



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

**DESARROLLO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO PARA EL BALNEARIO  
LOS CHORROS UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA**

**Xara Carol Paz Folgar**

Asesorado por el Ing. Jaime Vinicio Ríos Escobar

Guatemala, septiembre de 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**DESARROLLO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO PARA EL BALNEARIO  
LOS CHORROS UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA  
FACULTAD DE INGENIERÍA

POR

**XARA CAROL PAZ FOLGAR**

ASESORADO POR EL ING. JAIME VINICIO RÍOS ESCOBAR

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

**INGENIERA INDUSTRIAL**

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE INGENIERÍA



**NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA**

DECANO	Ing. Pedro Antonio Agilar Polanco
VOCAL I	Ing. Ángel Roberto Sic García
VOCAL II	Ing. Pablo Christian de León Rodríguez
VOCAL III	Ing. José Milton de León Bran
VOCAL IV	Br. Jurgen Ardoni Ramírez Ramírez
VOCAL V	Br. Oscar Humberto Galicia Núñez
SECRETARIA	Inga. Lesbia Magalí Herrera López

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO**

DECANO	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
EXAMINADOR	Ing. César Ernesto Urquizú Rodas
EXAMINADOR	Ing. José Luis Antonio Valdeavellano Ardón
EXAMINADOR	Ing. Jaime Roberto Ruíz Díaz
SECRETARIA	Inga. Lesbia Magalí Herrera López

## **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 PROMOCIÓN TURÍSTICO PARA EL BALNEARIO LOS CHORROS UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA**

Tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, 27 de febrero de 2017



**Xara Carol Paz Folgar**

Guatemala 29 de junio de 2017

Ingeniero  
José Francisco Gómez Rivera  
Director  
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial  
Facultad de Ingeniería

Estimado Ingeniero Gómez:

Por este medio informo a usted que he supervisado y revisado el informe final de trabajo de graduación titulado **DESARROLLO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL BALNEARIO “LOS CHORROS” UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA**, elaborado por la estudiante Xara Carol Paz Folgar, quien se identifica con el carné 201123004, el cual he encontrado satisfactorio, por lo tanto, yo lo apruebo.

Atentamente,



*Ing. Jaime Vinicio Ríos Escobar*  
Colegiado 8619  
Ing. Jaime Vinicio Ríos Escobar  
Asesor del Trabajo de Graduación  
Colegiado Activo No. 8619



Como Catedrático Revisor del Trabajo de Graduación titulado **DESARROLLO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO PARA EL BALNEARIO “LOS CHORROS” UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA**, presentado por la estudiante universitaria **Xara Carol Paz Folgar**, apruebo el presente trabajo y recomiendo la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Nora Leonor Elizabeth García Tobar  
Ingeniera Industrial  
Colegiado No. 8121

Inga. Nora Leonor Elizabeth García Tobar  
Catedrático Revisor de Trabajos de Graduación  
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Guatemala, agosto de 2017.

/mgp



REF.DIR.EMI.143.017

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 PROMOCION TURÍSTICO PARA EL BALNEARIO “LOS CHORROS” UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA**, presentado por la estudiante universitaria **Xara Carol Paz Folgar**, aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

**Ing. José Francisco Gómez Rivera**  
**DIRECTOR a.i.**

**Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial**



Guatemala, septiembre de 2017.

/mgp

Universidad de San Carlos  
de Guatemala

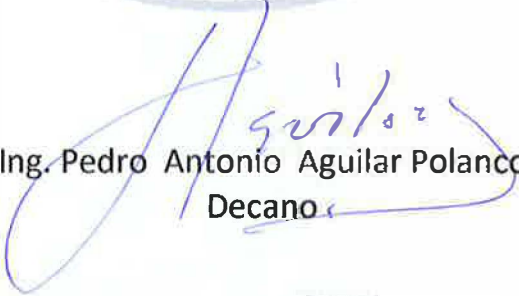


Facultad de Ingeniería  
Decanato

DTG. 444.2017

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 PROMOCIÓN TURÍSTICO PARA EL BALNEARIO LOS CHORROS UBICADO EN SAN PEDRO PINULA, JALAPA,** presentado por la estudiante universitaria: **Xara Carol Paz Folgar,** y después de haber culminado las revisiones previas bajo la responsabilidad de las instancias correspondientes, autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE:

  
Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco  
Decano

Guatemala, septiembre de 2017

/gdech





## **ACTO QUE DEDICO A:**

- Dios** Por haberme permitido culminar otra etapa de mi vida, además de su infinita bondad y amor.
- La Virgen María** Madre Celestial, que fue mi guía y nunca me abandono en todo momento.
- Mis padres** Edgar Paz y Lesbia Folgar, por sus consejos, su apoyo, su comprensión, su esfuerzo y, ante todo, su amor para enseñarme que todos los sueños pueden cumplirse con trabajo y dedicación; Dios los bendiga siempre.
- Mis hermanos** Jorge Folgar, Joaquín Paz, Fabiola Paz, Liza Paz, por ser todos un ejemplo de hermano mayor y de quienes aprendí de las distintas situaciones que nos pone la vida; en especial a Jossué Folgar que siempre ha estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional así mismo, ser mi fuente de motivación para alcanzar mis sueños; les quiero a cada uno.
- Mi familia** Tíos y primos que me brindaron su apoyo directa e indirectamente para ver culminar uno de mis esfuerzos.

**Armando  
Castellanos**

Brindarme tu apoyo y darme palabras de aliento,  
eres una persona muy linda y formas parte  
especial en mi vida.

## **AGRADECIMIENTOS A:**

- Universidad de San Carlos de Guatemala**      Por abrirme las puertas y darme la oportunidad de pertenecer a tan gloriosa institución, así como poder estudiar en la Facultad de Ingeniería.
- Facultad de Ingeniería**      Gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso para permitirme formarme profesionalmente con las herramientas necesarias para alcanzar mi sueño.
- Mi amiga**      Paola Méndez, por brindarme su apoyo, su amistad y cariño desde el comienzo de nuestra formación profesional hasta el día de hoy, Dios te bendiga siempre.
- Mis amigos**      Que siempre nos hemos apoyado mutuamente y que hasta ahora seguimos siendo amigos, Dios los bendiga.
- Mi asesor**      Ing. Jaime Ríos, por aceptar una dura tarea y brindarme todo el apoyo como profesional y ser humano.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	IX
LISTA DE SÍMBOLOS .....	XIII
GLOSARIO .....	XV
RESUMEN.....	XVII
OBJETIVOS.....	XIX
INTRODUCCIÓN .....	XXI
1. ANTECEDENTES GENERALES .....	1
1.1. Departamento de Jalapa .....	1
1.1.1. Ubicación geográfica .....	1
1.1.2. Actividades productivas .....	2
1.1.3. Tradiciones .....	2
1.1.4. Gastronomía .....	3
1.1.5. Clima .....	3
1.1.6. Flora y fauna.....	3
1.2. Municipio de San Pedro Pinula.....	3
1.2.1. Ubicación.....	4
1.2.2. Geografía.....	4
1.2.3. Tradiciones .....	5
1.2.4. Gastronomía.....	6
1.3. Municipalidad de San Pedro Pinula.....	6
1.3.1. Ubicación.....	6
1.3.2. Historia .....	7
1.3.3. Misión .....	7
1.3.4. Visión.....	8

1.3.5.	Valores .....	8
1.3.6.	Autoridades .....	8
1.3.7.	Organigrama .....	8
1.3.8.	Descripción de puestos .....	10
2.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	11
2.1.	Área del balneario .....	11
2.1.1.	Características .....	11
2.1.2.	Ubicación.....	11
2.1.3.	Clima .....	12
2.1.4.	Geografía .....	12
2.1.5.	Orografía .....	12
2.1.6.	Ruta y vías de acceso al balneario.....	13
2.1.7.	Extensión territorial.....	13
2.1.8.	Colindancias.....	13
2.2.	Descripción de la infraestructura .....	13
2.2.1.	Taquilla.....	16
2.2.2.	Puerta principal de acceso .....	17
2.2.3.	Área de parqueo.....	17
2.2.4.	Área de recreación .....	17
2.2.4.1.	Piscinas .....	17
2.2.4.1.1.	Adultos .....	18
2.2.4.1.2.	Niños.....	18
2.2.4.2.	Salón de usos múltiples.....	18
2.2.4.3.	Área de parrillas .....	18
2.2.4.4.	Área de comedores .....	19
2.2.5.	Servicios sanitarios .....	19
2.2.5.1.	Hombres.....	19
2.2.5.2.	Mujeres.....	19

