

UNIVERSIDAD DOCTOR ANDRÉS BELLO

DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL.

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ACTIVOS  
NATURALES, GASTRONÓMICOS Y CULTURALES COMO PRODUCTOS  
TURÍSTICOS DE LOS MUNICIPIOS DE SAN MIGUEL TEPEZONTES Y PARAÍSO  
DE OSORIO.

© Universidad Doctor Andrés Bello, 2010.

Investigadora:  
Iris Aída Méndez Mata

Con la cooperación técnica de:  
Iván Josué Cortez  
Norma Estela López Ventura

Todos los derechos reservados. Se permite su reproducción parcial o total para fines académicos previa autorización de la Universidad Doctor Andrés Bello.

## INDICE DE CONTENIDOS

1. PRÓLOGO:.....	1
2. RESUMEN.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:.....	4
2.1 Objetivo General: .....	4
2.2 Objetivos Específicos: .....	4
3. MARCO TEORICO .....	5
3.1 Turismo y comunicación. ....	5
3.2 Plan de Comunicación. ....	5
3.3 Productos turísticos. ....	7
3.3.1 Componentes de un producto turístico. ....	7
3.3.2 Singularidades del producto turístico. ....	8
3.3.3 Características de un producto turístico.....	9
3.4 Historia de los Municipios.....	10
3.4.1 Historia de San Miguel Tepezontes.....	10
3.4.1.1 Origen y Etimología de San Miguel Tepezontes.....	10
3.4.1.2 Historia y trascendencia: .....	10
3.4.1.3 San Miguel arcángel Patrono del Municipio, su Aparición (Mito): .....	11

3.4.2	Atractivos Naturales de San Miguel Tepezontes.....	12
3.4.2.1	Mirador de Altos de Soledad Las Flores. ....	12
3.4.2.2	Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde): .....	13
3.4.2.3	Mirador “Finca El Mojón”: .....	14
3.4.2.4	Isla de los patos .....	15
3.4.3	Gastronomía de San Miguel Tepezontes.....	16
3.4.4	Artesanías de San Miguel Tepezontes.....	16
3.4.4.1	Petates y Tejidos en Telares de Cintura y Palanca .....	17
3.4.5	Historia de Paraíso de Osorio. ....	18
3.4.5.1	Nacimiento de un gran pueblo.....	18
3.4.5.2	Historia .....	19
3.4.6	Atractivos Naturales de Paraíso de Osorio.....	22
3.4.6.1	POZA DE LA PITA .....	22
3.4.6.2	POZA DEL AMATE.....	23
3.4.6.3	POZA TEPILO.....	24
3.4.7	GASTRONOMÍA DE PARAÍSO DE OSORIO .....	25
3.4.8	ARTESANIAS DE PARAÍSO DE OSORIO.....	25
3.5	DESCRIPCIÓN DE LOS LUGARES DE ESTUDIO .....	27
3.5.1	<i>MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES:</i> .....	27
3.6	Municipio de Paraíso de Osorio. ....	29
3.7	Población en estudio.....	30
3.8	El perfil del público sujetos de investigación.....	30

3.9	Muestra.....	31
3.10	Instrumentos de recolección de datos.....	31
3.11	Validación del Instrumento. ....	31
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS .....	32
5.	AGRADECIMIENTOS.....	59
6.	DISCUSIÓN.....	60
7.	CONCLUSIONES: .....	61
8.	RECOMENDACIONES: .....	63
9.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	64
10.	ANEXO: .....	65

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1.San Miguel Arcángel, patrono de San Miguel Tepezontes.....	11
Figura 2.Mirador de Altos de Soledad Las Flores.....	12
Figura 3.Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde).....	13
Figura 4.Mirador “Finca El Mojón”.....	14
Figura 5.Isla de los patos.....	15
Figura 6.Tamales elaborados en el municipio 1. Tamal de pescado 2. Tamal Nixtapite.....	16
Figura 7.Piezas trabajadas entelares y Petate con listones.....	17
Figura 8.Calle principal del Municipio de Paraíso de Osorio.....	20
Figura 9.Poza de la pita Municipio de Paraíso de Osorio.....	22
Figura 10.Poza del Amate Municipio de Paraíso de Osorio.....	23
Figura 11.Poza Tepilo Municipio de Paraíso de Osorio.....	24
Figura 12.Platos típicos de Paraíso de Osorio.....	25
Figura 13.Artesanías de Paraíso de Osorio.....	26
Figura 14.Municipio de San Miguel Tepezontes. (Tomada de Google earth).....	28
Figura 15.Municipio de Paraíso de Osorio. (Tomada de Google earth).....	30

## INDICE DE GRAFICAS

Grafica 1.Genero de los entrevistados.....	32
Grafica 2.Nacionalidad de los entrevistados. ....	33
Grafica 3.Edad de los entrevistados. ....	34
Grafica 4.Nivel de estudio de los entrevistados. ....	35
Grafica 5.Estado civil de los entrevistados.....	36
Grafica 6.Ocupación de los entrevistados. ....	37
Grafica 7.Ingresos familiares de los entrevistados. ....	38
Grafica 8.Le gustaría encontrar un lugar cerca de San Salvador donde salir de paseo. ....	39
Grafica 9.Conoce la Ruta Panorámica.....	40
Grafica 10.Sabe que municipios conforman la Ruta Panorámica. ....	41
Grafica 11.Cuáles son los lugares de la Ruta Panorámica .....	42
Grafica 12.De los lugares que conoce ¿cuál fue el que más le gusto? .....	43
Grafica 13.Cite un aspecto o característica por la que más .....	44
Grafica 14.Cuál de los siguientes platos típicos de .....	45
Grafica 15.Que aspecto resaltaría más del plato que degusto. ....	46
Grafica 16.De las siguientes artesanías de la Ruta Panorámica cuales conoce? .....	47
Grafica 17.Cuál de todas las artesanías que conoce le gusto más? .....	48
Grafica 18.Que aspectos de la artesanía considera.....	49
Grafica 19.Sale con frecuencia de paseo. ....	50
Grafica 20.Cuando sale de paseo que tipo de turismo hace. ....	51
Grafica 21.Cual es la temporada en que más sale más de paseo. ....	52
Grafica 22.Que lugares son los que prefiere visitar.....	53
Grafica 23.Cuando realiza un viaje que le gustaría encontrar para comprar.....	54
Grafica 24.Que otros aspectos esperan encontrar cuando visita un lugar. ....	55
Grafica 25.Cuál de los medios es el más adecuado.....	57
Grafica 26.Cuanto estaría dispuesto a pagar en.....	58

## **1. PRÓLOGO:**

En El Salvador el sector turístico está cobrando un auge muy importante ejemplo de esta tendencia es que en el año 2009 tuvo una participación creciente en el producto interno bruto del país de un 2.6 % según datos oficiales, es también una de las fuentes generadoras de empleo para un gran número de habitantes de los lugares donde se desarrolla esta actividad.

La actual coyuntura económica local y las ventanas de oportunidad del contexto nacional e internacional, generan la necesidad de pensar en estrategias de desarrollo turístico constituyéndose como un eje clave en el proceso de desarrollo local sustentable, por lo tanto es importante que este sea inclusivo para garantizar la distribución de los beneficios generados a todos los habitantes del lugar.

En este contexto se vuelve prioritario realizar estudios que aporten insumos para la creación de nuevas rutas turísticas y que al mismo tiempo, estos sean dados a conocer para generar un mayor impacto. La Universidad Doctor Andrés Bello se suma a la iniciativa de contribuir al desarrollo local de municipios con bajo índice de desarrollo humano pero con gran potencial debido a sus activos escénicos y culturales, a través de la propuesta de nuevos productos turísticos que eleven sus capacidades competitivas, asimismo establecer sinergias que permitan un mejor posicionamiento en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

En este documento se presenta un plan de comunicación para la promoción de los activos naturales, gastronómicos y culturales como productos turísticos de los municipios de San Miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio.

Dr. José Roberto Hernández Rauda  
Director Nacional de Investigación y proyección Social.

## 2. RESUMEN

El turismo es en la actualidad uno de los sectores que contribuyen a la dinamización económica porque genera divisas para el país en el que se realiza, formando así parte importante del producto interno bruto del mismo; todas las personas que se relacionan con la actividad turística tienen un beneficio económico directo o indirecto por ejemplo en el sector turismo por cada persona empleada directamente genera diez empleos más indirectamente ya sea prestando servicios en alojamiento, alimentación, o venta de artesanías en su lugar de origen; otro ejemplo en el que el turismo influye económicamente es en el desarrollo de las comunidades porque las familias involucradas en la atención a turistas de un lugar determinado obtienen un beneficio para sí mismas y para su comunidad mejorando así su nivel de vida.<sup>1</sup>

La investigación ejecutada consiste en un plan de comunicación para dar a conocer los activos naturales, gastronómicos y culturales como productos turísticos de los municipios de San Miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio para la misma se tomó información de dos investigaciones que la Universidad Doctor Andrés Bello realizó en el año 2009 estas son: Estudio de percepción de imagen del municipio de San Miguel Tepezontes, entre empresarios y consumidores de la ciudad de San Salvador: Lineamientos para la construcción de la Imagen-Región de la Ruta del Lago; Identificación, localización y puesta en valor de atractivos naturales y culturales de San Miguel Tepezontes, en estas se identificaron los atractivos del municipio esta información fue retomada como insumo para la elaboración del plan, en la parte que se refiere al mencionado municipio en el caso de Paraíso de Osorio se realizó un levantamiento de información de todos los activos naturales, gastronómicos y culturales como productos turísticos, después se procedió a la recolección de datos a través de un instrumento aplicado a una población constituida por ciento cincuenta personas que aportaron insumos para la identificación de las preferencias de los potenciales visitantes a los Municipios, así como de los que ya los conocen y destacaron algunos atractivos y características de estos que ayudan a fortalecer y dirigir su promoción a los diferentes sectores que están apoyando al sector turístico así como a las personas que acostumbran visitar diferentes destinos de nuestro país .

---

<sup>1</sup> Buenas tareas, El turismo como actividad Económica; [www.buenastareas.com/...Turismo-Como-Actividad-Económica/184083.html](http://www.buenastareas.com/...Turismo-Como-Actividad-Económica/184083.html), 11 de diciembre 2010.

## 1. INTRODUCCIÓN

La comunicación es una de las políticas inherentes a toda actividad constituida por humanos esta va a necesitar medios para darse a conocer en el caso específicamente del potencial turístico con el que cuenta determinada región en relación con la oferta del producto turístico y la demanda de este en determinados sectores, se vuelve necesario contar con un mecanismo de divulgación que facilite el acercamiento con un segmento determinado de potenciales consumidores.

El turismo es una de las actividades más importantes para la economía de un país por su gran dinamismo y capacidad de desarrollo. En El Salvador se estima que el sector turismo ofrece un total de 41,313 empleos anuales <sup>2</sup>cantidad que puede aumentar a medida que el rubro se vuelva más desarrollado y competitivo con relación al resto de países centroamericanos. En la actualidad el turista está en la búsqueda de experiencias únicas acordes a sus gustos necesidades y preferencias, como lo son el interactuar con las comunidades que visita e interrelacionarse con la naturaleza.

Una característica del turismo es que las comunidades receptoras se involucran en las actividades y los beneficios económicos que se generan son distribuidos entre todos los actores, así mismo se busca la participación de todos entre los que podemos destacar gobierno local, micro y pequeñas empresas y otras organizaciones. En base a lo anterior el presente plan busca la promoción de los activos naturales, gastronómicos y culturales como productos turísticos de los municipios de San Miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio en el departamento de La Paz, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico de los mismo y que este mejore la calidad de vida de sus habitantes.

---

<sup>2</sup> Ministerio de Turismo de El Salvador.

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:**

### **2.1 Objetivo General:**

Estructurar un plan de comunicación que facilite la promoción de los activos naturales, gastronómicos y culturales como productos turísticos de los municipios de San Miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio en el departamento de La Paz.

### **2.2 Objetivos Específicos:**

- Caracterizar los activos naturales, gastronómicos y culturales de los municipios en estudio.
- Proponer los activos naturales, gastronómicos y culturales de los municipios como productos turísticos.
- Determinar la percepción de las personas residentes en San Salvador sobre los productos turísticos de los municipios en estudio.
- Transferir el plan de comunicación a los gobiernos locales, al tejido cultural y productivo de los municipios de San Miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio.

### **3. MARCO TEORICO**

#### **3.1 Turismo y comunicación.**

Un destino turístico podría ser "el Paraíso sobre la Tierra" pero si el público no sabe de él, es como si jamás hubiera existido para el resto del mundo. La Comunicación, por ende, es base fundamental de la promoción o publicitación de un producto no importa de qué índole o efecto, incluyendo el producto turístico como parte del proceso de mercadeo o marketing de ese producto en el mercado que se haya elegido.

Para que un objeto, servicio, propiedad, sector, zona, región, o país se convierta en una atracción turística con caracteres de producto para ser mercadeado, es necesario que este potencial producto llene una serie de requisitos mínimos que son necesarios, antes de que este pueda considerarse en condiciones para poder competir con los múltiples productos similares que optan por el favor de los consumidores en este caso los turistas uno de los requisitos es promoción de este.<sup>3</sup>

La Organización Mundial de Turismo ha exteriorizado con mayor claridad, de que, tanto el sector privado, como el sector público del turismo, amplíen su interrelación con los medios de comunicación locales e internacionales para contribuir al desarrollo de los productos turísticos, pero que también se acepte como bueno y válido su insoslayable deber de actuar como guardianes de este producto.<sup>4</sup>

#### **3.2 Plan de Comunicación.**

Para la elaboración de un plan de comunicación turística es necesario tomar en cuenta dos aspectos muy importantes, como es la comercialización (enfocada al mercado potencial) y la concientización (capacitación enfocada a la localidad receptora).

La comercialización turística incluye todas aquellas técnicas relativas a la divulgación, transferencia y venta de bienes y servicios turísticos del productor al consumidor. Constituye el aprovechamiento y diseño de medios para dar a conocer el servicio, políticas

---

<sup>3</sup> Rodolfo Espinal, La Comunicación en el Turismo, El Viajero digital; elviajero.com.do/turismo/opinion/comunicacion\_turismo/.../html/; 11 de noviembre 2010

<sup>4</sup> Informe de la Organización Mundial del Turismo, 11 de Sep.2008

de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores.

La conciencia turística es el conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico a través de la hospitalidad y comprensión, para lograr que el viajero obtenga una plena satisfacción en su estadía.

Una vez determinadas las preferencias del viajero en el estudio de mercados se debe establecer la promoción dirigida hacia el ofrecimiento de un turismo alternativo, el cual se caracteriza por la combinación de aspectos histórico-culturales y ecológicos con descanso y recreación, permitiendo al turista no solo disfrutar del ocio y diversión, sino también enriquecer sus conocimientos y experiencias.

En el aspecto de comercialización, es necesario determinar los segmentos del mercado hacia los cuales puede ser dirigido el servicio turístico. Derivado del estudio de Mercados, puede establecerse que el mercado potencial, dividido en diferentes grupos socio-culturales y económicos hacia los cuales se ha de enfocar la comercialización.

La Comunicación es una de las políticas inherentes a cualquier actividad que se realice por parte de una institución, ya que toda entidad constituida por humanos va a necesitar relacionarse, transmitir, interna y externamente, sus opiniones, reivindicaciones, necesidades o logros.

