



Universidad San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

**DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS
TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRASILAR, MUNICIPIO DE CAMOTÁN,
DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**

Fredy René Ramírez Salazar

Asesorado por el Ing. Francisco Raúl Cárdenas López

Guatemala, noviembre de 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS
TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRASILAR, MUNICIPIO DE CAMOTÁN,
DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA
POR

FREDY RENÉ RAMÍREZ SALAZAR

ASESORADO POR EL ING. FRANCISCO RAÚL CÁRDENAS LÓPEZ

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERO INDUSTRIAL

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2012

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Ing. Murphy Olympto Paiz Recinos
VOCAL I	Ing. Alfredo Enrique Beber Aceituno
VOCAL II	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
VOCAL III	Inga. Elvia Miriam Ruballos Samayoa
VOCAL IV	Br. Juan Carlos Molina Jiménez
VOCAL V	Br. Mario Maldonado Muralles
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO	Ing. Murphy Olympto Paiz Recinos
EXAMINADOR	Ing. Hernán Leonardo Cortés Urioste
EXAMINADOR	Ing. César Augusto Akú Castillo
EXAMINADORA	Inga. Norma Ileana Sarmiento Zeceña
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

En cumplimiento con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

**DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS
TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRASILAR, MUNICIPIO DE CAMOTÁN,
DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**

Tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, con fecha 18 de enero de 2012.



Fredy René Ramírez Salazar

Guatemala, 09 de agosto de 2012

Ingeniero
César Ernesto Urquizú Rodas
Director
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Ingeniero Urquizú:

Respetuosamente me dirijo a usted, para someter a su consideración el Trabajo de Graduación del estudiante FREDY RENÉ RAMÍREZ SALAZAR, previo a obtener el título de Ingeniero Industrial.

El trabajo en referencia se titula DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRASILAR, MUNICIPIO DE CAMOTÁN, DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA, mismo que he asesorado y revisado, el cual apruebo en vista que llena satisfactoriamente los requisitos correspondientes.

Con toda consideración me suscribo de usted,

Atentamente,


Francisco Raúl Cárdenas López
INGENIERO INDUSTRIAL
COLEGIADO No. 5855



REF.REV.EMI.194.012

Como Catedrático Revisor del Trabajo de Graduación titulado **DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRÁSILAR, MUNICIPIO DE CAMOTAN, DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**, presentado por el estudiante universitario **Fredy René Ramírez Salazar**, apruebo el presente trabajo y recomiendo la autorización del mismo.

ID Y ENSEÑAD A TODOS

INGA. KARLA MARTÍNEZ
Colegiada 5,706

Inga. Karla Lizbeth Martínez Vargas
Catedrática Revisora de Trabajos de Graduación
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Guatemala, septiembre de 2012.

/mgp



El Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer el dictamen del Asesor, el Visto Bueno del Revisor y la aprobación del Área de Lingüística del trabajo de graduación titulado **DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRASILAR, MUNICIPIO DE CAMOTÁN, DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**, presentado por el estudiante universitario **Fredy René Ramírez Salazar**, aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Ing. César Ernesto Urquizú Rodas
DIRECTOR
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial



Guatemala, noviembre de 2012.

/mgp



El Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer la aprobación por parte del Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, al trabajo de graduación titulado: **DESARROLLO DE UN PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL BALNEARIO DE AGUAS TERMALES EL BRASILAR, EN ALDEA EL BRASILAR, MUNICIPIO DE CAMOTÁN, DEPARTAMENTO DE CHIQUIMULA**, presentado por el estudiante universitario: **Fredy René Ramírez Salazar**, autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE.

Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos
Decano



Guatemala, noviembre de 2012

/gdech

ACTO QUE DEDICO A:

Dios

“Su loor permanece para siempre.

He aquí que el temor del Señor es la sabiduría, y el apartarse del mal la inteligencia”. Job 28,28.

Mis Padres

Julio Ramírez Carrera (q.e.p.d.) y Olga Argentina Salazar Vda. de Ramírez, por ser las personas que han inculcado en mí, valores morales que me han guiado durante el transcurso de mi vida.

Mis hermanos

Gustavo Adolfo, Amando Mauricio (q.e.p.d.), Julio Nefalí Ramírez Salazar, Edwin Leonel (q.e.p.d.) y Elder Alcides Ramírez Salazar.

Mi abuela

Zoila Josefina Hernández (q.e.p.d.)

Mis cuñadas

Lesbia Guadalupe Castellón de Ramírez, Olimpia Fajardo Marroquín Vda. Ramírez, Marixsa de Jesús Guzmán de Ramírez, Blanca Eugenia Rodas de Ramírez, por el cariño transmitido.

Mis tíos

Raúl Salazar (q.e.p.d.), Rosa Elida Hernández
Ángela Hernández, Roberto Antonio
Hernández, Julio David Cacheo.

Mis sobrinos

Adolfo Rubén Ramírez Castellón, Edwin
Gustavo Ramírez Castellón, Vivian Andrea
Ramírez Fajardo, Marissa Rossybel Ramírez
Guzmán, Mauricio Leonel Ramírez Guzmán,
Katherinne Nicolle Ramírez Rodas, Allison
Daniela Ramírez Rodas.

Mis catedráticos

Por su aporte en mi superación académica.

Mis compañeros y amigos

Por su apoyo en especial a las licenciadas
Edna Amarilis Enríquez Calderón, Olga Marina
Manzanares Aguirre, Ingeniero Luis Antonio
Peláez Pérez y Arquitecto Esaú Beltrán
Marcos.

**Universidad de San Carlos
de Guatemala**

En especial a la Facultad de Ingeniería.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	V
GLOSARIO	VII
RESUMEN	VIII
OBJETIVOS	X
INTRODUCCIÓN	XII
1. GENERALIDADES	1
1.1. Cálculo poblacional por el método de crecimiento geométrico..	2
1.1.1. Tasa de crecimiento poblacional	2
1.2. Estructura organizacional de la Junta Directiva del balneario El Brasilar	5
1.2.1. Organigrama	5
1.2.2. Misión de la Junta Directiva	7
1.2.3. Visión de la Junta Directiva	7
1.2.4. Objetivos	7
1.2.5. Valores de la Junta Directiva.....	8
1.2.6. Valores personales de los integrantes de la Junta Directiva	8
1.2.7. Marco jurídico	8
1.3. Situación geográfica	9
1.3.1. Ubicación	9
1.3.2. Ruta con destino al balneario El Brasilar	9
1.3.3. Distancias de otros destinos turísticos de la región hacia el balneario.....	9
1.3.4. Extensión y colindancias del balneario	10

	1.3.4.1.	Extensión.....	10
	1.3.4.2.	Colindancias.....	11
1.4.		Descripción de la infraestructura del balneario	11
	1.4.1.	Portón de acceso	12
	1.4.2.	Taquilla	12
	1.4.3.	Piscinas	12
	1.4.4.	Circuito de distribución del agua que surte las piscina del balneario.....	13
	1.4.5.	Ranchos	14
	1.4.6.	Jardinización	15
	1.4.7.	Duchas.....	15
	1.4.8.	Servicios sanitarios.....	15
	1.4.9.	Vestidores.....	16
	1.4.10.	Energía eléctrica	16
	1.4.11.	Área de parqueo.....	16
1.5.		Reflejo gráfico	17
1.6.		Horario de atención del balneario	21
1.7.		Cuota de ingreso.....	21
1.8.		Número de visitantes mensual y por año	21
1.9.		Capacidad máxima del balneario	21
2.		CARACTERIZACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.....	23
	2.1.	Generalización del bosque húmedo subtropical (templado).....	23
	2.2.	Clima	23
	2.3.	Fisiografía	25
	2.4.	Geología y geomorfología general	25
	2.5.	Condiciones hidrológicas	25
	2.6.	Clasificación de la tierra	26
	2.7.	Paisaje natural	27
	2.8.	Flora y fauna	27

2.9.	Recurso hídrico	28
2.9.1.	Río de agua fría	28
2.9.2.	Manantial de agua termal.....	28
2.9.2.1.	Origen del agua termal	28
2.9.2.2.	Bondad del agua termal	29
2.9.2.3.	Temperatura del agua termal	29
3.	PLAN DE MERCADEO	31
3.1.	Mercado nacional	31
3.2.	Demanda potencial.....	33
3.2.1.	Mapa de posicionamiento de competencia.....	33
3.3.	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas FODA.....	34
3.3.1.	Fortalezas	34
3.3.2.	Debilidades	35
3.3.3.	Oportunidades	36
3.3.4.	Amenazas.....	37
3.3.5.	Estrategias	38
3.4.	Mezcla de mercadotecnia.....	40
3.4.1.	Producto o servicio.....	41
3.4.2.	Plaza	42
3.4.3.	Precio.....	43
3.4.4.	Promoción	43
3.5.	Selección del medio publicitario	44
3.6.	Diseño publicitario	46
3.7.	Campañas publicitarias	49
3.8.	Programaciones publicitarias.....	49
3.9.	Costo/beneficio	51
3.10.	Creación de sinergias para el desarrollo publicitario	52

4.	INSTITUCIONES QUE PROMOCIONAN Y APOYAN EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	53
4.1.	Instituciones nacionales	53
4.2.	Instituciones internacionales	58
4.3.	Otras organizaciones locales	60
5.	BENEFICIOS DIRECTOS DE LA COMUNIDAD	63
5.1.	Población beneficiada con el proyecto	63
5.2.	Comercialización	63
5.2.1.	Artesanía típica	64
5.2.2.	Folletos culturales del dialecto Ch'ortí	64
5.2.3.	Gastronomía típica	64
5.3.	Arrendamiento para festejos	64
5.4.	Crecimiento de capital	65
5.5.	Mano de obra	65
5.6.	Infraestructura	65
	CONCLUSIONES.....	67
	RECOMENDACIONES.....	69
	BIBLIOGRAFÍA.....	71
	APÉNDICES	73
	ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1.	Crecimiento poblacional geométrico (población vs. tiempo).....	4
2.	Organigrama de la Junta Directiva del balneario.....	6
3.	Circuito de recorrido del agua del balneario El Brasilar.....	14
4.	Fotografía aérea balneario El Brasilar.....	18
5.	Sector de mapa, El Brasilar, Camotán, Chiquimula.....	19
6.	Croquis Chiquimula – El Florido, sobre acceso al balneario El Brasilar.....	20
7.	Elementos de la mezcla de mercadotecnia.....	41
8.	Diseño publicitario para el balneario El Brasilar.....	48

TABLA

I.	Crecimiento poblacional geométrico aldea El Brasilar.....	3
II.	Programación publicitaria para el balneario El Brasilar.....	50

GLOSARIO

Chortí	Idioma que se habla en el oriente de Guatemala, específicamente en los municipios de La Unión, en Zacapa, así como en Jocotán y Camotán, en Chiquimula. Este idioma muestra la emigración de ciertas comunidades lingüísticas mayas muchos años atrás. Pertenece a la familia más cercana, el Chol, el cual se separó del grupo occidental aproximadamente hace tres mil años.
Mancomunidades de municipios de Guatemala	De acuerdo al Código Municipal, Decreto Número 12-2002, se establece que son asociaciones de municipios con personalidad jurídica, constituidas mediante acuerdos celebrados entre los consejos de dos o más municipios, de conformidad con la ley, para la formulación común de políticas públicas municipales, planes, programas y proyectos, la ejecución de obras y la prestación eficiente de servicios de sus competencias.
Medios publicitarios	Dentro de los medios publicitarios, se puede establecer una clasificación según su especialidad.
Plan de mercadeo	Plan diseñado para poner en ejecución las

estrategias.

Producto turístico

Está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se pone a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como un solo.

Publicidad

Anuncio para el público con el objetivo de promover el consumo de un producto o servicio.

Sinergias

Proviene del griego *synergo*, que significa: trabajo en conjunto.

Turismo de salud

Es cuando se realiza en áreas rurales, por lo general en balnearios de aguas termales, puede considerarse como una oportunidad de desarrollo turístico para comunidades pequeñas fuera de las áreas urbanas.

Turismo rural

Actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas, para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural, un componente clave del producto.

RESUMEN

El balneario El Brasilario es un modelo de aprovechamiento de los recursos naturales, administrado por la comunidad y con el afán de contribuir con este grupo social se desarrolla el presente trabajo de graduación.

En el capítulo I se da a conocer la composición del grupo social de la aldea El Brasilario, estructura organizacional de la Junta Directiva del balneario, situación geográfica, infraestructura, servicios, horario, cuota de ingreso, número de visitantes, capacidad máxima del balneario El Brasilario.

En el capítulo II se analizan las características del medio ambiente, como el entorno geográfico, los sistemas hídricos, otros elementos ambientales que conjugados dotan y hacen del balneario El Brasilario, un lugar único para la recreación en la región.

En el capítulo III se describe el plan de mercadeo del balneario El Brasilario, el cual permitirá ampliar los servicios, generar más ingresos, la distribución adecuada de las utilidades y dar mayor publicidad para atraer más turistas, incluyendo el diseño publicitario.