	2.2.5.3.	Niños .....	19
	2.2.6.	Área de vestidores.....	20
	2.2.6.1.	Hombres .....	20
	2.2.6.2.	Mujeres.....	20
	2.2.7.	Área de duchas.....	20
	2.2.7.1.	Hombres .....	20
	2.2.7.2.	Mujeres.....	20
	2.2.8.	Áreas verdes.....	21
2.3.		Turismo.....	21
	2.3.1.	Tipos de turismo .....	21
	2.3.2.	Factores que inciden en el turismo .....	21
2.4.		Afluencia de visitantes .....	22
	2.4.1.	Perfil del turista .....	22
	2.4.2.	Tipo de servicio.....	22
	2.4.2.1.	Horario de atención .....	22
	2.4.2.2.	Valor del ingreso.....	22
2.5.		Descripción de la situación y problema actual.....	23
2.6.		Análisis FODA .....	23
	2.6.1.	Fortalezas.....	23
	2.6.2.	Oportunidades .....	24
	2.6.3.	Debilidades.....	24
	2.6.4.	Amenazas.....	25
2.7.		Diagrama causa y efecto .....	26
3.		PROPUESTA PARA DESARROLLAR EL PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA .....	27
	3.1.	Plan de promoción.....	27
	3.1.1.	Análisis de mercado .....	27
	3.1.2.	Demanda .....	29

3.2.	Análisis FODA.....	31
3.2.1.	Fortalezas.....	31
3.2.2.	Oportunidades.....	31
3.2.3.	Debilidades.....	32
3.2.4.	Amenazas .....	32
3.2.5.	Estrategias .....	33
3.3.	Estrategias .....	35
3.3.1.	Plan de mercadeo .....	36
3.3.1.1.	Plaza .....	36
3.3.1.2.	Precio .....	37
3.3.1.3.	Producto.....	38
3.3.1.4.	Promoción .....	40
3.3.2.	Mercadeo de segmentación .....	41
3.3.3.	Mercadeo sobre posicionamiento.....	41
3.4.	Desarrollo publicitario.....	41
3.4.1.	Selección del método publicitario .....	42
3.4.2.	Recursos .....	42
3.4.3.	Diseño publicitario .....	42
3.4.4.	Campañas publicitarias .....	45
3.5.	Relación municipal con el balneario .....	47
3.5.1.	Registro del número de visitantes anual .....	47
3.5.2.	Capacidad .....	49
3.5.3.	Índice de servicio.....	53
3.5.4.	Actividades.....	53
3.5.5.	Aporte comunitario .....	54
3.6.	Recurso humano.....	54
3.6.1.	Asignación de puestos .....	54
3.6.1.1.	Salarios .....	54
3.6.2.	Capacitación a empleados .....	54

3.6.3.	Diseño del programa .....	55
3.6.4.	Cronograma de actividades .....	57
3.7.	Análisis de costos .....	58
3.7.1.	Papelería y útiles .....	58
3.7.2.	Capacitaciones .....	58
3.8.	Costo/beneficio.....	59
4.	IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	61
4.1.	Sensibilización de los empleados .....	61
4.1.1.	Metodología de comunicación .....	61
4.2.	Reestructuración de áreas de trabajo.....	61
4.2.1.	Área de gerencia .....	61
4.2.2.	Área administrativa .....	62
4.2.3.	Área de mantenimiento.....	63
4.2.4.	Departamento de seguridad y prevención de accidentes.....	64
4.3.	Administración de recursos .....	65
4.3.1.	Costo del mantenimiento .....	65
4.3.1.1.	Salón de servicios múltiples.....	65
4.3.1.2.	Área de parrillas.....	66
4.3.1.3.	Piscinas climatizadas.....	66
4.3.1.4.	Servicios sanitarios .....	67
4.3.1.4.1.	Hombres.....	68
4.3.1.4.2.	Mujeres.....	68
4.3.1.4.3.	Niños .....	68
4.3.1.5.	Área de duchas.....	68
4.3.1.5.1.	Hombres.....	68
4.3.1.5.2.	Mujeres.....	70
4.3.1.6.	Área de vestidores.....	71



	4.3.1.6.1.	Hombres.....	71
	4.3.1.6.2.	Mujeres .....	77
	4.3.1.7.	Áreas verdes .....	77
4.4.		Logística del lugar .....	78
	4.4.1.	Ingreso .....	78
	4.4.2.	Guía de actividades.....	78
4.5.		Infraestructura y áreas verdes.....	79
	4.5.1.	Mano de obra .....	79
	4.5.2.	Áreas señalizadas .....	79
4.6.		Formatos de control de indicadores .....	83
4.7.		Valoración del servicio al cliente .....	83
4.8.		Etapas de ejecución y supervisión .....	87
5.		SEGUIMIENTO Y MEJORA CONTINUA .....	89
5.1.		Resultados .....	89
	5.1.1.	Interpretación .....	89
	5.1.2.	Mejora .....	89
5.2.		Ventajas y beneficios .....	90
5.3.		Personal responsable.....	90
	5.3.1.	Área de gerencia .....	90
	5.3.2.	Área de administración.....	90
	5.3.3.	Área de mantenimiento .....	90
	5.3.4.	Departamento de seguridad y prevención de accidentes .....	91
	5.3.5.	Visitas periódicas .....	95
	5.3.6.	Entrevistas.....	95
	5.3.7.	Encuestas.....	96
5.4.		Auditorías .....	96
	5.4.1.	Internas .....	96

5.4.2.	Externas .....	97
5.5.	Beneficio/costo .....	111
CONCLUSIONES .....		117
RECOMENDACIONES .....		119
BIBLIOGRAFÍA.....		121
APÉNDICES .....		123



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

### FIGURAS

1.	Estructura organizacional municipal.....	9
2.	Balneario Los Chorros.....	14
3.	Piscina planta baja del balneario.....	15
4.	Vista panorámica de piscina y tobogán en la planta baja.....	15
5.	Vista frontal de piscina ubicada en la planta baja .....	16
6.	Análisis FODA de la situación actual.....	25
7.	Diagrama causa y efecto de la situación actual .....	26
8.	Oferta hotelera total de establecimientos, habitaciones, plaza-cama primer trimestre 2017 .....	28
9.	Oferta de hospedajes por departamentos primer trimestre 2016 – 2017.....	30
10.	Matriz FODA .....	33
11.	Imagen corporativa en páginas web .....	43
12.	Valla publicitaria .....	43
13.	Publicidad en redes sociales y páginas de foros.....	44
14.	Publicidad en redes sociales y páginas de foros, vista frontal desde el hotel Posada de Fidel.....	44
15.	Reportajes a través de medios escritos .....	45
16.	Cronograma de actividades .....	58
17.	Atractivos naturales.....	80
18.	Servicios de apoyo.....	81
19.	Señales de restricción .....	83
20.	Encuesta de servicio al cliente .....	84

21.	¿Es la primera vez que visita el balneario Los Chorros? .....	84
22.	¿Cómo encontró las instalaciones, baños, vestidores, piscina: limpias o sucias?.....	85
23.	Si necesitó apoyo por parte del personal del parque, lo atendieron inmediatamente .....	85
24.	¿Visita el parque con familia o amistades?.....	86
25.	¿Recomendaría el parque a familiares y/o amigos?.....	86
26.	Señales de ruta de evacuación.....	105

