

**BIBLIOGRAFÍA**

- ACERENZA, MIGUEL ÁNGEL. *Fundamentos de Marketing Turístico*. México, Trillas, 2004, 18-25p. ISBN 968-24-1466-0
- ARENS, WILLIAM. *Publicidad*, Mexico, Ed. Mc Graw Hill, 2000, ISBN: 970-10-2713-2
- BELCH, GEORGE A. ; BELCH, MICHAEL A. *Publicidad y Promoción Perspectiva de la comunicación de marketing integral*, 6ª Ed. México, Mc Graw Hill, 2005.
- BURNETT, JOHN. *Promoción Conceptos y Estrategias*, 1ª Ed. Colombia, Mc-Graw Hill, 1996, 7 y 584 p., ISBN: 958-600-559-3
- CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO, *Definición y Características del Sector Hotelero*.
- CHÁVEZ, ROXANA SADAMAR Y MARROQUÍN MARTÍNEZ, BLANCA DELMI, *Propuesta de una guía para elaboración de compañías publicitarias para las empresas que comercializan artículos electrodomésticos en el área comercial de San Salvador caso específico: área metropolitana de San Salvador*, 1ª Ed. San Salvador, SV , Universidad Francisco Gavidia, 1994.
- *Estrategias de Publicidad y Promoción*’, España , TELLIS, 2002, ISBN: 84-7829-047-8
- GURRIA DI-BELLA, MANUEL. *Introducción al Turismo*. 7ª Ed. México, Trillas, 1991, 99-100p. ISBN 968-244138-2

- KRIPPENDOR, J.J. *Marketing et Tourisme*, Editions Lang, Berna, 1971, Pag. 46
- KOTLER, PHILIP ; ARMSTRONG, GARY. *Fundamentos de Mercadotecnia*", 4ª Ed. México, Edi. Pearson, ,1998, 470p, ISBN: 970-26-0101-0
- SIERRA BRAVO, *Restituto, Diccionario practico de estadística*, España, Ed. Paraninfo s.a., 1991, 293p. ISBN 84-283-1830-1
- ZAMORANO, FRANCISCO, *Turismo Alternativo*", 1ª Ed. México,Trillas, 2002, 79 y 85 p., ISBN: 968-24-6422-6
- *Conceptos de Hotel* [en línea], wikcionario, Disponible en: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), [Consulta: 09/03/2007].
- *Definición de hotel* [en línea], Diccionario de la lengua española Espasa-Calpe S.A, Madrid, Disponible en: [www.wordreference.com/definicion/hoteleria](http://www.wordreference.com/definicion/hoteleria), [Consulta: 09/03/2007].
- VALENCIA CARO, JORGE. *Concepto de Hotel* [en línea], Disponible en: [www.boletin-turistico.com](http://www.boletin-turistico.com) , [Consulta: 09/03/2007]
- *Marketing Turístico* , [en línea] Ciudad de Guayana, Venezuela, Enero 2006, Disponible en: [www.monografias.com](http://www.monografias.com), [Consulta: 15/11/2006]
- *Enciclopedia libre*, [en línea], Disponible en: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), [Consulta: 08/03/2007].

## **GLOSARIO**

### **Administración Promocional**

La administración promocional abarca la coordinación de los elementos de la mezcla para desarrollar un programa integrado y controlado de comunicaciones de marketing efectivas.

### **Atractivos Turísticos**

Todo lugar que constituye un destino turístico que tiene una serie de características que motivan, llaman y atraen la atención y el desplazamiento temporal de los viajeros.

### **Cupones**

Son certificados que dan el derecho al tenedor de un descuento específico al adquirir determinado producto.

### **Demanda turística**

La oferta al igual que la Demanda, es un flujo por día semana, mes o año

### **Estrategias de Venta**

Las estrategias de ventas son utilizadas para ganar mercado dentro del público consumidor, además de obtener un volumen de ventas adicional.