En el capítulo IV se identifican las instituciones locales, nacionales e internacionales que promocionan y apoyan el desarrollo turístico, desde un enfoque funcional y legal para orientar a la comunidad en la gestión de apoyo necesario que facilite la mejor proyección y administración del balneario El Brasilario.

En el capítulo V se identifican los beneficios directos de la comunidad, con la puesta en marcha del plan de mercadeo del balneario El Brasilario,

proporciona ideas para implementar nuevos servicios, comercialización de productos, artesanías y una forma de distribución e inversión de las utilidades.

OBJETIVOS

General

Promover el desarrollo turístico del balneario de aguas termales El Brasil, ubicado en la aldea El Brasil, municipio de Camotán, departamento de Chiquimula.

Específicos

1. Especificar las instalaciones, servicios y recursos naturales con que cuenta el balneario de aguas termales El Brasil.
2. Definir un plan de mercadeo, para promocionar el balneario de aguas termales el Brasil.
3. Investigar las instituciones estatales y organizaciones internacionales que apoyan proyectos de desarrollo comunitario.
4. Determinar los beneficios directos que la comunidad de la aldea El Brasil obtendrá al promocionar el desarrollo turístico del balneario de aguas termales El Brasil.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio, tiene como propósito desarrollar un plan de mercadeo turístico del balneario de aguas termales El Brasil, localizado en la aldea El Brasil, municipio de Camotán, departamento de Chiquimula, a fin de poner a disposición de la comunidad una herramienta de consulta que les permita administrar de manera más técnica dicho balneario.

En el desarrollo de este trabajo, se identificaron, analizaron y evaluaron todos los elementos que dan vida a la comunidad y que influyen directamente en la existencia y administración del balneario El Brasil, que desde su origen fue concebido como un proyecto comunitario; con el fin de aprovechar las bondades del agua termal que brota de un cerro cercano.

Se identifica la Junta Directiva como el ente de administración y ejecución. Se hace una descripción de las instalaciones, los servicios que ofrece, la oferta y demanda, usuarios, recursos naturales, medidas de mitigación, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan al balneario.

En ese orden, se desarrolla el plan de mercadeo para el balneario El Brasil, que incluye el diseño publicitario, una programación publicitaria planificada para un semestre en los distintos medios de comunicación de la región, con su respectivo análisis de costo beneficio, con el propósito de promocionar el balneario a nivel nacional.

La implementación de otras actividades recreativas compatibles con los baños termales, dentro del balneario El Brasil, que permitan el mejor uso y mayor aprovechamiento de los recursos naturales con que cuenta el inmueble, tales como *canopi*, pesca artesanal entre otros, considerados como atractivos

turísticos que generen mayor afluencia de visitantes por consiguiente mejores ingresos.

Asimismo, se identifican las instituciones locales, nacionales e internacionales que pueden involucrarse en el mejoramiento de dicho balneario, que se reflejará en mejorar la calidad de vida de los habitantes directamente involucrados en su administración y en los colaterales como el comercio, hoteles o restaurantes; se proyectó el retorno de la inversión para el mantenimiento de la infraestructura, recomendándose las medidas legales, para proteger el recurso hídrico como principal producto o servicio que brinda el balneario El Brasilar.

1. GENERALIDADES

El presente trabajo pretende desarrollar un plan de mercadeo turístico del balneario de aguas termales El Brasilar, localizado en la aldea El Brasilar, municipio de Camotán, departamento de Chiquimula, lo que hace necesario dar a conocer las generalidades de la población local de dicha aldea, a fin de identificar los posibles beneficios.

La población que conforma el grupo social de la aldea El Brasilar descende de la etnia maya Chortí, quienes se asentaron en las tierras del oriente del país, cuya principal actividad económica era la industria del proceso de extracción de la piedra de cal, la cual era aprovechada por la abundancia de grutas volcánicas del lugar, en menor medida se dedicaban a la elaboración de productos artesanales consistente en: petates, redes, lasos, canastos, ollas y una tinta a la cual denominaban *ajikilic* que utilizaban para teñir las prendas de vestir.

La lengua materna es el Chortí; sin embargo, predomina el español, en pocos casos se observan personas que tienen la característica de ser bilingüe, en la actualidad se ha visto un descenso en los parlantes Chortí. En cuanto a la religión que profesan un 80% son católicos y el restante 20% pertenecen a diversas iglesias evangélicas.

Los visitantes del balneario El Brasilar pueden degustar de diversos platillos lugareños, por la tradicional forma en que los preparan, entre ellos se citan: el caldo de gallina criolla, preparados de hierbas silvestres como: el chipilín, bledo, quilete, los cuales se cultivan en el lugar.

1.1. Cálculo poblacional por el método de crecimiento geométrico

El método que se adecúa al cálculo del crecimiento poblacional de la aldea El Brasil es el geométrico. Tomando en consideración que los datos poblacionales de la referida aldea datan del 2002, según fuente del Instituto Nacional de Estadística (INE), del XI Censo Poblacional y VI de Habitación. Para efectos del presente estudio, fue necesario determinar la población local proyectándola del 2004 al 2012 a través de la fórmula $P=P_1(R+1)^n$; en donde, P_1 es la población del censo 2002; P es la población proyectada a los años posteriores; R es la tasa de crecimiento geométrico y n es el tiempo en años, los resultados poblacionales obtenidos se detallarán gráficamente, una vez indicada la tasa de crecimiento poblacional utilizada.

1.1.1. Tasa de crecimiento poblacional

Según fuente del Instituto Nacional de Fomento Municipal (INFOM), la aldea El Brasil ha tenido un crecimiento poblacional anual equivalente a una tasa del 2,112% con relación al último censo poblacional realizado en el 2002, según se representa en la tabla I, que se desarrolla con la presente fórmula:

$$P = P_1 (R+1)^n$$

$$P_1 = 316$$

$$P = X$$

$$R = 2,112 \%$$

$$n = 2$$

El desarrollo de la fórmula anterior, en aplicación de los datos consignados, da el resultado del crecimiento poblacional de la aldea El Brasil computado a partir del 2002 y sucesivamente hasta el 2012, el cual se

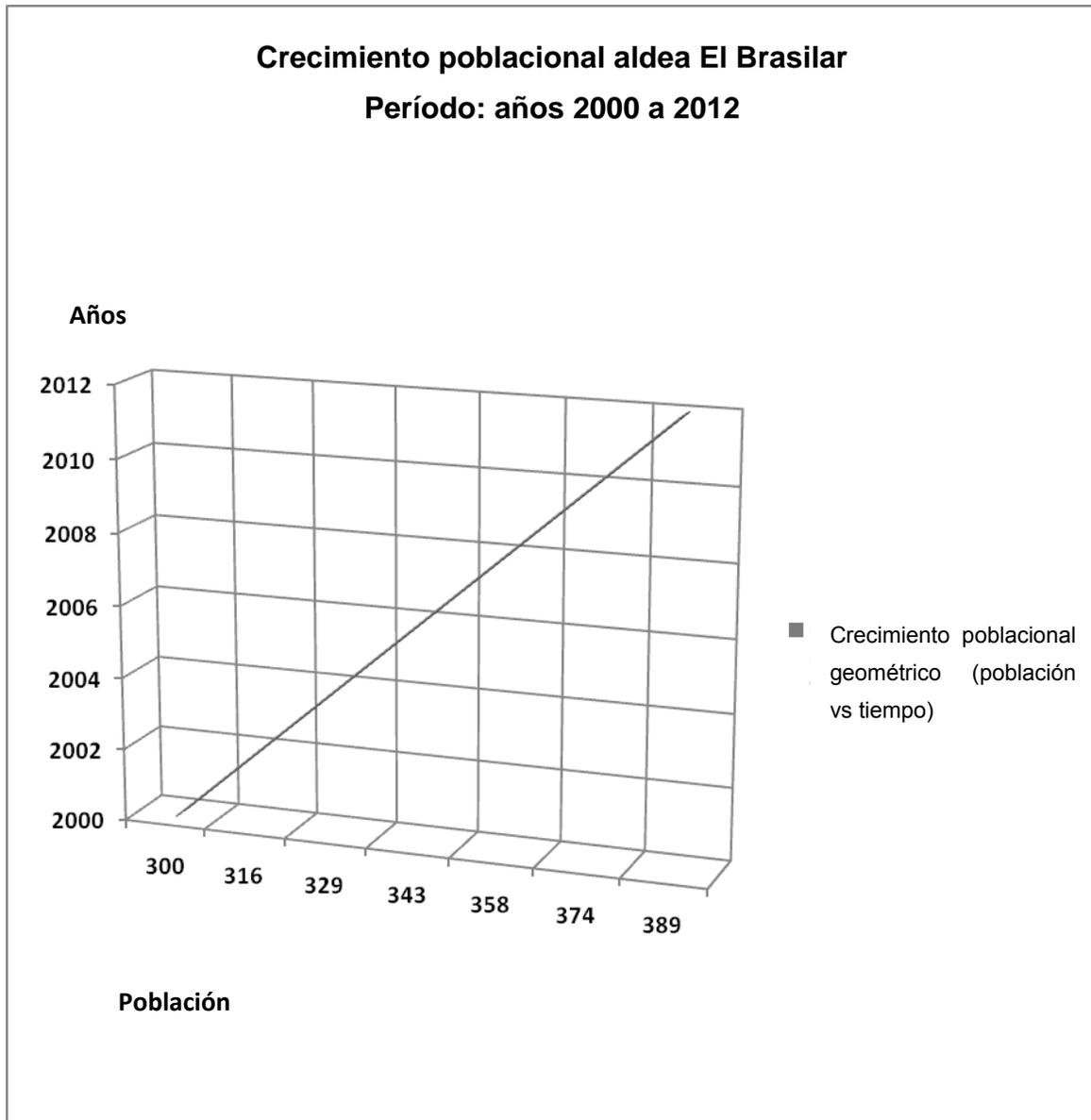
calculó en intervalos de tiempo de 2 años, determinándose el resultado que se representa en la tabla I.

Tabla I. **Crecimiento poblacional geométrico
aldea El Brasilar**

AÑO	2002	2004	2006	2008	2010	2012
POBLACIÓN	316	329	344	358	374	389

Fuente: elaboración propia.

Figura 1. **Crecimiento poblacional geométrico (población vs tiempo)**



Fuente: elaboración propia.

1.2. Estructura organizacional de la Junta Directiva del balneario El Brasil

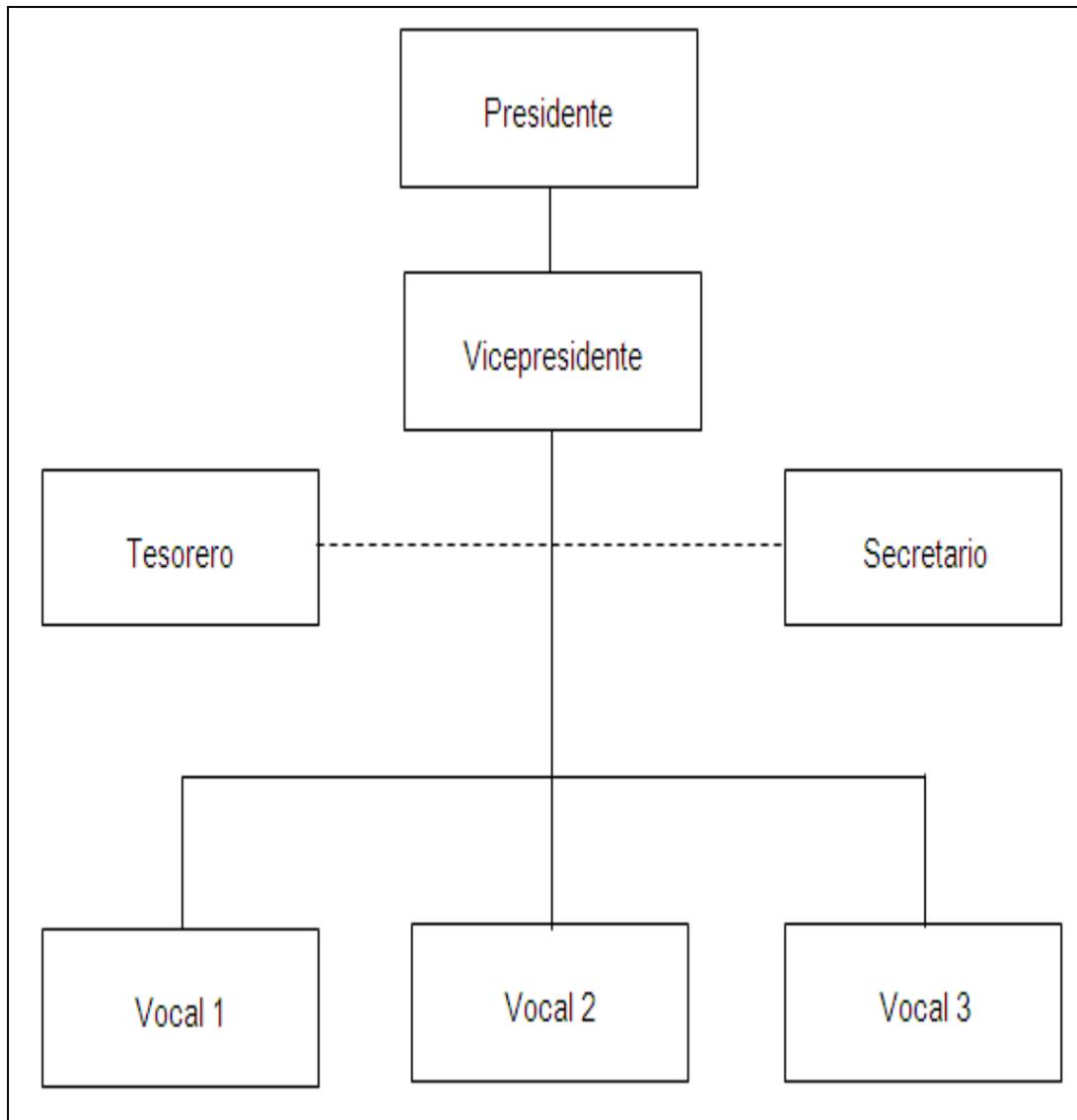
La aldea El Brasil del municipio de Camotán, departamento de Chiquimula, atendiendo la organización política y administrativa del país, cuenta con un Comité de Desarrollo Local, el que a su vez rige la conformación de la Junta Directiva del balneario El Brasil, que según sus estatutos celebra cada dos años su Asamblea General, integrada por más de 250 vecinos, mayores de edad, con voz y voto para elegir a dicha Junta, a la cual se le encomienda la administración del balneario El Brasil, misma que está conformada por 7 miembros que ocupan los cargos siguientes:

- Un presidente
- Un vicepresidente
- Un secretario
- Un tesorero
- Tres vocales

1.2.1. Organigrama

La descripción de la integración de la Junta Directiva del balneario El Brasil, se muestra a través de una representación gráfica del conjunto de unidades funcionales de dicha organización, la cual se encuentra organizada como lo muestra la figura 2.

Figura 2. Organigrama de la Junta Directiva del balneario El Brasil



Fuente: elaboración propia.

1.2.2. Misión de la Junta Directiva

Administrar eficazmente los bienes y recursos patrimoniales del balneario El Brasilar, para garantizar su auto sostenibilidad en beneficio del desarrollo y el bien común de los habitantes locales.

1.2.3. Visión de la Junta Directiva

Conformar un modelo de administración comunitaria que promueva positivamente el desarrollo en su jurisdicción territorial, a través del aprovechamiento de los recursos naturales de la comunidad, brindando al turista una alternativa de recreación y salud en instalaciones adecuadas.

1.2.4. Objetivos

- Crear un modelo de empresa comunitaria, que permita establecer un negocio sobre la base del aprovechamiento de los recursos naturales de la localidad, que a su vez genere fuentes de trabajo directas e indirectas.
- Administrar eficazmente los recursos naturales de la comunidad, protegiendo y mejorando el medio ambiente.
- Promover a nivel nacional, la empresa comunitaria baños termales El Brasilar de la aldea El Brasilar, municipio de Camotán, departamento de Chiquimula.

1.2.5. Valores de la Junta Directiva

- Integridad
- Identidad
- Armonía
- Directrices
- Comunicación
- Animo de conservación

1.2.6. Valores personales de los integrantes de la Junta Directiva

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Lealtad
- Disciplina
- Ideología

1.2.7. Marco jurídico

El Consejo Local de Desarrollo de la aldea El Brasil, está constituido de conformidad con lo regulado en la Ley de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, para el desarrollo de la comunidad, en consecuencia delega la administración del balneario El Brasil a la Junta Directiva, quienes se rigen por sus propios estatutos y rinde informes de su actuación periódicamente a dicho consejo.

1.3. Situación geográfica

La situación geográfica del balneario El Brasil está condicionada por los factores que a continuación serán mencionados.

1.3.1. Ubicación

El balneario El Brasil se ubica en la aldea El Brasil, en jurisdicción municipal de Camotán, departamento de Chiquimula, en la Región III, nororiente de la República de Guatemala a una distancia de 208 kilómetros de la ciudad capital.

1.3.2. Ruta con destino al balneario El Brasil

Al dirigirse al balneario El Brasil el visitante debe conducir sobre la ruta maya, tomando como punto de partida la cabecera departamental de Chiquimula, por la carretera CA-10 carretera de la Fe, por el rumbo suroriente hasta el kilómetro 179, aldea Vado Hondo, punto de bifurcación con la carretera CA-11, a partir de allí rumbo a la frontera con la República de Honduras 25 kilómetros hasta el municipio de Camotán y 2 kilómetros más adelante sobre la misma carretera se encuentra la aldea El Brasil, y a 100 metros de la cinta asfáltica está el balneario El Brasil.

1.3.3. Distancias de otros destinos turísticos de la región hacia el balneario

Tomando como punto de partida los sitios turísticos que se detallan a continuación, con destino al balneario El Brasil, se presenta la distancia en kilómetros que el turista debe recorrer.

• Sitio turístico	Distancia
○ Basílica del Cristo Negro en Esquipulas	74 km
○ Museo Paleontológico de Estanzuela	63 km
○ Laguna en el volcán de Ipala, municipio de Ipala	66 km
○ Ruinas de Copán, Santa Rosa de Copán, de Honduras	43 km
○ Ciudad Capital de Guatemala	211 km

1.3.4. Extensión y colindancias del balneario

Para efectos del presente estudio fue necesario dar a conocer la extensión total del terreno del balneario El Brasil, así como las colindancias, información que hace permisible idear y proponer proyectos alternos de atracción turística a fin de disponer su mejor uso y mayor aprovechamiento en beneficio de la misma comunidad.

1.3.4.1. Extensión

La extensión territorial en metros cuadrados del balneario El Brasil es de 1,319 mts², misma que el usuario puede hacer uso en todo su ambiente, desde las piscinas haciendo todo el recorrido hasta llegar a las riberas del río Jupilingo y, como se indicará en el desarrollo del presente estudio podrá ser utilizada en la implementación de actividades alternas como cabalgatas, recorridos en moto, área de *camping*, pesca, entre otros.

1.3.4.2. Colindancias

Conocer las colindancias del terreno del balneario El Brasil, resulta de mucha utilidad para demarcar el perímetro de la propiedad, en razón del mismo implementar sistemas y medidas de seguridad, así como conocer los recursos naturales aprovechables del lugar. Según los puntos cardinales están limitadas de la manera siguiente:

- Norte: río Jupilingo
- Sur: carretera CA-11, campo de fútbol de por medio
- Este: restaurante propiedad privada
- Oeste: Escuela Nacional Primaria Urbana

1.4. Descripción de la infraestructura del balneario

El balneario El Brasil ofrece una fantástica experiencia turística sus instalaciones han sido acondicionadas de manera que el visitante las disfrute en interrelación con la naturaleza a fin de proporcionar una estancia grata y agradable; en el lugar el turista puede disfrutar de las 7 piscinas de aguas termales, y a la vez degustar platillos típicos de la región.

En su estadía, el visitante puede observar el recorrido constante del agua que surte a las piscinas, caminar a la orilla del río, el puente de hamaca que lo atraviesa y todo el entorno natural del lugar; la experiencia en el horario nocturno invita al turista a la relajación bajo la luz de la luna, un servicio poco común en los centros turísticos nacionales.

En sus instalaciones se ha tenido el especial cuidado de utilizar materiales obtenidos de la misma naturaleza, pero, para una mejor comprensión de la infraestructura que ofrece el balneario El Brasil, se hace una breve descripción del mismo.

1.4.1. Portón de acceso

Éste es de estructura metálica, apoyado en 2 columnas de concreto reforzado, conformado por 2 puertas, las cuales se abren y se cierran de forma manual por el personal administrativo en el orden que ingresan los visitantes.

1.4.2. Taquilla

Es una caseta de control de cobro, construida de paredes de block, techo de lámina galvanizada, una puerta, una ventana y la correspondiente ventanilla de cobro, la cual es atendida por un miembro de la Junta Directiva del balneario, contra el pago de la cuota de ingreso de Q.10,00 por persona, extendiéndosele al visitante un *ticket* autorizado por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT).

1.4.3. Piscinas

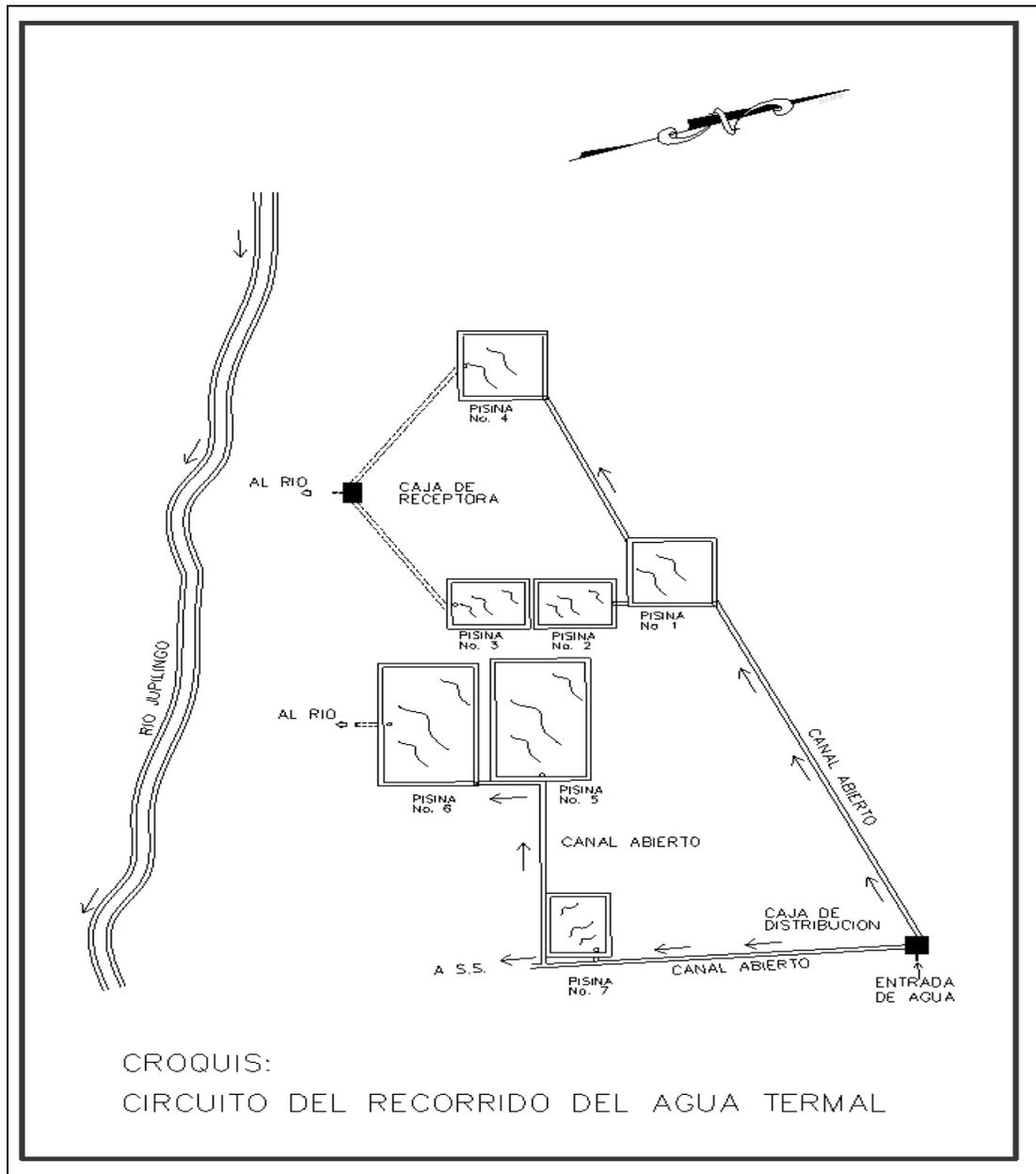
Las piscinas de aguas termales son el principal atractivo turístico del balneario El Brasil, a las cuales se le atribuyen propiedades curativas en el tratamiento alternativo de diversas enfermedades, según fuente propia, resultado de varias entrevistas realizadas a personas, que en un día común visitaban y utilizaban las instalaciones.

Al proyectarse la remodelación del balneario, la Junta Directiva consideró para atender una mayor afluencia de visitantes, la implementación de 7 piscinas que se surten de aguas termales diariamente, las cuales son limpiadas todos los días antes del amanecer.

1.4.4. Circuito de distribución del agua que surte las piscinas del balneario

Las aguas termales que se utilizan en el balneario El Brasil, provienen del cerro Tichajté, por lo que, para su aprovechamiento fue necesario implementar un circuito de distribución, partiendo del conducto principal a través de 2 ramales de canales de concreto que abastecen las piscinas, el cual fue construido para que conforme el recorrido del agua ésta vaya alcanzando una temperatura adecuada para la utilización del cuerpo humano, cabe aclarar que el agua de las piscinas es de fluido continuo con desembocadura en el río Jupilingo. Dicho recorrido se describe en el esquema de la figura 3.

