSATUR, Ministerio de Turismo de El Salvador, Alcaldía Municipal de Apaneca, así como también tesis elaboradas sobre el turismo y desarrollo local de la Universidad Francisco Gavidía, y la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

4. AMBITO DE LA INVESTIGACION

La investigación de campo tanto para empresas como para habitantes, se llevó a cabo en los barrios de San Pedro, San José, Santiago, y Calvario del municipio de Apaneca, departamento de Ahuachapán, los cuales fueron determinados por la Alcaldía Municipal de Apaneca y por la Casa de la Cultura, como zonas con atractivos turísticos.

En lo que se refiere a los turistas potenciales la investigación se llevó en dos centros comerciales de San Salvador y en uno de La Libertad. Estos son: Metrocentro y Galerías (Ubicados en San Salvador) y Plaza Merliot (Ubicado en la Libertad) los cuales fueron identificadas como lugares de alta concentración de personas de varias zonas de San Salvador y La Libertad.

5. DETERMINACION DEL UNIVERSO

La población sujeta de análisis fueron empresarios del municipio de Apaneca previamente identificados, habitantes de la zona, y turistas potenciales por lo que fue necesario determinar tres universos para las investigaciones.

5.1 Para negocios

El universo estuvo conformado por 20 empresas dedicadas a ofrecer diferentes servicios entre ellos, Hoteles, Hostales, Restaurantes, Viveros-Café, y otras empresas de servicios, por lo que se clasifica como de naturaleza finita debido a que se tenía cuantificado el número de empresas de la zona, la cual ascendía a un total de veinte empresas de acuerdo con información brindada por la Alcaldía Municipal de Apaneca.

5.2 Para los habitantes

Para la investigación realizada a los de habitantes, se consideró el universo de carácter infinito, por desconocer con exactitud la cantidad de habitantes en la zona de estudio, y se utilizó como herramienta de investigación un cuestionario estructurado con diferentes tipos de preguntas con el objetivo de obtener la información deseada.

5.3 Para los turistas potenciales

Para la investigación realizada a los turistas potenciales, se determinó que la población fue de carácter infinito, por desconocer con exactitud la cantidad de visitantes a los Centros Comerciales de Metrocentro, Plaza Merliot y Galerías, elegidos para la investigación, se utilizó también como herramienta de investigación un cuestionario estructurado con diferentes tipos de preguntas para obtener la información deseada.

6. MARCO MUESTRAL

6.1 Para habitantes

A continuación se describe la formula utilizada para determinar el tamaño de la muestra para la investigación de los habitantes.

FORMULA

$$n = \frac{PQZ^2}{E^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Error

➤ Sustituyendo en la formula

n = ?

Z = 90%, $90/100 = 0.90 / 2 = 0.45 = 1.65$ equivale al valor asignado bajo el área de la curva normal.

Valor de validez que va a tener la información, ya que se considera que de cada cien cuestionarios diez tendrán algún tipo de información errónea.

P = 50%

Significa la probabilidad de éxito y además se le otorgo el valor de un 50% ya que no existen bases o estudios sobre los cuales tomar referencias.

Q = 50%

Significa la probabilidad de fracaso y además se le otorgo el valor de un 50% ya que existen bases o estudios sobre los cuales tomar referencias.

$$e = 6.9\%$$

Nivel de error escogido dentro del rango aceptable en una investigación.

$$n = \frac{(0.50)(0.50)(1.65)^2}{(0.069)^2}$$

$$n = \frac{(0.50)(0.50)(2.7225)}{0.004761}$$

$$n = \frac{0.680625}{0.004761}$$

$$n = 142$$

6.2 Para los turistas potenciales:

A continuación se describe la formula utilizada para determinar el tamaño de la muestra para la investigación de los turistas potenciales.

FORMULA

$$n = \frac{PQZ^2}{E^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Error

➤ **Sustituyendo en la formula**

n =?

Z =90%, $0.90/2 = 0.45 = 1.65$ este valor corresponde al valor asignado bajo el área de la curva normal.

Valor de validez que va a tener la información, ya que se considera que de cada cien cuestionarios diez tendrán algún tipo de información errónea.

P = 80% = 0.80

Se le otorgo el valor de 80% de probabilidad de éxito, en base a la investigación previa de la prueba piloto, en la cual ocho de diez encuestados dieron información que se consideró confiable.

Q = 20% = 0.20

Se le otorgo el valor de 20% de probabilidad de fracaso, en base a la investigación previa de la prueba piloto, en la cual dos de diez encuestados dieron información que se consideró no muy confiable.

E = 7%

Nivel de error escogido dentro del rango aceptable.

$$n = \frac{(0.80)(0.20)(1.65)^2}{(0.07)^2}$$

$$n = \frac{(0.80)(0.20)(2.7225)}{0.0049}$$

$$n = \frac{0.4356}{0.0049}$$

$$n = 88.89 \approx 89$$

7. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

CUADRO No. 5

➤ **Distribución de la muestra para Negocios.**

La distribución de la muestra para los negocios del Municipio de Apaneca, se realizó utilizando la técnica del Censo por tratarse de un número pequeño de sujetos de estudio.

TIPO DE NEGOCIOS	NOMBRE DEL NEGOCIO	CANTIDAD
HOTELES	Hotel Alicante	4
	Hotel El Paraíso	
	Hotel las cabañas de Apaneca	
	Hotel Santa Leticia	
RESTAURANTES	El Pargo Mexicano	6
	La cocina de mi Abuela	
	Texixal	
	Jardín de Celeste	
	La Nevaría	
	Panadería	
VIVEROS-CAFÉ	Flores de Eloísa	5
	Finca Los Andes	
	Vivero Las Nubes	
	Vivero Santa Clara	
	Vivero Alejandra	
HOSTALES	Hostal Magaña	2
	Hostal Las Orquídeas	
OTROS	Bazar Zolita	3
	Artesanías Apaneca	
	La Casa de La Cultura	

CUADRO No. 6

➤ **Distribución de la muestra para habitantes**

Esta distribución se tomo en función de los barrios y cantones más poblados del Municipio de Apaneca, según datos de la Alcaldía Municipal de la zona. El método utilizado fue el Conglomerado por áreas.

BARRIOS	CANTONES	MUESTRA
San Pedro		9
San José		16
Santiago		15
Calvario		18
	Tizapa	6
	Palo Verde	22
	Saltilal	10
	San Ramoncito	11
	Quezalapa	7
	Tulipa	6
	Tal topan	22
TOTALES		142

CUADRO No. 7

➤ **Distribución de la muestra para los turistas potenciales**

Esta distribución se tomo en función de los centros comerciales de mayor concentración de visitantes. El método utilizado fue afijación simple, el cual consiste en dividir el tamaño de la muestra entre el total de los estratos.

CENTRO COMERCIAL	CANTIDAD
Metrocentro (San Salvador)	30
Plaza Merliot (La Libertad)	30
Galerías (San Salvador)	29
TOTALES	89

8. DISEÑO DE HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN

a) Cuestionario Estructurado

Los cuestionarios para habitantes, negocios y turistas potenciales, contiene una serie de preguntas abiertas y cerradas, algunas de carácter dicotómicas y otras de opción múltiple. (Ver anexo No.1 y No.2, No. 3)

El cuestionario fue estructurado en cuatro partes:

- **Introducción: Solicitud de colaboración:**

En esta se solicita la colaboración al sujeto de análisis.

- **Datos de Clasificación:**

Registra características que se refieren al entrevistado.

- **Cuerpo del Cuestionario:**

Contiene las preguntas que se hicieron para obtener la información, los tipos de preguntas que se eligieron son:

- Preguntas abiertas: El objetivo de utilizar este tipo de pregunta fue obtener la información requerida en la encuesta de primera mano, buscando la forma de que el encuestado se expresara libremente.

La ventaja de utilizar este tipo de preguntas es que permite obtener más información que la esperada, también deja abierta la posibilidad de profundizar sobre tópicos no contemplados inicialmente, aunque tiene la desventaja de provocar mayor dificultad para la tabulación de sus datos, incluso puede implicar que se desvíen.

- Preguntas cerradas: El objetivo de utilizar este tipo de preguntas fue darle la opción al encuestado de elegir entre las diferentes alternativas que proporciona la encuesta, lo cual facilitó el vaciado de datos.

Las preguntas cerradas se clasifican en:

- Preguntas dicotómicas: Solo ofrecen dos posibles respuestas, por lo general entre si, pudiendo ser si o no, masculino o femenino.
- Preguntas de opción múltiples: también conocidas como peine o ítem, las cuales presentan varias alternativas y el encuestado puede marcar todas las que crea conveniente.

- **Datos de identificación:**

Contiene el nombre del encuestador, supervisor, lugar y fecha.

b) Prueba Piloto

Para la prueba piloto se determino encuestar al 10% del tamaño de la muestra, tanto para habitantes, empresas y turistas potenciales en las cuales se detecto que algunas preguntas que no eran de la completa comprensión de los encuestados, por lo que se determino eliminarlas, o invertir su secuencia lógica.

9. LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN

- a) Factor tiempo, debido a que el sujeto de investigación se encuentra lejos de la ubicación del investigador, lo que dificulta el traslado hacia la zona ya que toma aproximadamente tres horas de viaje en llegar y regresar.
- b) Factor económico, debido al alto costo del combustible en relación con la distancia del sujeto de estudio dificulta la presencia frecuente a la zona de investigación.
- c) Factor cultural y/o educacional, debido al bajo nivel de educación en una parte de los sujetos de estudio dificulto llevar a cabo las encuestas.

10. RECOLECCION DE LA INFORMACION

El instrumento que se utilizó para recolectar la información, fue el cuestionario, mediante el cual se obtuvo una comunicación directa con los sujetos de estudio, y permitió conocer de fuente directa la información necesaria para la investigación.

Una vez realizada la encuesta, se procedió a clasificar la información vaciada en una matriz, en la cual se pudieron establecer resultados porcentuales importantes. Posteriormente se procedió a la interpretación de la información por medio de análisis de los resultados y los gráfico, de esta manera se logró establecer una interpretación más comprensible y congruente de la realidad.

11. VACIADO DE DATOS

Al finalizar la recopilación de información mediante el desarrollo de las encuestas se prosiguió al vaciado de datos en una matriz los cuales son cuadros hechos en una hoja de calculo el cual incluye un resultado gráfico para facilitar la comprensión de estos.

A continuación se anexan los cuadros de los vaciados de datos de los habitantes, de los negocios y posteriormente para los turistas potenciales.

TABULACION PARA NEGOCIOS

Pregunta No.1

¿Que días trabajan en su negocio?

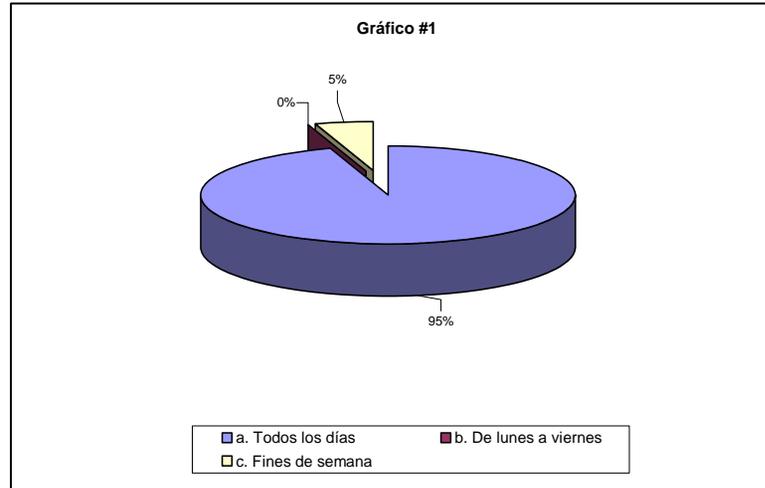
Objetivo.

Determinar cuantos días a la semana laboran, en los negocios a encuestar.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Todos los días		1		1	1	1				5									1	1								5						1	2		19	95%									
b. De lunes a viernes																																					0	0%									
c. Fines de semana										1																								1	5%												
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	0	2	20	100%									

Simbología, expresada en años de operar en el negocio
 A : De 1 hasta 5 años
 B: Más de 5 hasta 10 años
 C: Más de 10 años



Análisis:
 Del 100% de los encuestados, el 95% respondieron trabajar todos los días de la semana, y unicamente un 5% respondió trabajar los fines de semana unicamente.

Pregunta No.6

¿Del total de sus clientes que son turistas, que porcentaje son extranjeros?

Objetivo.

Conocer del total de los clientes que son turistas, que porcentaje de ellos son extranjeros.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C								
a. Entre 1% y 25%		1				1				5	1								1									4						1		1				15	75%						
b. Entre 26% y 50%				1	1														1									1									4	20%									
c. Entre 51% y 75%																																					0	0%									
d. Entre el 76% y 100%																														1							1	5%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	20	100%						

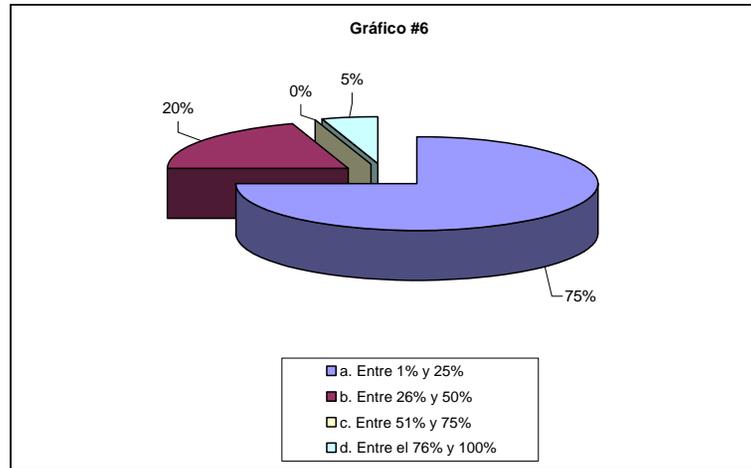
Notas :

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:
 Del 100% de los encuestados, el 75% respondió recibir entre 1% y 25% de turistas extranjeros, el 20% respondió recibir entre un 26% y un 50% de turistas extranjeros y el 5% respondió recibir entre un 76% y un 100% de turistas extranjeros.