### **Guía**

Es un libro de preceptos o indicadores que encaminan o dirigen, el cual contiene una serie e instrucciones a seguir, ordenadas en forma lógica mostrando el camino más adecuado para realizar algo. Desde el punto de vista pedagógico enseña que pasos hay que seguir para el desarrollo de una determinada actividad que se quiera realizar.

**Hotel**

Establecimiento de alojamiento de diversos tipos y que ofrecen servicios complementarios como espacios sociales, piscinas, restaurantes, bar , agencias de viajes.

**Hotel de Descanso y Esparcimiento.**

Es el que practica la persona buscando con el deseo de vacacionar, descubrir bondades y costumbres de otras regiones, disfrutar de la arena y sol, del clima tropical.

**Hotel de Negocios.**

Es donde se hace uso, cuando desarrollan sus actividades mercantiles o profesionales, a la vez que aprovechan la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas paisajes y sitios de diversión así como del sol y clima tropical.

**Hotel de turismo**

Los hoteles vacacionales tienen huéspedes sociales. Algunos hoteles vacacionales han prolongado su tradicionalidad ampliando el tiempo de duración operacional a todo el año. Conjugan el trabajo y el ocio, buscando nuevos y diferentes segmentos de grupo, convencionales.

**Mezcla de Promoción**

Es la combinación de las técnicas promocionales que una empresa usa para comunicar información sobre sus productos. Está formada por el uso de; publicidad, promociones de venta, relaciones públicas, venta personal, tele marketing y publicite.

**Marketing Turístico**

Se entiende la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma, un beneficio apropiado.

### **Oferta turística**

Es la cantidad de un bien que los productores pueden y desean ofrecer en venta.

### **Promoción.**

Es la coordinación de todas las actividades que inicia el vendedor para establecer canales de información y convencimiento encaminados a la ventas de bienes y servicios o a impulsar una idea, aunque la comunicación ocurre de manera implícita en los diversos elementos de la mezcla de marketing, gran parte de la comunicación de una entidad con el mercado.

### **Promoción Turística.**

Conjunto de actividades y acciones propagandistas a través de campañas publicitarias y de relaciones públicas, para dar a conocer un producto o servicio turístico en el mercado y conseguir unas ventas del mismo entre la demanda.

### **Promoción de venta**

La variable siguiente en la mezcla promocional corresponde a la promoción de ventas, que por lo general se define como las actividades de marketing que proporcionan valor adicional o incentivos a la fuerza de ventas, distribuidores o consumidor final, y estimulan así ventas

### **Publicidad**

Esta se define como cualquier forma de comunicación impersonal acerca de una organización, producto, servicio o idea, pagada por un patrocinador identificado.

**Relaciones Públicas**

Abarca una amplia gama de actividades comunicativas que contribuye a crear actitudes y opiniones positivas respecto a una organización y sus productos. A diferencia de la publicidad y la venta personal, no incluye un mensaje específico de ventas. Los destinatarios de estas actividades pueden ser los clientes, los accionistas, una dependencia gubernamental, o un grupo de interés especial.

**Turismo**

Son todos los procesos, especialmente los económicos que se manifiestan en la influencia, permanencia y regreso turístico hacia dentro y/o fuera de un municipio, estado o país.

**Turismo de Aventura**

Carece de objetivos prácticos pero tiene la curiosidad de conocer regiones ignoradas a veces motivados por relatos verbales o escritos

**Turismo de Descanso**

No existen mejor descanso que el derivado de un cambio de ambiente y no puede ser más beneficioso ni mas completo si se obtiene mediante el viaje, sea al exterior o dentro del país.

**Turismo Deportivo**

Se ha desarrollado en forma especial en la actualidad debido a la implementación del deporte como tal, como norma de descanso y fortalecimiento de la raza humana.

**Turismo Religioso**

Hace relación como su nombre lo indica a romerías y peregrinaciones que los fieles realizan en lugares sacrosantos.