## TABLAS

I.	Proyección anual de demanda de visitantes.....	29
II.	Estrategia de promoción .....	34
III.	Estrategia de calidad .....	34
IV.	Estrategia de diferenciación.....	35
V.	Estrategia de mercadeo turístico-plaza.....	36
VI.	Estrategia de señalización .....	39
VII.	Estrategia de guía turística .....	39
VIII.	Estrategia de promoción .....	40
IX.	Ejemplo de entrevista en cabina de radio propuesta. ....	46
X.	Registro de visitantes.....	48
XI.	Capacidad de carga del balneario .....	53
XII.	Diseño y montaje de eventos.....	55
XIII.	Etiqueta y protocolo .....	56
XIV.	Organización y diseño de eventos .....	56
XV.	Gerencia general .....	62
XVI.	Área administrativa .....	63
XVII.	Área de mantenimiento.....	63

XVIII.	Área de seguridad y prevención de accidentes.....	64
XIX.	Mantenimiento de la instalación eléctrica en vestidores.....	72
XX.	Mantenimiento de la red de saneamiento .....	73
XXI.	Tratamiento de aire .....	74
XXII.	Factores de riesgo.....	91
XXIII.	Identificación de peligros.....	94



## LISTA DE SÍMBOLOS

<b>Símbolo</b>	<b>Significado</b>
m	Metro
%	Porcentaje





## GLOSARIO

<b>Ecoturismo</b>	También conocido como turismo ecológico es una tendencia del turismo alternativo con enfoque ecológico, el cual permite visitar entornos naturales como bosques y parques nacionales. Este tipo de turismo se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y los daños a la naturaleza.
<b>Turismo</b>	Se le llama turismo al conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.
<b>Turismo cultural</b>	Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.
<b>Turismo deportivo</b>	Tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte, un turismo activo como puede ser esquiar, montar a caballo, senderismo o cualquier otra actividad vinculada con el ejercicio.



## RESUMEN

El presente trabajo de graduación se desarrollará en el municipio de San Pedro Pinula, departamento de Jalapa, con el enfoque de crear una propuesta estratégica potencial y viable para promover el turismo a nivel regional, nacional e internacional a través del aprovechamiento de sus recursos ambientales-naturales, en consecuencia, obtener un mejor desarrollo económico mediante la promoción del balneario Los Chorros como un centro turístico.

El trabajo se basa en teorías, procesos y fundamentos teóricos científicos de investigaciones sobre las que se han desarrollado trabajos similares en el tema del turismo local. Así mismo, se revisarán los planteamientos teóricos y conceptuales que sustentarán la temática:

Turismo: conjunto de acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. Existen distintos tipos de turismo, dentro de los cuales se pueden mencionar:

Turismo cultural: corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

Turismo deportivo y de aventura: tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte, un turismo activo como puede ser esquiar, montar a caballo, senderismo o cualquier otra actividad vinculada con el ejercicio.



## **OBJETIVOS**

### **General**

Desarrollar un plan de promoción turístico para el balneario Los Chorros en el municipio de San Pedro Pinula, Jalapa.

### **Específicos**

1. Determinar la situación actual del balneario para el diseño de un plan de promoción turística.
2. Identificar los recursos naturales y las condiciones aprovechables del balneario para su aprovechamiento turístico.
3. Realizar un plan de promoción para promocionar el balneario Los Chorros.
4. Crear un plan de control de los ingresos y egresos monetarios del balneario para determinar sus utilidades.
5. Establecer los medios y recursos necesarios para la promoción del centro turístico.
6. Diseñar un plan de capacitación para el personal en atención y servicio para la generación de ingresos.

7. Diseñar un programa de actividades turísticas respaldadas por la municipalidad para el aumento de visitantes.

## INTRODUCCIÓN

Guatemala es un país pluricultural, multilingüe y multiétnico que, a pesar de tener una pequeña extensión territorial, cuenta con variedad de zonas boscosas con diversidad en fauna y flora a lo largo de sus distintos departamentos, además de caracterizarse por su variedad climática; por lo tanto, es seleccionado como uno de los destinos que genera turismo a nivel nacional e internacional.

En el municipio de San Pedro Pinula, del departamento de Jalapa se encuentra ubicado un centro turístico denominado balneario Los Chorros, que cuenta en su alrededor con diversidad de flora, riachuelos artificiales, comedores, áreas al aire libre, acceso al río que pasa por un costado, y piscinas que aprovechan el cauce del río Jalapa y una cascada artificial por la que corre el agua fría de la montaña y desemboca en el balneario.

La estrategia de turismo, económica y viable, para el balneario Los Chorros ubicado en el municipio de San Pedro Pinula, departamento de Jalapa promueve el turismo regional, nacional e internacional mediante la utilización de los recursos naturales. Se enfoca en un centro recreativo específico con diferentes ambientes rudimentarios que pueden reacondicionar para que brinde a sus visitantes una experiencia con el medio ambiente y genere recursos para los habitantes del lugar.





# **1. ANTECEDENTES GENERALES**

## **1.1. Departamento de Jalapa**

El departamento de Jalapa fue creado por el decreto número 107 del 24 de noviembre de 1873. Se caracteriza por sus cadenas de cerros, colinas, desfiladeros y barrancos cubiertos de distintos tipos de vegetación. Aquí se encuentran los volcanes Jumay, Alazatate, Tahual y Monterrico. Cuenta con una extensión territorial de 2 063 kilómetros cuadrados con una población de aproximadamente 318 420 habitantes, sus idiomas son el español y en algunos municipios, k'iche' y pocomam.

### **1.1.1. Ubicación geográfica**

El departamento de Jalapa limita al norte con los departamentos de El Progreso y Zacapa; al sur con los departamentos de Jutiapa y Santa Rosa; al este con el departamento de Chiquimula; y al oeste con el departamento de Guatemala. Se encuentra en la región IV (suroriental). Cuenta con siete municipios incluyendo su cabecera municipal:

- Jalapa (municipio)
- San Pedro Pinula
- San Luis Jilotepeque
- San Manuel Chaparrón
- San Carlos Alzatate
- Monjas
- Mataquescuintla

### **1.1.2. Actividades productivas**

Las actividades se desarrollan dependiendo del territorio y el clima; la agricultura y la ganadería son las principales fuentes de ingreso que contribuyen a la economía del departamento. Los cultivos más importantes suelen ser maíz, frijol, tomate y café.

La ganadería se caracteriza por la crianza de ganado caballar, porcino y vacuno; esta es una de las actividades comerciales que se lleva a cabo principalmente por la elaboración de productos lácteos, entre los que sobresalen distintos tipos de quesos y crema.

Por último, la actividad artesanal se distingue por la producción de cerámica tradicional, conocida como cerámica vidriada, se fabrican vajillas, vasijas y ollas para cocinar alimentos. Otro tipo de alfarería que destaca en la región es el barro rojo, del cual los comerciantes del lugar producen cántaros, comales, pichingas, útiles en los hogares y del cual también se elaboran figuras decorativas; otros municipios del departamento sustentan su economía en la elaboración de productos de palma, teja y ladrillo de barro, entre otros.

### **1.1.3. Tradiciones**

Jalapa tiene una serie de tradiciones como la celebración de la feria titular del 8 al 15 de septiembre con diversas actividades: jaripeos, desfile de carrozas, desfiles hípico, peleas de gallos y juegos de azar. No faltan durante los festejos las tradicionales carreras de cintas.

Al igual que otros departamentos del país, Jalapa tiene como tradición en los velatorios la narración de historias o leyendas.

#### **1.1.4. Gastronomía**

La gastronomía de Jalapa se destaca por los platillos típicos, la rica variedad de tamales, en especial de chipilín, loroco y maíz dulce, dulce de naranja envuelto en hoja de maíz (joloche), y pozol, horchata, fresco de marañón, gallina en crema, cocido de vegetales, pulique de espinazo, quesadilla de invierno, chiquiadores, zalporas de arroz, caldo de pollo.