Pregunta No. 7

¿Utiliza algún tipo de publicidad para dar a conocer su negocio?

Objetivo.

Conocer si las empresas utilizan algún tipo de publicidad para dar a conocer su negocio.

Cuadro Resumen

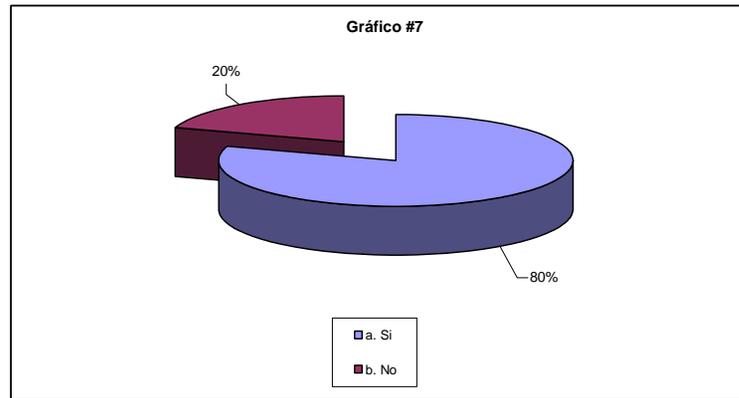
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C														
a. Si		1		1	1	1				3	1								1	1					4												16	80%									
b. No										2															1						1	0	2	4	20%												
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	20	100%												

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del 100% de los encuestados el 80% respondieron tener algún tipo de publicidad para su empresa, y únicamente un 20% respondieron no tener ningún tipo de publicidad.

Pregunta No.9

¿Recibe algún tipo de apoyo o incentivo por parte de alguna institución del gobierno o privada?

Objetivo.

Conocer si reciben algún tipo de apoyo o incentivo por parte de alguna institución del gobierno o privada.

Cuadro Resumen

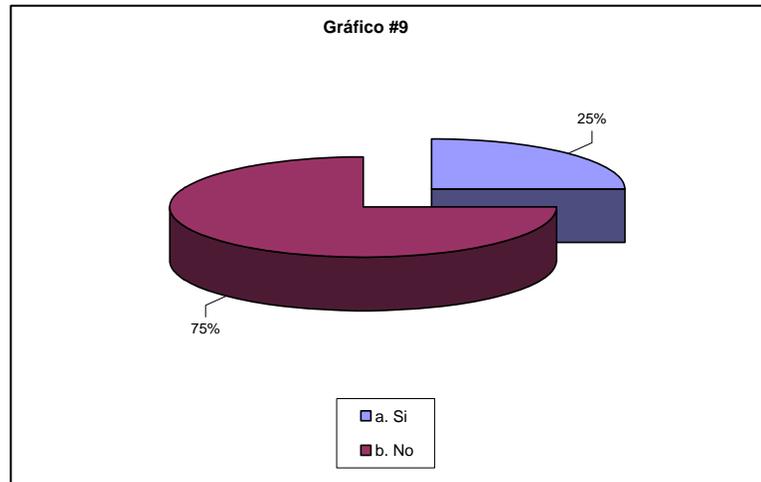
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Si						1				1																											5	25%									
b. No		1		1	1					4	1								1						4						1		1				15	75%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	20	100%									

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del 100% de las empresas encuestadas únicamente el 75% de los Gerentes o Encargados encuestados respondieron, no recibir ningún tipo de ayuda o apoyo por parte del gobierno o alguna otra entidad, mientras que el 25%, respondieron recibir ayuda o apoyo por parte de algunas entidades.

Pregunta No.10

¿Cuál es el nombre de esa entidad?

Objetivo.

Identificar el nombre de las entidades que apoyan a los negocios.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES			
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%											
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C													
Alternativas																																																	
a. Corsatur					1															1																												3	60%
b. Concultura																																							1	20%									
c. Otros																														1									1	20%									
Totales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5	100%	

Notas :

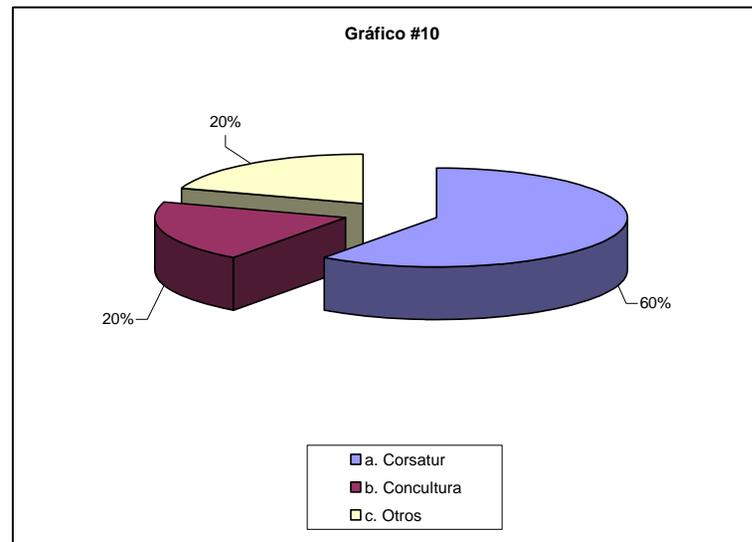
El valor de la frecuencia, es menor al numero de la muestra, debido a que esta pregunta depende de la pregunta anterior, y no todos respondieron que si , unicamente cinco encuestados respondieron positivamente.

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

De las instituciones que apoyan a las empresas en el municipio de Apaneca, Corsatur representa el 60%, seguida por concultura con un 20% y otras instituciones un 20%.

Pregunta No.11

¿Que tipo de apoyo recibe de esa entidad?

Objetivo.

Saber que tipo de apoyo recibe de las entidades.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Atraer turistas						1				1																														3	50%						
b. Publicidad																																								2	33%						
c. Económica																																					1	17%									
Totales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	6	100%			

Notas :

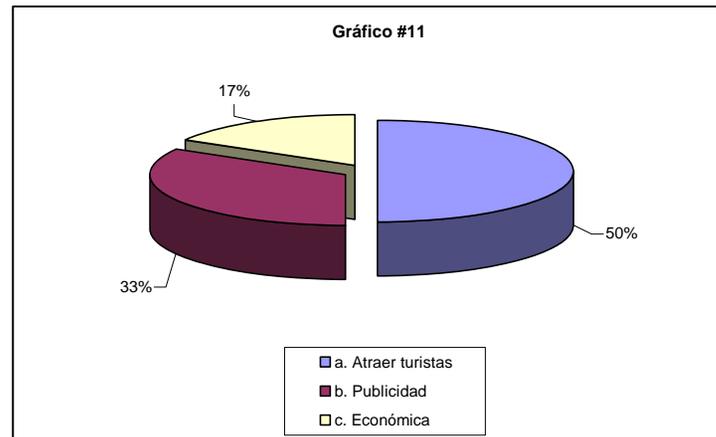
El valor de la frecuencia, es menor al numero de la muestra, debido a que esta pregunta depende de la pregunta numero diez, y no todos respondieron que si , unicamente cinco encuestados respondieron positivamente. Por otra parte el valor de la frecuencia es mayor a cinco, debido a que uno de los encuestados respondio a más de una alternativa.

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del total de las respuestas obtenidas, el 50% representa apoyo para atraer turistas, el 33% representa apoyo de publicidad, y el 17% representa apoyo de caracter económico.

Pregunta No.12

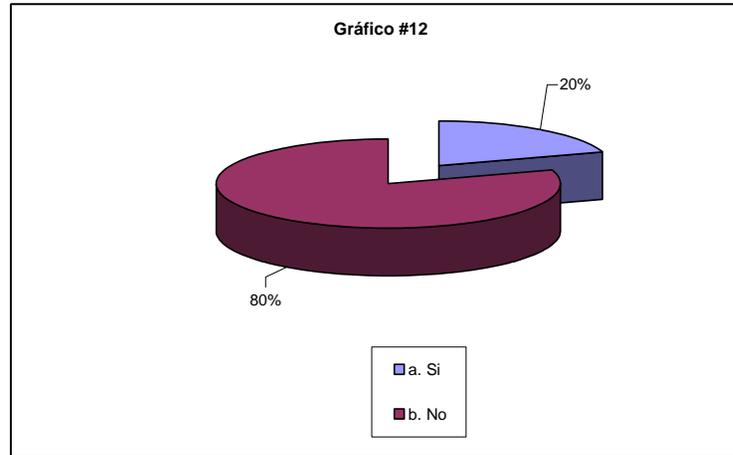
¿Esta usted asociado a algún tipo de comité del turismo?

Objetivo.
Conocer si están asociados a algún tipo de comité de turismo.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C														
a. Si				1		0				1	1								0									1												4	20%						
b. No		1			1	1				4	0								1	1											1	2					16	80%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	20	100%						

Simbología, expresada en años de operar en el negocio
A : De 1 hasta 5 años
B: Más de 5 hasta 10 años
C: Más de 10 años



Análisis:

Del 100% de los encuestados, el 80% respondió no estar asociados a algún tipo de comité de turismo, mientras que el 20% respondió estar asociado algún comité de turismo.

Pregunta No.14

¿Estaría dispuesto a participar en algún tipo de evento para promover el turismo en la Municipio de Apaneca?

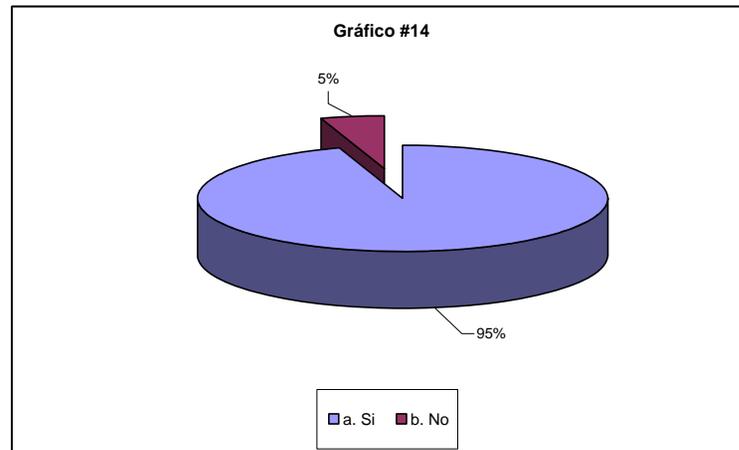
Objetivo.

Conocer si estarían dispuestos a participar en algún tipo de evento para promover el turismo en la zona de Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Si		1		1	1	1				5	1								1						5						1	2					19	95%									
b. No																1																					1	5%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	20	100%									

Simbología, expresada en años de operar en el negocio
 A : De 1 hasta 5 años
 B: Más de 5 hasta 10 años
 C: Más de 10 años



Análisis:
 Del 100% de los encuestados el 95% respondieron estar dispuestos a participar en eventos para promover el turismo en Apaneca, y únicamente el 5% respondió no estar dispuesto.

Pregunta No.17

¿Ha escuchado hablar del desarrollo local?

Objetivo.

Conocer si han escuchado hablar del desarrollo local.

Cuadro Resumen

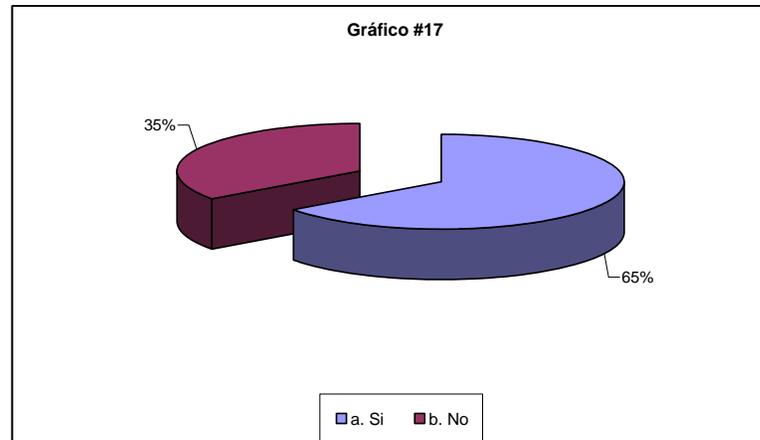
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Si		1		1	1	1				2	1								1									2						1		2				13	65%						
b. No							3	0								1												3									7	35%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	20	100%						

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del total de los encuestados, 65% respondió haber escuchado hablar de Desarrollo Local, mientras que el 35% respondió no haberlo escuchado.

Pregunta No.18

¿Conoce si en Apaneca se han ejecutado programas de desarrollo local?

Objetivo.

Saber si conocen si en Apaneca se han ejecutado programas de desarrollo local.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
Alternativas	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%						
a. Si		1		1	1	1				2	1								1																		13	100%									
b. No																																					0	0%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	100%										

Notas :

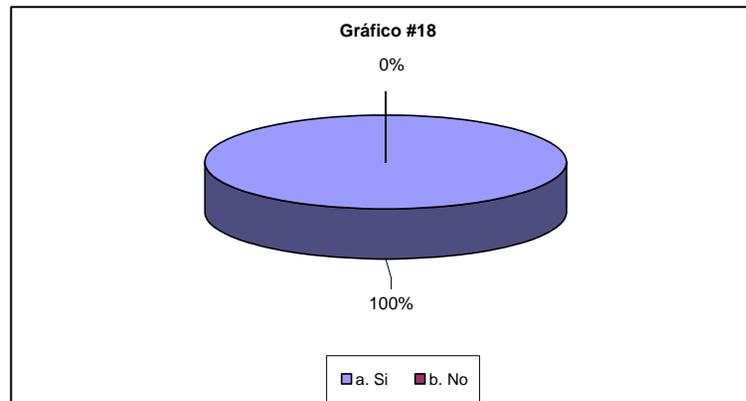
El valor de la frecuencia es menor al número de la muestra, debido a que esta pregunta depende de la número 16 y solamente 13 encuestados respondieron que sí habían escuchado hablar de desarrollo local.