**Turismo Gastronomico**

Es la afición de satisfacer los gustos no solo a una serie de viajes para encontrar los mayores agradables, sino que un continuo intercambio de alimentos y bebidas.

**Turismo de Estudio**

Especialización, cursillos. Tiene el hombre virtud de ver atraída su curiosidad por lo nuevo y lo ignorado, es bien sabido que siempre se han considerado a los viajes como complemento indispensable de la educación.

**Turismo Científico**

Es turismo no debe limitarse solo los centros de diversión, balnearios, ni las playas, sino que hay que interesarse también quienes en sus viajes poseen fines de carácter científico e intelectual, se debe dar importancia desde el punto de vista turístico a las bibliotecas, archivos, sitios arqueológicos, reservas naturales que atraen a tantos investigador.

**Turismo Cultural Artístico**

Para conocer las obras de arte no hay medio más eficaz como la contemplación directa de las mismas y de ahí la gran atracción que ejercen los monumentos, museos, música clásica, recitales y conciertos de grandes orquestas e intérpretes de la música clásica.

**Venta personal**

El elemento final de la mezcla promocional de una organización corresponde a las ventas personales, una forma de comunicación interpersonal en la que el vendedor intenta ayudar o convencer a posibles compradores para que adquieran el producto o servicio de la compañía.

# ANEXOS



## Anexo No. 1

Cuestionario dirigido a los Gerentes / Propietarios  
de los Pequeños Hoteles de Playa



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

#### I. SOLICITUD DE COLABORACION

Somos egresados de la carrera de Licenciatura en Mercadeo y Publicidad de la Universidad Francisco Gavidia, estamos realizando nuestro trabajo de graduación, sobre el Diseño de una Guía de Promoción Turística, para incrementar la demanda turística a los pequeños hoteles de playa de los Departamentos de La Libertad y La Paz. Esta información será utilizada únicamente para fines de estudio, de antemano agradecemos su valiosa colaboración.

**Indicaciones:** Marque con una X su respuesta o conteste según corresponda

#### II DATOS DE CLASIFICACION

1. Años de operar en el mercado

- a. Menos de 3 años
- b. De 3 años a 7 años
- c. De 8 años a mas

2. Ubicación del negocio

- a. La Libertad
- b. La Paz

#### III. CUERPO DEL CUESTIONARIO

1. ¿Cuál o cuales de los siguientes servicios ofrece este hotel a los turistas?

- a. Alojamiento
- b. Restaurante
- c. Actividades recreativas
- d. Transporte
- e. Otros (Especifique)\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál de los siguientes servicios tienen las habitaciones de este hotel?

- a. Aire acondicionado  f. Otros \_\_\_\_\_
- c. Televisión
- d. Cable
- e. Internet Inalámbrico.

3. ¿Cuál es el rango de precios por habitación en este hotel?.

- a. Entre \$10 a \$30
- b. Entre \$31 a \$50
- c. Entre \$51 a \$100
- d. Mas de \$100

4. ¿Qué tipo de habitación ofrece este hotel a los turistas?

- a. Individual
- b. Doble
- c. Familiar

5. ¿Cual es el tiempo aproximado de hospedaje de los turistas que visitan este hotel?

- a. 1 a 2 días                      b. 3 a 6 días                      c. de 7 a Mas

6. ¿Qué actividades recreativas ofrece este hotel a sus huéspedes?

- a. caminatas
- b. Surfing
- c. Buceo
- d. Paseo en caballos
- e. Paseo en lancha
- f. Alquiler de Motos acuáticas

7. ¿Qué tipo de turistas atiende en su hotel frecuentemente?

- a. Turistas nacional
- b. Turistas extranjeros

c. Turistas Nacionales y Extranjeros

8. ¿De acuerdo a su experiencia, ¿Cuales son los meses de mayor afluencia de Turistas?.

---

9. ¿A través de que medio de comunicación se da a conocer este Hotel?

