

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**“ESTUDIO MERCADOLÓGICO PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO DE LA LAGUNA MONJA BLANCA, EN EL
MUNICIPIO DE PALENCIA”**

MAYRA ZULEMA CASTELLANOS SANTOS

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

GUATEMALA, AGOSTO DE 2006

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“ESTUDIO MERCADOLÓGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
LAGUNA MONJA BLANCA, EN EL MUNICIPIO DE PALENCIA”**

TESIS

PRESENTADA A LA JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

POR

MAYRA ZULEMA CASTELLANOS SANTOS

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

GUATEMALA, JULIO DE 2006

**MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Decano	Lic. Eduardo Antonio Velásquez Carrera
Secretario	Lic. Ángel Jacobo Meléndez Mayorga
Vocal 1º.	Lic. Canton Lee Villela
Vocal 2º.	Lic. Albaro Joel Girón Barahona
Vocal 3º.	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal 4º.	P.C Efrén Arturo Rosales Alvarez
Vocal 5º.	P.C José Abraham González Lemus

**PROFESIONALES QUE PRACTICARON EL
EXAMEN DE ÁREAS PRÁCTICAS BÁSICAS**

Área Matemática-Estadística	Lic. Víctor Manuel Castro Sosa
Área Administración-Finanzas	Lic. Hugo Rolando Peña Cruz
Área Mercadotecnia-Operaciones	Lic. Francisco Sierra Jiménez

**PROFESIONALES QUE PRACTICARON EL
EXAMEN PRIVADO DE TESIS**

Presidente:	Licda. María del Carmen Mejía García
Secretario:	Lic. Mario Baudilio Morales Duarte
Examinador:	Lic. Mario Raúl Castellanos

ACTO QUE DEDICO

- A DIOS:** quien es mi guía, porque “todo lo puedo en Cristo que me fortalece” y ser Él, la fuente inspiradora de superación.
- A MI FAMILIA:** por su apoyo incondicional.
- A GUATEMALA:** por ser el espacio geográfico en donde he podido superarme y alcanzar una de mis metas...
- A:** LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, especialmente a la Facultad de Ciencias Económicas, por permitirme culminar mi carrera.
- A USTED:** especialmente, porque el esfuerzo de cada uno, contribuirá a mejorar y provocar el cambio en nuestro país.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA

INTRODUCCIÓN

i

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1.1	Mercadotecnia	1
1.1.1	Definición	1
1.1.2	Campo de aplicación	1
1.1.3	Mezcla de mercadotecnia	1
1.2	Mezcla promocional	3
1.2.1	Publicidad	3
1.2.2	Promoción de ventas	7
1.2.3	Venta personal	7
1.2.4	Publicidad no pagada	7
1.2.5	Relaciones públicas	8
1.2.6	Marketing directo	8
1.3	Segmento de mercado	8
1.3.1	Definición	8
1.3.2	Importancia	8
1.3.3	Bases para segmentar mercados de consumidores	9

	PÁGINA	
1.4	Estudio de mercados	11
1.4.1	Definición	11
1.4.2	Características	11
1.4.3	Análisis previo	12
1.4.4	Ventajas	13
1.4.5	Desventajas	13
1.4.6	Proceso de un estudio de mercados	14
1.5	Análisis FODA	16
1.6	Desarrollo turístico	17
1.6.1	Definición	17
1.6.2	Beneficios	18
1.6.3	Clases de turismo	19
1.7	Conformación del sistema turístico en Guatemala	19
1.7.1	Guatemala moderna y colonial	20
1.7.2	Altiplano indígena vivo	21
1.7.3	Aventura en el mundo maya	22
1.7.4	Caribe diferente	23

		PÁGINA	
	1.7.5	Paraíso natural	23
	1.7.6	Guatemala por descubrir	24
	1.7.7	Costa pacífico	25
1.8	Ecología		26
	1.8.1	Definición	26
1.9	Ecoturismo		26
	1.9.1	Definición	26
	1.9.2	Características	27
	1.9.3	Clases de ecoturismo	27
1.10	Recursos naturales		29
	1.10.1	Definición	29
	1.10.2	Clasificación	29
1.11	Medio ambiente		30
	1.11.1	Definición	30
	1.11.2	Componentes del medio ambiente	31

CAPÍTULO II
DIAGNÓSTICO MACROECONÓMICO Y MICROECONÓMICO PARA EL
ESTUDIO MERCADOLÓGICO DEL DESARROLLO ECOTURÍSTICO DE LA
LAGUNA MONJA BLANCA, EN EL MUNICIPIO DE PALENCIA

	PÁGINA	
2.1	Municipio de Palencia, Guatemala	32
2.1.1	Marco legal	32
2.1.2	Antecedentes históricos	32
2.1.3	Geografía del lugar	33
2.1.4	Características poblacionales	34
2.1.5	Características económicas	37
2.1.6	Características sociales	38
2.2	Descripción sociogeográfica del área de la Laguna Monja Blanca y sus alrededores	42
2.2.1	Caracterización de la Laguna Monja Blanca	42
2.2.2	Geografía del lugar	42
2.2.3	Estudio de capacidad y uso del suelo	42
2.2.4	Aspectos climáticos	43
2.2.5	Recursos naturales	43

	PÁGINA
2.3 Aspectos socioeconómicos	44
2.3.1 Acceso vial	44
2.3.2 Tenencia y uso de la tierra	44
2.3.3 Población	44
2.3.4 Economía	45
2.3.5 Salud	45
2.3.6 Vivienda	46
2.3.7 Eliminación de la basura	47
2.3.8 Servicio de agua	48
2.3.9 Servicio de alumbrado	49
2.3.10 Servicio sanitario	50
2.4 Marco jurídico para elaborar proyectos ecoturísticos	51
2.4.1 Leyes	51
2.5 Análisis de la competencia	53
2.5.1 Lugares ecoturísticos del departamento de Guatemala	53
2.5.2 Lugares ecoturísticos ubicados en carretera al Atlántico (C A9)	55
2.5.3 Lugares ecoturísticos ubicados en el municipio de Palencia	56

	PÁGINA	
2.6	Condiciones de la infraestructura	58
2.6.1	Carretera	58
2.6.2	Telecomunicaciones	58
2.6.3	Transporte	58
2.7	Producción agrícola y artesanal	59
2.7.1	Agricultura	59
2.7.2	Artesanía	59
2.7.3	Consumo interno	59
2.7.4	Producto de exportación	59
2.8	Ingresos económicos	60
2.9	Magnitud y procedencia del flujo turístico actual	60
2.10	Mercado potencial	61
2.11	Organización y administración de los vecinos	61
2.11.1	Comités y asociaciones	61
2.12	Esfuerzos promocionales para dar a conocer la laguna monja blanca	62

	PÁGINA	
2.13	Condiciones del segmento del mercado	62
2.13.1	Municipio de Palencia	62
2.13.2	Ciudad capital	71
2.14	Análisis FODA	79
A.	Fortalezas	79
B.	Oportunidades	80
C.	Debilidades	81
D.	Amenazas	81

CAPÍTULO III

PROPUESTA DEL PROYECTO DE DESARROLLO ECOTURÍSTICO DE LA LAGUNA MONJA BLANCA

3.1	Matriz FODA	82
3.1.1	Propuesta de estrategias a través de la matriz FODA	82
3.2	Misión	87
3.3	Visión	87

	PÁGINA	
3.4	Objetivos	88
3.4.1	Objetivo general	88
3.4.2	Objetivos específicos	88
3.5	Organización de vecinos	89
3.5.1	Organización del proyecto	89
3.5.2	Capacitación de los vecinos del área	91
3.6	Constitución legal de la fundación	92
3.6.1	Conformación de la fundación del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca	92
3.6.2	Funciones de cada uno de los miembros de la Junta Directiva	92
3.7	Seguridad	95
3.8	Campañas de sensibilización	95

	PÁGINA
3.9 Creación y desarrollo de la infraestructuraturística pública y privada del proyecto	96
3.9.1 Infraestructura pública	96
A. Mantenimiento de la carretera	96
B. Reforestación de la zona	96
C. Señalización del área y diseño de zonas de recreación y observación turística	97
D. Orfanato para animales maltratados	97
E. Área de camping	98
F. Área de juegos	98
G. Áreas de descanso	98
H. Miradores	98
I. Pesca	99

	PÁGINA	
3.9.2	Infraestructura privada	99
A.	Cabañas	99
B.	Restaurante	100
C.	Paseos en lanchas	100
3.10	Personal necesario para el desarrollo de la fundación	100
3.10.1	Sección de seguridad	101
3.10.2	Sección de mantenimiento	101
3.10.3	Personal técnico para el orfanato	101
3.10.4	Otros (Servicio de primeros auxilios)	101
3.11	Personal para la inversión privada	102
3.12	Garita de ingreso	104
3.12.1	Administración de ingresos y egresos	104

	PÁGINA		
3.13	Contratación	104	
	A.	Selección y contratación	105
	B.	Personal a contratar	105
3.14	Control	105	
3.15	Formas de comercialización de los servicios turísticos y producción artesanal del área	105	
3.16	Campaña promocional	106	
	3.16.1	Promoción de ventas	122
	3.16.2	Venta personal	122
	3.16.3	Publicidad no pagada	122
	3.16.4	Relaciones públicas	123
3.17	Seguimiento y valoración de la campaña promocional	123	
3.18	Fuentes de financiamiento	123	
3.19	Beneficio económico y social del proyecto	124	

	PÁGINA	
3.20	Mantener el medio ambiente	124
3.21	Programa de acción	124
3.22	Costo general del proyecto	128
3.23	Punto de equilibrio	131
3.24	Posibles fuentes de financiamiento	133
3.24.1	Posibles fuentes de financiamiento para la inversión privada	133
A.	Requisitos para obtener préstamos	134
3.24.2	Apoyo técnico	134
3.24.3	Posible fuente de financiamiento para la fundación	135
CONCLUSIONES		136
RECOMENDACIONES		137
BIBLIOGRAFÍA		139
GLOSARIO		143

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1 Ubicación geográfica del municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 2 Croquis para llegar a la Laguna Monja Blanca, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 3 Estado actual de la Laguna Monja Blanca, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 4 Propuesta de diseño del proyecto “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 5 Propuesta de modelo del orfanato para animales “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 6 Propuesta de diseño del área de juegos infantiles, en el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 7 Propuesta de modelo de banca para área de descanso en el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 8 Propuesta de diseño de mirador para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.

- ANEXO 9 Propuesta de diseño de cabaña para “el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 10 Propuesta de diseño de restaurante para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 11 Descripción técnica de puestos
- ANEXO 12 Libro de registro de personas visitantes al “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 13 Propuesta de diseño del mercado de artesanías y productos agrícolas para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 14 Propuesta de diseño de servicio sanitario, “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 15 Propuesta del edificio administrativo para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 16 Propuesta de churrasquera para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.

- ANEXO 17 Propuesta de depósito de basura para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 18 Propuesta de lámpara para alumbrado público para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 19 Propuesta de parqueo para el “Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 20 Encuesta dirigida a los habitantes de la Finca la Laguna y sus alrededores. Municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 21 Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad capital.
- ANEXO 22 Costo del estudio de evaluación del impacto ambiental del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca, municipio de Palencia, departamento de Guatemala.
- ANEXO 23 Cronograma propuesto para el primer año del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca, año 2006.

ÍNDICE DE CUADROS

		PÁGINA
Cuadro 01	Población por grupos de edad, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	34
Cuadro 02	Población Económicamente Activa -PEA- por género, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	35
Cuadro 03	Población Económicamente Activa -PEA- según categoría ocupacional, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	36
Cuadro 04	Población Económicamente Activa -PEA- según rama de actividad, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	37
Cuadro 05	Nivel de alfabetismo poblacional por género, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	38
Cuadro 06	Población por nivel de escolaridad, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	39
Cuadro 07	Centros educativos, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2004	40

PÁGINA

Cuadro 08	Conformación de la población, Finca La Laguna y sus alrededores, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2004	45
Cuadro 09	Material utilizado para la construcción de las viviendas, Finca La Laguna y sus alrededores municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	46
Cuadro 10	Formas de eliminación de la basura, Finca La Laguna y sus alrededores, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	47
Cuadro 11	Tipo de servicio de agua en el hogar, Finca La Laguna y sus alrededores, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	48
Cuadro 12	Tipo de alumbrado, Finca La Laguna y sus alrededores, municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	49
Cuadro 13	Tipo de servicio sanitario en el hogar, Finca La Laguna y sus alrededores municipio de Palencia, Guatemala. Año 2002	50
Cuadro 14	Algunos lugares ecoturísticos en el departamento de Guatemala	54

Cuadro 15	Algunos lugares ecoturísticos en carretera al Atlántico cerca de la CA 9	55
Cuadro 16	Personal mínimo para el inicio de la inversión privada y de la fundación	103
Cuadro 17	Presupuesto para medios escritos nacionales	119
Cuadro 18	Costos de la elaboración de vallas publicitarias, trifoliales y página en Internet	120
Cuadro 19	Gastos mínimos para la construcción del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca	128
Cuadro 20	Sueldos y salarios de administración de la fundación e inversión privada	129
Cuadro 21	Costo mínimo para el desarrollo inicial del proyecto Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca	130
Cuadro 22	Cálculo del punto de equilibrio para el desarrollo del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca Finca la Laguna, municipio de Palencia	132

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICAS		PÁGINA
Gráfica 1	Elaboración y desarrollo de una campaña publicitaria	5
Gráfica 2	Desarrollo operativo del mensaje	6
Gráfica 3	Proceso de estudio de mercados	15
Gráfica 4	Factores que influyen en la falta de conocimiento de la Laguna Monja Blanca como un destino ecoturístico, según el vecino del municipio de Palencia	63
Gráfica 5	Beneficios esperados del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca, según los habitantes del lugar. Finca la Laguna, municipio de Palencia	64
Gráfica 6	Responsables de dar mantenimiento a la Laguna Monja Blanca, según los vecinos del lugar. Finca la Laguna, municipio de Palencia	65
Gráfica 7	Actividades que se pueden realizar para mejorar la Laguna Monja Blanca, según el vecino del lugar. Finca la Laguna, municipio de Palencia	66
Gráfica 8	Interés del vecino en recibir capacitación sobre Ecoturismo. Finca la Laguna, municipio de Palencia	67

PÁGINA

Gráfica 9	Conocimiento de los vecinos del lugar, sobre la fabricación de artesanía. Finca la Laguna, municipio de Palencia	68
Gráfica 10	Productos y/o servicios que podrían ofrecer los vecinos del lugar al turista. Finca la Laguna, municipio de Palencia	69
Gráfica 11	Administración del parque ecoturístico, según los vecinos del lugar. Finca la Laguna, municipio de Palencia	70
Gráfica 12	Conocimiento de los vecinos de la capital, sobre lugares ecoturísticos cercanos a la ciudad	72
Gráfica 13	Factores que influyen en el atractivo del lugar ecoturístico, según los vecinos de la ciudad capital	73
Gráfica 14	Características que no fueron del agrado del visitante de la ciudad capital en los parques ecoturísticos visitados	74
Gráfica 15	Medios para enterarse de los lugares a visitar según, los vecinos de la ciudad capital	75
Gráfica 16	Elementos que espera encontrar en un parque ecoturístico el vecino de la ciudad capital	76

	PÁGINA
Gráfica 17 Tarifa adecuada para ingresar a un parque ecoturístico cercano a la ciudad de Guatemala, según vecinos de la capital	77
Gráfica 18 Interés por conocer lugares ecoturísticos en el departamento de Guatemala, según vecinos de la ciudad capital	78
Gráfica 19 Organigrama de la fundación	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz FODA	84
Tabla 2	Programa de acción del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca, año 2006	125

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis tiene como finalidad hacer énfasis en el potencial ecológico que tiene Guatemala dentro del ámbito turístico, ya que se caracteriza por poseer diversidad de culturas, paisajes, flora, fauna, etc. Considerando que la Universidad de San Carlos de Guatemala y específicamente la Facultad de Ciencias Económicas prestan especial atención a este tipo de alternativas que contribuyen al progreso de los pobladores. La investigación realizó un estudio de mercados en el municipio de Palencia departamento de Guatemala; dicho municipio se encuentra ubicado a 29 kilómetros de la ciudad capital, a pesar de la cercanía mantiene un escaso desarrollo económico y social, lo que no permite elevar el nivel de vida de sus habitantes.

Esta zona cuenta con recursos naturales y económicos que podría utilizar la población en beneficio propio. Es por ello que se hace necesario fomentar otras opciones que permitan el crecimiento económico y social a las actividades tradicionales desarrolladas por los habitantes. Por tal razón, se efectuó un **“Estudio mercadológico para el desarrollo turístico de la Laguna Monja Blanca, en el municipio de Palencia.** Teniendo como objetivo primordial; que las autoridades municipales y los pobladores de esta localidad puedan crear alternativas de empleo a través del desarrollo ecoturístico, donde no se afecte al medio ambiente.

Esta tesis comprende de tres capítulos los cuales se desarrollan de la siguiente manera: capítulo I, es un marco conceptual que sirvió como base para el análisis y desarrollo de la investigación. El capítulo II presenta el diagnóstico macro y microeconómico para el desarrollo turístico de la Laguna Monja Blanca; se realizaron encuestas dirigidas a los pobladores del lugar y habitantes de la ciudad capital para determinar el conocimiento que tienen sobre ecoturismo y a

la vez establecer cuales son sus preferencias, asimismo se presentan cuadros estadísticos que permitieron conocer con que población se cuenta, que tipo de servicios básicos tienen, etc. En el tercer capítulo se hace una propuesta para el desarrollo del parque ecoturístico y por último, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1.1 Mercadotecnia

1.1.1 Definición

Para Kotler la Mercadotecnia “es un proceso social y gerencial por lo que individuos o grupos obtienen lo que necesitan, desean, creando e intercambiando productos y valor con otros.” (18:3) También se puede definir como “un conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. El productor debe intentar diseñar y producir bienes de consumo que satisfagan las necesidades del consumidor”. (2:s/n)

1.1.2 Campo de aplicación

La mercadotecnia es aplicable en todas las disciplinas donde se comercialice o se distribuya un producto y/o se preste algún servicio, en el que la satisfacción de las necesidades de los consumidores es lo primordial para generar utilidades y permanecer en el mercado.

1.1.3 Mezcla de mercadotecnia

Se define como: “el conjunto de herramientas, tácticas de mercadotecnia controlables (producto, precio, plaza y promoción), que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.” (18:49)

La mezcla de la mercadotecnia se compone de las siguientes variables:

a. Producto

“Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer un deseo o una necesidad.” (18:244)

b. Precio

“Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (18:317)

c. Plaza

“Comprende las actividades de la empresa que pone el producto a disposición de los consumidores meta.” (18:51)

d. Promoción

“La promoción abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta a comprarlo.” (18:51) Se define como “el elemento de la mezcla de la mercadotecnia que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias, comportamiento del receptor o destinatario.” (25:580)

1.2 Mezcla promocional

“Se le da este nombre a la combinación de venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, publicidad no pagada y marketing directo. Los factores que deben tomarse en cuenta cuando se selecciona la mezcla promocional son: selección del mercado meta, naturaleza del producto, la etapa del ciclo del producto, la cantidad de dinero de que se dispone para la promoción.” (25:588)

1.2.1 Publicidad

“Es una comunicación masiva e impersonal que paga un patrocinador en la que se está claramente identificado. Las formas más conocidas son anuncios que aparecen en los medios electrónicos (televisión y radio) y en los impresos (periódicos y revistas). Sin embargo, hay muchas otras alternativas, desde el correo directo hasta las páginas de sección amarilla del directorio telefónico.”(25:580)

a. Campaña publicitaria

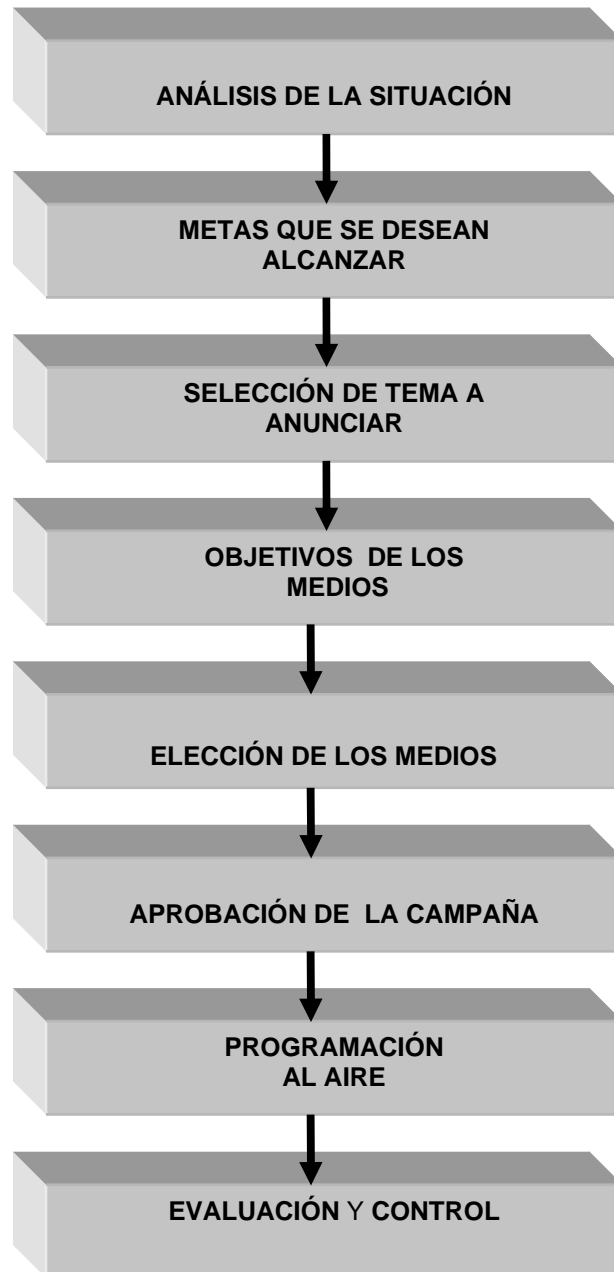
Se define como campaña publicitaria al conjunto de mensajes publicitarios, expresados en forma adecuada, los cuales se desarrollan durante un tiempo determinado.

“Son los elementos de análisis que se toman en consideración para planear una campaña publicitaria. El producto, el mercado y la competencia influyen gradualmente en las decisiones que se toman sobre el curso de acción que seguirá la campaña. La elección de los medios idóneos también se decide a través de un análisis estrechamente vinculado a estos elementos, en el cual es preciso establecer los siguientes factores:

- La difusión territorial del medio
- La audiencia del medio en relación con el sexo
- Clasificación del medio respecto a la clase social de la audiencia
- La edad y profesión de la audiencia
- La calidad de impresión, de imagen o de audición
- El tiraje (volumen de la audiencia) en relación con el precio” (24:20)

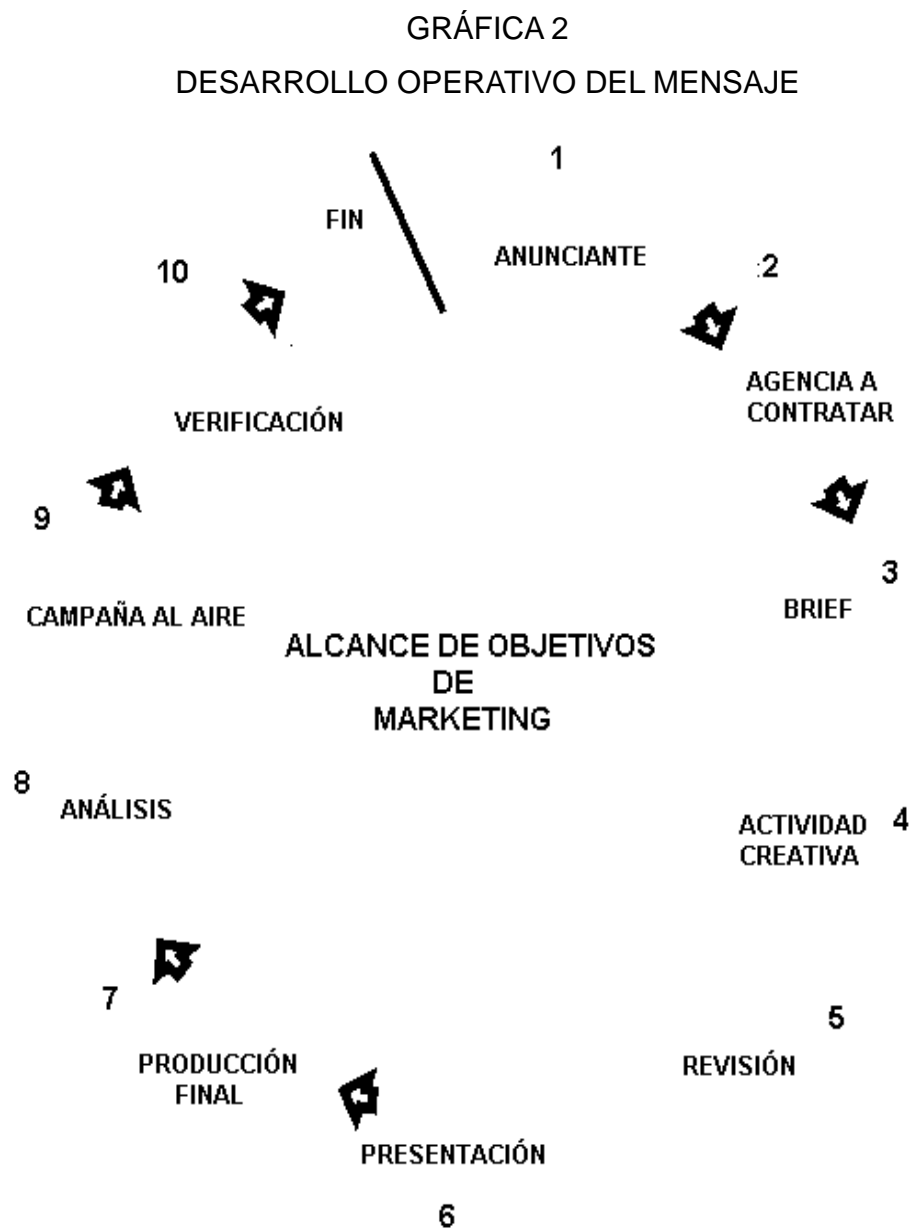
Para el desarrollo de una campaña publicitaria eficiente es necesario efectuar los siguientes pasos. (Véase Gráfica 1)

GRÁFICA 1
ELABORACIÓN Y DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA



Fuente: elaboración propia en base al autor; Russell J. Thomas y Lane, W. Ronald; Kleppner Publicidad. Pearson Educación. Decimocuarta edición. México. 2001. 716 páginas.

Para hacer llegar el mensaje es necesario efectuar diez pasos mínimos los cuales se enuncian a continuación (Véase Gráfica 2)



Fuente: elaboración propia en base al autor; Russell J. Thomas y Lane, W. Ronald; Kleppner Publicidad. Pearson Educación. Decimocuarta edición. México. 2001. 716 páginas.

1.2.2 Promoción de ventas

“Son incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.” (18:461) O bien se puede definir como: “una actividad estimuladora de la demanda, cuya finalidad es complementar la publicidad y facilitar la venta personal. La paga el patrocinador y a menudo consiste en un incentivo temporal que estimula la compra dirigida al consumidor.” (25:580)

1.2.3 Venta personal

“Es la presentación directa de un producto que el representante de una compañía hace a un comprador potencial. Tiene lugar cara a cara o por teléfono, pudiendo dirigirse a un intermediario o al consumidor final.” (25:580)

1.2.4 Publicidad no pagada

“Es una forma especial de relaciones públicas que incluye noticias o reportajes sobre una organización o sus productos a semejanza de la publicidad, comunica un mensaje impersonal que llega a una audiencia masiva a través de los medios. Varios elementos la distinguen de la publicidad porque no se paga, la organización que la recibe no tiene control sobre ella y, como aparece en forma de noticias, su credibilidad es mayor que la publicidad.” (25:581)

1.2.5 Relaciones públicas

“Forja buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de los rumores, relatos o sucesos desfavorables.” (18:461)

1.2.6 Marketing directo

“Es la comunicación directa con los consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, con el fin de obtener una respuesta inmediata.” (18:430)

1.3 Segmento de mercado

1.3.1 Definición

“Dividir a un mercado en grupos distintos de compradores, con base en sus necesidades, características o comportamientos, que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos.” (18:202)

1.3.2 Importancia

Su importancia radica en dividir el mercado en grupos que difieran en gustos, deseos, recursos, ubicaciones geográficas etc., es decir, el producto o servicio se adapte a los gustos y preferencias del consumidor, para llegar de una manera más eficaz al mercado meta.

1.3.3 Bases para segmentar mercados de consumidores

Para la segmentación de mercados es necesario tomar en cuenta la demografía y la geografía del lugar, cómo se estructura el mercado, conocer los gustos y preferencias de los consumidores, recursos económicos con los que cuenta la población, dónde se encuentran ubicados, saber a que estrato social pertenece para poder segmentar el mercado; a continuación se definen las bases de la segmentación de mercados:

a. Demografía

“Es el estudio del tamaño, distribución geográfica, composición de la población y de sus características, así como las causas y consecuencias de dichos cambios.” (6: s/n)

“La segmentación de mercados se centra sobre todo en la demografía del lugar, es decir, dividir un mercado por grupos con base en variables demográficas como la edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos ocupación, educación, religión, etc.” (18:209)

b. Estructura de mercado

Cuando se habla de estructura de mercado se refiere a la distribución o composición de la empresa o empresas en el mercado actual, es decir como está conformado el mercado.

c. Gustos y preferencias

“Analiza los gustos y preferencias de los consumidores pretendiendo establecer sus necesidades y deseos e influir en su comportamiento para que adquieran los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto.” (2:s/n)

d. Recursos económicos

“Es la capacidad de compra que tiene el segmento de mercado meta al que va dirigido el producto o servicio. Por lo que es conveniente dividir un mercado en diferentes grupos según sus ingresos” (18:212)

e. Ubicación geográfica

“Centra su atención en las diferentes unidades geográficas, como naciones, estados, regiones, municipios, etc., poniéndole especial atención a las necesidades y deseos del consumidor.” (18:208)

f. Sicográficas

“Anota datos referente a diferentes grupos con base en la clase social, estilo de vida o características de personalidad.” (18:212)

g. Conductual

“Es dividir un mercado en grupos en base a conocimientos, actitudes, uso o respuesta de los consumidores a un producto.” (18:213)

1.4 Estudio de mercados

1.4.1 Definición

“El estudio de mercados es uno de los primeros pasos que ha de realizarse antes de invertir en determinado servicio o producto; de ello depende el éxito del proyecto que se realice. El estudio de mercados se define como la etapa que permite evaluar de manera macroeconómica y microeconómica la actividad mercadológica del objeto de estudio por medio del cual se determina la oferta y la demanda.” (1)

Asimismo “el estudio de mercados permite probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dada ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en un cierto período. El estudio debe incluir además las formas específicas que se utilizarán para llegar a esos demandantes.” (15:72)

1.4.2 Características

Las características de un estudio de mercado, pueden ser las siguientes:

- a. Buscar la necesidad insatisfecha en el mercado,
- b. Servir como base para la toma de decisiones,
- c. Proponer una idea al inversionista de las ventajas o desventajas del producto o servicio que se pretende trabajar y del riesgo que se pueda correr al indicarlo o mantenerlo en el mercado.

1.4.3 Análisis previo

Para realizar un estudio de mercado es necesario efectuar previamente un análisis de los aspectos siguientes:

a. Análisis de la oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (1:43)

b. Análisis de la demanda

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (1:17)

c. Análisis de los precios

“Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar de un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.” (1:48)

d. Análisis de comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La buena comercialización coloca al producto en un sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que el cliente espera en la compra.” (1:52 y 53)

Para el análisis de un estudio de mercado es conveniente saber cuales son sus ventajas y desventajas, por lo que a continuación se mencionan algunas:

1.4.4 Ventajas

- a. Determinar el mercado en el que va a ser lanzado el producto o servicio.
- b. Conocer anticipadamente los competidores a los que se va a enfrentar.
- c. Establecer el volumen de la demanda que se da en el mercado.
- d. Saber las características y comportamiento del consumidor.
- e. Hacer recomendaciones sobre si es conveniente poner en marcha el proyecto.
- f. Conocer el posicionamiento actual de productos, servicios, etc.

1.4.5 Desventajas

- a. Resulta oneroso por ser un estudio técnico, que lo realizan empresas o personal especializados en la materia.
- b. La falta de experiencia en investigación pueden proporcionar información poco confiable.
- c. La información puede tener sesgos que desvirtúan los resultados, lo cual puede llevar a tomar decisiones erróneas.

1.4.6 Proceso de un estudio de mercados

“Para efectuar un estudio de mercado es necesario seguir los siguientes pasos:

a. Definición del problema

Se debe tener un conocimiento amplio del problema que se desea trabajar para poder medir su posible resultado.

b. Necesidades y fuentes de información

Se cuenta con dos fuentes de información: la primaria y la secundaria. La fuente primaria consiste en la información obtenida en la investigación de campo, y la fuente secundaria en el conocimiento generado anteriormente sobre el tema, que tiene relación con el mismo.

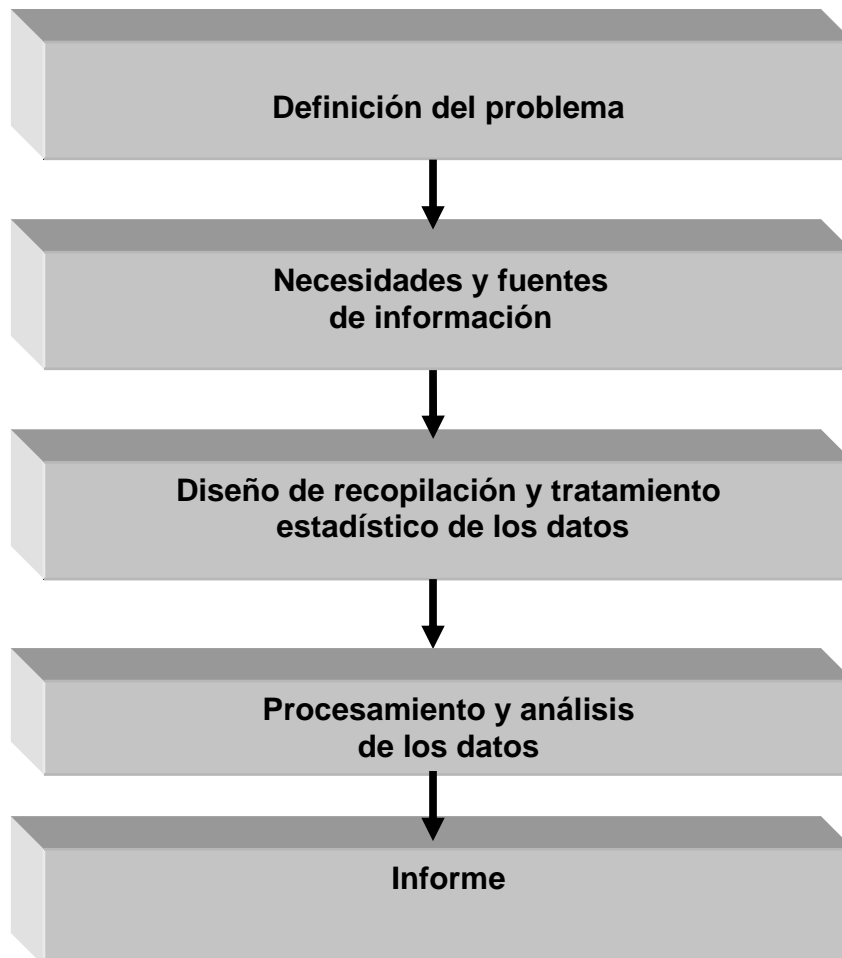
c. Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos

El diseño de recopilación, se inicia con el proceso de recolección de datos necesarios para efectuar el estudio de mercados por medio de fuentes primarias a través de la encuesta y fuentes secundarias, es decir con información ya existente.

El tratamiento estadístico intenta recolectar todos los datos y luego proceder a su respectiva tabulación, ordenándolos a través del método o métodos que se seleccionen para trabajarlos.

- d. **Análisis de los datos**
Con los datos ya procesados, se analizan los resultados para que posteriormente sirvan de base en la toma de decisiones.
- e. **Informe**
Con la información procesada correctamente, se rinde un informe.” (1:15 y 16) (Véase Gráfica 3)

GRÁFICA 3
PROCESO DE ESTUDIO DE MERCADOS



1.5 Análisis FODA

“FODA es una sigla que significa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Es el análisis de variables controlables (las debilidades y fortalezas son internas de la organización y por lo tanto se puede actuar sobre ellas con mayor facilidad), y de variables no controlables (las oportunidades y amenazas las presenta el contexto, y la mayor acción que podemos tomar con respecto a ellas es preverlas y actuar a nuestra conveniencia); es una herramienta que se utiliza para comprender la situación actual de una empresa u organización.

Con el análisis FODA se puede detectar:

Las Fortalezas de la empresa: los recursos y las destrezas que ésta ha adquirido; aquello en lo que tiene una posición más consistente que la competencia.

Las Oportunidades en el entorno: variables que están a la vista de todos pero que, si no son reconocidas a tiempo, significan la pérdida de una ventaja competitiva.

Las Debilidades de la empresa: aquellos factores en los que se encuentra en una posición desfavorable respecto de sus competidores.

Las Amenazas en el entorno: variables que ponen a prueba la supervivencia de la empresa y que, reconocidas a tiempo, pueden esquivarse o ser convertidas en oportunidades.” (3: s/n)

1.6 Desarrollo turístico

La definición de desarrollo turístico está formado a su vez por dos conceptos, los cuales se presentan a continuación:

a. Desarrollo

“Es el crecimiento económico de un área geográfica o Estado, que provoca una mejor calidad de vida para sus habitantes.” (9:243)

b. Turismo

La definición que acepta oficialmente la Organización Mundial del Turismo (OMT) es la siguiente: "el turismo comprende las actividades de personas que viajan a (y permanecen en) lugares fuera de su medio normal durante más de un año consecutivo por motivos de ocio, negocios u otros propósitos." (2/sn)

Así mismo se puede definir como “la afición a viajar por el gusto de recorrer y disfrutar de los atractivos naturales y culturales que prevee un país.”(21:251)

1.6.1 Definición

Se define como desarrollo turístico al crecimiento progresivo que se logra a través del aprovechamiento de los recursos de un lugar determinado, logrando así, mejorar el nivel de vida de sus habitantes.

1.6.2 Beneficios

El desarrollo turístico de un país, región o municipio permite:

- a. “Diversificar la oferta turística: tener alternativas disponibles y adecuadas para ser explotadas turísticamente desde la diversidad de climas, la belleza natural hasta las tradiciones”. (21:256)
- b. “Propicia y orienta la inversión en infraestructura generando la construcción de hoteles, restaurantes, prestación de medios adecuados de transporte, agencias de viajes, etc.” (11:3)
- c. “Fortalece las acciones de promoción y mercadeo, motivando a las personas a que conozcan lugares y generen ingresos por medio de los servicios que se presten.” (11:3)
- d. “Incorpora a las comunidades receptoras tanto en los esfuerzos como en los beneficios.” (11:3)
- e. “Involucra a los vecinos a trabajar conjuntamente con obligaciones y beneficios conjuntos.” (11:3)
- f. “Orienta y mejora los servicios propiciando la capacitación del recurso humano, logrando sensibilizar las acciones del vecino por medio de los beneficios que se obtendrán para la comunidad.” (11:3)
- g. “Impulsa, preserva la cultura y los ecosistemas: trata de mantener sus costumbres, ceremonias, arte, sistemas de valores, derechos, tradiciones y creencias. Además, teniendo como objetivo fundamental el mantener su medio natural respetando la flora y la fauna.” (11:03)

1.6.3 Clases de turismo

El turismo se divide en dos clases, siendo estos:

a. Turismo receptivo (entrante)

“Está constituido por extranjeros o nacionales que residen fuera del país; que ingresan al mismo, por cualquiera de las fronteras legalmente establecidas y con intención de permanecer por más de 24 horas, en calidad de visita para desarrollar cualquier actividad.” (21:252)

b. Turismo emisor (saliente)

Lo conforman “personas residentes en el país, quienes parten temporalmente al extranjero con la intención de vacacionar, efectuar negocios, estudios, realizar exámenes y terapia médica, visitar parientes y amigos, etc. Dicho turismo representa la salida de divisas del país, el cual viene a ser un renglón negativo en la balanza de pagos.