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del total de los encuestados, el 100% respondieron conocer de programas de desarrollo local ejecutados.

Pregunta No.20

¿Considera que Apaneca es un Municipio con potencial al impulso del turismo a nivel nacional e internacional?

Objetivo.

Conocer si consideran que Apaneca es un municipio con potencial al impulso del turismo a nivel nacional e internacional.

Cuadro Resumen

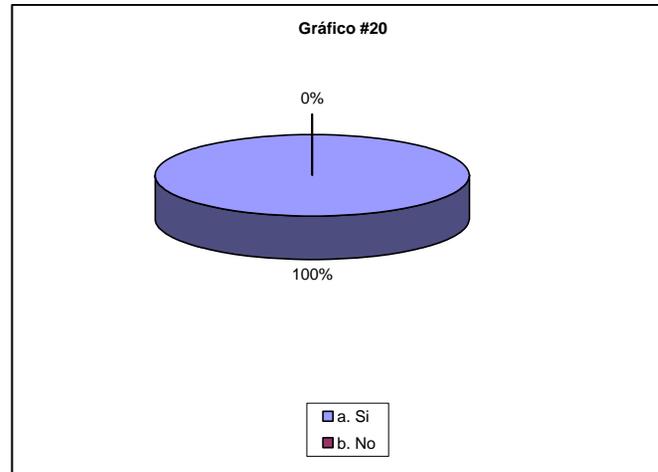
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Si		1		1	1	1				5	1								1	1								5									1	2		20	100%						
b. No																																					0	0%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	20	100%						

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del 100% de los encuestados todos respondieron que si consideran Apaneca como un municipio con potencial turístico.

Pregunta No.21

¿Estaría dispuesto a participar en la implementación de un Plan Estratégico de Mercadeo para promover el turismo en la Municipio de Apaneca?

Objetivo.

Conocer si los empresarios estarían dispuestos a participar en la implementación de un plan estrategico de marketing para promover el turismo en la zona de Apaneca.

Cuadro Resumen

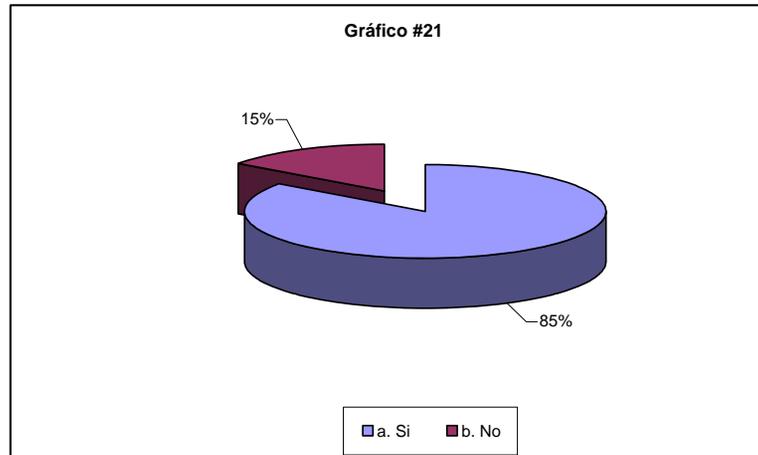
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Si				1	1	1				4	1								1									5						1	2					17	85%						
b. No		1								1						1																					3	15%									
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	20	100%						

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del 100% de los encuestados el 85% respondieron que si estan dispuestos a participar en la implementación de un plan estratégico de marketing mientras que el 15% respondió no estar dispuesto.

TABULACION PARA HABITANTES

Pregunta No.1

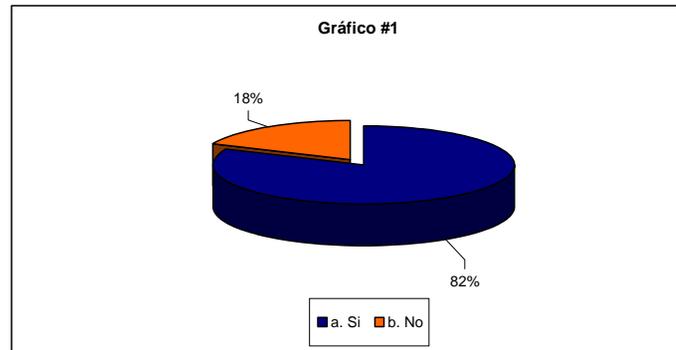
¿Trabaja actualmente?

Objetivo.

Determinar si las personas encuestadas estan empleadas en la actualidad.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES					
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%				
	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.										
a. Si	12	8		2	9	8	4	3	6	5	5		9	3	1	1	2	3		5	9	5	3	5	4				1				3				116	82%
b. No	1	1			2		2						3				5	5		1			1		1	1							3				26	18%
Porqué?																																						
Falta de oportunidades					1					1					3					1									2									
Ama de casa													1					2									1											
Continuar estudios																					3									0								
No respondió o no sabe																	2									0					2							
Totales	13	9	0	2	11	8	6	3	6	5	5	0	12	3	1	1	7	8	0	6	9	5	4	5	5	5	1	3	0	4	0	0	0	0	0	0	142	100%



Análisis:
 Del 100% de la población encuestada, el 82% repondio que trabaja actualmente, mientras que solamente un 18% respondieron no tener trabajo.

Pregunta No. 3

¿Desde hace cuanto tiempo trabaja en el mismo negocio?

Objetivo.

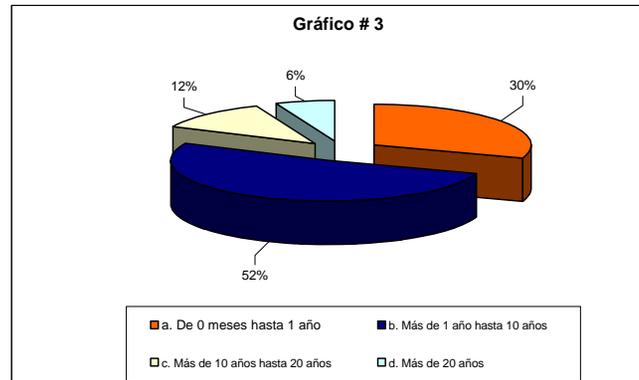
Conocer si la persona encuestada es estable en su trabajo

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más					
	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Fr	%				
a. De 0 meses hasta 1 año	8	5		2	2		2	1				1				1	1		2	3	1	2	2						35	30%				
b. Más de 1 año hasta 10 años	4	3			7	8	1	1	4	3	5		3	2			1	2		3	4	4	1	3	1			60	52%					
c. Más de 10 años hasta 20 años							3						3	1						2						1		14	12%					
d. Más de 20 años								1					2		1	1									1		1	7	6%					
Totales	12	8	0	2	9	8	4	3	6	5	5	0	9	3	1	1	2	3	0	5	9	5	3	5	4	0	3	0	1	0	0	0	116	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta número tres, en la cual unicamente 116 encuestados respondieron que si.



Análisis:

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 52% representa de 1 año hasta 10 años, el 30% representa de 6 meses a 1 años, el 12% representa más de 10 años hasta 20 años y por último el 6% representa más de 20 años.

Pregunta No.4

¿En que tipo de empresa trabaja?

Objetivo.

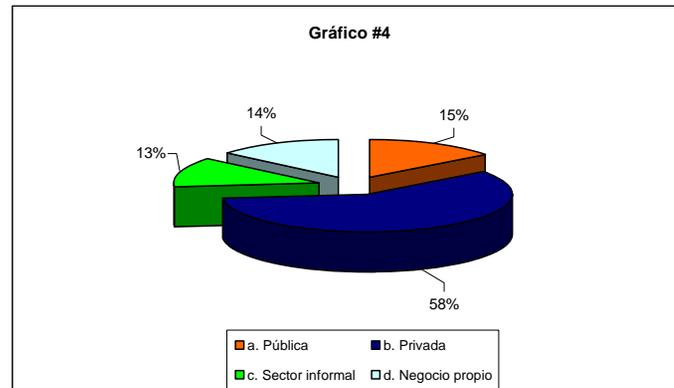
Determinar si la persona encuestada es empleado público, privado o trabaja por sus propios medios

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%
	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.						
a. Pública				2	1	3		1	1		2		1				1				2	1	2		3	2		2		17	15%			
b. Privada	11	6			5	4	3	2	5	3	3		3	3				2	2		2	4	2	1	3	2		2		68	58%			
c. Sector informal		1			3	1	1														3			2	2	1		1		15	13%			
d. Negocio propio	1	1								2			5	1				1			1	1				1		1		16	14%			
Totales	12	8	0	2	9	8	4	3	6	5	5	0	9	3	1	1	1	2	3	0	5	9	5	3	5	4	0	3	0	116	100%			

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta anterior, y solamente 116 encuestados respondieron positivamente a la pregunta.



Análisis:

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 58% respondió que trabaja en la empresa privada, el 15% que trabaja en la empresa pública, el 14% tiene su propio negocio, mientras que solamente el 13% trabaja en el sector informal.

Pregunta No.5

¿En cual de los siguientes rubros trabaja?

Objetivo.

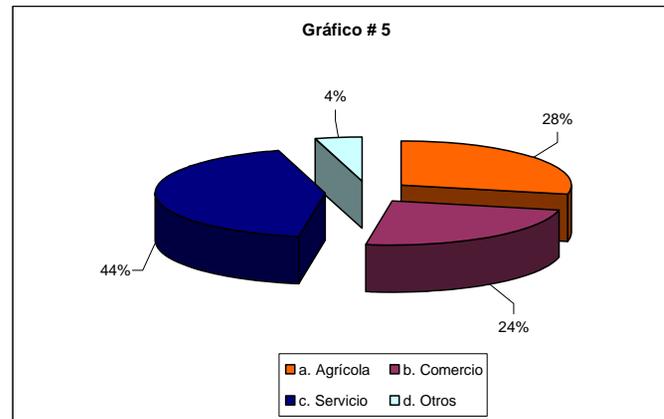
Determinar en cual de los siguientes de rubros trabaja el encuestado.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES					
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%				
	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.						
a. Agrícola	4	3			1		2	1	4		4		4	3			4	3	1		1	2			1	2		1	2		1		1		2		33	28%
b. Comercio		1			5	1	2	1		1			4		1		1	2		2	2		1		1		2		1			1	28	24%				
c. Servicio	8	4		2	3	7		1	2	4	1		1			1	1	1		3	3	3		4	4	1							50	44%				
d. Otros																				3	3		2										5	4%				
Totales	12	8	0	2	9	8	4	3	6	5	5	0	9	3	1	1	2	3	0	5	9	5	3	5	4	0	3	0	1	0	0	0	116	100%				

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta anterior, y solamente 116 encuestados respondieron positivamente a la pregunta.



Análisis:

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 44% respondió que trabaja en empresas de servicios, seguido por el 28% que respondieron que trabajan en empresas agrícolas, un 24% trabaja en empresas de comercio, y solamente un 4% trabaja en otro tipo de empresas.

Pregunta No.6

¿Considera que trabaja en una empresa o negocio estable?

Objetivo.

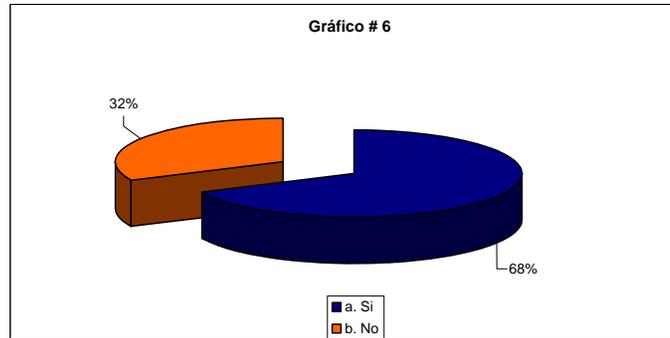
Conocer la percepción de su situación laboral, en relación a la estabilidad

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Ff	%
	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Tecn.	Univt.						
a. Si	6	3		2	5	7	3	3	5	4	2		8	3	1	1	2	3		3	4	2	2	5	3		1		1				79	68%
b. No	6	5			4	1	1		1	1	3		1							2	5	3	1		1		2						37	32%
Totales	12	8	0	2	9	8	4	3	6	5	5	0	9	3	1	1	2	3	0	5	9	5	3	5	4	0	3	0	1	0	0	0	116	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta anterior, y solamente 116 encuestados respondieron positivamente a la pregunta.



Análisis:

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 68% considera que trabaja en una empresa estable, mientras que solamente un 32% considera que no trabaja en una empresa estable.

Pregunta No.7

¿Qué actividad realiza en su trabajo?

Objetivo.

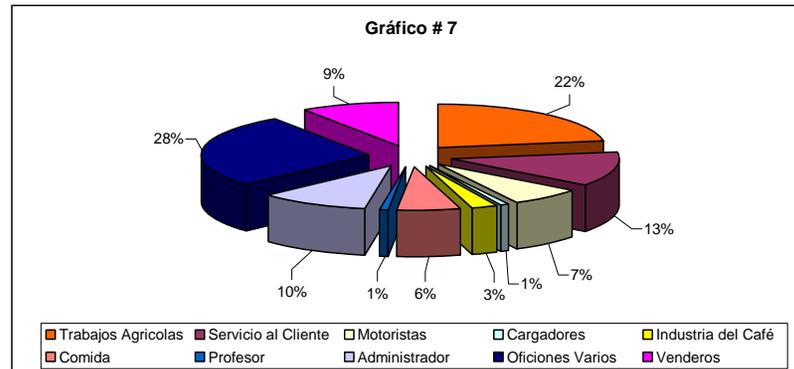
Conocer la actividad que desempeña actualmente el encuestado

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																				Femenino																				TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%								
	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.														
Trabajos Agrícolas	6	1			1		3		3		2		4	3											1	2							26	22%								
Servicio al Cliente	2				2	5											2	1		2					1	1							15	13%								
Motoristas	2	1			2				1	1			1																				8	7%								
Cargadores					1																												1	1%								
Industria del Café		1									2																						3	3%								
Comida		1								2									3						1								7	6%								
Profesor				1																													1	1%								
Administrador				1		2		2					1						1		5												12	10%								
Oficiones Varios	2	2			1				2	2	1		3		1	1			2	9		5			4			2					32	28%								
Vendedores		2			2	1	1	1									2								1			1					11	9%								
Totales	12	8	0	2	9	8	4	3	6	5	5	0	9	3	1	1	2	3	0	5	9	5	3	5	4	0	3	0	1	0	0	0	116	100%								

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta anterior, y solamente 116 encuestados respondieron positivamente a la pregunta.