#### **1.1.5. Clima**

El departamento de Jalapa es conocido como La Morena Climatológica de Oriente, por la variedad de climas en los municipios. En la cabecera departamental, el clima se caracteriza por ser generalmente templado y en las cumbres más altas como Mataquescuintla y la parte montañosa de San Pedro Pinula suele ser frío, en Monjas, San Luis Jilotepeque y San Carlos Alzatate el clima es sumamente caluroso.

#### **1.1.6. Flora y fauna**

Las zonas de vida en el departamento se caracterizan por ser zonas de vida vegetal como el bosque húmedo subtropical templado, bosque seco subtropical, bosque húmedo subtropical cálido, húmedo montano bajo subtropical (coníferas, encinos y roblares).

### **1.2. Municipio de San Pedro Pinula**

San Pedro Pinula es uno de los siete municipios del departamento de Jalapa; su fundación se remonta a finales de los años de 1600, de hecho un primer registro de habitantes se remonta al año 1676, de acuerdo a un censo

que dio como resultado la existencia de 256 personas fundadoras de la población; estos datos se confirman con la fecha de la construcción de las iglesias, primero, la de la aldea Santo Domingo y luego la que actualmente se encuentra ubicada en el casco urbano de la población. El municipio perteneció al distrito de Chiquimula y fue adherido a Jalapa hasta 1873. El nombre San Pedro Pinula se les atribuye a dos vocablos de la voz maya poqoman: tierra de pinos y agua, y tierra de pinol, ambos de la lengua maya poqoman oriental, la etnia que se encontró en el lugar a la llegada de los españoles, por la tradición occidental adquiere su nombre en honor al patrón San Pedro. El municipio cuenta aproximadamente con 14 213 habitantes, el idioma es el español y en algunas aldeas el poqoman.

### **1.2.1. Ubicación**

El municipio de San Pedro Pinula está situado geográficamente entre las montañas de El Tobón y La Cumbre sobre el valle de Santo Domingo a una altura de 1 097 metros sobre el nivel del mar. Colinda al norte con los municipios de El Júcaro (El Progreso) Y San Diego (Zacapa); al este con San Luis Jilotepeque; al sur con Monjas y San Manuel Chaparrón; y al oeste con Jalapa, la cabecera.

### **1.2.2. Geografía**

San Pedro Pinula cuenta con una extensión territorial aproximadamente de 376 kilómetros cuadrados, la altitud del territorio se encuentra a 1 097,08 metros sobre el nivel del mar. Cuenta con cuatro barrios: San Pedro, San Pablo, San José y Candelaria. La división político-administrativa es de 47 aldeas, 38 caseríos, 23 fincas, 4 parajes (Acuerdo Municipal Número 09, 2010).

Está rodeado de montañas provenientes de la Sierra Madre y de cerros entre los que destacan El Tobón y Güisiltepeque.

Sus condiciones climáticas lo hacen un municipio privilegiado, con temperaturas que oscilan entre los 20 a 26 grados centígrados y una precipitación pluvial de 1 000 a 1 349 milímetros cúbicos por año. La época lluviosa se presenta entre los meses de mayo a octubre; el promedio de humedad ambiente es del 72 %. Sin embargo, estas condiciones han variado dado que la región se ve afectada por los fenómenos naturales y el cambio climático que afecta los bosques y ríos de la localidad.

En cuanto a la flora y fauna es variada y aún se logran encontrar especies poco conocidas en el país: líquenes, helechos, hongos, tunas lengua de vaca, órgano, columna pitahaya, espinazo, grupos acuáticos.

Las especies boscosas se componen de árboles de pino y roble los cuales han disminuido debido a que se utilizan para construcción y leña. Las principales plantas y cultivos del municipio que sustentan la alimentación básica de los habitantes son: maíz, frijol, maní, jocote, bananos, entre otros.

La fauna está compuesta por una diversidad de especies de pájaros, reptiles, conejos, tacuazines, zorrillos y otros que se consideran exóticos pero que se encuentran en extinción; los que sobreviven están en las partes altas y menos pobladas.

### **1.2.3. Tradiciones**

Actualmente se preservan las costumbres heredadas de los habitantes poqomanes, principalmente, en las celebraciones de la cofradía, el

acompañamiento del tum y la chirimía en las procesiones; para celebrar el fin de año se presenta el baile de moros.

En el municipio se celebran tres fiestas importantes: el 2 de febrero en honor a la Virgen de Candelaria, el 29 de junio en honor a San Pedro Apóstol, patrono del pueblo, y el 18 de octubre en honor a San Lucas Apóstol por el desarrollo ganadero del lugar.

#### **1.2.4. Gastronomía**

La gastronomía del lugar se centra en productos derivados de lácteos: queso fresco, queso seco (duro), crema, requesón y mantequilla de costal. También, se elabora el pan artesanal: pan de mujer, quesadillas, pan de suelo, marquesote, pan de maíz, zalporas y chiquiadores. Se consume carne de res, cerdo, conejo, pollo, tepescuintle y, ocasionalmente, armadillo. El plato típico es la gallina en crema con loroco; para festejos mayores pavos o marrano relleno. Sin faltar los postres de manjar de leche y jalea de manzanilla.

### **1.3. Municipalidad de San Pedro Pinula**

Se describe a continuación la situación actual de la Municipalidad de San Pedro Pinula.

#### **1.3.1. Ubicación**

La municipalidad se encuentra ubicada en el casco urbano del municipio en el centro cívico conduciéndose hasta el final de la calle principal.

### **1.3.2. Historia**

El municipio de San Pedro Pinula fue creado en 1836, los primeros habitantes eran indígenas quienes realizaban trabajos forzados y en condiciones feudales en fincas donde trabajaban como mozos colonos; a pesar de dicho trato predominaban y eran propietarios de la mayoría de tierras del municipio por estar fuertemente organizados. Los templos católicos y edificaciones antiguas fueron construidos entre los años 1698 y 1735 que preservan su estilo barroco característico.

En la municipalidad desde tiempos remotos solo se ha conocido a un gobernante indígena que fue asesinado tiempo después de ser electo; conforme han transcurrido los años la municipalidad se ha adueñado de las tierras del municipio bajo la escritura de una finca municipal. Desde que se constituyó la municipalidad han sido electos nuevos gobernantes que representan la autoridad del municipio para el cumplimiento en términos legales establecidos y de conformidad con las características multiétnicas, pluriculturales y multilingües de los que residen en el lugar.

### **1.3.3. Misión**

La Municipalidad de San Pedro Pinula tiene como misión “prestar servicios públicos esenciales de manera eficaz por medio de tasas y arbitrios equitativos y fortalecer el desarrollo integral del municipio”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Municipalidad de Jalapa. Memoria de Labores 2016. p.10.



#### **1.3.4. Visión**

“Mediante la modernización de la administración municipal eficiente y transparente lograremos mejorar la calidad de los servicios que son esenciales para la vida y la salud de los habitantes.”<sup>2</sup>

#### **1.3.5. Valores**

La municipalidad se caracteriza por los valores de honestidad, compromiso, solidaridad y responsabilidad para cumplir con los derechos y obligaciones en representación del pueblo.

#### **1.3.6. Autoridades**

Las autoridades municipales electas por los habitantes que representan sus derechos son ejercidos mediante un concejo municipal el cual está conformado por el alcalde, síndicos y concejales electos por sufragio universal y secreto por un período de cuatro años, pueden ser reelectos.

#### **1.3.7. Organigrama**

La municipalidad de Jalapa está conformada en su administración por el concejo municipal electo por el pueblo en sufragio electoral que avala el Tribunal Supremo Electoral.

Este concejo reconoce al alcalde municipal quien tiene a su cargo la administración de las diferentes áreas de la estructura organizacional.

---

<sup>2</sup> Ibid



### **1.3.8. Descripción de puestos**

El concejo municipal es la máxima autoridad, el órgano superior de liberación y decisión mancomunadamente responsable para la toma de decisiones; es importante debido a que también se encarga de ejercer la autonomía del municipio.<sup>3</sup>

El alcalde, es la persona que se encarga de darle el seguimiento y la ejecución a las políticas, programas y proyectos que sean previamente autorizados por el concejo municipal.