1.7 Conformación del sistema turístico en Guatemala

“La gran mayoría de actividades turísticas necesitan apoyarse en recursos y/o atractivos que, normalmente, no son aptos para su inmediata utilización y necesitan ser transformados de acuerdo con una conceptualización y estructuración idóneas. Esto permite que esos recursos atractivos sean orientados considerando los intereses de las comunidades receptoras y la satisfacción de las necesidades y motivaciones de la demanda. Precisamente, con base en dichos intereses, necesidades y motivaciones a los recursos disponibles: Se han definido siete sistemas-productos básicos, a saber:” (11:26)

1.7.1 Guatemala moderna y colonial

- a. Cultura contemporánea
- b. Monumentos coloniales
- c. Naturaleza y paisaje
- d. Compras y convenciones/artesanías
- e. Diagnóstico clínico
- f. Museos

“Está localizado principalmente en el área metropolitana de la capital guatemalteca, en la ciudad de Antigua Guatemala y sus alrededores. La primera fase ofrece al visitante una amplia gama de infraestructura y servicios turísticos. Además, es posible visitar los más importantes museos del país, edificios e iglesias de carácter neoclásico; un Centro Cívico donde pueden apreciarse no sólo las tendencias de la arquitectura moderna, sino también una muestra representativa del arte plástico aplicado a la misma. En períodos especiales. Asimismo es posible visitar mercados y efectuar compras de todo tipo. En períodos especiales como Semana Santa y/o Navidad, el área metropolitana ofrece una gama de manifestaciones culturales tradicionales como son las alfombras multicolores de aserrín, procesiones y “los nacimientos del niño Jesús.” (11:26)

“La ciudad capital cuenta con una planta instalada para convenciones de todo tipo, por ejemplo salones de hotel, hasta estudios y/o el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias; que permite la realización de reuniones corporativas, eventos deportivos y artísticos.” (11:28)

“La Antigua Guatemala, declarada por la UNESCO, Patrimonio de la Humanidad, ofrece una riquísima muestra de arquitectura, imaginería y retablos de la época

colonial; además se pueden realizar visitas a mercados, tiendas, museos, talleres artesanales, centros de estudio y escuelas de español.”(11:28)

“Adicionalmente, ofrece por su proximidad geográfica; el Zoológico “La Aurora”; Clubs que facilitan campos de golf, tenis, squash, remo y otros, así como sitios arqueológicos con vestigios de la cultura maya. La naturaleza y el paisaje que rodean a las dos ciudades es un atractivo en sí, que además ofrece la oportunidad de practicar actividades tales como recorrer los alrededores de la Antigua, a caballo o en bicicleta, escalar los volcanes cercanos, emprender caminatas y recorridos motorizados, entre otras tantas actividades.” (11:28)

1.7.2 Altiplano indígena vivo

- a. Contacto con comunidades locales
- b. Expresiones culturales de la tradición popular: coloridos mercados al aire libre, danzas, ritos, procesiones, etc.
- c. Naturaleza y paisaje: cultivos y bosques.
- d. Historia: prehispánica y colonial.
- e. Compras, artesanías, escuelas de español, aguas termales, volcanes.

“Ofrece lo que el turista busca cada vez más: el contacto con las comunidades locales, que en el caso de este sistema-producto, están representados por las comunidades etno-lingüísticas de habla Quiché, Cakchiquel, Mam, Ixil, Uspanteco, Tz’utujil y Pocomam entre otras, todas descendientes de la cultura Maya Clásica. También se tiene la oportunidad de conocer la historia guatemalteca a través de las costumbres religiosas y culturales que perduran en el tiempo.” (11:28 y 30)

1.7.3 Aventura en el mundo maya

- a. Arqueología y Espeleología
- b. Naturaleza: reserva de la Biosfera Maya y otras áreas protegidas
- c. Aventura: canotaje, recorridos a caballo y caminatas (ecocircuitos)
- d. Oferta complementada a nivel regional: extensión a Cayos de Belice y palenque, Tenosique en México.
- e. Caza y pesca: reconocimiento de campamentos chicleros y haciendas ganaderas, xateras y plantaciones de cardamomo.
- f. Artesanía de la selva.

“Tradicionalmente, el MUNDO MAYA debe enriquecerse con una adecuada combinación del producto del altiplano, por contener comunidades que han heredado elementos de la cultura prehispánica. Ofrece una variedad de sitios arqueológicos y centros ceremoniales testigos de una civilización de complejas estructuras sociales y políticas, perdurables en el tiempo con su contribución al conocimiento de las ciencias, especialmente matemáticas y astronomía.

El sistema de escritura jeroglífica maya; su arquitectura basada en la construcción de pirámides escalonadas; su escultura conservada en estelas y altares; vestigios de sus pinturas y la belleza de sus trabajos en barro, jade y piedra hacen de éste un producto eminentemente cultural. La gran variedad de especies de aves que se encuentran especialmente en Tikal, así como los que buscan aventuras en ríos entre otros el de La Pasión, Usumacinta y San Pedro; y su rica vegetación, entre otros tantos lugares ideales para los amantes de la naturaleza.” (11:30 y 32)

1.7.4 Caribe diferente

- a. Naturaleza (flora y fauna) y actividades acuáticas-náuticas
- b. Turismo contemplativo
- c. Contacto con comunidades kekchíes y la cultura garífuna
- d. Arqueología prehispánica y colonial
- e. Humedales y manglar
- f. Sol y playa

“Situado en el departamento de Izabal, posee una gran variedad de satisfactores. Se puede visitar el sitio arqueológico Quirigüa, declarado por la UNESCO “Patrimonio de la Humanidad”, al mismo tiempo este departamento cuenta con plantaciones de banano. Ofrece la oportunidad de entrar en contacto con el mundo garífuna de habla creol-caribe, única en el país; y visitar el Castillo de San Felipe de Lara de la época colonial.

La rica vegetación y belleza natural evidenciada en la angostura del Río Dulce y el Río Sahún, en toda la cuenca del Lago de Izabal y en las pequeñas playas de la Bahía de Amatique y Punta de Manabique, es ideal para la aventura, deportes acuáticos y de un tranquilo relajamiento. Además cuenta con la Reserva de Manatí (Biotopo Chocón Machacas)” (11:32 y 34)

1.7.5 Paraíso natural

- a. Ecosistemas tropicales singulares: bosques altos húmedos
- b. Contacto con comunidades locales/artesanía
- c. Aventura: cuevas y/o grutas
- d. Observación de pájaros
- e. Canotaje en rápidos fluviales (raffting)

“Geográficamente situado en los departamentos de Alta y Baja Verapaz, éste es un producto muy frágil que deberá preservarse, orientándolo hacia un turismo de bajo impacto que busca exactamente las características que reúne, como el contacto directo con la naturaleza virgen y con las comunidades. En este caso las de habla Q’eqchí, Pokomchí y Achí.

Ofrece ecosistemas tropicales singulares, dentro de los cuales se encuentra el Biotopo del Quetzal, montañas, valles y la más amplia variedad de orquídeas para los amantes de la naturaleza, los observadores de pájaros. También se encuentra Cobán, rico en historia y tradiciones, con expresiones locales de artesanado y folklore únicos.” (11:34 y 36)

1.7.6 Guatemala por descubrir

- a. Naturaleza singular, diversidad climática y paisajista, ecosistemas contrastantes.
- b. Fe y peregrinaje; turismo rural (antiguos caminos rurales)
- c. Encuentro con comunidades indígenas (Pocomam y Chortí) y comunidades no indígenas, ladinas y de poco mestizaje.
- d. Arqueología prehispánica y colonial.

“El oriente-sur del país integra un producto-sistema turístico verdaderamente no tradicional, en el sentido de que incluso más de la mitad de guatemaltecos lo desconocen, es por ello el nombre “GUATEMALA POR DESCUBRIR” ofrece una diversidad de zonas de vida, climática y ecológica.

Desde el punto de vista de la naturaleza para el turismo de aventura, concentra atractivos en cantidad y calidad que otros sistemas del país ofrecen, salvo en términos de desarrollo de los servicios de pernoctación, restauración, transporte, comercialización de circuitos, etc., en el que oriente-sur está menos desarrollado.

La estrategia de lanzamiento como sistema, es justamente dinamizar inversiones en la región... la oferta turística del país, en cuanto a atractivos, es por naturaleza diversa.” (11:36,38 y 39)

1.7.7 Costa pacífico

- a. Sol y playa
- b. Aventura y naturaleza
- c. Arqueología y haciendas

“Departamentos que a nivel geográfico político integran el sistema-producto: Escuintla, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos, fronterizo con México.

Entre el mar y el pie de monte volcánico, este sistema tiene cálidas temperaturas combinado con un alto porcentaje de humedad relativa diaria, se dice de una región lluviosa todo el año. Este sistema está concebido también para fomentar la puesta en valor de haciendas de banano, azúcar, café y/o algodón, en función de la industria turística. En los sistemas de manglar la sensación de regresar a lo primario y lo natural es garantizada, pues en este sistema la observación de pájaros es extraordinaria.

Este sistema está concebido para completar los sistemas-productos turísticos del país, tanto en función de turismo internacional, como nacional (Programa de Turismo Interno). El principal atractivo de este sistema es el azul pacífico, sus exóticas playas de arena negra, únicas en el mundo y el sistema de humedales y manglares que a lo largo de más de 200 kilómetros, median entre las enormes olas y tierra firme.” (11:39 y 40)

1.8 Ecología

1.8.1 Definición

La ecología se define como “una ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y su entorno, incluyendo componentes bióticos y abióticos. La ecología aplicada se fundamenta en la gestión y conservación de los hábitats y el control de la contaminación.” (19:135)

1.9 Ecoturismo

1.9.1 Definición

Es una forma de turismo que incentiva a los viajeros a aprender más sobre las maravillas naturales de los países, respetando así el medio ambiente durante su exploración. Se define como “el turismo basado en el interés creciente por el medio ambiente, el respeto por los ecosistemas naturales y el contacto con las formas tradicionales de vida.” (19:136)

Para la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), ecoturismo se define como: “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar a, o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse en el lugar, a través de un proceso que promueva la conservación; tiene bajo impacto ambiental y cultural, propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.”(14:4)

1.9.2 Características

Dentro de las características del ecoturismo se pueden mencionar:

- a. El turismo de grupos reducidos: son grupos pequeños de turistas los cuales se rigen por respetar y apreciar el patrimonio natural y cultural de los lugares que visitan.
- b. Absorbe los costos sociales y ambientales de sus actividades de manera que el ambiente sea mejorado o por lo menos no contaminado.
- c. Garantiza la buena calidad de los servicios relacionados con el transporte, hospedaje, alimentación y seguridad de los turistas.
- d. Establece y señala claramente las giras ecoturísticas, para que abarquen diferentes zonas de vida y cultura.

1.9.3 Clases de ecoturismo

El ecoturismo presenta diversas variantes las cuales se clasifican como:

- a. Turismo verde

“Radica en el turismo al paisaje natural siendo este, el principal atractivo, donde se incluye pequeñas ciudades y pequeñas áreas de costa. Cuyo objetivo es la integración del visitante en el medio humano y natural. La población local toma parte en diversas áreas de la recepción de los turistas.” (12:s/n)

b. Agroturismo

“Es un segmento del turismo rural, asociado a la prestación de alojamiento y/o restauración en granjas (caseríos, cortijos, aldeas...) preferiblemente activas, en la que puede hacerse participe al turista en las diversas actividades agropecuarias. La nueva orientación se dirige principalmente hacia la oferta de productos naturales de origen local y comarcal, así como una restauración basada en estos productos con platos de gastronomía local.”(12:s/n)

c. Turismo aventura

“Es una forma de turismo que utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes, por lo que su objetivo básico es poder transmitir estas sensaciones, necesitando en consecuencia espacios poco utilizados turísticamente.”
(12:s/n)

d. Turismo cultural

“Es el turismo que se basa en la utilización de los recursos naturales de un territorio, recursos artísticos, históricos, costumbres orientándose hacia la preservación y fomento de los mismos. Desde una aldea hasta una metrópoli pueden construir el ámbito de desarrollo de esta forma de turismo.”(12:s/n)

e. Turismo deportivo

“Es la práctica de cualquier actividad deportiva; las sensaciones de riesgo son fundamentales como reclamo turístico, incluyendo en diferentes ocasiones los deportes en instalaciones de interior. También se ubican en espacios rurales o naturales: vela, windsurf, piragüismo, tiro con arco, parapente, esquí, etc.” (12: s/n)

1.10 Recursos naturales

1.10.1 Definición

“Son todas las sustancias, elementos, objetos o cosas que pertenecen a la naturaleza; generalmente son combinaciones diversas utilizadas por el ser humano, los animales y las plantas para su subsistencia, o para modificarlas y transformarlas en otras, que finalmente se convierten en satisfactores de necesidades.” (21:32)

1.10.2 Clasificación

Los recursos naturales se clasifican como: recursos naturales renovables, y recursos naturales no renovables.

a. Recursos naturales renovables

Se definen como “los recursos que por su carácter biológico, poseen capacidad regenerativa propia y por consiguiente capacidad de reproducción. La capacidad de regeneración y reproducción de los recursos naturales renovables pueden estimularse con prácticas adecuadas racionales de conservación y uso; sin embargo, también corren el riesgo de

convertirse en no renovables cuando son utilizadas incorrectamente. Se consideran como recursos naturales renovables el suelo, el agua y los bosques” (21:32)

b. Recursos naturales no renovables

“Son aquellos que en la medida en que son utilizados se agotan o se extinguen y no sufren renovación alguna, sino hasta pasados varios miles o millones de años.” (21:84)

1.11 Medio ambiente

1.11.1 Definición

Es todo aquello que nos rodea y respeta las diversas formas temporales de utilización del espacio físico por lo que se puede definir como “el producto de interacción dinámica de todos los elementos, objetos y seres vivos presentes en un lugar. Todos los organismos viven en medio de otros organismos vivos, objetos inanimados y elementos, sometidos a diversas influencias y acontecimientos. Todo este conjunto se le denomina medio ambiente” (5:14)

Asimismo se puede decir que “es el conjunto de elementos y circunstancias físicas que rodean a los seres vivos, así como las economías sociales y culturales que junto con las físicas, caracterizan y condicionan a los seres humanos.” (19:234)

1.11.2 “Componentes del medio ambiente

- Naturales: son los aspectos físicos y biológicos (naturaleza) divisibles en factores abióticos y bióticos.
- Sociales: son todos aquellos creados por el ser humano (economía, política, tecnología etc.)” (5:14)

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO MACROECONÓMICO Y MICROECONÓMICO PARA EL ESTUDIO MERCADOLÓGICO DEL DESARROLLO ECOTURÍSTICO DE LA LAGUNA MONJA BLANCA, EN EL MUNICIPIO DE PALENCIA

2.1 Municipio de Palencia, Guatemala

2.1.1 Marco legal

“De acuerdo a la Constitución Política del Estado de Guatemala, decretado por la Asamblea el 11 de octubre de 1825, declara a los pueblos que corresponden al territorio del Estado sectorizar como los del norte, los del sur y los del centro, para su administración de justicia; quedando integrado por el Circuito Norte Guatemala, en donde fue incluido el pueblo de Palencia. A partir de esa fecha ésta localidad ha pertenecido al departamento de Guatemala, sin embargo es mencionado como pueblo por decretos de la Asamblea el 27 de agosto de 1836 y el 9 de septiembre de 1839. Posteriormente se le fueron anexando más ejidos.” (22:464)

2.1.2 Antecedentes históricos

“El municipio de Palencia era una hacienda con el nombre de San José, comprada en 1624 por Mathías de Palencia,”(7:7) “luego pasa a propiedad de los padres Dominicos y con motivo de las leyes de Consolidación dictadas por el gobierno de Morazán de la revolución de 1871, fue entregada al Estado, que dispuso ceder una parte a Palencia para sus ejidos.” (20:589)

“La cabecera del municipio de Palencia ha sido teatro de algunos sucesos importantes del acontecer nacional, por ejemplo el 13 de octubre de 1849 el General Agustín Guzmán de acuerdo con el presidente de El Salvador, Doroteo

Vasconcelos y con J. Francisco Barrundia atacó la ciudad de Guatemala; según Lorenzo Montúfar obligó a las fuerzas de Carrera a replegarse a la plaza. En el mandato oficial firmado por el General Ignacio García Granados, se dice que Agustín Guzmán fue conducido vivo hasta el paraje don Bernardo, donde murió al querer escaparse, el cadáver fue sepultado en la hacienda Palencia.

Asimismo, el Mariscal de Campo Serapio Cruz, (Tata Lapo), levantado en armas contra la administración del Mariscal Vicente Cerna, fue sorprendido en las cercanías de la capital donde le dieron muerte decapitándolo y colgándolo como trofeo en la rama de una ceiba ubicada en la plaza de Palencia, (parque municipal), para luego ser llevado como trofeo a la capital.” (8:830)

2.1.3 Geografía del lugar

El municipio se encuentra a 29 kilómetros de la ciudad capital; cuenta con 256 kilómetros cuadrados de extensión territorial, colindando al Norte con San José del Golfo, San Pedro Ayampuc, San Antonio la Paz y con Mataquescuintla; al Sur con San José Pinula; al Este San Antonio La paz y Sanarate, al Oeste con Guatemala y San Pedro Ayampuc. Su densidad es de 1340 metros, en altitud sobre el nivel del mar; su estructura geográfica se compone de un pueblo, 14 aldeas y 62 caseríos. La Laguna Monja Blanca se localiza en la Finca La Laguna en el municipio de Palencia departamento de Guatemala. (Véase Anexo 1)

“El municipio de Palencia se encuentra situado sobre la meseta de la Sierra de Palencia, que se levanta en el alto del macizo que divide las aguas de los ríos de Las Cañas y Palencia, situados –respectivamente- al oeste y al este, serranía que comienza al sur de los cerros de La Campana y culmina al norte con el cerro de Potrerillo y en el mismo rumbo se unen ambas corrientes.

La elevación montañosa penetra por el sur del municipio en los montes de la Cerrita, se dirige al noroeste por la sierra de Palencia, determinando las dos vertientes de la comarca: la del noreste, que contiene las primeras estribaciones y barrancas en donde se forman las quebradas del Chorro y de la Melena, el río El Molino, la quebrada Joya Honda, las tres quebradas que contribuyen a formar el río Las Cañas y el de Palencia, así como el riachuelo El Jute, unidos al río de Palencia, forman el Agua Caliente; y la del sureste, formada por una serie de declives separadas por las barrancas casi paralelas por las que corren el río la Danta y sus tributarios, el Casas Viejas y el de los Cimientos o Sansur.” (8:830)

2.1.4 Características poblacionales

El municipio de Palencia esta conformado por una población de 47,705 habitantes, según el Censo Nacional de Población, realizado en el año 2002. Se estima para el año 2004 tener una población de 52,731 personas. De los cuales el 49.58% serán hombres y 50.42% mujeres. De acuerdo a los datos anteriores se deduce que la tasa de crecimiento será del 5% en relación al año 2002. (Véase Cuadro 1)

CUADRO 1
POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2002

AÑOS	%
0 a 6	21
7 a 14	23
15 a 17	7
18 a 59	43
60 o más	6
TOTAL	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación, año 2002, pág. 68.

Como se observa en el cuadro anterior los rangos de 0 a 17 años (51%), está en proceso de formación, (en asimilación de conocimientos tanto cultural, social y educativo entre otros), y los de 18 a más son personas que ya han tenido algún tipo de instrucción (49%).

La población económicamente activa –PEA- es de 37% de la cual el 81% son hombres y el 19% mujeres. (Véase Cuadro 2)

CUADRO 2
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA –PEA- POR GÉNERO
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2002

SEXO	ECONÓMICAMENTE ACTIVOS	%	ECONÓMICAMENTE INACTIVOS	%
	37%		63%	
HOMBRES	11,400	81	7,175	30
MUJERES	2,689	19	16,400	70
TOTAL	14,089	100	23,575	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación, año 2002, pág 116.

Como se puede observar en el cuadro anterior, únicamente el 37% de la población esta trabajando y el 63% es una población que no produce (son personas que se encuentran jubiladas, perciben alguna renta o reciben remesas nacionales o del extranjero, no trabajan o se dedican a los quehaceres domésticos).

La Población Económicamente Activa -PEA- por categoría ocupacional con porcentaje más alto; lo constituyen los empleados privados y las personas que trabajan por cuenta propia.(Véase Cuadro 3)

CUADRO 3
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA –PEA-
SEGÚN CATEGORÍA OCUPACIONAL
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2002

CATEGORÍA OCUPACIONAL	%
PATRONO	7
CUENTA PROPIA	38
EMPLEADO PÚBLICO	5
EMPLEADO PRIVADO	40
FAMILIAR NO REMUNERADO	10
TOTAL	100

(No incluye a personas que buscaron trabajo por primera vez)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación, año 2002, pág. 117.

Sin embargo, si se observa en el cuadro anterior, el 45% son personas que trabajan en su propia empresa, cuentan con trabajadores bajo su cargo o tienen su propio negocio, lo administran ellos mismos con la participación de un familiar no remunerado que equivale al 10% y el 45% son empleados públicos o privados. Esto hace un total de 14,089 personas económicamente activas.

2.1.5 Características económicas

La población económicamente activa -PEA- de Palencia, en relación a la rama de actividad, se dedica a la agricultura el 55%, al comercio 11% y a la industria manufacturera 10%. Son las tres actividades más importantes que se efectúan en el municipio; su economía se basa en la actividad agrícola tradicional que se desarrolla específicamente en el cultivo de papa, güisquil, frijol, maíz y hortalizas. (Véase Cuadro 4)

CUADRO 4
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA –PEA-
SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2002

RAMA DE ACTIVIDAD	%
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	54.54
Explotación de minas y canteras	0.10
Industria manufacturera textil y alimenticia	9.96
Electricidad, gas y agua	0.59
Construcción	5.86
Comercio por mayor y menor, restaurantes y hoteles	11.18
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4.08
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles, servicios prestados a empresas	2.69
Administración pública y defensa	1.77
Enseñanza	1.16
Servicios comunales, sociales y personales	7.37
Organizaciones extraterritoriales	0.04
Rama de actividad no especificada	0.66
TOTAL	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación, año 2002, pág. 124.

2.1.6 Características sociales

La población del municipio reside el 29.69% en el área urbana y el 70.31% en el área rural de los cuales el 2% es indígena y el 98% no indígena; el índice de masculinidad es de 98 hombres por 100 mujeres y una densidad poblacional de 205.98 personas por kilómetro cuadrado.

La condición de alfabetismo de los habitantes; se distribuye según género: hombres alfabetas 50% (13,287); y mujeres 50% (13,448); y analfabetas hombres 48% (5,288) y mujeres 52% (5,641). Al analizar el total de la población por condición de alfabetismo mayor de 7 años el total de alfabetas es el 71% y el 29% analfabeta. (Véase Cuadro 5)

CUADRO 5
NIVEL DE ALFABETISMO POBLACIONAL POR GÉNERO
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO: 2002

Sexo	Alfabetas %	Analfabetas %
Hombre	50	48
Mujer	50	52
TOTAL	100	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación, año 2002, pág. 92.

En lo que respecta al nivel de escolaridad de la población del municipio de Palencia, el porcentaje más alto lo tiene el nivel de primaria con 57%. (Véase Cuadro 6)

CUADRO 6
POBLACIÓN POR NIVEL DE ESCOLARIDAD
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2002

NIVEL DE ESCOLARIDAD	%
Ninguno	28
Pre-primaria	1
Primaria	57
Media	13
Superior	1
TOTAL	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación, año 2002, pág. 92.

El 71% son personas que tienen algún nivel de escolaridad, el 1% corresponde al nivel pre-primaria y el 28% no tiene ninguna instrucción académica. (Véase Cuadro 6)

A. Centros educativos

El municipio de Palencia cuenta con cuarenta y seis escuelas oficiales de educación primaria; veinte de ellas también proporcionan la educación pre-primaria y seis colegios brindan los servicios de educación pre-primaria y primaria. (Véase Cuadro 7)

CUADRO 7
CENTROS EDUCATIVOS
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2004

ESCUELAS DE EDUCACIÓN PRIMARIA			EDUCACIÓN BÁSICA			DIVERSIFICADO		
Establecimientos Oficiales	Establecimientos Privados.	Total	Instituto por Cooperativa	Establecimientos Privados	Total	Establecimientos Privados	Establecimientos Públicos	Total
46	6	52	6	2	8	1	0	1

Fuente: Supervisión del Ministerio de Educación en el Municipio de Palencia, junio de 2004.

Asimismo, en la educación básica, el municipio tiene seis Institutos por Cooperativas uno de ellos ubicado en el casco urbano y los otros cinco en el área rural. Se cuenta con dos centros educativos privados de educación básica, uno de ellos dispone de educación diversificada en la carrera de Perito Contador.

B. Seguridad

La población del municipio de Palencia cuenta con una subestación de Policía y diez y siete agentes policiales a su servicio.

C. Salud

La cabecera municipal dispone de un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y siete puestos más en las aldeas de San Guayabá, El Paraiso, Sansur, Azacualpilla, Plan Grande, El Triunfo y Los Mixcos.

Asimismo, el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS- dispone de una sede para los afiliados residentes en el municipio.

Además disponen de atención privada con médicos en medicina general.

2.2 Descripción sociogeográfica del área de la Laguna Monja Blanca y sus alrededores

La Laguna Monja Blanca se localiza en la Finca “La Laguna”, municipio de Palencia, departamento de Guatemala; a cuatro kilómetros de la cabecera municipal. (Véase Anexo 2)

2.2.1 Caracterización de La Laguna Monja Blanca

La Finca tiene una extensión territorial aproximada de 4 kilómetros cuadrados, de los cuales el 5% es propiedad municipal. El manto acuífero de la laguna a variado, por el rescate que se ha dado del lugar, gracias al apoyo de las autoridades municipales y otras entidades gubernamentales. En la actualidad posee una extensión de 80,031.25 metros cuadrados y un perímetro de 1,528.70 metros lineales, la parte más baja de la laguna tiene 1.70 metros y la más alta 10 a 12 metros de profundidad aproximadamente, no cuenta con afluente de agua, su cuerpo de agua es la lluvia; de acuerdo a información proporcionada por la municipalidad del municipio de Palencia. (abril de 2006)

2.2.2 Geografía del lugar

Tiene suelo de rocas volcánicas a cuaternario, se encuentra en medio del río Las Cañas y el río Los Cubes. Existe una falla geológica que atraviesa de suroccidente a nororiente de la finca. (10)

2.2.3 Estudio de capacidad y uso del suelo

La tierra es apta para cultivos forestales según estudio preliminar efectuado por el Instituto Geográfico Nacional (IGN) y la municipalidad de Palencia en 1996.

2.2.4 Aspectos climáticos

Tiene un clima con categoría semi-cálido, con una precipitación pluvial de 1,000 a 1,100 mm. anuales. La temperatura varía en las aldeas montañosas donde promedia entre once a catorce grados centígrados. El casco urbano tiene un promedio de veinticuatro a veinticinco grados centígrados. Se presentan variaciones derivadas del relieve topográfico. (10)

2.2.5 Recursos naturales

Flora y Fauna

Dentro de las especies vegetales y animales que se pueden encontrar en las cercanías de la laguna estan las siguientes:

- Flora

Se cuenta con un ecosistema de guamil bajo: se compone de arbustos de tallo grande leñoso, especies de Quercus (encino negro), en las áreas aledañas se encuentran pastas de graminias como el cangero y jaraüa.

- Fauna

- A. Aves

Se encuentran: la garza gris, el pijuy, el sanate, el tordo, sensontle mexicano y el sensontle común. Estas especies se observan en la mañana y por la noche.

- B. Reptiles: serpientes de cascabel, zumbadora, falso coral, coral, cantil, boa constrictor o mazacuata.
- C. Mamíferos: el armadillo, el mapache, gato de monte, ardilla y conejos.

2.3 Aspectos socioeconómicos

2.3.1 Acceso vial

De los cuatro kilómetros que existen entre la cabecera municipal y la Laguna Monja Blanca tres son de terracería.

2.3.2 Tenencia y uso de la tierra

Los alrededores de la laguna Monja Blanca es propiedad privada, su explotación es agrícola tradicional (maíz, frijol, pastos naturales, cultivos permanentes, semi permanentes de cítricos y un bosque bajo o matorral) cuenta además con un terreno municipal de una manzana apróximadamente, que no se le da ningún uso.

2.3.3 Población

La Finca “La Laguna” esta conformada por una población de 212 personas, sin embargo por estar tan cerca a otros lugares poblados como lo son: la cabecera del municipio, Aldea los Cubes, Cantón Ojo de Agua, Cantón Rincón de la Piedra, Cantón Pueblo Nuevo y Cantón Agua Tibia; se han incluido en el estudio ascendiendo a 9,736 habitantes. (Véase Cuadro 8)

CUADRO 8
 CONFORMACIÓN DE LA POBLACIÓN
 FINCA “LA LAGUNA” Y SUS ALREDEDORES
 MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
 AÑO 2,004

LUGAR	POBLACIÓN
Palencia*	8,478
Aldea Los Cubes	886
Finca La Laguna	212
Cantón Rincón de la Piedra	119
Cantón Ojo de Agua	41
TOTAL	9,736

Fuente: en base a los datos del Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación 2002, se efectuaron las proyecciones para el año 2004.

*Incluyen los Cantones Pueblo Nuevo y Agua Tibia, parte de Ojo de Agua y Rincón de la Piedra

La población se distribuye de la siguiente manera: cabecera municipal de Palencia, Aldea Los Cubes y Finca La Laguna se conforma 50% hombres y 50% mujeres; Rincón de La Piedra hombres 42%, mujeres 58% y Cantón Ojo de Agua 60% hombres y 40 % mujeres. (Véase Cuadro 8)

2.3.4 Economía

Los habitantes de la Finca “La Laguna” y sus alrededores se dedican a la agricultura y en menor escala a la crianza de ganado.

2.3.5 Salud

Los habitantes del lugar recurren al Centro de Salud ubicado en el Cantón Agua Tibia, siendo éste utilizado también por la cabecera municipal.

2.3.6 Vivienda

El número de viviendas por lugar poblado de la laguna y sus alrededores es el siguiente: (Véase Cuadro 9)

CUADRO 9
MATERIAL UTILIZADO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS VIVIENDAS,
FINCA “LA LAGUNA” Y SUS ALREDEDORES
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2,002

VIVIENDAS POR LUGAR POBLADO	TOTAL DE VIVIENDAS	LADRILLO	BLOCK	CONCRETO	ADOBE	MADERA	LÁMINA METÁLICA	BAJAREQUE	LEPA, PALO O CAÑA	OTRO MATERIAL
Palencia*	1801	20	1460	4	214	33	37	9	20	4
Aldea Los Cubes	196	1	106		72	16				1
Finca La Laguna	66		53		2	10	1			
Rincón de la Piedra	25		25							
Cantón Ojo de Agua	11		6			2	3			
Total	2,099	21	1650	4	288	61	41	9	20	5

Fuente: en base a los datos del Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación, año 2002.

*Incluyen los Cantones Pueblo Nuevo y Agua Tibia, parte de Ojo de Agua y Rincón de la Piedra

El tipo de material de construcción que predomina en las viviendas; es block con 78%, adobe 14% y otros materiales 8%, como se observa en el cuadro anterior; no así en la Finca La Laguna donde de un total de 66 viviendas el 80% es block, madera el 15%, adobe el 3% y 2% lámima metálica.

2.3.7 Eliminación de la basura

El 15% del total de los hogares acostumbran a pagar por la extracción de la basura, sin embargo el 81% la queman, la tiran en cualquier lugar o la entierran y el restante 4% proporciona el servicio la municipalidad.

Asi mismo en la Finca “La Laguna” el 100% de los vecinos la tiran, queman o entierran. (Véase Cuadro 10)

CUADRO 10
FORMAS DE ELIMINACIÓN DE LA BASURA
FINCA “LA LAGUNA” Y SUS ALREDEDORES
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2,002

HOGARES POR LUGAR POBLADO	SERVICIO MUNICIPAL	SERVICIO PRIVADO	LA QUEMAN	TIRAN EN CUALQUIER LUGAR	LA ENTIERRAN	OTRA
Palencia*	71	275	1,056	129	87	17
Aldea Los Cubes	-	1	75	77	10	1
Finca La Laguna	-	-	28	6	2	-
Cantón Rincón de la Piedra	-	6	5	11	-	-
Cantón Ojo de Agua	-	-	4	2	1	-
TOTAL	71	282	1,168	225	100	18

Fuente: en base a los datos del Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación 2,002.

*Incluyen los Cantones Pueblo Nuevo y Agua Tibia, parte de Ojo de Agua y Rincón de la Piedra

Según observación realizada en el trabajo de campo, al transitar por la carretera en jurisdicción del municipio, se encuentran basureros clandestinos al igual que en la carretera a la Finca “La Laguna”, lo que genera la contaminación del lugar.

2.3.8 Servicio de agua

El 88% cuentan con servicio de agua potable a través de chorro exclusivo, para varios hogares o bien fuera del local. El 12% restante obtienen el agua a través de pozos, camiones, ríos o manantiales u otro tipo de servicio. (Véase Cuadro 11)

CUADRO 11
TIPO DE SERVICIO DE AGUA EN EL HOGAR
FINCA “LA LAGUNA” Y SUS ALREDEDORES
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2,002

HOGARES POR LUGAR POBLADO	TOTAL	CHORRO			POZO	CAMIÓN O TONEL	RÍO, LAGO O MANANTIAL	OTRO TIPO
		DE USO EXCLUSIVO	PARA VARIOS HOGARES	PÚBLICO FUERA DEL LOCAL				
Palencia*	1635	1382	86	9	20	30	7	101
Aldea Los Cubes	164	114	13		34		3	
Finca La Laguna	36	18		6		3		9
Cantón Rincón de la Piedra	22	18				4		
Cantón Ojo de Agua	7	1			2	3		1
TOTAL	1864	1533	99	15	56	40	10	111

Fuente: en base a los datos del Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación 2,002.

*Incluyen los Cantones Pueblo Nuevo y Agua Tibia, parte de Ojo de Agua y Rincón de la Piedra

Como se observa en el cuadro anterior en la Finca La Laguna el 67% de los hogares dispone de servicio de agua, el otro 33% utilizan el servicio de agua de camión o de otro tipo.

2.3.9 Servicio de alumbrado

La Finca La Laguna y sus alrededores cuenta con 88.4% de servicio eléctrico, el 0.4% con panel solar, el 0.3% gas corriente, el 10.8% candela y 0.1% otro tipo. (Véase Cuadro 12)

CUADRO 12
TIPO DE ALUMBRADO
FINCA "LA LAGUNA" Y SUS ALREDEDORES
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2,002

HOGARES POR LUGAR POBLADO	TOTAL	ELÉCTRICO	PANEL SOLAR	GAS CORRIENTE	CANDELA	OTRO TIPO
Palencia*	1636	1,514	8	3	109	2
Aldea Los Cubes	163	97	-	2	64	-
Finca La Laguna	36	11	-	-	25	-
Cantón Rincón de la Piedra	22	22	-	-	-	-
Cantón Ojo de Agua	7	3	-	-	4	-
TOTAL	1864	1,647	8	5	202	2

Fuente: En base a los datos del Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación 2002.

*Incluyen los Cantones Pueblo Nuevo y Agua Tibia, parte de Ojo de Agua y Rincón de la Piedra

2.3.10 Servicio sanitario

En la Finca La Laguna y sus alrededores los hogares que disponen de servicio sanitario es el 93% y el 7% restante no tienen. Los hogares que están conectados a una red de drenajes o bien fosa séptica es el 57% y el 43% poseen otro tipo de servicio. (Véase Cuadro 13)

CUADRO 13
TIPO DE SERVICIO SANITARIO EN EL HOGAR
FINCA “LA LAGUNA” Y SUS ALREDEDORES
MUNICIPIO DE PALENCIA, GUATEMALA
AÑO 2,002

HOGARES POR LUGAR POBLADO	INODORO CONECTADO A:		OTROS SERVICIOS				
	RED DE DRENAJE	FOSA SÉPTICA	EXCUSADO LAVABLE	LETRINA O POZO CIEGO	COMPARTIDO ENTRE VARIOS HOGARES	TOTAL DE HOGARES QUE DISPONEN DEL SERVICIO	TOTAL DE HOGARES QUE NO DISPONEN DE SERVICIO SANTARIO
Palencia*	873	87	344	169	87	1,560	75
Aldea Los Cubes	-	6	34	65	10	115	49
Finca La Laguna	1	1	10	12	-	24	12
Cantón Rincón de la Piedra	-	8	-	14	-	22	-
Cantón Ojo de Agua	-	-	3	1	-	4	3
TOTAL	874	102	391	261	97	1725	139

Fuente: en base a los datos del Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación 2,002.

*Incluyen los Cantones Pueblo Nuevo y Agua Tibia, parte de Ojo de Agua y Rincón de la Piedra

2.4 Marco jurídico para elaborar proyectos ecoturísticos

En virtud de que se usarán bienes propiedad del Estado, bajo jurisdicción de la municipalidad de Palencia, el proyecto se relaciona de inmediato con leyes que regulan la concesión de servicios y bienes como se menciona a continuación:

2.4.1 Leyes

Su fundamento legal se basa en las siguientes leyes:

- “Constitución Política de la República de Guatemala: específicamente los siguientes artículos: Art. 59 Protección e Investigación del Patrimonio Cultural, Art. 60 Patrimonio Cultural, Art. 61 Protección al Patrimonio Cultural, Art. 62 Protección al Arte, Folklore y Artesanías Tradicionales, Art. 64 Patrimonio Natural, Art. 65 Preservación y Promoción de la Cultura, Art. 66 Protección a Grupos étnicos, Art. 97 Medio Ambiente y Equilibrio Ecológico, Art. 119 Obligaciones del Estado, Art. 121 Bienes del Estado, Art. 128 Aprovechamiento de Aguas, Lagos y Ríos.”(14:10)
- “Acuerdos de Paz, en especial el Acuerdo para el Reasentamiento de las Poblaciones Desarraigadas por el Conflicto Armado, el Acuerdo sobre Aspectos Socioeconómicos y Situación Agraria, donde se acepta el compromiso de impulsar un programa de desarrollo ecoturístico, con amplia participación de las comunidades debidamente capacitadas.” (14:10)
- Ley de Fomento Turístico Nacional y su Reglamento, Decreto No. 25-74. “Todo lo concerniente a la ordenación turística del territorio nacional, por medio del planeamiento de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional,

en áreas de dominio público o privado. Las construcciones, instalaciones y demás actividades que se realicen en el país por personas individuales o jurídicas, nacionales o extranjeras. Con la finalidad de promover, desarrollar e incrementar el turismo, se deberá enmarcar dentro de ordenación general prevista por dicha entidad.” (14:10)

- Ley Orgánica del INGUAT, Decreto 1701 del Congreso de la República y sus Reformas: “sobre todo en la elaboración de un plan de turismo que permita dar a conocer más las diferentes regiones y la belleza de los paisajes guatemaltecos que por ende significará para el país un incremento de fuentes de trabajo.” (13:2-3)
- Ley Forestal, “lo referente al manejo sostenido para que puedan producirse bienes que coadyuven a satisfacer las necesidades de energía, vivienda y alimentos; servicios que contribuyan a elevar el nivel de vida, nivel económico, educación y recreación de las poblaciones y la protección de recursos naturales.” (17:1)

Por la complejidad que tiene el ecoturismo en Guatemala, es importante tomar en cuenta instancias que son necesarias para coordinaciones, tanto institucionales, gubernamentales y no gubernamentales, siendo estas:

“El Comité Técnico de Turismo en Áreas Protegidas (COTURAP), el cual está llamado a involucrar transversalmente en cada línea de política a las instituciones que lo conforman, estas son: el Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-, el Instituto de Antropología e Historia -IDAEH, el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN- y la Oficina de Control de Áreas de Reserva Territoriales del Estado -OCRET-.

