

**Universidad Francisco Gavidia**

**Dirección de Postgrados**



**Economía Nacional e Internacional**

**Rolando Erick Menjivar E, MAE**

**Tema: Turismo de Sol y Playa: Caso Costa del Sol**

**Integrantes:**

Avendaño de Reyes, Eunice Lissette	AA104512
Aguirre de Osorio, Johanna Patricia	AA104112
Cabrera Ramírez, Jorge Ernesto	CR102812
Martínez Romero, María de los Ángeles	MR105412
Sosa Mendoza, Juan Carlos	FM102612

**San Salvador, 20 de junio 2012**

## INDICE GENERAL

INTRODUCCION.....	i
RESUMEN.....	1
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
II. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	2
2.1 Delimitación Espacial.....	2
2.2 Delimitación Temporal.....	3
2.3 Delimitación Económico-Social.....	3
III. FORMULACION DE OBJETIVOS.....	3
4.1 Objetivo General.....	3
4.2 Objetivo Especifico.....	3
IV. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	4
4.1 Alcances.....	4
4.2 Limitaciones.....	4
V. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	4
5.1 Identificación de Fuentes de Información.....	5
5.1.1 Fuentes Primarias.....	5
5.1.2 Fuentes Secundarias.....	5
5.2 Tipo de Investigación.....	5
VI. MARCO CONTEXTUAL, DE REFERENCIA Y CONCEPTUAL.....	6
6.1. Turismo en El Salvador.....	6
6.2. Competitividad.....	7
VII. DESARROLLO DEL TEMA DE INVESTIGACION.....	8
7.1 Formulación y comprobación de hipótesis.....	8
7.1.1. Formulación de Hipótesis.....	8
7.1.2. Comprobación de Hipótesis.....	9
7.2 Principales hallazgos.....	9
7.3 Conclusiones.....	14
7.4 Recomendaciones.....	15
BIBLIOGRAFIA.....	16

GLOSARIO .....	17
ANEXOS.....	18

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No. 1 Procedencia de turistas a El Salvador.....	5
Gráfico No. 2 Lugares visitados por turistas.....	5
Gráfico No. 3 Diamante de La Competitividad.....	7
Gráfico No. 4 Análisis del sector hotelero en la zona de la Costa del Sol, a partir del Modelo de Porter.....	8
Gráfico No. 5 Matriz General Electric.....	9

## INTRODUCCION

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo del país, es sin duda alguna una actividad económica que cada día cobra más importancia a nivel mundial ocupa la tercera posición de sector exportador después de las industrias del petróleo y el automóvil. Según datos de la OMT (Organización Mundial del Turismo), son más de 613 millones de turistas en el mundo; para 2010 debían ser más de mil millones y en 2020, deberían ser 1.600 millones.

Esta actividad económica genera divisas para el país, 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 el turismo por cada persona empleada en esta actividad genera diez empleos más indirectamente ya sea prestando servicios en alojamiento, alimentación, o venta de artesanías en su lugar de origen.

El Salvador posee excelentes atractivos naturales destacando las playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes.

Sin embargo, el país presenta debilidades que limitan el crecimiento de este sector, tales como poco desarrollo de infraestructura turística y problemas de delincuencia, los cuales repercuten negativamente en el porcentaje de turistas que llega al país o que la estancia promedio de turistas así como al gasto efectuado sea bajo.

De acuerdo a lo anterior surge la importancia de la competitividad como un punto determinante para el desarrollo turístico de una zona o región, en este caso la costa de sol promoviendo la innovación y el desarrollo sostenible.



## RESUMEN

En El Salvador existe ya una iniciativa para la competitividad liderada por la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, FUSADES, la cual busca unir los esfuerzos de los salvadoreños mediante acuerdos publico-privados para sobrellevar los problemas que las empresas salvadoreñas enfrentan en temas de competitividad.

Dentro de este contexto, el turismo constituye hoy en día uno de los mayores recursos para el desarrollo del país, con evidencias claras de casos de éxito a nivel mundial, y en consideración que El Salvador se ubica geográficamente dentro de una de las regiones con una extensa biodiversidad de recursos naturales en el mundo, cuenta con una franja costera de 321 kilómetros de playa en el Océano Pacífico, donde sin lugar a dudas la Costa del Sol es uno de los lugares más atractivos.