Figura 3. Circuito de recorrido del agua del balneario El Brasil



Fuente: elaboración propia.

1.4.5. Ranchos

En las instalaciones se construyeron 3 ranchos, con paredes de troncos de bambú, madera de pino, techo de palma y piso de laja, cada una acondicionada con una churrasquera, mesas y sillas.

1.4.6. Jardinización

El balneario El Brasil ofrece a quienes lo visitan una infraestructura agradable a la vista, pues, la ornamentación con que cuenta a nivel general contrasta con la jardinización de grama, arecas, palmeras, chilcos y demás flora del lugar, la cual está protegida por una cerca de madera rústica apreciándose así, el cuidado especial que la administración realiza para su mantenimiento y conservación.

1.4.7. Duchas

El uso de las duchas está implementado como una norma de observancia obligatoria, para los usuarios antes de introducirse a las piscinas de aguas termales como medida de higiene; por ello, en las instalaciones se cuenta con un espacio adecuado para ese fin.

1.4.8. Servicios sanitarios

Los servicios sanitarios son necesarios e indispensables en todo espacio de recreación humana, en consecuencia el balneario cuenta con un área de servicios sanitarios; tanto para damas como para caballeros, con lo cual se garantiza la higiene y salud de los usuarios, cabe destacar que por la

naturaleza de este proyecto las aguas negras son tratadas por un biogestor para evitar la contaminación del ambiente.

1.4.9. Vestidores

El área de vestidores cumple la función de garantizar la comodidad y privacidad que todo visitante requiere en los espacios de esparcimiento, como tal el balneario el Brasilar cuenta con áreas de vestidores para damas y caballeros.

1.4.10. Energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica está conformado por 17 postes, cables aéreos y focos de luz amarilla y blanca, que permiten iluminar toda el área del balneario El Brasilar, especialmente en horario nocturno, que por el clima de la región es más frecuentado que durante el día, por lo que contar con este servicio es más que indispensable para el funcionamiento de estas instalaciones.

1.4.11. Área de parqueo

El balneario el Brasilar, cuenta con un área de parqueo para el estacionamiento de diversos tipos de vehículos, cuyo espacio físico está señalizado, con franja de color amarillo, su capacidad es suficiente para vehículos automotores livianos y un espacio especial para el estacionamiento de motocicletas.

1.5. Reflejo gráfico

El reflejo gráfico del área de localización de la aldea El Brasil, permite identificar y mostrar el balneario El Brasil, como una imagen y a su vez visualizar todos los elementos que lo conforman en su conjunto, tanto interno como externo, desde una perspectiva aérea recabada por el sistema google earth, lo que permite representar vías de acceso, ríos, puente de hamaca, áreas boscosas, urbanizaciones, caminos, límites, colindancias.

Figura 4. **Fotografía aérea balneario El Basilar**



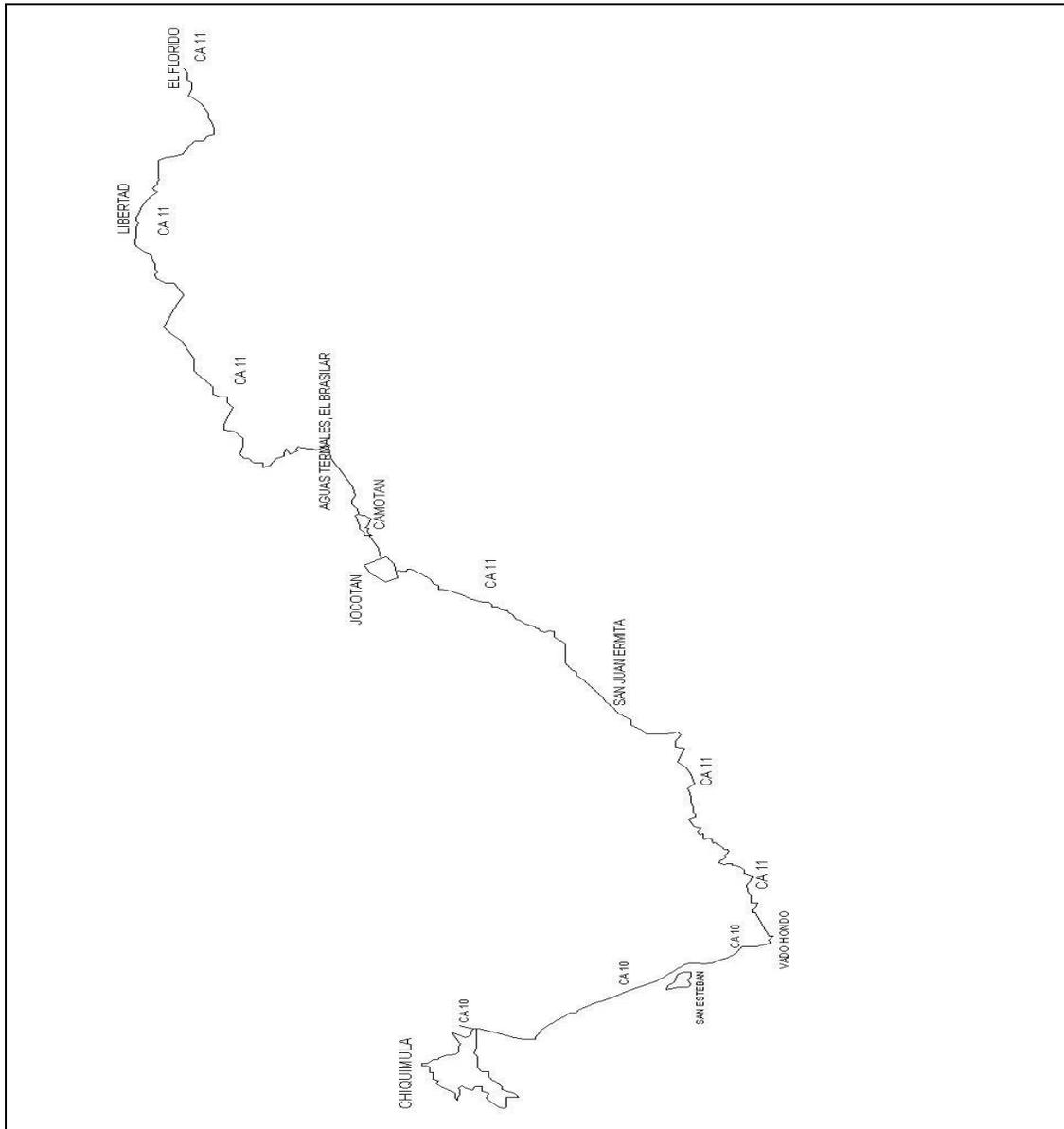
Fuente: google earth. Consulta: 15 de octubre de 2011.

Figura 5. Sector de mapa, El Brasilar, Camotán, Chiquimula



Fuente: mapa 1:50000 Instituto Geográfico Nacional (IGN).

Figura 6. **Croquis Chiquimula -- El Florido, sobre acceso al balneario El Brasilar**



Fuente: elaboración propia.

1.6. Horario de atención del balneario

El balneario El Brasilar está abierto al público los 365 días del año en dos horarios diarios:

- Diurno de 8:00 a 18:00 horas
- Nocturno de 18:00 a 00:00 horas

1.7. Cuota de ingreso

La cuota de ingreso al balneario El Brasilar es de Q. 10,00 por persona adulta; niños ingresan gratis.

1.8. Número de visitantes mensual y por año

El ingreso mensual de visitantes que acuden al balneario El Brasilar, según fuente propia, por entrevista realizada al presidente de la Junta Directiva del balneario, oscila en un aproximado de 1 000 personas adultas mensuales, lo que significa un ingreso aproximado de 12 000 personas al año, sin incluir la cantidad de niños.

1.9. Capacidad máxima del balneario

El balneario el Brasilar, por la extensión superficial que posee, tiene capacidad para albergar aproximadamente a 1 250 personas en lo concerniente al uso de piscinas, ranchos y cafetería.

Fórmula utilizada: Capacidad = (Área total/Área por persona)

Capacidad de albergue:

- Capacidad piscina 4,43 x 5,78 = 25,60/0,25 = 102 personas
- Capacidad piscina 5,41 x 9,60 = 51,94/0,25 = 208 personas
- Capacidad piscina 4,11 x 9,60 = 39,46/0,25 = 158 personas
- Capacidad piscina 6,03 x 9,60 = 57,88/0,25 = 232 personas
- Capacidad piscina 4,43 x 5,78 = 25,60/0,25 = 102 personas
- Capacidad piscina 5,33 x 2,10 = 11,19/0,25 = 45 personas
- Capacidad piscina 3,32 x 4,40 = 14,60/0,25 = 58 personas
- Capacidad rancho (3 x 18,40) / 0,25 = 221 personas
- Capacidad cafetería 30,80/0,25 = 124 personas

Capacidad total del albergue = \sum personas = 1 250 personas

2. CARACTERIZACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

La aldea El Brasil, en el municipio de Camotán, del departamento de Chiquimula, no escapa al deterioro ambiental que sufre el país, como la pérdida de la cobertura forestal, disminución de caudales y contaminación de ríos por aguas servidas y basura, entre otras.

La caracterización de los sistemas ambientales en la aldea El Brasil se realizó sobre la base de la recopilación de datos disponibles.

2.1. Generalización del bosque húmedo subtropical (templado)

Según el sistema del Dr. L. R. Holdridge, la aldea El Brasil del municipio de Camotán, departamento de Chiquimula pertenece a la zona ecológica bosque húmedo subtropical (templado).

Este tipo de bosque registra en Guatemala una extensión de 12 320 kilómetros cuadrados, perteneciente al 11,32% del territorio nacional.

2.2. Clima

El clima de esta región se puede categorizar de mixto, pues el sector montañoso se manifiesta un clima de templado a frío; sin embargo, en esta zona o área específica es cálido, pues según las condiciones climáticas durante los meses que no llueve, de noviembre a diciembre, se presentan días claros y días nublados con presencia de lloviznas, de enero a marzo son parcialmente nublados.

La época de lluvia corresponde a los meses de junio a octubre, la temperatura media anual para esta zona varía entre 20 °C y 26 °C; ésta se incrementa en los meses de marzo, abril y mayo que es la época más crítica del verano y asciende hasta los 34 °C, especialmente en el mes de abril e inicio del mes de mayo, considerándose un clima cálido como se indica con antelación.

Otros aspectos a considerar para identificar el clima del lugar son los siguientes:

- Altitud: 456 metros sobre el nivel del mar
- Latitud: 14° 49 40.87" N
- Longitud: 89° 21 4.89" O
- Temperatura media anual: varía entre 20 °C y 26 °C
- Temperatura máxima: 34°C
- Registra una precipitación anual: oscila entre 1 100 y 1 349 milímetros
- Humedad relativa: oscila entre 60% y 75%
- Evapotranspiración: 830 mm al año
- Dirección del viento: noreste a sureste
- Velocidad media anual del viento: 3 km/hr
- Días claros: meses noviembre y diciembre
- Calidad del aire: no hay contaminación alguna
- Tipo de vegetación: mango, pino o carpa, sunzo, ceiba, liquidambo, tarro, zapote, roble, cedro, encino y otros

2.3. Fisiografía

La aldea El Brasil se ubica en un sistema montañoso que penetra desde el departamento de Zacapa, descendiendo, también a los municipios de Jocotán y Chiquimula.

2.4. Geología y geomorfología general

Al norte del país se ubica una de las grandes fallas satelitales del límite de placas del Caribe y Centroamérica; concretamente en el bloque comprendido entre los lineamientos de la falla de Jocotán y Motagua, la cual está constituido, principalmente, por un basamento metamórfico y algunas cuñas sedimentarias del cretáceo, así como rocas volcánicas recientes del Terciario Superior y la base del Cuaternario, como lo ilustra el mapa de geomorfología general.

Recientemente se han desarrollado algunas franjas de depósitos pluviales paralelos al rio Grande o Camotán, según se aprecia en el sector de mapa de fallas geológicas de Guatemala.

2.5. Condiciones hidrológicas

Antes de iniciarse el desarrollo y expansión del ser humano sobre la superficie terrestre, el agua ha jugado un papel muy importante en el moldeado de la corteza terrestre, de hecho los primeros vestigios de poblaciones humanas tenían lugar a orillas de ríos, lagos o manantiales, que eran aprovechados en distintas actividades, principalmente para el consumo, agrícola y doméstico; conforme el desarrollo de la sociedad el recurso

hidrológico ha sido utilizado en la industria como generador de energía entre otros.

En el presente estudio el análisis hidrográfico del sector, no permite localizar los principales cuerpos de agua superficial y subterránea, consecuentemente la fuente de aguas termales que constituyen el principal atractivo del balneario El Brasilar.

En los cerros y montañas de la región existen nacimientos de agua que sirven para abastecer de agua potable a la aldea El Brasilar y poblados vecinos, otros son utilizados como proyectos de riego de cultivos.