Existen también algunas agrupaciones del sector privado, como Cámara de Turismo –CAMTUR- y sus gremiales quienes han participado en el Foro Permanente de Ecoturismo y Conservación –FOPECO- y la iniciativa del Cluster de Ecoturismo que aglutina a todos los actores implicados en la prestación de este servicio, con énfasis en el sector privado.” (14:10)

2.5 Análisis de la competencia

2.5.1 Lugares ecoturísticos del departamento de Guatemala.

El departamento de Guatemala, cuenta con 17 municipios, mismos que se dividen en tres regiones: norte, sur y centro. La región norte comprende San Juan Sacatepéquez, San Raymundo, Chuarrancho, San Pedro Sacatepéquez, Chinautla, San Pedro Ayampuc y San José del Golfo. La región sur la integran Villa Canales, San Miguel Petapa, Amatitlán y Villa Nueva. Por último, la región del centro la conforman los municipios de Guatemala, Mixco, Santa Catarina Pinula, San José Pinula, Fraijanes y Palencia.

Cada uno de estos municipios cuenta con zonas turísticas ricas en historia, lugares recreacionales como lo son turicentros y balnearios, sin embargo como competencia directa de la Laguna Monja Blanca en el Departamento de Guatemala se puede mencionar los siguientes:

CUADRO 14
ALGUNOS LUGARES ECOTURÍSTICOS EN EL
DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

MUNICIPIO	LUGARES ECOTURÍSTICOS	DISTANCIA APROXIMADA DE LA CIUDAD CAPITAL (EN KILÓMETROS)
Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Zoológico La Aurora • Eco Aventura • Ciudad Nueva • Ecológico de Cayalá • Jacaranda de Cayalá • IRTRA Petapa • Parque Pedro de Alvarado 	<ul style="list-style-type: none"> • zona 13 • zona 2 • zona 2 • zona 5 • zona 5 • zona 12 • zona 2
Amatitlán	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Las Ninfas • IRTRA de Amatitlán • Lago de Amatitlán 	<ul style="list-style-type: none"> • 27 kms • 28 kms • 28 kms
San José Pinula	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Ecológico de Pinula 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 Km., carretera a Mataquescuintla
San Juan Sacatepéquez	<ul style="list-style-type: none"> • Laguna San Miguel 	<ul style="list-style-type: none"> • 39 Km. en la Aldea Montúfar
San Miguel Petapa	<ul style="list-style-type: none"> • Área Protegida Municipal “La Cerra” 	<ul style="list-style-type: none"> • 22 kilómetros
Santa Catarina Pinula	<ul style="list-style-type: none"> • Muxbal 	<ul style="list-style-type: none"> • 13 Km. en la aldea Don Justo zona 8, carretera antigua a El Salvador
Villa Nueva	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Naciones Unidas 	<ul style="list-style-type: none"> • 21.5 kilómetros

Fuente: información proporcionada por las municipalidades de los municipios del departamento de Guatemala.

2.5.2 Lugares ecoturísticos ubicados en carretera al Atlántico (CA9)

Los municipios que se encuentran en la cercanía a la carretera al atlántico (CA9) se pueden mencionar: Guastatoya, El Jícaro, Morazán, San Agustín Acasaguastlán, San Antonio La Paz, San Cristóbal, Sanarate, Sansare, Cabañas, Gualán, Huité, Río Hondo, Usumatlán, Puerto Barrios, Los Amates y Morales.

Lugares que se dedican al ecoturismo se pueden mencionar los siguientes:

CUADRO 15
ALGUNOS LUGARES ECOTURÍSTICOS EN CARRETERA AL ATLÁNTICO
CERCA DE LA CA 9

MUNICIPIO	LUGARES ECOTURÍSTICOS	DISTANCIA APROXIMADA A LA CIUDAD CAPITAL (EN KILÓMETROS)
San Antonio La Paz Depto. de El Progreso	Instituto de Recreación para los Trabajadores de la Empresa Privada -IRTRA- en Agua Caliente	• 30 kilómetros
San Agustín Acasaguastlán, Depto. de El Progreso	El Restaurante y Turicentro Guaytan	• 93 kilómetros
San Agustín Acasaguastlán, Depto. de El Progreso	Sierra de Las Minas	• 123 kilómetros
Río Hondo Depto. de Zacapa	Balneario Pasabién	• 130 kilómetros
Morales Depto. de Izabal	Cuevas del Silvino	• 260 kilómetros
Morales Depto. de Izabal	Montaña Chiclera	• 237 kilómetros
Puerto Barrios Depto. de Izabal	Cerro San Gil "Las Escobas"	• 310 kilómetros
Puerto Barrios Depto. de Izabal	Punta de Palma	• 325 kilómetros
Puerto Barrios Depto. de Izabal	Poza Azul	• 300 kilómetros
Los Amates Depto. de Izabal	Ruinas de Quirigüa	• 205 kilómetros
Los Amates Depto. de Izabal	Aldea Izabal	• 227 kilómetros

Fuente: información proporcionada por las municipalidades de los diferentes departamentos de la República de Guatemala.

2.5.3 Lugares ecoturísticos ubicados en el municipio de Palencia:

A. Parque Ecológico Cerro Tomastepek, cuenta con:

- Servicio de restaurante
- Área de Camping
- Búngalos
- Laguna de pesca
- Salón de conferencias
- Área verde para paseos a caballo o bien caminatas

El ingreso a turistas nacionales adultos, es de Q.15.00 incluyendo niños de siete años y más, para niños menores de siete años es gratuito. Para turistas extranjeros se les ofrece paquetes especiales de servicio.

B. Turicentros

El municipio cuenta con cuatro turicentros los cuales se mencionan a continuación:

- Turicentro y restaurante “Agua Santa” ubicado en la cabecera municipal de Palencia: dispone de un restaurante, área verde, gimnasio y piscina.
- Turicentro y restaurante “Agua Linda” en la aldea Los Mixcos del municipio de Palencia. Cuenta con restaurante, área verde, churrasqueras y piscinas.
- Turicentro “El Paraíso” en la aldea El Paraíso del mismo municipio de Palencia. Este turicentro dispone de área verde, piscinas, restaurante y churrasqueras.

- Turicentro Castillo del Rey se ubica en el Cantón Agua Tibia, en la cabecera del municipio de Palencia (en remodelación). Este turicentro dispone de jardines, canchas de básquet ball y restaurante.

C. Hoteles

Son sencillos, cómodos e higiénicos para los visitantes, siendo estos:

- Hotel Palencia INN
Situado en la cabecera municipal cuenta con nueve habitaciones y una capacidad de alojamiento para 18 personas. El costo por noche es:
 - Habitaciones sencillas Q. 60.00
 - Habitaciones dobles Q. 80.00
 - Habitaciones triples Q.120.00
- En el Caserío Pie del Cerro se encuentra otro hotel donde se hospedan los visitantes del Parque Ecológico “Cerro Tomastepek” (conocido también como “El Calaguar”). El precio de alojamiento es de Q100.00 por persona, con capacidad de hospedaje para 20 visitantes.

2.6 Condiciones de la infraestructura

2.6.1 Carreteras

El acceso al municipio de Palencia es a través de la carretera al Atlántico (CA 9) del centro de la ciudad hacia el kilómetro 20, donde se encuentra un desvío denominado “El Entronque”, luego se continúa nueve kilómetros hacia el centro de la cabecera del municipio de Palencia. La carretera se encuentra en perfecto estado. La población tiene varias vías de acceso, pudiendo ingresar por San José Pinula por carretera asfaltada; también cuenta con caminos y veredas que comunican con las aldeas de los municipios de los alrededores.

2.6.2 Telecomunicaciones

El sistema de telefonía con el que cuenta es: domiciliario, celular y públicos. Además de contar con una empresa de correos denominada “El Correo”.

2.6.3 Transporte

La población de Palencia cuenta con servicio de buses de parrilla de transporte extraurbano manejado por la iniciativa privada, servicio de transporte interno en el municipio por medio de moto taxis.

2.7 Producción agrícola y artesanal

El municipio de Palencia se basa principalmente en la producción agrícola y artesanal.

2.7.1 Agricultura

Se dedican al cultivo de la tierra principalmente a sembrar maíz frijol, papa y hortalizas.

2.7.2 Artesanía:

Los artesanos fabrican macetas, mesas y otros productos en piedra.

2.7.3 Consumo interno:

El consumo interno se basa en el frijol, maíz, papa, güisquil, café, hortalizas y aves de corral que la población produce.

2.7.4 Productos de exportación:

Se dedican a la producción y exportación de productos no tradicionales por ejemplo: albahaca morada, albahaca blanca, espinaca, brócoli, tomate, mini zanahoria, mini elote, arveja china, ejote francés, suchini y plantas ornamentales (helechos, violetas, izote pony, orquídeas, palo de hule, etc.). El producto se envía al mercado de Estados Unidos de Norte América, Centro América y Europa.

2.8 Ingresos económicos

Los vecinos de la Laguna Monja Blanca y sus alrededores se dedican a la agricultura y a prestar servicios varios por ejemplo: trabajar en maquilas, empresas de seguridad, en construcción y ventas; sus salarios se basan de acuerdo a las leyes vigentes del país.

2.9 Magnitud y procedencia del flujo turístico actual

A. Turista nacional

Los turistas nacionales son aproximadamente de 2,000 personas anualmente, los cuales visitan los diferentes centros recreativos del municipio. (Investigación de campo, junio de 2004)

B. Turista extranjero

La afluencia de extranjeros es de 400 personas anualmente todos de origen estadounidense, que visitan el parque ecológico Tomastepek. (Investigación de campo, junio de 2004)

2.10 Mercado potencial

El parque ecoturístico tiene como mercado potencial a la población del departamento de Guatemala, pobladores de la carretera al Atlántico y turistas extranjeros que vienen por negocios a la ciudad capital.

2.11 Organización y administración de los vecinos

2.11.1 Comités y asociaciones

Funcionan cuatro comités y veinticinco asociaciones registradas en la municipalidad, entre los que se pueden mencionar dentro del casco urbano del municipio: Asociación de Desarrollo de Palencia, Asociación Promotora de Medicamentos y Servicios relacionados con la Salud y Medio Ambiente APROMEDYS, Asociación de Vecinos del Municipio de Palencia AVEMPA, Asociación de Padres de Familia Ciudad de los Niños, Asociación por la Niñez y la Juventud Casa Hogar “Ven Conmigo a los Niños por Amor” y la Asociación de Usuarios de Minirriegos de Palencia. La función principal es el mejoramiento del municipio. (Información proporcionada por la municipalidad de Palencia, junio 2004).

En las aldeas y caseríos trabajan con líderes comunales para superar cualquier problema que se les presente, aunque no estén reconocidos por la municipalidad.

2.12 Esfuerzos promocionales para dar a conocer la Laguna Monja Blanca

A la fecha no se ha realizado ningún esfuerzo para promocionar el municipio y mucho menos para dar a conocer La Laguna Monja Blanca.

2.13 Condiciones del segmento del mercado

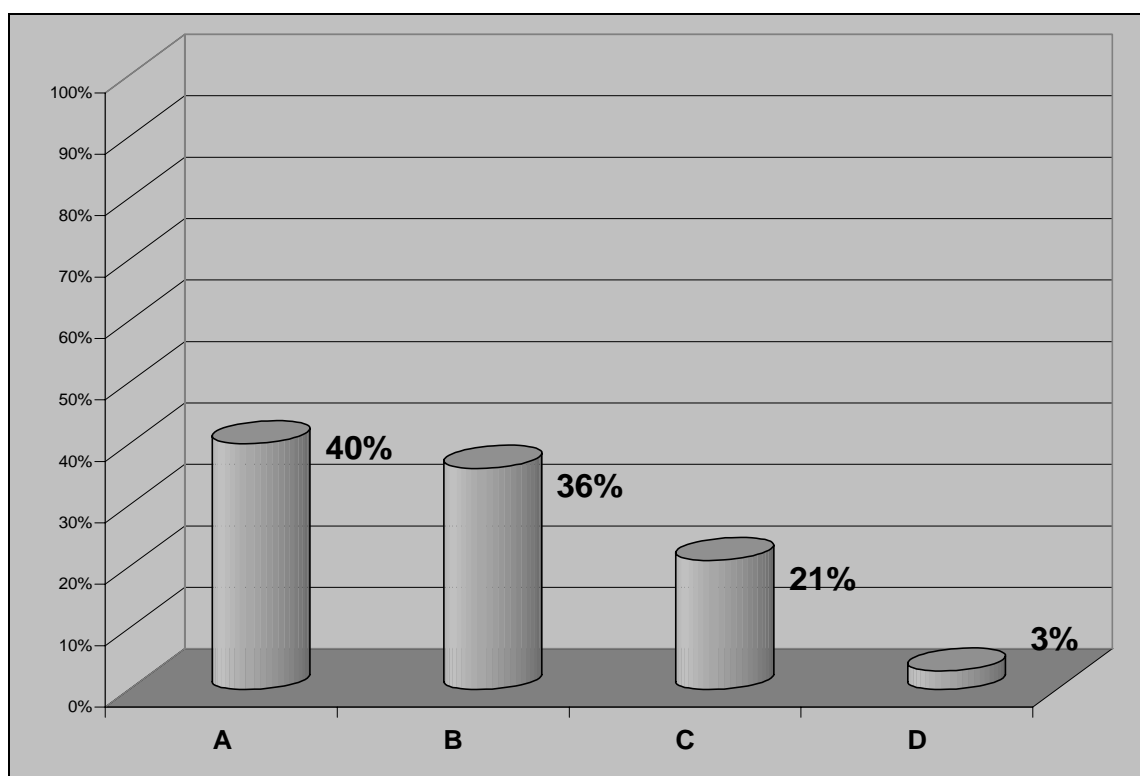
2.13.1 Municipio de Palencia

En base a los datos del censo de 2002, se realizaron las proyecciones para el año 2004 de la población del municipio de Palencia mayor de 18 años; donde su población fue de 25,344 habitantes.

El tamaño de la muestra para el municipio de Palencia fue de 106 personas, los elementos de la muestra fueron tomados de la siguiente manera: la población mayor de 18 años originaria de la Finca Laguna Monja Blanca y sus alrededores, dividida en 50% mujeres y 50% hombres residentes en el municipio de Palencia, específicamente en la Finca La Laguna, Aldea Los Cubes, Los Cantones, Rincón de la Piedra, Ojo de Agua, Agua Tibia y la cabecera del municipio. Se entrevistó a los jefes de hogar, las encuestas se realizaron los siete días de la semana; la selección se realizó cada tres casas o la siguiente vivienda si no atendían en la anterior. Los resultados fueron los siguientes:

Los entrevistados manifestaron que no se benefician económicamente, debido a que la laguna no se ha dado a conocer turísticamente, siendo los factores influyentes según los mismos pobladores, los siguientes: el 40% por falta de recursos económicos, el 36% falta de interés de la población y de las autoridades municipales, el 21% falta de interés de las autoridades municipales y por último el 3% por no preocuparse la población de mejorar La Laguna. (Véase Gráfica 4)

GRÁFICA 4
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA FALTA DE CONOCIMIENTO DE LA
LAGUNA MONJA BLANCA COMO UN DESTINO ECOTURÍSTICO
SEGÚN EL VECINO DEL MUNICIPIO DE PALENCIA.



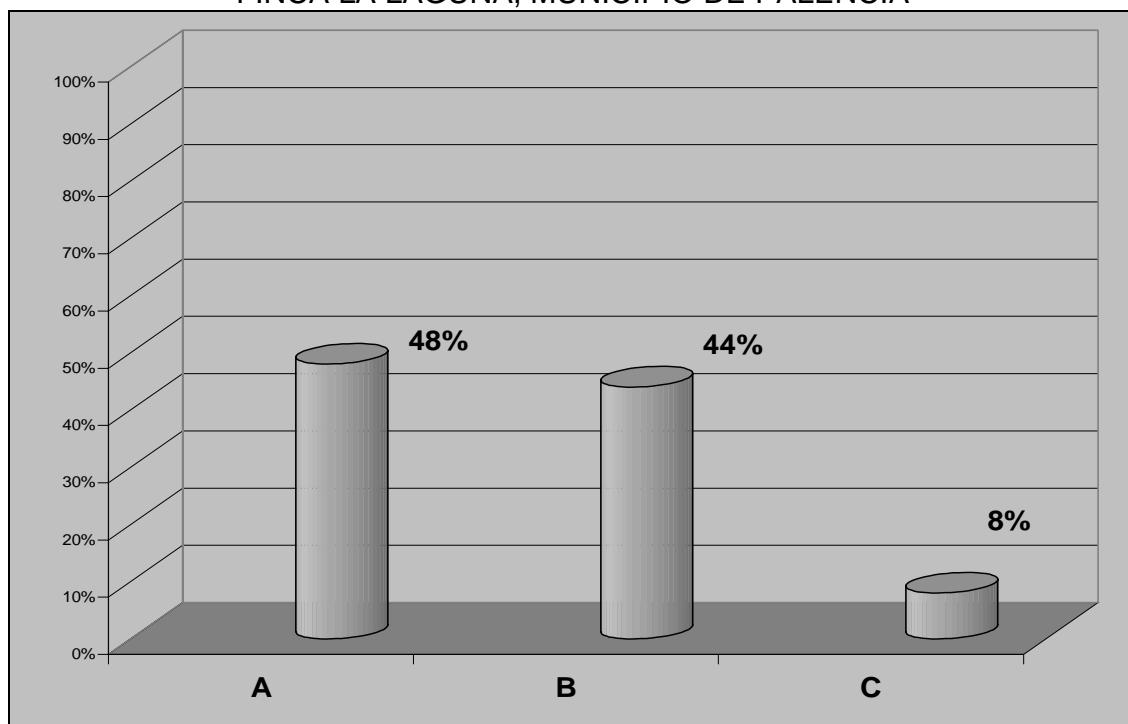
- A FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS
- B FALTA DE INTERÉS DE LOS POBLADORES Y AUTORIDADES MUNICIPALES
- C FALTA DE INTERÉS DE LAS AUTORIDADES MUNICIPALES
- D FALTA DE INTERÉS DE LA POBLACIÓN

Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Los vecinos consideran que es necesario tener una comunicación permanente con las autoridades municipales para rescatar el lugar y a la vez tener un beneficio económico del mismo, además del respeto que se debe tener al medio ambiente.

Al consultarles a los pobladores, si les gustaría que la Laguna Monja Blanca sea un parque ecológico el 100% de los entrevistados respondió que sí, y los beneficios que les gustaría obtener del lugar son: acceso al lugar 48%, ofrecer productos directamente al turista 44%, y trabajar en el parque 8%. (Véase Gráfica 5)

GRÁFICA 5
BENEFICIOS ESPERADOS DEL PARQUE ECOTURÍSTICO
LAGUNA MONJA BLANCA, SEGÚN LOS HABITANTES DEL LUGAR
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA



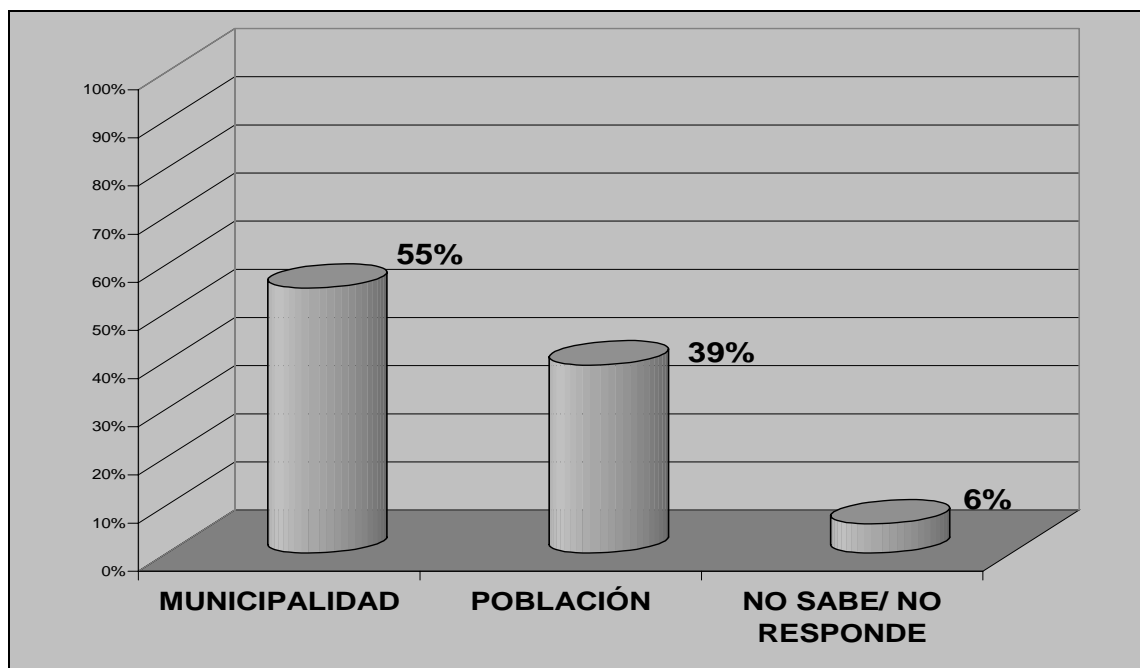
- A TENER ACCESO AL LUGAR
- B OFRECER PRODUCTOS DIRECTAMENTE AL TURISTA
- C TRABAJO EN EL PARQUE

Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Los vecinos consideran que la creación del parque contribuiría a mejorar el nivel de vida de los habitantes del lugar, porque se tendría otra alternativa de ingresos y no vivir únicamente de la agricultura.

Sobre el estado actual de la laguna, manifestó el 100% de los entrevistados, que se encuentra en mal estado (Véase Anexo 3), consideran que los responsables de dar mantenimiento son: la municipalidad 55%, el 39% la población y el restante 6% no sabe o no responde. (Véase Gráfica 6)

GRÁFICA 6
RESPONSABLES DE DAR MANTENIMIENTO A LA LAGUNA MONJA BLANCA
SEGÚN LOS VECINOS DEL LUGAR
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA



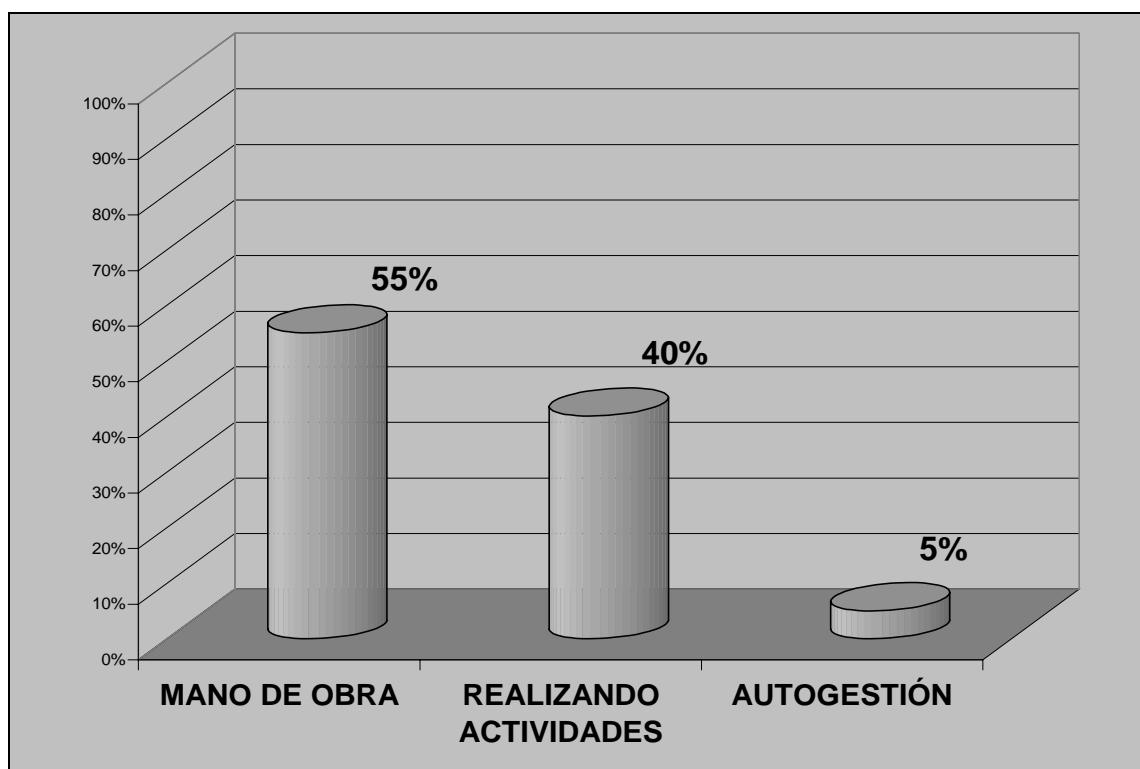
Fuente: investigación de campo, junio 2004

Sin embargo las autoridades municipales actualmente se han dado a la tarea de recuperar el lugar.

Luego de la recuperación de la Laguna Monja Blanca, es conveniente darle mantenimiento constante para que se de a conocer como un parque ecoturístico y por ende sea una fuente generadora de ingresos.

El 100% de los vecinos manifiesta estar dispuestos a colaborar, para lo cual el 55% contribuiría con mano de obra, el 40% realizando actividades para reunir fondos (con la realización de bingos, mañanas deportivas, rifas etc) y el 5% con aporte monetario. (Véase Gráfica 7)

GRÁFICA 7
ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN REALIZAR PARA MEJORAR LA
LAGUNA MONJA BLANCA, SEGÚN EL VECINO DEL LUGAR,
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA

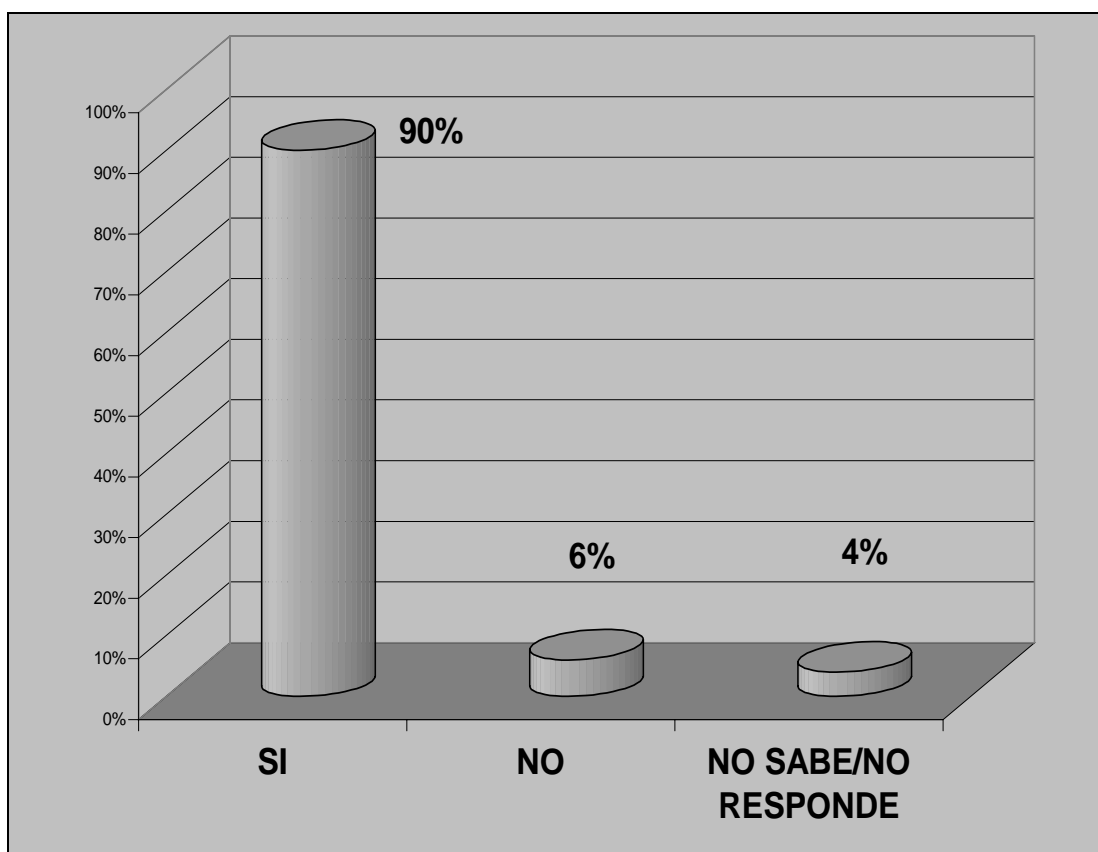


Fuente: investigación de campo, junio de 2004

La forma de colaborar de sus habitantes es únicamente por este medio debido a que son personas de escasos recursos.

La tecnificación en los habitantes es de suma importancia, por lo tanto recibir capacitación sobre ecoturismo interesa al 90%, mientras que al 6% no y el restante 4% no sabe o no responde. (Véase Gráfica 8)

GRÁFICA 8
INTERÉS DEL VECINO EN RECIBIR CAPACITACIÓN SOBRE ECOTURISMO
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA

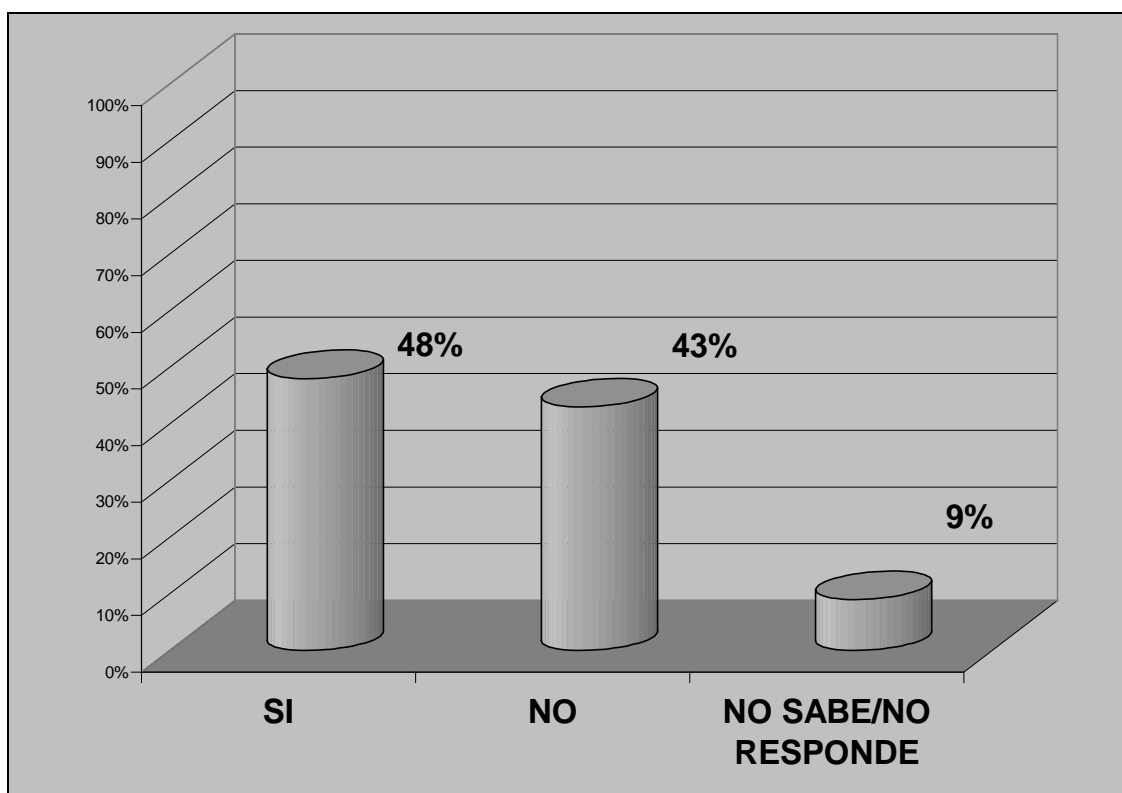


Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Al vecino del lugar le gustaría recibir capacitaciones constantes, para brindar servicio de excelencia al turista y conocer más sobre la historia del municipio para compartirla con los visitantes.

Al preguntarle a los encuestados si conocían acerca de la elaboración de artesanías en el municipio, el 48% respondió si tener conocimiento sobre la fabricación de trabajo artesanal, el 43% no conoce y el 9 % no sabe. (Véase Gráfica 9)

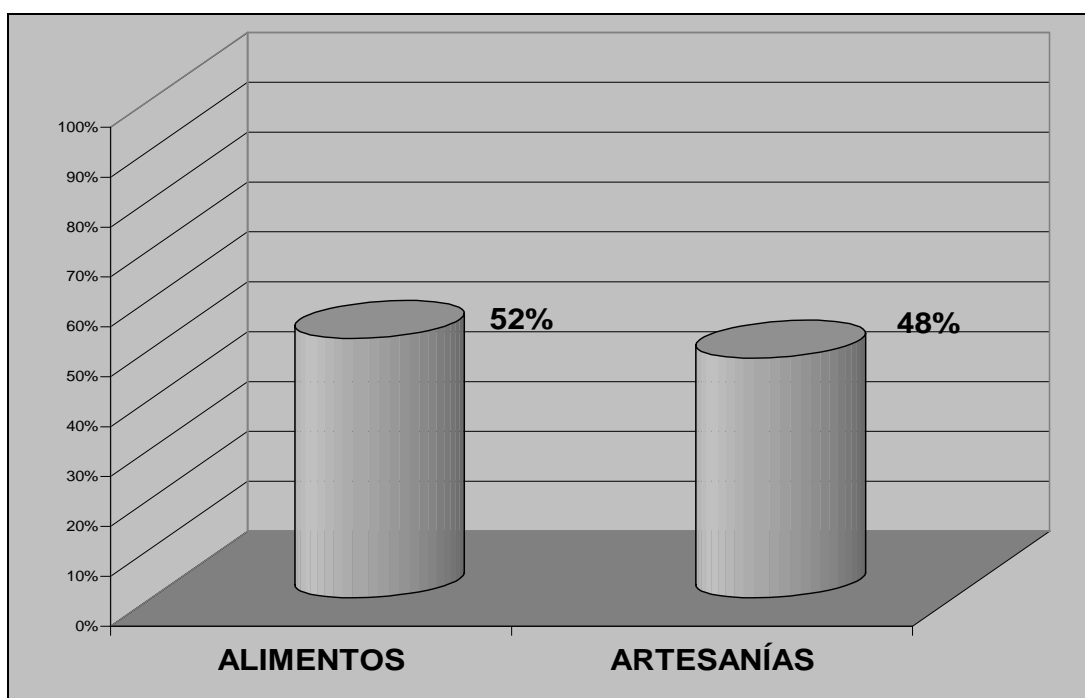
GRÁFICA 9
CONOCIMIENTO DE LOS VECINOS DEL LUGAR, SOBRE LA FABRICACIÓN
DE ARTESANÍA
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA



Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Según los vecinos los productos o servicios que debería prestar el parque ecoturístico son: 52% alimentos, siendo la preparación de estos un oficio que conocen, y 48% artesanías a pesar que se trabaja únicamente macetas, mesas y otros productos elaborados en piedra, los entrevistados están dispuestos a aprender otro tipo de artesanía que genere ingresos. (Véase Gráfica 10)

GRÁFICA 10
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS QUE PODRÍAN OFRECER
LOS VECINOS DEL LUGAR AL TURISTA
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA



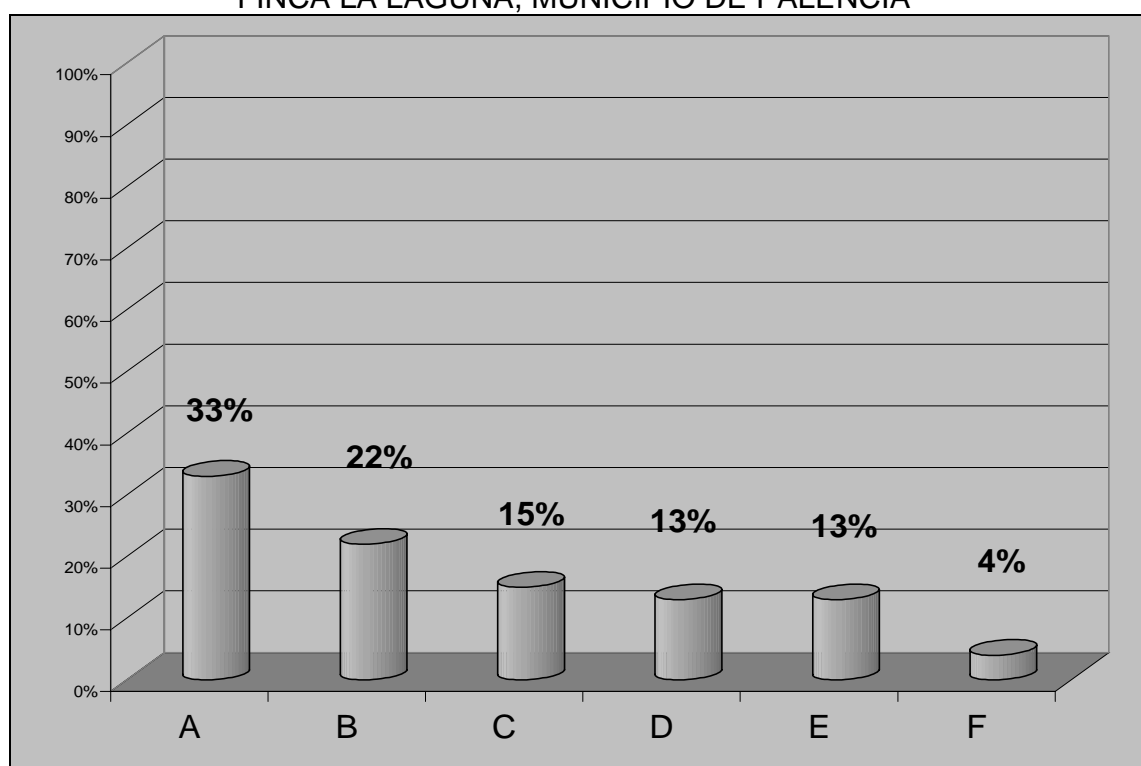
Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Los vecinos del lugar manifiestan el interés de crear nuevas artesanías con materiales propios del área, esto para ser ofrecidos al visitante. Además de recibir cursos sobre cocina nacional e internacional para prestar un mejor servicio.

También se indagó a los vecinos sobre lo que les gustaría tener en un parque ecoturístico, respondiendo: paseos a caballo 41%, mini zoológico 38%, y otras distracciones 21%. (incluir churrasqueras para días de campo, juegos, jardines, etc.)

Se preguntó sobre quién debería administrar La Laguna Monja Blanca, siendo los resultados: Organización No Gubernamental -ONG- o Cooperativa 33%, Municipalidad y Vecinos 22%; Municipalidad 15%; Vecinos 13%; ONG, Municipalidad y vecinos 13%; no sabían o no responden el 4%. (Véase Gráfica 11)

GRÁFICA 11
ADMINISTRACIÓN DEL PARQUE ECOTURÍSTICO, SEGÚN LOS
VECINOS DEL LUGAR
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA



A	ONG/COOPERATIVA	D	VECINOS
B	MUNICIPALIDAD Y VECINOS	E	ONG, MUNICIPALIDAD Y VECINOS
C	MUNICIPALIDAD	F	NO SABE O NO RESPONDEN

Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Los vecinos manifiestan que es necesario crear una organización que se especialice en ecoturismo donde se conforme por autoridades municipales y vecinos del lugar que estén dispuestos a trabajar.