Los concejales y síndicos, como parte del órgano de deliberación y decisión, son encargados de proponer las medidas para evitar abusos y actos de corrupción en las oficinas y dependencias municipales, fiscalizar la acción administrativa, cuestionar al alcalde sobre las medidas que hubiere adoptado; los síndicos especialmente representar a la municipalidad, ante tribunales de justicia y oficinas administrativas.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Artículo 9. Código municipal. Municipalidad de Jalapa.

<sup>4</sup> Artículo 54. Código municipal. Municipalidad de Jalapa.

## **2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **2.1. Área del balneario**

El balneario Los Chorros se caracteriza por aprovechar el agua que nace de la montaña que se encuentra al norte y alimenta varios de los riachuelos artificiales y las piscinas del lugar. Cuenta con cuatro piscinas de las cuales dos son utilizadas por jóvenes y adultos y las otras dos por niños.

#### **2.1.1. Características**

El balneario Los Chorros se considera uno de los mayores atractivos turísticos del municipio de San Pedro Pinula, es un balneario que se nutre de las aguas cristalinas de la montaña las cuales son canalizadas para constituirse en un centro recreativo.

Durante la época del verano es uno de los lugares más visitados por los habitantes de la región debido a la diversidad de paisajes y actividades: acampar, día de campo, competencias de natación y otras actividades al aire libre en las que pueden participar adultos, jóvenes y niños; se considera un centro de recreación familiar.

#### **2.1.2. Ubicación**

El balneario Los Chorros se encuentra ubicado a una distancia aproximadamente de 116 kilómetros de la ciudad capital; dista a 16 kilómetros

de la cabecera departamental de Jalapa y a 5 kilómetros del municipio al que pertenece; específicamente, se ubica en la aldea El Pinalito.

### **2.1.3. Clima**

El clima del lugar tiende a ser templado todo el año, oscilan entre las temperaturas de 20 a 26 grados centígrados; en las épocas de verano suele ser un poco más cálido, se crea un ambiente agradable para las personas que lo buscan por sus condiciones climáticas y ambientales.

### **2.1.4. Geografía**

El balneario cuenta con una extensión territorial de 1 355 metros cuadrados rodeados por los caseríos de la aldea El Pinalito, Güisiltepeque y el casco urbano del municipio. A unos 20 metros en dirección al norte del lugar se encuentra ubicada la montaña donde nace el agua que surte las piscinas del balneario de donde se puede observar la diversidad de flora que decora los paisajes del centro turístico.

### **2.1.5. Orografía**

Este balneario se alimenta principalmente del agua que nace en la montaña y de otros riachuelos que llenan las piscinas; una de la más grande cuenta con tres metros de profundidad, es alimentada por una cascada de más de cuatro metros de altura.

### **2.1.6. Ruta y vías de acceso al balneario**

Este centro turístico es accesible por la distancia y las condiciones de la carretera que permite el acceso a todo tipo de vehículo; desde el departamento de Chiquimula, se atraviesa el municipio de San Luis Jilotepeque al casco urbano de San Pedro Pinula, luego, se conducen 4 kilómetros a la aldea El Pinalito y un kilómetro más de terracería hasta llegar al lugar. Si las personas desean hacer el viaje por Jalapa, cuentan con dos opciones: por la carretera de Sanarate o por Jutiapa. En el lugar se conducen a la aldea El Pinalito (ubicado a 17 kilómetros) de esa localidad.

### **2.1.7. Extensión territorial**

La extensión territorial del balneario es de 1 355 metros cuadrados donados en 1937 por Manuel Vicente Lemus a la intendencia municipal; cinco años más tarde, se construye y se anexa un puente con medidas de 28 metros de largo y 6 metros de ancho sostenido por columnas con un diseño estructural de diamante que es el acceso al lugar.

### **2.1.8. Colindancias**

El balneario colinda al noroeste con el caserío El Platanarcito, al suroeste con la aldea El Pinalito y al oeste con la aldea Güsiltepeque.

## **2.2. Descripción de la infraestructura**

Las instalaciones del balneario permiten la interacción de los visitantes con los diferentes ambientes, la contemplación de paisajes, el uso de las piscinas, caminatas por los alrededores, degustación de varios platillos típicos

del lugar y la utilización del salón de usos múltiples para distintas actividades de manera que su estancia sea placentera y agradable, al mismo tiempo, se vive una experiencia en un ambiente ecológico.

Figura 2. **Balneario Los Chorros**



Fuente: Oficina de Relaciones Públicas. Municipalidad de Jalapa. Consulta: 25 de enero de 2017.

**Figura 3. Piscina planta baja del balneario**



Fuente: Fuente: Oficina de Relaciones Públicas. Municipalidad de Jalapa. Consulta: 25 de enero de 2017.

**Figura 4. Vista panorámica de piscina y tobogán en la planta baja**



Fuente: Oficina de Relaciones Públicas. Municipalidad de Jalapa. Consulta: 25 de enero de 2017.



Figura 5. **Vista frontal de piscina ubicada en la planta baja**



Fuente: Oficina de Relaciones Públicas. Municipalidad de Jalapa. Consulta: 25 de enero de 2017.

### **2.2.1. Taquilla**

El costo de la entrada al lugar es accesible, un arbitrio municipal de Q10,00 por persona; los fondos son administrados por la municipalidad; no se cuenta con una caseta de cobro y se hace de manera informal.

### **2.2.2. Puerta principal de acceso**

La puerta de acceso es manipulada por el personal administrativo designado para el control de la entrada y salida de los vehículos. Consta de dos puertas de hierro sostenidas por columnas de concreto de forma rústica.

### **2.2.3. Área de parqueo**

Los vehículos que ingresan al parqueo se estacionan sin un orden establecido, debido a que no se cuenta con espacios señalizados y las condiciones del terreno son rústicas; además, no cuenta con el personal necesario para la logística del orden y el acomodamiento de los vehículos.

### **2.2.4. Área de recreación**

Los visitantes del balneario pueden realizar distintas actividades dentro de las áreas: cuenta con senderos para caminar, puentes elevadizos, arboles con garrucha, área de pesca y una cascada natural que cae al río (su acceso tiene que ser supervisado y utilizar equipo seguridad).

#### **2.2.4.1. Piscinas**

Las piscinas han sufrido remodelaciones básicas a lo largo del tiempo, son de concreto; el agua es fría, cristalina y calizada, siendo el principal atractivo del centro turístico.

#### **2.2.4.1.1. Adultos**

Para la diversión de los mayores y personas que saben nadar se pueden disfrutar dos piscinas. Una, como se mencionó anteriormente, tiene tres metros de profundidad, por lo tanto, es utilizada para competencias en campeonatos.

#### **2.2.4.1.2. Niños**

Los niños pueden disfrutar de tres piscinas: dos con profundidad mediana (se recomienda siempre la supervisión de adultos) y una de corriente baja donde los niños interactúan con piedras que trae la corriente.

#### **2.2.4.2. Salón de usos múltiples**

Es un área de 10 x 5 metros, cuenta únicamente con un techo y columnas de concreto que simulan un rancho con vista a los diferentes ambientes del balneario; se utiliza como salón para usos múltiples para los festejos de cumpleaños, matrimonios, etc.

#### **2.2.4.3. Área de parrillas**

Esta área es importante, las personas pueden llevar sus alimentos y cocinarlos; además, el terreno se presta para colocar sus propias churrasqueras y cocinar distintos tipos de platillos: carne asada, caldo de gallina, etc.

#### **2.2.4.4. Área de comedores**

Las personas que visitan el lugar y que no llevan sus alimentos para cocinar pueden degustar de distintos tipos de comida y bebidas que ofrecen los tres comedores cercanos de la entrada del balneario.

#### **2.2.5. Servicios sanitarios**

El lugar cuenta con tres puntos diferentes donde están establecidos los servicios sanitarios para las personas que están de paso.