Da lo mismo que sea una empresa que una asociación de profesionales dedicados a la investigación en cualquier rama de la Sanidad. Es prioritario darse a conocer, “vender” su actividad, hacer Marketing de su gestión, si se quiere permanecer en el mercado o recibir la aquiescencia de la Sociedad.

Suele indicarse que “lo que no se comunica, no existe” y, en algunas ocasiones, esta afirmación puede parecer exagerada. Sin embargo, la terca realidad lo constata. El Marketing, la Comunicación, han desmentido al refrán castellano que aseguraba que “el buen paño en el arca se vende”. Esto ya no es cierto.

Esta imperiosa necesidad de comunicar, de transmitir al exterior y al interior de la institución, debe hacerse de forma metódica y sistemática, a través de una correcta planificación y tras un previo análisis de aquellas circunstancias del entorno que pudieran influir en el proceso.

### **3.3 Productos turísticos.**

Es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades. Paquete turístico que incluye atractivos<sup>5</sup>.

#### **3.3.1 Componentes de un producto turístico.**

- Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.
- Facilidades: son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.
- Accesos: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.
- Herencia cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. Es una importante motivación para los turistas.
- Demanda: Comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.
- Oferta: evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean que sean ofrecidos a la clientela de un destino.

---

<sup>5</sup> Luciana Sciascia, Evolución histórica del marketing; [www.mailxmail.com/cursos/producto-turistico](http://www.mailxmail.com/cursos/producto-turistico); 11 de noviembre 2010

### 3.3.2 Singularidades del producto turístico.

Los productos turísticos tienen las siguientes singularidades<sup>6</sup>:

- Bien de consumo abstracto: inmaterial e intangible  
Los consumidores no pueden verlos antes de consumirlos. No se pueden comparar con otros productos antes de su consumo.
- Coincidencia espacial y temporal de la venta y de las prestaciones de servicio turístico para su consumo: antes del consumo no hay nada ya que los servicios son consumidos en el momento de su utilización. El servicio turístico puede ser evaluado después de su utilización.
- Imposibilidad de Stock: el producto turístico es de consumo inmediato, imposible almacenamiento, los componentes de un producto turístico que no pueden ser vendidos en un día, jamás serán recuperados.
- Necesidad de la clientela en el lugar de la prestación: es preciso que el turista se traslade al destino, esto lo diferencia de los bienes industrializados, la manera de consumirlos.
- Son prestados en forma irregular: Complementariedad de los componentes: se relacionan y se tornan independientes. La falta de uno o muchos de los componentes puede influir negativamente e imposibilitar la presencia del turista.
- Concentración de las actividades turísticas en espacio y tiempo: a esto se lo denomina estacionalidad, el turismo se concentra en determinadas regiones en periodos de tiempo determinado relativamente cortos.
- Inestabilidad de la demanda: hace que se torne difícil prever y proveer con exactitud los productos turísticos. Demanda heterogénea: la demanda presenta heterogeneidad en un determinado país (a veces)
- Es estático: es imposible mudar la localización de un atractivo turístico.

---

<sup>6</sup> Ibid.

- Un producto turístico puede ser tanto una actividad (cabalgatas en un determinado Valle), una modalidad (en veranos nada mejor que el mar) o un destino (Viaje a El Bolsón).

Los productos turísticos responden a una necesidad básica: consumo del tiempo libre. Estas necesidades son de tipo psicológico y depende de las formas culturales de uso de tiempo libre que predominan en el círculo al que pertenece el consumidor potencial. La necesidad genera motivaciones las que crean expectativas y condicionan la elección del producto o destino del viaje. Una vez concluido el viaje se produce la satisfacción, que puede ser negativa o positiva.

Un producto turístico presenta dos tipos de utilidades:

- Utilidad básica: es aquella que está determinada por los atractivos y actividades o productos que se pueden realizar en un destino determinado.

### **3.3.3 Características de un producto turístico<sup>7</sup>.**

- El producto es tangible
- La oferta es intangible
- Hay que mostrarla con imágenes
- Su uso es ocasional
- Su consumo es prescindible
- Su compra se decide en el momento o anticipadamente
- Cada tipo de servicio tiene su marketing
- Hay una variedad de ofertas
- Hay una variedad de servicios.

---

<sup>7</sup> Claudia Rodríguez; Turismo y Marketing, [www.turismoymarketing.com/ampliarnotapublica.php](http://www.turismoymarketing.com/ampliarnotapublica.php); 12 de octubre 2010

### **3.4 Historia de los Municipios**

#### **3.4.1 Historia de San Miguel Tepezontes**

##### ***3.4.1.1 Origen y Etimología de San Miguel Tepezontes.***

En La época prehispánica el territorio formó parte del Señorío de Cuscatlán y, durante la colonia y época moderna ha pertenecido a las jurisdicciones de San Salvador y Zacatecoluca

En la serranía que limita por el flanco austral a la laguna de Ilopango se estableció San Miguel Tepezontes, municipio del Departamento de La Paz, tribu de la familia Yaqui o Pipil, San Miguel se dice Tepezontes que en su idioma quiere decir “veinte veintes de cerros” ó “cuatrocientos cerros”, porque los indios siempre cuentan por veintes en sus compras o ventas.<sup>8</sup>

Proviene de Tepe, Tepec, -Cerro, montaña, localidad-; y tzonte, centzunt, -cuatrocientos o veinte veintes-”, en la actualidad se traduce como: “Lugar de muchos cerros”

Al visitar este lugar, el turista o visitante puede apreciar la abundancia de cerros, lomas y barrancas que conforman su topografía.

Cuenta con una extensión territorial de de 46.24 Km<sup>2</sup>, situado a 800 mts. sobre el nivel del mar, con clima cálido en la mayor parte del municipio moderado por el Lago de Ilopango, y en las partes altas y montañosas con temperaturas bajas que oscilan entre 18 y 22 grados centígrados en invierno, hasta alcanzar los 30 grados en verano.

##### ***3.4.1.2 Historia y trascendencia:***

Sus orígenes datan desde la época precolombina, cuya población en el año 1770 fue anexada al municipio de San Pedro Masahuat, posteriormente en 1,786 perteneció al municipio de Olocuilta. De 1,824 a 1,835 perteneció al Departamento de San Salvador, y hasta 1,839 perteneció al departamento de Cuscatlán. Posteriormente desde ese año y hasta 1,842 se convirtió por primera vez en jurisdicción del departamento de La Paz, luego paso a

---

<sup>8</sup> Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes, Diagnostico estratégico2008

ser parte del municipio de San Salvador por segunda vez. Finalmente desde el 21 de febrero de 1,852 por decreto de Ley paso a ser jurisdicción del departamento de La Paz.

El poblado fue destruido por los terremotos de 1,879, surgiendo de ese hecho los “Cerros Quemados” en el Lago de Ilopango, para 1880, su área territorial se vio disminuida.

En el año de 1,910 bajo la presidencia del entonces presidente Manuel Enrique Araujo, obtuvo el Título de Villa que lo mantiene hasta la fecha.<sup>9</sup>

### ***3.4.1.3 San Miguel arcángel Patrono del Municipio, su Aparición (Mito):***



**Figura 1. San Miguel Arcángel, patrono de San Miguel Tepezontes.**

San Miguel Arcángel es el patrono del Municipio en su honor se celebran las fiestas patronales del mismo, se dice que apareció en un lugar llamado Yesera un 8 de mayo, y que en este lugar lo vieron por primera vez dos ancianas que buscaban leña, escucharon que tocaban un tambor, al llegar al lugar apareció un gallo al que no pudieron agarrar. Al día siguiente volvieron al lugar y encontraron un torito; regresaron el tercer día y quien apareció fue San Miguel Arcángel con su espada y las vio, intentaron tocarlo pero no se los permitió, una de las ancianas dio aviso a la gente, mientras la otra se quedó cuidando para

---

<sup>9</sup> Ibid

que no se fuera, le llevaron el “*Baile de la historia*” para que lo viera y se diera cuenta que no querían hacerle daño. Es por eso que se celebra del 5 al 8 de mayo la fiesta titulada “San Miguel Aparición”.<sup>10</sup>

### **3.4.2 Atractivos Naturales de San Miguel Tepezontes.**

Un atractivo natural, en la medida en que se promoció se podrá aprovechar sabiamente, ya que por sus características únicas pueden brindar la oportunidad de que se incentive la visita de personas sin descuidar su conservación y protección. El municipio cuenta con una variedad de atractivos que se detallan a continuación.<sup>11</sup>

#### **3.4.2.1 Mirador de Altos de Soledad Las Flores.**



**Figura 2. Mirador de Altos de Soledad Las Flores.**

Ubicado en el Cantón Soledad Las Flores, Jurisdicción de San Miguel Tepezontes, Su ubicación específica: se encuentra al oriente a una distancia de 5 km. de la Ciudad de San Miguel Tepezontes sobre la Carretera La Panorámica, a una altura de 1250 msnm.

- Ofrece en su estado natural brisa proveniente de lado norte donde está ubicado el Lago de Ilopango;

---

<sup>10</sup> Casa de la cultura de San Miguel Tepezontes; Revista de festejos patronales.

<sup>11</sup> Méndez Mata, Iris, Estudio de percepción de imagen del municipio de San Miguel Tepezontes, entre Empresarios y consumidores de la ciudad De San Salvador: Lineamientos Para La Construcción De La Imagen-Región De La Ruta Del Lago; Universidad Doctor Andrés Bello, 2009.

- Vista panorámica con un paisaje completo de la extensión Lacustre del Lago de Ilopango, en sus diversos componentes como las Isla de Los Patos, La Posa Verde y la completa superficie de agua que refleja como un espejo el azul de la atmósfera.

#### **3.4.2.2 *Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde):***



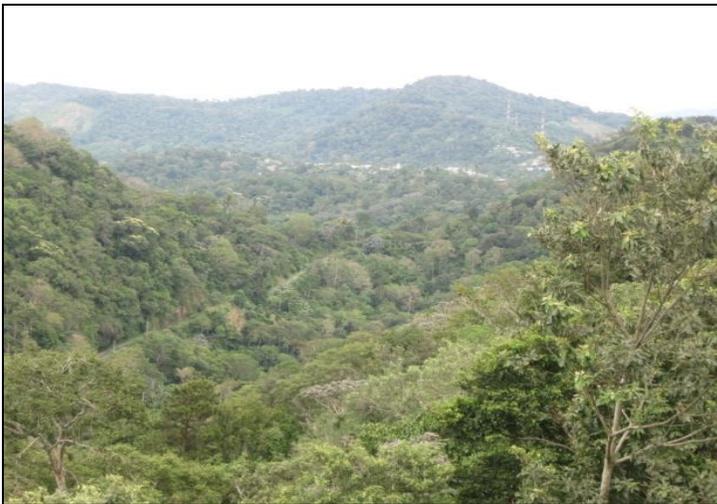
**Figura 3. Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde).**

Esta tiene su origen por que se dice que hace años querían llevarse el lago, pero solo se pudieron llevar una parte , quedando solo la playa partida en ese lugar se formó la poza verde que tiene este nombre porque su fondo era muy verde y el agua se veía verde, en un temporal que hubo en 1934 se inundó todo uniéndose el lago de nuevo, quedando la poza a la orilla del lago, pero forma parte del mismo, siempre mantiene el nombre de poza verde manteniendo su color verde hasta esta fecha en esta área antes solo había arena , esta poza estaba unida al cerro tuligo, que en la actualidad está a la par de la misma, su parte alta es cultivada por los agricultores de la zona, también existe ganado que baja a tomar agua a la poza verde

- Ubicada en el margen del Lago de Ilopango, en la jurisdicción de San Miguel Tepezontes.

- Ofrece como atractivo, espacio suficiente en las márgenes y playa de arena propicias para las actividades turísticas, acuáticas y de pesca.
- Se ubica a 200 mts. Las instalaciones de una cooperativa pesquera que realiza las actividades de pesca artesanal, cultivo y cría de peces en estanques a orilla del lago, los que son comercializados dentro del municipio y ciudades vecinas de otros municipios.
- Posee abundante vegetación (bosques), clima fresco, y fauna silvestre abundante.
- La vía de acceso al lugar es la llamada “Calle de lago”, con un recorrido de ruta de 5 kms. Presenta en su entorno una reserva forestal se respira aire natural purificado.

#### **3.4.2.3 Mirador “Finca El Mojón”:**



**Figura 4. Mirador “Finca El Mojón”.**

Ubicado a 3 kms. hacia el occidente de la ciudad de San Miguel Tepezontes.

- Ofrece un exquisito clima fresco, a una altura de 1,200 msnm
- Expone entre sus atractivos a los visitantes una belleza natural, su entorno lleno de abundante bosque en el que prevalece el café, árboles frutales y todo tipo de vegetación.

- Ofrece una completa vista panorámica hacia el lago de Ilopango ubicado hacia el norte del lugar, así también se aprecia el paisaje de la costa del departamento de La Paz ubicada al sur.
- Entre su infraestructura se encuentra una casa de campo de sistema mixto con portales a su alrededor espacio exterior con grama y jardines que muestran la flora del lugar.
- También ofrece vista panorámica a los cerros más importantes del municipio como los cerros Tepehulo y San José La Loma, que poseen una abundante zona de bosques, flora y fauna del lugar, con una altura máxima de 1200 msnm.

#### ***3.4.2.4 Isla de los patos***



**Figura 5. Isla de los patos.**

Esta isla tiene ese nombre porque hace muchos años en ella abundaban los patos silvestres, en las tardes se llenaba de ellos porque ahí dormían, antes esta isla estaba a la orilla del lago ahora por las lluvias esta aproximadamente a tres kilómetros de la orilla del lago.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Ibid.

### 3.4.3 Gastronomía de San Miguel Tepezontes.

El Municipio de San Miguel Tepezontes se caracteriza por su peculiar gastronomía que se vuelve una excelente opción para ofrecer a sus visitantes prueba de esto es el tamal Nixtapite es el plato típico que representa al municipio, este es un tamal elaborado a base de masa de semillas de ayote mejor conocido como alhuasiste, todo esto sazonado con comino, consomé de Camarón, tomates, ajo, pimienta, este lleva de relleno un pescado entero solo alineado, y está envuelto en hojas de caña de Cristo, para evitar que la masa se salga se amarra el tamal con un mecate ya sea de mata de huerta o de tule, los tamales tardan media hora en cocinarse y los pobladores los acompañan de tortillas y limón.<sup>13</sup>



Figura 6. Tamales elaborados en el municipio 1. Tamal de pescado 2. Tamal Nixtapite.

### 3.4.4 Artesanías de San Miguel Tepezontes

Las artesanías representativas del municipio son los petates que este lleva muchos años de elaborarse son pocas personas las que se dedican a trabajarlos y son mujeres de ancianas de el pueblo, el material es únicamente la planta de tule que es trabajada para este fin actualmente se están incorporación de listones para darle mayor vistosidad a la pieza y abrirse a nuevos lugares de comercialización. En el municipio también se está trabajando un grupo de personas entre mujeres y jóvenes que están elaborando piezas en telares de

<sup>13</sup> Méndez Mata, Iris; Identificación, Localización y puesta en valor de atractivos naturales y culturales de San Miguel Tepezontes, Universidad Doctor Andrés Bello, 2009

cintura y palanca obteniendo manteles, bufandas chales y algunas piezas de vestimenta para damas esta iniciativa está siendo apoyada por la Alcaldía Municipal.<sup>14</sup>



**Figura 7. Piezas trabajadas entelares y Petate con listones.**

#### ***3.4.4.1 Petates y Tejidos en Telares de Cintura y Palanca***

Las artesanías son las obras materiales que hace el hombre con sus manos, sin emplear para ello las técnicas y maquinarias modernas, cuyos modelos son tradicionales y que vienen a satisfacer las necesidades de los consumidores de las mismas, estas no son tampoco, como las otras fabricadas en series: todas iguales. Cada una de ellas es elaborada aparte y, aunque sigan un modelo tradicional y su tamaño sea semejante, habrá pequeñas diferencias que las individualizan como pieza aparte.