Por dicha aldea atraviesa el río denominado Jupilingo, que proviene de la República de Honduras.

2.6. Clasificación de la tierra

Atendiendo a la productividad del terreno, generalmente en la región de Chiquimula predominan 3 niveles que son:

- Nivel VI: tierras no cultivables, salvo para cultivos perennes y de montaña, principalmente para fines forestales y pastos con factores limitantes muy severos, con profundidad y rocosidad; de topografía ondulada o quebrada y fuerte pendiente.

- Nivel VII: tierras no cultivables, aptas solamente para fines de uso o explotación forestal, de topografía muy fuerte y quebrada con pendiente muy inclinada.
- Nivel VIII: tierras no aptas para todo cultivo, solamente para parques nacionales, recreación y vida silvestre, y para protección de cuencas hidrográficas, con topografía muy quebrada, escarpada.

2.7. Paisaje natural

Al hacer el recorrido por la ruta asfaltada CA-11, se puede apreciar entre la zona de influencia de la aldea El Brasilar, en forma predominante el río Jupilingo y el cerro denominado Tichajté.

2.8. Flora y fauna

La vegetación y la fauna pertenecen a un bosque húmedo subtropical templado, predominando el bosque latifoliado con estratos inferiores de otras especies a menor altura, casi desaparecido en la región alterada a consecuencia de la explotación agrícola, por la necesidad del hombre de ir cambiando las condiciones naturales y buscando satisfacer la demanda de un mercado que requiere materias primas y productos para su consumo.

No existen registros sobre especies en peligro de extinción; sin embargo, en la zona han desaparecido animales propios del mencionado bosque, en donde la actividad humana ha cambiado el hábitat original por nuevas especies inducidas o introducidas.

La fauna está integrada, básicamente por: conejos, iguanas, cusucos, mapaches, armados, tacuazines, coche de monte, cotuza, pájaros de distintas especies, etc., animales de crianza como: gallinas, palomas, pelibueyes, patos etc. y domésticos que se utilizan para trabajar la tierra como bueyes y caballos; también existen diversidad de peces en el río Jupilingo.

2.9. Recurso hídrico

El área de la aldea El Brasil es bañada por el río Camotán, el cual desciende de la república de Honduras, en donde se conoce como río Copán.

2.9.1. Río de agua fría

La aldea El Brasil tiene la ventaja de abastecerse del río Jupilingo o río Camotán, riachuelos y nacimientos, los cuales proveen a los comunitarios del elemento fundamental para su sobrevivencia.

2.9.2. Manantial de agua termal

Estas aguas proceden de capas subterráneas de la tierra, que se encuentran a mayor temperatura, las cuales son ricas en diferentes componentes minerales.

2.9.2.1. Origen del agua termal

La aldea El Brasil tiene, entre sus múltiples riquezas naturales, un afluente de aguas termales proveniente del cerro denominado Tichajté, cuya temperatura en su fuente directa es intolerable al contacto humano, pero durante su recorrido sufre cambios en la temperatura que lo hace tolerable al

contacto humano; su aprovechamiento en la industria turística se ve manifestada en el balneario El Brasilar.

2.9.2.2. Bondad del agua termal

Las aguas termales poseen propiedades minerales, que en combinación con la temperatura natural que le caracteriza, pueden ser utilizadas como tratamiento médico alternativo en el mejoramiento de la salud del cuerpo humano.

La población local le atribuye propiedades paliativas o curativas en el tratamiento de distintos padecimientos clínicos, tesis sustentada por médicos de medicina alternativa, quienes utilizan terapias termales en combinación con medicinas tradicionales para el tratamiento de enfermedades de la piel, artritis entre otras; esto debido a las propiedades que brindan los diversos minerales que en ella se encuentran; esta teoría la ponen de manifiesto los mismos visitantes del balneario El Brasilar.

2.9.2.3. Temperatura del agua termal

La temperatura de las aguas termales que abastece las siete piscinas del balneario el Brasilar, oscila entre los 35° C a 45° C, considerándose una temperatura apta para la aplicación del cuerpo humano.

3. PLAN DE MERCADEO

El plan de mercadeo es un procedimiento diseñado para poner en ejecución estrategias de ventas o promoción de un servicio a manera de hacerlo más rentable al propietario y atractivo al consumidor.

Con el presente estudio se pretende poner a disposición de la Junta Directiva del balneario El Brasil, un plan estratégico para que puedan promocionar, en primer término, con lo ya existente un balneario rural que por su atractivo natural sea para el turista nacional un destino frecuente para los días de ocio y esparcimiento; en segundo término, una propuesta de reinversión de un porcentaje de las ganancias obtenidas, en proyectos alternos para ampliar el servicio y mejorar las instalaciones, y por último enfocar el posicionamiento del balneario en el mercado turístico nacional como uno de los lugares con mayor afluencia de la región oriental del país.

3.1. Mercado nacional

Desde tiempos inmemoriales, el agua ha significado para el hombre fuente de vida y salud, debido a la riqueza de sus minerales, que favorecen la curación o la mejora de diferentes enfermedades, el agua como agente terapéutico se remonta a las antiguas tribus que habitaban en las cavernas, cuando el hombre se dio cuenta que los animales heridos o enfermos buscaban agua caliente de los manantiales.

En Guatemala, la demanda de los beneficios que proporcionan las aguas termales ha generado la proliferación de centros *spa*, que sustituye en gran

medida los servicios naturales y directos que ofrece los balnearios urbanos, considerados como establecimientos de baños públicos de piscina, dedicados al reposo y la curación a través de la utilización de las aguas termales o minerales vinculadas a tratamientos de diversas dolencias.

El balneario de aguas termales El Brasil, concentra su servicio y producto en las siete piscinas de aguas termales, cuya utilización constituye una terapia de beneficios directos sobre el cuerpo humano resultado de las sustancias minerales saludables que el agua posee, sin intervención de agentes químicos o componentes industriales como ocurre con los centros *spa*; así como, el uso de sus instalaciones en un entorno natural y un ambiente familiar.

Al concentrarse en la evolución del mercado nacional, se puede afirmar que en Guatemala, el negocio de los balnearios de aguas termales ha ido registrando un cambio positivo en los últimos años, creciendo de forma razonable el número de personas que demandan estos servicios, por entrevista realizada en el balneario El Brasil a un número de ciento cincuenta personas, en horario nocturno e igual número en horario diurno; se determinó que los usuarios del horario nocturno utilizan las instalaciones, principalmente, para relajarse y los del horario diurno dijo que era por motivo de salud.

Asimismo se constató que los usuarios del horario nocturno, oscilan entre las edades de 18 a 40 años y los del horario diurno de 50 a 70 años.

Un ejemplo de competitividad y desarrollo en este tipo de balnearios, es el Santa Teresita, localizado en el municipio de Amatitlán, el que en sus orígenes funcionó únicamente como baños termales, alcanzando en la actualidad la categoría de turicentro derivado de la amplia gama de productos que ofrece al visitante.

3.2. Demanda potencial

La demanda potencial, del servicio que ofrece el balneario El Brasilar, se considera que esta representada por el grupo social de clase media, lo que se deduce del resultado de las sendas visitas en campo, así como de las encuestas realizadas y de las cuales se evaluaron los siguientes aspectos:

- El ingreso económico del grupo familiar.
- Integración del grupo familiar: a más miembros más gastos.
- El factor tiempo: no se precisa disponer de varios días para disfrutarlo.
- La economía: no hay que invertir grandes cantidades de dinero.
- La cercanía: cualquier medio de transporte es apto para el traslado.
- El auge del culto al cuerpo.
- La capacidad de aliarse con el sector de la estética: si el cliente de uno de estos espacios de bienestar prueba el beneficio de un masaje o un tratamiento estético, suele ser fiel para siempre.

Como consecuencia de lo anterior, el plan de mercadeo, prevé como grupo objetivo la clase social media del territorio nacional, considerando el ingreso económico del grupo familiar, para quienes el turismo significa en su presupuesto un gasto de recreación.

3.2.1. Mapa de posicionamiento de competencia

El estudio del mapa de posicionamiento de competencia, permite evaluar el nivel de saturación progresivo de competidores que presentan ofertas similares y la aparición de estrategias de segmentación, partiendo de la premisa que el cliente sabe lo que necesita, conoce mejor el producto y se vuelve más

exigente, ya que demanda productos y servicios que se adapten a sus características y necesidades.

Como se indicó anteriormente, el balneario El Brasil, es una empresa comunitaria cuyos socios tienden a enfocar su explotación con métodos arcaicos de administración, de tal cuenta se ha perdido de vista la innovación en productos y servicios, cuya implementación deviene del propio aprovechamiento de los recursos con que cuentan y como consecuencia disminuye la posibilidad de éxito a largo plazo.

Se pudo determinar que el balneario El Brasil, se posiciona como único en el mercado regional y nacional; pues el circuito de recorrido natural de las aguas termales que surten sus piscinas desde su fuente de origen, permite que éstas conserven su temperatura y sus componentes minerales en su estado natural, surtiendo las siete fuentes climatizadas para diferentes usos.

3.3. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

El FODA es una herramienta administrativa que consiste en un análisis de los aspectos internos externos que afecta de forma positiva o negativa a una organización con el fin de evaluar los recursos con que cuenta, detectar fortalezas y debilidades, para diseñar estrategias que permitan aprovechar las fortalezas y neutralizar las debilidades.

3.3.1. Fortalezas

Se describen como los elementos internos y positivos que diferencia al balneario El Brasil de otros de igual clase.

- F1.Manantial de aguas termales: de propiedad pública, explotado únicamente por la comunidad.
- F2.La administración está conformada como una empresa comunitaria, por socios locales.
- F3.Instalaciones e infraestructura adecuadas.
- F4.La empresa comunitaria cuenta con apoyo estatal y de organizaciones internacionales.
- F5.Tiene clientela local y turística.

3.3.2. Debilidades

Se identifican como problemas internos o propios de la organización comunitaria que administra el balneario El Brasil, pero que una vez reconocidos a través de una adecuada estrategia pueden y deben eliminarse.

- D1.Falta de aprovechamiento del remanente de lo recaudado: se determinó que la distribución de las utilidades se realiza de forma directa entre los socios sin dejar un porcentaje para la reinversión y el crecimiento de mejoras está limitado únicamente a lo que actualmente explotan o poseen.
- D2.No hay apertura de los miembros de la Junta Directiva para la aceptación de asesorías, financieras, de negocios, de administración y de capacitación.

- D3.No trabajan con base en un plan de mercadeo, consecuentemente no explotan todo el potencial natural del lugar, lo que se refleja en la falta de publicidad del balneario: lo conocen únicamente en la región.
- D4.Renuencia a la implementación de nuevos servicios o productos, que pueden derivarse de los mismos recursos naturales con que cuentan en el lugar.
- D5.Carencia de un reglamento de uso y administración del balneario.
- D6.La falta de un plan de contingencias para conservar en buen estado de las instalaciones del balneario, ante la ocurrencia de eventos de carácter técnico, accidental o humano y la implementación de medidas de mitigación, para conservar el ambiente libre de contaminación.

3.3.3. Oportunidades

Son todas aquellas situaciones externas y positivas, que se generan en el entorno del balneario El Brasil y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas y gestionadas por la Junta Directiva, para promover el turismo local y por el bien común de la comunidad.

- O1.Actualmente en Guatemala existen balnearios que prestan servicios similares a las piscinas de aguas termales del balneario El Brasil, en los cuales aprovechan al máximo los recursos naturales que poseen, ofreciendo tratamientos de belleza, sauna húmedo artesanal, masajes relajantes, aromaterapia, que son productos de gran demanda en la población.

- O2. Para atender la demanda del turismo de aventura se desarrollan en el país actividades cuya ejecución no requiere de mayor inversión, como el *canopyng* que se practica en un entorno natural y es atractivo para el turista nacional y extranjero, este tipo de turismo se desarrolla en los departamentos del occidente del país.
- O3. El sector turístico nacional ha sufrido un importante crecimiento diversificándose con la explotación de proyectos eco turísticos, logrando la participación estatal con carácter obligatorio en apoyo financiero, de asesoría y de ejecución a través del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y otras instituciones estatales, quienes trabajan conjuntamente con la industria privada turística del país.
- O4. En las últimas décadas en el desarrollo de proyectos comunitarios destaca la participación activa de la mujer del área rural, lo que se ha logrado por la influencia de organizaciones nacionales e internacionales, quienes en sus programas de desarrollo económico social, insisten en la inclusión de este sector de la población en la administración de las empresas comunitarias; siendo la región Chortí del oriente del país, un claro ejemplo de este desarrollo rural.

3.3.4. Amenazas

Se detectan acontecimientos y tendencias que suceden en el entorno del balneario El Brasil, que están más allá de su control y que podrían beneficiar o perjudicarlo significativamente, por lo que llegado el caso y de ser necesario, debe diseñarse una estrategia para poder superarla.

- A1.Competencia directa que puede ser generada por la instalación de un balneario de propiedad particular, que podría poner en riesgo el consumo del servicio que presta el balneario en la actualidad.
- A2.La pérdida del recurso hídrico proveniente del manantial de agua termal que abastece el balneario por la falta de medidas de protección.