##### **2.2.5.1. Hombres**

El acondicionamiento de los sanitarios para los caballeros cuenta únicamente con lavamanos y *toilettes* individuales sin jabón para manos y papel higiénico.

##### **2.2.5.2. Mujeres**

Los sanitarios para damas cuentan únicamente con *toilettes* y lavamanos, pero carecen de papel higiénico y jabón de manos.

##### **2.2.5.3. Niños**

Los niños utilizan los sanitarios de los adultos según quién los acompañe.

## **2.2.6. Área de vestidores**

Se cuenta con dos áreas de vestidores: uno antiguo sin duchas cuya infraestructura es de madera; los que están en la planta superior cuentan con duchas y sanitarios, son antihigiénico al estar en el mismo lugar.

### **2.2.6.1. Hombres**

El lugar cuenta con tres áreas de vestidores para hombres.

### **2.2.6.2. Mujeres**

El lugar cuenta con tres áreas de vestidores para mujeres, los mismos que utilizan los niños.

## **2.2.7. Área de duchas**

Al igual que los vestidores, están ubicados en la misma área que impide la privacidad.

### **2.2.7.1. Hombres**

Cuenta con un área exclusiva de hombres.

### **2.2.7.2. Mujeres**

Cuenta con un área exclusiva de mujeres donde los niños las acompañan.

### **2.2.8. Áreas verdes**

Las áreas verdes están a los alrededores de los riachuelos y las piscinas debido a que el entorno y las instalaciones son tipo campestre, con abundantes piedras y diversidad de flora.

## **2.3. Turismo**

Las personas que visitan nuevos lugares y viven nuevas experiencias mientras están fuera de su hogar forman el turismo: permanencia fuera de su hogar cuyas actividades hacen que disfrute y pernocte en diferentes ambientes.

### **2.3.1. Tipos de turismo**

En el balneario se pueden experimentar distintos tipos de turismo: cultural por el lugar donde se encuentra y la interrelación con la cultura de los habitantes de la aldea; deportivo y de aventura: acampar, caminar por senderos, disfrutar de las cascadas y actividades vinculadas con el ejercicio; gastronómico por la variedad de platillos y ecológico por la zona donde está ubicado el balneario ya que permite disfrutar de paisajes y ambientes naturales.

### **2.3.2. Factores que inciden en el turismo**

En el desarrollo turístico inciden varios factores: instalaciones, servicios, accesibilidad, transporte, servicios sanitarios, seguridad y limpieza. Se debe tomar en cuenta la participación con la preservación del medio ambiente y el equipamiento recreativo y cultural en las áreas recreativas para garantizar una estancia placentera y agradable.

## **2.4. Afluencia de visitantes**

Se realiza una descripción de la afluencia de visitantes al centro turístico.

### **2.4.1. Perfil del turista**

El balneario Los Chorros es un centro de turismo de aventura, ecológico y rústico, accesible y familiar, le da prioridad a las personas de los lugares aledaños.

### **2.4.2. Tipo de servicio**

Los servicios son básicos ya que las personas pueden cocinar sus propios alimentos en el área de parrillas o en los comedores ubicados en la entrada; si utilizan el salón puede acondicionarlo de acuerdo a sus actividades y si quieren acampar, aunque aún no se cuenta con personas encargadas que administren y presten el servicio adecuado.

#### **2.4.2.1. Horario de atención**

El horario de atención al público es de lunes a viernes en horario de 7:00 a.m. a 4:00 p.m., excepto el día jueves cuando se realiza el mantenimiento de las piscinas.

#### **2.4.2.2. Valor del ingreso**

El valor de la entrada al balneario tiene un costo de Q 10,00 para adultos, jóvenes y niños.

## **2.5. Descripción de la situación y problema actual**

El balneario Los Chorros cuenta con varios riachuelos artificiales y piscinas que son alimentados por el agua de la montaña que corre hasta desembocar en el río que pasa a un costado del balneario. El centro turístico se caracteriza por su ambiente rústico, la contemplación de sus paisajes, cascadas y la vegetación de sus alrededores. El lugar cuenta con varias áreas de recreación donde los turistas pueden pasar momentos agradables y vivir una experiencia diferente pero debido a la falta de mantenimiento y la falta de recurso humano no se puede aprovechar el potencial de las instalaciones.

Actualmente, el problema radica en que la municipalidad no ha brindado la atención y el apoyo necesario para un mejor desarrollo y garantizar un buen servicio. A pesar de la infraestructura rústica, la falta de mantenimiento aleja a los turistas; además, la promoción del lugar carece de los métodos y las herramientas necesarias, para impulsarlo como lugar turístico, por lo tanto, los visitantes aprovechen sus recursos naturales.

## **2.6. Análisis FODA**

A continuación, se describe cada uno de los componentes de la matriz FODA y su análisis respectivo.

### **2.6.1. Fortalezas**

- El balneario cuenta con agua de la montaña a la que evita que se estanque en las piscinas a excepción de una que si debe dársele el mantenimiento adecuado.



- Se pueden realizar varias actividades al aire libre.
- Las personas pueden interrelacionarse con la naturaleza y respirar aire puro.

### **2.6.2. Oportunidades**

- Desarrollar más turismo para generar recursos y beneficiar al municipio.
- Generación de empleo para las personas aledañas al lugar.
- Generación de ingresos económicos para beneficio de la población del municipio.
- Conservación del medio ambiente.

### **2.6.3. Debilidades**

- No se cuenta con la seguridad para garantizar el bienestar y la salud de las personas.
- Falta de recurso humano especializado para atención y mantenimiento.
- Mala publicidad.
- Falta de apoyo proporcionado por la municipalidad.

## 2.6.4. Amenazas

- No existe un reglamento municipal que promueva la preservación del lugar y que evite la contaminación ambiental, auditiva y visual.
- Instalaciones en mal estado.
- Contaminación de basura al medio ambiente.

Figura 6. Análisis FODA de la situación actual

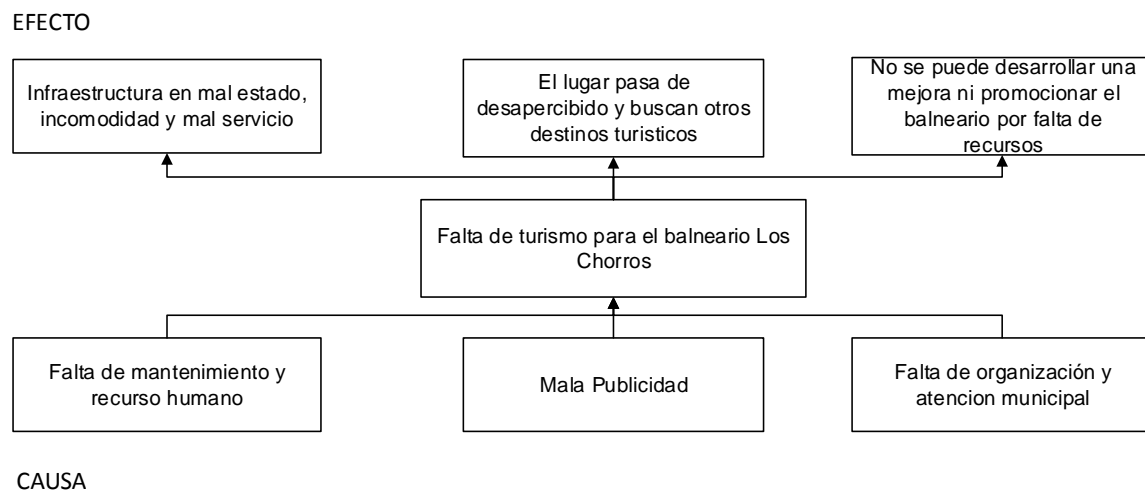
	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Generación de turismo local y extranjero	Generación de empleo a las personas del sector	Conservación del medio ambiente	No hay un reglamento interno	Generación de contaminación cruzada	Falta de mantenimiento
<b>FORTALEZAS</b>	Estrategia (FO) Maxi-Maxi			Estrategia (FA) Maxi-Mini		
Cuenta con fuentes de agua propia	Estrategia de mercadeo y ventas, relacionado con el sector turístico , Buscar el patrocinio de entidades privadas para la promoción de los servicios turísticos			Se cambiará la estrategia de mercado, enfocado a tener mayor número de visitantes con alianzas y campañas de publicidad		
Se pueden realizar actividades al aire libre						
Se interrelaciona con la naturaleza						
<b>DEBILIDADES</b>	Estrategia (DO) Mini-Maxi			Estrategia (DA) Mini-Mini		
No se cuenta con seguridad dentro del parque	Manejar una buena estrategia de mercadeo y sobre todo ofrecer precios justos			Implementar una sistema de reciclaje y reutilización de desechos para el ahorro de costos de operación		
Falta de personal						
Falta de publicidad						

Fuente: elaboración propia.