Como en todo proceso las generaciones fueron eligiendo formas y técnicas que terminaron por satisfacer a todos y hacerse tradicionales. Cada país y región tiene las suyas que son únicas e insustituibles.<sup>15</sup>

El material utilizado por lo general es adquirido en el lugar donde se elaboración es manual y es realizada de forma individual o en grupos reducidos, por lo común entre familiar.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Folklore y Artesanías, Que son las artesanías, [www.folklore.cl/artesania.html](http://www.folklore.cl/artesania.html), citada el 21 de febrero 2011.

Estas son elaboradas de manera empírica y transmitidas de generación a generación, su función principal es la de adornar o decorar los hogares de quienes las compra

### **3.4.5 Historia de Paraíso de Osorio.**

#### ***3.4.5.1 Nacimiento de un gran pueblo***

El Valle de la pita fue habitado por comunidades indígenas de raza pipil, se han encontrado muchos vestigios que nos revelan su presencia, aunque no están concentrados en algún museo, piezas valiosas de cerámica con figuras de monos, pavos, cusucos, venados, jarrones, ollas, etc. Yacen en poder de particulares, no hay control sobre estos hallazgos hechos entre la zona de la quebrada el Copinol, la quebrada seca los Martínez y la quebrada el Cangrejo, también en el Cantón San Luis los Zacatales se han encontrado muchas piezas, testigos mudos que nos revelan los grupos étnicos que habitaron en el Valle de la Pita en las épocas precolombina y colonial.<sup>16</sup>

De ese mismo tiempo también se han encontrado pruebas de la presencia de españoles, espadas y otros artículos propios de esa cultura se han hallado en el Cantón San Luis los Zacatales (Don Rubén López Velásquez, tiene algunas pruebas)este señor residente en el mencionado cantón, ha logrado hacer su colección de piezas tanto de la época precolombina como de la colonial. Otra prueba es el obraje donde se procesaba el añil extraído del jiquilite, las pilas en ruinas localizadas por el pequeño río el Amate que desemboca en la quebrada de Chacalapa en el sector sureste del límite con Santa Cruz Analquito, en terrenos que actualmente pertenecen a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Paraíso de Osorio (COPADEO) propiedades que formaron parte de la hacienda Paraíso, de cuyo propietario no se tiene referencia de su identidad, pero conociéndose del proceso de expropiación que se llevó a cabo después de la firma de la Independencia de Centro América, se deduce que estas tierras fueron abandonadas por sus propietarios, los pocos habitantes que quedaron se mudaron al sector de la quebrada la Pita, surgiendo así un nuevo asentamiento, el que se constituyó en el casco urbano actual; no se sabe si al Valle se le asignó el nombre de la quebrada o a la quebrada se le dio el nombre del valle, lo que si

---

<sup>16</sup> López Alas, Roberto; El libro del pueblo de Paraíso de Osorio.

conocemos es que a lo largo del recorrido de esta quebrada que nace en la jurisdicción del vecino pueblo de San Emigdio y atraviesa todo el valle que lleva su mismo nombre, se junta con la quebrada del Copinol en el lugar conocido como “Los Encuentros” hasta desembocar en el Río Jiboa, ( con un recorrido de 5 kilómetros aproximadamente) abundaba una planta de bejucos conocida como pita, utilizada especialmente para amarrar las hojas del tabaco que se cultivaba abundantemente en todo el valle, especialmente en el sector conocido como el Rincón, se coincide en que el nombre de la quebrada y del valle haya surgido por la presencia de esa bejuco, que era un gran aliado en distintos menesteres, uno de ellos es el mencionado anteriormente.

A mediados del Siglo XIX comienzan a emigrar familias y personas del sector de Ilobasco, Departamento de Cabañas, al mismo tiempo se constituyó en jurisdicción de San Miguel Tepezontes, Distrito de Olocuilta, Departamento de la Paz y en la zona del Valle de la Pita se fundó una aldea o cantón llamado “Paraíso”.

Que muy pronto incremento su número de habitantes, demostrando condiciones adecuadas e indispensables para ascender a su categoría de pueblo. Durante la administración del Doctor Rafael Zaldívar y considerando el poder legislativo que la aldea merecía ser elevada a la categoría de pueblo emitió el Decreto Legislativo de 22 de Febrero de 1883 que a la vez considera muy justo perpetuar de alguna manera la memoria de los ciudadanos que con lealtad y abnegación han servido a la patria, habiéndose distinguido entre estos el General Rafael Osorio, digno hijo del Departamento de la Paz.<sup>17</sup>

#### **3.4.5.2 Historia**

El 7 de abril de 1982 el cantón La Pita era el distrito de San Pedro Masahuat. Asignándosele a Olocuilta por ley, el 10 de abril de 1912 se incorporó a San Pedro Nonualco siempre de la paz por los siglos XIX llega al cantón valle La Pita un emigrante de Ilobasco del departamento de Cabañas un hombre buscando trabajo el señor Marcelino Durán. Bajo la conducción del General Osorio se funda el pueblo de Paraíso de Osorio el

---

<sup>17</sup> Ibid.

22 de febrero de 1883, donde se emite el decreto legislativo el nombre que se le da por acuerdo de muchas personas habitantes de ese entonces.



**Figura 8. Calle principal del Municipio de Paraíso de Osorio.**

Durante la administración del doctor Rafael Zaldívar, considerando el Poder Legislativo, que dicha aldea merecía ser ascendida a la categoría de pueblo, emitió la ley del 22 de febrero de 1883, en virtud de la cual se le otorgo tal rango con el nombre de PARAISO DE OSORIO.

El aditamento “de Osorio” aplicado al antiguo valle del Paraíso, se debió según el considerado del decreto legislativo electoral, a “que es muy justo perpetuar de alguna manera la memoria de los ciudadanos que con lealtad y abnegación han servido a la patria, habiéndose distinguido entre estos el general Rafael Osorio, digno hijo de aquel departamento de La Paz.

### **DE VALLE DE LA PITA A PARAÍSO DE OSORIO**

Según la versión de Doña Josefina Bonilla vda. De Hernández ( Nieta de Don Marcelino Durán, primer alcalde de Paraíso de Osorio) entre los vecinos del valle de la Pita, nació la inquietud de que su aldea o cantón obtuviera el título de pueblo, se organizaron entre ellos y se constituyó una comisión, pero al final sólo una persona ( cuyo nombre no recuerda) hizo el viaje a la ciudad de Zacatecoluca y presentó la solicitud a las autoridades

correspondientes, la solicitud incluía también la petición de desligarse de la jurisdicción de San Miguel Tepezontes.

Después de un tiempo se recibió la noticia de que vendría el General Rafael Osorio a fundar el pueblo y darle su carácter legal, bajo el árbol de Ceiba que existía en el lugar donde hoy es la plaza pública, se tuvo una reunión trascendental con la presencia y algarabía de unos cincuenta vecinos y bajo la conducción del General Osorio se fundó el pueblo, el nombre surgió de la consulta el General Osorio hizo con los vecinos presentes en la reunión, después de varias opiniones alguien (su nombre se desconoce) dijo que el nombre debería ser PARAYSO en honor al que se le daba a un árbol abundante en el lugar, el General corrigiendo a la persona que opinaba le manifestó que el nombre correcto era PARAISO, la idea le pareció muy acertada al General Osorio y a todos los presentes.

El General Osorio también fue del criterio de que no sólo debería llamarse Paraíso por el hermoso y útil árbol sino que también por lo bello y paradisíaco del lugar, es más prometió donar su apellido para completar el nombre del pueblo.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Ibid.

### **3.4.6 Atractivos Naturales de Paraíso de Osorio**

#### **3.4.6.1 POZA DE LA PITA**



**Figura 9. Poza de la pita Municipio de Paraíso de Osorio.**

Una deliciosa e imponente cascada que es un nacimiento natural de agua que recibe a sus visitantes después de una aventura en el camino, un lugar verdaderamente impresionante que nos invita desde el primer momento a sumergirnos en sus frescas aguas que se caracterizan por su limpieza y belleza. Con características específicas de Ecoturismo al llegar no se puede perder la oportunidad de disfrutar un baño refrescante rodeado de tanta naturaleza y en un clima muy agradable.

Está situada en el cantón El Copinol, específicamente en el caserío Hoja de Sal, su nombre le fue otorgado por que en ella antes había muchos bejucos que los pobladores utilizaban para amarrar los bahareques con los que estaban construidas sus casas, es por eso el nombre de Poza de la Pita, esta desemboca en el Rio Jiboa.

### **3.4.6.2 POZA DEL AMATE**



**Figura 10. Poza del Amate Municipio de Paraíso de Osorio.**

Esta poza es un atractivo natural del municipio en este lugar se puede destacar la caminata en medio de un bosque que hace para el visitante una verdadera aventura por el paisaje en el camino y así como el canto de los pájaros y la variedad de animales silvestres que se pueden observar, en el lugar se puede apreciar la Cascada en la que se puede disfrutar de un refrescante baño, ya sea en la poza o directamente en el Rio Jiboa que es donde desemboca, está ubicada entre los límites de Paraíso de Osorio y Santa María Ostuma.

### **3.4.6.3 POZA TEPILO**



**Figura 11. Poza Tepilo Municipio de Paraíso de Osorio.**

Este es otro de los atractivos naturales con los que cuenta el municipio, está enfocado para los amantes de las caminatas en terrenos rodeados de abundante vegetación, y sobre todo que quieran dejar a un lado el estrés de la ciudad y sumergirse en un ambiente natural, Las aguas de la poza así como el imponente ruido del Río Jiboa los esperan en este lugar, al igual que los otros atractivos naturales del municipio está enfocado al ecoturismo, está ubicada entre los límites de Paraíso de Osorio y Santa María Ostuma.

### 3.4.7 GASTRONOMÍA DE PARAÍSO DE OSORIO



**Figura 12. Platos típicos de Paraíso de Osorio.**

La gastronomía caracteriza a un lugar y este es el caso del municipio de Paraíso de Osorio en que podemos degustar de sus platos típicos que en este caso son dos tamales uno de ellos es el tamal de elote en este caso se le agrega frijol molido este es preparado por algunos habitantes del lugar y degustado por muchos, el otro plato típico es el tamal de masa de maíz con relleno de frijol, chile y hierba buena este es muy característico de la zona porque en este caso el ingrediente que le da un sabor especial es la combinación de los frijoles con hierba buena y chile que le da un sabor único y exquisito estas dos opciones las pueden degustar las personas que visiten el lugar.

### 3.4.8 ARTESANIAS DE PARAÍSO DE OSORIO

El Municipio de Paraíso de Osorio se caracteriza por las artesanías que elaboran sus habitantes entre las que se destacan dos: Los barcos elaborados en botellas este trabajo es realizado únicamente por un artesano del lugar que es el encargado de implementar este arte que requiere de mucha habilidad y sobre todo paciencia para elaborar y Dentro del mundo de las manualidades encontramos un grupo reducido de personas con la paciencia y precisión suficiente para montar un barco a escala, pieza a pieza, dentro de una botella

son hechos a mano, con materiales naturales. Se introducen pieza a pieza por el pico de la botella y se arman dentro utilizando herramientas especialmente fabricadas para ello. entregar un producto de calidad finalizado y que caracteriza al municipio, mientras que las tejas decoradas están siendo elaboradas por varias personas que se incluyeron en un taller de decoración de tejas cabe mencionar que es un arte relativamente reciente en el Municipio ya que es la Casa de la Cultura con apoyo de la Alcaldía Municipal los que están ejecutando este proyecto con la ayuda de un maestro que es el encargado de enseñar a los habitantes que en su mayoría son jóvenes con muchos ánimos de aprender y que ya han realizado exposiciones de los trabajos que elaboran estas además de dar a conocer el trabajo están enfocados a apoyar la comercialización de los productos que se elaboran.

### **Barcos dentro de botellas y Tejas decoradas**



**Figura 13. Artesanías de Paraíso de Osorio.**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En este apartado se establece la ubicación geográfica de los lugares en estudio así como el universo poblacional, los procedimientos muestrales y los instrumentos de recolección de datos, que consisten en uno aplicado a personas residentes en la ciudad de San Salvador con diversas secciones temáticas con respecto a los productos turísticos de los dos municipios en estudio.

### **3.5 DESCRIPCIÓN DE LOS LUGARES DE ESTUDIO**

#### **3.5.1 MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES:**

##### **Ubicación Geográfica:**

El municipio de San Miguel Tepezontes Pertenece al Departamento de La Paz y forma parte de la Región La Paz, establecida en Plan Nacional de Ordenamiento Territorial. En La época prehispánica el territorio formó parte del Señorío de Cuscatlán y, durante la colonia y época moderna ha pertenecido a las jurisdicciones de San Salvador y Zacatecoluca.

Ubicado al Nor-oriental del Departamento de La Paz, limita al Norte con San Emigdio y el Lago de Ilopango; al Oeste con San Francisco Chinameca, al Sur con San Juan Tepezontes y San Antonio Masahuat, al Este con Paraíso de Osorio y Santa María Ostuma.

El municipio tiene una extensión de 46.24 kilómetros cuadrados y forma parte de la región hidrográfica Jiboa y de la sub cuenca del lago de Ilopango, posee en total 6 ríos y 7 quebradas<sup>19</sup>

Tiene una población de 5,084 habitantes, de los cuales 2,567 residen en el área urbana y, 2517 en el área rural. Su población está distribuida en 665 hogares en el área urbana y 562 en el área rural.<sup>20</sup>

Sus pobladores se dedican a las actividades productivas como la Agricultura, cultivo del café, cereales, hortalizas, pequeños comercios, y la pesca realizada en el lago de Ilopango.

El acceso para desplazarse a este lugar es a través de la carretera La Panorámica y la vía antigua a Zacatecoluca.

En el municipio predominan los bosques húmedos subtropicales, las plantaciones de café y los cultivos anuales, siendo una zona de clima fresco.

---

<sup>19</sup> Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes, Diagnostico estratégico 2008.

<sup>20</sup> Dirección General de Estadística y Censos; VI Censo de Población y V de Vivienda 2007.

El municipio se divide administrativamente en dos cantones: San bartola y soledad Las Flores. El Casco Urbano está formado por los barrios El Calvario, El Carmen, El rosario y El Tránsito.

En la zona urbana se encuentra el edificio municipal, unidad de salud, tres escuelas públicas (1 en la zona urbana y dos en la zona rural), cuatro templos católicos y ocho evangélicos, unidad de socorro de la Cruz Verde y tres grupos de Alcohólicos Anónimos. Dentro de los servicios básicos se tienen: agua, energía eléctrica, teléfono, internet, correos; así también posee servicio de seguridad pública y juzgado de paz.

En lo recreativo y cultural cuenta con dos canchas deportivas, casa de la cultura, parque y una plaza pública.