2.13.2 Ciudad capital

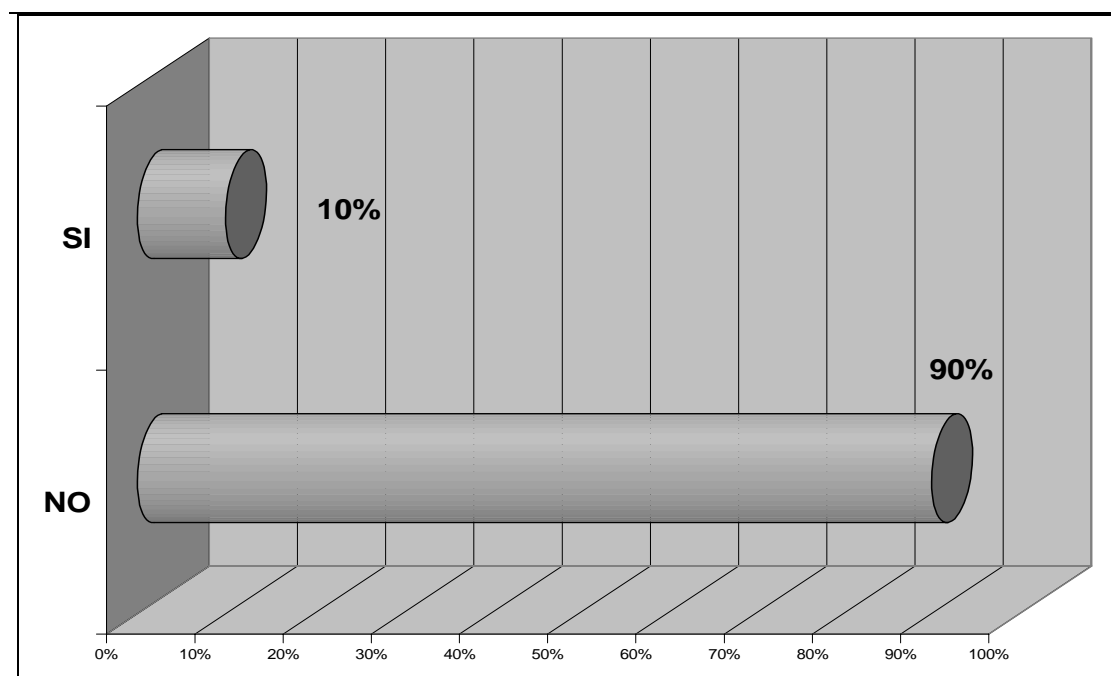
- Gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad capital

El mercado objetivo es toda aquella persona de 18 años en adelante, que esté en la capacidad de pagar los servicios proporcionados por el parque ecoturístico; se elaboró una encuesta dirigida al segmento de mercado de la ciudad capital específicamente las zonas: 4,5,7,9,10,13,14,15,16 y 17. En base al Censo 2002 se realizaron proyecciones de población del municipio de Guatemala mayor de 18 años; donde su población es de 626,631, personas residentes de la ciudad capital obteniéndose una muestra de 106 personas mayores de 18 años encuestando a 50% mujeres y 50% hombres; las encuestas se realizaron en centros comerciales de las zonas anteriormente mencionadas, la selección se realizó cada tres personas o en su defecto la cuarta persona hasta que se efectuara la encuesta, se trabajó los siete días de la semana.

A. Conocimiento de lugares ecoturísticos

Los habitantes de la ciudad solamente el 10% conoce lugares ecoturísticos cercanos a la capital y el 90% no conocen. (Véase Gráfica 12)

GRÁFICA 12
CONOCIMIENTO DE LOS VECINOS DE LA CAPITAL SOBRE LUGARES
ECOTURÍSTICOS CERCANOS A LA CIUDAD



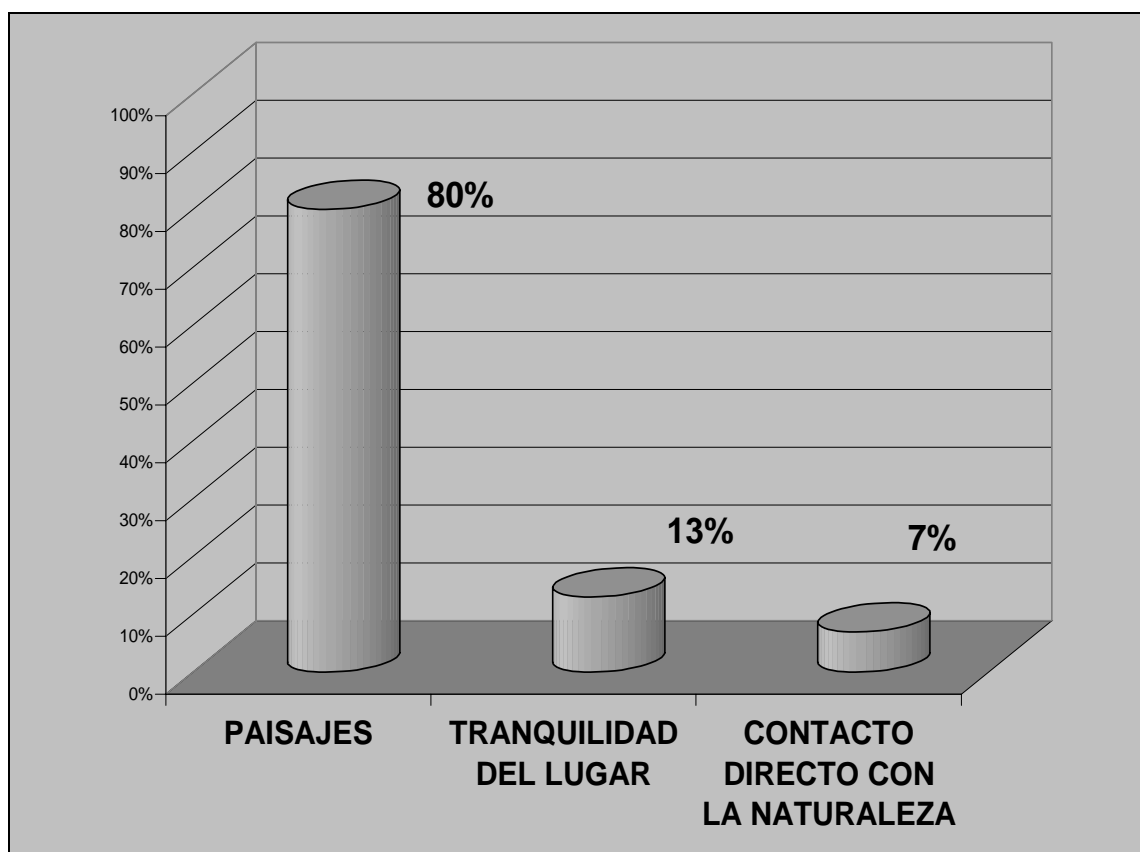
Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Las principales causas por las cuales la mayoría de estas personas no conoce estos lugares (el 90%), se debe a: falta de información por parte de las instituciones encargadas o bien la falta de interés de los vecinos por conocer las cercanías a la ciudad capital como distracción. El 10% responde si conocer, y de estos el 95% conocen el Parque Ecológico Jacarandas de Cayalá ubicado en la ciudad capital específicamente entre la zona 5 y 16, Mixco Viejo del municipio de Mixco, lago de Amatitlán, el Parque de Naciones Unidas en Villa Nueva y el

Parque ecológico Pinula en el municipio de San José Pinula. El otro 5% conoce Tikal, Antigua Guatemala, Chichicastenango y Cobán entre otros.

Los factores que les gustaron del lugar son: 80% los paisajes, 13% la tranquilidad del lugar y el 7% el contacto directo con la naturaleza. (Véase Gráfica 13)

GRÁFICA 13
FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ATRACTIVO DEL LUGAR
ECOTURISTICO, SEGÚN LOS VECINOS DE LA CIUDAD CAPITAL

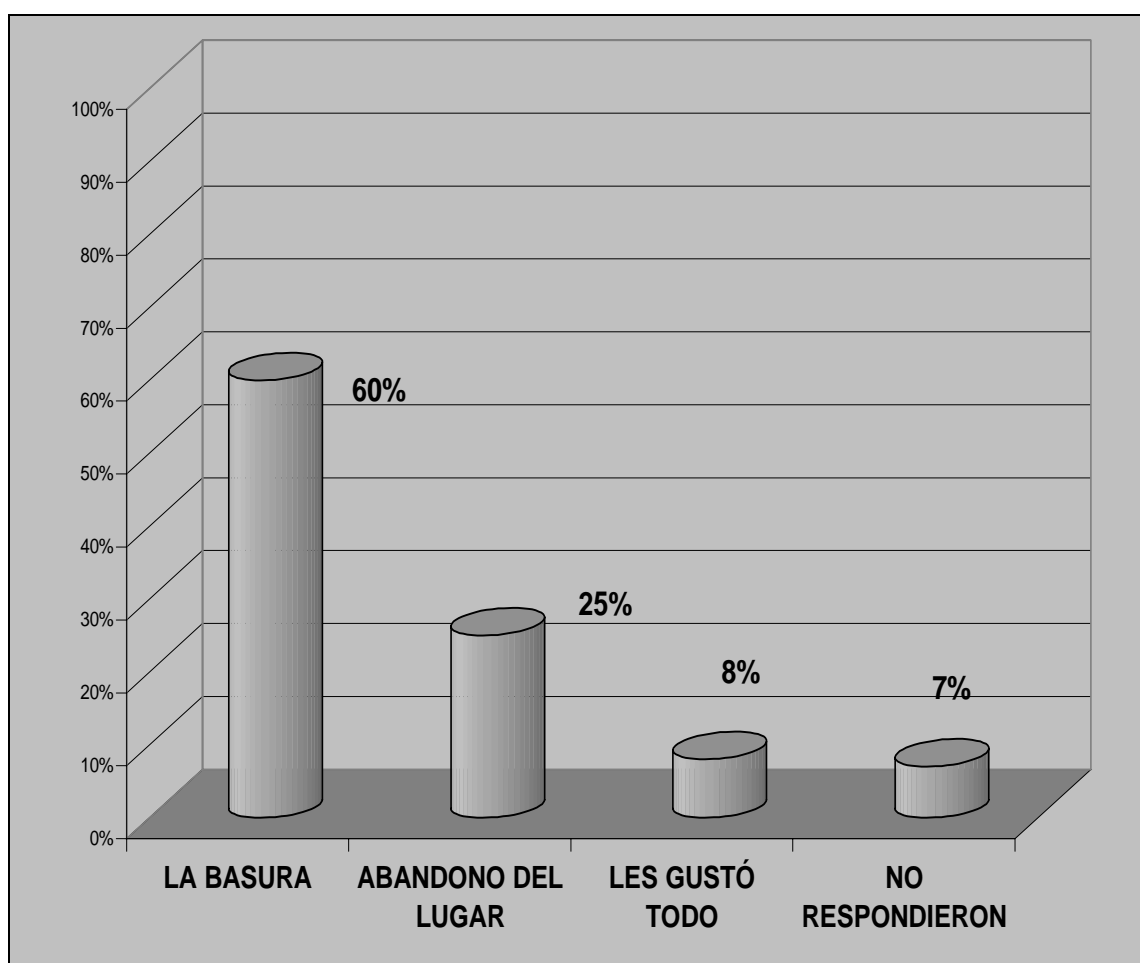


Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Las características que no fueron del agrado del visitante de los lugares ecoturísticos son: 60% la basura en el lugar, 25% el abandono del lugar, 8% les gustó todo y el 7% no responde. (Véase Gráfica 14)

GRÁFICA 14

CARACTERÍSTICAS QUE NO FUERON DEL AGRADO DEL VISITANTE DE LA CIUDAD CAPITAL EN LOS PARQUES ECOTURÍSTICOS VISITADOS



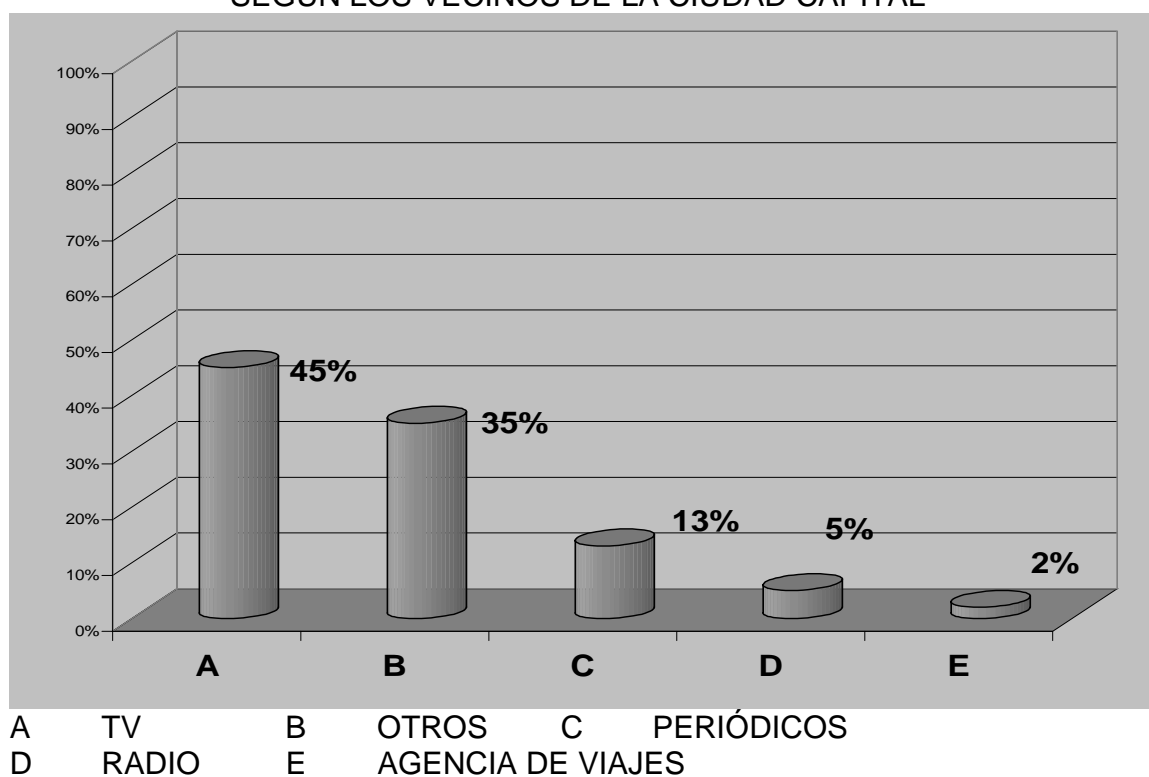
Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Uno de los problemas es el manejo inadecuado de la basura, esto como resultado de que los visitantes no la dejan en un lugar adecuado, por la falta de suficientes recipientes o personal para mantener el ornato.

Los entrevistados manifestaron que les gusta mantener contacto con la naturaleza, donde puedan admirar sus paisajes, la flora, la fauna y además descansar gracias a la tranquilidad que ofrezca el lugar.

Los medios por los cuales se han enterado de los lugares a conocer son: televisión 45% (a través de reportajes especiales), otros 35% (incluye amigos, ferias, etc.), a través del periódico 13%, por la radio 5% y agencias de viajes 2% (Véase Gráfica 15)

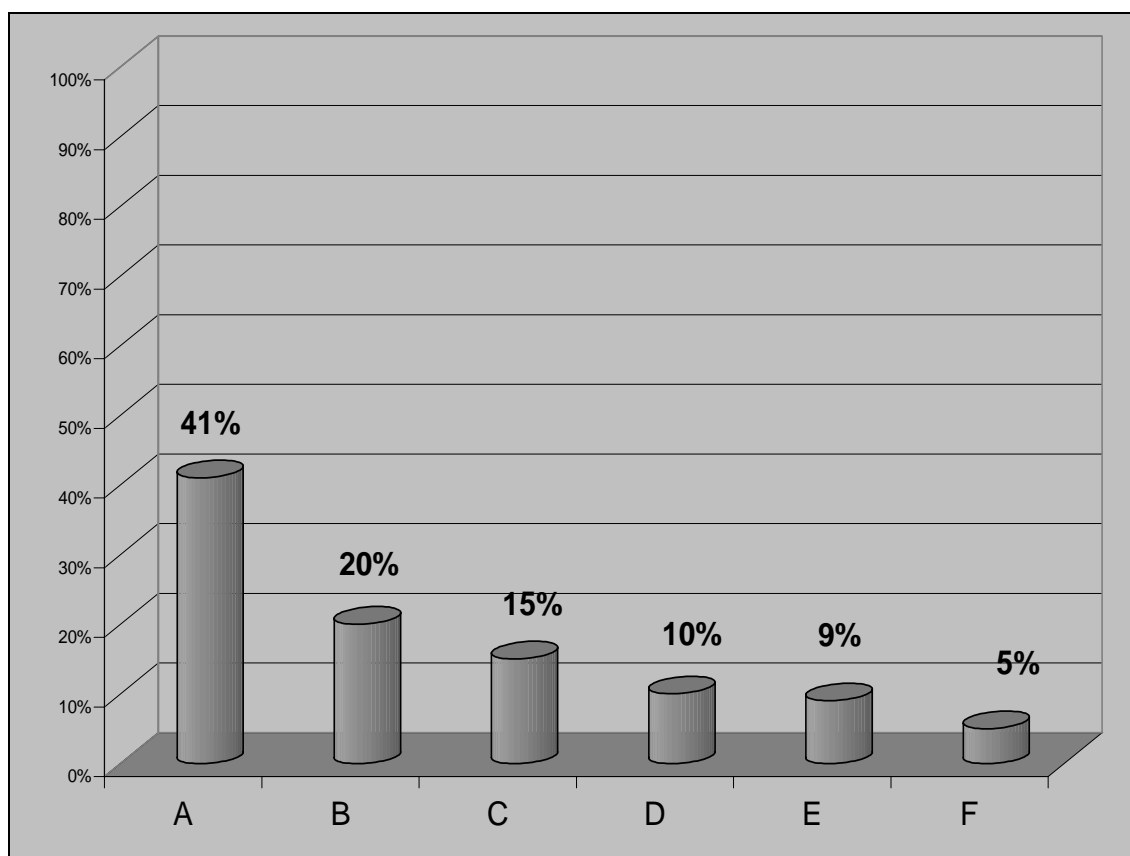
GRÁFICA 15
MEDIOS PARA ENTERARSE DE LOS LUGARES A VISITAR,
SEGÚN LOS VECINOS DE LA CIUDAD CAPITAL



Fuente: investigación de campo, junio de 2004

El 100% de los entrevistados mostraron interés en tener lugares ecoturísticos cercanos a la ciudad capital, además les gustaría encontrar: bosques 41%, mantener seguridad en los lugares 20%, espacios para deportes extremos 15%, limpieza del lugar 10%, áreas para diferentes ocasiones 9% (churrasqueras, áreas de juegos infantiles, piscinas etc.) y parques con vegetación 5%. (Véase Gráfica 16)

GRÁFICA 16
ELEMENTOS QUE ESPERA ENCONTRAR EN UN PARQUE ECOTURÍSTICO
EL VECINO DE LA CIUDAD CAPITAL



A	BOSQUES	E	ÁREAS PARA DIFERENTES
B	MANTENER SEGURIDAD		OCACIONES
C	DEPORTES EXTREMOS	F	PARQUES CON VEGETACIÓN
D	MANTENER LIMPIO EL LUGAR		

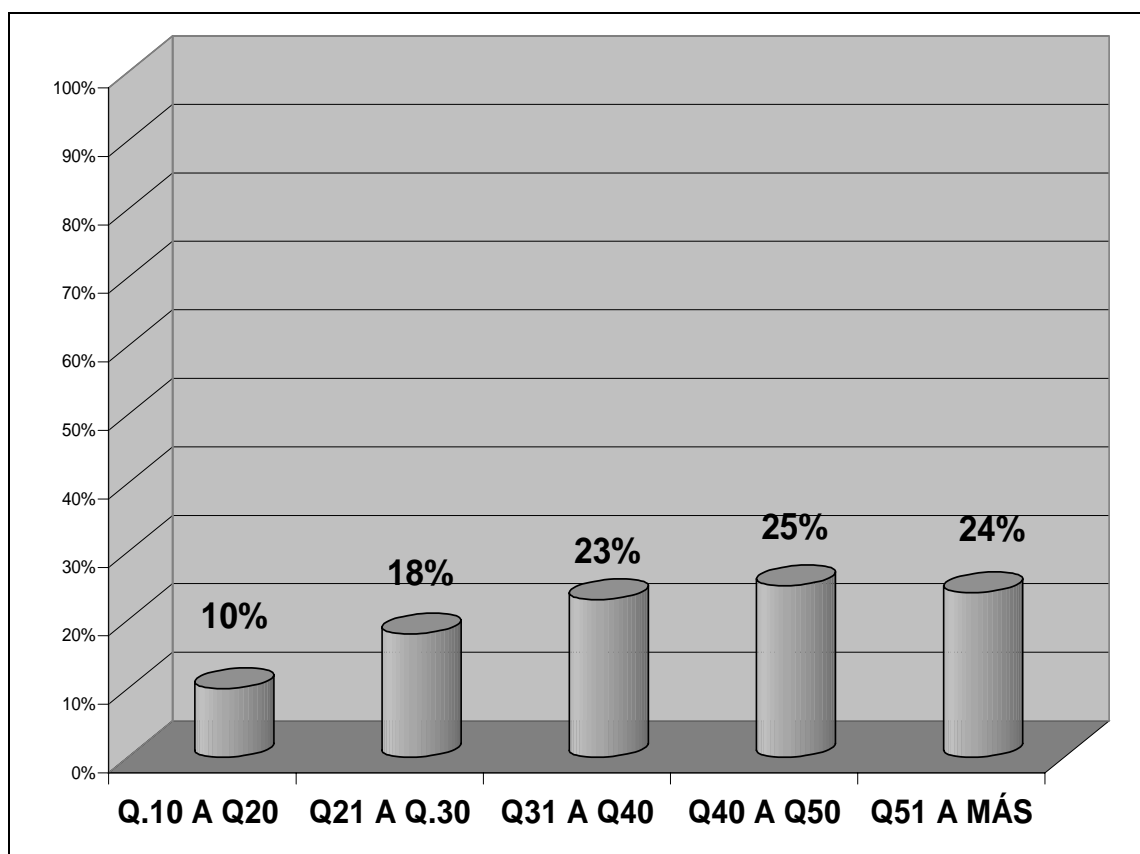
Fuente: investigación de campo, junio de 2004

El 100% consultado manifestó que le gustaría que los lugares ecoturísticos tuvieran un lugar donde hospedarse, para mantener contacto con la naturaleza, descansar en un lugar sin contaminación y alejarse del bullicio de la ciudad.

Las personas de la ciudad capital están dispuestas a pagar por el ingreso al lugar ecoturístico siempre y cuando tenga la suficiente seguridad al turista y mejoren los lugares. Las tarifas que consideran adecuadas para ingresar a un parque ecoturístico varían. (Véase Gráfica 17)

GRÁFICA 17

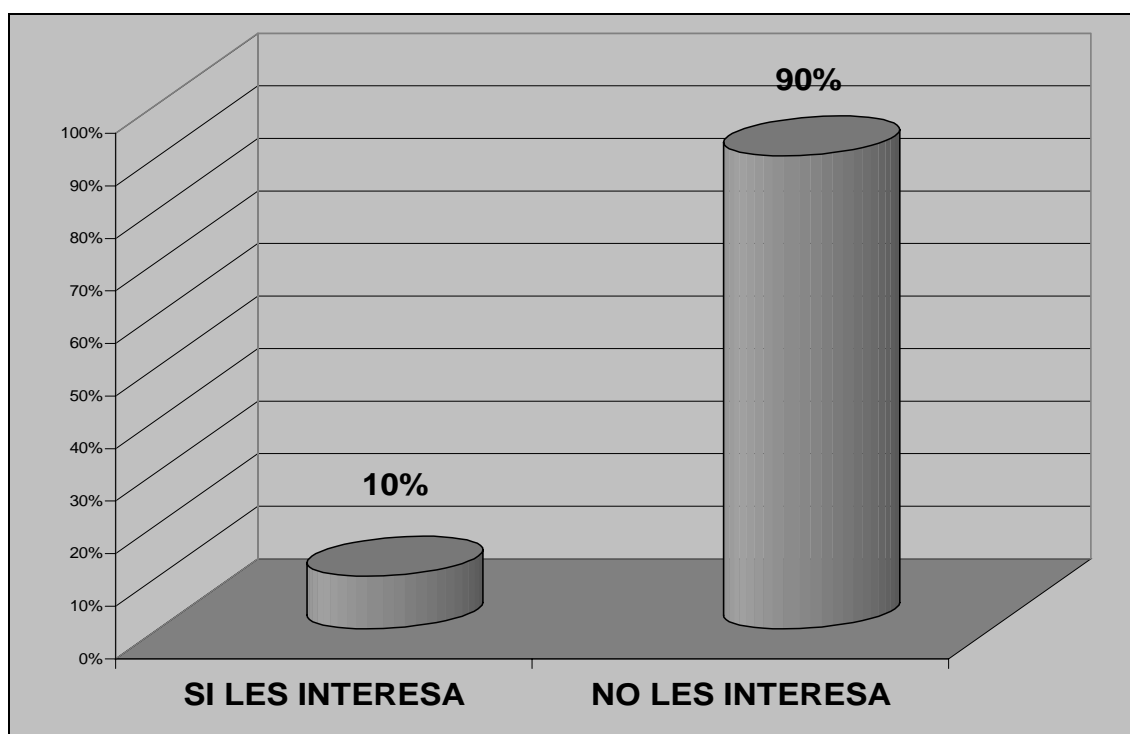
TARIFA ADECUADA PARA INGRESAR A UN PARQUE ECOTURISTICO
CERCANO A LA CIUDAD DE GUATEMALA,
SEGÚN VECINOS DE LA CAPITAL



Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Al efectuar entrevistas a operadores turísticos sobre que lugares piden los turistas conocer, comentaron que los predilectos son: Tikal, Panajachel, Antigua Guatemala, Chichicastenango, Cobán y Río Dulce. El 10% de turistas extranjeros raras veces preguntan por lugares ecoturísticos en el departamento de Guatemala y el 90% no lo hacen. (Véase Gráfica 18)

GRÁFICA 18
INTERÉS POR CONOCER LUGARES ECOTURÍSTICOS EN EL
DEPARTAMENTO DE GUATEMALA,
SEGÚN VECINOS DE LA CIUDAD CAPITAL



Fuente: investigación de campo, junio de 2004

Los operadores turísticos sugieren al visitante que conozca en el departamento de Guatemala: museos, mercado de artesanías y realizar recorridos por el centro histórico; no así lugares ecoturísticos cercanos. Manifiestan que el turista por lo

regular ya viene a un lugar específico informado a través de Internet o bien por agencias de viajes de sus respectivos países.

2.14 Análisis FODA

Fue posible conocer la situación actual de la Laguna Monja Blanca a través de las entrevistas efectuadas en campo, tanto en la Finca La Laguna y sus alrededores (Aldea Los Cubes, Cantones Ojo de Agua, Rincón de la Piedra, Agua Tibia y el casco urbano del municipio). Además las encuestas realizadas a habitantes de la ciudad capital para determinar cuales eran sus gustos y preferencias con respecto a parques ecoturísticos y efectuar un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

A. Fortalezas

- El atractivo natural de la Laguna Monja Blanca permite darla a conocer como un parque ecoturístico.
- Los atractivos paisajes con pequeñas casas, combinados con la tradicional hospitalidad de los pobladores, son capaces de ofrecer experiencias agradables en la Laguna Monja Blanca y sus alrededores.
- Permite apreciar y tener contacto directo con la flora y fauna del lugar.
- El turista puede tener contacto con el desarrollo rural del lugar.
- La competencia es mínima, en cuanto a parques ecoturísticos en el departamento de Guatemala y cercanía a carretera al Atlántico.

B Oportunidades

- Con la importancia que tiene el ecoturismo a nivel mundial, es una ventaja el tener un parque ecológico como una alternativa de destino ecoturístico cercano a la ciudad capital.
- La cercanía que tiene la Laguna Monja Blanca a la ciudad capital es una ventaja, debido a que está inmediato a la Terminal aérea y centros hoteleros, como también a los habitantes de la ciudad.
- Comercialización de productos artesanales del lugar.
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Finca La Laguna y sus alrededores, en el municipio de Palencia.
- La capacitación y sensibilización de los habitantes de la Finca y sus alrededores, para cimentar conciencia ecológica a través de instituciones especializadas.
- Reforestar las áreas de la Laguna Monja Blanca y los lugares circunvecinos, con el apoyo de entidades privadas y estatales especializadas.
- Apertura de un nuevo mercado para el municipio.
- El ecoturismo es una nueva actividad económica a explotar y de esta manera estimular el crecimiento económico para mejorar el nivel de vida de la población del municipio de Palencia.

C. Debilidades

- El deterioro y abandono de las vías de acceso a la Laguna Monja Blanca.
- Falta de control para evitar la contaminación ambiental.
- Insuficiente infraestructura en el lugar.
- Falta de control en la tala inmoderada de árboles.
- Insuficiente personal de la Policía Nacional Civil para brindar seguridad al municipio.
- Improvisación en la elaboración de proyectos.
- Ausencia de una visión empresarial.
- Carencia de recursos económicos propios.

D. Amenazas

- Falta de colaboración de la población, que puede ser beneficiada.
- El no tener apoyo institucional para el mantenimiento del proyecto ecoturístico.
- Falta de seguridad (delincuencia) la cual debe ser manejada de una forma integral.
- El parque ecoturístico a formarse en la Laguna Monja Blanca, tiene que desarrollarse de manera que asegure ser autosostenible a largo plazo.
- Competencia agresiva de otros parques ecoturísticos.
- Cambios en las políticas gubernamentales.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DEL PROYECTO DE DESARROLLO ECOTURÍSTICO DE LA LAGUNA MONJA BLANCA

3.1 Matriz FODA

En base al diagnóstico realizado y de acuerdo a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas detectadas, se considera pertinente que tanto autoridades municipales como vecinos del lugar consoliden esfuerzos, logrando a través del consenso general, tomar las decisiones para formar una fundación; cuya función consistirá en proteger y garantizar la biodiversidad de la flora y fauna del lugar; asimismo trabajar el inicio y viabilización de la infraestructura turística necesaria para el proyecto, lo cual se logrará con la autogestión empresarial de los vecinos a través de la cooperación de instituciones nacionales e internacionales (donaciones económicas o préstamos) enfocadas al ecoturismo y desarrollo.

3.1.1 Propuesta de estrategias a través de la matriz FODA

A través de la matriz FODA se proponen estrategias a seguir para el desarrollo del proyecto ecoturístico Laguna Monja Blanca, por medio de la creación de una fundación.

FODA: significa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; siendo las siglas que se utilizan para referirse a una herramienta de análisis que permitirá trabajar la información que se tenga, para la creación del parque ecoturístico que se propone en el presente estudio, es decir, que es útil para reconocer éstos factores y plantear las estrategias necesarias para aprovechar sus fortalezas y oportunidades, al mismo tiempo que se eliminen las debilidades y se disminuya el impacto de las amenazas.

ESQUEMA DE LA MATRIZ FODA

Fortalezas	Estrategias FO	Estrategia DO
	Utilizar fortalezas para aprovechar las oportunidades	Minimizar las debilidades para tomar ventaja de las oportunidades
Debilidades		
Oportunidades	Estrategias FA	Estrategias DA
	Utilizar las fortalezas para contrarrestar las amenazas	Eliminar las debilidades para evitar o disminuir el impacto de las amenazas
Amenazas		

Véase Capítulo 1, página 16.

Las estrategias se enfocan solamente sobre los puntos importantes de la superación del parque. (Véase Tabla 1)

TABLA 1
MATRIZ FODA
ASPECTOS INTERNOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1. El atractivo natural de la Laguna Monja Blanca permite darla a conocer como un parque ecoturístico.</p> <p>2. Los atractivos paisajes con pequeñas casas, combinadas con la tradicional hospitalidad de la población, son capaces de ofrecer experiencias agradables en la Laguna Monja Blanca.</p> <p>3. Permite apreciar y tener contacto directo con la flora y fauna de la Laguna.</p> <p>4. El turista puede tener contacto con el desarrollo rural del lugar.</p> <p>5. La competencia es mínima, en cuanto a parques ecoturísticos en el departamento de Guatemala.</p>	<p>1. El deterioro y abandono de las vías de acceso a la Laguna.</p> <p>2. Falta de control para evitar la contaminación ambiental.</p> <p>3. Insuficiente infraestructura en el lugar.</p> <p>4. Falta de control en la tala inmoderada de árboles.</p> <p>5. Insuficiente personal de la Policía Nacional Civil para seguridad del municipio.</p> <p>6. Improvisación en la elaboración de proyectos.</p> <p>7. Ausencia de una visión empresarial.</p> <p>8. Carencia de recursos económicos.</p>

ASPECTOS EXTERNOS

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>1.La conciencia ecológica y turística es parte del que hacer de instituciones nacionales e internacionales</p> <p>2.La capacitación y sensibilización sobre conciencia ecológica y turística a través de instituciones donantes.</p> <p>3.Incentivo económico para la reforestación, tanto de las áreas de la laguna como vecinas, y el mantenimiento de las mismas.</p> <p>4.El ecoturismo es una nueva actividad económica a explotar que estimula el crecimiento económico y por ende mejora el nivel de vida de la población del municipio de Palencia.</p> <p>5 Apertura de un nuevo mercado para el desarrollo del municipio.</p>	<p>1. Acercarse a instancias nacionales e internacionales expertas en el área del ecoturismo, para que proporcionen el apoyo financiero a los pobladores de la Finca Monja Blanca y sus alrededores.</p> <p>2. Creación de un orfanato de animales en peligro de extinción, que permita que los pobladores respeten el hábitat natural del área.</p> <p>3. Capacitaciones constantes de sensibilización a los habitantes de la Finca La Laguna y sus alrededores, con el apoyo técnico de instancias nacionales e internacionales.</p> <p>4. Invertir en una campaña promocional para dar a conocer la Laguna Monja Blanca como un destino ecoturístico.</p>	<p>1. Contactar a instancias de ecoturismo para que apoyen el proyecto</p> <p>2. Mantenimiento de la carretera ruta a la Finca y sus alrededores.</p> <p>3. Reforestar las áreas de la laguna y sus alrededores con el apoyo del programa de reforestación del gobierno de Guatemala, y obtener un incentivo económico.</p> <p>4. Contactar a instituciones que apoyen financieramente la campaña promocional.</p>

ASPECTOS EXTERNOS

AMENAZAS	ESTRATEGÍAS FA	ESTRATEGÍAS DA
<p>1. Falta de colaboración de la población, que puede ser beneficiada.</p> <p>2 El no tener apoyo institucional para el mantenimiento del proyecto ecoturístico.</p> <p>3. Falta de seguridad (delincuencia), que debe ser manejada de una forma integral.</p> <p>4.El parque ecoturístico a formarse en la Laguna Monja Blanca tiene que desarrollarse de manera que asegure ser autosostenible a largo plazo.</p> <p>5.Competencia agresiva de otros parques ecoturísticos.</p> <p>6.Cambio de políticas gubernamentales.</p>	<p>1 Establecer convenios con la entidad municipal y otras entidades gubernamentales para el mantenimiento de las carreteras.</p> <p>2 Realizar convenios con las autoridades gubernamentales, para la seguridad de la población y sus visitantes.</p> <p>3. Solicitar apoyo a entidades especializadas en turismo.</p> <p>4. Tramitar el financiamiento necesario para la construcción de cabañas, orfanato, etc.</p>	<p>1. Obtener fuentes de financiamiento nacional con tasas de interés bajas, que incentiven a los vecinos para la inversión en el proyecto.</p> <p>2. Obtener donaciones con instancias nacionales e internacionales, para la creación del parque ecoturístico.</p> <p>3. Realizar un proyecto autosostenible a través del buen desarrollo del trabajo de la fundación.</p>

Elaboración propia, abril de 2006

3.2 Misión

La fundación del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca promueve el desarrollo sostenible en pro de la calidad de vida de sus habitantes, y en congruencia con las diversas dimensiones del desarrollo (económico, social, político, ambiental e institucional), lo cual garantice: la competitividad productiva y laboral, la distribución de la riqueza y el aprovechamiento de las oportunidades sociales para procurar la convivencia entre sus habitantes, visitantes y la naturaleza; todo esto con la capacidad para tomar decisiones con visión de largo alcance, protección y uso racional de los sistemas de soporte de la vida; así como la participación y aval de las instituciones involucradas: Instituto Nacional de Bosques –INAB-, Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN- y en concordancia con las normas y regulaciones específicas.

3.3 Visión

La fundación debe ser reconocida internacionalmente como gestora y responsable de la sostenibilidad del medio ambiente, a través de la protección y mantenimiento de la biodiversidad de la flora y fauna del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca; como consecuencia de garantizar la competitividad productiva y laboral con el aprovechamiento de los recursos disponibles.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo general

- La fundación tiene como objetivo: concientizar a los vecinos de la Finca La Laguna y sus alrededores a través de capacitaciones periódicas; en el manejo, cuidado y protección de los recursos naturales para mejorar su nivel de vida.

3.4.2 Objetivos específicos

- Tomar al ecoturismo como una alternativa para ayudar a regenerar la Laguna Monja Blanca, que aún mantiene riquezas naturales.
- Promover el desarrollo sostenible en la Finca La Laguna y sus alrededores.
- Generar empleo a los vecinos de la Finca La Laguna y los alrededores, a través del ecoturismo.
- Garantizar la competitividad productiva y laboral de los vecinos del lugar.
- Capacitar constantemente a los vecinos, con apoyo de instancias nacionales e internacionales.
- Reforestar la Finca La Laguna y sus alrededores, con la colaboración de las instituciones nacionales y los vecinos del lugar.
- Involucrar a instancias nacionales e internacionales en el apoyo del ecoturismo del lugar.

3.5 Organización de vecinos

Será necesario convocar a autoridades municipales y vecinos del lugar para que, por aprobación general, se tomen las decisiones en relación a cómo debe ponerse en marcha la infraestructura pública y privada.

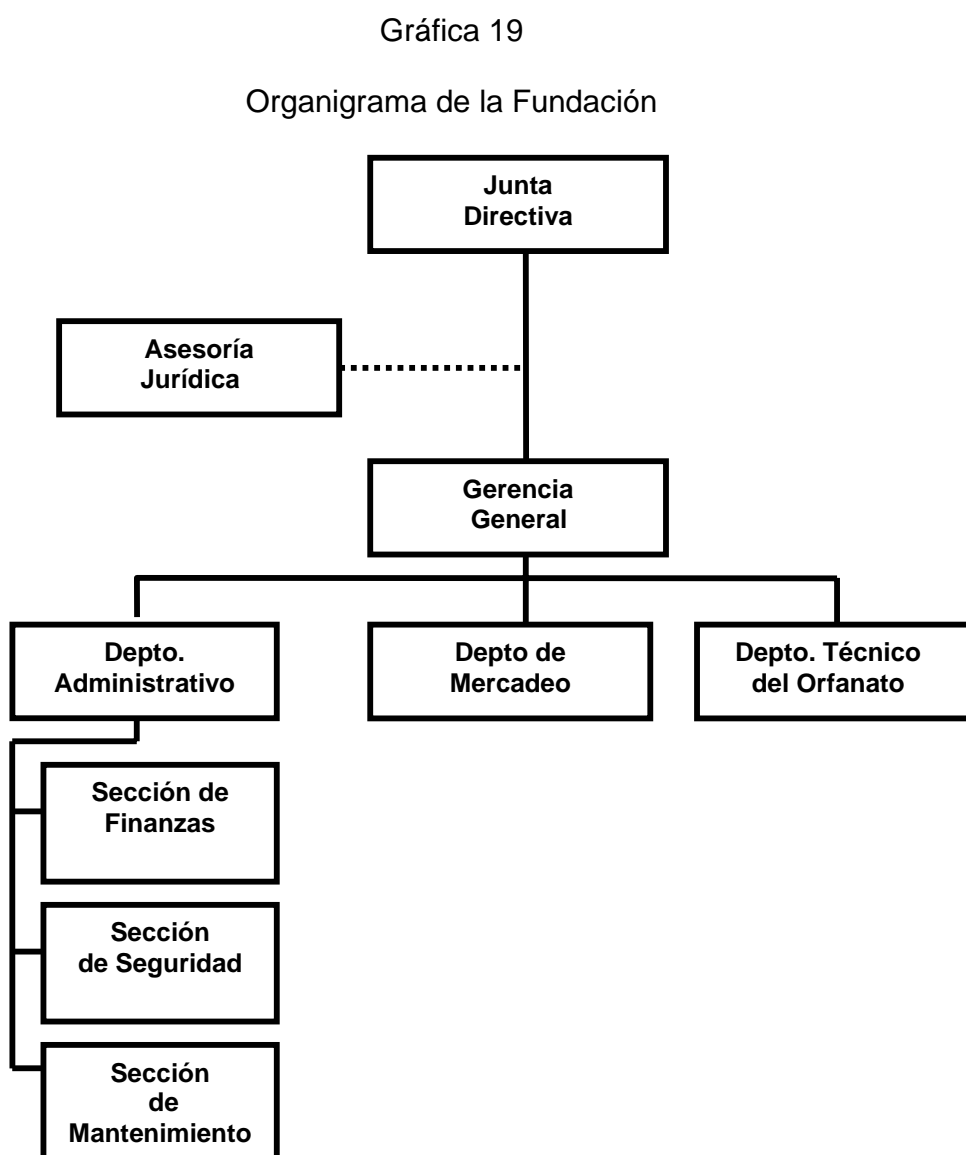
3.5.1 Organización del proyecto

Con el consenso de los vecinos y la formación de una fundación, cuya función consistirá en proteger y garantizar la biodiversidad de la flora y fauna del lugar, será posible trabajar de una forma más organizada el área que corresponde al sector público y privado que arrendará la institución. Se iniciará el desarrollo del parque con cuarenta manzanas de las cuales el manto acuífero de la laguna es de una extensión 80,031.25 metros cuadrados y un perímetro de 1,528.70 metros lineales, y una manzana más de terreno municipal, sin embargo la fundación arrendará cinco manzanas que son de propiedad privada, que servirán para el desarrollo de sus instalaciones, (el orfanato de animales, viveros, etc.).