Análisis:

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 28% respondió que trabaja realizando oficios varios, un 22% respondió que realizan trabajos agrícolas, un 13% respondió que realiza trabajos de servicio al cliente, el 10% realiza trabajos administrativos, un 9% son vendedores, el 7% respondieron ser motoristas, un 6% respondieron hacer trabajos relacionados con comida el 3% respondió hacer trabajos relacionados con el café, un 1% realiza trabajos de cargadores, y otro 1% hace trabajos de profesores.

Pregunta No.8

¿Percibe ingresos adicionales a su sueldo?

Objetivo.

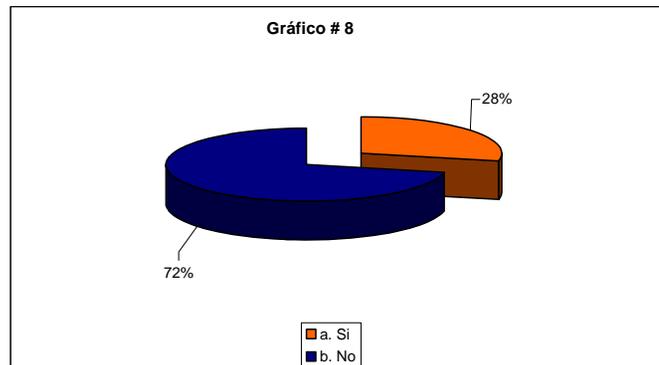
Conocer si el encuestado tiene otra fuente de ingresos, adicionales a su salario.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES		
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%	
Alternativas	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Univt.	Fr	%	
a. Si	1				1	2	1	2			4		2	1			2		2	3	2	3	4	1										33	28%
b. No	11	8		2	8	6	3	1	6	5	1		7	2	1	1	2	1		3	6	3		1	3			1			1			83	72%
Totales	12	8	0	2	9	8	4	3	6	5	5	0	9	3	1	1	2	3	0	5	9	5	3	5	4	0	3	0	1	0	0	0	116	100%	

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta anterior, y solamente 116 encuestados respondieron positivamente a la pregunta.



Análisis:
 Del 100% de las respuestas obtenidas, el 72% no recibe ingresos adicionales a su sueldo, mientras que el 28% si recibe ingresos adicionales a su sueldo.

Pregunta No.9

¿Que medio de comunicación utiliza para dar a conocer su negocio?

Objetivo.

Conocer que medio de comunicación utilizan para dar a conocer sus negocios.

Cuadro Resumen

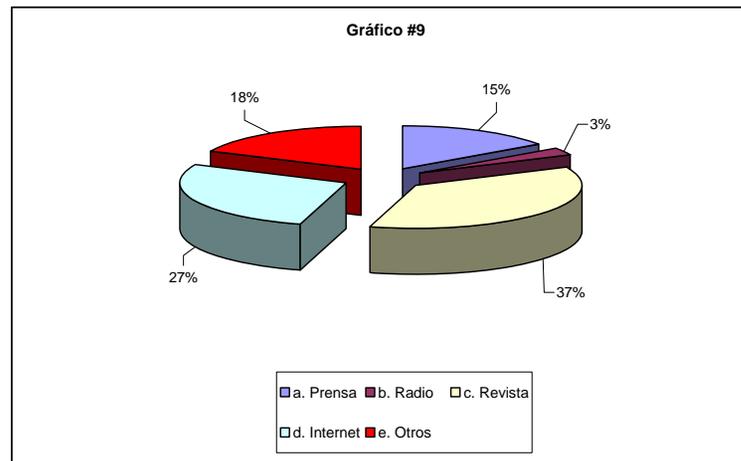
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Prensa				1	1								1	1																										5	15%						
b. Radio																																					1	3%									
c. Revista				1	1					2	1		1	1					1						2												12	37%									
d. Internet				1			1	1		1	1		1	1											1												9	27%									
e. Otros										1									1						2												6	18%									
Totales	0	2	0	2	3	1	0	0	0	4	2	0	2	3	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	33	100%						

Notas :

El total de la frecuencia es mayor al tamaño de la muestra debido a que esta pregunta depende de la anterior y no todos respondieron que si, solamente 16, el valor total de las respuestas es de 33, debido a que algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

- A : De 1 hasta 5 años
- B: Más de 5 hasta 10 años
- C: Más de 10 años



Análisis:

Del total de las respuestas obtenidas, se tienen las revistas con un 37%, seguida por internet con un 27%, 18% para otros, como afiches y rotulos, 15% para prensa, y unicamente un 3% para la radio. Hay que tomar en cuenta que el 3% representa unicamente a una empresa, del total encuestada.

Pregunta No.10

¿A cuanto asciende sus ingresos adicionales?

Objetivo.

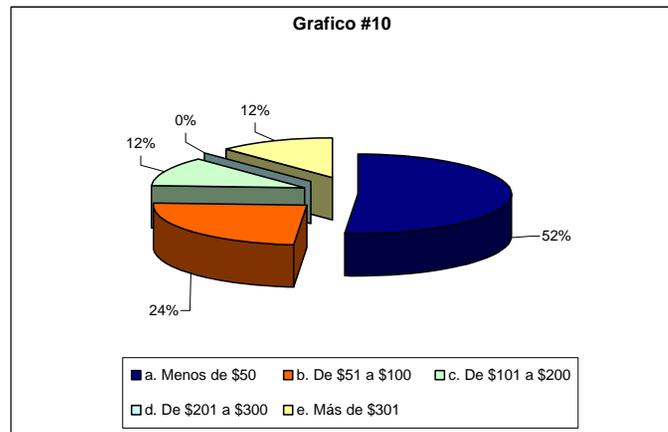
Conocer a cuanto ascienden los ingresos adicionales del encuestado.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES					
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%				
	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.	Prim.	Bachill.	Técn.	Unvt.										
a. Menos de \$50	1				1	1					3		1	1							1				2	1	1	2			2						17	52%
b. De \$51 a \$100						1	1				1														1	1	1	1	1								8	24%
c. De \$101 a \$200								1				1															1	1									4	12%
d. De \$201 a \$300																																					0	0%
e. Más de \$301								1													1		2														4	12%
Totales	1	0	0	0	1	2	1	2	0	0	4	0	2	1	0	0	0	2	0	2	3	2	3	4	1	0	2	0	0	0	0	0	33	100%				

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta número 11, en la cual unicamente 33 encuestados respondieron que si.



Análisis

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 52% respondió que sus ingresos adicionales están por debajo de los \$50, un 24% respondió que los ingresos son entre \$51 y \$100 mensuales un 12% dice recibir entre \$101 y \$200, y el restante 12% recibe entre \$201 y \$300, ninguno de los encuestados respondió recibir más de \$301 de ingresos adicionales.

Pregunta No.11

¿Cuál es el nombre de esa entidad?

Objetivo.

Identificar el nombre de las entidades que apoyan a los negocios.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
Alternativas																																															
a. Corsatur						1																															3	60%									
b. Concultura																																					1	20%									
c. Otros																																					1	20%									
Totales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	100%										

Notas :

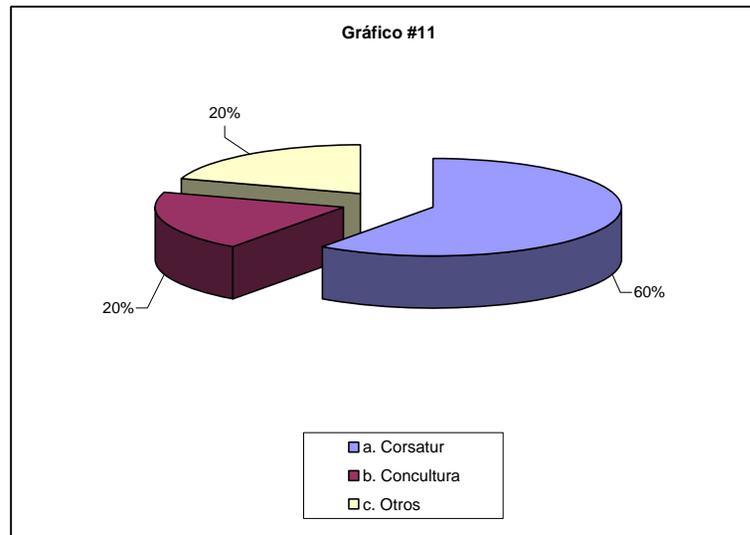
El valor de la frecuencia, es menor al numero de la muestra, debido a que esta pregunta depende de la pregunta anterior, y no todos respondieron que si , unicamente cinco encuestados respondieron positivamente.

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

De las instituciones que apoyan a las empresas en el municipio de Apaneca, Corsatur representa el 60%, seguida por concultura con un 20% y otras instituciones un 20%.

Pregunta No.13

¿Esta usted asociado a algún tipo de comité del turismo?

Objetivo.

Conocer si estan asociados a algun tipo de comité de turismo.

Cuadro Resumen

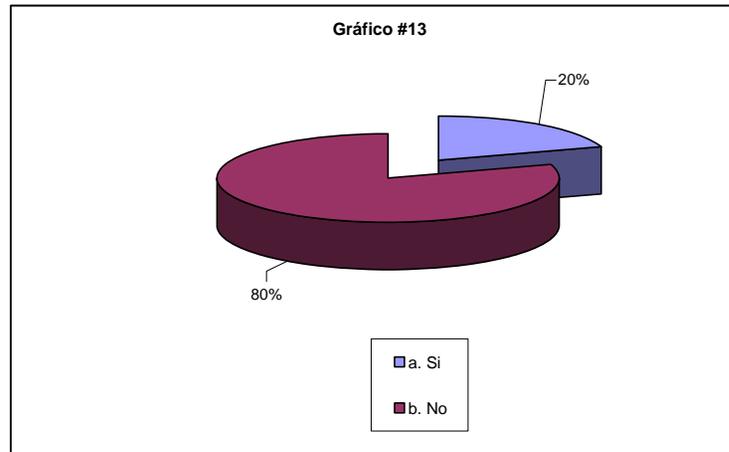
Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES	
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Fr	%									
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C											
a. Si				1		0				1	1											0																		4	20%						
b. No		1			1	1				4	0								1	1														1	2					16	80%						
Totales	0	1	0	1	1	1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	20	100%						

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del 100% de los encuestados, el 80% respondió no estar asociados a algun tipo de comité de turismo, mientras que el 20% respondió estar asociado algun comité de turismo.

Pregunta No. 14

¿Defina con sus propias palabras que entiende por desarrollo local?

Objetivo.

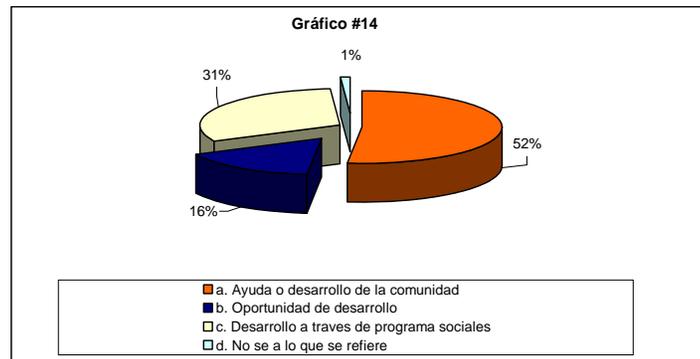
Conocer el concepto o conocimiento que los encuestados tienen sobre desarrollo local.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																				Femenino																				TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%								
	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.														
a. Ayuda o desarrollo de la comunidad	2	4			5	4	2	1	1	2	1		3		1		2			3	3	2	3	2	2	1			1				45	52%								
b. Oportunidad de desarrollo		1				1				1				2		1		3	2		2								1				14	16%								
c. Desarrollo a través de programa sociales		1		2		2	3	2	1	2			3	1			1	3		1		1		1	1				2				27	31%								
d. No se a lo que se refiere						1																							1	1%												
Totales	2	6	0	2	5	7	6	3	2	4	2	0	8	1	1	1	6	5	0	4	5	3	3	3	3	1	0	0	4	0	0	0	87	100%								

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta anterior, en la cual unicamente 87 encuestados respondieron que si.



Análisis

Del 100% de los encuestados, el 52% definieron desarrollo local como ayuda, un 31% lo definieron como una desarrollo a través de programas sociales, un 16% como oportunidad de desarrollo y un 1% respondieron que no sabe a lo que se refiere.

Pregunta No. 16

¿De los siguientes programa de Desarrollo Local, conoce de alguno que se haya ejecutado en Apaneca?

Objetivo.