La parte eco turística la forman las cordilleras propias del lugar y los cerros: Miramar y Montañita, el Lago de Ilopango y varios ríos.



**Figura 14. Municipio de San Miguel Tepezontes. (Tomada de Google earth).**

### **3.6 Municipio de Paraíso de Osorio.**

#### **Ubicación geográfica**

Paraíso de Osorio, es un pueblo situado en la parte noreste del Departamento de La Paz, en el límite con el Departamento de Cuscatlán y en la zona central de la República de El Salvador, C. A. Sus coordenadas geográficas son: 13 18 12” LN y 88 57 41” Limita al norte: con Santa Cruz Analquito, al oeste con San Emigdio, y San Miguel Tepezontes, y al sur con Santa María Ostuma y San Pedro Nonualco.<sup>21</sup>

Actualmente el pueblo está constituido por una calle principal, nominada Don Marcelino Durán, que une a los tres barrios del pueblo ( El Calvario, El Centro y La Cruz) la otra calle es la de la ronda nominada profesor Dionisio Velásquez Bonilla. La prolongación de la calle principal conecta al barrio El Calvario con el desvío a la carretera Panorámica y al barrio de La Cruz con la calle al cantón San Luis los Zacatales. La zona urbana consolidada se desarrolló entre las calles Principal y la Ronda, conectadas por las avenidas: Bella Vista, Prof. Abel Fuentes, Las Palmeras cuya prolongación conecta con la avenida Central; delimitando la colonia Las Palmeras. También se encuentran las avenidas: Sr. Vicente Rosales, Central y Jiboa.

La expansión urbana que el pueblo ha experimentado se ubica en el sector sur con las colonias Las Palmeras, Santa Teresa y la zona de la cancha de balón pie. También ha surgido un nuevo asentamiento post – terremoto ubicado en el Cantón El Copinol, proyectado por la Alcaldía Municipal y se ha nominado El Milagro.

En cuanto a la población es de: 2725 habitantes, con las ocupaciones principales en su mayoría agricultores y amas de casa

El municipio cuenta con alcaldía Municipal, Unidad de salud, Instituto, Escuela, 3 iglesias católicas y 4 evangélicas. Los servicios básicos son: agua, energía eléctrica, teléfono, internet, policía, juzgado de paz y 2 grupos de autoayuda. Para el entretenimiento de sus habitantes cuenta con 2 canchas deportivas, casa de la cultura, parque central y El Río Jíboa.

---

<sup>21</sup> Alcaldía Municipal de Paraíso de Osorio.



Figura 15. Municipio de Paraiso de Osorio. (Tomada de Google earth).

### **3.7 Población en estudio**

Para dar respuesta a los objetivos la investigación se llevó a cabo una investigación de carácter descriptiva. Los destinos turísticos tomados como referencia en esta investigación son los municipios de San Miguel Tepezontes y Paraiso de Osorio, ubicados en la ruta La Panorámica, en el norte del Departamento de La Paz. Estos destinos comparten fundamentalmente una gran riqueza turística plasmada en una enorme diversidad eco turístico, paisajes, vistas panorámicas del Lago de Ilopango y Rio Jiboa , sus atractivos culturales, gastronómicos así como las artesanías que se elaboran en los municipios.

### **3.8 El perfil del público sujetos de investigación**

Fueron los siguientes:

Turistas nacionales y algunos extranjeros que visitaron un centro comercial de San Salvador. Los criterios para la selección de personas que constituyen la muestra, son los siguientes:

- Mujeres y hombres de 16 años en adelante.
- Con residencia permanente en el área metropolitana de San Salvador u otros municipios cercanos a la ciudad.
- Turistas potenciales nacionales y algunos extranjeros.
- Dispuestos a colaborar en el llenado de instrumentos.

### **3.9 Muestra**

La muestra está constituida por 150 personas residentes en la zona metropolitana de San Salvador y algunos turistas extranjeros.

### **3.10 Instrumentos de recolección de datos**

En esta investigación se utilizó un instrumento de recolección de datos (Ver Anexo 1), el cual ha sido elaborado para alcanzar los objetivos propuestos. Fue administrado en forma de encuesta por alumnos de la universidad previamente capacitados y supervisados.

El instrumento está dirigido para personas que viven en San Salvador y pueden ser potenciales visitantes del municipio está constituido por tres partes que exploran en la primera de ellas datos generales del entrevistado, la segunda la parte atractivos de la Ruta la Panorámica donde se detallan lugares turísticos atractivos gastronómicos, así como las artesanías que se elaboran en la zona, la tercera parte denominada preferencias se hacen preguntas como la frecuencia con la que sale de paseo, temporada en la cual sale, lugares que visita, así como que le gustaría encontrar en cuanto a lugares, artesanías y gastronomía típica de la zona.

### **3.11 Validación del Instrumento.**

La validación del instrumento de recolección de datos es la traducción de los objetivos de investigación en acciones concretas para obtener la información en esta fase se elaboro el 1 instrumento para recolectar los datos que se someterán a procedimientos de validación con el fin de garantizar la comprensión del instrumento y la calidad de la información.

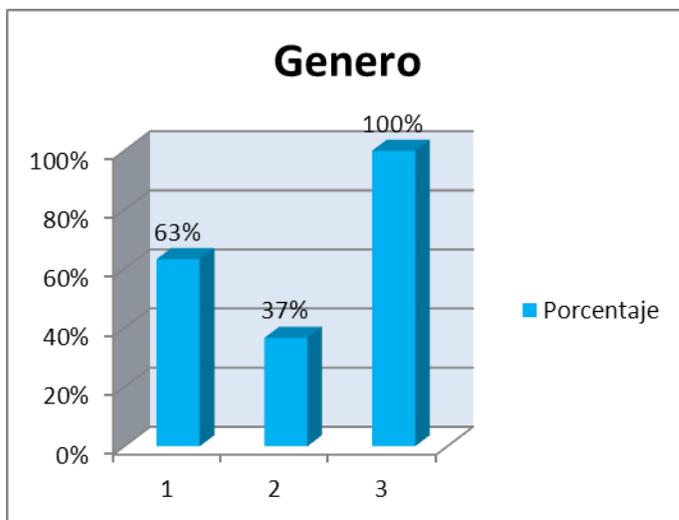
Se validó el instrumento mediante la realización de la prueba piloto dirigida a personas con características similares a las requeridas para la realización del estudio se consideraron los objetivos de la investigación, orden de las preguntas, revisión de tipo de redacción, claridad, lenguaje adecuado, se incorporaron las observaciones obtenidas en la prueba piloto.

#### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La descripción y el análisis de los principales resultados, asunto a desarrollar en esta sección, está segmentado en dos apartados. En el primero, la caracterización general de la población entrevistada, la segunda está relacionada con los resultados arrojados en la tabulación de los datos de las partes 2 y 3 del instrumento aplicado a personas que viven en San Salvador o sus alrededores.

La información de este estudio fue recolectada a través de un instrumento de recolección de datos aplicado a una población de 150 personas que visitaron un centro comercial de San Salvador

**Grafica 1. Genero de los entrevistados.**

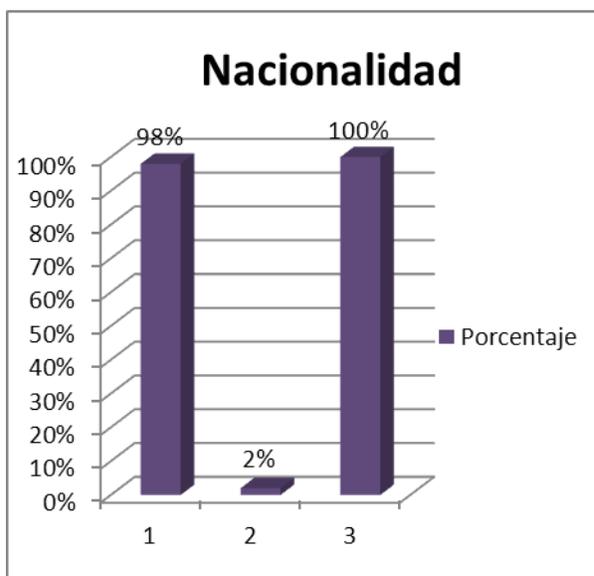


Genero	Frecuencia	Porcentaje
1. Masculino	95	63%
2. Femenino	55	37%
Total	150	100%

**ANÁLISIS:** En el instrumento suministrado a los visitantes de un centro comercial de San Salvador cabe destacar que el 63% de los encuestados pertenece al género masculino y el 37 % restante al género femenino.

**INTERPRETACIÓN:** los resultados de la encuesta indican que la mayoría de las personas que colaboraron con el llenado del instrumento pertenece al género masculino, mientras que el porcentaje restante pertenece al género femenino, como podemos observar en el grafico anterior.

**Grafica 2.Nacionalidad de los entrevistados.**

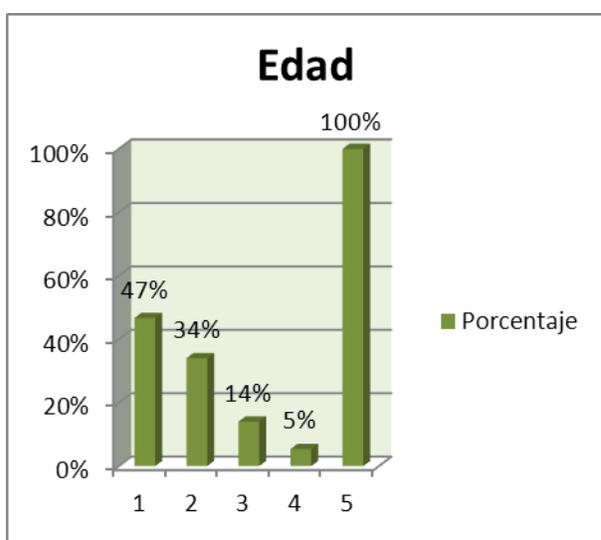


Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
1. Salvadoreña	147	98%
2. Extranjera	3	2%
Total	150	100%

**ANÁLISIS:** En el 98% de los casos, las personas a quienes se les administro el instrumento tienen nacionalidad salvadoreña, y únicamente un 2% tiene nacionalidad extranjera.

**INTERPRETACIÓN:** los resultados aportados por las personas que se les aplico el instrumento de recolección de datos muestran que en su mayoría los entrevistados son salvadoreños y solo un porcentaje menor son extranjero.

**Grafica 3. Edad de los entrevistados.**

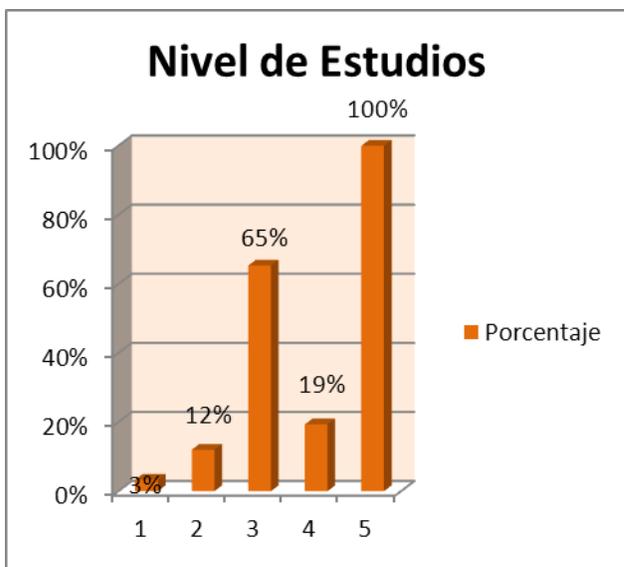


Edad	Frecuencia	Porcentaje
1. Entre 16 y 24 años	70	47%
2. Entre 25 y 44 años	51	34%
3. Entre 45 y 64 años	21	14%
4. 65 años o más	8	5%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Los resultados obtenidos a través del instrumento suministrado a las personas que conforman la muestra de esta investigación demuestran que visitaron el 47% se ubican entre las edades de 16-24 años, el 34% entre 25-44 años, el 14 % tienen entre 45-64 años y el 5% restante tiene más de 65 años.

**INTERPRETACIÓN:** los datos obtenidos demuestran que la mayoría de la población encuestada se ubica en un grupo de edades que oscilan entre 16 y 24 años de edad, seguido por aquellos que tienen entre 25-44 años, luego se encuentran aquellos que pertenecen a edades entre los 45-64 años y finalmente las personas que tienen más de 65 años de edad, lo que podemos observar es que en su mayoría las personas entrevistadas son jóvenes y por lo tanto son más activos para salir de paseo.

**Grafica 4. Nivel de estudio de los entrevistados.**

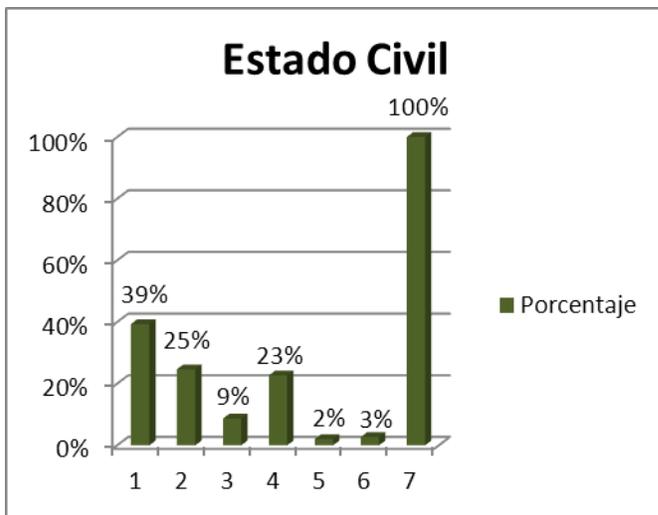


Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
1. Sin estudios	5	3%
2. Estudios primarios	18	12%
3. Estudios secundarios	98	65%
4. Estudios universitarios	29	19%
Total	150	100%

**ANÁLISIS:** Datos obtenidos con la aplicación del instrumento a las personas que colaboraron en la investigación indican que el 65 % posee estudios a nivel de secundaria, el 19% a nivel universitario, el 12% a nivel primario y el 3% restante no ha realizado estudios.

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados demuestran que la mayoría de la población encuestada ha realizado estudios a nivel de secundaria, seguido por aquellos que han alcanzado estudios a nivel universitario, seguido de aquellos que únicamente han obtenido estudios a nivel de primaria y finalmente están las personas que no han realizado estudios, como se puede observar la mayoría de personas entrevistadas tiene algún tipo de estudio, esto puede favorecer al momento de seleccionar un destino para visitar.

**Grafica 5.Estado civil de los entrevistados.**

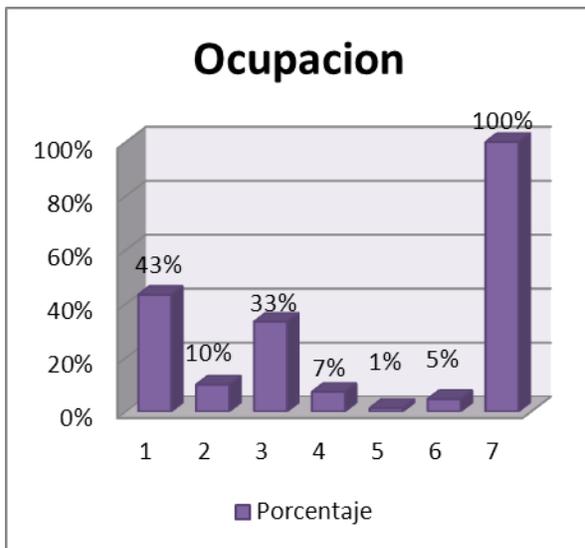


Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
1. Soltero	59	39%
2. Casado	37	25%
3. Unión Libre	13	9%
4. Separado	34	23%
5. divorciado	3	2%
6. Viudo	4	3%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** En cuanto al estado civil de las y los encuestados, el 39 % está soltero(a); el 25% está casado(a), el 23 % está separado, el 9 % vive en unión libre, el 3% dijo estar viudo; mientras que el 2% dijo estar divorciado(a).