El sector privado trabajará conjuntamente con la fundación en el desarrollo de la infraestructura turística privada del parque, que consistirá en la construcción de cinco cabañas, el restaurante y reforestar el área que le corresponda; con el

apoyo técnico del Programa de Incentivos Forestales PINFOR (sujeto a previo estudio).

La organización del proyecto estará estructurada de la siguiente manera:



Fuente: elaboración propia, abril de 2006

3.5.2 Capacitación de los vecinos del área

Se convocará a las autoridades municipales y vecinos del lugar, a través de la junta directiva electa, para que sean capacitados en aspectos que ayuden al desarrollo del proyecto ecoturístico; por lo que se requerirá de la asesoría y apoyo de instituciones, tales como: Defensores de la Naturaleza, Instituto Nacional de Bosques –INAB-, Centro de Estudios Conservacionistas, de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, el Ministerio de Ambiente -MARN- y el Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-.

La capacitación se realizará con la colaboración del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP), previo a solicitud formal de los cursos que se desean recibir, específicamente: carreras técnicas en el área de ecoturismo, ecología, seguridad turística, desarrollo municipal por medio del turismo, legislación turística, sensibilización a los pobladores sobre la conservación del ecosistema, administración de la micro y pequeña empresa; dicha formación no tendrá ningún costo para los vecinos.

3.6 Constitución legal de la fundación

Al tener el consenso con las autoridades municipales y vecinos del lugar se procederá a conformar la constitución legal de la fundación, la cual se realizará ante un notario a través de escritura pública, (4:20,21) que avalará la constitución de una junta directiva conformada básicamente por vecinos del lugar, elegidos periódicamente (cada 2 años), mediante consenso en asamblea general.

3.6.1 Conformación de la Fundación del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca

La junta directiva estará integrada por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y vocales los cuales tendrán funciones y atribuciones específicas.

3.6.2 Funciones de cada uno de los miembros de la Junta Directiva:

Presidente

Coordinar, presidir y dirigir las asambleas ordinarias y extraordinarias; representar legalmente a la fundación ante instituciones nacionales e internacionales; ejecutar acuerdos, disposiciones y sanciones de la Junta Directiva; convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias; velar por el óptimo funcionamiento de la fundación, cumpliendo y haciendo que cada asociado o empleado cumpla con las atribuciones asignadas, además, velar por el adecuado manejo de los bienes de la organización.

Vicepresidente

Sustituir al presidente de la Junta Directiva, en caso de ausencia o impedimento legal temporal o permanente, asumiendo las funciones anteriormente expuestas; cumplir con las comisiones y atribuciones que le confiera la Asamblea General.

Secretario

Su responsabilidad consiste en llevar la memoria de actividades de la Asamblea General y Junta Directiva; dar fe de los acuerdos y custodiar los documentos que le sean encomendados, presentar un informe mensual de reuniones ordinarias y extraordinarias, cumplir con las funciones que le fueran encomendadas por la Asamblea General y Junta Directiva.

Tesorero

Recaudar y custodiar los fondos de la entidad, llevar los libros contables y documentación de la misma, en beneficio de la fundación. Rendir un informe mensual del movimiento de caja a la Junta Directiva, elaborar el presupuesto anual, efectuar pagos de personal, facturas etc. Llevar el control contable ante la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT-, conforme lo estipula la ley de la República, cumplir con las funciones que le fueran encomendadas por la Asamblea General o la Junta Directiva.

Vocales

Coadyuvar al funcionamiento y mantenimiento de la fundación, cumplir con las comisiones que le fueran encomendadas por la asamblea general o la junta directiva.

Requisitos para participar en la junta directiva de la fundación

- No tener fines de lucro
- Velar por el bien común de los vecinos
- Ser originario del municipio de Palencia

Sanciones

La administración de los miembros de la Junta Directiva deberá ser transparente en el manejo de la fundación, de lo contrario, por medio de Asamblea General podrá ser suspendida o tomar las decisiones legales que consideren pertinentes de acuerdo a las leyes del país.

Patrimonio de la fundación

Constituye patrimonio de la fundación los bienes inmuebles, muebles, depósitos bancarios, efectivo en caja, cuentas por cobrar y cuotas recibidas de los asociados.

Destino del patrimonio de la fundación

Será en beneficio del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca en lo que corresponde al bien público, los cuales serán fiscalizados por la Asamblea General y entidades estatales responsables del buen manejo de los fondos.

3.7 Seguridad

La fundación tendrá un acercamiento con las entidades gubernamentales encargadas de prestar seguridad pública en el país, para que brinden apoyo al parque ecoturístico y sus alrededores.

3.8 Campañas de sensibilización

Se efectuarán capacitaciones y campañas de sensibilización permanentemente sobre el cuidado del medio ambiente, a través de las instituciones que prestarán apoyo técnico; tales como el Instituto de Capacitación y Productividad (INTECAP), Cooperación Alemana al Desarrollo/Agencia GTZ, Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo y Red Universitaria de Derecho Ambiental entre otros.

3.9 Creación y desarrollo de la infraestructura turística pública y privada del proyecto

Para el desarrollo de la infraestructura pública y privada es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos: (Véase Anexo 4)

3.9.1 Infraestructura pública

Los aspectos para implementar al Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca son:

A. Mantenimiento de la carretera

Se trabajará conjuntamente con las autoridades municipales para darle mantenimiento a las carreteras de terracería y se proporcione lo necesario para el acceso al parque, sin alterar el medio ambiente.

B. Reforestación de la zona

Se reforestará con el apoyo del Programa de Incentivos Forestales -PINFOR- (previo a estudio técnico). Además se contará con un vivero forestal que contendrá semillas, para ser distribuidas a los habitantes del municipio de Palencia y otras jurisdicciones municipales que estén interesadas.

C. Señalización del área y diseño de zonas de recreación y observación turística

- Colocación de vallas en carretera al Atlántico, carretera a El Salvador, guiándose por el municipio de San José Pinula, que indique al turista la ruta a seguir para visitar el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca.
- Se señalará las zonas de los alrededores de la Laguna donde se pueda acampar.
- Se indicará la ruta de servicio de cabañas, restaurante, alimentación, servicios sanitarios, transporte, rutas a explorar, etc.

D. Orfanato para animales maltratados

La peculiaridad de este orfanato consistirá en albergar animales maltratados, que estén en vías de extinción, y que han sido utilizados como mascotas; que posteriormente son abandonados por no ser animales domésticos. Al animal rescatado se les brindará el cuidado que sea requerido, para ser devueltos posteriormente a su hábitat natural. Todo esto se realizará con el apoyo del Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-. (Véase Anexo 5)

E. Área de camping

Se dispondrá de un lugar para acampar al aire libre y tener contacto con la naturaleza.

F. Área de juegos

El área de juegos estará diseñada artesanalmente con material nativo del lugar (madera palo blanco tratada), además de tener churrasqueras para que comparta la familia que desea estar únicamente pocas horas en el parque. (Véase Anexo 6)

G. Áreas de descanso

Se construirán bancas a los alrededores de la laguna, estas servirán para descansar y apreciar la belleza del lugar. (Véase Anexo 7)

H. Miradores

- Mirador 1

Se aprecian los paisajes de la carretera al Atlántico donde se construirá un rancho o área de descanso. (Véase Anexo 4 y 8)

Mirador 2

Se encuentra en el cerro La Campaña, donde se construirá un rancho para área de descanso en el que se aprecie el río Los Cubes y las montañas de los alrededores del municipio. (Véase Anexo 4 y 8)

I. Pesca

En la Laguna se tendrán áreas de pesca, donde se cobrará por peso lo pescado. Todo esto será en beneficio de la fundación, asimismo se tendrán criaderos de peces para cuando tengan determinado peso sean puestos en la Laguna Monja Blanca.

3.9.2 Infraestructura privada

La inversión estará a cargo de los vecinos de la Laguna Monja Blanca, siendo ellos los propietarios de los terrenos.

A. Cabañas

En los alrededores de la Laguna se tendrán 5 cabañas donde el visitante tendrá más cercanía a la flora y fauna, para disfrutar de sus paisajes naturales y la paz que se respira en el campo. (Véase Anexo 4 y 9)

B. Restaurante

Se contará con el servicio de un restaurante situado en los alrededores de la laguna, se dispondrá de un cocinero y un mesero para el servicio; o bien serán los dueños de la infraestructura que procederán a dicha función, por lo que se capacitarán a través de la fundación. (Véase Anexo 10 y 11)

C. Paseos en lanchas

Se dispondrá del servicio de lanchas para ser utilizadas en la laguna, tendrá un costo de Q.10.00, donde el turista estará bajo su propia responsabilidad.

3.10 Personal necesario para el desarrollo de la fundación

Para el desarrollo del parque ecoturístico será necesario contratar personal para el mantenimiento del lugar y atención del turista, lo que a continuación se detalla: (Véase Anexo 11)

3.10.1 Sección de seguridad

Lo conformarán policías privados de turismo, quienes se capacitarán a través de la fundación, por medio de facilitadores contratados con experiencia en el área, para que fortalezcan aspectos de servicio al cliente y técnicas seguridad.

3.10.2 Sección de mantenimiento

Serán las personas encargadas de la limpieza del área pública del parque.

3.10.3 Personal técnico para el orfanato

Se contará con un departamento técnico conformado por un veterinario y personal de mantenimiento que le apoyará.

3.10.4 Otros (Servicio de primeros auxilios)

La fundación contará con un botiquín de primeros auxilios para atender emergencias que se presenten en el parque o bien referirlos al hospital más cercano, si el caso lo amerita.

3.11 Personal para la inversión privada

Para el mantenimiento de la infraestructura privada será necesario contratar: personas para limpieza/camareras, jardinero, y personal para seguridad en los alrededores y un administrador/dueño de las cabañas; quienes se capacitarán periódicamente sobre cada una de sus funciones. (Véase Anexo 11)

Las necesidades de personal para el desarrollo del proyecto es el siguiente:

CUADRO 16
PERSONAL MÍNIMO PARA EL INICIO DE LA INVERSIÓN PRIVADA
Y DE LA FUNDACIÓN

INVERSIÓN PRIVADA	
PUESTO	No. DE PLAZAS
Administrador de la cabañas(dueño)	1
Limpieza/camareras	2
Jardinero	1
Seguridad	3
Cocinero(dueño)	1
Mesero	1
FUNDACIÓN	
Gerente	1
Contador	1
Personas de fuerza de ventas	2
Veterinario	1
Policía privada de turismo	4
Limpieza	4

Fuente: elaboración propia, abril de 2006

3.12 Garita de ingreso

Se establecerá una garita de ingreso y egreso al Parque Laguna Monja Blanca, el costo de entrada para los visitantes que no se hospeden será de: Q50.00 adultos y Q20.00 niños. Las personas que se alojen en el lugar, el costo de ingreso será de: Q10.00 adultos y gratuito niños; estos ingresos serán administrados por la fundación. (Véase Cuadro 22)

3.12.1 Administración de ingresos y egresos

Los ingresos y egresos de los servicios que preste la fundación serán administrados por ellos para invertirlos en mejoras de la infraestructura pública del parque; no así todo lo que constituya la inversión privada, quienes contribuirán con una cuota para el mantenimiento del lugar.

3.13 Contratación

La contratación de personal para las diferentes áreas a cubrir en el parque ecoturístico se realizará a través de oposición, convocando a los habitantes del municipio que llenen los requisitos, para formar parte del equipo de trabajo; o en su defecto a través de los medios escritos de mayor circulación del país.

A. Selección y contratación

La selección y contratación de personal la realizará la gerencia general de la fundación, deberán ser personas especializadas en el área específica que se requiera, para el mejor desarrollo de sus actividades. (Véase Anexo 11)

B. Personal a contratar

El recurso humano responsable de la ejecución del proyecto, se asignará de acuerdo con la naturaleza de la actividad que se realizará.

3.14 Control

Se contará con un control preventivo, que consistirá en un libro de visitas; el objetivo es conocer con exactitud la cantidad de personas que llegan al lugar, el lugar de procedencia, cuál fue el medio de información que utilizaron para saber la existencia del parque, qué les parece el lugar etc., para formar una base de datos; para posteriormente tomar decisiones pertinentes que permitan mejorar y fortalecer el lugar a través del marketing directo. (Véase Anexo 12)

3.15 Formas de comercialización de los servicios turísticos y producción artesanal del área

Se contará con un mercado en el parque; donde se podrán vender artesanías, plantas ornamentales, recuerdos, productos agrícolas etc. Los vecinos del lugar

venderán sus productos, esto para evitar que se movilicen a la ciudad capital.

(Véase Anexo 13)

3.16 Campaña promocional

Para dar a conocer el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca es necesario apoyarse en una campaña promocional efectiva, que llegue al mercado meta seleccionado. Siendo la fase inicial, de la siguiente manera:

1. Descripción del producto

La Laguna Monja Blanca es un parque ecoturístico que se encuentra ubicado en la Finca “La Laguna”, en el municipio de Palencia a 29 kilómetros de la ciudad capital. Ruta al Atlántico por la carretera CA9.

Esta zona cuenta con recursos naturales y económicos que pueden utilizar sus habitantes, en beneficio de sus pobladores sin degradar el medio ambiente, conservando la flora y fauna del lugar. Fomentando el ecoturismo, promocionando la laguna, el orfanato de animales en peligro de extinción e invitando a que admiren la belleza y tranquilidad del lugar; proporcionando la prestación del servicio de hospedaje en pequeñas cabañas de arquitectura vernácula, áreas de juegos para niños, paseos a caballo, etc.

2. Problema-oportunidad

Convencer a la gente para que visite “el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca” y que permanezcan como visitantes habituales tanto nacional como internacionalmente.

3. Característica del producto

La Laguna Monja Blanca es un área de reposo, que sirve para relajarse de la rutina diaria de trabajo en un ambiente sano, por tener contacto con la naturaleza.

4. Personalidad del producto

Su belleza natural genera tranquilidad a sus visitantes

5. Grupo objetivo

El grupo objetivo se integra por hombres y mujeres, comprendidas entre las edades de 18 años en adelante, con un nivel socioeconómico A y B, dirigido a estudiantes, empresarios, profesionales, etc., que vivan en las cercanías del municipio, ciudad capital y turistas extranjeros que vengan por negocios u otro tipo de actividad, que les obligue a estar en el país, por lo que necesiten distraerse, descansar y tener contacto con la naturaleza.

Tamaño del mercado

Comprende el 55% del total del grupo objetivo.

Condicionamiento de programación de medios y presupuesto

Se utilizará una media Mix que alcance a la gran mayoría del grupo objetivo. La campaña tendrá una duración, para la penetración en el mercado, de tres meses, para luego continuar como recordatorio esporádico de nueve meses

más. El presupuesto asignado será de Q 129,677.75. (Véase Cuadros 17 y 18)

6. Situación actual del mercado

El Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca es una alternativa nueva para relajarse, su competencia directa son los diferentes lugares ecoturísticos cercanos a la ciudad capital, alrededores del municipio de Palencia y Carretera al Atlántico por la CA 9.

ESTRATEGIA PUBLICITARIA

1. Definición del producto

Marca:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Línea:	Ecoturismo
Beneficio/Solución:	Tranquilidad y admirar la belleza natural del lugar.

2. Definición del grupo objetivo

Demográfico

El grupo objetivo se integra por hombres y mujeres, comprendidas entre las edades de 18 años en adelante, con un nivel socioeconómico medio alto; estudiantes, empresarios nacionales o extranjeros, profesionales, etc., con ingresos mensuales de Q.10,000.00 o más, estado civil indistinto, origen étnico indistinto.

Geográfico

Personas del grupo objetivo que vivan en la ciudad capital, alrededores del municipio de Palencia y carretera al Atlántico por la CA 9 y turistas extranjeros que vengán por negocios o por descanso al país.

Sicográfico

Son personas que necesitan relajarse de las actividades diarias de trabajo, despejarse y descansar unas horas o un fin de semana, realizando actividades de caminatas, visitar el bosque, admirar los paisajes en compañía de su familia o amigos, u hospedarse en el lugar para disfrutar la tranquilidad del lugar.

Hábitos de medios

El grupo objetivo ve televisión diariamente; programas como documentales, películas, noticieros, en canales nacionales y extranjeros (televisión por cable).

Escuchan la radio, sobre todo son personas que les gusta estar informadas, además de escuchar música cuando se dirigen en su vehículo a su trabajo o durante su tiempo libre.

Medios escritos: leen los periódicos de mayor circulación en el país.

El grupo objetivo también lee las vallas publicitarias, trifoliales, páginas de Internet, etc.

Hábitos de uso/ consumo

Son personas que necesitan descansar o bien conocer lugares ecoturísticos, acostumbradas a apreciar la belleza natural del campo y les guste viajar.

3. Estrategia

La estrategia de posicionamiento se realizará durante tres meses y recordatorio de la marca durante nueve meses más.

4. Puntos adicionales de venta

- Se relaciona al descanso y la tranquilidad
- Es un ambiente familiar

5. Objetivo

Trabajar el posicionamiento en el mercado por tres meses y continuar durante nueve meses más, como recordatorio del lugar.

A. Objetivos de comunicación

General

- Penetrar en el mercado, para que conozcan el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca y luego dedicarse a que el mercado recuerde el lugar.

Específico

- Que los turistas visiten el lugar y generen ingresos económicos a sus pobladores.

6. Técnica

Técnica publicitaria

Tono publicitario

Tono: familiar

Manera: motivacional

Técnicas de medios

- Anuncios para prensa escrita (durante semana santa)
 - 5 vallas publicitarias
 - Trifoliales
 - Una página en Internet
-
- Promoción al turismo nacional e internacional

La promoción a nivel internacional se efectuará a través de convenios con el Instituto Guatemalteco de Turismo y una página en Internet.

Niveles de aprobación
Diseño de afiche de prensa



Conoce
la Maravilla de la
NATURALEZA



Un Lugar lleno de energía y naturaleza,
ideal para un día familiar
lleno de recuerdos y sobre
todo lleno de recreación.

www.lagunamonjablanca.com
29 kilómetros de la ciudad capital en el municipio de Palencia

Laguna Monja Blanca



Tamaño sujeto a medio de difusión

Niveles de aprobación
Diseño de valla publicitaria 1



Tamaño 6 metros de ancho por 3 metros de alto

Niveles de aprobación
Diseño de valla publicitaria 2



Tamaño 6 metros de ancho por 3 metros de alto.

Niveles de aprobación

Diseño del trifoliar

Portada
























<h2 style="text-align: center;">Una Alternativa Para Descansar</h2>  <p>Un lugar para caminar y tener contacto con la naturaleza.</p> <p>Disfruta de áreas para compartir en familia.</p>   <p>Jardines de ensueño.</p>	<h2 style="text-align: center;">Como Llegar al Lugar</h2>  <p>Para mayor información, llamar a OIS de Palencia Al teléfono 6640-0382 o a www.lagunamonjablanca.com</p> <p style="text-align: center;">Laguna Monja Blanca</p> 	<h2 style="text-align: center;">Conoce la Maravilla de la Naturaleza</h2>    <p style="text-align: center;">Parque ecológico Laguna Monja Blanca</p>
---	--	---

Tamaño oficio a color.

Niveles de aprobación

Diseño del trifoliar

contraportada

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	Servicios que ofrece	Actividades
<p data-bbox="308 748 647 853">La Laguna Monja Blanca se encuentra en el municipio de Palencia a 29 kilómetros de la ciudad capital por carretera al Atlántico</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="687 663 1002 741">  Bar Servicios de bebidas nacionales e Internacionales <li data-bbox="687 763 1002 864">  Eco hotel Dispone de piscina, restaurante bar, biblioteca, gimnasio y spa, sala de conferencias, servicio de Internet <li data-bbox="687 875 1002 931">  Cabañas Con todas sus comodidades <li data-bbox="687 931 1002 1010">  Restaurante ecológico Con gastronomía típica del lugar y cocina nacional e internacional <li data-bbox="687 1010 1002 1144">  Vivero forestal El vivero genera semillas para reforestar la zona además de la venta árboles y flores que se siembran en dicho parque. <li data-bbox="687 1144 1002 1245">  Bosque Podrás tener contacto con animales del lugar <li data-bbox="687 1245 1002 1279">  Orfanato de animales 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1066 651 1374 909">  DEPORTIVAS <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1118 707 1302 730">  Pesca en la Laguna <li data-bbox="1118 730 1342 775">  Área de juegos diseñados artesanalmente <li data-bbox="1118 775 1310 797">  Recorridos a caballo <li data-bbox="1118 797 1374 853">  Caminatas por los alrededores de la finca <li data-bbox="1118 853 1286 875">  Paseo en veleros <li data-bbox="1118 875 1190 898">  Golf <li data-bbox="1066 931 1286 987">  AGRICOLAS <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1118 965 1334 987">  Plantaciones de cítricos <li data-bbox="1066 1010 1350 1043">  ÁREA DE VENTAS <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1118 1066 1374 1111">  masetas elaboradas material originario del municipio <li data-bbox="1118 1111 1318 1133">  Plantas ornamentales <li data-bbox="1118 1133 1238 1155">  Recuerdos <li data-bbox="1118 1155 1374 1211">  Venta de muebles elaborados en bambú <li data-bbox="1118 1211 1358 1267">  Venta de muebles en hierro forjado 

Tamaño oficio a color.

Niveles de aprobación

Diseño de la página en internet

lagunamonjablanca.com - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección http://www.lagunamonjablanca.com Ir Vinculos >>

Parque Ecológico Monja Blanca



Quienes Somos | Lugar | Empleados | Misión | Visión | Estrategia | Administración

Espacios / Laguna / Trabajadores

LAGUNA MONJA BLANCA



Feature Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec molestie. Sed aliquam sem ut arcu. Phasellus sollicitudin. Vestibulum condimentum facilisis nulla. In hac habitasse platea dictumst. Nulla nonummy. Cras quis libero. Cras venenatis. Aliquam posuere lobortis pede. Nullam fringilla urna id leo. Praesent aliquet pretium erat. Praesent non odio. Pellentesque a magna a mauris vulputate lacinia. Aenean viverra. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos. Aliquam lacus. Mauris magna eros, semper a, tempor et, rutrum et, tortor.

Story Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec molestie. Sed aliquam sem ut arcu. Phasellus sollicitudin. Vestibulum condimentum facilisis nulla. In hac habitasse platea dictumst. Nulla nonummy. Cras quis libero. Cras venenatis. Aliquam posuere lobortis pede. Nullam fringilla urna id leo. Praesent aliquet pretium erat. Praesent non odio. Pellentesque a magna a mauris vulputate lacinia. Aenean viverra. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos. Aliquam lacus. Mauris magna eros, semper a, tempor et, rutrum et, tortor.

Story Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec molestie. Sed aliquam sem ut arcu. Phasellus sollicitudin. Vestibulum condimentum facilisis nulla. In hac habitasse platea dictumst. Nulla nonummy. Cras quis libero. Cras venenatis. Aliquam posuere lobortis pede. Nullam fringilla urna id leo. Praesent aliquet pretium erat. Praesent non odio. Pellentesque a magna a mauris vulputate lacinia. Aenean viverra. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos. Aliquam lacus. Mauris magna eros, semper a, tempor et, rutrum et, tortor.

Story Title

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec molestie. Sed aliquam sem ut arcu. Phasellus sollicitudin. Vestibulum condimentum facilisis nulla. In hac habitasse platea dictumst. Nulla nonummy. Cras quis libero. Cras venenatis. Aliquam posuere lobortis pede. Nullam fringilla urna id leo. Praesent aliquet pretium erat. Praesent non odio. Pellentesque a magna a mauris vulputate lacinia. Aenean viverra. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos. Aliquam lacus. Mauris magna eros, semper a, tempor et, rutrum et, tortor.

search go

Section Links

- Quienes Somos
- Misión
- Visión
- Administración
- Municipalidad
- Contaminación

Links Relacionados

- Lagunas
- Deportes
- Recreación
- Estudios
- Guatemala
- Turismo

Links Relacionados

- Eco-Turismo
- Naturaleza
- Relajación
- Comidas
- Hoteles
- Buceo
- ...

Anunciate aquí

...y ayuda a salvar nuestro patrimonio nacional



Quienes Somos | Mapa del Sitio | Privacidad | Contactos | ©2005 Laguna Monja Blanca **Visitanos a 29 kilómetros de la ciudad cc**

Listo Mi PC

Inicio lagunamonjablanca.c...

ES 22:32

Plan de medios

1. Objetivo de medios

Penetrar al mercado potencial en un término de 3 meses de campaña publicitaria, que estará expuesto a mensajes radiales, televisivos por empresas de televisión nacional y cable, (se aprovechará espacios dentro de programas como invitados para que no tenga ningún costo) además de las exposiciones de prensa durante semana santa, vallas publicitarias, trifoliales e Internet. Para luego continuar con nueve meses de recordatorio que se realizará esporádicamente.

2. Alcance y frecuencia

Se tiene un grupo objetivo a 70% del target group, con una frecuencia promedio de 2 impactos por persona.

3. Cantidad de los impactos publicitarios

Se centra en los diferentes horarios que sea posible, aprovechando las relaciones públicas.

4. Razonamiento de medios

Empresas de televisión por cable

- Tiene una cobertura en toda la ciudad capital (a excepción de Guatevisión que se ve a nivel nacional y programas específicos que se venden en el extranjero). De los cuales, a través de relaciones públicas se podrá dar a conocer el parque.
- Tendrá mejor impacto visual y de recordatorio

A través de periódicos, vallas publicitarias, trifoliales y la página en Internet, asimismo; de manera de recordatorio y apoyo a los medios televisivos.

CUADRO 17

PRESUPUESTO PARA MEDIOS ESCRITOS NACIONALES

(Páginas interiores)

MEDIO	TAMAÑO/ EN PÁGINAS INTERIORES		POR DÍA	TOTAL
Prensa Libre	10 pulgadas de ancho por 6.1 alto	full color	1	Q15,120.00
Periódico	1/2 página	full color	1	Q8,950.50
Siglo XXI	6 pulgadas de ancho por 4 de alto	full color	1	Q10,557.00
IMPREVISTOS				Q3,462.75
TOTAL GASTOS POR ANUNCIO				Q38,090.25

Fuente: datos recabados en campo, abril 2006

Se publicarán los anuncios escritos en los diferentes medios mencionados en el cuadro anterior, los cuales se presentarán exclusivamente para semana santa; dicha publicación se realizará por un día.

CUADRO 18

COSTOS DE LA ELABORACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS, TRIFOLIARES Y PÁGINA EN INTERNET

No.	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	VALLAS PUBLICITARIAS		6.*3. metros	5	Q.12,937.50	Q.64,687.50
2	TRIFOLIARES	Papel couche a colores. Incluye trabajos de arte y diseños	Oficio	10,000	Q 2.50	Q.25,000.00
3	PÁGINA EN INTERNET	Se ubicará en el servidor de la empresa "enmiguete.com". Contendrá flash Animaciones Texto, imágenes y links	800 *444 Píxeles. Tamaño total de archivos 8 MB	1	Q.1900.00	Q.1,900.00
	TOTAL					Q.91,587.50

Fuente: datos recabados en campo, abril 2006.

Vallas publicitarias

Se colocarán en lugares estratégicos para que puedan ser vistos; la duración de estas vallas será de un año consecutivo.

Trifoliales

Se hará un tiraje de 10,000 trifoliales, los cuales se distribuirán en escuelas de español, guías de turismo, agencias de viajes, empresas de transporte, establecimientos de hospedaje, empresas comerciales de información de propaganda y de publicidad turística, agrupaciones nacionales artísticas y culturales, establecimientos comerciales dedicados al expendio de productos típicos a los operadores turísticos, hoteles capitalinos, Aeropuerto Internacional La Aurora, colegios etc., es decir, a toda aquella empresa que se dedique a actividades turísticas según la Ley Orgánica del INGUAT.(13:10)

Página en Internet

Se creará una página en Internet para dar a conocer el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca; será ubicado en el servidor de la empresa “enmiguate.com” efectuando un contrato por un año. Dicha página apoyará a los medios escritos y televisivos del país, además podrá ser consultado a nivel internacional.

3.16.1 Promoción de ventas

Durante la introducción del servicio en el mercado, se efectuarán descuentos de ingreso al parque o de hospedaje a grupo mayores de diez personas.

- Se tendrá contacto con líneas aéreas, para efectuar charter donde incluya pasaje, hospedaje y tours dentro del parque, municipio y otras zonas del país.
- Los operadores turísticos apoyarán en el contacto, tanto a nivel nacional como internacional, de los turistas que visitarán el parque.

3.16.2 Venta personal

El personal de ventas, se encargará de acercarse a centros educativos públicos y privados para dar a conocer el parque y presentar promociones, para que tengan contacto con la naturaleza y conozcan el orfanato de animales y la laguna.

3.16.3 Publicidad no pagada

Se tendrá contacto con los medios de televisión nacionales, canales 3 (en los programas “Nuestro Mundo por la mañana”, “Con buena onda, Alo que tal América” etc.), 7 y 13, (en los noticieros sobre reportajes que se realizan de Guatemala), Guatevisión en los programas de “Viva la Mañana” (en su mayoría son transmitidos en Estados Unidos de Norte América y parte de Centroamérica),

y en el noticiero en el segmento Estampas de Guatemala); además de programas radiales. Para que dentro de su espacio se pueda dar a conocer el lugar a través de invitaciones para realizar su programa habitual en el parque. (Ejemplo actividades deportivas etc.)

3.16.4 Relaciones públicas

- Formar parte de eventos que se relacionen con la conservación del medio ambiente.
- Ser anfitrión de eventos nacionales e internacionales en el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca.

3.17 Seguimiento y valoración de la campaña promocional

El seguimiento de la campaña promocional se realizará a través de sondeos periódicos a los visitantes al Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca.

3.18 Fuentes de financiamiento

- La fundación trabajará para agenciarse de fondos, a través de empresas nacionales y organizaciones donantes internacionales, que sean amantes de la naturaleza y quieran apoyar en el cuidado de animales abandonados que están en especie de extinción.

3.19 Beneficio económico y social del proyecto

Las consideraciones económicas sociales son inseparables para el desarrollo del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca; porque, lo económico generará empleo a los habitantes de los alrededores de la Laguna y lo social mejorará el nivel de vida de sus pobladores.

3.20 Mantener el medio ambiente

La función principal del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca; consistirá en valorar y cuidar el aire que se respira, la tierra que proporciona el sustento y los animales silvestres del lugar. Provocar el cambio en el consumo, producción y comercialización de productos, a través de alternativas como son el ecoturismo y mantener una actitud de armonía con la naturaleza; se apoyará en instituciones que asesorarán en el manejo sobre recursos naturales del lugar para no alterar el medio ambiente.

3.21 Programa de acción

Se hace necesario efectuar un programa de acción, a los posibles problemas a afrontar, de tal manera que se pueda prever cualquier contingencia que se presente. (Véase Tabla 2)

TABLA 2
PROGRAMA DE ACCIÓN
PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA
AÑO 2006

No.	OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO DE DURACIÓN
1	Creación de la fundación para el manejo del parque ecoturístico	1.Creación del parque	<p>1. Creación de la fundación</p> <p>2. Agenciarse de fondos para el funcionamiento del parque ecoturístico a través de instituciones nacionales e internacionales.</p>	<p>1. Organizar a las autoridades municipales y vecinos del lugar.</p> <p>2. Presentación a las instituciones donantes el costo del proyecto.</p>	<p>1. Autoridades municipales y vecinos del lugar.</p> <p>2. Junta Directiva de la fundación</p>	<p>1. Dos horas diarias por 15 días hábiles.</p> <p>2. Permanente</p>

No.	OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO DE DURACIÓN
			3. Solicitar apoyo al Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP) a través del Centro de Capacitación y Turismo	3. Capacitación y sensibilización sobre ecología y turismo	3. Junta Directiva de la fundación	3. Tres meses
2.	1. Creación de la infraestructura de la fundación y de la inversión privada.	1. Construcción del orfanato y cabañas, etc. del parque.	1. Utilización de los fondos disponibles por las instituciones donantes o de las fuentes de financiamiento.	1. Construcción de la infraestructura mínima del parque	1. Junta Directiva y propietarios de los terrenos en construcción	1. Tres meses

No.	OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO DE DURACIÓN
3.	Contratación de personal de la fundación y la inversión privada	1. Que pueda funcionar el parque con el personal mínimo	1. A través de anuncios escritos en el municipio o por los medios de circulación en el país	1. Entrevistas al personal a contratar	1. Junta Directiva de la fundación y dueños de los terrenos privados	1. Un mes
SEGUNDA FASE						
4.	Preparación de una campaña promocional	1. Realizar la campaña promocional	1. Presentación para los medios de comunicación	1. Contactos con los medios de comunicación	1. Fundación	1. Fase introductoria de tres meses 2. Fase de seguimiento nueve meses (de transmisión esporádicos)
TERCERA FASE						
Funcionamiento del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca						

Nota: este programa de acción se cuantificó en el costo del proyecto. (Véase costo general del proyecto)

3.22 Costo general del proyecto

Para estimar el costo mínimo para el desarrollo inicial del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca fue necesario considerar los gastos a efectuarse en dicho lugar. (Véase Cuadros 17 al 21)

CUADRO 19
GASTOS MÍNIMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PARQUE
ECOTURISTICO LAGUNA MONJA BLANCA

PROPIEDAD PRIVADA				
		ESTIMADO	IMPREVISTOS 10%	TOTAL
*1	Restaurante	Q50,000.00	Q5,000.00	Q55,000.00
*5	Cabañas	Q300,000.00	Q30,000.00	Q330,000.00
*1	Admón. cabañas	Q50,000.00	Q5,000.00	Q55,000.00
	TOTAL	Q400,000.00	Q40,000.00	Q440,000.00
FUNDACIÓN				
		ESTIMADO	IMPREVISTOS 10%	TOTAL
1	Orfanato	Q150,000.00	Q15,000.00	Q165,000.00
*1	Admón.	Q50,000.00	Q5,000.00	Q55,000.00
1	Garita	Q20,000.00	Q2,000.00	Q22,000.00
1	Área de ventas	Q80,000.00	Q8,000.00	Q88,000.00
1	Atracadero	Q15,000.00	Q1,500.00	Q16,500.00
5	Ser. Sanitario	Q60,000.00	Q6,000.00	Q66,000.00
1	Establo	Q20,000.00	Q2,000.00	Q22,000.00
1	Área de juegos	Q5,000.00	Q500.00	Q5,500.00
10	Churrasqueras	Q5,000.00	Q500.00	Q5,500.00
10	Bancas	Q2,500.00	Q250.00	Q2,750.00
	TOTAL	Q407,500.00	Q40,750.00	Q448,250.00
	GRAN TOTAL			Q888,250.00

*Incluye mobiliario

Fuente: Elaboración propia, abril 2006

El 49% de los gastos de infraestructura corresponde a la propiedad privada y el 51% restante a la fundación, como se puede observar en los cuadros anteriores.

CUADRO 20
SUELDOS Y SALARIOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA FUNDACIÓN E INVERSIÓN PRIVADA

GASTOS DE PERSONAL DE LA FUNDACIÓN

No.	CARGOS	SALARIO POR MES	MES	AÑO	BONO 14	LIQUIDACIÓN ANUAL	CUOTA PATRONAL	SUB TOTAL	CUOTA LABORAL	TOTAL	
4	Policías	Q1.440,10	Q5.760,40	Q69.124,80	Q4.760,40	Q4.760,40	Q603,14	Q79.248,74	Q229,93	Q79.018,82	
4	Personal de limpieza (2 orfanato) (2 área pública)	Q1.440,10	Q5.760,40	Q69.124,80	Q4.760,40	Q4.760,40	Q603,14	Q79.248,74	Q229,93	Q79.018,81	
1	Gerente	Q6.000,00	Q6.000,00	Q72.000,00	Q5.750,00	5750,00	Q728,53	Q84.228,53	Q277,73	Q83.950,80	67%
1	Contador	Q1.600,00	Q1.600,00	Q19.200,00	Q1.350,00	1350,00	Q171,05	Q22.071,05	Q65,21	Q22.005,84	
1	Veterinario (horas)	Q3.500,00	Q3.500,00	Q42.000,00	Q3.250,00	3250,00	Q411,78	Q48.911,78	Q156,98	Q48.754,80	
	Personal de fuerza de ventas										
2	Vendedores	Q1.440,10	Q2.880,20	Q34.562,40	Q2.380,20	Q2.380,20	Q301,57	Q39.624,37	Q114,96	Q39.509,41	
	Asesor Jurídico	Q2.000,00	Q2.000,00	Q24.000,00						Q24.000,00	
	Total									Q376.258,48	

GASTOS DE PERSONAL INVERSIÓN PRIVADA

CABAÑAS

1	Jardinero	Q1.440,10	Q1.440,10	Q17.281,20	Q1.190,10	Q1.190,10	Q150,79	Q19.812,19	Q57,48	Q19.754,70	33%
2	Limpieza/camareras	Q1.440,10	Q2.880,20	Q34.562,40	Q2.380,20	Q2.380,00	Q301,55	Q39.624,15	Q114,95	Q39.509,19	
3	Seguridad	Q1.440,10	Q4.320,30	Q51.843,60	Q3.570,30	Q3.570,30	Q452,36	Q59.436,56	Q172,45	Q59.264,11	
1	Administrador de las cabañas(dueño)	Q2.000,00	Q2.000,00	Q24.000,00	Q1.750,00	Q1.750,00	Q221,73	Q27.721,73	Q84,53	Q27.637,20	

RESTAURANTE

1	Cocinero	Q1.600,00	Q1.350,00	Q16.200,00	Q1.350,00	Q1.350,00	Q171,05	Q19.071,05	Q65,21	Q19.005,84	
1	Mesero	Q1.440,10	Q1.440,10	Q17.281,20	Q1.190,10	Q1.190,10	Q150,79	Q19.812,19	Q57,48	Q19.754,70	
	Total									Q184.925,75	

Fuente: elaboración propia, abril de 2006

CUADRO 21

COSTO MÍNIMO PARA EL DESARROLLO INICIAL DEL PROYECTO PARQUE
ECOTURISTICO LAGUNA MONJA BLANCA

DESCRIPCIÓN	CANTIDADES
Estudio de impacto ambiental	Q. 16,800.00
Costo del consultor del proyecto	Q.106,590.00
Costo de la campaña promocional	Q.129,677.75
Costo de la infraestructura de la fundación	Q.448,250.00
Pago alquileres fundación	Q. 12,000.00
Costo de la infraestructura de la iniciativa privada	Q. 440.000.00
Gastos anuales de personal para la fundación	Q.376,258.48
Gastos anuales de personal para la inversión privada	Q.184,925.75
Imprevistos	Q171,450.20
Total	Q. 1,885,952.18

Fuente Elaboración propia, abril 2006

3.23 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables...como guía gerencial, la utilidad que representa el punto de equilibrio es que se puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias éstas sean suficientemente para hacer rentable el proyecto” (1:171,172).