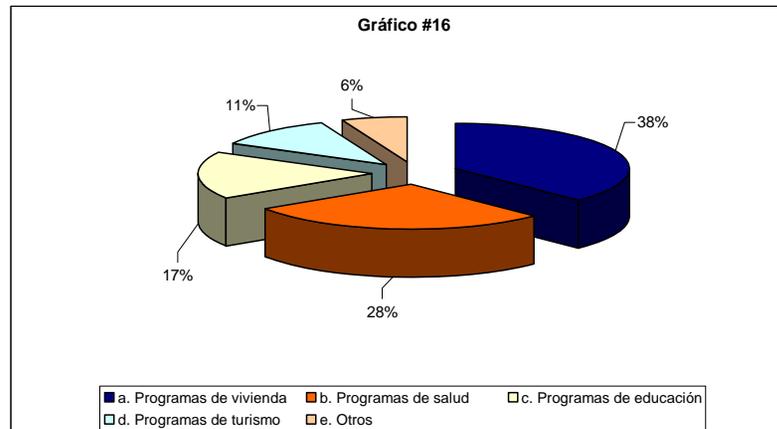
Conocer los tipos de programas que se han implementado en el municipio de Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%
	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.						
a. Programas de vivienda	2	5		1	4	4	2	1	1	4	1		3	1	1		2	2		1	3	2	1	1	1				1				44	38%
b. Programas de salud				1	2	4	2	1	1	4	1		4		1		3	2			1	1			2	2	1						33	28%
c. Programas de educación		1				3		1		2	1		5		1					2	2	1							1				20	17%
d. Programas de turismo						1	1						2		1	1		1			1	3	2										13	11%
e. Otros							1	1			1		1				1				1	1											7	6%
Totales	2	6	0	2	6	12	6	4	2	10	4	0	15	1	4	1	5	0	4	7	6	3	3	4	1	0	0	0	2	0	0	0	117	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al valor de la muestra, debido a que esta pregunta esta relacionada a la pregunta número 15, en la cual unicamente 87 encuestados respondieron que si, sin embargo el total es mayor a 87, debido a que algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.



Análisis:

Del total de las respuestas un 38% representa a programas de vivienda, un 28% a programas de salud, un 17% a programas de educación, un 11% representa programas de turismo, y un 6% a otros tipos de programas.

Pregunta No. 17

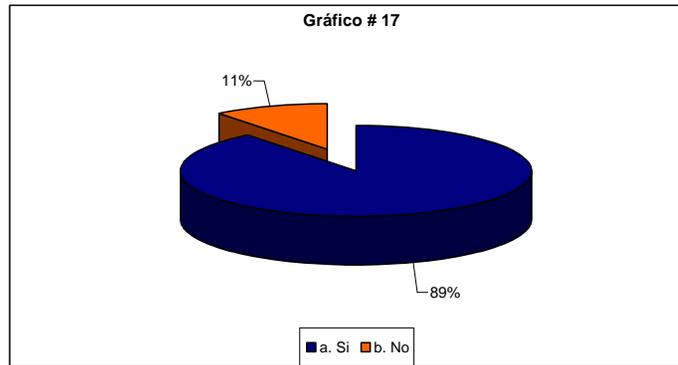
¿Considera que Apaneca es un municipio con potencial al impulso del turismo a nivel nacional e internacional?

Objetivo.

Conocer la percepción de los habitantes de Apaneca con respecto al potencial turístico de la zona

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																Femenino																TOTALES	
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%
Alternativas	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Fr	%
a. Si	13	7		2	11	8	6	3	5	5	5		10	2	1	1	7	5		5	7	4	4	5	4	1	3					127	89%	
b. No		2							1				2	1			3			1	2	1			1				1			15	11%	
Totales	13	9	0	2	11	8	6	3	6	5	5	0	12	3	1	1	7	8	0	6	9	5	4	5	5	1	3	0	4	0	0	0	142	100%



Análisis

Del 100% de las respuestas obtenidas, el 89% piensa que Apaneca tiene potencial turístico, mientras que únicamente un 11% piensa que no lo tiene.

Pregunta No. 18

¿Que cree que le hace falta a Apaneca para llamar la atención del turista nacional e internacional?

Objetivo.

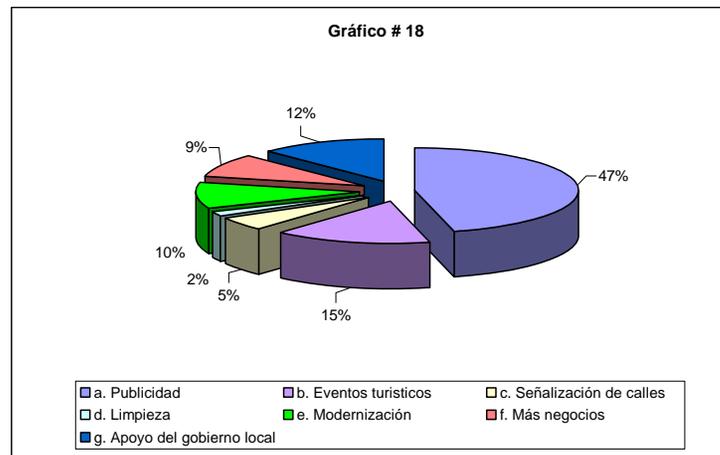
Conocer que le hace falta a Apaneca para llamar la atención del turista nacional e internacional.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino																				Femenino										TOTALES			
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%
	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.						
a. Publicidad	6	5	0	1	7	6	1	2	6	2	2	0	9	2	1	1	6	4	0	3	2	3	3	0	3	0	2	0	1	0	0	0	78	47%
b. Eventos turísticos	1	0	0	0	3	0	0	0	2	1	1	0	9	0	0	1	0	1	0	0	3	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	26	15%
c. Señalización de calles	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	9	5%
d. Limpieza	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2%
e. Modernización	1	2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	0	0	17	10%
f. Más negocios	4	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	15	9%
g. Apoyo del gobierno local	0	3	0	1	0	3	1	1	2	2	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	21	12%
Totales	13	12	0	3	11	12	6	4	12	5	6	0	19	3	2	2	7	8	0	6	9	6	4	6	5	1	3	0	4	0	0	0	169	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es mayor al valor de la muestra, debido a que algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.



Análisis

Del total de las respuestas obtenidas, 47% representan a la falta de publicidad, 15% representa a más eventos turísticos, 12% representa a falta de apoyo por parte del gobierno, 10% a modernización, 9% a más negocios, 5% a la falta de señalización de calles, y un 2% la falta de limpieza.

Pregunta No. 19

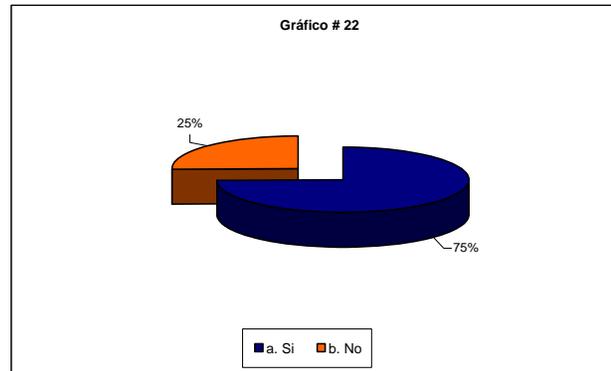
¿Estaría dispuesto a participar en un programa de desarrollo local turístico en Apaneca?

Objetivo.

Saber si el encuestado estaría dispuesto a participar en un programa de desarrollo local turístico en Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino												Femenino												TOTALES									
	18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				18 a 30 años				30 a 40 años				40 años a 50				50 años a más				Fr	%
Alternativas	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Prim.	Bachill.	Téc.	Univ.	Fr	%
a. Si	10	8	0	2	8	7	5	2	4	5	4	0	8	1	1	1	7	5	0	6	6	2	4	3	1	1	2	0	3	0	0	0	106	75%
b. No	3	1	0	0	3	1	1	1	2	0	1	0	4	2	0	0	0	3	0	0	3	3	0	2	4	0	1	0	1	0	0	0	36	25%
Totales	13	9	0	2	11	8	6	3	6	5	5	0	12	3	1	1	7	8	0	6	9	5	4	5	5	1	3	0	4	0	0	142	100%	



Análisis

Del 100% de los encuestados, 75% respondieron estar dispuesto a participar en programas para impulsar el desarrollo local, y únicamente un 25% respondió no estar dispuestos a participar.

Pregunta No.20

¿De los siguientes tipos de programa de Desarrollo Local, conoce usted de alguno que se haya ejecutado en el Municipio de Apaneca?

Objetivo.

Saber que tipos de programa se han ejecutado en el municipio de Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	HOTEL									RESTAURANTE									HOSTAL									CAFÉ - VIVERO									OTROS									TOTALES					
	Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande			Pequeño			Mediano			Grande																	
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%										
a. Vivienda		1			1	1				2	1																													9	36%										
b. Salud		1									1																													4	16%										
c. Educación		1				1				1	1																													7	28%										
d. Turismo																																								3	12%										
e. Otros					1																																			2	8%										
Totales	0	3	0	0	2	2	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	100%

Notas :

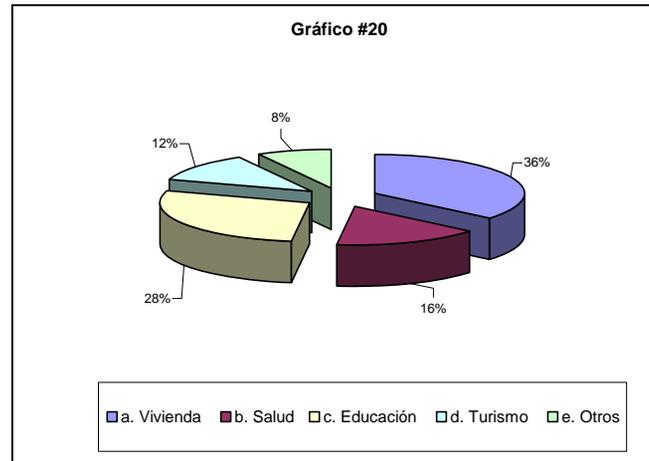
El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que esta pregunta depende de la anterior, y no todos respondieron que si, únicamente trece, por otra parte el valor el valor de la frecuencia es mayor a trece, ya que algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

Simbología, expresada en años de operar en el negocio

A : De 1 hasta 5 años

B: Más de 5 hasta 10 años

C: Más de 10 años



Análisis:

Del total de las respuestas obtenidas, el 36% representa a programas de vivienda, el 28% representa programas de educación, un 16% de las respuestas representa de salud un 12% representa a programas de turismo, y un 8% representa a otros tipos de programas.

TABULACION PARA TURISTAS

Pregunta No.1

¿Considera que el país posee lugares con atractivos turísticos?

Objetivo.

Conocer si las personas encuestadas consideran que el país posee lugares con atractivos turísticos.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES			
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%		
Alternativas	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C				
a. Si	5	13	8	2	6	2	0	0	4	3	18	7	1	8	3				3	5	88	99%
b. No										1											1	1%
Totales	5	13	8	2	6	2	0	0	4	4	18	7	1	8	3	0	3	5			89	100%

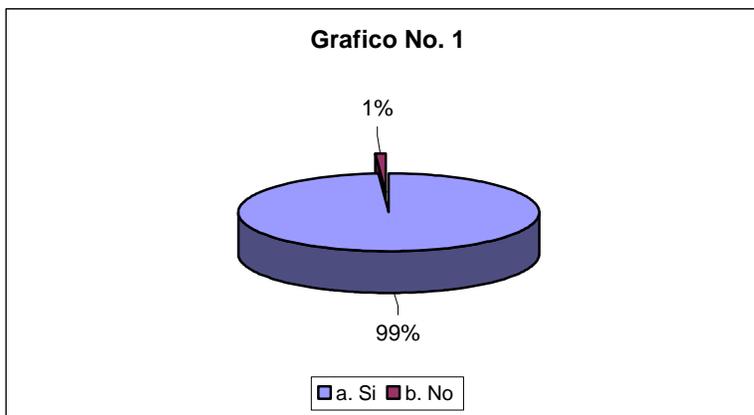
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del 100% de los encuestados, el 99% respondió que el país posee atractivos turísticos, únicamente el 1% respondió negativamente.

Pregunta No.2

¿Realiza usted viajes turísticos dentro del país?

Objetivo.

Conocer si las personas encuestadas realizan viajes turisticos dentro del país.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
Alternativas	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C		
a. Si	5	13	7	2	6	2	0	0	4	3	18	7	1	8	3		3	5	87	98%
b. No			1							1									2	2%
Totales	5	13	8	2	6	2	0	0	4	4	18	7	1	8	3	0	3	5	89	100%

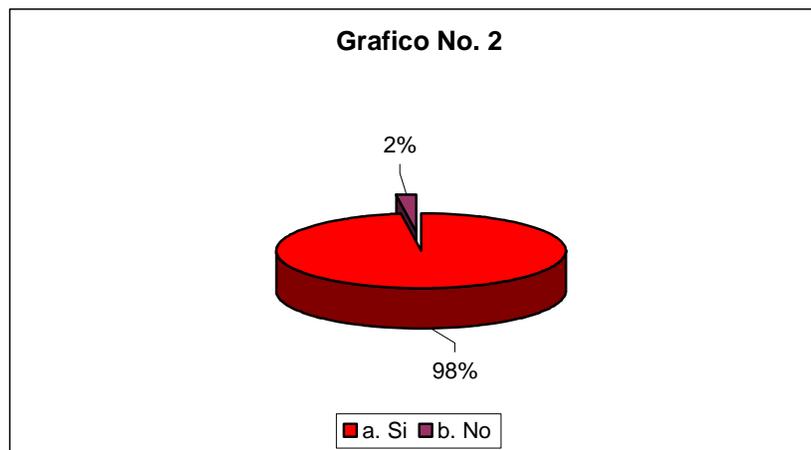
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del 100% de los encuestados, el 98% respondió realizar viajes turísticos dentro del país.

Pregunta No.3

¿Con que frecuencia realiza viajes con fines turísticos?

Objetivo.

Saber con que frecuencia las personas encuestadas realizan viajes con fines turísticos.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
Alternativas	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. Cada fin de semana	2	8	5	2	4	1			2	3	10	6		5				2	50	57%
b. Cada quince días	3	4	2		1	1			2		5	1			3			2	24	28%
c. Una vez al mes					1									2				1	5	6%
d. Esporadicamente		1									3		1	1				2	8	9%
Totales	5	13	7	2	6	2	0	0	4	3	18	7	1	8	3	0	3	5	87	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor a la muestra, debido a que esta pregunta depende de la anterior, y no todos los encuestados respondieron positivamente.