- |               |                          |             |                          |
|---------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a. Televisión | <input type="checkbox"/> | f. Brochure | <input type="checkbox"/> |
| b. Radio      | <input type="checkbox"/> | g. Vallas   | <input type="checkbox"/> |
| c. Prensa     | <input type="checkbox"/> | h. Banner   | <input type="checkbox"/> |
| d. Internet   | <input type="checkbox"/> | i. Otros    | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Pertenece este hotel algún gremio Hotelero de Turismo?

- a. Si                       b. No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

11. ¿En su hotel, realizan promociones de ventas para los turistas?.

- a. Si
- b. No

12. ¿Qué tipo de promoción de venta realiza este hotel?.

Especifique \_\_\_\_\_

13. ¿A través de que medio, da a conocer las promociones de venta su hotel?

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| a. Televisión | <input type="checkbox"/> |
| b. Radio      | <input type="checkbox"/> |
| c. Prensa     | <input type="checkbox"/> |
| d. Banner     | <input type="checkbox"/> |
| e. Otros      | _____                    |

14. ¿Considera usted que su hotel está bien posicionado en el mercado?

a. Si

b. No

Porque? \_\_\_\_\_

15. ¿Qué proyecciones tiene actualmente el hotel, para realizar en un corto o mediano plazo?.

a. Ampliar infraestructuras

b. Implementar nuevos  servicios

c. Otros (Especifique) \_\_\_\_\_

16. ¿Cuál de los siguientes factores considera que pueden afectar la demanda de este hotel?.

a) Falta de conocimiento por parte de los turistas

b) Competencia

c) Problemas Sociales

d) Otros (Especifique)

17. ¿Estaría dispuesto en dar a conocer su hotel, a través de una Guía Turística?

a. Si

b. No

Porque \_\_\_\_\_

18. ¿A través de que medio considera usted que es conveniente distribuir una guía de Promoción turística de los pequeños hoteles de playa, ubicados en los Dptos. De La Libertad y La Paz?.

a) Hoteles

e) Oficinas

- b) Agencias de viajes  f) Embajadas   
c) Supermercados  g) Operadoras de turismo   
d) Farmacias  h) Otros (especifique)

19. ¿Qué información le gustaría encontrar a usted, en una Guía de Promoción Turística de los pequeños Hoteles de Playa, ubicados en los Dptos. de La Libertad y la Paz.?

Especifique\_\_\_\_\_

20. ¿Conoce usted, alguna Guía de Comunicación ó Promoción Turística de los pequeños Hoteles de Playa.?

- a) Si  Cual?\_\_\_\_\_
- b) No

#### **IV. DATOS DEL ENCUESTADOR**

NOMBRE \_\_\_\_\_

LUGAR Y FECHA \_\_\_\_\_

SUPERVISOR \_\_\_\_\_



**Anexo No. 2**  
Cuestionario dirigido a la Demanda Real

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

**I. SOLICITUD DE COLABORACION**

Somos egresados de la carrera en Licenciatura de Mercadeo y Publicidad de la Universidad Francisco Gavidia, estamos realizando una Investigación sobre el conocimiento de los Pequeños Hoteles de Playa de los departamentos, de La Libertad y La Paz, por lo cual necesitamos de su valiosa colaboración, para dar respuesta a nuestro cuestionario.

**Indicaciones:** Marque con una X, la respuesta con la que mas se identifique.

**II. DATOS DE CLASIFICACION**

- Sexo : Femenino  Masculino
- Edad : a) 18 a 25 años  b) 26 a 35 años   
c) 36 a 50 años  d) Mas de 50 años
- Ingresos: a) \$150 a \$250  b) \$251 a \$350   
c) \$351 en adelante

**III. CUERPO DEL CUESTIONARIO**

1. ¿Con que frecuencia realiza paseos a los Hoteles de playa?
- a) Cada fin de semana  b) Una vez al mes  c) vacaciones de temporada   
d) Vacaciones anuales  e) Ocasionalmente
2. Cuándo realiza paseos a los hoteles de playas, ubicados en los departamentos de La Libertad y La Paz, ¿cuanto es el promedio de sus gastos?.
- a) \$50 a \$75  b) \$75 a \$100  c) \$100 a Más

3. ¿Cuándo se hospeda en un Hotel de Playa por cuanto tiempo se aloja?