Es por ello que el presente caso mezcla los resultados de estudios especializados en el ramo de competitividad aplicados específicamente en el sector del turismo de sol y playa; este documento esta aplicado a la oferta Hotelera en la Costa del Sol como el ancla principal para potenciar el desarrollo y la competitividad en la generación del desarrollo que conlleve un crecimiento sostenido para todos los agentes económicos de la zona, lo anterior con base en estudios previamente realizados por una de las principales instituciones que agrupa la empresa privada en El Salvador, como es la ANEP.

El impulso de la oferta hotelera como el principal eje competitivo para la Costa del Sol para los próximos tres años se vuelve el objetivo principal de este documento, es por ello que se presenta el análisis actual de dicho destino turístico, la necesidad de fortalecer el acompañamiento de desarrollo competitivo a través de la ASOCIACION DE DESARROLLO TURISTICO DE LA COSTA DEL SOL, y el planteamiento de las estrategias de comercialización de la oferta hotelera que permitan posicionar al Paraíso entre dos aguas de la Costa del Sol como el mejor destino turístico de sol y playa de El Salvador.



## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿En qué medida el impulso de la oferta hotelera podrá posicionar la costa del sol como el mejor destino turístico de playa de el Salvador, periodo 2013-2015?

## II. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

El segmento de sol y playa, dadas las condiciones climáticas y de recursos naturales, en El Salvador, es de un gran atractivo, tanto para el turismo interno, como para el internacional.

Es por ello que surge la necesidad de contar con destinos turísticos desarrollados y competitivos que permitan ofrecer productos y servicios de calidad al turista.

Tal es el caso de la Costa del Sol, que con su atractivo natural es conocido como “Paraíso entre dos aguas”, su cercanía con el aeropuerto internacional de El Salvador, el desarrollo de infraestructura hotelera se convierte en un destino con gran potencial para el desarrollo turístico del país.

Se destaca que parte importante de este esfuerzo es buscar la competitividad en los servicios de la oferta hotelera para que por consiguiente genere una derrama económica a la zona y desarrollo local.

Esta competitividad se debe ver reflejada en la innovación de los servicios que se ofrecen, en el desarrollo de las empresas y el desarrollo sostenible.

### 2.1 Delimitación Espacial

La investigación tendrá como objeto de estudio la oferta hotelera, ubicada en la zona costera del departamento de la Paz, específicamente en la playa conocida como La Costa del Sol, la cual está Ubicada en el municipio de la Herradura, al sureste de San Salvador; cabe mencionar que en esta zona se encuentra ubicada la más variada infraestructura hotelera de playas del departamento de la Paz.



## 2.2 Delimitación Temporal

La investigación se realizara en el periodo comprendido del 01 de junio al 18 de junio de 2012.

## 2.3 Delimitación Económico-Social

En El Salvador el 12.61% del gasto total familiar en promedio se destina en actividades de Recreación, Cultura, Restaurantes y Hoteles, esto delimitado a familias con un ingreso promedio \$714.00. Por lo cual esta investigación, tomara en cuenta a este sector como posible demandante de la variada oferta hotelera, ubicada en la zona turística de La playa Costa del Sol, También se considera en este estudio, el turista extranjero que visita a El Salvador, con una estadía promedio de cinco noches y un gasto estimado de \$69.00 diarios, según lo revelan los datos del MITUR-CORSATUR 2009

# III. FORMULACION DE OBJETIVOS.

## 3.1 Objetivo General

Impulsar la oferta hotelera como eje competitivo para el desarrollo del destino turístico Costa del Sol, en el período 2013-2015

## 3.2 Objetivos Específicos

- Organizar la oferta hotelera del destino turístico a través de la ASOCIACION DE DESARROLLO TURISTICO DE LA COSTA DEL SOL.
- Analizar la situación actual del destino turístico Costa del Sol, para identificar el potencial turístico de la zona.
- Plantear las estrategias de comercialización que permitan dar a conocer la oferta hotelera del Destino Costa del Sol.



#### IV. ALCANCES Y LIMITACIONES

##### 4.1 Alcances

- Cubre la oferta hotelera de la Costa del Sol
- Generación de la competitividad en el destino turístico Costa del Sol

##### 4.2 Limitaciones

- El tiempo para realizar la investigación es corto, no se cuenta con los suficientes recursos.

#### V. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

##### 5.1 Identificación de Fuentes de Información

Teórica: El estudio tendrá, como fuentes de información tanto a fuentes primarias como secundarias, se consultaran documentos relativos al turismo de playa, alternativas hoteleras y otras investigaciones previamente realizadas.