El punto de equilibrio se determina en función de las entradas al Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca. Por lo que se puede deducir que, tomando en cuenta la inversión total de Q.1,885,952.18 se estima que será recuperado en 10 años distribuido en un 50% para ingresos de Q.50.00 y un 50% para ingresos de Q.10.00, desde éste punto de vista se espera que anualmente los ingresos de Q.50.00 sean de 1,886 personas y en ingresos de Q10.00 se espera que visiten el parque 9,430 personas; que representaría el punto de equilibrio. (Véase Cuadro 22)

CUADRO 22
 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
 PARA EL DESARROLLO DEL PARQUE ECOTURÍSTICO
 LAGUNA MONJA BLANCA
 FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA.

ENTRADAS DE Q.50.00	
Inversión total	Q.1,885,952.18
50% entradas de Q50.00	Q 942,976.09
Personas en 10 años	18,860
Ingreso de personas al año	1,886
Ingreso de personas al mes	157
ENTRADAS DE Q.10.00	
Inversión total	Q.1,885,952.18
50% entradas de Q10.00	Q 942,976.09
Personas en 10 años	94298
Ingreso de personas al año	9430
Ingreso de personas al mes	786

Fuente: elaboración propia, abril de 2006

La recuperación del capital podría ser de menor tiempo, por mayor ingreso de personas durante el año, esto con el apoyo publicitario y promocional.

Asimismo no se tomó en cuenta el ingreso de los niños, ingresos por hospedaje, compra de productos, consumo de alimentos en el restaurante, etc.

3.24 Posibles fuentes de financiamiento

Consistirá en préstamos a través de instituciones nacionales o extranjeras para la inversión privada, para la fundación se realizará con apoyo de vecinos y amigos del municipio. Asimismo con el ayuda de organismos internacionales interesados en la conservación del medio ambiente.

A continuación se mencionan algunas instituciones que pueden brindar financiamiento:

3.24.1 Posibles fuentes de financiamiento para la inversión privada

- Banco Centroamericano de Integración Económica -BCIE- a través de los bancos del sistema con tasa de interés establecida.
- Instituciones como Génesis empresarial, Cooperativa Guadalupeana y Fundación Macros.

A. Requisitos para obtener préstamos

- Llenar formulario que proporciona el banco
- Fotocopia de cédula completa
- Fotocopia de los últimos tres estados de cuenta bancaria
- Constancia de ingresos en original, en papel membretado y sellado
- Comprobante de agua, luz y teléfono
- Estado patrimonial (para hipotecas)
- Valuación de la propiedad a través del banco donde se solicite el préstamo. (para hipotecas)

Las tasas de interés en el mercado oscilan entre 13% al 35% anual, sobre deuda.

3.24.2 Apoyo técnico

- Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP) a través del Centro de Capacitación y Turismo.
- Fundación para el Desarrollo de Guatemala –Fundesa-
- Cooperación Alemana para el Desarrollo/Agencia GTZ
- Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (C.C.A.D)
- Red Universitaria de Derecho Ambiental (R.U.D.A)
- INGUAT

3.24.3 Posibles fuentes de finamiento para la fundación

- A través de donaciones de empresas privadas nacionales o internacionales especializadas en ecoturismo.
- Organizaciones internacionales tales como: La embajada de Japón y los países Bajos.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo al diagnóstico realizado en la Finca La Laguna y sus alrededores, se deduce que la Laguna no cuenta actualmente con las condiciones necesarias para hacer un parque ecoturístico; así también se comprobó en la encuesta realizada, que la población está dispuesta a trabajar para que sea productiva y poder darla a conocer al colaborar con las autoridades municipales o bien instituciones que estén dispuestas a llevar a cabo el proyecto.
2. Un proyecto de Desarrollo Ecoturístico en la Laguna Monja Blanca generará ingresos para los pobladores del área, debido que podrán vender productos originarios del lugar, además de beneficiarse al disponer de una fuente de trabajo, cuya finalidad es no alterar el medio ambiente.
3. Las autoridades municipales del municipio y vecinos de los alrededores del lugar, a la fecha no cuentan con las herramientas necesarias para desarrollar con éxito un proyecto ecoturístico.
4. El Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT-, no cuenta con un programa amplio que promueva el ecoturismo, tanto a nivel nacional como internacional, ya que actualmente se enfoca mayormente al turismo tradicional.
5. En la actualidad los pobladores de la Laguna Monja Blanca y sus alrededores no cuentan con una cultura de conservación del medio ambiente, por lo que se han reducido los recursos naturales disponibles del área.

RECOMENDACIONES

1. Qué las autoridades municipales en conjunto con los pobladores del área de la Laguna Monja Blanca trabajen en forma conjunta, para la recuperación de la misma, proporcionando ideas, mano de obra u otras actividades que conlleven al desarrollo del lugar. Esto se logrará a través del trabajo de la fundación, cuyo objetivo es que dicho proyecto sea autosostenible y genere beneficios para la comunidad.
2. Será necesaria la creación de una fundación para implementar el proyecto de desarrollo turístico de la Laguna Monja Blanca, apoyándose en la experiencia obtenida por otras instituciones que se dediquen al turismo sostenible; para lo cual se contará con personal que resida en el área contribuyendo así, al desarrollo económico del mismo.
3. Se sugiere, qué se implemente el estudio mercadológico para el desarrollo ecoturístico de la Laguna Monja Blanca, de la siguiente manera:
 - A. Convocar a los vecinos y autoridades municipales para que, con aprobación general, se tomen las decisiones con respecto al proyecto.
 - B. Proceder a la organización de la fundación de acuerdo al organigrama propuesto y a la descripción de puestos formulados en el anexo 11. Esto con la finalidad de contar con el personal idóneo para el manejo de la fundación.
 - C. Implementar capacitaciones a las autoridades municipales y vecinos del lugar, para que la creación y administración de la fundación se lleve a cabo con la colaboración de entidades especializadas en el manejo de recursos naturales.

- D. Establecer una campaña de sensibilización para concientizar a las autoridades y vecinos del lugar sobre el cuidado del medio ambiente.
 - E. Proporcionar a la fundación toda la documentación necesaria, para implementar la campaña publicitaria, que tiene por objetivo dar a conocer el lugar, al segmento de mercado elegido tanto a nivel nacional e internacional.
4. Es conveniente que el presidente de la fundación se reúna con autoridades responsables de promoción de lugares ecoturísticos, del Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT- para presentarles el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca; y de ésta manera establecer un convenio para darlo a conocer tanto a nivel nacional como internacional, a través de los operadores turísticos o en la página de Internet que el -INGUAT- posee.
5. A través de las capacitaciones que serán otorgadas por entidades especializadas en el manejo de recursos, se implemente un programa de reforestación y recuperación del área; el cual no tendrá costo alguno para la fundación. Esto debido a que dichas entidades también brindan semillas para los viveros; los cuales proveerán árboles; no solamente para el área de la laguna y sus alrededores, sino también para las áreas aledañas. De esta manera la fundación estará contribuyendo en la reforestación de toda la zona.

BIBLIOGRAFÍA

1. Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta edición. McGraw Hill. México. 2001. 382 páginas.
2. Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
3. Copyright©2000 Competir.com. Todos los derechos reservados e-marketing Inc. Términos de Uso Política de Privacidad. (s/n).
4. Decreto Ley Número 106. Código Civil con todas sus reformas. Guatemala s/f 269 págs.
5. Díaz Albanez, Elena Emperatriz. El Fenómeno de Uso no Sostenible del Bosque en el Municipio de Olopa Departamento de Chiquimula. Tesis de Grado. Área de Sociología. Escuela de Ciencia Política, USAC. Guatemala 2003. 63 páginas.
6. Díaz Aldana Edwin Rolando (recopilador) Factores determinantes y consecuencias de las tendencias demográficas. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. Estudio sobre población, No. 50 Naciones Unidas, Nueva York, 1978. Año 2002. (s/n)
7. Escobar Pinto. Francisco. Palencia en la Historia. segunda edición. Guatemala 1996. 123 págs.

8. Gall Francis, Diccionario Geográfico de Guatemala Compilación Crítica. Tomo II. Segunda edición. Tipografía Nacional. Guatemala, 1978. 1083 páginas.
9. Grupo Editorial Norma. Diccionario de la Lengua Española PLUS. Tercera reimpresión, Colombia 1998. 826 páginas.
10. Instituto Geográfico Nacional -IGN- y la Municipalidad de Palencia. Estudio preliminar. Guatemala 1996.
11. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Desarrollo Turístico Sustentable hacia el año 2005. Revista -INGUAT.- Guatemala 1995. 58 páginas.
12. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- Ecoturismo Definiciones. (s/f). 5 páginas.
13. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- Ley Orgánica del INGUAT Decreto 1701 del Congreso y sus Reformas. Guatemala 1973. 16 páginas.
14. Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-. Política Nacional de Ecoturismo Formulada en el Marco de la Estrategía Nacional de Turismo. Guatemala 2003. 63 páginas.
15. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social -ILPES. Guía para la presentación de proyectos. Edición 22. México 1995. 230 páginas.

16. Instituto Nacional de Estadística. Censos Nacionales XI de Población y VI de Habitación 2002. Año 2003. 271 páginas.
17. Junta Directiva del Instituto Nacional de Bosques -INAB- Ley Forestal y su Reglamento Decreto número 101-96. Resolución 4.23.97 Guatemala. 2005. 77 páginas.
18. Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Marketing. Octava edición. Pearson Educación. México 2001. 688 páginas.
19. Larousse. Edición especial para América Latina. Diccionario Ilustrado de Ecología y Medio Ambiente. Tomo II. España 2002. 360 páginas.
20. Morales Urrutia, Mateo. División Política Administrativa de la República de Guatemala. Departamento de Alta Verapaz. Tomo I. Editorial IBERIA. Guatemala 1963. 747 páginas.
21. Piloña Ortiz Gabriel Alfredo. Recursos Económicos de Guatemala y Centroamérica. Documento de apoyo a la docencia universitaria. Guatemala 2003-4. 312 páginas.
22. Pineda Mont, Manuel. Recopilación de las Leyes de Guatemala. Tomo I Volumen II. Colección leyes de Guatemala. Publicación del Ministerio de Finanzas. Primera edición. Guatemala 1869.
23. Russell, J. Thomas y Lane, W. Ronald Kleppner Publicidad. Pearson Educación. Décimocuarta edición. México. 2001. 716 páginas.

24. Sierra Jiménez, Francisco. Publicidad en Guatemala. Compilación Bibliográfica. (s.e.i) (s.f) 78 págs.
25. Stanton, William J., Etzal, Michael J. Walker Bruce J. Fundamentos de Marketing. Sexta edición en español. Mc Graw–Hill. México. 1996. 885 páginas

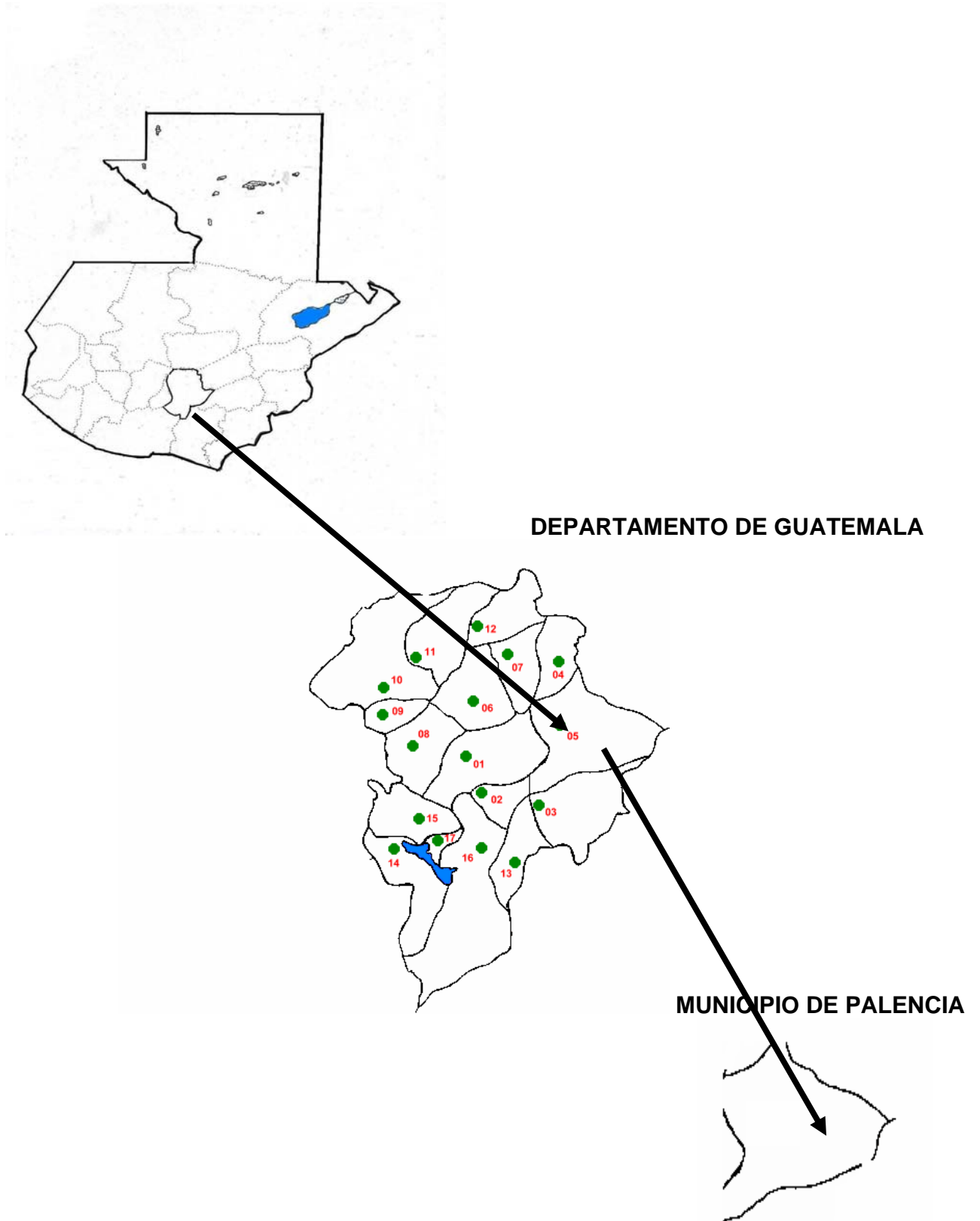
GLOSARIO

ABIÓTICO:	Se aplica en el medio ambiente en que resulta imposible de algunas o de todas las especies vegetales y animales (9:03)
BIODIVERSIDAD:	Variabilidad de las existencias de material genético, encontradas en la flora y fauna de una localidad. (14:56)
BIÓTICO:	Perteneciente o relativo a los seres vivos. (2:s/n)
CLUSTER:	Conglomerado de empresas localizadas en un área geográfica específica, trabajando en actividades relacionadas con un sector industrial mercado y/o producto en particular. (14:57)
INFRAESTRUCTURA:	Formas de construcción sobre o bajo tierra, que proveen lo básico para un efectivo funcionamiento y desarrollo de sistemas, como áreas urbanas, industrias y turismo.(14:58)
TOUR OPERADOR:	Empresa que crea y/o comercializa viajes todo incluido y/o presta servicios turísticos. Integra y opera sus propios servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlos directamente al público. (14:59)

ANEXOS

ANEXO 1

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL MUNICIPIO DE PALENCIA,
DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**

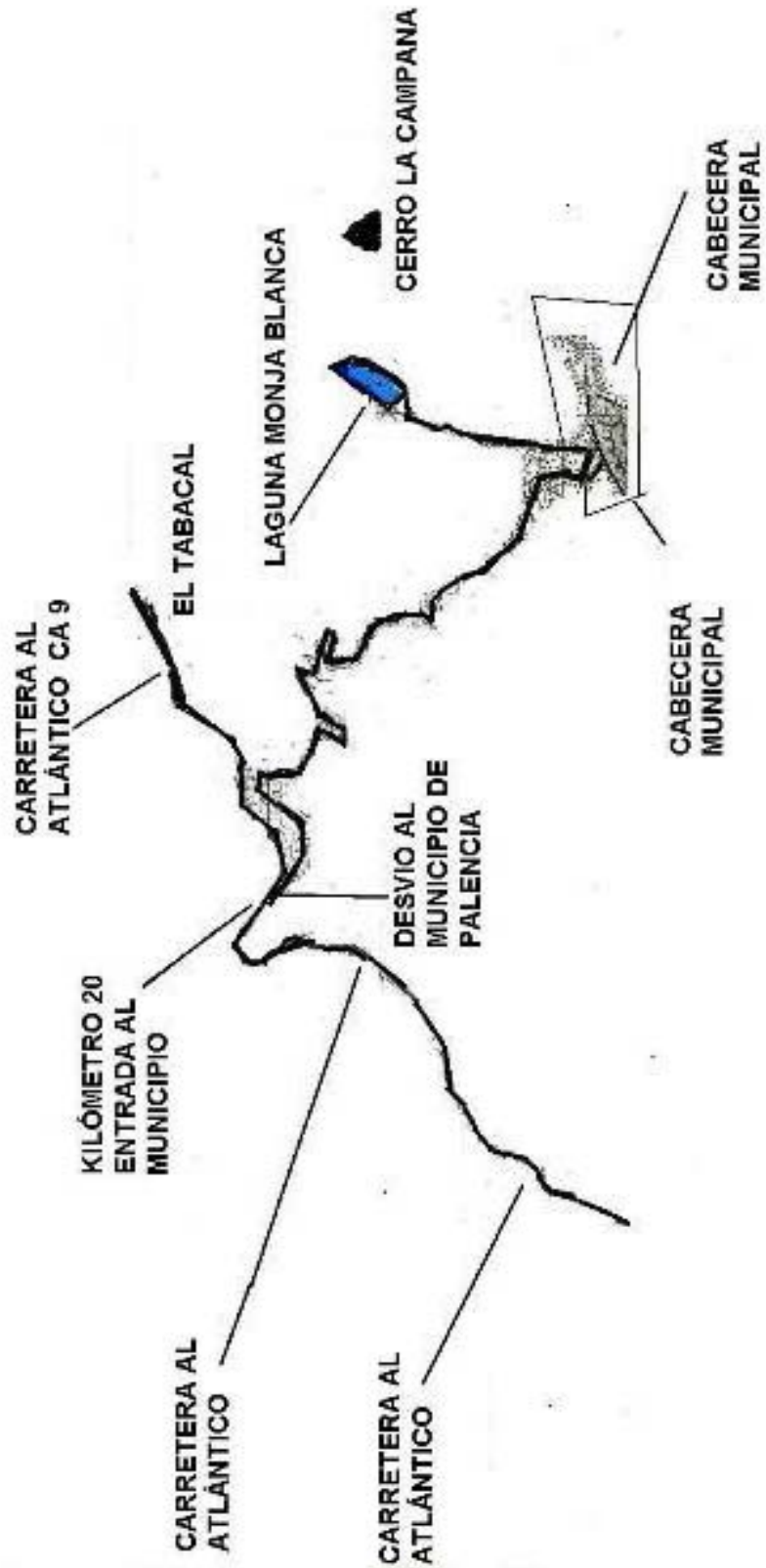


ANEXO 3
ESTADO ACTUAL DE LA LAGUNA MONJA BLANCA
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



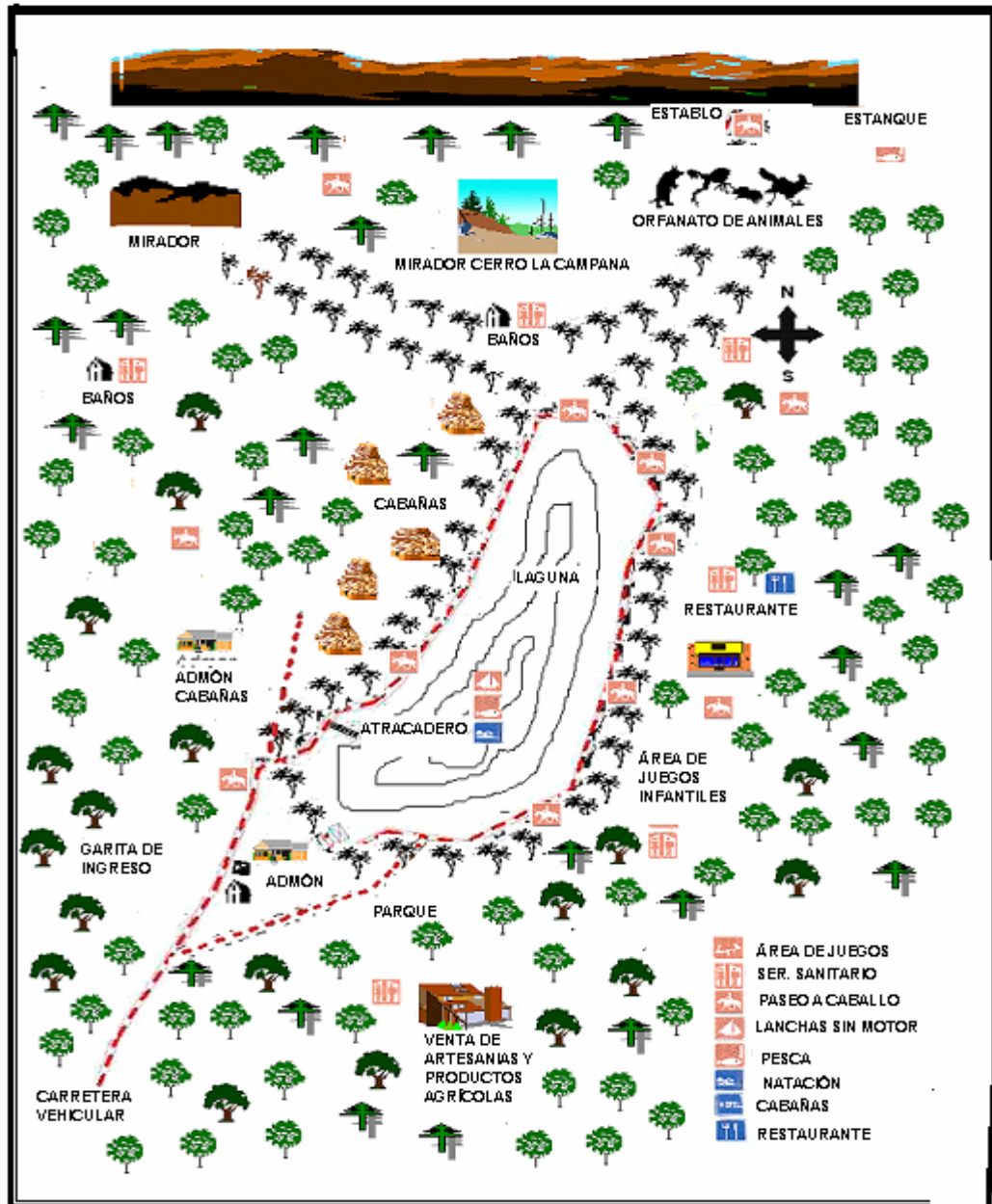
La Laguna Monja Blanca se encuentra en total abandono, las autoridades municipales se han dado a la tarea de recuperarla.

ANEXO 2
CROQUIS PARA LLEGAR A LA LAGUNA MONJA BLANCA
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



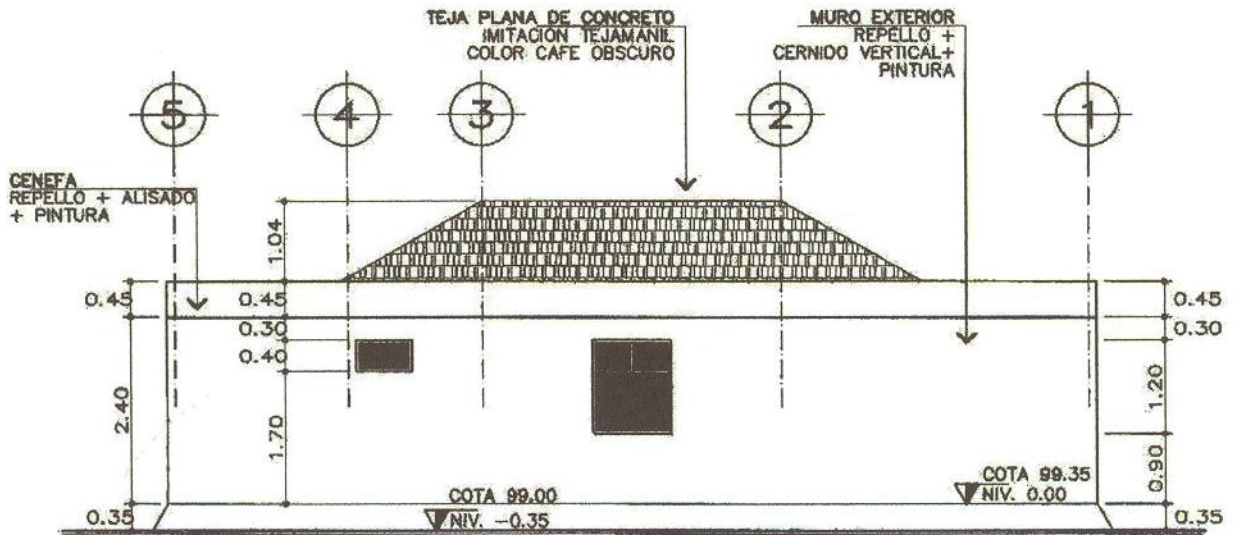
ANEXO 4

PROPUESTA DE DISEÑO DEL PROYECTO “PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA”, MUNICIPIO DE PALENCIA



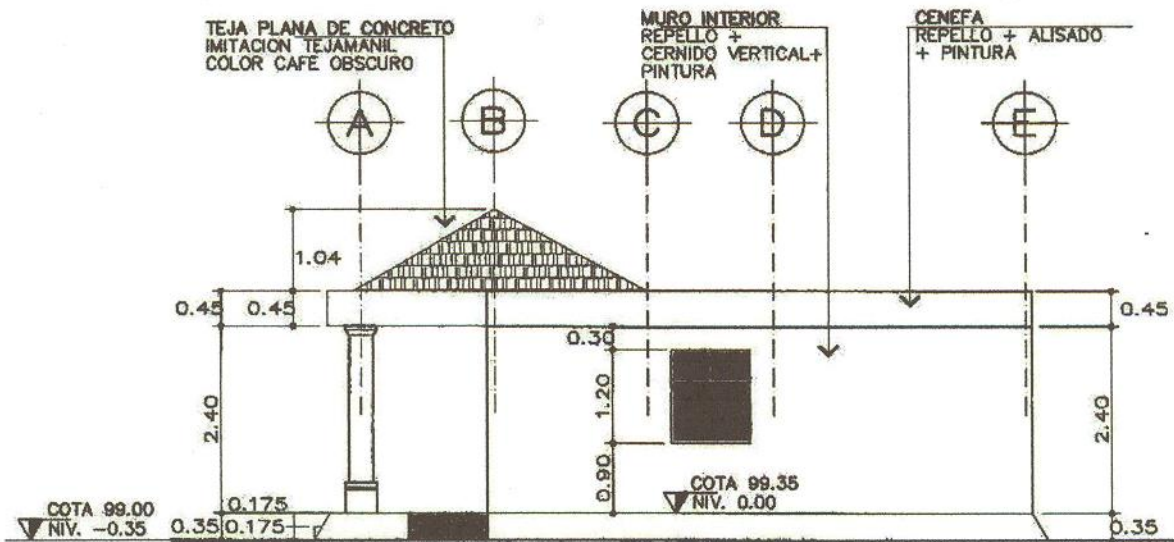
Fuente: elaboración propia, octubre de 2005

ANEXO 10
PROPUESTA DE DISEÑO DE RESTAURANTE
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



ELEVACION 2

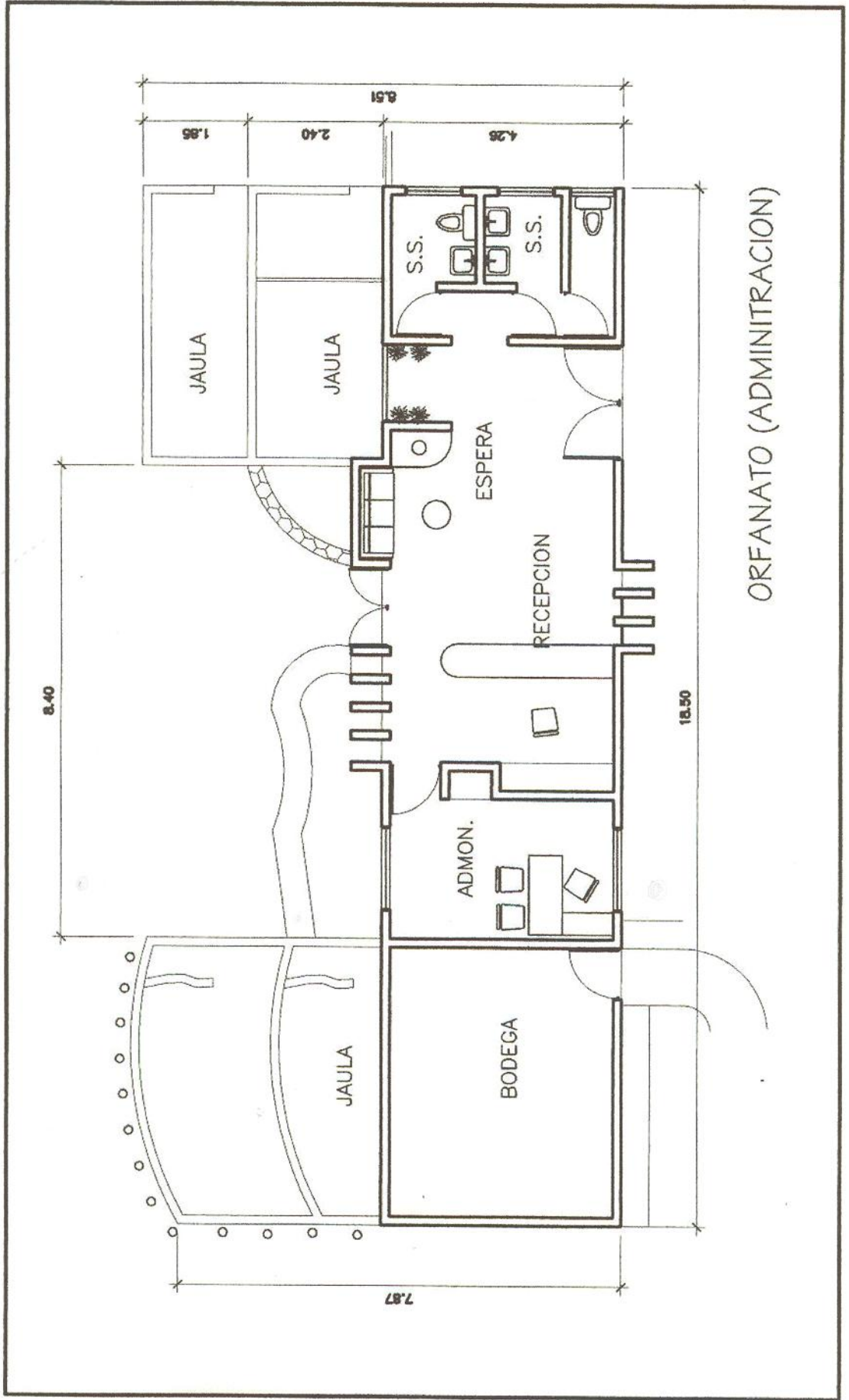
ESC.1/100



ELEVACION 3

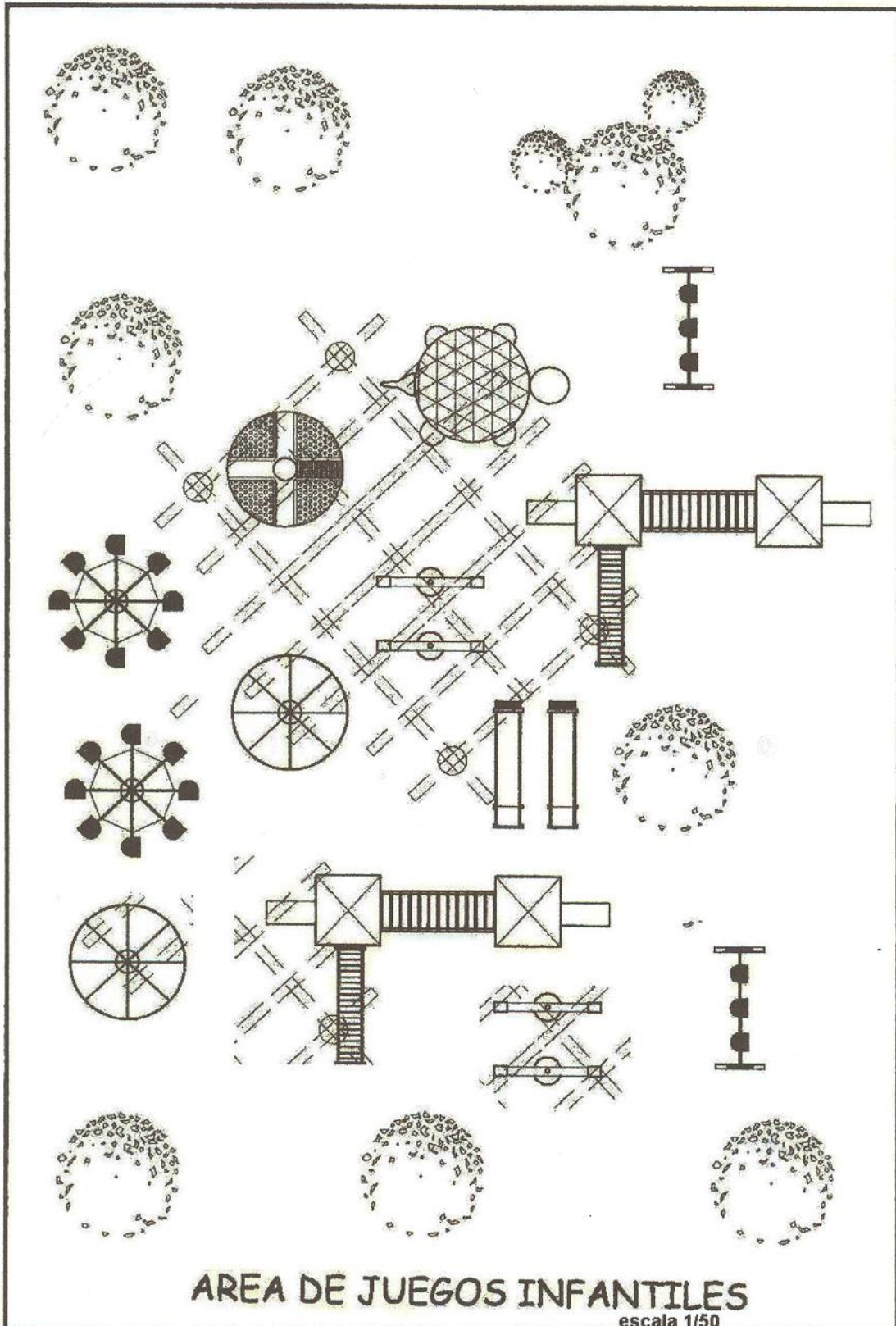
ESC.1/100

ANEXO 5
PROPUESTA DE MODELO DEL ORFANATO PARA ANIMALES,
"PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



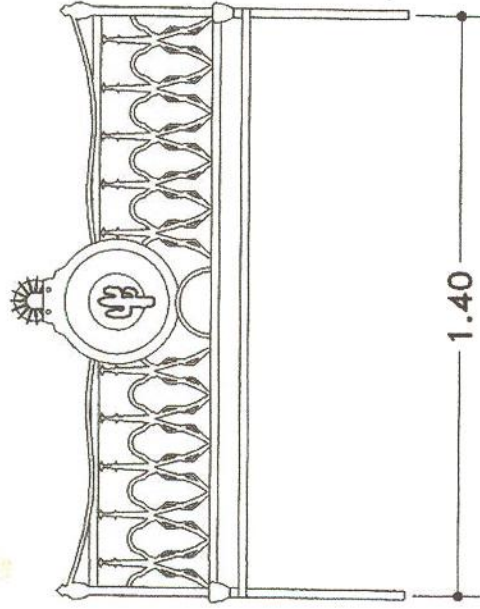
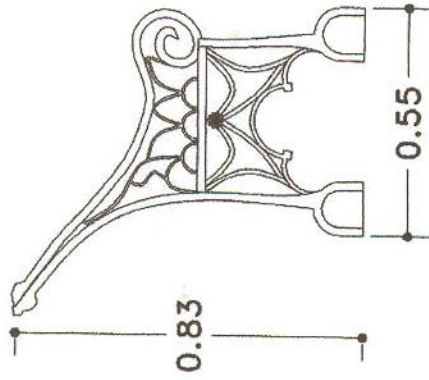
ORFANATO (ADMINISTRACION)

ANEXO 6
PROPUESTA DE DISEÑO DEL ÁREA DE JUEGOS INFANTILES,
EN EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA,
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



ANEXO 7

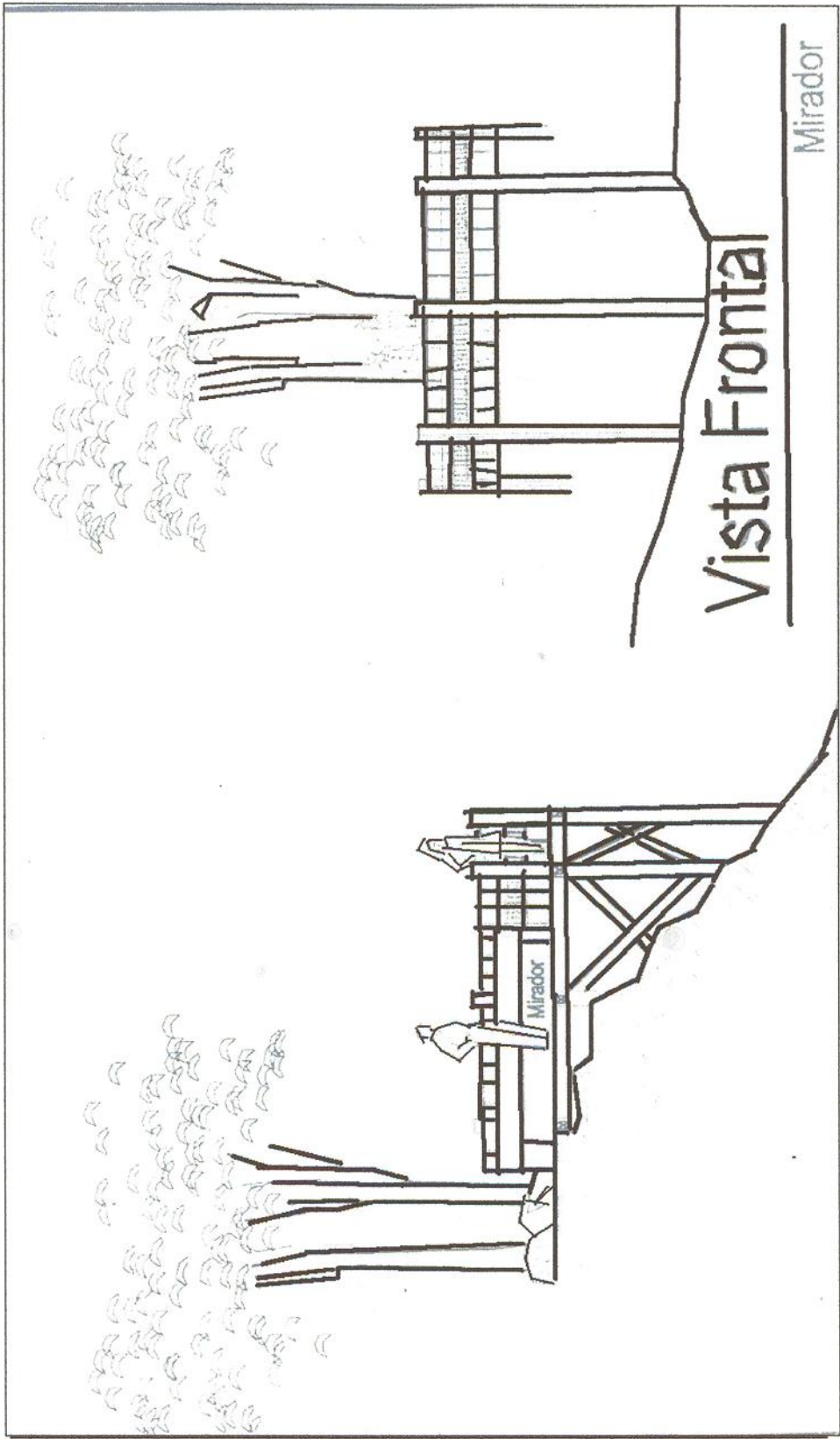
**PROPUESTA DE MODELO DE BANCA, PARA ÁREA DE DESCANSO
EN EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**