- a) 1 a 3 días       b) 4 a 6 días       c) 7 a Mas

4. ¿Qué le motivo alojarse en este hotel?

- a) Atención al cliente       d) Seguridad

- b) Precio       e) Otros

(especifique)\_\_\_\_\_

- c) Ubicación

5. ¿Cuál ó cuales de los siguientes servicios considera usted importante que el hotel debe ofrecer a los turistas ?

- a) TV por Cable       c) Artesanías

- b) Tiendas de Souvenir       d) Paseos en Caballo

Especifique\_\_\_\_\_

6. ¿A través de que medios de comunicación se enteró de la existencia de este Hotel?

- a) Radio       b) Televisión       c) Prensa       d) Internet

e) Otros (Especifique) \_\_\_\_\_

7. ¿Le gustaría recibir periódicamente información sobre las promociones o paquetes turísticos que ofrece este hotel?

- a) Si       b) No

8. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre las promociones o paquetes turísticos que ofrece el hotel?

- a) E.Mail       b) Teléfono       c) Televisión

d) Periódicos  e) Radio  f) Otros

(Especifique)\_\_\_\_\_

9. ¿Cómo calificaría usted la calidad de los servicios que ofrece este Hotel?

a) Excelente  b) Buena  c) Regular

10. ¿Cómo considera los precios de los servicios que ofrece este Hotel?

a) Altos  b) Aceptables  c) Bajos

11. ¿Se encuentra satisfecho con la atención prestada por parte del personal del Hotel?

a) Si  b) No  Por que?\_\_\_\_\_

12. ¿Visitaría nuevamente este Hotel?.

a) Si  b) No  c) Por que?\_\_\_\_\_

13. ¿Recomendaría usted este hotel a sus familiares, amigos y conocidos?

a) Si  b) No  c) Por que?\_\_\_\_\_

14. ¿Qué promociones le gustaría que ofrecieran los hoteles de playa?

a) Descuentos en los servicios de restauración  b) Promoción 2 x 1

c) Cupones de descuento  e) Otros \_\_\_\_\_

15. ¿Qué clase de artículos promocionales le gustaría recibir por parte de este hotel

a) Camiseta  b) Gorras  c) Artesanías

d) Llaveros  e) Toallas  f) Otros

16. ¿Que medio de comunicación considera usted, que el Hotel debe utilizar para darse a conocer en el mercado?



- a) Guía Turística       b) Revista       c) Banner   
d) Prensa       e) Otros (Especifique) \_\_\_\_\_

17. ¿Qué tipo de mejoras considera que deben implementar en este hotel?

- a) Ampliar infraestructuras   
b) Implementar nuevos servicios   
c) Buscar apoyo de instituciones especializadas

18. ¿A su criterio, quienes son los responsables de impulsar el desarrollo de los pequeños Hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz?.

- a) Mitur   
b) Alcaldía del departamento   
c) Propietarios de los Hoteles

Porque? \_\_\_\_\_

19. ¿A través de que medio considera usted que es conveniente distribuir una guía de Promoción turística de los pequeños hoteles de playa, ubicados en los Dptos. De La Libertad y La Paz?.

- |                       |                          |                          |                          |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Hoteles            | <input type="checkbox"/> | e) Oficinas              | <input type="checkbox"/> |
| b) Agencias de viajes | <input type="checkbox"/> | f) Embajadas             | <input type="checkbox"/> |
| c) Supermercados      | <input type="checkbox"/> | g) Operadoras de turismo | <input type="checkbox"/> |
| d) Farmacias          | <input type="checkbox"/> | h) Otros (especifique)   | <input type="checkbox"/> |

20. ¿Qué información le gustaría encontrar a usted, en una Guía de Promoción Turística de los pequeños Hoteles de Playa, ubicados en los Dptos. de La Libertad y la Paz.?