###### 5.1.1 Fuentes Primarias

Se utilizo los estudios realizados por FUNDES EL SALVADOR sobre la Costa del Sol, 2010.

###### 5.1.2 Fuentes Secundarias

La información de las fuentes secundarias se obtuvo de todo documento previamente escrito como: revistas, periódicos, libros, tesis, tanto físicos como virtuales y documentos que contengan información relacionada con el turismo en general y turismo de sol y playa.

##### 5.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se empleo, es la Investigación de tipo descriptiva, ya que se realizo de modo sistemático la descripción de las características de la



población, situación o área de interés. A fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

## VI. MARCO CONTEXTUAL, DE REFERENCIA Y CONCEPTUAL

### 6.1 Turismo en El Salvador.

El turismo, en los últimos años, se ha considerado como uno de los motores más destacados de la economía de los países latinoamericanos y particularmente en El Salvador; por su incidencia en la economía de forma directa e indirecta, por

lo que resulta necesario profundizar en los conceptos relacionados con la competitividad y su aplicación en dicho sector.

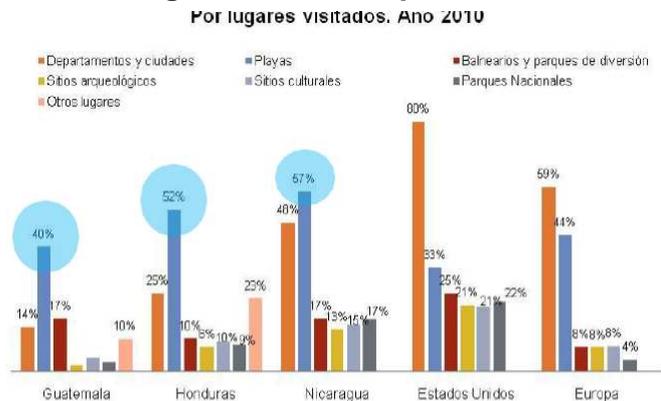
En este apartado se enfatizarán en los elementos conceptuales vinculados a la competitividad y el turismo de playa; además se analizan algunas consideraciones para lograr el fomento de la competitividad desde la óptica teórica.

El Salvador en los últimos años ha venido descansando su economía en el sector terciario, es decir sector de servicios y, más recientemente, le está apostando al turismo. Es por ello que se están creando organismos y marcos institucionales y normativos con el fin de impulsar el sub sector turismo en del país.

**Gráfico No. 1**  
**Procedencia de Turistas a El Salvador**



**Gráfico No. 2**  
**Lugares visitados por turistas**





Estas acotaciones surgen a partir de la evidencia empírica que revela que en 2010 ingresaron un millón 605 mil 358 visitantes, los cuales reportaron divisas para el país por \$518 millones y con tasas de crecimiento por arriba de 10% de forma anual<sup>1</sup>.

Además siendo el ocio uno de los principales razones por las que el turista visita nuestro país, sumado a ello se evidencia el hecho que uno de los lugares más visitados son las playas y los balnearios.

## 6.2 Competitividad

La competitividad hace referencia a la capacidad que tienen algunas empresas de alcanzar resultados y posiciones exitosas en su entorno socioeconómico durante un período sostenido de tiempo, a partir del desarrollo y mantenimiento de sus ventajas competitivas en el entorno socioeconómico. Es un término que no tiene determinación cuantitativa, se trata de poseer una posición defendible con ventajas sostenibles.

Así mismo, se pueden definir dos vías fundamentales para fomentar la competitividad:

- En primer lugar, la única fuente sustentable de competitividad es la Innovación, en su significado más amplio. La ventaja competitiva de una empresa y la Economía en su conjunto dependerá de la capacidad para innovar en productos y servicios, en procesos tecnológicos, en métodos de gestión y en la creación de empresas exitosas e integradas en un tejido o ecosistema industrial consistente (los llamados Clusters o cúmulos de Competitividad).

---

<sup>1</sup> CORPORACION SALVADOREÑA DE TURISMO. Ministerio de Turismo, El Salvador. *Resultados del Turismo en El Salvador*. Edición 2010 San Salvador, 2010, p.2 a la 8.



- En segundo lugar, el nivel de creación y supervivencia de las empresas es clave para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible.