**INTERPRETACIÓN:** Según los resultados la mayoría de las y los entrevistados están solteros , seguido por aquellos que son casados , un porcentaje importante manifestó estar separado, mientras que un porcentaje menor manifestó vivir en unión libre, al igual que los viudos, y finalmente aquellos que están divorciados . Lo que nos indica que la mayoría de personas que están solteras son más propensas a salir de paseo y por lo tanto pueden considerar la Ruta Panorámica como destino turístico.

**Grafica 6.Ocupación de los entrevistados.**

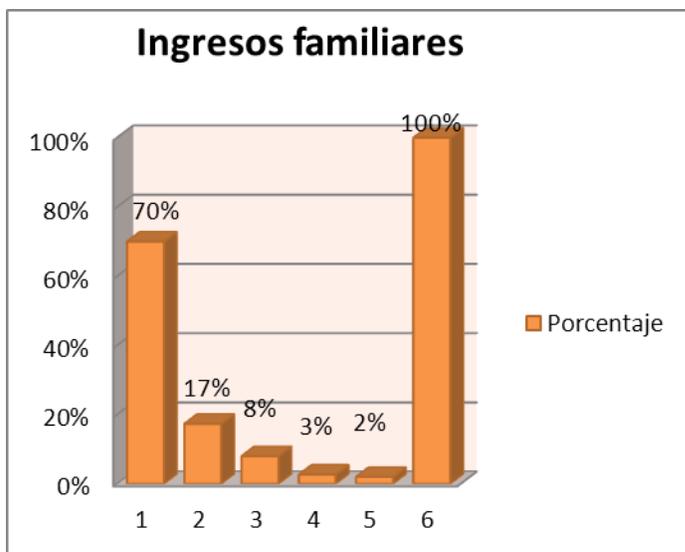


Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
1. Empleado	65	43%
2. Empresario	15	10%
3. Estudiante	50	33%
4. ama de casa	11	7%
5. Desempleado	2	1%
6. Jubilado	7	5%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** La ocupación de la mayoría de entrevistados en un 43% manifiesta ser empleado, el 33% dijo ser estudiante, mientras que el 10% manifestó tener una empresa, un 7% es ama de casa, un 5% son jubilados, 1% no tiene empleo.

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados indican que la mayoría de las(os) entrevistados son empleados, seguido por aquellos que son estudiantes, un número menor manifestó poseer una empresa, en menor proporción se encuentran las amas de casa y los jubilados y finalmente los desempleados. Lo anterior indica que la mayoría de potenciales turistas se encuentra en el grupo de los empleados y estudiantes, esto puede ayudar a que por motivos de distracción ya sea por el cansancio del trabajo o estudio se animen a salir de paseo en este caso el destino es favorable por que se encuentra cerca de San Salvador y sus vías de acceso se encuentran en buen estado, así mismo como el servicio de transporte colectivo es bastante continuo puede favorecer el traslado de los visitantes hacia la Ruta.

**Grafica 7. Ingresos familiares de los entrevistados.**

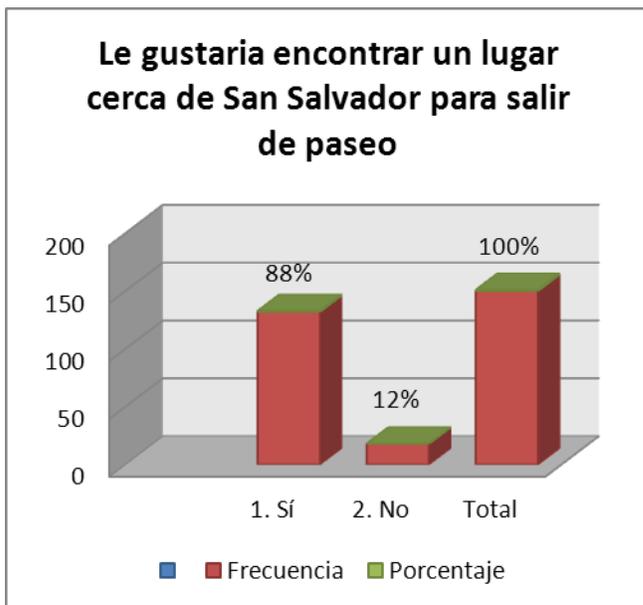


Ingresos familiares	Frecuencia	Porcentaje
1. Menos de \$415.00	105	70%
2. Entre \$415 y \$622	26	17%
3. Entre \$623 y \$830	12	8%
4. Entre \$ 831 y \$1,038	4	3%
5. Más de \$1,038	3	2%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** El 70 % de la población entrevistada percibe ingresos menores a \$415, el 17% recibe un ingreso de \$415-\$662, en el 8% de los casos el ingreso familiar es de \$623 y \$830, mientras que un 3% percibe ingresos de \$831-\$1038 y solamente el 2% percibe un ingreso de más de \$1038.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población entrevistada dijo recibir un ingreso familiar menor a \$415, seguido por aquellos que tienen un ingreso de entre \$415-\$662, luego se encuentran los que mantienen ingresos entre \$623 y \$830, seguido por aquellos que perciben ingresos familiares entre \$831 y \$1038, finalmente se encuentran los que reciben ingresos superiores a \$1308 que en este caso es un menor de entrevistados. Lo anterior demuestra que los ingresos familiares de la mayoría de personas entrevistadas son inferiores a los \$415 con este nivel de ingresos las personas deben de buscar lugares de esparcimiento que no les genere inversiones grandes, en este sentido la Ruta la Panorámica es una excelente opción ya que por su cercanía con la ciudad no les implica gastos mayores de traslado, alojamiento y alimentación por que la visita se puede realizar en unas horas y retornar a sus hogares el mismo día aspecto que disminuye la inversión del turista.

**Grafica 8. Le gustaría encontrar un lugar cerca de San Salvador donde salir de paseo.**

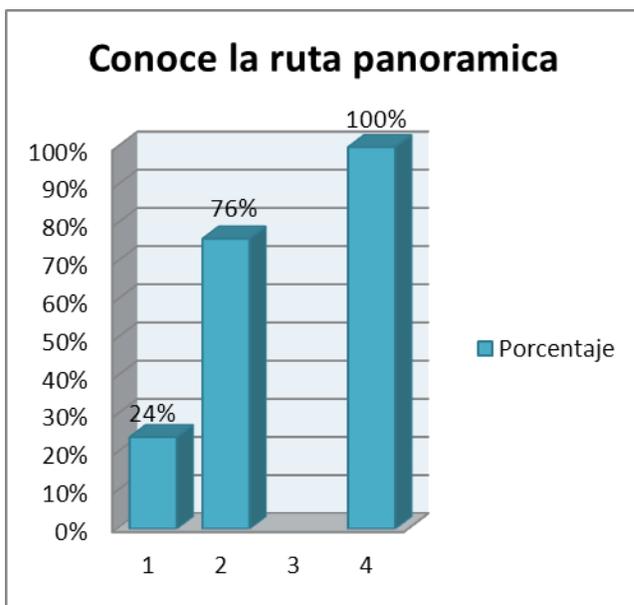


Le gustaría encontrar un lugar cerca de San Salvador donde salir de paseo	Frecuencia	Porcentaje
1. Sí	132	88%
2. No	18	12%
Total	150	100%

**ANÁLISIS:** El 88 % de la población entrevistada manifestó que si le gustaría encontrar un lugar cerca de San Salvador para salir de paseo, mientras que únicamente el 12 % manifestó que no.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población entrevistada dijo que si le gustaría encontrar un lugar cerca de San Salvador para salir de paseo, mientras que un porcentaje menor manifestó que no. Lo anterior indica que a las personas que si les interesa salir de paseo se les pueden ofrecer opciones de destino como la Ruta la Panorámica es una excelente opción ya que por su cercanía con la ciudad y sus impresionantes paisajes, así como la variedad de oferta gastronómica y su clima agradable pueden ser atractivos para la generación de visitantes a los municipios que la conforman.

**Grafica 9. Conoce la Ruta Panorámica.**

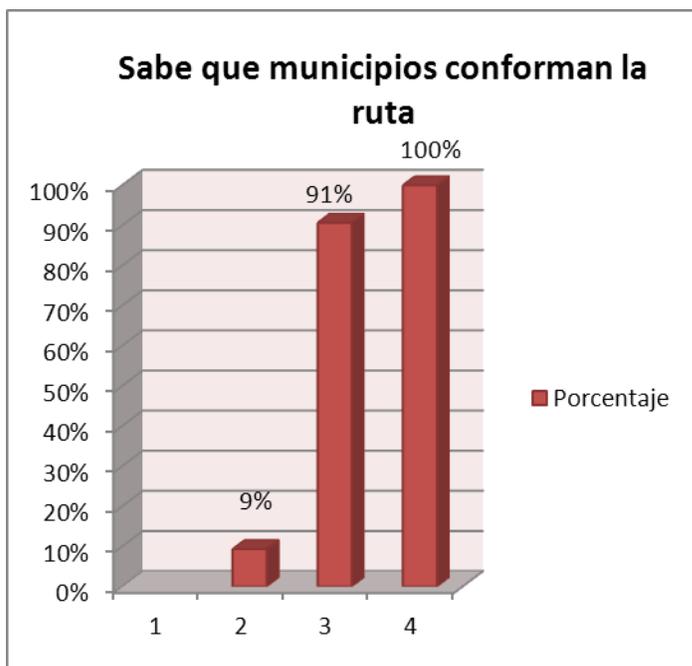


Conoce la ruta panorámica	Frecuencia	Porcentaje
1. Sí	36	24%
2. No	114	76%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** El 76 % de la población entrevistada manifestó que no conoce la Ruta la Panorámica, únicamente el 24% manifestó conocerla.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población entrevistada dijo que no conoce la Ruta la Panorámica y un porcentaje menor manifestó que si, en este sentido se vuelve importante la promoción de la ruta por diferentes medios de comunicación donde se resalten la variedad de atractivos que ofrece al visitante y que los podría motivar a conocerla.

**Grafica 10. Sabe que municipios conforman la Ruta Panorámica.**



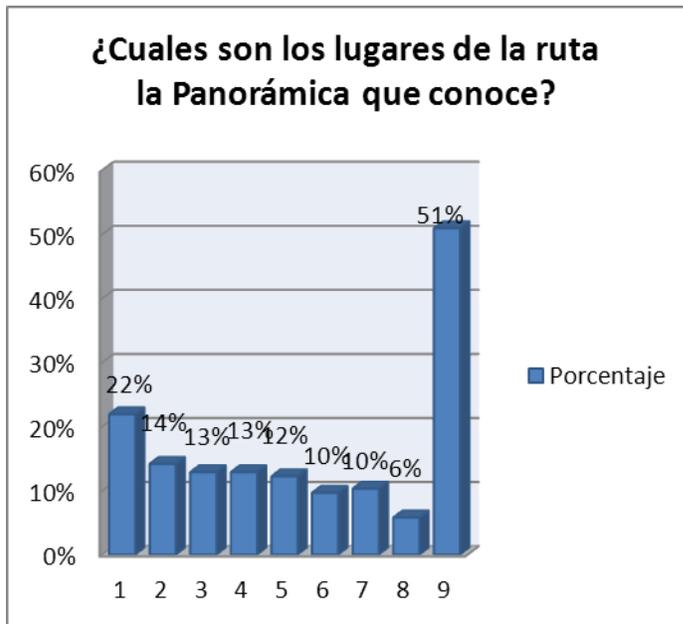
Sabe que municipios conforman la ruta	Frecuencia	Porcentaje
1. Sí	14	9%
2. No	136	91%
Total	150	100%

**ANÁLISIS:** El 91 % de la población entrevistada manifestó que no conoce que municipios conforman la Ruta la Panorámica, únicamente el 9% manifestó conocerlos.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población entrevistada manifestó no conocer los municipios que conforman la Ruta la Panorámica y un porcentaje menor manifestó que si los conocen, existe una diferencia marcada entre las personas que conocen la ruta y las no conocen los municipios que la conforman en este caso se vuelve importante la promoción de la ruta y de los municipios que la conforman para que los visitantes tengan claro cuáles son ellos y los tomen como una opción de destinos turísticos, al momento de organizar un viaje de recreación.

**Grafica 11. Cuáles son los lugares de la Ruta Panorámica**

que conoce.

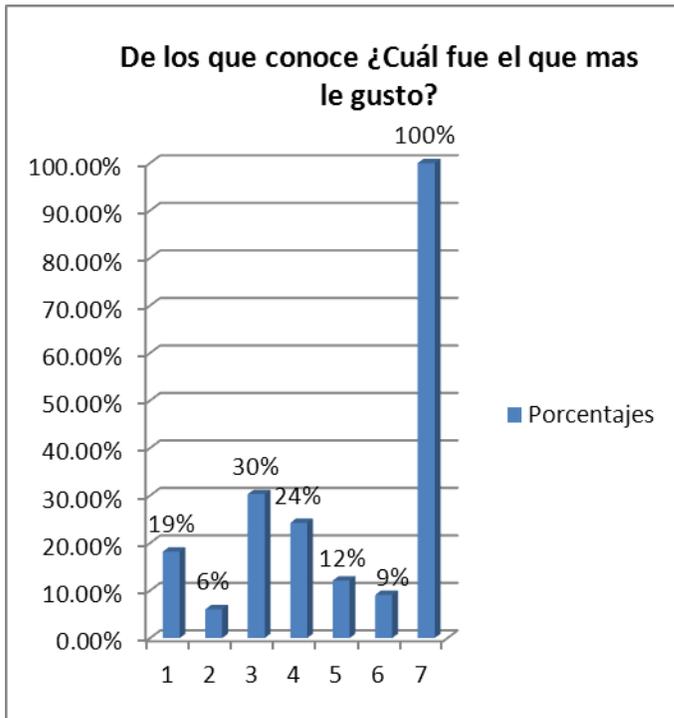


Cuáles de los siguientes lugares de la Ruta la Panorámica conoce	Frecuencia	Porcentaje
1. La Poza de la Pita	34	22%
2. Mirador de Soledad las Flores	22	14%
3. Poza Tepilo	20	13%
4. Isla de los Patos	20	13%
5. La poza del Amate	19	12%
6. Mirador de finca el mojón	15	10%
7. Plan de la poza verde	16	10%
8. Poza de la jutera	9	6%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>51%</b>

**ANÁLISIS:** El 22 % de la población entrevistada dijo que el lugar que más conocen es la poza de la pita, un 14% dijo que el Mirador de soledad las flores, mientras que un 13% manifestó que la Poza Tepilo igual porcentaje dijo que conoce la Isla de los patos, un 12 % dijo que la Poza del Amate , mientras que un 10%manifesto que el Mirador de Soledad las Flores igual número contesto que el plan de la poza verde, mientras que un 6% dijo que la poza de Jutera.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población que manifestó conocer la Ruta la Panorámica ya tiene identificados algunos lugares con potencial turístico de ella entre los que más destacan esta la poza de la pita ubicada en el municipio de Paraíso de Osorio, seguido de los que conocen el mirador de Soledad las Flores este está en el municipio de San Miguel Tepezontes lo interesante de los resultados es que las personas entrevistadas que conocen la ruta ya han visitado algunos lugares que están ubicados fuera del casco urbano de los dos municipios en estudio, es interesante porque demuestra que aunque en una proporción menor ya empiezan a practicar el turismo y esto sirve como insumo para potenciar y divulgar los mencionados atractivos turísticos con los que cuentan los municipios.