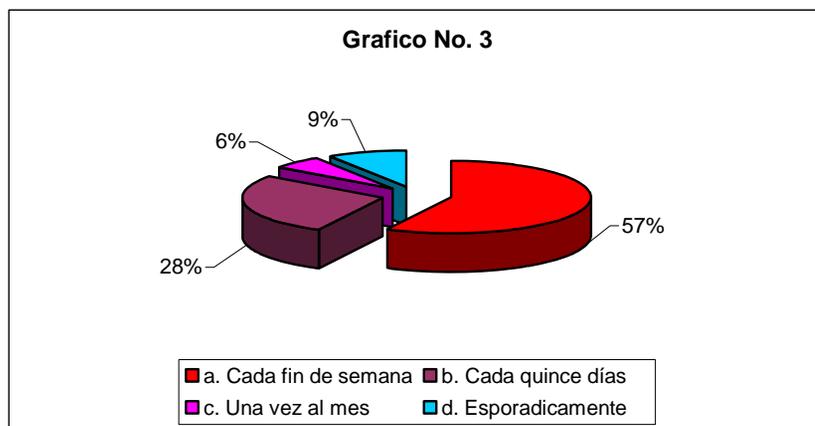
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuesta obtenidas, el 57% respondió realizar viajes cada fin de semana, el 28% respondió realizar viajes cada quince días, el 9% respondió una vez al mes, un 6% respondió esporadicamente.

Pregunta No.4

¿Con cual de las siguientes frases se idéntica usted cuando piensa en turismo?

Objetivo.

Identificar cual de las siguientes frases se identifica la persona encuestada, cuando piensa en turismo.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años				
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. Pasión por el turismo	1	6	4	1	3				2	1	7	4		3			1	2	35	40%
b. Explora y aventurate	3	3	1		2	1				2	7	1		3	1			1	25	29%
c. Divierte al maximo con tus seres queridos	1	2	1	1	1	1			1		3		1	1	1		2	1	17	20%
d. Este es tu momento... consientete		2	1						1		1	2		1	1			1	10	11%
Totales	5	13	7	2	6	2	0	0	4	3	18	7	1	8	3	0	3	5	87	100%

Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 40% respondió identificarse con la frase Pasión por el Turismo, el 29% respondió Explora y Aventurate, 20% con la frase Diviertete al Máximo con tus Seres Queridos, y el 11% con la frase Este es tu momento.... Consientete.

Pregunta No.5

¿Que aspectos toma en consideración para visitar un lugar turístico?

Objetivo.

Conocer los aspectos que los encuestados consideran para visitar un lugar turístico.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Precios	3	7	5	2	3	1			2	3	11	7	1	5	1		3	5	59	28%
b. Distancia del lugar	1	5	3	1		1				2	3	2		5			1	2	26	12%
c. Diversidad de servicios	1	4	4	2	3	2			2		5	4		2	3		3	5	40	19%
d. Clima		5	3	1	1	1			1		6	3		3	3		2	3	32	15%
e. Seguridad del lugar		13	5	2	4	1			1	2	8	7		3	3		3	5	57	27%
f. Otros																			0	0%
Totales	5	34	20	8	11	6	0	0	6	7	33	23	1	18	10	0	12	20	214	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

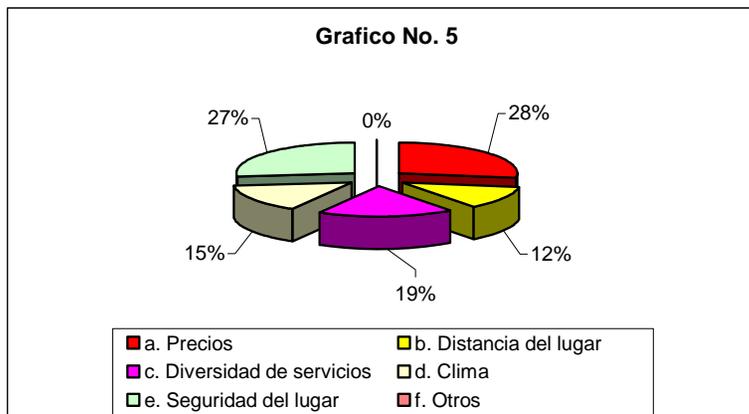
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuesta obtenidas, el 28% respondió que toma en consideración los precio, el 27% respondió la seguridad, un 19% respondió la diversidad de servicios, un 15% respondió que el clima y un 12% respondió que la distancia.

Pregunta No.6

¿Cuáles de los siguientes lugares ha visitado dentro del país por motivos de turismo?

Objetivo.

Conocer cual de los siguientes lugares ha visitado la persona encuestada dentro del país por motivo de turismo.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años				
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. La Palma	3	10	7		6	1			4	1	8	5		6	1		2	4	58	19%
b. Juayua	3	9	6	1	6				4		12	5	1	7	1		3	4	62	20%
c. Ataco	1	4	3		4				4		4	2		3	2		1	2	30	10%
d. Apaneca	3	13	6	2	6	2			4	3	14	7		8	3		2	5	78	25%
e. Suchitoto	5	11	7	2	5	2			4	2	18	7	1	8	2		2	5	81	26%
f. Otros																			0	0%
Totales	15	47	29	5	27	5	0	0	20	6	56	26	2	32	9	0	10	20	309	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

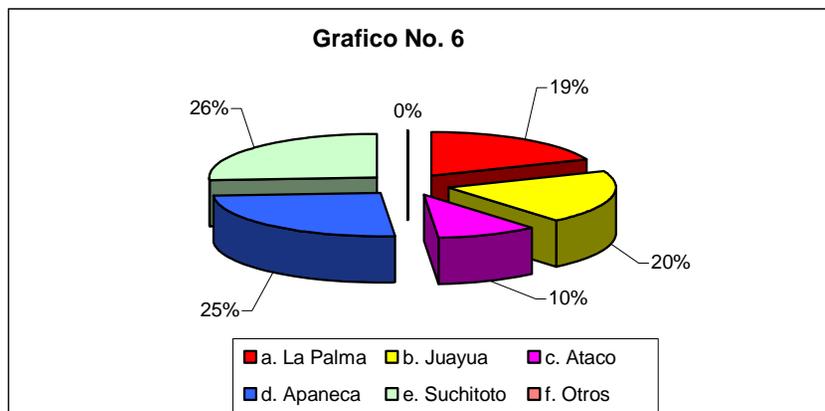
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 26% representa a Suchitoto, el 25% Apaneca, el 20% a Juayua, un 19% a la Palma, un 10% a Ataco.

Pregunta No.7

¿Cuál de esos lugares le pareció más atractivo como destino turístico?

Objetivo.

Saber cual de los lugares le parecio más atractivo como destino turístico a la persona encuestada.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES		
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%	
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C						
Alternativas																					
a. La Palma	1	4	3		1				1	1	2	2		1	1		2	1	20	23%	
b. Juayua		2	1			1					4	2		1					11	13%	
c. Ataco		1																	1	1%	
d. Apaneca	1	3	2	1	2				1	1	8	1		2	1			2	25	29%	
e. Suchitoto	3	3	1	1	3	1			2	1	4	2	1	4	1		1	2	30	34%	
f. Otros																			0	0%	
Totales	5	13	7	2	6	2	0	0	4	3	18	7	1	8	3	0	3	5	87	100%	

Nota:

El valor de la frecuencia es menor a la muestra, debido a que esta pregunta depende de la pregunta No.2 y no todos los encuestados respondieron positivamente.

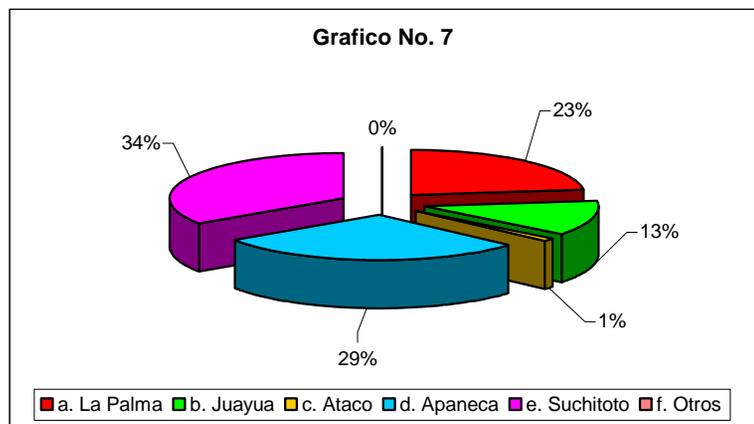
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 34% representa a Suchitoto, el 29% representa Apaneca, el 23% representa a la Palma, el 13% representa a Juayua y el 1% representa a Ataco.

Pregunta No.8

¿Por cual de las siguientes razones le gusta ese lugar?

Objetivo.

Conocer las principales razones por las cuales los turisticas prefieren especificamente los lugares mencionados en la pregunta número 6.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Precios Accesibles	1	4	2		2	2			2	2	9	4		2	1		3	3	37	25%
b. Seguridad del lugar	1	6	3		3	1			4		5	4		1	3		3	3	37	25%
c. Diversidad de servicios	3	7	1	1	4	1			4	3	8	7	1	4	2		1	2	49	32%
d. Se puede caminar		1			2	1			1		6	1		2	2		2	3	21	14%
e. Otros	1		2	1										2					6	4%
Totales	6	18	8	2	11	5	0	0	11	5	28	16	1	11	8	0	9	11	150	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

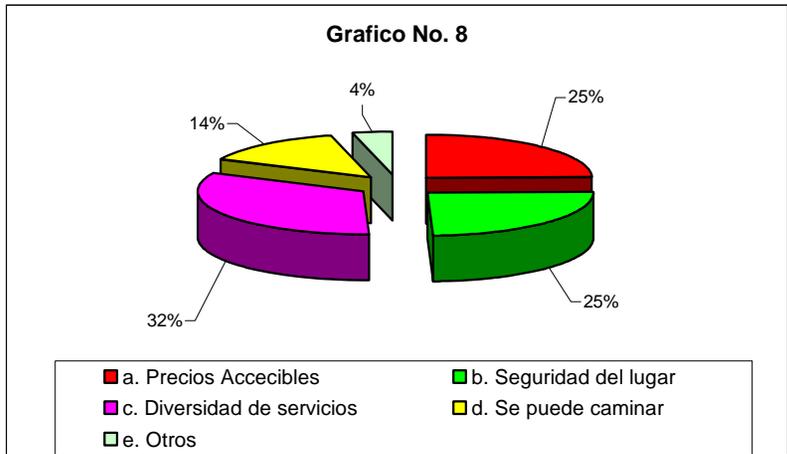
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :
 Del total de las respuesta obtenidas, el 32% representa a la diversidad de servicios, el 25% representa a la seguridad otro 25% representa a los precios accesibles, un 14% representa a que se puede caminar, y un 4% representa otros.

Pregunta No.9

¿Ha visitado el Municipio de Apaneca?

Objetivo.

Conocer si la persona encuestada ha visitado el Municipio de Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Si	3	13	6	2	6	2			4	3	14	7		8	3		2	5	78	88%
b. No	2		2							1	4		1				1		11	12%
Totales	5	13	8	2	6	2	0	0	4	4	18	7	1	8	3	0	3	5	89	100%

1

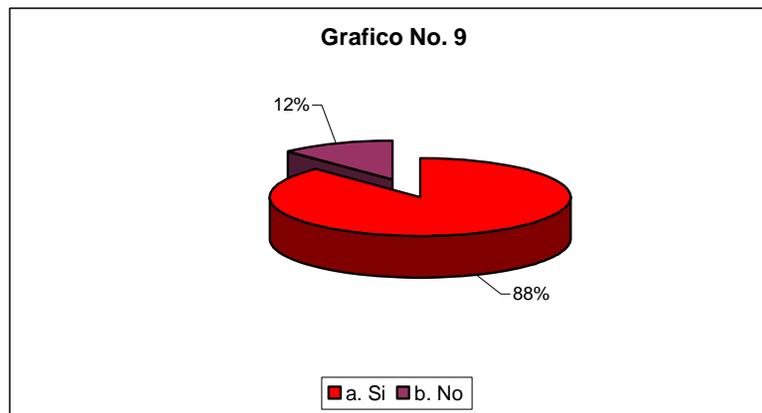
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del 100% de los encuestados, el 88% respondió haber visitado el municipio de Apaneca, mientras que el 12% respondió no haber visitado el municipio.

Pregunta No.10

¿Por qué motivo ha visitado Apaneca?

Objetivo.

Conocer el motivo por el cual el encuestado ha visitado Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Fines Turísticos	3	13	6	2	6	2			4	4	14	6		8	3		2	5	78	92%
b. Por negocios			3									1						1	5	6%
c. Por transito												1						1	2	2%
d. Otros																			0	0%
Totales	3	13	9	2	6	2	0	0	4	4	14	8	0	8	3	0	2	7	85	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor que el valor de la muestra, debido a que esta pregunta depende de la anterior, y solamente 78 respondieron positivamente, por otra parte el valor de la frecuencia es mayor a 78, ya que algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

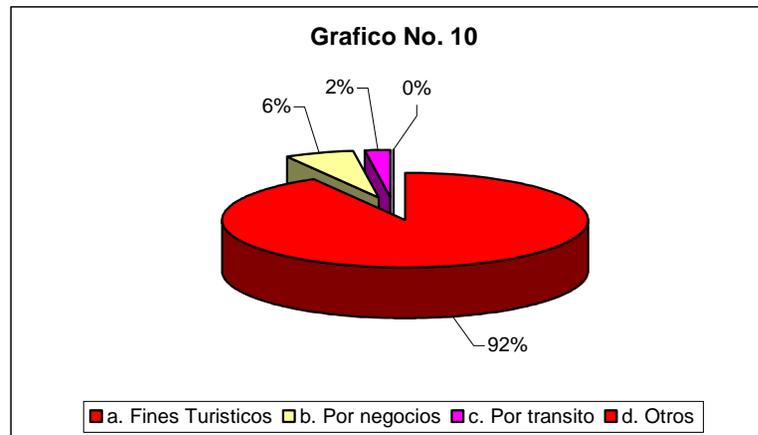
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 92% visita Apaneca por motivos turísticos, el 6% por negocios, y un 2% de transito.