En términos de competitividad, para el análisis del sector turismo de sol y playa en El Salvador utilizaremos el modelo del Diamante de la competitividad<sup>2</sup>; el cual se ilustra a continuación:

**Gráfico No. 3**  
**Diamante de La Competitividad**

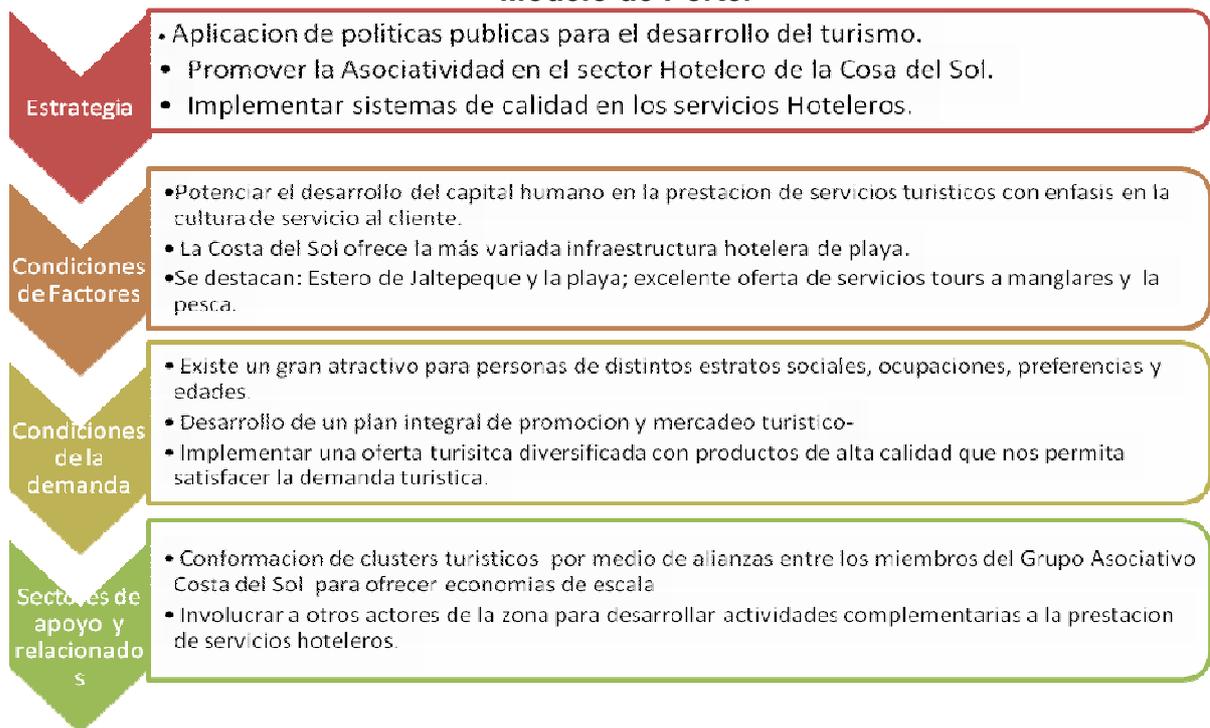


Aplicando este modelo, podemos elaborar un análisis simplificado pero relevante en el estudio del sector turístico de playa en El Salvador:

<sup>2</sup> PORTER, MICHAEL. "Ventaja competitiva de las Naciones", Editorial Vergara, 1991.



**Gráfico No. 4**  
**Análisis del sector hotelero en la zona de la Costa del Sol a partir del Modelo de Porter**



Como hemos destacado, son muchas las variantes que intervienen en el éxito o no del sector turístico; partiendo de elementos generales como las políticas públicas hasta condiciones específicas como las tácticas de desarrollo locales en la zona de la Costa del Sol. Es por ello que relacionaremos nuestro estudio en las condiciones/factores que harán que este lugar turístico sea o no competitivo a nivel nacional e internacional.