3.3.5. Estrategias

- MAXI-MAXI (Fortalezas y Oportunidades)
 1. Incentivar a la Junta Directiva a realizar visitas a centros turísticos como el turicentro Santa Teresita en Amatitlán, con el objeto de conocer las instalaciones y los servicios que ofrece a fin de implementar programas de capacitación que permitan aprovechar los elementos de las aguas termales en otros servicios como masajes, saunas entre otros. (F1, F3, F4, O1, O4).
- MAXI-MINI (Fortalezas y Amenazas)
 1. La Junta Directiva del balneario El Brasil, por el carácter de empresa comunitaria debe gestionar el respaldo estatal para el desarrollo de sus objetivos a fin de obtener financiamiento externo y asesoría técnica para el desarrollo y ejecución de sus proyectos, pues tiene la viabilidad de acaparar la prestación del servicio del balneario, debido a que las ganancias se distribuyen en beneficio de la misma población; consecuencia de lo anterior, la adecuada administración del balneario

El Brasil, puede resultar en un posicionamiento único en el mercado turístico de la región, sin competencia particular. (F2, F4, A1).

2. La Junta Directiva del balneario El Brasil, con apoyo del gobierno local debe solicitar la declaración de área protegida, a fin de conservar el manantial de aguas termales bajo la administración de la mancomunidad y preservar el entorno ecológico del lugar. (F1, F4, A2).

- MINI-MAXI (Debilidades y Oportunidades)

1. Impulsar un programa de concientización dirigido a los miembros de la Junta Directiva del balneario El Brasil, a fin de motivarlos para aceptar asesorías de carácter administrativo, financiero, técnico, legal, de capacitación y de inversión, que pueden ser proporcionadas por entidades u organismos internacionales del sector público y privado; comprometidos con el sector turístico del país, para el aprovechamiento de los recursos naturales del inmueble donde funciona el balneario, una adecuada distribución e inversión de las ganancias, conservar la infraestructura, proteger el medio ambiente y buscar las mejores estrategias de mercado para garantizar su subsistencia. (D1, D2, D3, D4, D5, D6, O1, O2, O3, O4).

- MINI-MINI (Debilidades y Amenazas)

1. Promover programas de formación para los miembros de la Junta Directiva del balneario El Brasil, tendentes a admitir participación o colaboración de personas, instituciones nacionales y organismos internacionales, para la implementación de modelos de administración

actualizada, que sustituyan los procesos empíricos con los que han venido trabajando, y que a su vez diseñen estrategias de conservación, mejor uso y mayor aprovechamiento del recurso hídrico por ser la principal fuente del servicio que ofrece el balneario El Brasil, lo que incidirá en el sostenimiento de la oferta de un servicio de calidad. (D1, D2, D3, D4, D5, D6, A1, A2).

3.4. Mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia o *marketing mix*, es la interrelación de las variables consistentes en producto o servicio, precio, promoción y plaza, para cumplir con los objetivos de la compañía; para que éste sea eficiente y eficaz debe tener coherencia tanto entre sus elementos como en el segmento de mercado que se desea conquistar y el mercado objetivo de la compañía.

La adaptación de la mezcla de mercado para el balneario El Brasil, se evidencia en la descripción de los elementos que se detalla a continuación:

- Producto o servicio: piscinas de aguas termales, incluye parqueo
- Precio : Q.10,00 sólo para adulto sin límite de horario
- Promoción: de persona a persona
- Plaza: local o comunitaria

Figura 7. Elementos de la mezcla de mercadotecnia



Fuente: elaboración propia.

3.4.1. Producto o servicio

El balneario El Brasilar ofrece un servicio y un producto como servicio sus amplias instalaciones, adecuadas para brindar al visitante un espacio de recreación y relajación en un ambiente natural y como producto para la salud, sus aguas termales para tratamientos corporales, que entre sus beneficios se pueden resaltar:

- Alivio de tensiones musculares, estrés y mitigar el reumatismo.
- Mejorar notablemente la textura y apariencia de la piel y purificar los poros.
- Restaurar y recuperar la salud.

Como estrategia para el producto y servicio se recomiendan las siguientes:

- Incluir nuevas características al producto o nuevas aplicaciones o utilidades a las aguas termales, a lo cual el usuario puede acceder de forma inmediata, como masajes de barro o de algas, saunas artesanales, masajes hidropáticos.
- Respecto al servicio, incluir adicionales que le brinden al cliente un mayor disfrute del producto, como ejemplo la inclusión de actividades de turismo de aventura, como la pesca artesanal en los linderos del balneario, áreas de *camping* acondicionada para la ocupación temporal por personas que pretendan pasar la noche al aire libre en tiendas de campaña.

Cabe destacar que, el servicio y producto del balneario ha superado el ciclo de vida de duración en el tiempo y en su evolución estructurada sus tres fases de lanzamiento, crecimiento, madurez dependiendo de su promoción no llegará a la última que es el declive.

3.4.2. Plaza

Se define como el área donde se comercializa el producto o el servicio que se ofrece al consumidor. Al describir la plaza del balneario El Brasil se considera que ha estado limitado al mercado local, pues la falta de promoción a nivel nacional repercute en el desconocimiento que el turista nacional tiene del mismo, no obstante es un lugar ideal para disfrutar de un tiempo de descanso, relajación y la búsqueda del mejoramiento de la salud.

Para el balneario El Brasil se ha considerado ampliar la plaza o mercado del local al nacional, en ese sentido se propone una estrategia, consistente en ofrecer el servicio y producto en sitios considerados como de concentración de turistas: como hoteles, restaurantes, vehículos de transporte público, entre otros, a través de trifoliales, afiches, radio, televisión, Internet.

3.4.3. Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un servicio o producto cuando se ofrece al consumidor.

Respecto al precio que el usuario paga para acceder al servicio y producto que ofrece el balneario El Brasil, se considera fuera de proporción comercial pues se indicó con antelación que éste es de diez quetzales (Q.10,00) únicamente para los adultos, en éste se incluye una estadía sin límite de tiempo, acceso a todas las instalaciones y áreas de parqueo.

En el desarrollo del estudio se investigaron los precios, que por similar servicio prestan otros balnearios del mercado nacional, los cuales superan en un cien por ciento el precio, que por persona se cobra en el balneario El Brasil; en este elemento de mercado, la estrategia debe apuntar a equilibrar el precio que actualmente se cobra en relación al servicio y producto que se está vendiendo; pues como se indicó, está por debajo del cien por ciento que se cobra en otros lugares.

3.4.4. Promoción

Para el caso específico del balneario El Brasil, la promoción se desarrolla como un elemento para comunicar, informar, dar a conocer o hacer

recordar la existencia del servicio a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su uso o consumo; algunas estrategias que se pueden aplicar a la promoción del balneario son:

- Publicar en vallas publicitarias la imagen, localización y servicio que ofrece el balneario, las cuales pueden ser colocadas en puntos estratégicos de la carretera CA-4 sobre la ruta que de la ciudad de Guatemala conduce hacia Chiquimula, y de allí hacia la frontera El Florido con la república de Honduras.
- Publicar anuncios en diarios, revistas o en Internet.
- Colocar boletines o trifoliales en *stands* de hoteles y restaurantes de la región.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de transporte público de la región.
- Proyectar *spots* publicitarios en cable local de las instalaciones y servicio que proporciona el balneario.
- Publicidad en radio local

3.5. Selección del medio publicitario

Se entiende como elementos los medios de publicidad que se utilizan para la promoción de un bien o servicio.

Al determinar los gastos de inversión en publicidad se llegó a la conclusión que, para promocionar el balneario El Brasilar se puede hacer uso de los elementos siguientes:

- Vallas publicitarias

Cuatro vallas publicitarias de tipo convencional con una medida de sesenta metros cuadrados, con la imagen publicitaria del balneario, y su localización con la distancia en kilómetros, contadas a partir del punto de su colocación, las cuales pueden ser instaladas en las bifurcaciones que se indican a continuación:

- kilómetro 15 a la altura de aldea Llano Largo
- kilómetro 56 a la altura del municipio de Sanarate
- kilómetro 138 a la altura de Río Hondo, Zacapa
- Kilómetro 164 a la altura de la ciudad de Chiquimula

- *Spots* en radio y televisión local

Podría aprovechar el recurso radiodifusión que ofrece las emisoras de radio local como la Radio Perla de Oriente, cuya frecuencia se sintoniza en gran parte de la región oriental; y *spots* de televisión en el circuito de cable local, la cual puede contratarse en intervalos quincenales de tiempo.

- Periódicos, carteles y afiches

En la actualidad, los medios de comunicación escrita enfocan su distribución de forma sectorizada o regionalizada, en ese sentido publicar periódicamente servicios de temporada, organización de eventos o simplemente recordar la existencia del balneario puede resultar beneficioso para los ingresos del mismo.

Por otra parte, la impresión y distribución de carteles y afiches en los vehículos de transporte, ferias, hoteles y restaurantes para invitar al turista a visitar el lugar, conlleva una inversión mínima de acuerdo a la relación costo/beneficio.

Asimismo, el diseño de una página de Internet, para atraer la atención de un público más sofisticado, administrado por la misma comunidad, en la actualidad constituye un medio publicitario ideal para la promoción del balneario El Brasilar.

3.6. Diseño publicitario

Diseños como: publicaciones impresas, en forma de trifoliales, revistas, periódicos, pintas y grafitis como medios de comunicación gráfica, que surgió entre los individuos con el fin de anunciar mensajes que con el paso del tiempo fueron evolucionando, al ritmo de las tecnologías emergentes extendiéndose a medios masivos como la radio, la televisión y actualmente al Internet.

Tomando en cuenta los elementos de imagen, tipografía, símbolos y colores, para el balneario El Brasilar, se diseñó la expresión o señal de

publicidad que podrá ser utilizada para la difusión del servicio que éste ofrece en vallas y cualquier otro medio publicitario escrito.

- Imagen: las instalaciones en todo su esplendor.
- Tipografía: se eligió una tipografía adecuada para una campaña gráfica.
- Símbolos: hace referencia a las empresas anunciadas, en este caso se utiliza el de la Mancomunidad Copanch´ortí´.
- Colores: se definieron los colores acordes al servicio y en contraste con la imagen utilizada para posicionar publicitariamente el balneario El Brasilar.

Figura 8. **Diseño publicitario para el balneario El Brasil**



Fuente: elaboración propia.

3.7. Campañas publicitarias

Una campaña publicitaria es el conjunto de actividades o esfuerzos que se ejecutan por un período de tiempo para determinado tipo de publicidad; para su realización, en el caso del balneario El Brasil, se consideraron los objetivos siguientes:

- Hacer recordar la existencia del producto o servicio.
- Incrementar la afluencia de público al local.
- Persuadir, incentivar, estimular la compra del producto o servicio e incrementar las ventas.
- Informar sobre las características del producto o servicio.
- Resaltar los principales beneficios o atributos del producto o servicio.
- Posicionar la marca o tema publicitario.

3.8. Programaciones publicitarias

En el diseño del plan de mercadeo para el balneario El Brasil, una vez que fueron definidos, los objetivos de la campaña publicitaria, el público objetivo, se conoció el ingreso bruto mensual que genera la prestación del servicio, se seleccionaron los medios y mensajes publicitarios; es viable programar las veces, con qué frecuencia y/ o durante qué tiempo se realizará la campaña publicitaria.

Se diseña una programación para un período de seis meses, contado a partir del 1 de enero al 31 de julio conforme la tabla II.

Tabla II. **Programación publicitaria para el balneario El Brasilar**

PROGRAMACIÓN PUBLICITARIA			
PERÍODO: PRIMER SEMESTRE DEL AÑO			
MEDIO O CANAL	CANTIDAD	MENSAJE PUBLICITARIO	FRECUENCIA
VALLA PUBLICITARIA	4	Diseño publicitario	6 MESES
CABLE/ TV LOCAL	6	<i>spots</i>	2 veces al mes
RADIOS LOCALES	48	<i>spots</i>	2 cada fin de semana
PERIÓDICO	2	Reportajes	1 cada trimestre
TRIFOLIARES	3000	Diseño publicitario, localización, servicios, precios y otros.	500 al mes
INTERNET	1	Diseño de página de Internet	24 horas del día

Fuente: elaboración propia.

3.9. Costo/beneficio

Del capital generado por el ingreso de turistas al balneario el Brasil, la Junta Directiva administradora del lugar dispone del 3% para el presupuesto publicitario, de los cuales, según cotizaciones recientemente obtenidas en diferentes establecimientos, el monto total para sufragar gastos en los diferentes medios publicitarios seleccionados ascienden a Q. 15 648,00, como se observa en las cotizaciones abajo indicadas.