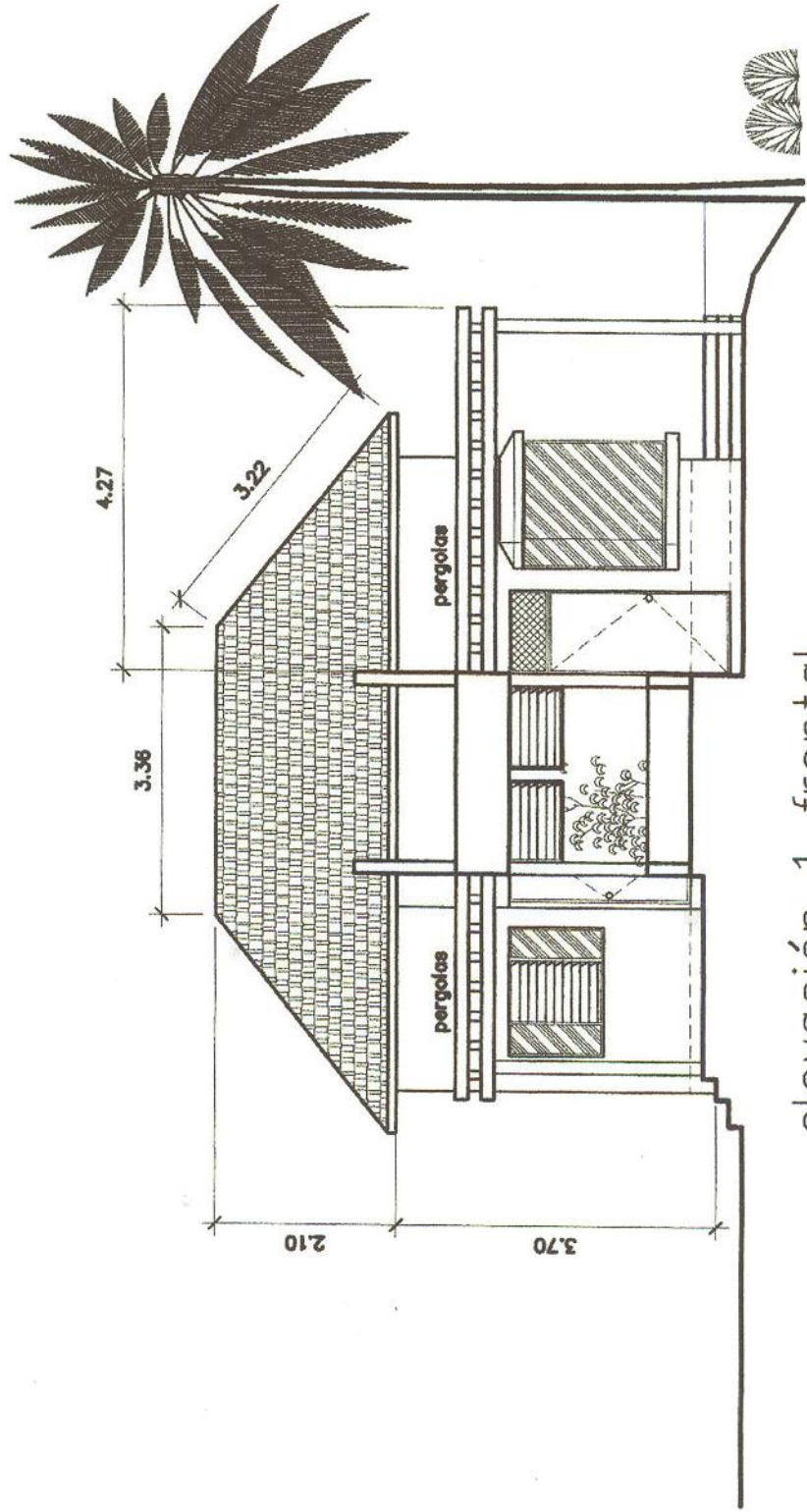
DETALLE BANCA

ESCALA 1/20

ANEXO 8
PROPUESTA DE DISEÑO DE MIRADOR
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

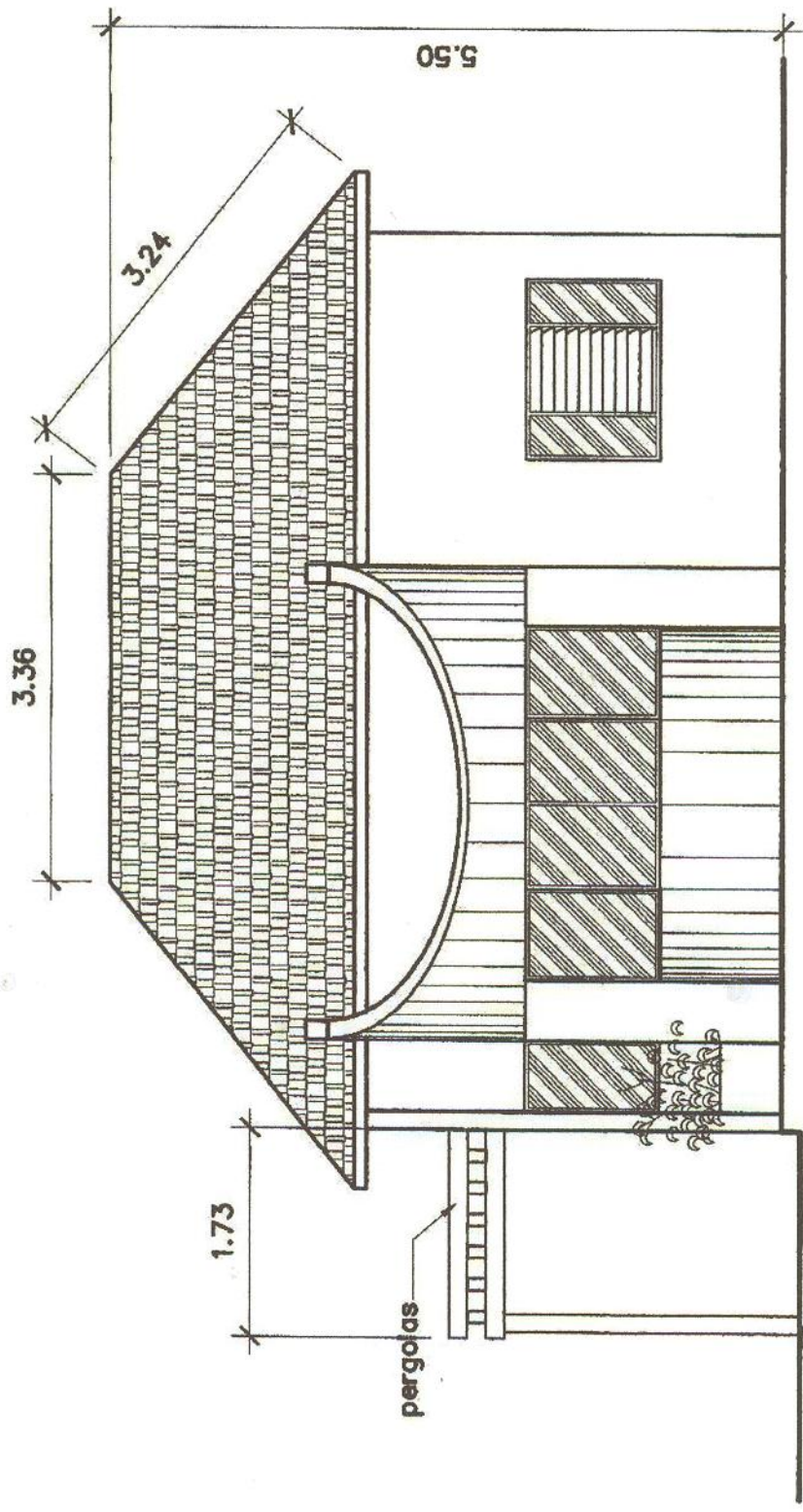


ANEXO 9
PROPUESTA DE DISEÑO DE CABAÑA
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



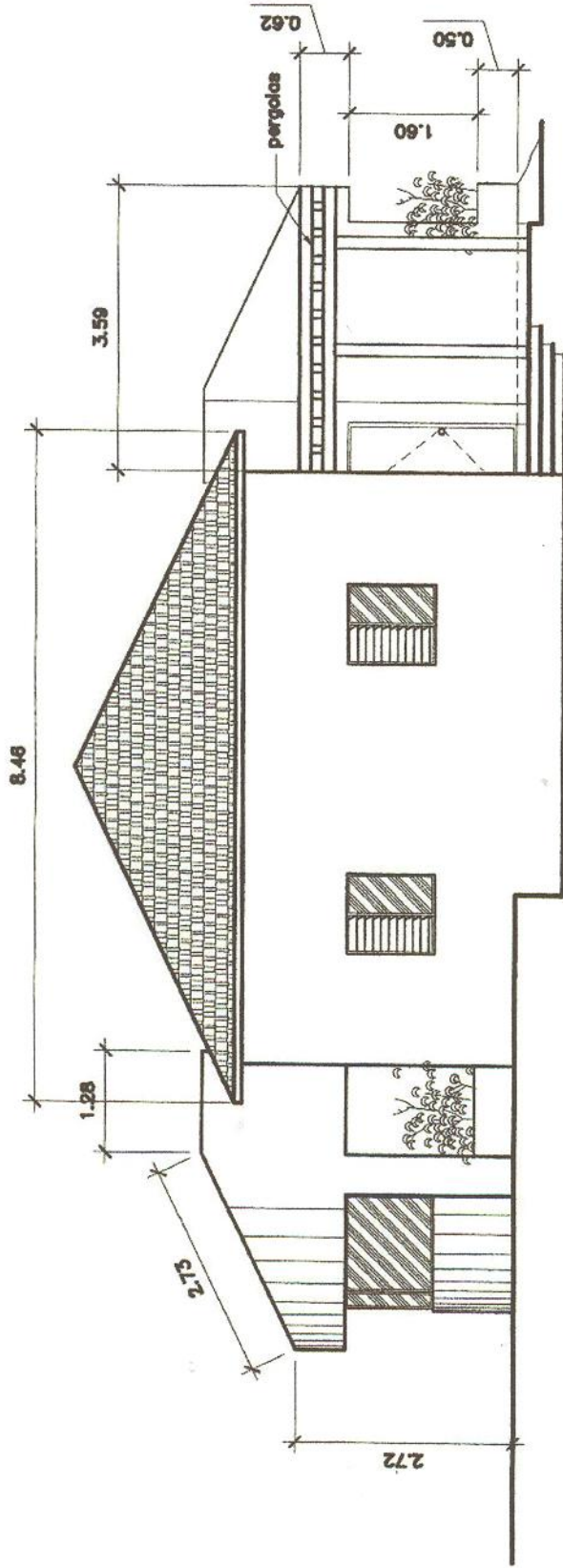
elevación 1 frontal
esc. 1:75

ANEXO 9
PROPUESTA DE DISEÑO DE CABAÑA
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



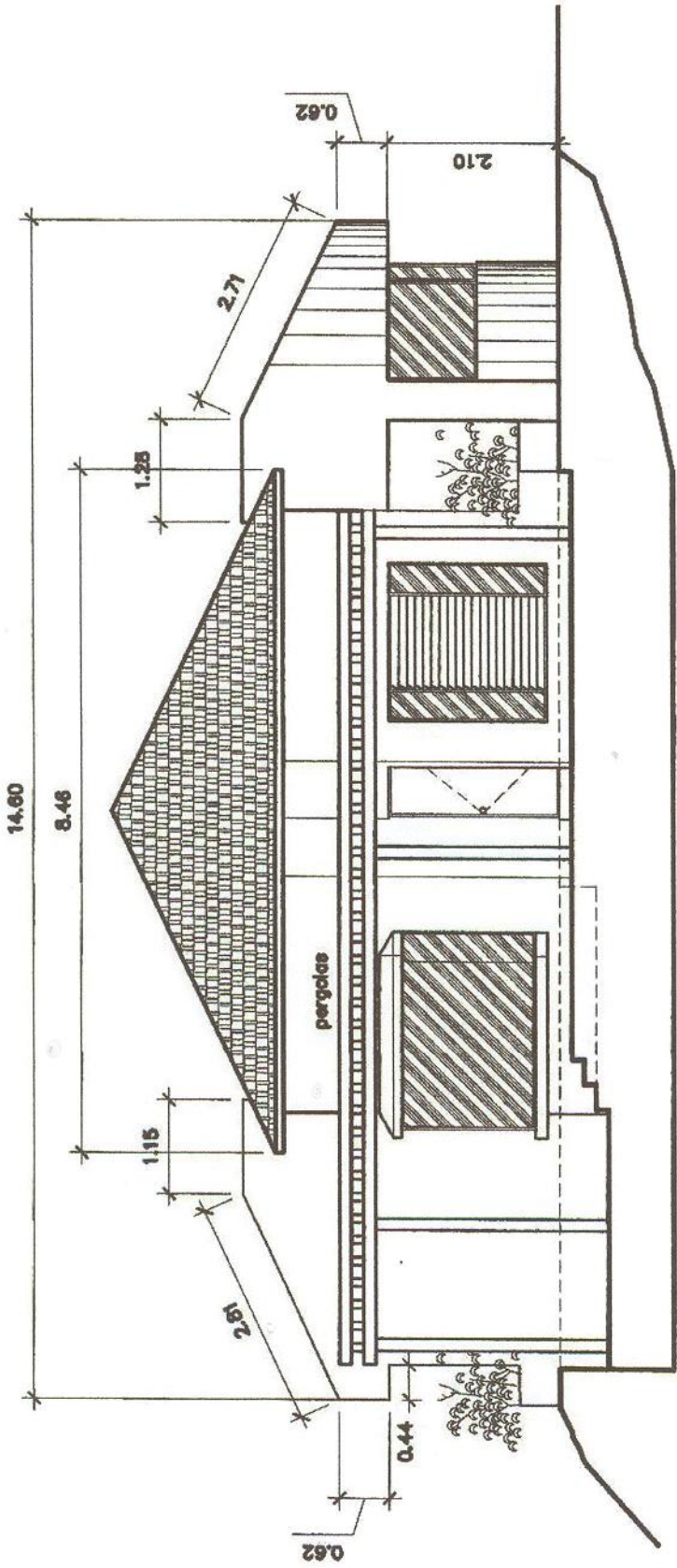
elevación 2 posterior
esc. 1:75

ANEXO 9
PROPUESTA DE DISEÑO DE CABAÑA
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



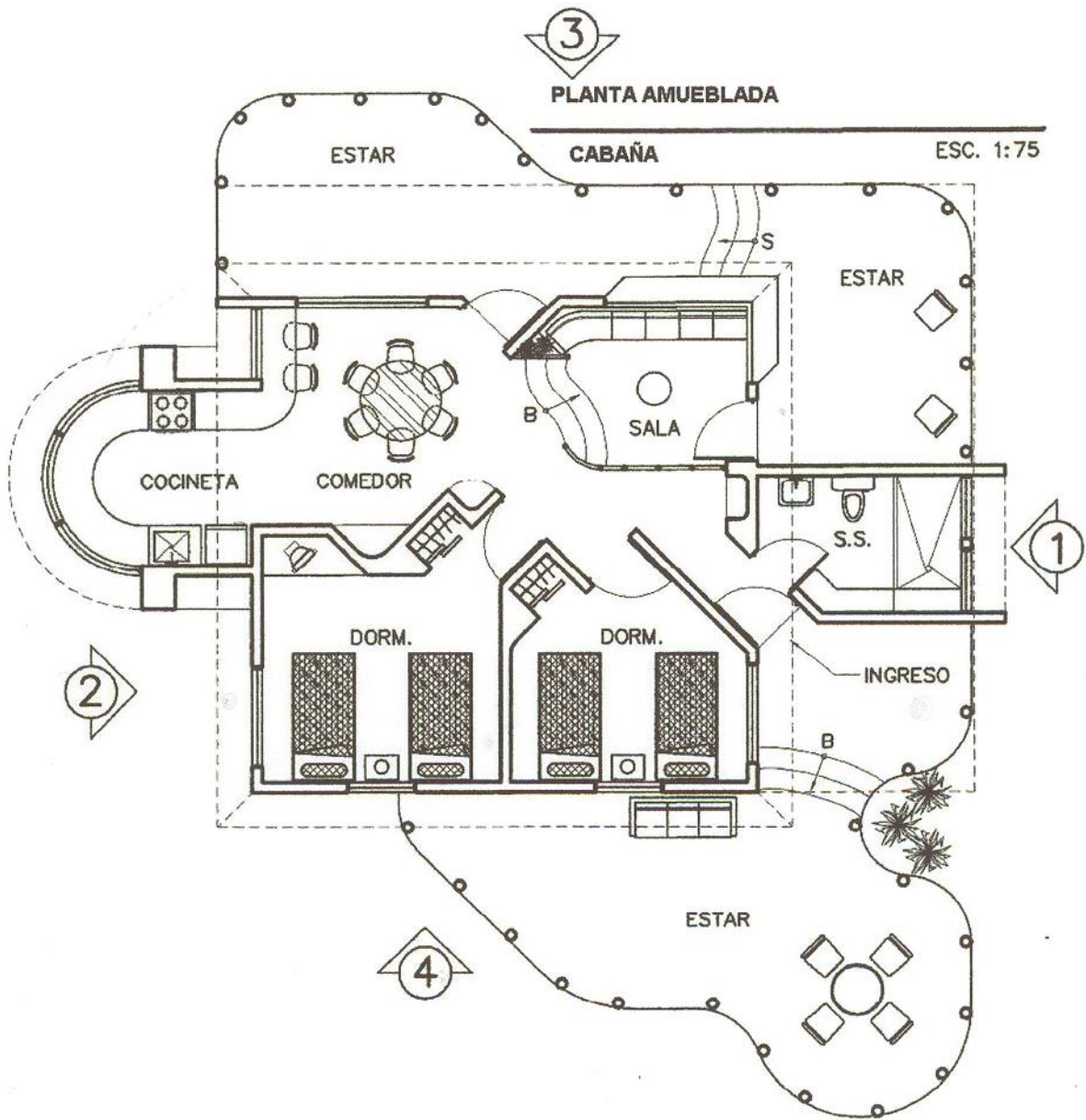
elevación 4 lateral
esc. 1:75

ANEXO 9
PROPUESTA DE DISEÑO DE CABAÑA
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

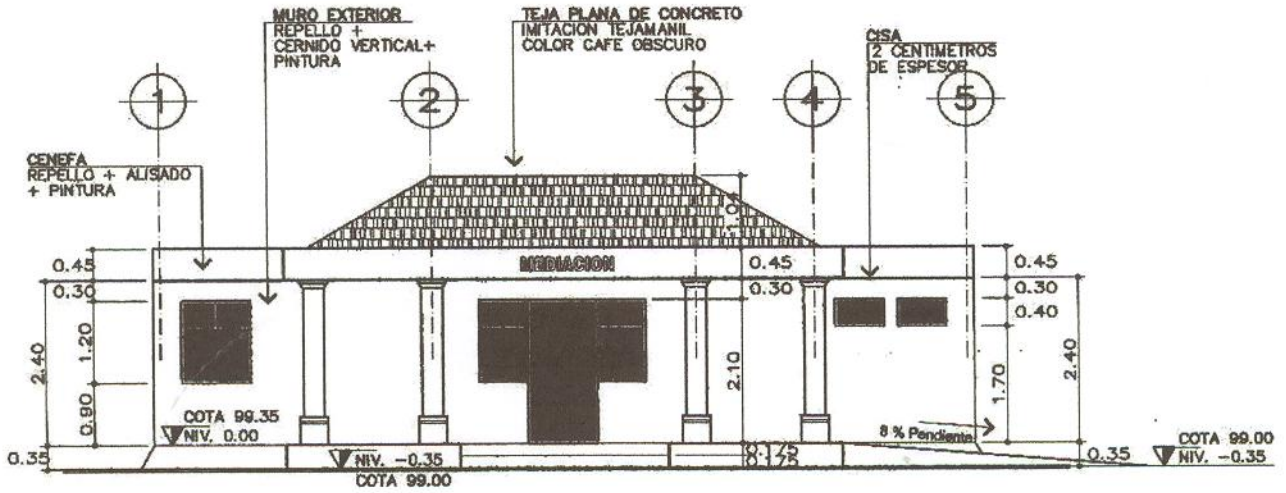


elevacion 3 lateral
esc. 1:75

ANEXO 9
PROPUESTA DE DISEÑO DE CABAÑA
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

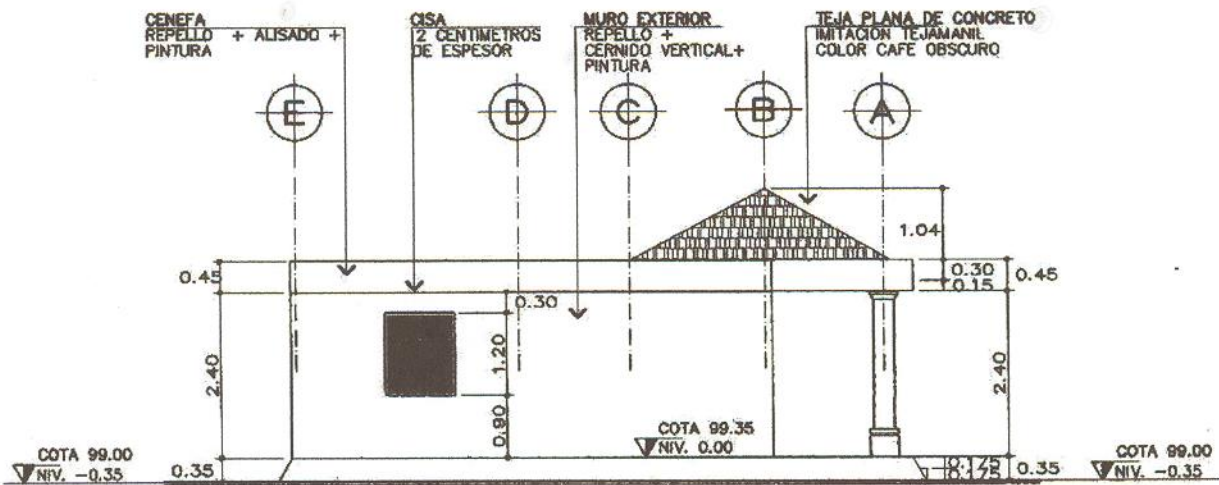


ANEXO 10
PROPUESTA DE DISEÑO DE RESTAURANTE
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



ELEVACION 1

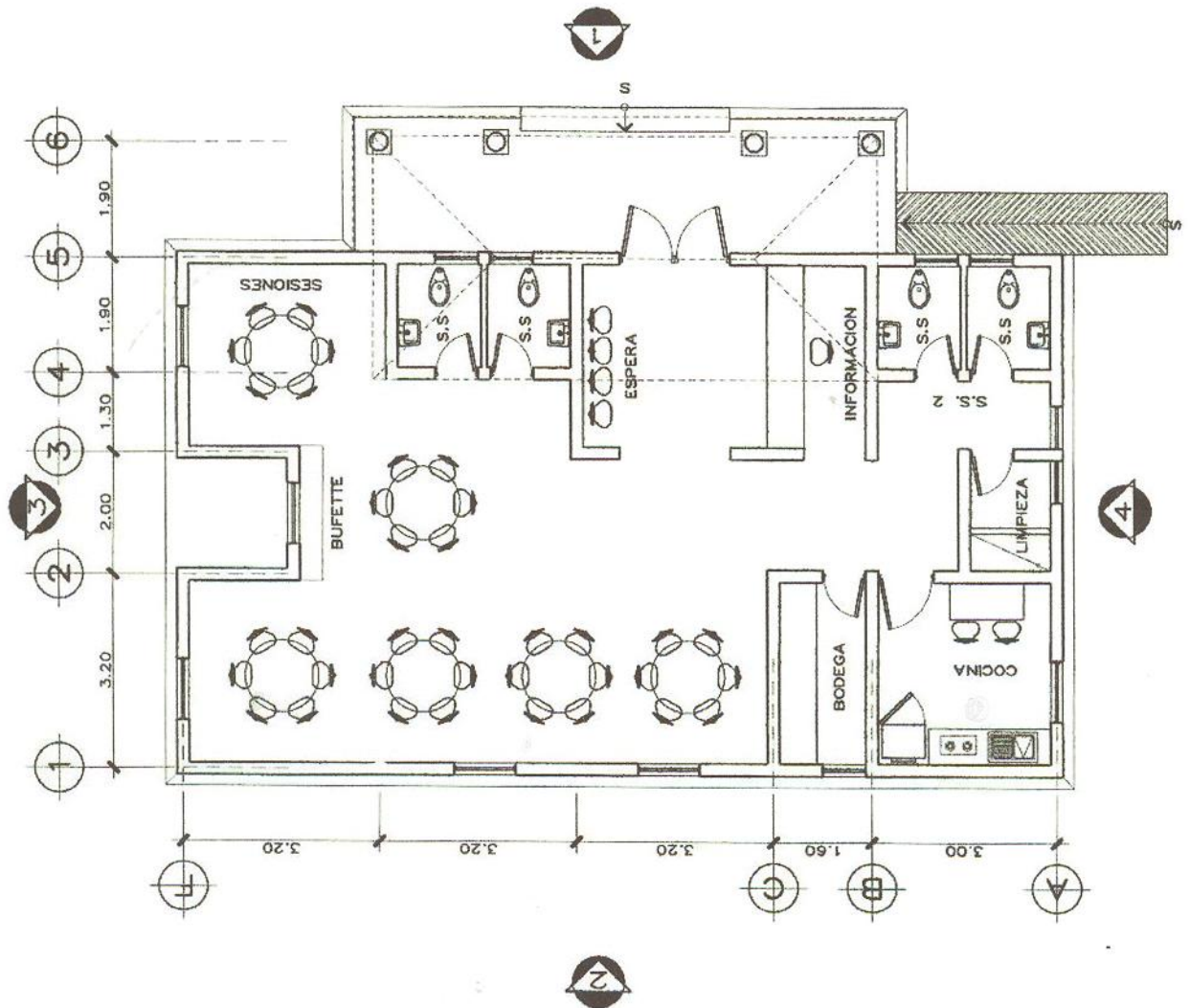
ESC.1/100



ELEVACION 4

ESC. 1/100

ANEXO 10
PROPUESTA DE PLANTA DE RESTAURANTE
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



PLANTA DE RESTAURANTE

ANEXO 11

Descripción técnica de puestos

Para la creación del Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca se describen los requerimientos mínimos que debe llenar el personal que se empleará en la fundación y la inversión privada.

A continuación se presenta de una forma más detallada la descripción técnica de cada uno de los puestos.



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

PERSONAL PARA LA FUNDACIÓN



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

GERENTE GENERAL DE LA FUNDACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto: Gerente General

Número de plazas: 1

Clave: 1.01

Ubicación: Gerencia

Jefe inmediato: Junta Directiva

Subordinados: Contador, personal de fuerza de ventas, veterinario, policía privada y personal de limpieza /mantenimiento.

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Encargado de la supervisión del funcionamiento del parque tanto de la inversión privada (restaurante, cabañas etc.), y funcionamiento de la fundación.

ATRIBUCIONES:

Administración y control

- Supervisar el trabajo del personal de las diferentes unidades
- Supervisar el cumplimiento de los manuales y normativas internas que se establezcan.
- Establecer normas de seguridad interna y de vigilancia de la empresa, y controlar periódicamente su cumplimiento.
- Efectuar otras actividades compatibles con el cargo.
- Control de armas de fuego otorgadas al personal de seguridad de la fundación.

Finanzas y control

- Presentar informes periódicos a Junta Directiva de la fundación
- Dictar las políticas para la elaboración del presupuesto anual y aprobar dicho presupuesto ante Junta Directiva.
- Aprobar la planilla mensual de salarios
- Aprobar la planilla semanal de pago de proveedores
- Firmar todos los cheques de la empresa
- Establecer los mecanismos de seguridad en manejo de ingresos, registros, depósitos y efectuar las conciliaciones bancarias
- Supervisar la elaboración de los estados financieros mensuales del funcionamiento de la fundación.

Ventas y mercadeo

- Elaboración del pronóstico de ventas y hacerle los ajustes periódicos por las variaciones del mercado no previstas, para presentarla a Junta Directiva.
- Dictar políticas de ventas y fijar precios (previa autorización) de ingresos al parque.
- Llevar el control de la ejecución del presupuesto de ventas.
- Realizar negociaciones con operadores turísticos
- Analizar la potencialidad del mercado en relación con la fuerza de ventas.
- Hacer estudios y análisis de competencia de otros centros turísticos
- Investigar nuevas alternativas de servicio al cliente, analizar los servicios actuales para mejorarlos.

De personal

- Aprobar normas para control de la disciplina, puntualidad y conducta de los trabajadores.
- Planificar y poner en marcha programas de desarrollo de recursos humanos.
- Contratar al personal que labore en la fundación
- Supervisar que el personal de dependencia directa cumpla con sus obligaciones.
- Proveer de capacitaciones constantes al personal para atender mejor al turista.

RESPONSABILIDAD

Es la persona responsable del funcionamiento del parque y del personal a su cargo.

COMUNICACIÓN

Se comunica con la Junta Directiva, contactos con colaboradores externos de la fundación y personal subalterno del parque.

III ESPECIFICACIONES MÍNIMAS DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Graduado universitario en la licenciatura de Administración de Empresas o Mercadotecnia y Publicidad.

CONOCIMIENTOS

- En evaluación y ejecución de proyectos, área administrativa y manejo de personal.

EXPERIENCIA

- Tres años en puestos similares

HABILIDADES

- Trabajar bajo presión y sobre resultados
- Toma de decisiones

PERSONALIDAD

- Extrovertido: con facilidad de expresión oral y escrita.
- Acostumbrado a trabajar en equipo

OTROS REQUISITOS

- Manejo de programas básicos de computación
- Preferiblemente que hable un segundo idioma



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

CONTADOR GENERAL DE LA FUNDACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Perito Contador
Número de plazas:	1
Clave:	1.02
Ubicación:	Departamento administrativo
Jefe inmediato:	Junta Directiva y Gerencia General
Subordinados:	Personal de seguridad y mantenimiento

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Persona encargada del Departamento Administrativo de la fundación.

ATRIBUCIONES:

- Tabular los ingresos y egresos en la computadora.
- Listar a diario las compras y pasar la información a la Gerencia General
- Elaborar las facturas especiales y las retenciones.
- Llevar el control de pagos de luz, agua y teléfonos etc.
- Hacer depósitos al banco.
- Pagar impuestos.
- Ingresar al programa los cheques emitidos en la semana y el listado mensual.
- Calcular la planilla de IGSS, emitir el cheque de pago y hacer certificaciones y afiliaciones.
- Efectuar otras atribuciones pertinentes al puesto.

RESPONSABILIDAD

Es la persona responsable del manejo contable y administrativo del Parque Ecoturístico.

COMUNICACIÓN

Se comunica con Junta Directiva y Gerencia General

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Perito Contador graduado y estudiante de los últimos años de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría.

CONOCIMIENTOS

- Área financiera contable.

EXPERIENCIA

- Un año como contador en puesto similar.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión

PERSONALIDAD

- Extrovertido con facilidad de expresión oral y escrita
- Disciplinado

OTROS REQUISITOS

- Manejo de programas básicos de computación



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

FUERZA DE VENTAS DE LA FUNDACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Ejecutivo/a de ventas
Número de plazas:	2
Clave:	1.03
Ubicación:	Departamento de mercadeo
Jefe inmediato:	Gerencia General
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Persona encargada del área de ventas de la fundación.

ATRIBUCIONES:

- Atender a los clientes
- Facturar ventas realizadas
- Visitar a clientes potenciales
- Efectuar otras atribuciones acordes al puesto

RESPONSABILIDAD

Es la persona responsable del área de mercadeo del parque.

COMUNICACIÓN

Se comunica con la Junta Directiva, Gerencia General y clientes potenciales.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**EDUCACIÓN**

- Carrera media concluida
- Con un alto servicio y atención al cliente

CONOCIMIENTOS

- En ventas y relaciones públicas

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión y resultados

PERSONALIDAD

- Extrovertido, con facilidad de expresión oral y escrita

OTROS REQUISITOS

- Manejo de programas básicos de computación
- Excelente presentación



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

DEPARTAMENTO TÉCNICO DEL ORFANATO DE LA FUNDACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Médico Veterinario
Número de plazas:	1
Clave:	1.04
Ubicación:	Orfanato de animales
Jefe inmediato:	Gerencia General
Subordinados:	Personal de mantenimiento asignado por el Departamento Administrativo.

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Persona encargada del orfanato de animales de la fundación.

ATRIBUCIONES:

- Cuidado médico de animales
- Higiene de animales
- Alimentación de animales
- Encargado de atender a los animales en especie de extinción
- Efectuar otras atribuciones acordes al puesto

RESPONSABILIDAD

El cuidado del orfanato de animales, así como de los medicamentos a su cargo.

COMUNICACIÓN

Comunicación con la Junta Directiva, Gerencia General y turistas.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**EDUCACIÓN**

- Médico Veterinario

CONOCIMIENTOS

- En el cuidado de animales en especie de extinción

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Toma de decisiones

PERSONALIDAD

- Extrovertido con facilidad de expresión oral y escrita

OTROS REQUISITOS

- De preferencia que hable un idioma extranjero



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

SECCIÓN DE SEGURIDAD DE LA FUNDACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Policía privado
Número de plazas:	4
Clave:	1.05
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Gerencia General y Departamento Administrativo
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Brindar seguridad al turista y trabajadores del Parque.

ATRIBUCIONES:

- Brindar seguridad
- Atención al turista

RESPONSABILIDAD

- Brindar seguridad al área pública del parque y oficinas de la fundación

COMUNICACIÓN

Comunicación con la Gerencia General, trabajadores y los turistas.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**EDUCACIÓN**

- Primaria completa o tercer grado mínimo, de educación primaria.
- Ser mayor de 18 años

CONOCIMIENTOS

- Manejo de armas de fuego
- Saber conducir vehículos livianos

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Atención con el público

PERSONALIDAD

- Extrovertido con facilidad de expresión oral
- Disciplinado

OTROS REQUISITOS

- Tener licencia de conducir
- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos
- Cartas de recomendación



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

SECCIÓN DE MANTENIMIENTO DE LA FUNDACIÓN

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Personal de mantenimiento
Número de plazas:	4
Clave:	1.06
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Gerencia General y Departamento Administrativo
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Efectuar la limpieza y reportar cualquier anomalía del área pública del parque.

ATRIBUCIONES:

- Efectuar la limpieza de las áreas de la fundación
- Realizar otras atribuciones acordes al puesto

RESPONSABILIDAD

- Mantener limpia y en buen estado el área pública del parque y oficinas de la fundación.

COMUNICACIÓN

Comunicación con la Junta Directiva, Gerencia General y turistas.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**EDUCACIÓN**

- Tercero primaria o bien que se encuentre estudiando
- Ser mayor de 18 años

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrados a trabajar bajo presión
- Atención con el público

PERSONALIDAD

- Extrovertido: con facilidad de expresión oral
- Disciplinado
- Con iniciativa

OTROS REQUISITOS

- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos
- Cartas de recomendación



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

PERSONAL PARA LA INVERSIÓN PRIVADA



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

ADMINISTRACIÓN DE CABAÑAS

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto: Administrador/dueño

Número de plazas: 1

Clave: 2.01

Ubicación: Administración

Jefe inmediato: Junta Directiva

Subordinados: Personal de seguridad, limpieza y jardinero.

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Encargado del área administrativa alquiler de las cabañas.

ATRIBUCIONES:

Administración y control

- Establecer normas de seguridad interna y de vigilancia de la empresa, y controlar periódicamente su cumplimiento.
- Efectuar otras actividades compatibles con el cargo.

Finanzas y control

- Aprobar la planilla mensual de salarios
- Aprobar la planilla semanal de pago de proveedores.
- Firmar todos los cheques de gastos
- Establecer los mecanismos de seguridad en manejo de los ingresos, registro y depósitos y efectuar las conciliaciones bancarias
- Supervisar la elaboración de los estados financieros mensuales de las cabañas para que la información sea confiable, oportuna y útil.

Ventas y mercadeo

- Elaboración del pronóstico de ventas y hacerle los ajustes periódicos por las variaciones del mercado no previstas.
- Dictar políticas de ventas y fijar precios.
- Llevar el control de la ejecución del presupuesto de ventas.
- Realizar negociaciones con operadores turísticos
- Analizar la potencialidad del mercado en relación con la fuerza de ventas.
- Investigar nuevas alternativas de servicio al cliente, analizar los actuales para mejorarles.
- Contacto permanente con la Gerencia de la fundación

De personal

- Aprobar normas para control de la disciplina, puntualidad y conducta de los trabajadores.
- Contratar al personal que labore en las cabañas
- Supervisar que el personal de dependencia directa cumpla con sus obligaciones.

RESPONSABILIDAD

Es la persona responsable de administrar las cabañas del parque, del personal a su cargo y mantenimiento de la infraestructura privada.

COMUNICACIÓN

Comunicación con la Junta Directiva, gerente de la fundación, y personal subalterno de las cabañas.

III ESPECIFICACIONES MÍNIMAS DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Nivel medio como mínimo

CONOCIMIENTOS

- Conocimientos en administración

EXPERIENCIA

- De un año en puestos similares

HABILIDADES

- Trabajar bajo presión y sobre resultados
- Toma de decisiones

PERSONALIDAD

- Extrovertido: con facilidad de expresión oral y escrita.
- Acostumbrado a trabajar en equipo

OTROS REQUISITOS

- Manejo de programas básicos de computación
- Espíritu de servicio al cliente



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

CAMARERA DE LAS CABAÑAS

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Camarera (personal de limpieza)
Número de plazas:	2
Clave:	2.02
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Administrador /dueño
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Persona encargada de mantener la limpieza y atender al turista que se hospeda en las cabañas del parque.

ATRIBUCIONES:

- Efectuar la limpieza de las habitaciones y las diferentes áreas.
- Atención al turista
- Realizar otras atribuciones acordes al puesto

RESPONSABILIDAD

- Mantener limpias las áreas de las cabañas del parque y atender al turista.

COMUNICACIÓN

Comunicación con el administrador y turistas.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Tercero primaria o bien que se encuentre estudiando.
- Ser mayor de 18 años

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Atención con el público

PERSONALIDAD

- Extrovertida con facilidad de expresión oral
- Disciplinada
- Con iniciativa

OTROS REQUISITOS

- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos
- Cartas de recomendación



PARQUE ECOTURISTICO LAGUNA MONJA BLANCA

JARDINERO DE CABAÑAS

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Jardinero
Número de plazas:	1
Clave:	2.03
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Administrador/dueño
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Persona encargada de mantener en buen estado las plantas y elaborar sitios específicos para el descanso, brindarle atención al visitante del parque.