## VII. DESARROLLO DEL TEMA DE INVESTIGACION

### 7.1 Formulación y comprobación de hipótesis

#### 7.1.1 Formulación de Hipótesis

“La comercialización de servicios competitivos por parte del sector hotelero de la Costa del Sol permitirá que esta se posicione como el mejor destino turístico de sol y playa de El Salvador”



### 7.1.2 Comprobación de Hipótesis

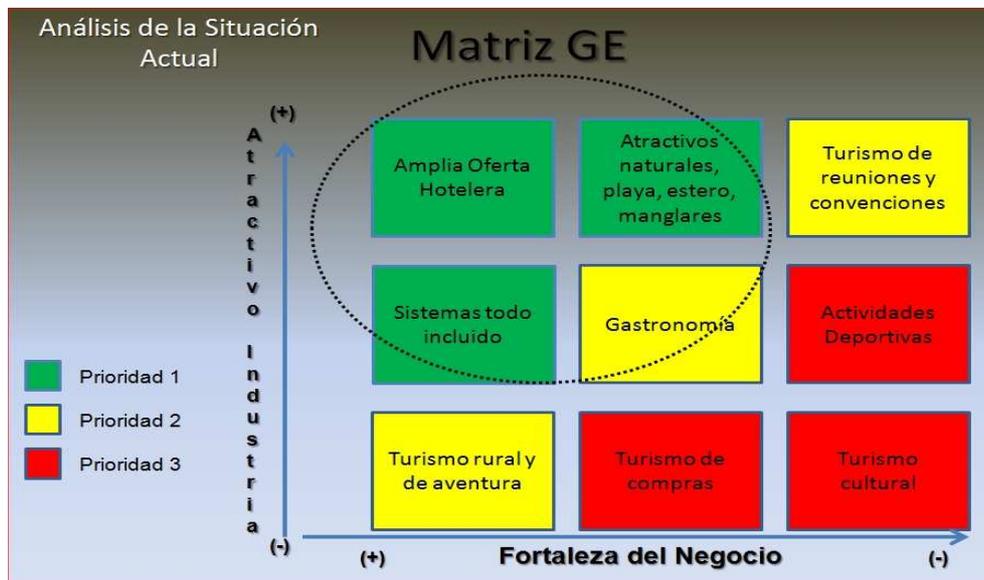
Consideraciones generales para la comprobación de hipótesis.

1. Análisis de la situación actual del destino turístico Costa del Sol y su oferta Hotelera a partir de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios, Matriz GE.
2. Con la creación de la Asociación de Desarrollo Turístico de la Costa del Sol se conforma el primer paso para la integración del sector.
3. Desarrollo de estrategias de comercialización en el sector hotelero para lograra el posicionamiento del destino turístico Costa de Sol.

### 7.2 Principales hallazgos

**Hallazgo 1:** Análisis de la situación actual del destino turístico Costa del Sol y su oferta Hotelera a partir de la matriz GE.

**Gráfico No. 5  
Matriz General Electric**





La Costa del Sol cuenta con una belleza escénica natural por ser una de las playas más hermosas del país, cuenta con 12 kilómetros de playa y es el hogar de gran diversidad de mamíferos, reptiles, aves de la región y migratorias, como también de una fauna marina que la convierten en un atractivo turístico inigualable. Además el calor humano y la hospitalidad de su gente tienen el potencial de hacer de cualquier estadía un momento mágico que querrá repetir.

Dicho esto, un lugar como la Costa del Sol tiene el potencial para ser el mejor destino turístico de playa del país. Sin embargo estudios especializados sobre el turismo de playa revelan que el visitante no solamente valora los atractivos naturales de un lugar sino también (o más importante) la infraestructura hotelera que le recibe, entendiendo esta última, como el sistema de alojamientos, actividades de entretenimiento, servicios complementarios de hostelería, la alimentación y bebidas que en este se ofrece.

En nuestro país, la playa salinitas tiene una de las más importantes apuestas a la hostelería de playa es el Hotel and Resort Royal de Cameron Salinitas, el cual cuenta con una oferta hotelera estilo “todo incluido” con una capacidad para albergar a más de 700 personas<sup>3</sup>; posee tasas de ocupación semanal superiores al 50% promedio lo que implica un visita estimada de 122,500 visitantes anualmente. Considerando que este lugar su atractivo principal es el servicio hotelero constituye una evidencia empírica de que un buen sistema de hostelería en una playa puede convertirse en el elemento competitivo principal que permita posicionarla como un destino predilecto tanto a nivel nacional como internacional.