**Grafica 12.** De los lugares que conoce ¿cuál fue el que más le gusto?

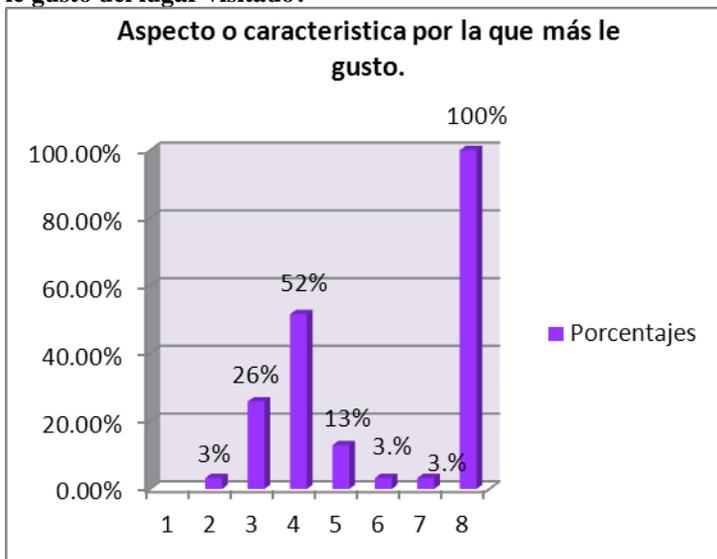


De los que conoce ¿cuál fue el que más le gusto?	Frecuencia	Porcentajes
isla de los Patos	6	19%
La poza del Amate	2	6%
Mirador Soledad de Las Flores	10	30%
Poza de la Pita	8	24%
Plan de la Poza Verde	4	12%
Poza Tepilo	3	9%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** de los lugares que ofrece la Ruta la Panorámica al momento de visitarla los que más les gustaron a las personas que ya tiene la oportunidad de conocerlos son en un el mirador de Soledad las Flores en un 30% seguido de la poza de la pita con un 24%, la Isla de los patos con un 19%, el plan de la poza verde con un 12% y la Poza Tepilo con un 9%, con un porcentaje menor la poza del Amate.

**INTERPRETACIÓN:** En su mayoría los lugares que ofrece la Ruta la Panorámica son muy atractivos por su belleza natural los que más destacaron las personas entrevistadas fue el mirador de Soledad la Flores en San Miguel Tepezontes y la Poza de la pita en el municipio de Paraíso de Osorio, los dos municipios tienen mucha belleza natural que ofrecer a los visitantes.

**Grafica 13. Cite un aspecto o característica por la que más le gusto del lugar visitado?**

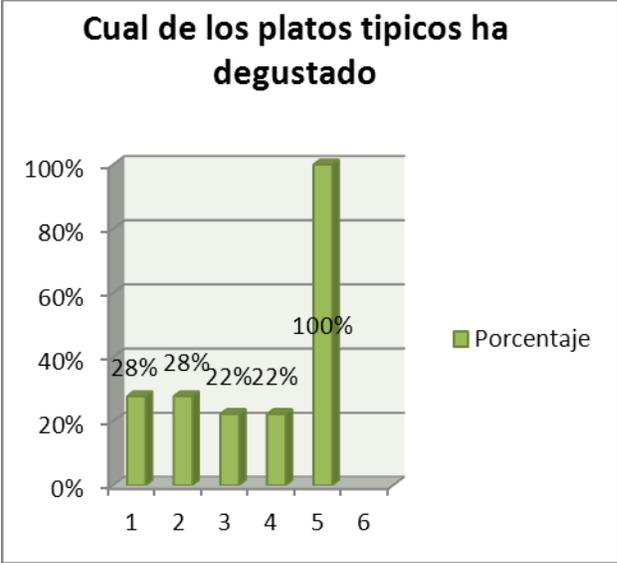


Cite un aspecto o característica por la que más le gusto	Frecuencia	Porcentajes
Amabilidad de las personas	1	3%
Ambiente	8	26%
Clima y vista	16	52%
Naturaleza	4	13%
Turismo de la Zona	1	3%
Por el color de su agua	1	3%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100.00%</b>

**ANÁLISIS:** de los aspectos de los lugares de la Ruta la Panorámica el que más destaca es el clima y la vista con un 52 %, seguido del ambiente con un 26 %, la naturaleza de la zona resalta con un 13%, además de la amabilidad de las personas, turismo en la zona y el color de las aguas de los ríos con un 3% cada uno de los aspectos.

**INTERPRETACIÓN:** Además de la belleza de los lugares hay aspectos específicos que se destacan en ellos como lo son el clima y la vista y por el ambiente que es agradable y tranquilo, así como la amabilidad de los habitantes, todos estos aspectos convierten a estos dos municipios en opciones de destinos turísticos.

**Grafica 14. Cuál de los siguientes platos típicos de la Ruta Panorámica ha degustado.**

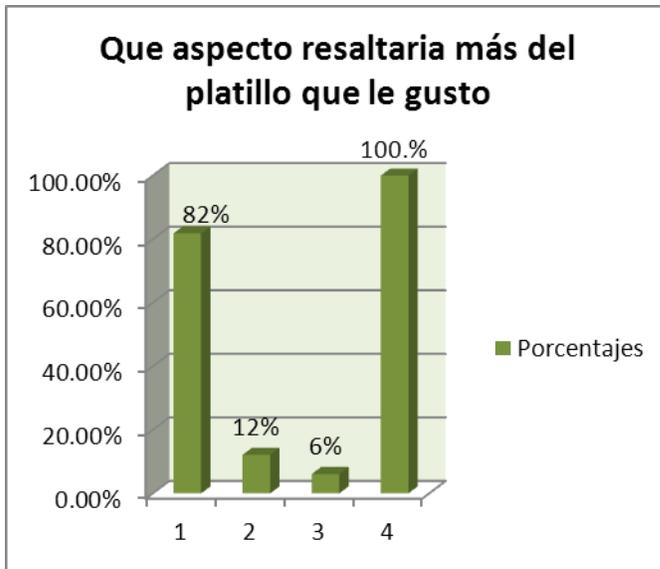


Cuál de los siguientes platos típicos ha degustado	Frecuencia	Porcentaje
1. Tamal nixtapite	15	28%
2. Tamal de frijol con hierbabuena y chile	15	28%
3. Tamal de pescado	12	22%
4. Tamal de elote con frijoles	12	22%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** El 28 % de la población entrevistada manifestó que los platos típicos de la Ruta la Panorámica que ha degustado son los tamales Nixtapite y el de frijol con hierbabuena y chile, seguido de un 22 % que manifestó que los platos que ha degustado son los tamales de pescado y el tamal de elote con frijoles.

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de la población entrevistada dijo haber degustado los platos típicos de la ruta en este caso el Nixtapite que es un tamal representativo del municipio de San Miguel Tepezontes y el tamal de frijol con hierbabuena y chile que es originario del Municipio de Paraíso de Osorio en este caso los dos platos más representativos de los municipios en estudio han sido degustados por las personas que ya han visitado los municipios, este dato es importante porque la gastronomía tiene mucha relación con la identidad de su lugar de origen.

**Grafica 15. Que aspecto resaltaría más del plato que degusto.**

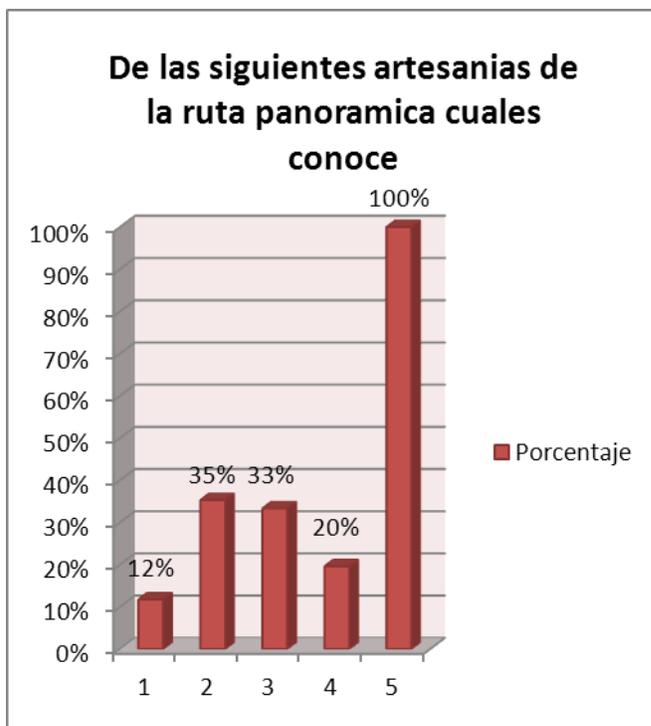


Que aspecto resaltaría más del platillo que le gusto	Frecuencia	Porcentajes
Sabor	27	82%
Presentación	4	12%
Únicos.	2	6%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100.0%</b>

**ANÁLISIS:** La población que contesto haber degustado los platos típicos de los dos municipios en estudio resaltan en su mayoría el sabor con un 82%, mientras que los que destacan la presentación son un 12% seguidos de los que dijeron que son platos únicos con un 6.%.

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de personas entrevistadas manifestaron que los platos típicos de la panorámica en este caso los tamales se distinguen por su sabor, seguido de los que dicen que su presentación y que son platos únicos, todos los lugares se caracterizan por la gastronomía de la zona y la Ruta la Panorámica no es la excepción en este caso las personas que visiten la ruta tendrán la oportunidad de de degustar los platos que se mencionan en el estudio.

**Grafica 16. De las siguientes artesanías de la Ruta Panorámica cuales conoce?**



De las siguientes artesanías de la ruta la panorámica cuales conoce	Frecuencia	Porcentaje
1. Tejidos en telares de cintura y palanca	6	12%
2. Barcos en botellas	18	35%
3. Petates	17	33%
4. Tejas decoradas	10	20%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** El 35 % de la población entrevistada manifestó que la artesanía que más conocen son los barcos elaborados dentro de botellas, seguido de un 33% que dijeron conocer los petates, seguidos de un 20% que dijeron que son las tejas decoradas, mientras que únicamente un 12% dijo que los tejidos elaborados en telares.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población entrevistada dice que la artesanía que mas conocen son los barcos construidos dentro de botellas estos son elaborados en el municipio de Paraíso de Osorio, mientras un porcentaje importante de personas que dicen que conocen los petates estos son elaborados en el municipio de San Miguel Tepezontes en los dos municipios en estudio se elaboran artesanías que ya son conocidas estas también ayudan a potenciar el turismo en la zona porque se identifican con el lugar donde son elaboradas.

**Grafica 17. Cuál de todas las artesanías que conoce le gusta más?**

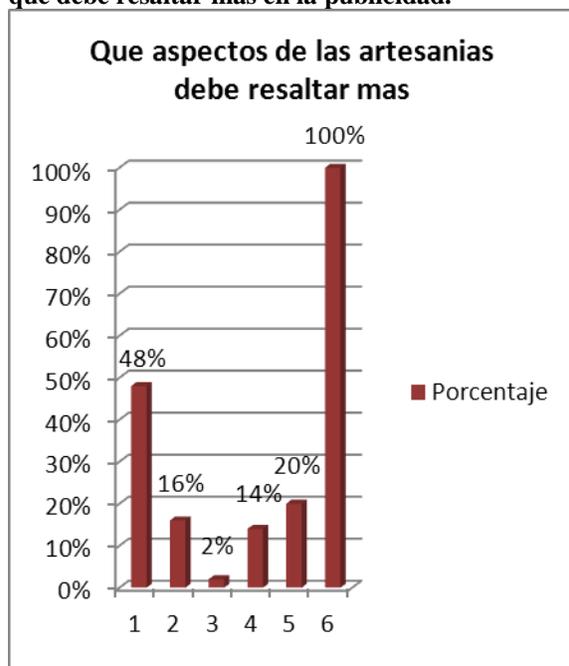


Cual de todas las artesanías que conoce le gusta más	Frecuencia	Porcentajes
Barcos en Botellas	17	53%
Petates	12	38%
Tejidos	3	9%
Total	32	100.00%

**ANÁLISIS:** El 53 % de la población entrevistada manifestó que la artesanía que conoce y que más les gusta son los barcos elaborados dentro de botellas, seguido de un 38% que dijeron que los petates son los que más les gustaron y finalmente un 9%, dijo que los tejidos elaborados en telares.

**INTERPRETACIÓN:** la mayoría de la población entrevistada dice que la artesanía que conocen y más les gusta son los barcos construidos dentro de botellas estos son originarios del municipio de Paraíso de Osorio, mientras un porcentaje importante de personas dijeron que los petates estos son elaborados en el municipio de San Miguel Tepezontes y finalmente los tejidos en telares, en los dos municipios en estudio se elaboran artesanías que representan los orígenes de ellos están ya son conocidas por muchas de las personas que han visitado los lugares estas aportan a potenciar el turismo en la zona porque se identifican con el lugar donde son elaboradas.

**Grafica 18. Que aspectos de la artesanía considera que debe resaltar más en la publicidad.**

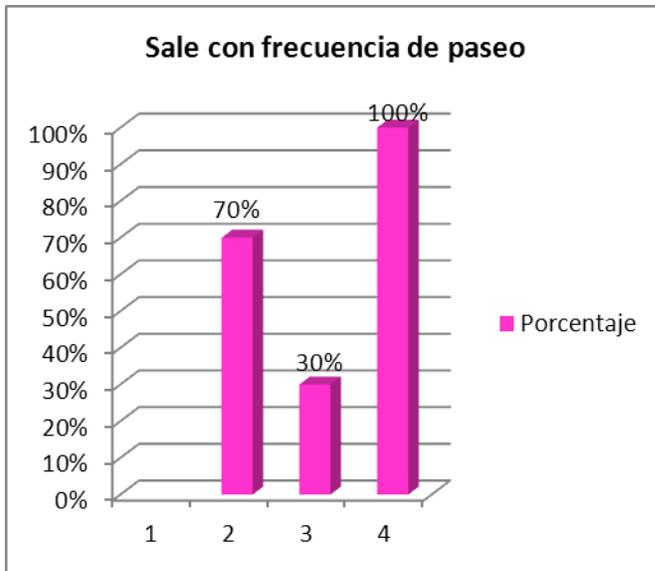


Que aspectos de las artesanías debe resaltar mas	Frecuencia	Porcentaje
1. Diseño y acabados	24	48%
2. Denominación del lugar de origen	8	16%
3. Aplicaciones	1	2%
4. Material de fabricación	7	14%
5. Procedimiento de elaboración	10	20%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Al preguntarle a los entrevistados cual es el aspecto que consideran que en las artesanías se debe resaltar más el 48 % respondió que es el diseño y acabados, seguido de un 20% que dijo que el procedimiento de elaboración, mientras que un 16% dijo que su denominación de origen, seguido de un 14% que respondió que el material de fabricación, mientras que un 2% respondió que las aplicaciones.