- Vallas publicitarias Q. 2 000,00
4 x Q.500,00 (10 metros lineales)
- Cable tv local Q. 360,00
6 *spot* local, duración 30 segundos
- Radios locales Q. 1 200,00
48 *spot*
- Periódico Q. 9 288,00
2 reportajes a Q. 4 644,00 c/u
Medidas del anuncio ancho 3,222 x 4,576
full color
- Trifoliales Q. 1 800,00
3 000 ejemplares a Q. 1,66 c/u
- Internet Q. 1 000,00

El beneficio representativo sobre la inversión de la publicidad del balneario el Brasilar, a través de los medios publicitarios indicados anteriormente, tiene como propósito satisfacer al turista como usuario y a los habitantes de la comunidad local como anfitriones, quienes son los que obtendrán el mayor beneficio incrementando su capital y comercializando sus productos en general.

3.10. Creación de sinergias para el desarrollo publicitario

El término de sinergia se relaciona a las ventajas que se consiguen del trabajo asociado, es el efecto adicional que dos organismos obtienen por trabajar de común acuerdo, en consecuencia es la suma de energías individuales que se multiplican progresivamente, reflejándose sobre la totalidad del grupo.

La creación de sinergias para el desarrollo publicitario, en el caso del balneario El Brasilar, su objetivo es motivar la cooperación y articulación con otras organizaciones, personas jurídicas o individuales, cuyo interés sea promocionar sus productos o servicios locales, para aprovechar la campaña publicitaria de manera conjunta, lo que permite compartir gastos de inversión, es decir, a más miembros menos costos.

4. INSTITUCIONES QUE PROMOCIONAN Y APOYAN EL DESARROLLO TURÍSTICO

Estas instituciones son personas jurídicas, de derecho público y privado, cuya naturaleza es coadyuvar en la promoción turística de lugares, tradiciones, costumbres, productos nacionales (gastronomía y artesanía) de un país.

Atendiendo el ámbito de competencia territorial, en el cual desarrollan sus actividades estas instituciones, para su estudio se puede dividir entre nacionales e internacionales, tomando en cuenta que la materia siempre será la protección, desarrollo y promoción turística en todo su entorno.

4.1. Instituciones nacionales

En Guatemala, es a partir de mil novecientos sesenta y siete que la industria turística encuentra un espacio dentro del desarrollo económico del país, siendo considerada como una actividad cuyo desarrollo incrementará fuentes de trabajo, ingresos de divisas, dispersión de numerario en sectores empresariales y alza de ingresos tributarios; en tal sentido, se crea una institución pública encargada de ejecutar dichas disposiciones.

- El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)

Es una institución pública creada mediante el Decreto No. 1701, del Congreso de la República de Guatemala, con el objetivo principal de proyectar y promocionar al país, aprovechando las bellezas de su territorio, sus acogedores climas, cultura, riqueza arqueológica, artesanías y folklore que en

su conjunto, constituye una fuente natural de atracción para impulsar una considerable afluencia de turismo; su organización, finalidades y funcionamiento están desarrollados en dicho decreto.

Respecto a las funciones legales inherentes al Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), conforme su Ley Orgánica, se hace una breve referencia con aquellas directamente relacionadas al balneario El Brasilar, por ser la síntesis del presente trabajo.

Artículo 4º. El INGUAT queda obligado a desarrollar las siguientes funciones encaminadas al fomento del turismo interno y receptivo:

- a) Determinar cuáles son los lugares de atracción turística en el territorio nacional, con el objeto de evaluarlos y desarrollarlos, según su importancia, con apego a las prioridades previamente establecidas. ...
- e) Habilitar playas, jardines, parques, fuentes de aguas medicinales y centros de recreación con sus fondos propios. Y colaborar con las municipalidades respectivas, en la dotación de los servicios esenciales y en el embellecimiento y ornamentación de los mismos, cuando tales zonas estén bajo su custodia.
- f) Divulgar las propiedades terapéuticas de las fuentes de aguas medicinales, despertando el interés de los guatemaltecos y extranjeros por aprovecharlas.
- n) Orientar la organización y funcionamiento de las asociaciones, comités y otras entidades que se constituyan con fines de promoción turística.

- q) Proporcionar toda la información que se le solicite, sobre lugares, servicios y cualquier sitio turístico.
- s) Empezar periódicamente campañas publicitarias dirigidas al turismo interior, a fin de que durante los períodos de vacaciones, los guatemaltecos visiten los centros de recreación del país.
- w) Fomentar por todos los medios a su alcance, el turismo interior y receptivo.

Artículo 40. Son delegados departamentales del INGUAT, los gobernadores y los alcaldes, quienes dentro de su jurisdicción, quedan obligados a prestar su concurso para el cumplimiento de las finalidades del INGUAT. Tanto los gobernadores como los alcaldes, designarán a uno de sus empleados, para que suministre información a los turistas nacionales y extranjeros y les presten la ayuda que necesiten. El INGUAT, por su parte, debe proveer a las gobernaciones departamentales y a las alcaldías, de folletos, guías, mapas y demás artículos de propaganda que necesiten, para contribuir al fomento turístico.

En los lugares en que el INGUAT considere conveniente, por las posibilidades de atracción turística que ofrezca, integrará comités departamentales o municipales de turismo, incluyendo en los mismos a las autoridades superiores del lugar y a los vecinos calificados por su capacidad e interés en el desarrollo turísticos. Estos comités funcionarán ad-honorem.

Asimismo, es de relevante importancia indicar que para atender la necesidad de realizar ordenadamente la promoción, desarrollo e incremento del turismo en el país, aprovechando de manera integral los recursos nacionales

de interés turístico, tendente a obtener los máximos beneficios del sector turístico cuya gestión dirige el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).

En mil novecientos setenta y cuatro se emite el Decreto 25-74 del Congreso de la República de Guatemala: Ley de Fomento Turístico.

- Ley de Fomento Turístico

Es una dependencia del Ministerio de Cultura y Deportes, creada con la finalidad de dirigir la política gubernamental encaminada al resguardo de los bienes y elementos que conforman el patrimonio cultural de la Nación; a este respecto, siendo el balneario El Brasil, un atractivo turístico, que por su carácter natural y medicinal, debido a la utilización de las aguas termales, encuadra en el patrimonio cultural intangible.

Según lo establece la Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación, están afectos a dicha normativa y son considerados como bienes culturales intangibles, aquéllos constituidos por tradiciones y costumbres medicinales, culinarias que tengan más de cincuenta años de antigüedad, a partir del momento de su construcción o creación que represente un valor histórico, incluyendo aquellos que sean de interés relevante para la ciencia; como es el caso del balneario el Brasil, cuyo principal recurso hídrico e instalaciones constituyen una muestra de explotación de los recursos naturales con menor impacto al medio ambiente.

De tal cuenta, el balneario El Brasil, puede y debe ser incluido en los proyectos institucionales de la industria turística promovida por el Ministerio de Cultura y Deportes, a través de la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural.

- La Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR)

Es una entidad privada no lucrativa constituida como una organización que aglomera al sector privado turístico para promover programas y actividades que permitan incrementar la afluencia turística, que a su vez permita un crecimiento económico y social a todo nivel.

En su actividad ordinaria coadyuva al desarrollo de la identidad nacional y al respeto del patrimonio cultural y aprovechamiento de los recursos naturales, enfocado a la protección del medio ambiente, proponiendo plataformas para potenciar el servicio de las empresas turísticas; su principal objetivo es apoyar la actividad turística del país, a fin consolidarla como una fuente generadora de empleo y del crecimiento social sostenible.

La Cámara de Turismo de Guatemala está organizada por una Asamblea General, Junta Directiva, asociaciones, filiales y gremiales, todas con representación activa del sector turístico del país tales como:

- Agencias de viajes
- Arrendadoras de vehículos
- Artesanos
- Consultores de turismo
- Fincas de agroturismo
- Guías de turismo
- Hoteles
- Instituciones académicas
- Líneas aéreas
- Museos
- Operadores de turismo

- Publicaciones y revistas de turismo
- Restaurantes
- Tiendas de artesanías
- Transportes turísticos

4.2. Instituciones internacionales

- Organización Mundial del Turismo (OMT)

Organismo internacional creado en el año de mil novecientos veinticinco, con sede en Madrid, España, tiene como propósito promover el turismo a nivel internacional; está formalmente vinculada a las Naciones Unidas, desde mil novecientos setenta y seis, al transformarse en una agencia ejecutiva del Programa de Naciones Unidas.

Guatemala forma parte de los ciento cincuenta y seis Estados miembros, quienes aglomerados en dicha organización tienen como principal objetivo: crear conciencia de los beneficios que el turismo puede generar para la vida, la cultura y la economía de sus naciones o, dicho en otras palabras, para la sociedad en todas las esferas de la misma, ha promovido como día mundial del turismo el veintisiete de septiembre, coincidentemente con la fecha de aprobación de sus estatutos.

- Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI)

Organización creada en noviembre de 1988, para dirigir la gestión de la política española de cooperación internacional para el desarrollo. Su aspecto fundamental es la relación de los Estados Democráticos con los países que no han alcanzado su mismo nivel de desarrollo.

Es responsable del diseño, la ejecución y la gestión de los proyectos y programas de cooperación para el desarrollo, ya sea internacionales y organizaciones no gubernamentales.

Los objetivos estratégicos para Guatemala, la Agencia Española de Cooperación Internacional contempla los siguientes:

- Aumento de capacidades institucionales y sociales.
- Aumento de capacidades humanas.
- Aumento de capacidades económicas.
- Aumento de capacidades para la mejora de la sostenibilidad ambiental.
- Aumento de la libertad y capacidades culturales.
- Aumento de la autonomía de las mujeres.
- Aumento de la capacidad de prevención de conflictos y construcción de la paz.

En Guatemala, principalmente en el oriente del país, la presencia de esta organización es de relevante importancia en el desarrollo de las comunidades, pues ha auspiciado el desarrollo enfocado en el aprovechamiento del recurso natural, tal es el caso del balneario El Brasil, que siendo un proyecto comunitario desarrollado y ejecutado por una Junta Directiva Comunitaria, el margen de ganancia se distribuye en beneficio de las más de ochenta familias que son socios activos.

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Es una institución que concede préstamos y cooperación técnica a sus países miembros en vías de desarrollo en América Latina y el Caribe,

en una amplia gama de actividades, que incluyen la agricultura y pesca, la energía, la industria, el turismo, el transporte y las comunicaciones; programas ambientales, de salud pública, de educación, de ciencia y tecnología; desarrollo urbano y preinversión.

Para el balneario El Brasil, el financiamiento proveído a través de dicho órgano internacional ha significado el avance arquitectónico, la restauración y mejoramiento de la infraestructura e instalaciones del lugar.

4.3. Otras organizaciones locales

- Mancomunidad Copan ch'ortí

Es una organización local integrada por las municipalidades del área Ch'ortí formadas por los municipios de Camotán, Jocotán, Olopa y San Juan Ermita, la cual trabaja en un proceso de desarrollo micro-regional integrado en un mismo espacio territorial, aportando los elementos de cada uno de ellos para explotarlos en interrelación en busca del desarrollo municipal, con la experiencia que al mismo se accede más pronto de forma conjunta que en lo individual.

La mancomunidad Copan ch'ortí representa un modelo de estructura de descentralización y regionalización, que acorde a la política nacional promueven los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural; sienta la base de una estrategia de distribución geográfica de los lugares poblados teniendo en cuenta la relación funcional del número de comunidades donde cada una de ellas asume el rol de convergencia según su capital y elementos propios de la microrregión a que pertenece.

Actualmente, el área Ch'orti' cuenta con 4 regiones urbanas y 24 micro-regiones rurales una por municipio, cada una cuenta con una unidad técnica rural encargada de promover el desarrollo integral de las aldeas, siendo los promotores y promotoras de desarrollo rural los delegados de dinamizar y apoyar a la estructura organizativa su actividad principal se encamina a la reducción de la pobreza en cada uno de los municipios, para lo cual debe tomar en cuenta el contexto micro regional y comunal para la planificación participativa en donde los propios ciudadanos y ciudadanas han identificado sus necesidades reales.

En la aldea El Brasil, la Mancomunidad encaminó el proyecto comunitario al aprovechamiento del balneario El Brasil, en tal sentido se logró el remozamiento de las instalaciones, la reconstrucción de la infraestructura a fin de presentar al consumidor un espacio de esparcimiento agradable; de tal cuenta, dicha Mancomunidad ejerce funciones de inspección sobre la Junta Directiva del balneario.

- Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES)

Son la estructura comunitaria creada para impulsar la participación de la población en la planificación del desarrollo y en la gestión pública a nivel local, forman parte del Sistema de Consejos de Desarrollo que funciona a nivel nacional. Es decir, que forma parte de una red que funciona a distintos niveles.

- Consejos Municipales de Desarrollo (COMUDES)

Se encuentran integrados por el alcalde municipal quién es la persona encargada de la coordinación, los síndicos y concejales que la corporación municipal determine, los representantes de los Consejos Comunitarios de

Desarrollo (COCODES), el cual puede ser un número de hasta 20, los representantes de las entidades públicas que tengan presencia en la localidad y los representantes de las entidades civiles locales que hayan sido convocados.