Consecuentemente, es importante aclarar que la Playa Salinitas no cuenta con mejores zonas naturales que la Costa del Sol, sin embargo esta última registra en

---

<sup>3</sup> VIDAL, DIANA “La Prensa Grafica, Edición 14 de Junio de 2006”, Grupo Editorial Dutriz, 2006.  
Consultado 05 de junio de 2012. <<http://archive.laprensa.com.sv/20060614/economia/517547.asp>>



sus hoteles tasas de ocupación por debajo del 40%. Al respecto Manuel Samayoa comenta “En nuestro hotel manejamos una ocupación promedio poco menor al 40% y es uno de los que registran mayores niveles acá en la Costa” quien es el Gerente de Mercadeo del Hotel Confort INN y Bahía Dorada de la Costa del Sol.

**Hallazgo 2:** Con la creación de la Asociación de Desarrollo Turístico de la Costa del Sol se conforma el primer paso para la integración del sector.

La conformación de la Asociación fue apoyada por FUNDES El Salvador en el año 2004, con una intervención, que incluyó la creación del reglamento interno, creación de un plan estratégico, la figura legal del grupo asociativo, la creación de un plan de negocios y promoción de la participación en eventos comerciales.

El grupo asociativo está integrado por 33 establecimientos todos operando en la Costa del Sol, que se dedican a los sectores de comercio y servicios: restaurantes, hoteles, hostales, transporte turístico, turoperadores, supermercados, venta de artesanías, entre otros.

La Asociación ha logrado implementar varios estudios y proyectos para el grupo asociativo. Ha sido apoyado por diferentes instituciones nacionales, organismos de cooperación internacional y apoyos de países. Se pueden citar como ejemplos: el Banco Interamericano de desarrollo (BID), GTZ, CONAMYPE, MPES, el Ducado de Luxemburgo, y Corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR).

Una reciente consultoría produjo la creación de la marca destino, logotipo y el slogan “un paraíso entre dos aguas”, acompañado de la propuesta para una campaña de publicidad y difusión de la marca<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> FUNDES El Salvador 2010. Informe preliminar de consultoría construcción de estrategia de marketing y comercialización. San Salvador, p. 8



**Hallazgo 3:** Desarrollo de estrategias de comercialización en el sector hotelero para lograr el posicionamiento del destino turístico Costa de Sol.

Para evidenciar dicho hallazgo se ha tomado de referencia el documento ENADE 2010 y el Informe sobre la consultoría realizada por FUNDES EL SALVADOR en la Costa del Sol.

- ENADE 2010

En este documento se propone concentrar los esfuerzos de posicionar al país como multi-destino: turismo vacacional (sol y playa) y turismo de reuniones y convenciones<sup>5</sup>. Una estrategia que impulse simultáneamente ambos mercados goza de viabilidad gracias a la ubicación geográfica del país y a la infraestructura inicial existente, y su desarrollo tendría un fuerte impacto positivo en la economía nacional con la puesta en marcha de las siguientes líneas de acción:

- a. Diseño e implementación un plan integral de promoción y mercadeo turístico

El Plan se basará en “vender” al país como multi-destino, y deberá contar con una definición clara de estrategias, mercados prioritarios y nichos de mercado, para cada segmento y tipo de turismo.

Además debe incluir un programa de participación en ferias, viajes de familiarización para operadores y medios de comunicación, así como también la promoción de una imagen positiva del país en el extranjero y a nivel local, en coordinación con los medios de comunicación.

- b. Desarrollo y fortalecimiento de la oferta turística.

Se propone concentrar los esfuerzos de posicionar al país como multi-destino: turismo vacacional (sol y playa) y turismo de reuniones y convenciones. Una estrategia que impulse simultáneamente ambos mercados goza de viabilidad

---

<sup>5</sup> ASOCIACION NACIONAL DE LA EMPRESA PRIVADA. X ENADE, Empleo, Productividad, Desarrollo. San Salvador, p. 44



gracias a la ubicación geográfica del país y a la infraestructura inicial existente, y su desarrollo tendría un fuerte impacto positivo en la economía nacional.

### c. Planificación Publico Privada

Sin duda alguna, el concepto clave de la mencionada propuesta es la planificación público-privada en estos nuevos destinos turísticos, de tal manera que se logren atraer importantes flujos de inversiones nacionales y de corporaciones turísticas transnacionales, promoviendo un desarrollo de alta calidad, sostenible y sustentable.

- Informe FUNDES EL SALVADOR.