**INTERPRETACIÓN:** Las personas entrevistadas en su mayoría respondieron que lo que se debe resaltar más en las artesanías es el diseño y acabados este punto es muy interesante porque determina la calidad de la artesanía y por lo tanto es importante resaltarlo, así como el procedimiento de elaboración una característica importante de las artesanías es que se elaboran de forma manual y es un punto importante resaltar el procedimiento por que la elaboración es minuciosa y por lo tanto el tiempo de fabricación aumenta así como la calidad de las mismas.

**Grafica 19. Sale con frecuencia de paseo.**

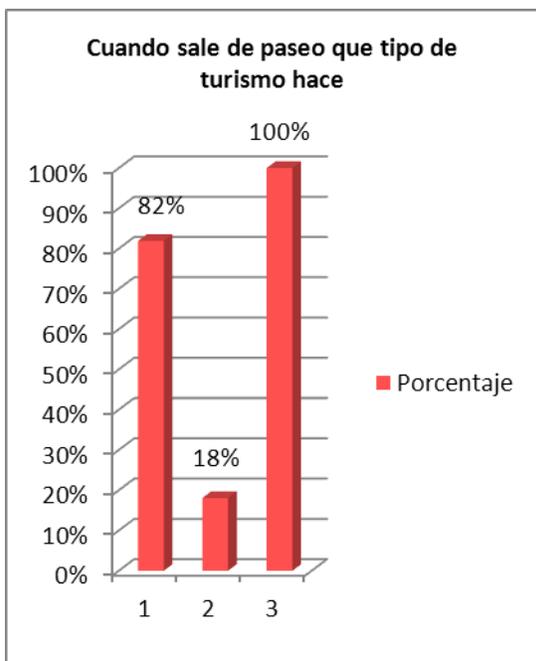


Sale con frecuencia de paseo	Frecuencia	Porcentaje
1. Sí	105	70%
2. No	45	30%
Total	150	100%

**ANÁLISIS:** Las personas entrevistadas manifestaron que un 70% sale de paseo con frecuencia, mientras que el 30% respondieron que no lo hacen.

**INTERPRETACIÓN:** Según los porcentajes obtenidos con la aplicación del instrumento de recolección de datos la mayoría de personas indica que si sale con frecuencia de paseo por otra parte, existe una porcentaje menor que dice no hacerlo con frecuencia, esto demuestra que la mayoría de personas entrevistadas tienen la costumbre de salir con frecuencia de paseo, por lo que es interesante proponer mas destinos para que los visiten en este caso una buena opción es la Ruta la Panorámica por la cercanía que tiene con la ciudad y sobre todo por los atractivos con que cuenta para ofrecer a los visitantes.

**Grafica 20. Cuando sale de paseo que tipo de turismo hace.**

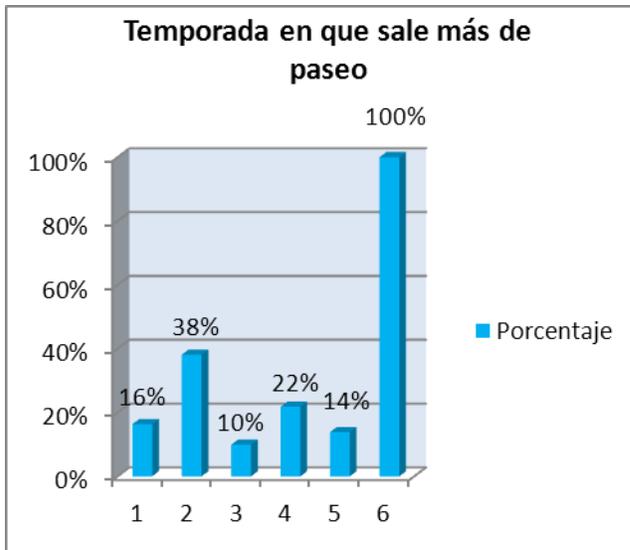


Cuando sale de paseo hace	Frecuencia	Porcentaje
1.Turismo interno	136	82%
2.Sale del país	30	18%
<b>Total</b>	<b>166</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Un 82 % de las personas entrevistadas manifestaron que cuando salen de paseo hacen turismo interno mientras que un 18% respondió que cuando sale de paseo lo hace fuera del país.

**INTERPRETACIÓN:** Según los porcentajes obtenidos con la aplicación del instrumento de recolección de datos la mayoría de personas indican que practica turismo interno estas personas pueden tomar como opción de destino otros lugares que no conocen en este caso la Ruta la Panorámica esta necesita promoción para que al momento de elegir destinos turísticos sea tomada en cuenta como una opción para visitar.

**Grafica 21. Cual es la temporada en que más sale más de paseo.**

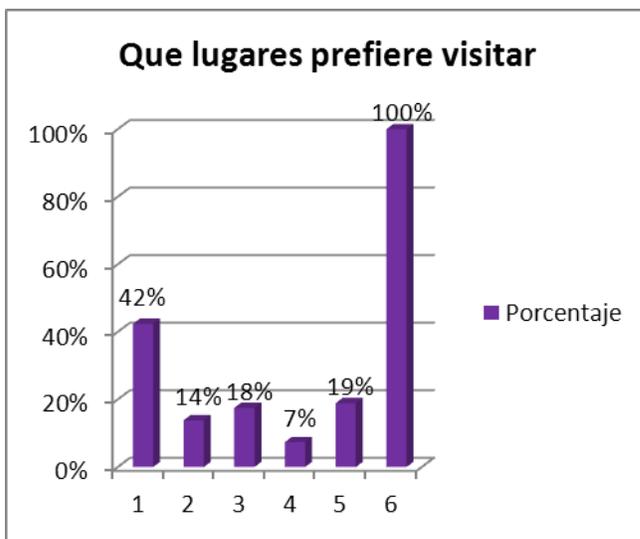


Temporada en que sale más de paseo	Frecuencia	Porcentaje
1. Vacaciones anuales de trabajo	33	16%
2. Fines de semana	77	38%
3. Semana Santa	20	10%
4. Vacaciones por fiestas patronales	44	22%
5. Temporada navideña	28	14%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Al indagar con las personas entrevistadas sobre la temporada en que sale más de paseo el 38 % respondió que los fines de semana, mientras que un 22% lo hacen en las vacaciones por fiestas patronales, un 16% lo hace en las vacaciones anuales de trabajo, mientras que un 14% lo hace en la temporada navideña, únicamente un 10% lo hace en la temporada de semana santa.

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a las personas que son la muestra del estudio demuestran que la mayoría de ellos sale de paseo los fines de semana, seguido de los que manifiestan salir en vacaciones por fiestas patronales, un número menor de entrevistados sale en las vacaciones anuales de trabajo, en menor porcentaje están los que manifiestan salir en la temporada navideña, así como los que lo hacen en semana santa, lo anterior demuestra que la mayoría de personas sale con mucha frecuencia de paseo pues lo hace los fines de semana el tiempo es corto y por lo tanto la Ruta la Panorámica puede ser considerada una opción de destino por las características que posee .

**Grafica 22. Que lugares son los que prefiere visitar.**



Qué lugares prefiere visitar	Frecuencia	Porcentaje
1. Playas	92	42%
2. El Campo	30	14%
3. Turicentros	38	18%
4. Parques	16	7%
5. Pueblos	41	19%
<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Un 42 % de las personas entrevistadas en su mayoría prefieren visitar las playas, mientras que un 19% prefiere visitar pueblos, un 18% manifestó que le gusta visitar turicentros, un 14% prefiere visitar el campo, mientras que el 7% restante dice prefiere visitar parques.

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados de la encuesta aplicada a las personas participantes de la investigación demuestra que, la mayoría prefieren visitar las playas, seguido de las que respondieron que los pueblos en este sentido la Ruta la Panorámica como destino turístico se vuelve una opción porque todos los municipios que la conforman tienen sus pueblos que está entre los destinos elegidos para visitar.

**Grafica 23. Cuando realiza un viaje que le gustaría encontrar para comprar.**

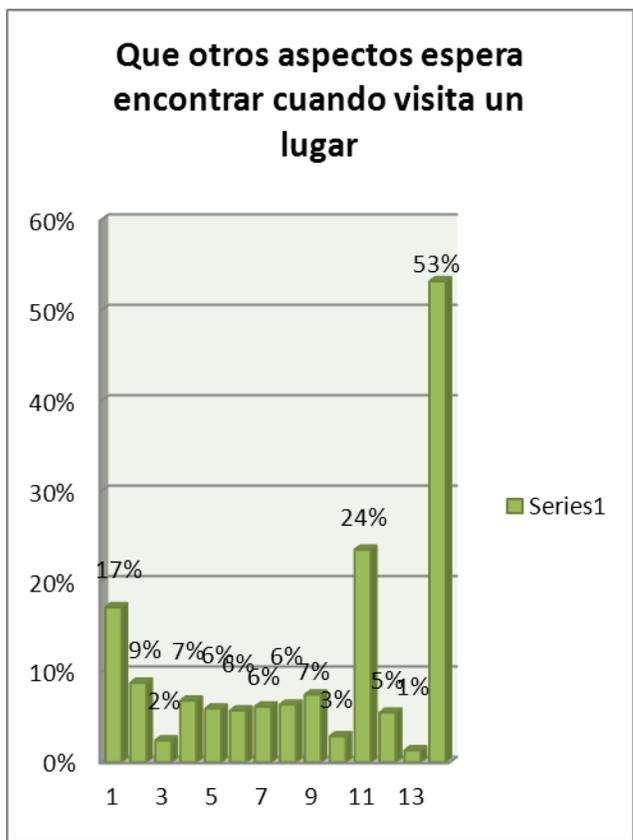


Cuando realiza un viaje que le gustaría encontrar para comprar	Frecuencia	Porcentaje
1. Artesanías	58	30%
2. Otros productos típicos	22	12%
3. Postales	7	4%
4. Comida Típica	66	35%
5. Otro tipo de productos	8	4%
6. Todos los anteriores	27	14%
7. Ninguno de los anteriores	3	2%
<b>Total</b>	<b>191</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Las personas entrevistadas respondieron que les gustaría encontrar para comprar cuando salen de paseo un 35 % dijo que comida típica, un 30% artesanías un 14% todas las opciones, un 12% dijo que otros productos típicos mientras que un 4% menciona que postales y otros productos, únicamente un 2% dijo que ninguno de los anteriores.

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de los entrevistados dice que lo que les gustaría encontrar para comprar cuando salen de paseo en su mayoría comida típica y artesanías, la Ruta la Panorámica les ofrece variedad de platos propios de la zona así como los diferentes platos típicos de nuestro país, al igual que las artesanías propias de la región, en general cuenta con una variedad de productos con identidad para ofrecer a los visitantes.

**Grafica 24. Que otros aspectos esperan encontrar cuando visita un lugar.**

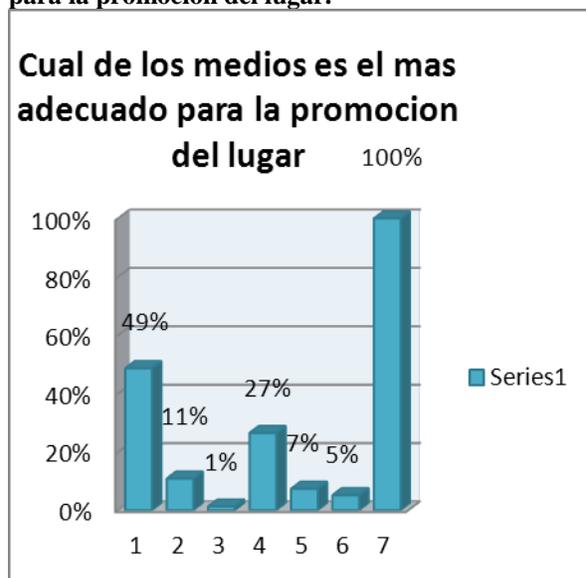


Que otros aspectos esperan encontrar cuando visita un lugar	Frecuencia	Porcentaje
1. Buen clima	78	17%
2. Amabilidad de sus pobladores	40	9%
3. Buen acceso vehicular y buen estado de las calles	11	2%
4. Estacionamiento (parqueo)	31	7%
5. Buenas instalaciones de alimentos y recreación	27	6%
6. Instalaciones para alojamiento	26	6%
7. Instalaciones sanitarias publicas	28	6%
8. Buena oferta de artesanías y recuerdos	29	6%
9. Buena oferta gastronómica	34	7%
10. Buena conservación del patrimonio cultural (parques, iglesias y otros)	13	3%
11. Seguridad y tranquilidad en la zona	107	24%
12. Tradiciones vivas	25	5%
13. Otros	6	1%
<b>Total</b>	<b>455</b>	<b>53%</b>

**ANÁLISIS:** Al preguntar a los entrevistados sobre otros aspectos turísticos esperaría encontrar cuando salen de paseo un 24% dijo que seguridad y tranquilidad en la zona, un 17% respondió que buen clima, el 9% dijo que amabilidad de sus pobladores, mientras que un 7% dijo que estacionamiento igual porcentaje respondió que buena oferta gastronómica, mientras que un 6% buenas instalaciones de alojamiento, buenas instalaciones de alimentos y recreación, instalaciones sanitarias públicas, así como los que dijeron que buena oferta de artesanías y recuerdos, el 5% respondió que tradiciones vivas, un 3% Buena conservación del patrimonio cultural (parques, iglesias y otros), el 2% dijo que buen acceso vehicular y buen estado de las calles y un 1% respondió que otros.

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de personas cuando salen de paseo lo que esperan encontrar es seguridad y tranquilidad de la zona, seguido de los que dicen que un buen clima en menor porcentaje las diferentes opciones de respuesta, lo importantes es que la Ruta la Panorámica les ofrece la seguridad necesaria para caminar por las calles de sus pueblos o para visitar cualquiera de sus atractivos turísticos pues la mayoría de municipios que la conforman y en especial San miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio se caracterizan por mantener un ambiente de cero delincuencia tanto en los cascos urbanos como en sus áreas rurales todo esto aunado con lo especial de sus climas que se caracterizan por ser frescos por la cantidad de vegetación que conservan así como la amabilidad de los pobladores, así como el buen estado de sus carreteras y las diferentes opciones de platos y artesanías propias de la zonas que ayudan a que pueda ser una excelente opción de destino turístico que merece la pena que sean tomados en cuenta.

**Grafica 25. Cuál de los medios es el más adecuado para la promoción del lugar.**



Cuál de los medios es el más adecuado para la promoción del lugar	Frecuencia	Porcentaje
1. Television	112	49%
2. Radio	25	11%
3. Otros	3	1%
4. Internet	61	27%
5. Prog u organizaciones turísticas	17	7%
6. Brouchures	12	5%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Al preguntar a los entrevistados sobre cuál de los medios de comunicación consideran que es el más adecuado para la promoción del lugar el 49% dijo que la televisión, el 27 % dice que el internet, el 11% dijo que la radio, el 7% programas u organizaciones turísticas, el 5% dice que Brouchures, y el 1% respondió que otros.

**INTERPRETACIÓN:** En general los entrevistados consideran que la televisión es el mejor medio para promocionar un lugar seguido de los que creen que el internet, los dos municipios que se toman en el estudio cuentan con sus plataformas web para iniciar la promoción de los mismos como destinos turísticos y mostrar la variedad de atractivos que tienen para ofrecer a los visitantes.