Especifique \_\_\_\_\_

21. ¿Conoce usted, alguna Guía de Comunicación ó Promoción Turística de los pequeños Hoteles de Playa.?

a) Si

Cual? \_\_\_\_\_

b) No

#### **IV DATOS DEL ENCUESTADOR**

NOMBRE \_\_\_\_\_

LUGAR Y FECHA \_\_\_\_\_

SUPERVISOR \_\_\_\_\_



3. ¿Le gusta visitar los Hoteles de Playa?

a) Si                       b) No                       Porque \_\_\_\_\_

4. ¿Conoce usted algunos hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz?

a) Si                       b) No                       Cuales \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por su alojamiento en un hotel de playa?

a) Entre \$20 a \$30     b) Entre \$35 a \$50     c) \$50 en adelante

6. ¿Por cuántos días se alojaría en un hotel de playa?

a) 1 a 3 días                       b) 4 a 6 días                       c) 7 días en adelante

7. ¿Qué le gustaría encontrar en un hotel de playa?

a) Piscina                       b) Restaurante                       c) Aire acondicionado   
d) Cable                       e) Áreas recreativas                       f) Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Considera usted que los hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz, tienen publicidad?

a) Si                       b) No

9. ¿Cree usted que es necesario hacer publicidad a los pequeños hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz?

a) Si                       b) No

Porque \_\_\_\_\_

10. ¿Por qué medio de comunicación, considera usted que se deben dar a conocer los pequeños hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz?.

a) Televisión                       b) Radio                       c) Prensa

e) Revista  f) Guía Turística  g) Otros

11. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que ofrecieran los hoteles de playa?

a) Paquetes de fin de semana  b) Promoción 2 x 1

c) Cupones de descuento  d) Paquetes de temporadas

e) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

12. ¿Considera usted que se debe dar publicidad a nivel internacional a los Hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz?.

a) Si  b) No

13. ¿Que hoteles de playa considera usted que tienen mas demanda?

a) La Libertad  b) La Paz

14. ¿De los siguientes aspectos, cuál o cuales considera usted que deben mejorar los pequeños hoteles de playa de los Dptos. de La Libertad y La Paz?.

a) Infraestructura  s) Servicios de productos  c) Precios

d) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

15. ¿A su criterio, quienes son los responsables de impulsar el desarrollo de los Pequeños hoteles de playa de los departamentos de La Libertad y La Paz?.

a) Mitur  b) Alcaldía del departamento  c) Propietarios de los Hoteles

d) Porqué \_\_\_\_\_

16. ¿A través de que medio considera usted que es conveniente distribuir una guía de Promoción turística de los pequeños hoteles de playa, ubicados en los Dptos. de La Libertad y La Paz?.

a) Hoteles	<input type="checkbox"/>	e) Oficinas	<input type="checkbox"/>
b) Agencias de viajes	<input type="checkbox"/>	f) Embajadas	<input type="checkbox"/>
c) Supermercados	<input type="checkbox"/>	g) Operadoras de turismo	<input type="checkbox"/>
d) Farmacias	<input type="checkbox"/>	h) Otros (especifique)	<input type="checkbox"/>

17) ¿Qué información le gustaría encontrar a usted, en una Guía de Promoción Turística de los pequeños Hoteles de Playa, ubicados en los Dptos. de La Libertad y la Paz.?

specifique \_\_\_\_\_

18) ¿Conoce usted, alguna Guía de Comunicación ó Promoción Turística de los pequeños Hoteles de Playa.?