- a. Satisfacción de usuarios y competitividad

Uno de los pilares del éxito de todo gremio empresarial, es reconocer que la Gestión de Ventas, es un esfuerzo integral, que necesita acompañarse de procesos y acciones que permitan el éxito de la misma, manteniendo un enfoque de satisfacción al cliente para lo cual deben atenderse y solucionarse temas críticos, tales como: la capacitación en ventas, el desarrollo de mecanismos de comercialización que soporten los aspectos señalados de calidad en atención al cliente, calidad en producto, generación de nuevos productos, es decir brindando servicios competitivos y deseables.

En la subárea de Comunicaciones en lo referente a la política de promoción de productos, no está debidamente alineada porque no se cuenta con la información de lo que afecta la atracción de visitantes a la zona que es pertinente y relevante para los clientes individuales y corporativos.

- b. Identificación del Segmento de Clientes

La Segmentación de Mercado es fundamental para determinar cuáles son los grupos de consumidores que ofrecen mejor potencial de ingresos y ganancias, analizar sus necesidades de compra y los requerimientos para satisfacerlas.



Por lo tanto la segmentación de clientes por ventajas buscadas, quedaron nominadas en las siguientes categorías:

- Corporativo – empresas del sector privado.
- Institucional- instituciones del sector público, gremiales, ONG, académicas, entre otras.
- Visitantes – Clientes que provienen de otras áreas geográficas del país. Frecuentes u ocasionales.
- Excursionistas. - Grupos organizados, de diferentes orígenes como comunidades, religiosos, estudiantiles, entre otros.
- Turistas internacionales

### 7.3 Conclusiones

1. En cuanto a infraestructura se refiere, existe una oferta hotelera ya establecida que puede ser la base para un desarrollo turístico en la zona de la Costa del Sol.
2. Es necesario que el grupo asociativo tome un rol protagónico en el desarrollo y fortalecimiento de los objetivos para los cuales fue conformado, fomentando el involucramiento participativo de cada uno de los miembros del grupo y procurando relaciones recíprocas de apoyo y colaboración.
3. Actualmente no se cuenta con un plan estructurado de promoción tanto a nivel de país como al nivel local que promueva el destino Costa del Sol tal como existe para otros puntos turísticos del país.
4. El turismo de sol y playa debe ser complementado con otros tipos de turismo como el de reuniones y convenciones para dinamizar el sector y lograr un desarrollo sostenible.
5. El sector hotelero de la Costa del Sol no ha recibido en los últimos años inversión nacional ni extranjera.



## 7.4 Recomendaciones

1. Reactivación y puesta en marcha del Asociación de Desarrollo Turístico de la Costa del Sol en materia de:
  - a. Aprovechamiento de las políticas públicas para el desarrollo de turismo por ejemplo FOMILENIO 2
  - b. Desarrollo proyectos para incentivar la competitividad en el destino orientado a la oferta hotelera.
  - c. Gestionar un plan de capacitación para potenciar el capital humano en el desarrollo de servicios turísticos, en las áreas de atención al cliente, ingles y computación.
2. Dentro del gremio Asociativo crear un comité cuyo enfoque sea fomentar la oferta hotelera considerando los siguientes elementos:
  - a. Implementar que dentro de los servicios hoteleros se caractericen por la innovación en la tecnología tales como: Wifi gratis por consumos o estadias dentro del gremio, una guía "on line" propia del sector hotelero del Grupo Asociativo en la cual se oriente a las necesidades y requerimientos del cliente que demandan sol y playa.
  - b. Implementar buenas prácticas del cuidado del medio ambiente como el tratamiento de los desechos sólidos y reciclaje, el uso del agua, el cual será supervisado por un comité de resguardo de los recursos naturales de la Costa del Sol.
  - c. Garantizar estándares de calidad en los servicios que se ofrecen para atender a turistas nacionales y extranjeros
3. Al MITUR
  - a. Fortalecimiento de programas de seguridad y orientación al turista.
  - b. Destacar la Costa del Sol en las diferentes ferias a nivel internacional.
  - c. Impulsar el turismo de reuniones, convenciones e incentivos orientado a sol y playa.