ATRIBUCIONES:

- Cuidado y cultivo de plantas
- Efectuar limpieza en el área verde
- Efectuar otras atribuciones pertinentes al puesto

RESPONSABILIDAD

- Responsable del cuidado de las plantas

COMUNICACIÓN

Comunicación con el administrador y turistas

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Primaria completa o bien que se encuentre estudiando.
- Ser mayor de 18 años

CONOCIMIENTOS

- Conocimiento en el cuidado de plantas
- Atención a clientes

EXPERIENCIA

- No necesaria

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Atención con el público

PERSONALIDAD

- Extrovertido con facilidad de expresión oral
- Disciplinado
- Servicial y atento
- Con iniciativa

OTROS REQUISITOS

- Tarjeta de salud
- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

PERSONAL DE SEGURIDAD DE LAS CABAÑAS

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Policía privado
Número de plazas:	3
Clave:	2.04
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Administrador /dueño
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Brindar seguridad al turista que se hospeda en las cabañas del parque, así como al personal que labora en ellas.

ATRIBUCIONES:

- Brindar seguridad
- Atención al turista

RESPONSABILIDAD

- Brindar seguridad al área de las cabañas del parque.

COMUNICACIÓN

Comunicación con el administrador, fundación y turistas.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Primaria completa o bien que se encuentre estudiando.
- Ser mayor de 18 años

CONOCIMIENTOS

- Manejo de armas de fuego
- Saber conducir vehículos livianos

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Atención con el público

PERSONALIDAD

- Extrovertido con facilidad de expresión oral
- Disciplinado
- Respetuoso

OTROS REQUISITOS

- Tener licencia de conducir
- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

COCINERA DE RESTAURANTE

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Cocinera
Número de plazas:	1
Clave:	3.01
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Administrador/dueño
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Cocinar para el visitante del restaurante del parque.

ATRIBUCIONES:

- Preparación de alimentos
- Atención al turista
- Efectuar otras atribuciones pertinentes al puesto

RESPONSABILIDAD

- Responsable de la cocina del restaurante

COMUNICACIÓN

Comunicación con el dueño del restaurante, mesero y turistas.

IV. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Primaria completa o bien que se encuentre estudiando.
- Ser mayor de 18 años

CONOCIMIENTOS

- En cocina nacional

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrada a trabajar bajo presión
- Atención con el público

PERSONALIDAD

- Extrovertida con facilidad de expresión oral
- Disciplinada

OTROS REQUISITOS

- Tarjeta de salud
- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos



PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA

MESERA DE RESTAURANTE

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del puesto:	Mesera
Número de plazas:	1
Clave:	3.02
Ubicación:	Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca
Jefe inmediato:	Administrador/dueño
Subordinados:	Ninguno

II. DESCRIPCIÓN

PROPÓSITO DEL PUESTO

Asistir a la cocinera y atender al visitante del restaurante del parque.

ATRIBUCIONES:

- Atender mesas
- Atención al turista
- Realizar la limpieza
- Efectuar otras atribuciones pertinentes al puesto

RESPONSABILIDAD

- Responsable de la atención a mesas del restaurante

COMUNICACIÓN

Comunicación con el dueño del restaurante, cocinera y turistas.

III. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

EDUCACIÓN

- Primaria completa o bien que se encuentre estudiando.
- Ser mayor de 18 años

CONOCIMIENTOS

- Conocimiento de cocina
- Atención a clientes

EXPERIENCIA

- En puestos similares.

HABILIDADES

- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Atención con el público
- Habilidades numéricas

PERSONALIDAD

- Extrovertida con facilidad de expresión oral
- Disciplinada
- Servicial y atenta

OTROS REQUISITOS

- Tarjeta de salud
- Antecedentes penales
- Antecedentes policíacos
- Cartas de recomendación

Hoja 1
(Entrada)



ANEXO 12

LIBRO DE REGISTRO DE PERSONAS VISITANTES AL PARQUE

**“PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA”
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA**

No.	Nombre y apellido	Lugar de procedencia	Dirección o correo electrónico	Fecha

Hoja 2
(Salida)



LIBRO DE REGISTRO DE PERSONAS VISITANTES AL PARQUE

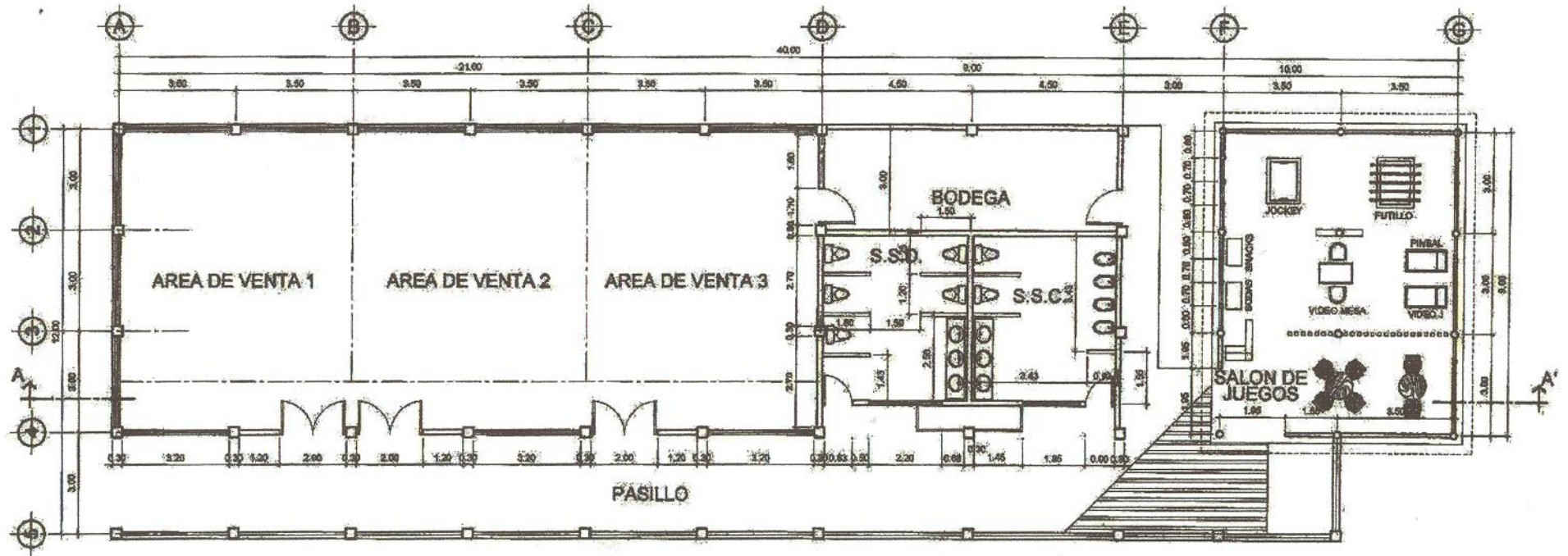
**“PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA”
FINCA LA LAGUNA, MUNICIPIO DE PALENCIA**

Cómo se enteró de la existencia del parque	Que le pareció el lugar	Observaciones

Fuente: elaboración propia, abril de 2006

Este trabajo lo realizará el personal de ingreso al parque, para que no implique costos extras.

ANEXO 13
PROPUESTA DE DISEÑO DEL MERCADO DE ARTESANÍAS Y PRODUCTOS AGRÍCOLAS,
PARA EL "PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

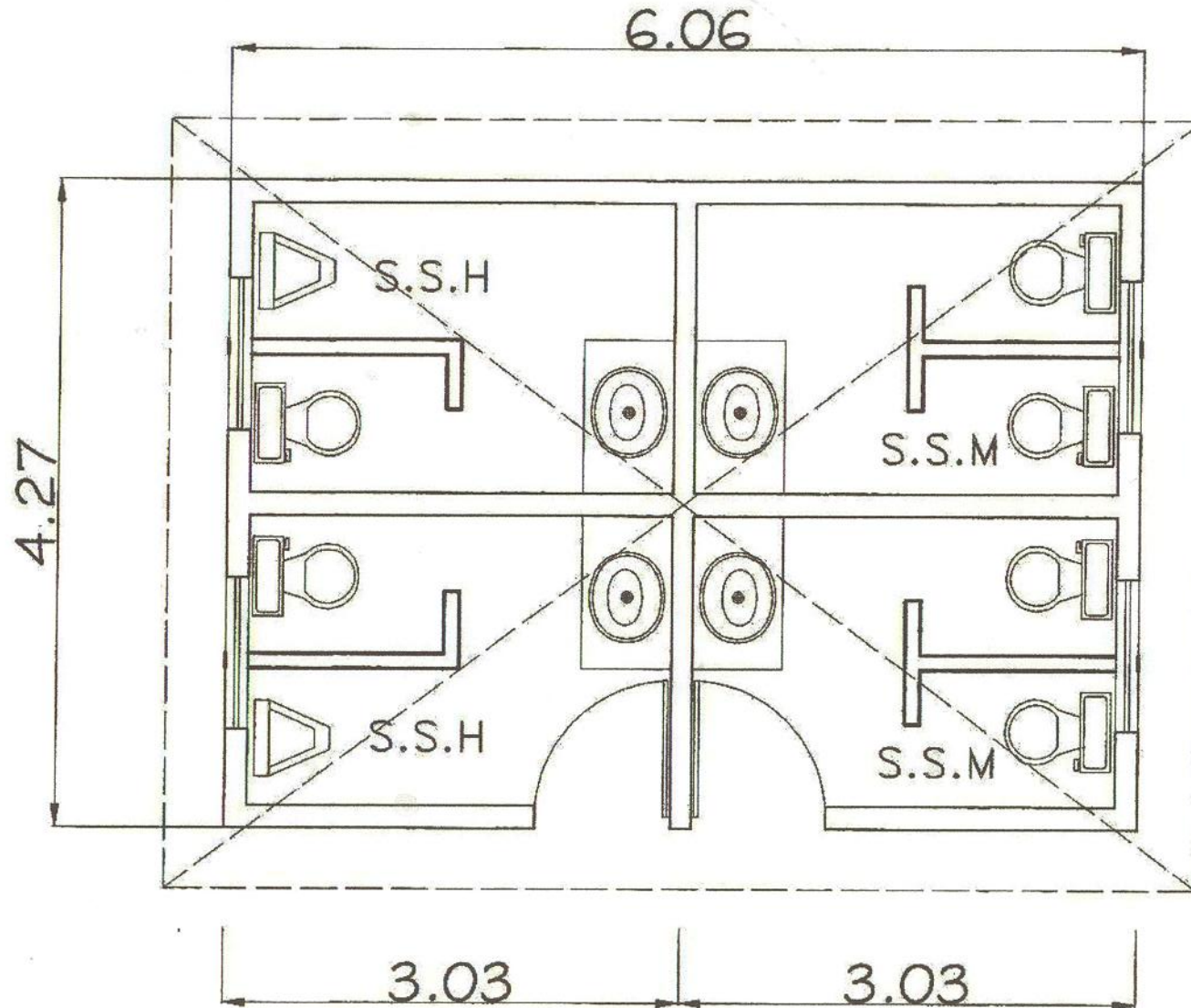


PLANTA MERCADO DE ARTESANIAS

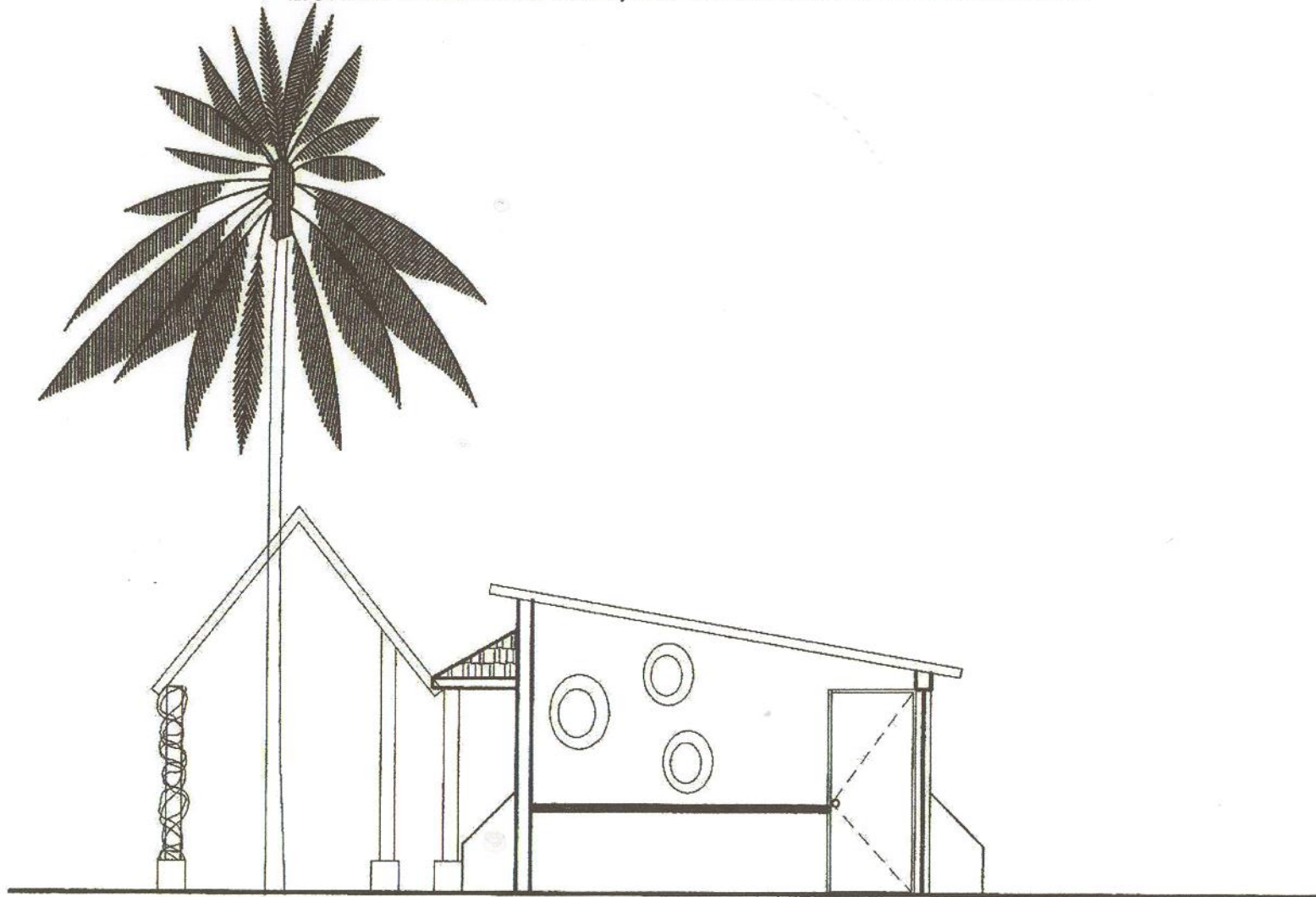
SALON DE CONVENCIONES

ESCALA 1:50

ANEXO 14
PROPUESTA DE DISEÑO DE LA PLANTA DE SERVICIO SANITARIO,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



ANEXO 15
PROPUESTA DE LA SECCIÓN TRANSVERSAL DEL EDIFICIO ADMINISTRATIVO,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

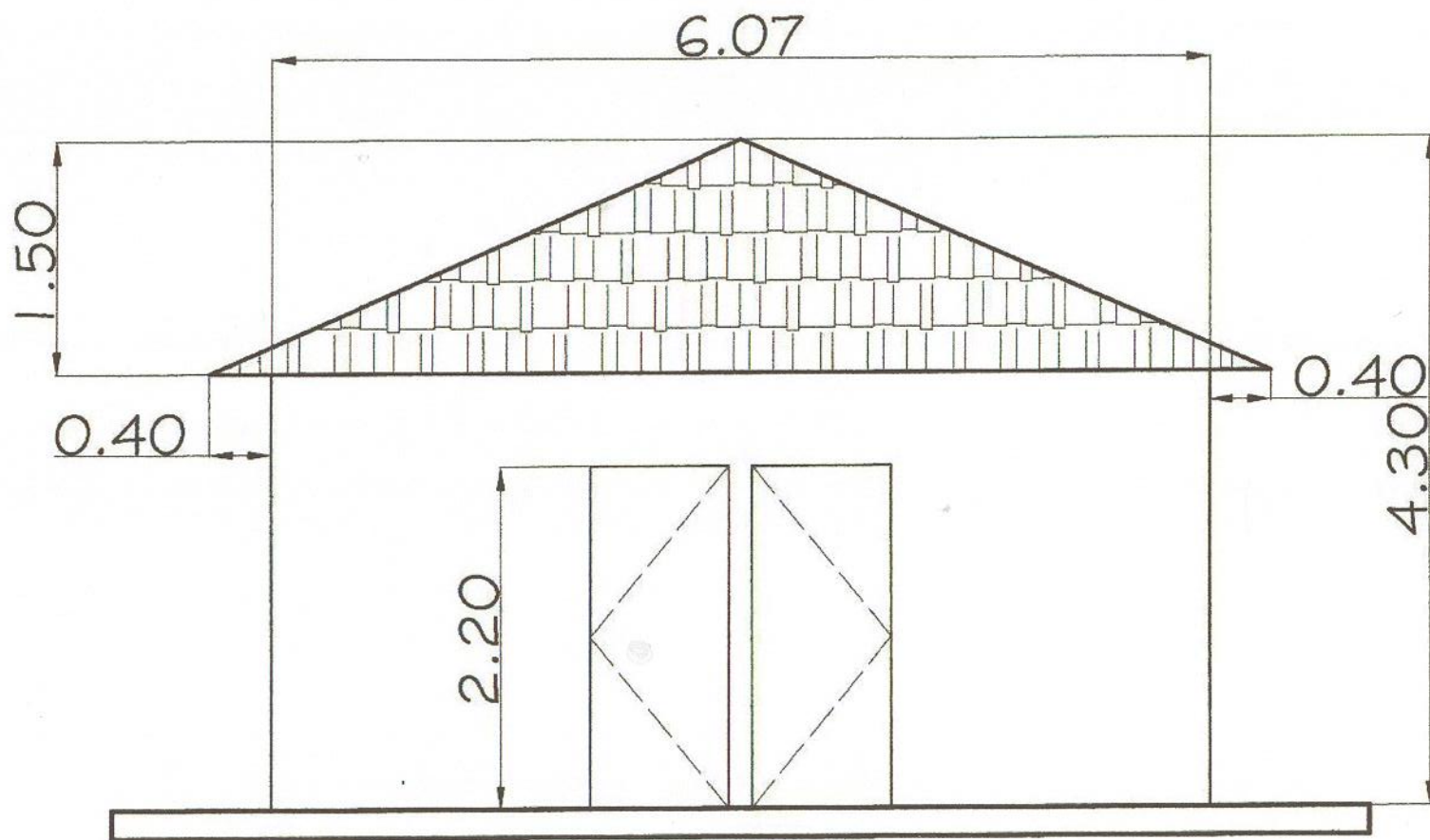


sección transversal

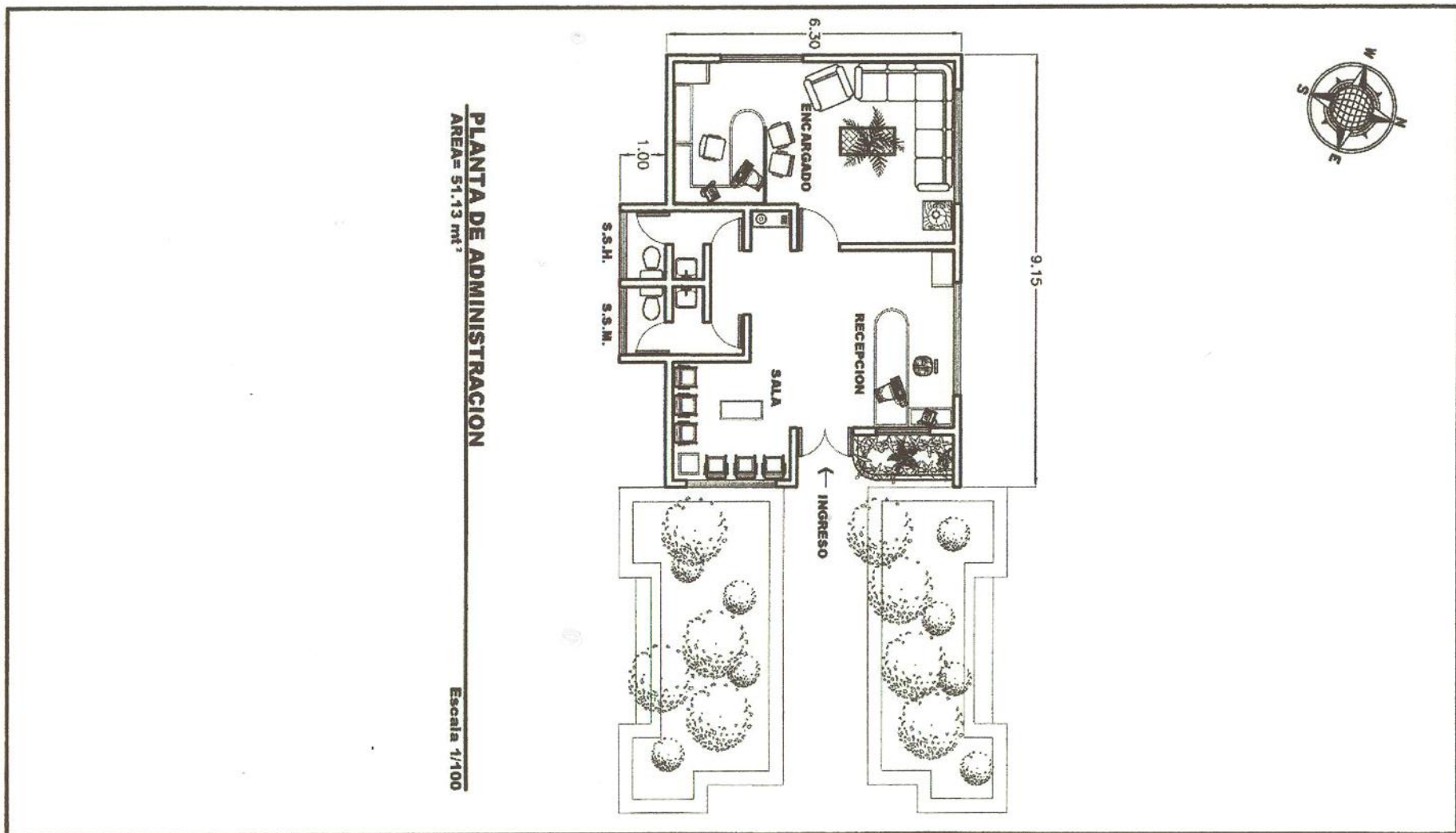
administración

escala 1:75

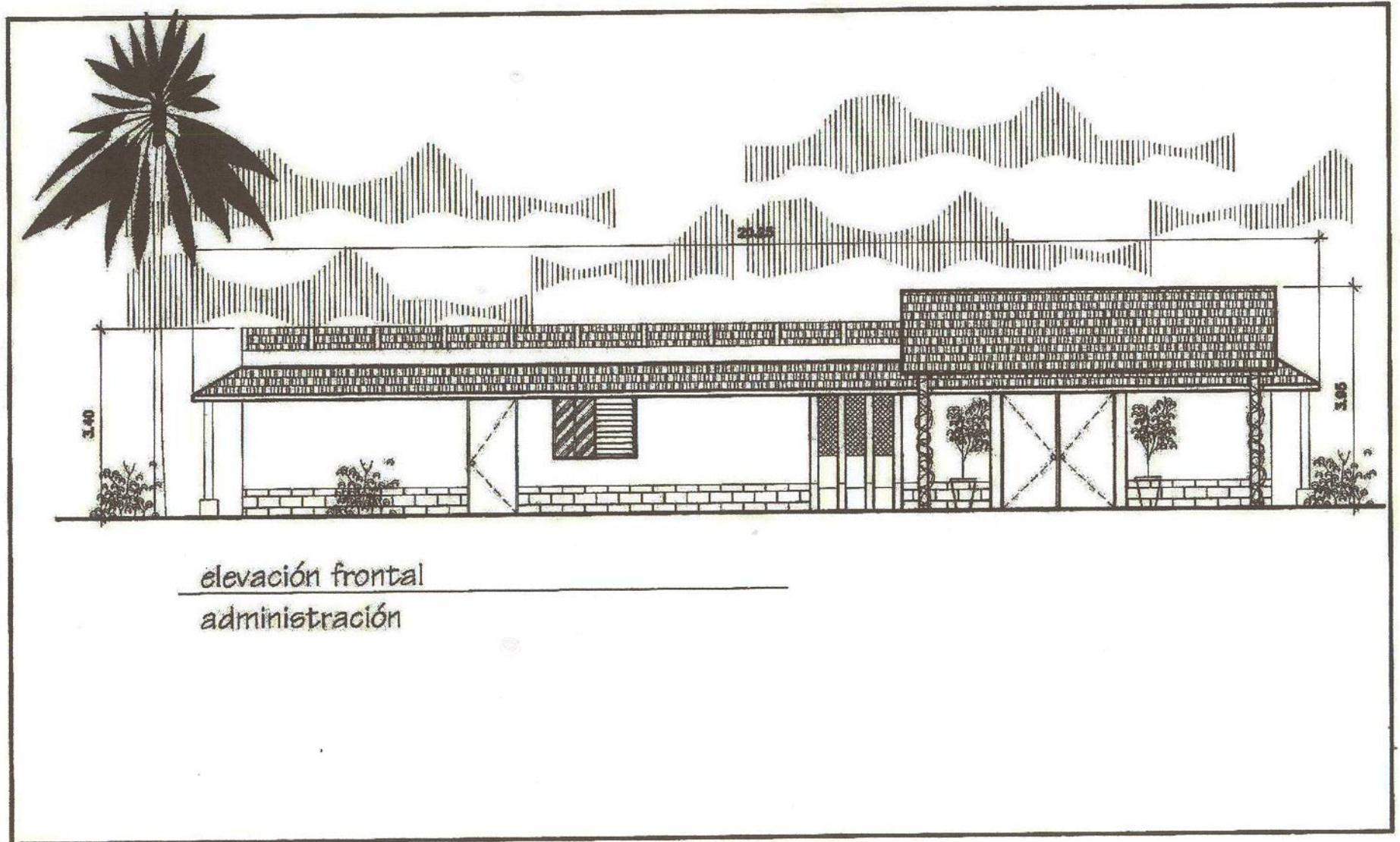
ANEXO 14
PROPUESTA DEL FRENTE DEL SERVICIO SANITARIO,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



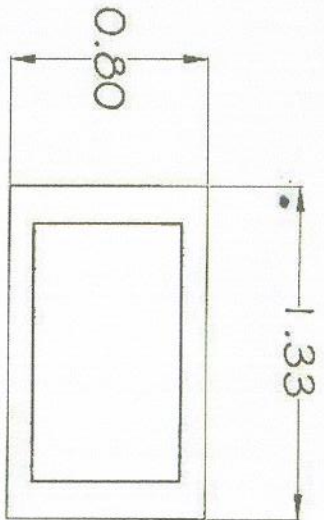
ANEXO 15
PROPUESTA DE LA PLANTA DEL EDIFICIO ADMINISTRATIVO,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



ANEXO 15
PROPUESTA DEL EDIFICIO ADMINISTRATIVO,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

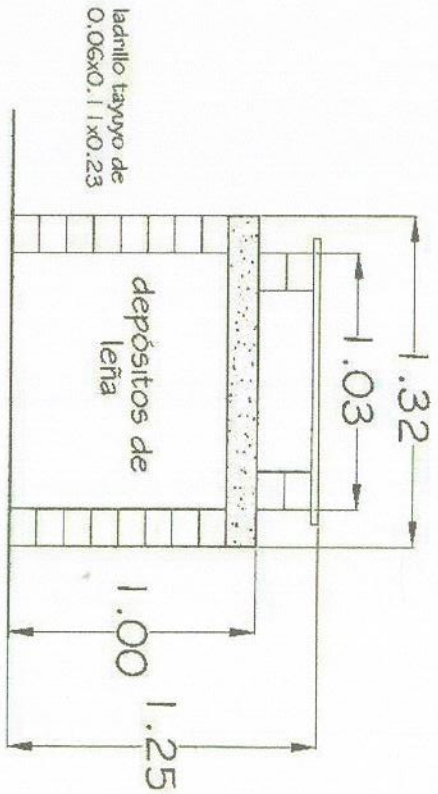


ANEXO 16
PROPUESTA DE CHURRASQUERA,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



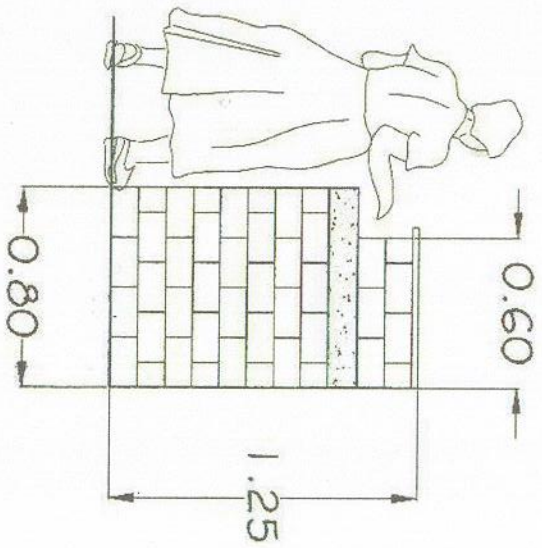
PLANTA DE CHURRASQUERA

ESCALA 1:25



ELEVACION CHURRASQUERA

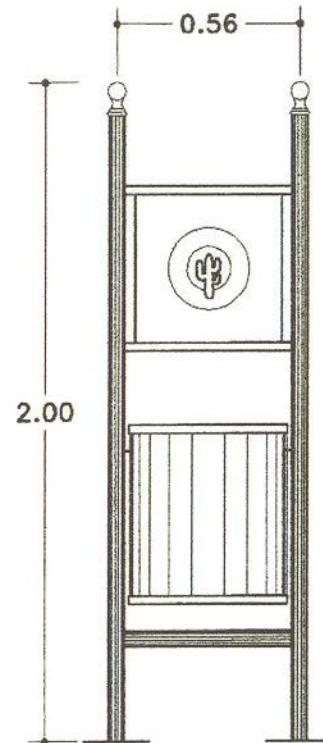
ESCALA 1:25



PERFIL CHURRASQUERA

ESCALA 1:25

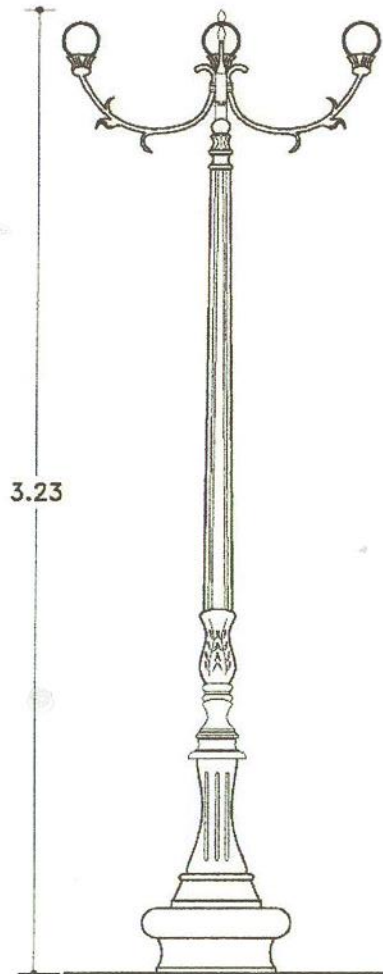
ANEXO 17
PROPUESTA DE DEPÓSITO DE BASURA,
PARA “EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA”
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



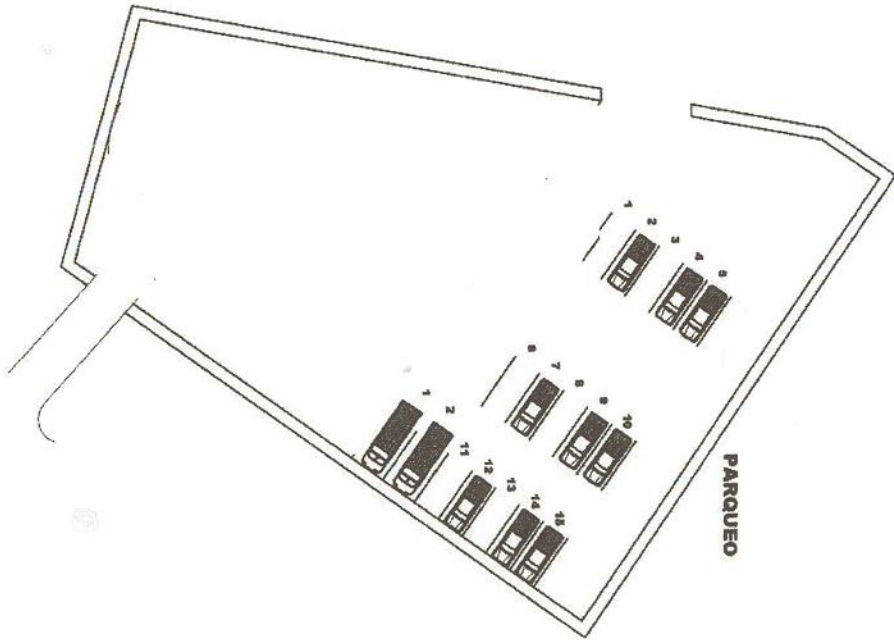
DETALLE BASURERO

ESCALA 1/20

ANEXO 18
PROPUESTA DE LÁMPARA PARA ALUMBRADO PÚBLICO,
PARA “EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA”
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



ANEXO 19
PROPUESTA DE PARQUEO,
PARA "EL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA"
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA



PLANTA DE PARQUEO

Escala 1/500

ANEXO 20
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA FINCA LA LAGUNA Y
SUS ALREDEDORES
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Se está llevando a cabo un estudio para conocer cual es la situación de la Laguna Monja Blanca, por lo que se le agradecerá que responda las siguientes interrogantes que se presentan a continuación. (La información que proporcione será manejada con total confidencialidad)

Fecha: _____

DATOS GENERALES

Profesión u oficio: _____

Sexo: Masculino _____ Femenino _____

Edad: 18 – 22 años 33 – 37 años 48 – 52 años 63 a más años
23 – 27 años 38 – 42 años 53 – 57 años
28 – 32 años 43 – 47 años 58 – 62 años

1. ¿Es usted originario del municipio de Palencia? Si No

2. ¿Conoce la Laguna Monja Blanca? Si No
(La respuesta debe de ser SI, de lo contrario se finaliza la entrevista)

3. ¿Está siendo beneficiado económicamente por la Laguna Monja Blanca?
Si No

4. ¿Para usted, cuál de los siguientes factores influyen en que la Laguna Monja Blanca NO se ha dado a conocer como destino turístico?

- Falta de interés de la población
 - Falta de interés de las autoridades municipales
 - Falta de interés de la población y las autoridades municipales
 - Falta de recursos económicos
 - Otros: (Especifique)
-

5. ¿Le gustaría que la Laguna Monja Blanca fuera un parque ecoturístico?

Si (Pase a 5.1) No

5.1. ¿Sí se diera a conocer la Laguna Monja Blanca como un parque ecoturístico que beneficios le gustaría obtener?

Trabajo en el parque Acceso al lugar ecoturístico

Ofrecer sus productos directamente a turistas

Otros: _____

6. ¿El estado actual de la Laguna Monja Blanca es:

Malo Regular Bueno

7. ¿Quién considera que es el responsable de dar mantenimiento a la Laguna Monja Blanca?

- Municipalidad
- Población
- Municipalidad y población

Otro:

(especifique) _____

8. ¿Estaría dispuesto a colaborar para mejorar la Laguna Monja Blanca?

Si (Pase 8.1) No

8.1 Indique de que manera estaría dispuesto a colaborar para mejorar la Laguna Monja Blanca:

- Proporcionando su mano de obra
- Invirtiendo su dinero
- Otro: (Especifique)

9. ¿Le interesaría recibir capacitación sobre ecoturismo?

Si No

10. ¿Quién considera que debe administrar la Laguna Monja Blanca?

Municipalidad

ONG

Vecinos

Otro: (especifique)

11. ¿Se trabaja algún tipo de artesanía en el municipio?

Si (Pase a la 11.1) No

11.1 ¿Qué tipo de artesanía fabrica/elabora?

12. ¿Qué producto / servicio le gustaría ofrecer en este centro turístico?

- Artesanías
- Alimentos
- Otros:(Especifique)

13. ¿Qué áreas le gustaría existieran en el centro turístico?

- Pequeño zoológico
- Paseos a caballo
- Otro:(Especifique) _____

Comentarios: _____

ANEXO 21
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD CAPITAL

ZONA ()

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Se está realizando un estudio de mercados para conocer las preferencias de los habitantes de la ciudad capital sobre lugares ecoturísticos. Por lo que le agradecería su colaboración

Fecha: _____

DATOS GENERALES

Profesión u oficio:

Sexo: Masculino Femenino

Edad: 18 – 22 años 33 – 37 años 48 – 52 años 63 a más años
23 – 27 años 38 – 42 años 53 – 57 años
28 – 32 años 43 – 47 años 58 – 62 años

1. ¿Conoce lugares ecoturísticos cercanos a la ciudad capital?

Si No

(La respuesta debe ser Sí de lo contrario pase a la pregunta 6)

2. Indique ¿Qué lugares y a qué distancia conoce?

3. De los lugares ecoturísticos que ha visitado ¿a tenido que pagar una tarifa?

SI (Pase 3.1) NO

3.1 Indique el monto de la tarifa:

Q.1.00 a Q.5.00
Q.16.00 a Q.20.00

Q.6.00 a Q.10.00
Q.21.00 a Q.25.00

Q.11.00 A Q.15.00

Otro: Indique

3.2 El precio que pagó, ¿lo considera adecuado?

Si

No

Pase 3 .2.1

3.2.1 ¿Cuál es la tarifa que considera adecuada para el ingreso a lugares ecoturísticos?

4. ¿Qué le agradó del lugar?

5. ¿Qué no le gustó del lugar?

(Pase a la pregunta 7)

6. ¿Le gustaría tener un lugar ecoturístico en el Departamento de Guatemala?

Si

No

7. ¿Cuáles serían los atractivos que a usted le gustaría que tuviera un lugar ecoturístico?

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

9. ¿Le gustaría hospedarse en el lugar? Si No

10. ¿Cómo se entera de la existencia de los posibles lugares a visitar?

Agencia de viajes	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Periódicos	<input type="checkbox"/>	Televisión	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>		

10.1 Identifique (¿Qué Periódico?, ¿Qué emisora de radio? o ¿Qué canal de televisión?)

Agencia de viajes: _____

Periódicos: _____

Radio: _____

Televisión: _____

Otro: _____

11 ¿Cuándo sale de viaje consulta alguna revista o periódico para enterarse de lugares a visitar

Si No

ANEXO 22
COSTO DEL ESTUDIO DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL
DEL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA
MUNICIPIO DE PALENCIA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

ARQ. GUSTAVO ADOLFO MAYEN HERRERA
OFERTA TÉCNICA Y FINANCIERA
EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

FUNDACIÓN DEL PARQUE
ECOTURÍSTICO
LAGUNA MONJA BLANCA

GUATEMALA, ABRIL 2006

ANEXO 23
 CRONOGRAMA PROPUESTO PARA EL PRIMER AÑO
 DEL PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA MONJA BLANCA
 AÑO 2006

La programación corresponde a los objetivos y estrategias propuestas en el programa de acción, los cuales tienen un plazo máximo de un año para la realización de las actividades

PRIMERA FASE

No.	Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1	Contacto con autoridades y población	X	X										
2	Creación de la fundación	X	X	X									
3	Tener un costo del proyecto		X										
4	Agenciarse de fondos		X	X	X								
5	Capacitación constante y gratuita para las autoridades municipales y pobladores	X	X	X	X								
6	Creación de la infraestructura necesaria de la fundación y la inversión privada			X	X	X	X						
7	Contratación del personal de la fundación y la inversión privada						X						

SEGUNDA FASE

No.	Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
8	Preparación de la campaña promocional			x	x								

TERCERA FASE

No.	Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
9	Poner en funcionamiento el Parque Ecoturístico Laguna Monja Blanca				x	x	x	x	x	x	x	x	x
10	Poner en marcha el proyecto y campaña promocional					x	x	x	x	x	x	x	x

Fuente: elaboración propia, abril de 2006