5. BENEFICIOS DIRECTOS DE LA COMUNIDAD

5.1. Población beneficiada con el proyecto

La puesta en marcha del plan de mercadeo del balneario El Brasil, presupone un beneficio para la población de la aldea El Brasil, de manera directa para los núcleos familiares de los miembros o socios activos del balneario y de manera indirecta para el resto de la comunidad.

El aprovechamiento de los recursos naturales que posee el balneario, a través de la implementación de nuevos atractivos turísticos, tanto dentro como fuera de sus instalaciones generará nuevos empleos, motivar la participación activa de la mujer en los servicios que presta el balneario, buscando fuentes de capacitación y aprendizaje de masajes quiroprácticos, elaboración de bases de mascarillas de arcía, plantas medicinales, y otros productos artesanales que pueden ser comercializados o vendidos a los visitantes del lugar, permitiría mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad.

5.2. Comercialización

La comercialización se propone, considerando que tanto en la localidad como en la región, se producen productos artesanales manufacturados por los propios miembros de la comunidad, así como platos típicos que pueden ser degustados por los visitantes.

Del estudio de mercado realizado, se visualiza que la demanda de estos productos crecerá en la medida que la cantidad de personas que visitan el balneario se incremente.

5.2.1. Artesanía típica

Entre las artesanías que la comunidad elabora están: escobas, cántaros, comales, petates, bolsas de pita, hamacas.

5.2.2. Folletos culturales del dialecto Ch'ortí

Los folletos serán reproducidos y puestos a disposición, para que el turista conozca la importancia y el medio de comunicación entre los habitantes de la comunidad del dialecto cho'rti, en esa zona nororiental del país.

5.2.3. Gastronomía típica

Las comidas típicas que el turista puede degustar en el balneario se encuentran: caldo de gallina criolla, caldo de blero, frijoles con pito, tortillas de maíz, caldo de chipilín, refrescos de frutas de temporadas, dulces a base de manías.

5.3. Arrendamiento para festejos

Las instalaciones del balneario El Brasilar pueden promocionarse para eventos especiales como: capacitaciones, cumpleaños, reuniones de trabajo, convivios navideños entre otros, para lo cual únicamente es necesario desarrollar paquetes de servicio, horarios, capacidad y precio.

5.4. Crecimiento de capital

El crecimiento de capital está sujeto a la demanda de turistas que frecuentarán el balneario El Brasil, que a través de su permanencia en sus instalaciones, requieran de los productos que fabrican, así como la venta de su comida típica, que las podrán adquirir dentro de las instalaciones o en otras opciones que ofrecen los restaurantes localizados en las áreas aledañas del lugar.

5.5. Mano de obra

El balneario es administrado por los miembros de la Junta Directiva, quienes laboran en jornada mixta, organizados por turnos de doce horas diarias, desarrollan su quehacer con los conocimientos empíricos que constantemente han ido adquiriendo. La capacitación del personal, en la actualidad ha demostrado que es una excelente inversión pues con muy pocos recursos permite la profesionalización de la mano de obra, que al adquirir y poner en práctica nuevos conocimientos mejora la calidad del servicio o producto que se ofrece al consumidor.

En el caso del balneario El Brasil, esta capacitación o especialización de la mano de obra, puede ser gestionada ante instituciones públicas por lo que no conlleva costos para el mismo.

5.6. Infraestructura

La infraestructura del balneario El Brasil, recientemente fue mejorada con apoyo de la Cooperación Española; sin embargo, en las visitas realizadas al lugar se pudo constatar que la Junta Directiva, únicamente invierte en su

conservación y no tienen un proyecto de mejoras que incluya construcciones para prevenir el deterioro de lo existente. Como la construcción de un muro de contención en la parte norte del terreno en el área colindante con las riberas del río Jupilingo, para resguardar las instalaciones de accidentes naturales como socavamiento de tierra por la crecida del río.

Los montos de inversión para ampliar o mejorar la infraestructura del balneario, van a depender en gran medida, de los ingresos dinerarios que se generen como resultado del incremento de visitantes locales y turistas en el lugar.

CONCLUSIONES

1. El balneario El Brasilario puede servir de modelo de empresa comunitaria cuyo producto o servicio se genera de la explotación de las aguas termales proveniente del cerro *Tichajté*, el cual pone a disposición del usuario siete piscinas abastecidas por dos circuitos de recorrido del agua que conservan la temperatura ambiente desde su afluente hasta su desembocadura, lo cual es aprovechado como terapias alternativas a múltiples dolencias. En su entorno natural es un atractivo turístico, para el relajamiento y esparcimiento familiar.
2. Al desarrollar el plan de mercadeo del balneario El Brasilario, se pone a disposición de la comunidad El Brasilario una herramienta de administración, que les permitirá promocionarlo a nivel nacional, con el fin de fomentar el turismo que repercutirá en mayores ingresos, mejores utilidades, correcta distribución del remanente, ampliar las actividades recreativas, aprovechando los otros recursos naturales del inmueble.
3. Se identificaron las instituciones locales, nacionales e internacionales que apoyan el desarrollo de proyectos comunitarios, que para el balneario El Brasilario, son todas aquellas cuya naturaleza es fomentar el turismo y otras que se dedican a la protección legal de las áreas de reservas naturales con el objetivo de resguardar el recurso natural del balneario y garantizar su conservación como fuente de explotación.

4. Ampliar las actividades turísticas que pueden desarrollarse en el inmueble comunitario del balneario El Brasil, generará fuentes de empleo, permitirá la especialización de la mano de obra, la inclusión de otras actividades económicas, como la manufactura y venta de artesanías, mayor afluencia en los comercios locales, hoteles, restaurantes, mejorando la calidad de vida de los pobladores locales.

RECOMENDACIONES

1. Analizar la implementación de otras actividades recreativas dentro del inmueble del balneario El Brasil, como *canopi*, pesca artesanal, área de *camping*, considerando que en horario nocturno el lugar es más frecuentado, con lo que se puede generar otros ingresos y no lleva mayor inversión.
2. Buscar apoyo con las instituciones del sector turístico del país a fin de capacitar al personal administrativo del balneario, para la prestación de servicio de masajes terapéuticos con lo cual se evitaría que las personas que acuden a terapias contraten los servicios de profesionales externos.
3. Que la Junta Directiva elabore un reglamento de uso del balneario, con el objetivo que el turista en su estadía, cuide de sus instalaciones.
4. Proyectar la construcción de una piscina de agua fría, para lo cual se puede aprovechar la colindancia del inmueble del balneario con las riberas del río Jupilingo para practicar terapias alternativas.
5. Incluir en las mejoras de la infraestructura del balneario El Brasil, la construcción de baños saunas artesanales, aprovechando las áreas desocupadas del terreno.
6. La prestación del servicio de cafetería dentro de las instalaciones, con productos naturales y bebidas energéticas.

7. Gestionar el apoyo de donaciones o aportes ante comercios o entidades locales y regionales, a fin de poner en marcha y a corto plazo la programación publicitaria, para no tener que soportar todos los gastos de publicidad.
8. Solicitar ante el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), la inclusión del balneario El Brasilar como destino turístico a nivel nacional y en los programas de apoyo al sector turístico de la región nororiente del país.
9. Buscar el apoyo ante el Consejo Regional de Desarrollo, para la promoción del balneario El Brasilar, como un modelo de empresa comunitaria en interrelación con el medio ambiente.
10. Proponer a la Junta Directiva del balneario, gestionar la certeza legal de la propiedad del inmueble donde se construyó el balneario El Brasilar, a fin de salvaguardar las instalaciones con carácter de empresa comunitaria.

BIBLIOGRAFÍA

1. *Aguas termales del Brasil* [en línea].
<http://www.chiquimulaonline.com/tag/aguas-termales-del-brasilar/>.
[Consulta: 15 de enero de 2012].
2. *Aguas del Brasil*. [en línea].
<http://www.michiquimula.com/2010/08/aguas-termales-en-chiquimula/>. [Consulta: 12 de diciembre de 2012].
3. Guatemala. *Ley de Áreas Protegidas: Decreto Legislativo No. 4-89* 1989. 24 p.
4. _____. *Ley de Fomento Turístico Nacional: Decreto Legislativo No. 25-74* 1974. 4 p.
5. _____. *Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente: Decreto Legislativo No. 68-86* 1986. 14 p.
6. _____. *Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo: Decreto Legislativo No. 17-01* 2001. 14 p.
7. _____. *Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Cultura y Deportes: Acuerdo Gubernativo No. 27-98* 2008. 22 p.
8. LUTHER, William M. *El plan de mercadeo*. Bogotá: Norma, 1995. 68 p.

9. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente; Instituto de Derecho Ambiental y Desarrollo Sostenible. *Manual de Legislación Ambiental de Guatemala*. Guatemala: Editorial, 1999. 11-18; 24-26 p.

10. Viceministerio de Turismo. *Lineamientos para el Desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú*. San Isidro, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2008. 8 p.

APÉNDICES

Apéndice 1. Visita de campo al balneario El Brasilar



Fuente: Balneario El Brasilar.

Apéndice 2. **Junta Directiva del balneario El Brasilar**



Fuente: balneario El Brasilar

Apéndice 3. Turistas de otro departamento realizando sus terapias medicinales



Fuente: balneario El Brasil.

Apéndice 4. **Residente de la región que visitan los baños con fines medicinales.**



Fuente: balneario El Brasil.

Apéndice 5. **Vallas publicitarias en las cercanías del balneario El Brasilar**



Fuente: balneario El Brasilar.

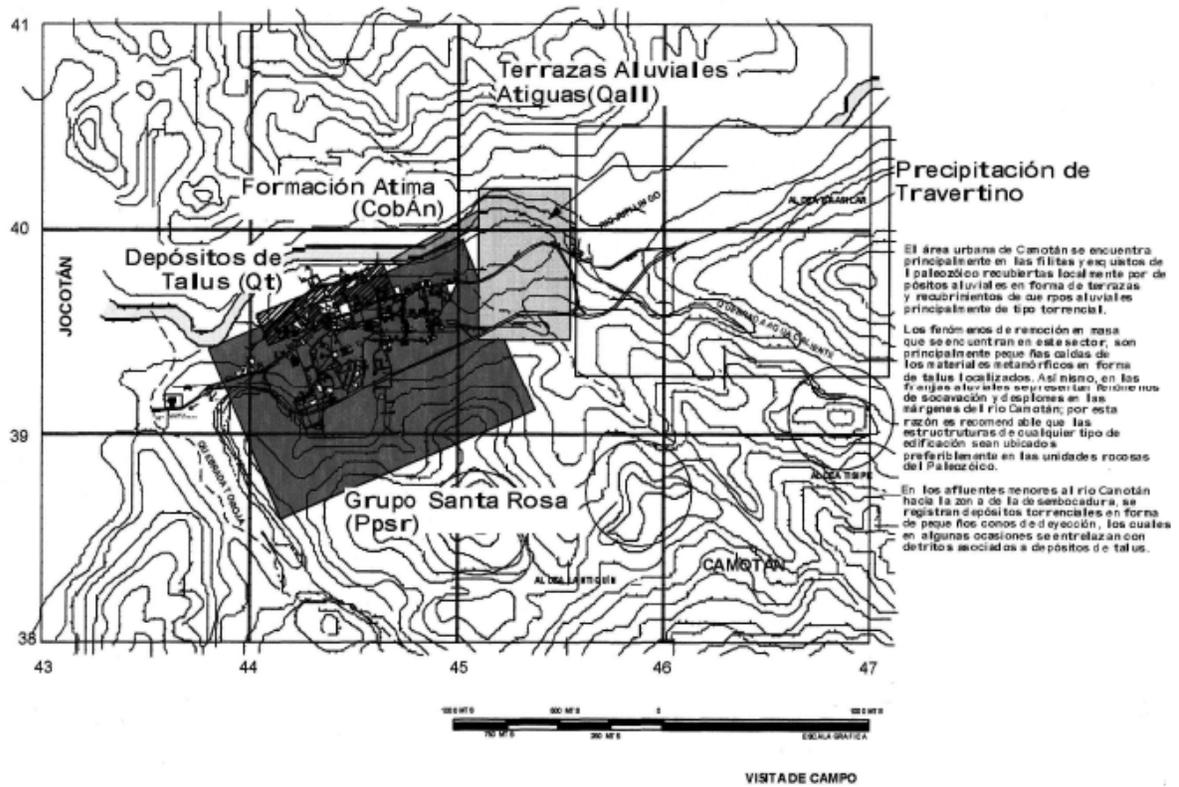
Apéndice 6. **Diversos turistas disfrutando un momento recreativo en las instalaciones del balneario El Brasil**



Fuente: balneario El Brasil.

ANEXOS

Anexo 1. Mapa de ubicación



Fuente: mapa 1:50 000 Instituto Geográfico Nacional (IGN).

Anexo 2. **Mapa de fallas geológicas de la República de Guatemala**



Fuente: INSIVUMEH.

Anexo 3. **Carta de autorización para realización de trabajos de campo en el balneario**



Anexo 4. **Ticket de ingreso al balneario el Brasilar.**



Fuente: balneario el Brasilar