## BIBLIOGRAFIA

- FUNDES El Salvador. Micro-proyecto Asociación de Desarrollo Turístico de la Costa del Sol. San Salvador, El Salvador. 11 de octubre de 2009
- FUNDES El Salvador. Informe Final Investigación de Mercado-Entrevista con clientes del Grupo Asociativo Costa del Sol. San Salvador, 21 de abril de 2010.
- CASANOVA, GILBERTO. FUNDES El Salvador. Informe Preliminar de Consultoría construcción de estrategia de marketing y comercialización. San Salvador, El Salvador,
- RODRIGUEZ, Giselle, SOUTO, Lourdes. Una aproximación teórica al análisis de la competitividad en el sector turístico. Vol. 3, N° 8 (septiembre/setembro 2010). Revista de Investigación en turismo y desarrollo Local.
- ASOCIACION NACIONAL DE LA EMPRESA PRIVADA, ANEP. X Encuentro Nacional de la Empresa Privada, ENADE. Empleo, Productividad, Desarrollo, 2010. P 43-49



## GLOSARIO

**ASOCIACIONES EMPRESARIALES:** Agrupaciones de empresas cuya finalidad es representar al conjunto de sus miembros protegiendo sus intereses y actuar de forma conjunta en procesos de negociación de interés común.

**ATRACTIVO TURISTICO:** Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

**CLUSTERS:** conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente en los sentidos vertical, horizontal y colateral en torno a unos mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos.

**COMPETITIVIDAD:** Capacidad que tienen algunas empresas de alcanzar resultados y posiciones exitosas en su entorno socioeconómico durante un período sostenido de tiempo, a partir del desarrollo y mantenimiento de sus ventajas competitivas en el entorno socioeconómico.

**COMERCIALIZACIÓN:** Conjunto de actividades desarrolladas con el fin de facilitar la venta de una mercancía, producto o servicio, dándole las condiciones adecuadas y organizando campañas publicitarias.

**DEMANDA TURÍSTICA:** Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

**DERRAMA ECONÓMICA:** La derrama económica del sector turismo es la totalidad del gasto generado por los turistas que visitan los destinos en la entidad.



**ESTACIONALIDAD:** Época del año donde se concentran las masas, consecuencia de la acumulación de los flujos turísticos o demanda turística, provocándose así las temporadas altas y bajas.

**HOTEL:** es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos.

**OFERTA:** es la prestación de servicios, recursos (históricos, naturales, artísticos, entre otros) y la infraestructura

**SEGMENTO DE MERCADO:** Proceso de dividir, ó segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

**SERVICIOS HOTELEROS:** Conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por funcionarios que trabajan en un hotel, además de proveer los servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías, servicios de conferencias, entre otros.

**TASA DE OCUPACIÓN:** es el porcentaje resultante de dividir el número personas ocupadas entre el total de la población comprendida entre esos dos umbrales

**TURISMO:** Actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora a una receptora, por más de veinticuatro horas o menos de 365 días y con un motivo no lucrativo.



## ANEXOS 1 ATRACTIVO NATURALES DE LA COSTA DEL SOL





## ANEXO 2 OFERTA HOTELERA MAS REPRESENTATIVA DE LA COSTA DEL SOL

No.	Empresa	Servicios	Direccion, Correo, Tel., Cel., Sitio Web
1	Tortuga Village	Hospedaje, alimentos y bebidas	Boulevard Costa del Sol, km 66 ½, La Paz, contiguo a restaurante La Hola. TEL: (503) 2564-1777 (503) 2564-1778
2	Hotel Pacific Paradise	Hospedaje, alimentos y bebidas	Boulevard Costa del Sol, Km. 75 , Cantón El Zapote, San Luís La Herradura 2281-2028/2338-0156 <a href="mailto:ventas@hotelpacificparadise.com">ventas@hotelpacificparadise.com</a>
3	Hotel Tesoro Beach	Hospedaje, alimentos y bebidas	Boulevard Costa del Sol, Km. 69 ½ , Cantón El Zapote, San Luís La Herradura 2275 9393 / 2329 5203 tesorobeach@telesal.net
4	Hotel Bahía Dorada	Hospedaje, alimentos y bebidas	Blvd. Costa del Sol Km 75.5 2325-7500
5	Hotel Izalco Cabañas Club	Hospedaje, alimentos y bebidas	Blvd. Costa del Sol Km 65 2338-2006
6	Hotel Bahía del Sol	Hospedaje, alimentos y bebidas	Boulevard Costa del Sol
7	Joya del Pacifico	Membresía, alojamiento alimentos y bebidas	Boulevard Costa del Sol, Km. 70.3 Cantón El Zapote, San Luís La Herradura 2223-0999 y 2223-0077



ANEXO 3 MAPA TURISTICO DE LA COSTA DEL SOL