Pregunta No.11

¿Por qué medio se entero del turismo de Apaneca?

Objetivo.

Conocer el medio por el cual el encuestado se entero del turismo de Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años				
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. Radio																			0	0%
b. Television																			0	0%
c. Internet	3									1									4	5%
d. Amigos		13	7	2	6	2			4	2	14	7		8	3		2	5	75	87%
e. Prensa escrita		1																	1	1%
f. Brochures y Vallas Publicitarias		4							1									1	6	7%
d. Otros																			0	0%
Totales	3	18	7	2	6	2	0	0	5	3	14	7	0	8	3	0	2	6	86	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor al numero de la muestra, debido a que en esta pregunta depende de la pregunta No.9 y no todos los encuestados respondieron positivamente.

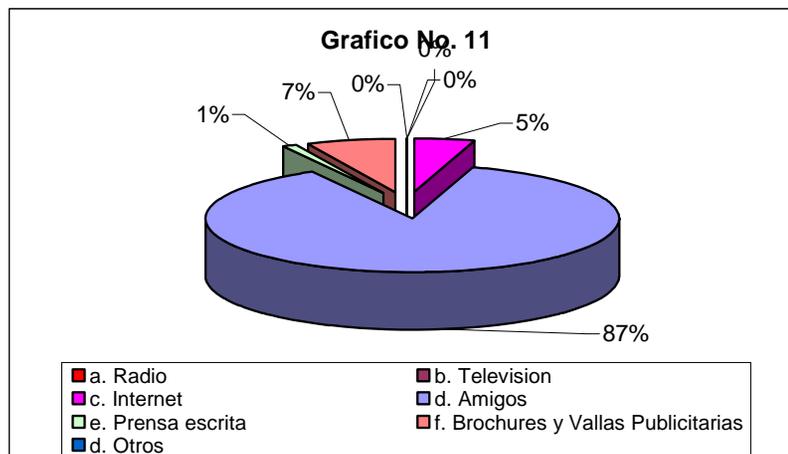
Simbologia:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 87% representa a Amigos, el 7% a Brochures y vallas publicitarias el 5% representa a Internet y un 1% representa a prensa escrita.

Pregunta No.12

¿Le atrajo Apaneca como un lugar turístico?

Objetivo.

Saber si a la persona encuestada le atrajo Apaneca como un lugar turístico.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Si	3	13	5	2	6	2			4	3	14	5		8	3		2	4	74	95%
b. No			1									2						1	4	5%
Totales	3	13	6	2	6	2	0	0	4	3	14	7	0	8	3	0	2	5	78	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor a la muestra, debido a que esta pregunta No.9, y no todos los encuestados respondieron positivamente.

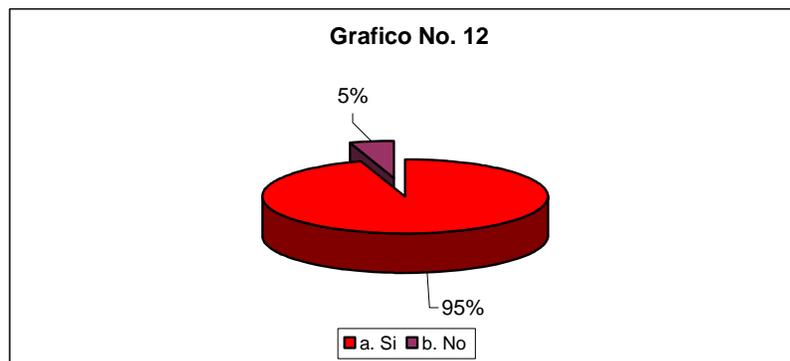
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 95% representa que si les atrajo Apaneca como destino turístico, mientras que el 5% respondió que no les atrajo como destino turístico.

Pregunta No.13

¿Que es lo que más le gusto de Apaneca?

Objetivo.

Conocer que es lo que más le gusto de Apaneca a la persona encuestada.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años				
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. El clima	3	9	5	2	6	2			4	3	14	5		8	3		2	4	70	30%
b. La seguridad	1	5	4	2	3	1			1		4	2		3	3		2	2	33	14%
c. Poder caminar		4		1	1					1	8	3		3			2	4	27	11%
d. Comida de los restaurantes	2	6	4	1	4	2			4	3	14	4		8	3		2	4	61	25%
e. Los viveros-café	1	3	3	2	3	2			2	1	11	4		8	3		2	4	49	20%
f. Diversidad de lugares																	1		1	0%
d. Otros															1				1	0%
Totales	7	27	16	8	17	7	0	0	11	8	51	18	0	30	13	0	11	18	242	100%

Nota

El valor de la frecuencia es mayor al numero de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

Simbología:

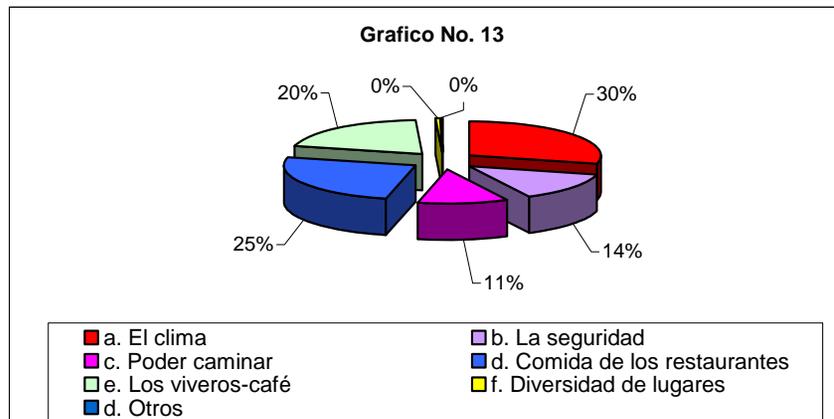
Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000

3.102564103



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 30% representa el Clima, el 25% Comida, el 20% los Vivero-café, el 14% la Diversidad de Lugares, y el 11% representa el Poder Caminar

Pregunta No.14

¿Qué fue lo que menos le gusto de Apaneca?

Objetivo.

Conocer que fue lo que menos le gusto de Apaneca a la persona encuestada.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Falta de higiene	1	6	4	1	5	1			2	1	7	4		4	1		2	2	41	52%
b. Calles dañadas	2	5	2	1	1	1			2	1	6	1		4	2		1	2	31	39%
c. Falta de eventos turísticos		2	1		1					1	1							1	7	9%
Totales	3	13	7	2	7	2	0	0	4	3	14	5	0	8	3	0	3	5	79	100%

Nota:

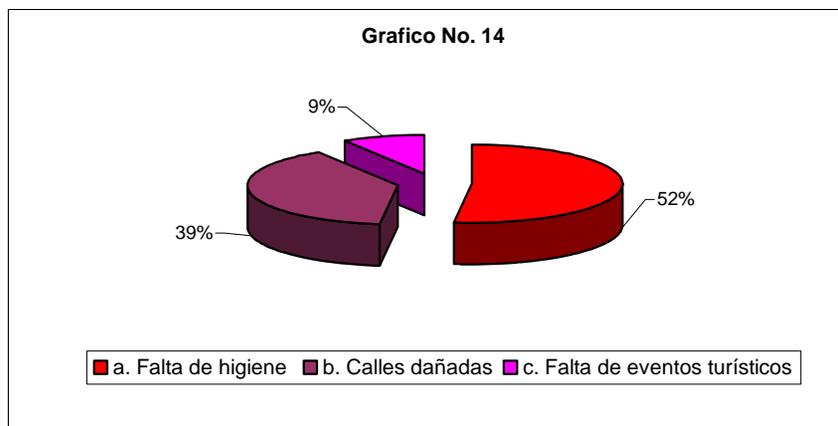
El valor de la frecuencia es menor a la muestra, debido a que esta pregunta depende de la No.12, y no todos los encuestados respondieron positivamente.

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 52% representa la falta de higiene, el 39% representa las calles dañadas, el 9% representa la falta de eventos turísticos.

Pregunta No.15

¿Recomendaría usted Apaneca como un destino turístico a sus amigos y conocidos?

Objetivo.

Conocer si la persona encuestada recomendaría Apaneca como un destino turístico a sus amigos.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Si	3	12	7	2	6	2			4	3	14	5		8	3		2	4	75	95%
b. No		1										2						1	4	5%
Totales	3	13	7	2	6	2	0	0	4	3	14	7	0	8	3	0	2	5	79	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es menor a la muestra, debido a que esta pregunta depende de la No.12, y no todos los encuestados respondieron positivamente.

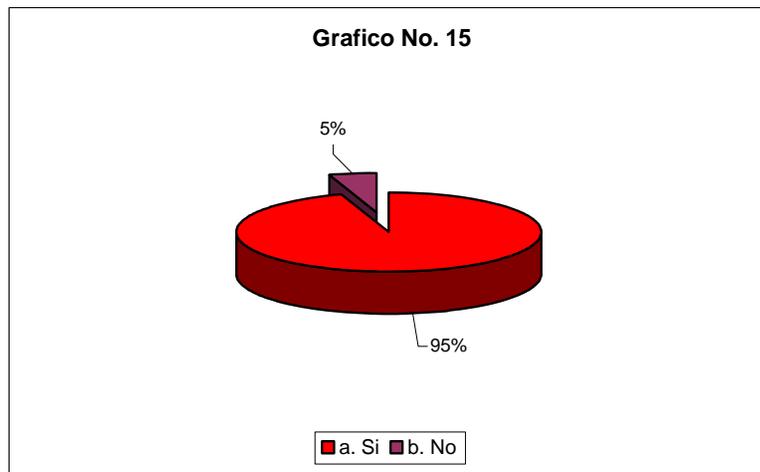
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 95% representa que Apaneca si se recomendaría como un destino turístico, mientras que el 5% que no.

Pregunta No.16

¿Qué cree que le hace falta a Apaneca para atraer más turistas?

Objetivo.

Saber que cree el encuestado que le hace falta a Apaneca para atraer más turistas.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Publicidad	2	8	4	2	6	1			4	4	10	7		8	3		2	5	66	58%
b. Eventos gastronomicos	1	5	4			1			2		4	7		5	2		1	3	35	31%
c. Mas alternativas de diversion	1	4		1					1					3	1		1	1	13	11%
Totales	4	17	8	3	6	2	0	0	7	4	14	14	0	16	6	0	4	9	114	100%

Nota

El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

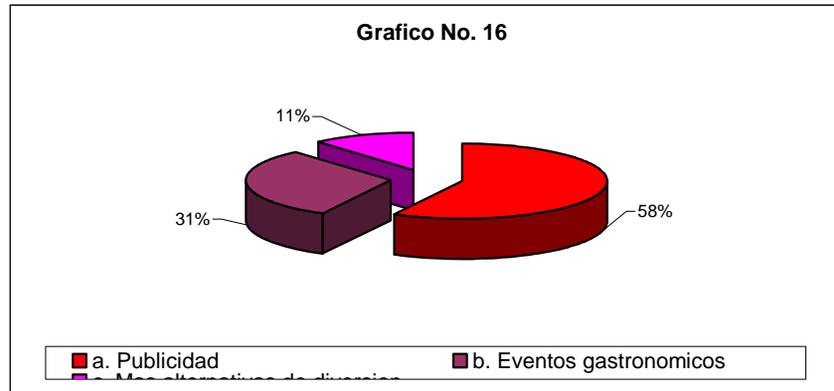
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :
 Del total de las respuestas obtenidas, el 58% representa a la publicidad, el 31% a los eventos gastronómicos, y el 11% a más alternativas de diversión.

Pregunta No.17

Que actividad considera que podría mejorar el turismo en Apaneca?

Objetivo.

Saber que actividad considera el encuestado que podría mejorar el turismo en Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años				
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. Eventos gastronomicos	2	6	4	2	4	2			2	2	8	7		8	3		2	3	55	46%
b. Ferias	1	5	2	2	1				2	1	6	7		8	3		1	4	43	36%
c. Caminatas		5	2		2				1					4	1		1	2	18	15%
d. Degustaciones de café					4														4	3%
Totales	3	16	8	4	11	2	0	0	5	3	14	14	0	20	7	0	4	9	120	100%

Nota:

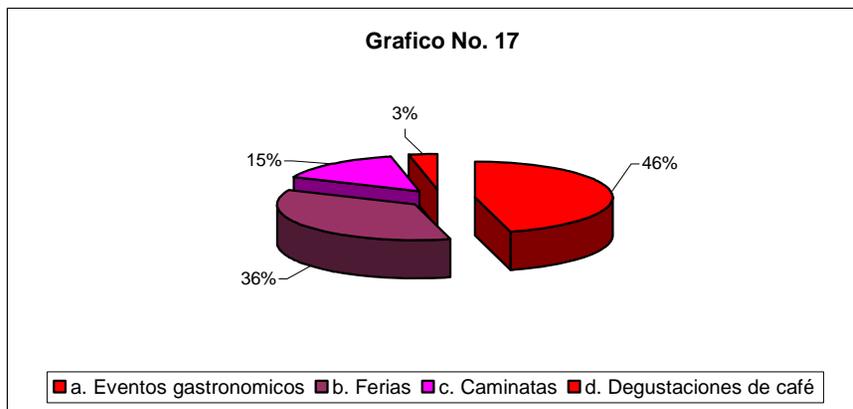
El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 46% representa a eventos gastronómicos, el 36% representa ferias, un 15% representa caminatas y un 3% representa degustaciones de café.

Pregunta No.18

¿Le gustaría que le enviarían información sobre eventos en Apaneca?

Objetivo.