## 2.7. Diagrama causa y efecto

Se describe el diagrama causa y efecto del estudio realizado.

Figura 7. Diagrama causa y efecto de la situación actual



Fuente: elaboración propia.

### **3. PROPUESTA PARA DESARROLLAR EL PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

#### **3.1. Plan de promoción**

Para la realización de la propuesta de desarrollo turístico se toman como base las estadísticas presentadas en febrero 2017 por parte del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, Sección de Estadística, INGUAT, el cual determina la oferta turística y hotelera en el país; a continuación, se describe el análisis de mercado.

##### **3.1.1. Análisis de mercado**

El departamento de Jalapa ofrece, según datos del INGUAT, 37 establecimientos de alojamiento, servicios gastronómicos que van desde comida rápida hasta recetas propias del lugar que pasan a formar parte de la atracción turística de manera que motiva a las personas a visitar el lugar.

Así mismo en los últimos años ha incrementado el desarrollo ecoturístico debido a las impresiones que tienen las personas cuando visitan el departamento. A continuación, en la figura 8 se muestra la oferta hotelera de establecimientos, habitaciones plaza-cama del primer trimestre de 2017.

Figura 8. **Oferta hotelera total de establecimientos, habitaciones, plaza-cama primer trimestre 2017**

DEPARTAMENTOS	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	%	HABITACIONES	%	PLAZAS CAMA	%
<b>TOTAL</b>	<b>3,099</b>	<b>100%</b>	<b>51,435</b>	<b>100%</b>	<b>135,839</b>	<b>100%</b>
ALTA VERAPAZ	167	5.4%	2637	5.1%	6750	5.0%
BAJA VERAPAZ	44	1.4%	675	1.3%	1716	1.3%
CHIMALTENANGO	61	2.0%	692	1.3%	1684	1.2%
CHIQUIMULA	165	5.3%	3551	6.9%	9690	7.1%
EL PROGRESO	27	0.9%	313	0.6%	829	0.6%
ESCUINTLA	144	4.6%	2342	4.6%	6369	4.7%
GUATEMALA	442	14.3%	8448	16.4%	22348	16.5%
HUEHUETENANGO	223	7.2%	4038	7.9%	8929	6.6%
IZABAL	172	5.6%	2865	5.6%	8320	6.1%
JALAPA	37	1.2%	693	1.3%	1607	1.2%
JUTIAPA	76	2.5%	1224	2.4%	2936	2.2%
PETEN	263	8.5%	4052	7.9%	11450	8.4%
QUETZALTENANGO	199	6.4%	3728	7.2%	9183	6.8%
QUICHE	154	5.0%	2418	4.7%	5725	4.2%
RETALHULEU	71	2.3%	1294	2.5%	4008	3.0%
SACATEPEQUEZ	188	6.1%	2678	5.2%	8043	5.9%
SAN MARCOS	199	6.4%	2888	5.6%	6406	4.7%
SANTA ROSA	80	2.6%	1269	2.5%	3642	2.7%
SOLOLA	234	7.6%	2843	5.5%	8576	6.3%
SUCHITEPEQUEZ	77	2.5%	1262	2.5%	2944	2.2%
TOTONICAPAN	34	1.1%	460	0.9%	969	0.7%
ZACAPA	42	1.4%	1065	2.1%	3715	2.7%

Jalapa cuenta con diez hoteles, una pensión y veintiséis hospedajes.

Plazas-cama: es el indicador que existe para determinar cuál es la capacidad exacta que dispone el establecimiento; este dato es importante para determinar el número de personas que pueden estar alojadas en el establecimiento en dicho momento; para esto es necesario establecer las siguientes medidas en cuanto a tipos de camas:

- Cama imperial: su valor será de 1 plaza
- Cama matrimonial: su valor será de 2 plazas
- Para el resto de tamaños de camas, su valor será de 2 plazas.

Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, Sección de Estadística INGUAT. <http://www.visitguatemala.com/descargas/boletines2017/oferta-hotelera-primer-trimestre-2017.pdf>. Consulta: 13 de mayo de 2017.

### 3.1.2. Demanda

Según datos del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, Sección de Estadística, INGUAT, existe una demanda anual de 10 000 personas.

El análisis de la oferta indica que se cuenta con 37 lugares de estadía, para una capacidad de recibir 3 600 personas.

- Proyección de la demanda: se tiene un crecimiento de 1,5 % anual de visitantes.

$$P = 10\,000 * (1,015) = 10\,150$$

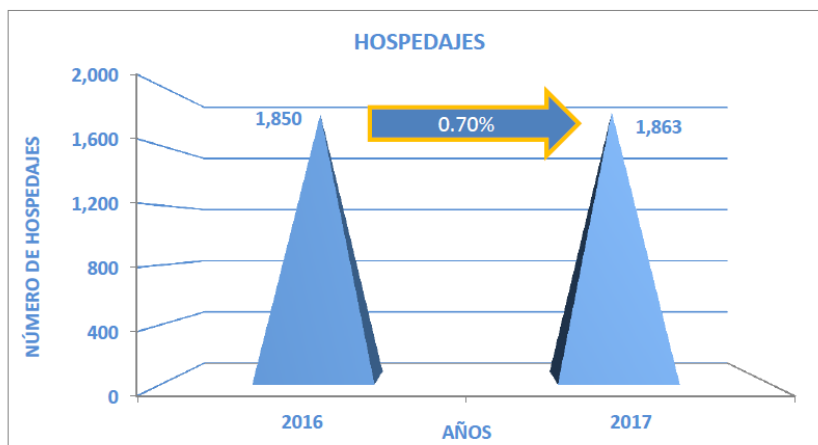
Tabla I. **Proyección anual de demanda de visitantes**

<b>Año</b>	<b>Total de visitantes</b>
2018	10 150
2019	10 300
2020	10 455
2021	10 612
2022	10 772

Fuente: elaboración propia.

Figura 9. **Oferta de hospedajes por departamentos primer trimestre 2016 - 2017**

TOTAL	1,850	1,863	13	0.70%
ALTA VERAPAZ	80	82	2	2.5%
BAJA VERAPAZ	20	22	2	10.0%
CHIMALTENANGO	47	45	-2	-4.3%
CHIQUIMULA	109	112	3	2.8%
EL PROGRESO	12	13	1	8.3%
ESCUINTLA	81	80	-1	-1.2%
GUATEMALA	317	313	-4	-1.3%
HUEHUETENANGO	133	141	8	6.0%
IZABAL	90	88	-2	-2.2%
JALAPA	25	26	1	4.0%
JUTIAPA	52	52	0	0.0%
PETEN	143	148	5	3.5%
QUETZALTENANGO	88	89	1	1.1%
QUICHE	94	96	2	2.1%
RETALHULEU	28	27	-1	-3.6%
SACATEPEQUEZ	100	100	0	0.0%
SAN MARCOS	137	137	0	0.0%
SANTA ROSA	39	37	-2	-5.1%
SOLOLA	149	151	2	1.3%
SUCHITEPEQUEZ	56	56	0	0.0%
TOTONICAPAN	32	30	-2	-6.3%
ZACAPA	18	18	0	0.0%



Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, Sección de Estadística INGUAT. <http://www.visitguatemala.com/descargas/boletines2017/oferta-hotelera-primer-trimestre-2017.pdf>. Consulta: 15 de mayo de 2017.