**Grafica 26. Cuanto estaría dispuesto a pagar en actividades de recreación.**



Cuanto estaría dispuesto a gastar en actividades de recreación	Frecuencia	Porcentaje
1. Hasta \$57.14	77	51%
2. De \$57.14 a \$114.28	52	35%
3. De \$114.28 a \$228.56	14	9%
4. Más de \$228.56	7	5%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISIS:** Al preguntar a los entrevistados cuanto estaría dispuesto a gastar cuando sale de paseo un 51% menciona que hasta \$57.14 seguido por un 35% que respondió que \$57.14 a \$114.28 mientras que un 9% dijo que \$114.28 a \$228.56, únicamente el 5% respondió que más de \$228.56.

**INTERPRETACIÓN:** Los entrevistados en su mayoría están dispuestos a invertir en un paseo hasta \$57.14 seguido por los consideran invertir entre \$57.14 y \$114.28, con este presupuesto para invertir en un paseo la Ruta la Panorámica se convierte en una excelente opción porque el viaje puede durar un día y las opciones de alimentación son variadas que el visitante puede elegir las que más se adecuen a su presupuesto y por la tarde retornar a sus viviendas para no incurrir en mayores inversiones.

## **5. AGRADECIMIENTOS**

Se agradece el invaluable apoyo de instituciones y personas aliadas en este esfuerzo, particularmente a:

Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes

Sr. alcalde Luis Alonso López.

Alcaldía Municipal de Paraíso de Osorio.

Sr. alcalde José Luis Díaz

Casa de la Cultura de San Miguel Tepezontes

Directora: Sra. Lilian García de Mejía

Casa de la Cultura de Paraíso de Osorio.

Directora: Sra. Rosa María de Díaz

Promotor Social de Alcaldía Municipal de Paraíso de Osorio.

Sr. José Antonio Orellana

Jóvenes colaboradores de Casa de la Cultura de Paraíso de Osorio.

Especialmente a: Keybin Yohan Landaverde.

Alumna de la Universidad Doctor Andrés Bello de la carrera Licenciatura en Computación

Srita. Dina Berenice Calles.

## 6. DISCUSIÓN

El sector turístico en El Salvador ha crecido de manera significativa este ayuda a la dinamización de la economía nacional por lo que es de gran importancia ya que los turistas e inversionistas extranjeros contribuyen a la generación de empleos para los salvadoreños. en los últimos años según el informe de 2009 presentado por El Ministerio de Turismo el país recibió a un millón 440 mil turistas, cifra que se proyecta aumentar en los próximos años de tal manera que para el 2014 se pueda recibir a 2 millones de turistas y para el 2020 incrementarlo a 3 millones.<sup>22</sup>

Los destinos turísticos están caracterizados por la zona o área geográfica donde se encuentran ubicados estos pueden ser visitados por el turista de acuerdo a la percepción que este tenga de él, por lo que se vuelve importante crear una buena imagen. En este sentido se vuelve relevante la ejecución de investigaciones que resalten las características de estos como es el caso de este plan de comunicación, en la ejecución de este se han encontrado puntos muy importantes, que sirven como insumos no solo para la creación de una nueva opción de destino turístico que en este caso es la Ruta La Panorámica, conformada por ocho municipios de los Departamentos de La Paz y Cuscatlán es este caso se han tomado en cuenta únicamente dos municipios que son San Miguel Tepezontes y Paraíso de Osorio, en la ejecución del mismo se han encontrado hallazgos importantes que si se toman en cuenta pueden ayudar a reforzar las debilidades encontradas una de las mayores identificadas y la más relevante es que la mayoría de personas entrevistadas no conocen la Ruta, lo importante es que se han identificado una cantidad considerable de personas que tienen como costumbre practicar el turismo interno por lo que si se encuentra un mecanismo adecuado de promoción de la misma pueden convertirse en potenciales visitantes a los municipios, que por la diversidad de productos turísticos con que cuentan tienen una ventaja por la cercanía a la ciudad, buen estado de sus vías de acceso, limpieza, seguridad y tranquilidad, estas características son muy importantes en el apartado del instrumento de recolección de datos correspondiente a las preferencias al momento de elegir un destino para salir de paseo las mencionaron.

---

<sup>22</sup> Datos del Ministerio de Turismo de El Salvador

## 7. CONCLUSIONES:

El turismo se entiende como una actividad esencial para la vida de las naciones, debido a sus efectos directos sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y sobre sus relaciones internacionales por todo el mundo. En El Salvador promover el turismo es muy importante ya que no solo contribuye a formar una buena imagen del país a nivel internacional sino también entre sus pobladores, este aporta a la diversificación económica y al mismo tiempo ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los municipios que son elegidos como destinos turísticos.

Con la ejecución de esta investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Las personas que contestaron que salen de paseo de manera continua, pueden optar por diversas opciones de destinos turísticos en el caso de la Ruta la Panorámica en este caso de los dos municipios en estudio se pueden tomar como opción ya que por su cercanía con la ciudad y sus impresionantes paisajes, así como la variedad de oferta gastronómica, artesanías y su clima agradable pueden ser atractivos para la atracción de visitantes a los municipios que la conforman.
2. La promoción de la ruta por diferentes medios de comunicación donde se resalten la variedad de atractivos que ofrece al visitante es indispensable por que muchas personas no la conocen al mismo tiempo seleccionaron como medios para la promoción a la televisión así como el internet, los dos municipios que se toman en el estudio cuentan con sus plataformas web para iniciar la promoción de como destinos turísticos y mostrar la variedad de atractivos que tienen para ofrecer a los visitantes.
3. Un porcentaje importante de personas entrevistadas conocen la Ruta la Panorámica, lo que no saben es cuales son los municipios que la conforman en este caso se vuelve importante la promoción de la ruta y de los municipios que la conforman para que los visitantes los valoren como una opción de destinos turísticos, al momento de organizar un viaje de recreación.
4. La poza de la pita ubicada en el municipio de Paraíso de Osorio, y los miradores del municipio de San Miguel Tepezontes, son lugares ya conocidos por algunas personas, estos

además de la belleza con que cuentan también tienen aspectos específicos que se destacan como es el clima, la vista, el ambiente que es agradable y tranquilo, así como la amabilidad de sus habitantes, todos estos aspectos pueden contribuir a convertirlos en opciones de destinos turísticos.

5. En cuanto a la gastronomía de los municipios destacan sus platos más representativos como es el caso de los tamales Nixtapite es un tamal elaborado en el municipio de San Miguel Tepezontes y el tamal de frijol con hierbabuena y chile que es originario del Municipio de Paraíso de Osorio, las personas que los han degustado destacan su sabor, presentación, al igual pasa con las artesanías de la zona que destacan por su lugar de origen.

6. Los municipios en estudio deben de aprovechar todos los atractivos turísticos con que cuentan y tener la visión de irse postulando como destinos turísticos buscando instituciones que les apoyen en el fortalecimiento de sus capacidades en el área turística, para contribuir a la transformación de la calidad de vida de sus habitantes.

## **8. RECOMENDACIONES:**

1. El desarrollo de un turismo sostenible requiere fomentar una concienciación sobre los recursos naturales y culturales que es necesario preservar, en este caso los lugares con potencial turístico identificados en el municipio deben de ser protegidos y sobre todo mantener las vías de acceso a ellos en buenas condiciones así como la limpieza, y la conservación en su estado natural.

2. La participación de todos es fundamental en una propuesta de desarrollo turístico, por lo que la creación de un comité turístico ayudaría a fortalecer las capacidades de los municipio en el área, donde tengan participación las instituciones, comunidades y población interesada en la creación de la ruta turística, este ayudara para el impulso de la misma.

3. Para poder dar una atención optima al turista es conveniente que los gobiernos locales tome en cuenta las observaciones que han hecho las personas entrevistadas para mejorar la imagen de los Municipios.

4. Divulgar este estudio para dar a conocer los potenciales los atractivos turísticos con los que cuentan los municipios y que se convierten en una excelente opción para ofrecer a los visitantes.

5. Realizar actividades que promuevan los municipios y darles la mayor divulgación posible para atraer visitantes a través de diversos medios de comunicación ya sean estos televisión, radio, periódicos e internet (en este caso por medio de sus respectivas páginas web.

6. Promover los slogan que ya fue creado para los municipios en el caso de “San Miguel Tepezontes una Belleza Natural de El Salvador”, al igual que “Paraíso de Osorio tu Paraíso en El Salvador” estos les ayudaran a la identificación de los municipios como destinos turísticos.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Ministerio de Turismo de El Salvador; Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador.
2. Corporación Salvadoreña de Turismo de El Salvador, Plan estratégico para el impulso y desarrollo de turismo en El Salvador.
3. Rodolfo Espinal, La Comunicación en el Turismo, El Viajero digital; [elviajero.com.do/turismoopinion/...comunicacion...turismo/.../html/](http://elviajero.com.do/turismoopinion/...comunicacion...turismo/.../html/); 11 de noviembre 2010.
4. Cámara de Comercio e Industria de El Salvador; Diagnóstico, análisis de problemáticas y demandas del sector turismo de El Salvador; Resultados del Foro: Dinamización del Sector Turismo. Septiembre 2010.
5. Méndez Mata, Iris; Campos, Pilar Silvino; Estudio de percepción de imagen del municipio de San Miguel Tepezontes, entre Empresarios y consumidores de la ciudad De San Salvador: Lineamientos Para La Construcción De La Imagen-Región De La Ruta Del Lago; Universidad Doctor Andrés Bello, 2009
6. Méndez Mata, Iris; Campos, Pilar Silvino; Identificación, Localización y puesta en valor de atractivos naturales y culturales de San Miguel Tepezontes, Universidad Doctor Andrés Bello, 2009.
7. Organización Mundial del Turismo (2008). Barómetro OMT del turismo mundial, Volumen 6 • Nº 1 • Primera edición, Madrid (España).
8. Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes Diagnóstico estratégico del Municipio. Noviembre 2008.
9. Alcaldía Municipal de Paraíso de Osorio, Diagnóstico estratégico del Municipio. .
9. Buenas tareas, El turismo como actividad Económica; [www.buenastareas.com/...Turismo-Como-Actividad-Económica/184083.html](http://www.buenastareas.com/...Turismo-Como-Actividad-Económica/184083.html)
10. Luciana Sciascia; Evolución histórica del marketing; [www.mailxmail.com/curso.../producto-turistico](http://www.mailxmail.com/curso.../producto-turistico); 11 de noviembre 2010
11. Claudia Rodríguez; Turismo y Marqueting, [www.turismoymarketing.com/ampliarnotapublica.php](http://www.turismoymarketing.com/ampliarnotapublica.php); 12 de octubre 2010

**10. ANEXO:**

**UNIVERSIDAD DOCTOR ANDRES BELLO**

**DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN**

**COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN SEDE REGIONAL DE SAN SALVADOR**



**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE MODELO TEÓRICO DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE ACTIVOS NATURALES, GASTRONÓMICOS Y CULTURALES COMO DESTINOS TURÍSTICOS DE LOS MUNICIPIOS DE SAN MIGUEL TEPEZONTES Y PARAÍSO DE OSORIO**

**Fecha:**

**I PARTE: DATOS GENERALES**

**1. Género:** Masculino  Femenino

**2. Nacionalidad** Salvadoreña  Extranjera

**3. Edad**

Entre 16 y 24 años

Entre 25 y 44 años

Entre 45 y 64 años

65 años o más

**4. Estudios**

Sin estudios

Estudios primarios

Estudios secundarios

Estudios universitarios

**5. Estado civil**

Soltero  Casado  Unión libre  Separado  Divorciado  Viudo

**6. Ocupación**

Empleado  Empresario  Estudiante  Ama de casa  Desempleado  Jubilado

**7. Ingresos familiares mensuales promedio:**

Menos de \$415

Entre \$415 y \$622

Entre \$623 y \$830

Entre \$831 y \$1038

Más de \$1038

**II PARTE: RUTA LA PANORÁMICA.**

**8. Le gustaría encontrar un lugar donde salir de paseo que este cerca de San Salvador.**

Si  No

**9. Conoce la Ruta La Panorámica en el departamento de La Paz.**

Si  No

**10. Sabe que municipios conforman la Ruta La Panorámica.**

Si  No

**11. Cuáles de los siguientes lugares de la Ruta La Panorámica conoce:**

La poza de la pita  La poza del Amate

Mirador de Soledad las flores.  Mirador de Finca el mojón.

Poza Tepilo  Plan de la Poza verde

Isla de los patos  Poza de la Jutera

**12. De los que conoce ¿Cuál es el que más le gusto?**

---

**13. Cite un aspecto o característica por la que más le gusto?**

---

**14. Cuáles de los siguientes platos típicos ha degustado:**

Tamal Nixtapite  Tamal de pescado

Tamal de frijol con hierbabuena y chile  Tamal de elote con frijoles

**15. Que aspecto resaltaría más del platillo que le gusto:**

---

**16. De las siguientes artesanías de la Ruta La Panorámica conoce:**

Tejidos en telares de cintura y palanca  Petates

Barcos en Botellas  Tejas decoradas.

**17. Cual de todas las artesanías que conoce le gusto más?**

---

**18. Que aspectos de la artesanía considera que debe resaltar más en la publicidad**

Diseño y acabados  Material de fabricación

Denominación del lugar de origen  Procedimiento de elaboración

Aplicaciones

**III PARTE: PREFERENCIAS**

**19. Sale con frecuencia de paseo**

Si  No

**20. Cuando sale de paseo hace:**

Turismo interno

Sale del país

**21. Cuál es la temporada en la cual sale más de paseo**

Vacaciones anuales de trabajo

Fines de semana

Semana Santa

Vacaciones por fiestas patronales (incluyendo Agosto)

Temporada Navideña

**22. Que lugares son los que prefiere visitar**

Playas

El campo

Turicentros

Parques

Pueblos

**23. Que atractivos le gustaría encontrar cuando visita un lugar?**

Atractivos Turísticos

Atractivos Culturales

Atractivos Gastronómicos

Entorno ambiental

Todos los anteriores

**24. Cuando realiza un viaje a lugares turísticos, ¿Qué le gustaría encontrar ahí para comprar?**

Artesanías

Otros productos típicos

Postales

Comida típica

Otro tipo productos  , Especifique: \_\_\_\_\_

Todos los anteriores

Ninguno de los anteriores

**25. ¿Qué otros aspectos espera encontrar cuando visita un lugar?**

Buen Clima  Seguridad y tranquilidad de la zona

Amabilidad de sus pobladores  Tradiciones vivas

Buen acceso vehicular y buen estado de las calles

Estacionamiento (Parqueo)

Buenas instalaciones de alimentos y recreación

- Instalaciones para alojamiento
- Instalaciones sanitarias públicas
- Buena oferta de artesanías y recuerdos
- Buena oferta gastronómica
- Buena conservación del patrimonio cultural (parques, iglesias y otros)
- Otro  , Especifique: \_\_\_\_\_

**26. ¿Cuál de los siguientes medios cree que es el más adecuado para la promoción de lugares con potencial turístico?**

- Televisión  Internet
- Radio  Programas u Organizaciones turísticas
- Otro  , Brouchures
- Especifique: \_\_\_\_\_

**27. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en actividades de recreación?**

- Hasta \$ 57.14
- De \$ 57.14 a \$ 114.28
- De \$ 114.28 A \$228.56
- Más de \$228.56