a) Si  Cual? \_\_\_\_\_

b) No

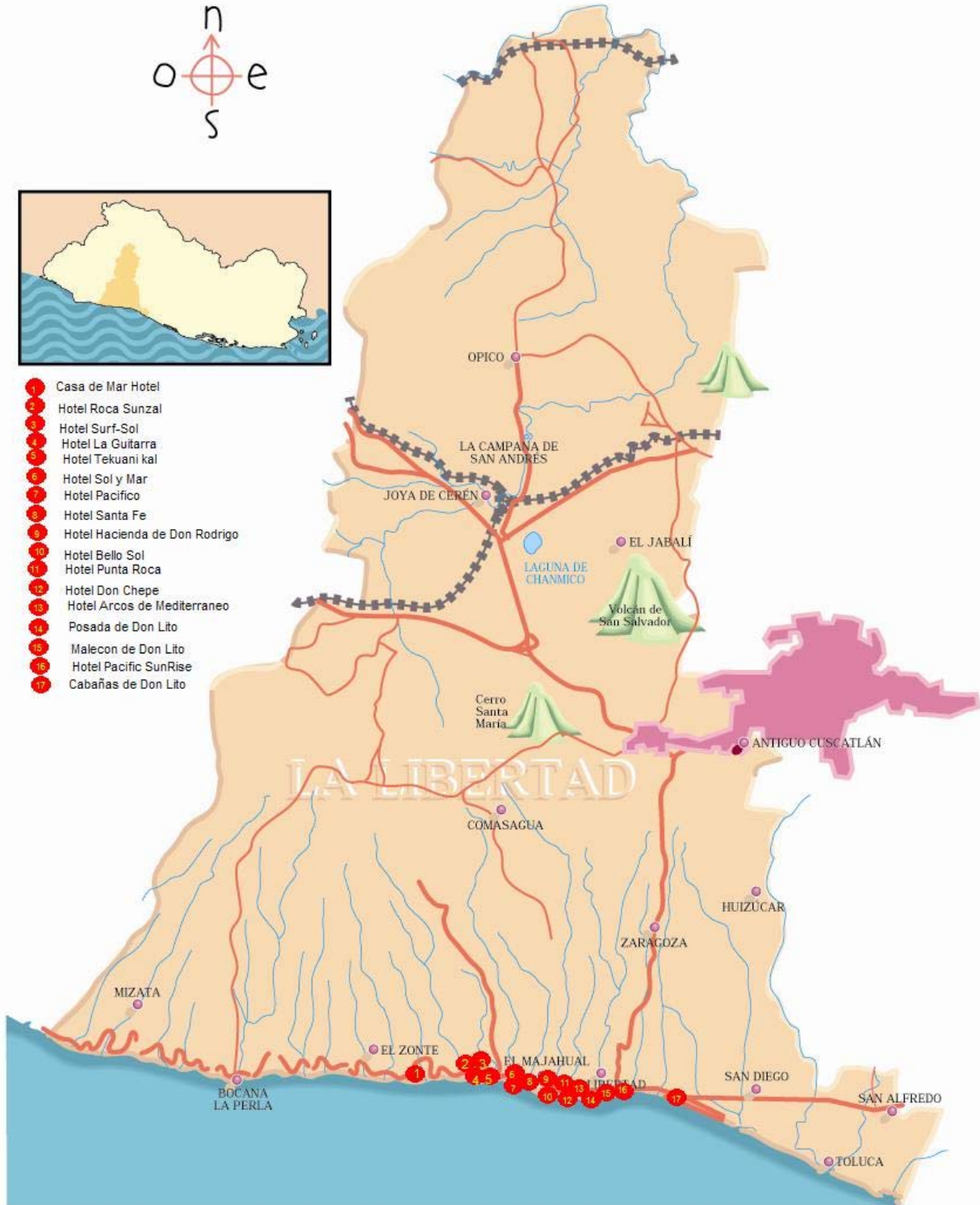
**IV DATOS DEL ENCUESTADOR:**

NOMBRE : \_\_\_\_\_

LUGAR Y FECHA: \_\_\_\_\_

SUPERVISOR : \_\_\_\_\_

# ANEXO # 4



## Anexo # 5