Saber si los encuestados les gustaría que le enviaran información sobre eventos en Apaneca.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Si	4	8	7		4	1			1	3	15	5	1	6	1			1	57	64%
b. No	1	5	1	2	2	1			3	1	3	2		2	2		3	4	32	36%
Totales	5	13	8	2	6	2	0	0	4	4	18	7	1	8	3	0	3	5	89	100%

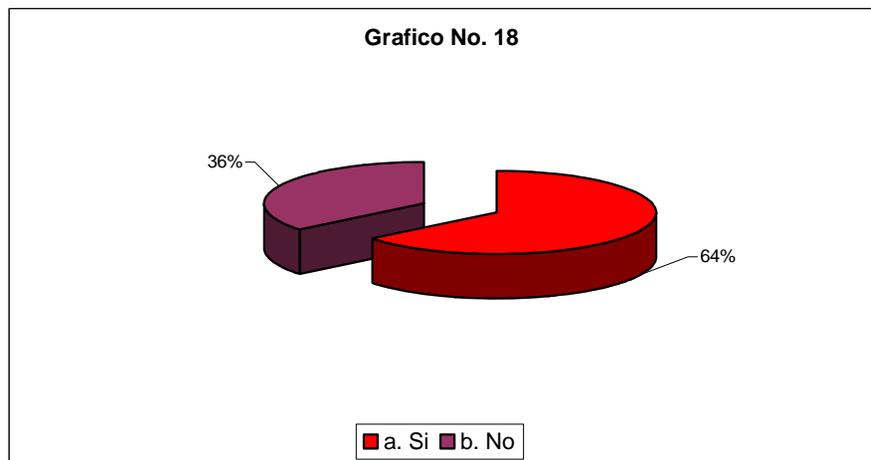
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuesta obtenidas, el 64% representa que si les gustaría que se les envíe información sobre eventos en Apaneca, y el 36% representa que no.

Pregunta No.19

¿Qué es lo que usted más aprecia cuando realiza viajes de turismo?

Objetivo.

Conocer que es lo que el encuestado más aprecia cuando realiza viajes de turismo.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años				
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	Fr	%
a. Servicio recibido	1	13	8	2	3	2			4	3	14	7	1	8	3		3	5	77	52%
b. Precios accesibles	2	8	3	1	4	1			2	3	12	7	1	8	3		3	5	63	43%
c. Recibir promocionales											2	2		3				1	8	5%
d. Otros																				
Totales	3	21	11	3	7	3	0	0	6	6	28	16	2	19	6	0	6	11	148	100%

Nota:

El valor de la frecuencia es mayor al número de la muestra, debido a que en esta pregunta algunos de los encuestados respondieron a más de una alternativa.

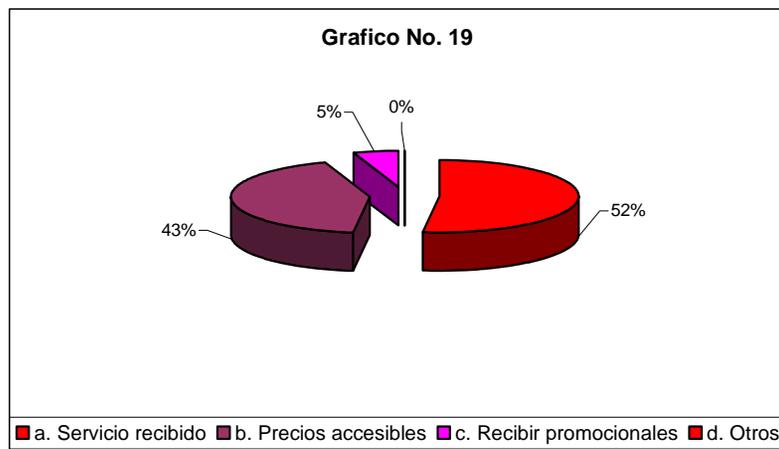
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 52% representa a Servicios recibidos, el 43% representa a Precios accesibles, el 5% representa a Promocionales.

Pregunta No.20

¿Ha escuchado hablar del desarrollo local?

Objetivo.

Saber si los encuestados han escuchado hablar de desarrollo local.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Si	3	13	8	1	6	2			4	3	17	7		8	3		3	5	83	93%
b. No	2			1						1	1		1						6	7%
Totales	5	13	8	2	6	2	0	0	4	4	18	7	1	8	3	0	3	5	89	100%

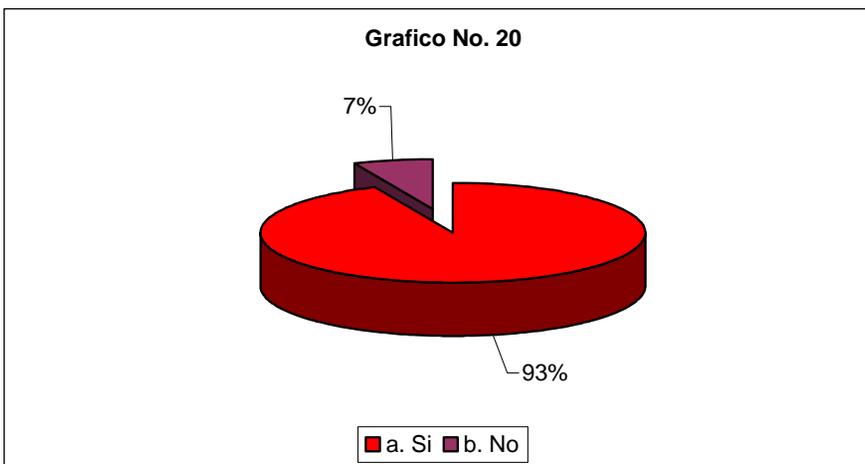
Simbología:

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del 100% de los encuestados, el 93% respondieron haber escuchado hablar del desarrollo local, mientras que el 7% respondió no haber escuchado.

Pregunta No.21

¿Cree que el Desarrollo Local en un municipio podría impulsar el turismo?

Objetivo.

Conocer si las personas encuestadas creen que el Desarrollo Local en un Municipio podría impulsar el turismo.

Cuadro Resumen

Datos de Clasificación	Masculino									Femenino									TOTALES	
	18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			18 hasta 30 años			Más de 30 hasta 40			Más de 40 años			Fr	%
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C					
a. Si	3	11	8	1	6	2			4	3	15	7		8	3		3	5	79	95%
b. No		2									2								4	5%
Totales	3	13	8	1	6	2	0	0	4	3	17	7	0	8	3	0	3	5	83	100%

Nota:

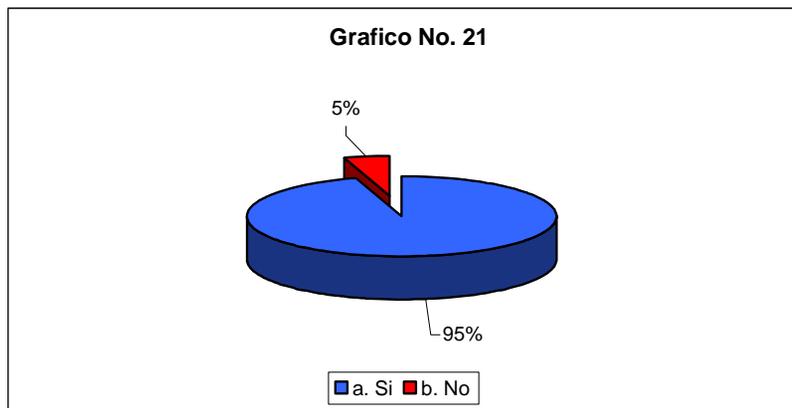
El valor de la frecuencia es menor a la muestra, debido a que esta pregunta depende de la anterior, y no todos los encuestados respondieron positivamente.

Expresada en los ingresos de los encuestados

A: De \$100 hasta \$500

B: Más de \$500 hasta \$1,000

C: Más de \$1,000



Análisis :

Del total de las respuestas obtenidas, el 95% respondió creer que el Desarrollo Local podría impulsar el turismo, mientras que el 5% no lo creen.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

➤ PARA LOS NEGOCIOS

- El 40% de los negocios encuestados respondieron recibir más de 200 visitantes al mes, pero este porcentaje está concentrado mayormente en los hoteles de tamaño mediano.
- El 75% de los negocios encuestados respondieron no recibir ningún tipo de apoyo por ninguna institución para ayudarles a impulsar el turismo en el municipio de Apaneca.
- El 80% de los negocios encuestados respondieron no pertenecer a la asociación de turismo de Apaneca, entre las razones más citadas fue la informalidad de la asociación al momento de reunirse.
- El 95% de los negocios y el 75% de los habitantes encuestados respondieron estar dispuestos a participar en eventos para impulsar el turismo en el municipio de Apaneca.
- El 47% de los negocios encuestados respondieron que el tipo de cliente que visitan sus negocios son turistas, seguido por el 29% que son clientes de tránsito, y luego el 24% de los clientes son de negocio, por lo tanto en base a los resultados anteriores se puede confirmar que Apaneca es un municipio con alto potencial al turismo.
- El 80% de los negocios encuestados respondieron que utilizan diferentes medios de publicidad para dar a conocer los servicios que ofrecen en sus negocios, mientras que el 20% no utiliza ningún tipo de publicidad. Los resultados anteriores confirman que el uso de los medios publicitarios son una herramienta de vital importancia para dar a conocer los servicios y por ende generar ventas.

- El 65% respondió haber escuchado hablar del desarrollo local, lo cual facilita la implementación del plan de desarrollo local enfocado al área del turismo.

➤ **PARA LOS HABITANTES**

- El 45% de los habitantes encuestados opinaron que lo que le hace falta al municipio de Apaneca para atraer más turismo es publicidad, mientras que 15% de los habitantes opinaron que hace falta promover eventos turísticos, el 12% opinaron que lo que hace falta es apoyo del gobierno local, y el resto de los habitantes opinaron diversas razones.
- El 89% de los habitantes encuestados, estuvieron de acuerdo a que el municipio de Apaneca tiene potencial al impulso del turismo, por lo tanto esto facilita el impulso al turismo, ya que sus habitantes creen en ello.
- El 61% de los habitantes encuestados respondieron haber escuchado hablar del desarrollo local, y todos respondieron conocer de programas que han sido ejecutados en el municipio de Apaneca para impulsar el desarrollo local.
- Actualmente de los programas de desarrollo local que se han ejecutado en el municipio de Apaneca, los de turismo representa únicamente el 11%, ya que la mayoría han sido enfocados a vivienda, salud y educación, por lo tanto se considera que con el aporte de los resultados de esta investigación puede servir como apoyo facilitador al comité de turismo de Apaneca para implementar el plan.
- El 44% de los habitantes encuestados que trabajan en el Municipio de Apaneca, respondieron trabajar en empresas de servicios, lo que facilita la orientación hacia el impulso del turismo.

- El 28% de los habitantes encuestado respondió que no reciben ningún tipo de ingreso adicional a su sueldo, con lo cual la implementación y participación en plan de desarrollo local, puede ser un factor motivador para generar otros o mayores ingresos a los que actualmente recibe.
- El 68% de los habitantes encuestados respondieron que estarían dispuestos a tener un trabajo extra, lo cual sustenta la conclusión anterior de la necesidad de percibir ingresos adicionales.

➤ **PARA LOS TURISTAS**

- Según las encuestas realizadas, 99% de los encuestados, respondieron que el país posee lugares con atractivos turísticos.
- El 98% de los encuestados respondieron realizar viajes turísticos dentro del país.
- El 40% de los encuestados se identifico con la frase “Pasión por el turismo” cuando piensan en turismo de las cuatro opciones sugeridas en el cuestionario.
- Al preguntarles a los encuestados sobre los lugares turísticos que les parecen más atractivos, Apaneca obtuvo el segundo lugar, después de Suchitoto, lo que significa que tiene una gran aceptación y potencial para los turistas potenciales de ser la primera opción.
- De las personas que han visitado Apaneca con fines turísticos, el 95% respondió que les atrajo como un lugar turístico.
- El 58% de las personas encuestadas respondieron que lo que le hace falta a Apaneca para atraer más turistas, es publicidad.

- El 46% de los encuestados respondieron que dentro de las actividades que podrían mejorar el turismo en Apaneca es realizar eventos gastronómicos, seguido por ferias con un 35% y finalmente con un 15% recomiendan que se hagan caminatas en la zona.

B. RECOMENDACIONES PARA EMPRESARIOS Y HABITANTES

- Reestructurar el Comité Turístico de Apaneca, en el cual participen la mayoría de los negocios, y éste, se comprometa a trabajar en función del impulso de turismo en la zona.
- Utilizar la información recopilada del presente trabajo como guía para la elaboración de un Plan Estratégico de Mercadeo, el cual haga énfasis en publicidad, eventos turísticos y cualquier otro tipo de promoción, con el objetivo de impulsar el turismo, promoviendo a la vez la creación del desarrollo local turístico entre las empresas y habitantes de la zona.
- Apoyar a las empresas de tamaño pequeño para incrementar sus volúmenes de visitas por parte de los turistas, a través de participar en eventos turísticos como plan de publicidad.
- Impulsar a las empresas de servicio en conjunto con los habitantes del Municipio de Apaneca, a desarrollar planes de desarrollo local, promoviendo en primer lugar el turismo, explotando los recursos naturales disponibles.
- Se recomienda que el Comité de Turismo, se apoye de las Agencias de Viajes y Tour Operadores, como canales de distribución para dar a conocer sus servicios, con el fin de incrementar el turismo en la zona.
- Se recomienda a la Alcaldía del Municipio de Apaneca que se modernice con las herramientas necesarias de comunicación y accesibilidad

económica, como por ejemplo la apertura de cajeros automáticos, y centros de Internet accesibles al turista.

- Se recomienda al Comité de Turismo de Apaneca que busque los medios entre el gobierno local y el gobierno central para el mejoramiento de calles, la iluminación y limpieza de las áreas principales con el fin de mejorar la imagen y hacer que la estadía del turista sea más cómoda.
- Se recomienda al Comité de Turismo, realizar campañas de publicidad para impulsar el desarrollo local turístico en el Municipio de Apaneca.