## **3.2. Análisis FODA**

El análisis FODA tiene como objetivo identificar y analizar las fuerzas y debilidades de la institución u organización, también, las oportunidades y amenazas que presenta la información recolectada. Se utilizará para desarrollar un plan que considere diferentes factores internos y externos para maximizar el potencial de las fuerzas y oportunidades que minimicen el impacto de las debilidades y amenazas.

### **3.2.1. Fortalezas**

Se describen las fortalezas de la institución en estudio:

- Cuenta con excelente ubicación geográfica que permite a los visitantes llegar por vía terrestre sin dificultad.
- Excelente lugar para el desarrollo turístico y planes vacacionales.
- Cuenta con instalaciones propias, hotel y restaurante, parqueo y seguridad para el visitante.

### **3.2.2. Oportunidades**

Se describen las oportunidades de la institución en estudio:

- Incursionar en nuevos mercados turísticos.
- Ofrecer precios competitivos a nivel nacional.



- Aprovechar las campañas publicitarias para tener mayor número de visitantes nacionales y extranjeros.

### **3.2.3. Debilidades**

Se describen las debilidades de la institución en estudio:

- No se tiene una recopilación de las experiencias de los visitantes, por ende, no se conoce la calidad del servicio.
- La carretera no se encuentra en buenas condiciones lo que desalienta al visitante en llegar.
- Poca promoción turística del sector.

### **3.2.4. Amenazas**

Se describen las amenazas de la institución en estudio:

- Apertura de nuevos centros turísticos en Jalapa.
- Poca afluencia de personas durante la época de invierno.
- Deforestación y contaminación provocada por personas ajenas a la región de Jalapa.

### 3.2.5. Estrategias

Se presenta el resultado del análisis interno y externo de la institución en estudio.

Figura 10. **Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>Estrategia (FO) Maxi-Maxi</b>	<b>Estrategia (FA) Maxi-Mini</b>
Cuenta con excelente ubicación geográfica	Estrategia de mercadeo y ventas, relacionado con el sector turístico , Esta estrategia se hace con campañas publicitarias dirigidas colegios, institutos, empresas que buscan un lugar para hacer una convivencia laboral, a través del uso de redes sociales, mupis, páginas web, volantes, participación en ferias de comercio.	Se cambiará la estrategia de mercado, para atraer al visitante ofreciendo un lugar ecológico y con mucha relación con el medio ambiente; de igual forma, se contará con un call center para atención al cliente.
Instalaciones adecuadas para ofrecer descanso, diversión familiar		
Ofrece precios competitivos		
<b>DEBILIDADES</b>	<b>Estrategia (DO) Mini-Maxi</b>	<b>Estrategia (DA) Mini-Mini</b>
Mejorar tecnología	Manejar una buena estrategia de precios para el sector industrial, también tener acceso a mercados justos	Implementar una sistema de logística inversa para la reducción de costos, ofrecer descuentos en promociones en días especiales como semana santa, fin de año, época de verano.
Poca atención al cliente		
Publicidad		

Fuente: elaboración propia

- Modelo de estrategias

Tabla II. **Estrategia de promoción**

Estrategia	Promoción
Objetivo	Brindar la oportunidad de que el turista conozca la región de Jalapa y sus atracciones turísticas
Estrategia	Alianza con tour operadores, agencias de viajes, Cámara de Turismo.
Tácticas	Ofrecer paquetes de estadía en el que incluya dar el desayuno gratis en paquetes de 2 noches y 3 días, 3 noches y 4 días.

Fuente: elaboración propia.

Tabla III. **Estrategia de calidad**

Estrategia	Calidad
Objetivo	Brindar la oportunidad de tener precios justos
Estrategia	Alianza con puntos de venta de paquetes turísticos en los cuales se acepte el pago del paquete por medio de tarjetas de débito, crédito, moneda extranjera (Dólares Americanos, Euros).
Tácticas	Tener alianzas con medios de transporte privado para el traslado de las personas desde la ciudad capital en un viaje de ida y vuelta, para ofrecer al visitante la seguridad de viajar en buses tipo Pullman sin riesgos de asaltos.

Fuente: elaboración propia.

Tabla IV. **Estrategia de diferenciación**

Estrategia	Diferenciación
Objetivo	Brindar actividades turísticas en el balneario y sus alrededores.
Estrategia	Contar con guías certificados por el INGUAT para guiar al visitante y dar paseos de senderos cercanos al lugar y conocer la flora y fauna de la región.
Tácticas	Utilizar los anuncios en mupis dentro de la ciudad capital, uso de redes sociales.

Fuente: elaboración propia.

### 3.3. Estrategias

Las estrategias de mercadeo están enfocadas en la segmentación del mercado, *target group* o mercado objetivo y posicionamiento del mercado.

- Segmentación del mercado: el mercado meta lo representan todos los departamentos y municipios aledaños a Jalapa, también el departamento de Guatemala y turistas extranjeros que vacacionen en la región de oriente.
- Geográfico: el segmento del mercado objetivo será la región del departamento de Guatemala de donde proviene la mayor afluencia de turistas.
- Económico: el proyecto estará dirigido a personas con un estado social medio y con la capacidad de pago a través de efectivo, tarjetas de débito y crédito.

- Sociológico: la ruta a oriente por la región de Jalapa cuenta con áreas turísticas, con diversos hoteles, medios de transporte; las cabeceras departamentales cuentan con servicios económicos (bancos, casas de cambio), restaurantes, tiendas de conveniencias, supermercados.

### 3.3.1. Plan de mercadeo

Se describe el plan de mercadeo para el desarrollo turístico.

#### 3.3.1.1. Plaza

El objetivo del plan de mercadeo es incrementar el flujo de visitantes en un 15 % con relación a las estadísticas del 2016-2017; se ponen en práctica las diferentes estrategias del plan de *marketing* turístico.

Tabla V. Estrategia de mercadeo turístico-plaza

Nombre estrategia: posicionamiento	
Objetivo: alcanzar un mayor posicionamiento en el mente del consumidor a través de la imagen de tranquilidad, naturaleza, recreación y sano esparcimiento que proporciona el balneario Los Chorros.	
Importancia: esta estrategia permitirá tener un mayor impacto en la mente de los visitantes potenciales, lo cual traerá como consecuencia el incremento gradual en la afluencia de turistas nacionales e internacionales.	
Alcance: esta estrategia pretende llegar a la región de oriente y Guatemala a través de una campaña publicitaria en los diferentes medios de comunicación y redes sociales.	
Acciones	Crear una campaña publicitaria para los diferentes medios de comunicación y redes sociales.
	Destacar los diferentes atractivos del lugar.
	Enfatizar más la campaña publicitaria en la temporada de semana santa.

Continuación de la tabla V.

Recursos	Humanos personal del balneario.
	Técnico agencias de publicidad.
	Financiero estos datos se reflejan en el presupuesto global de las estrategias.
Periodo de ejecución	Junio-agosto 2017

Fuente: elaboración propia.

### 3.3.1.2. Precio

El precio constituye un elemento esencial de la comercialización turística puesto que ejerce gran influencia sobre la demanda de los productos y está estrechamente ligado a la percepción de la calidad del turista sobre el producto; por tal razón, el precio implica seleccionar un método o base que se adecúe a las necesidades de la empresa y a sus objetivos.

La determinación del precio viene condicionada básicamente por tres factores importantes: costos, competencia y demanda. Los costos establecen el nivel mínimo por debajo del cual no resulta rentable; mientras la demanda cuando es fácilmente observable, marca el nivel máximo.

La decisión final se debe establecer entre el nivel máximo y mínimo, en función de la influencia de la competencia y la propia estrategia de la empresa turística.

Por tal razón, se detallan las siguientes: a) estrategias de precios para paquetes turísticos con una combinación de productos a un precio menor a la suma individual de cada uno, b) estrategia de precios para una línea de productos, específicamente, para las cabañas debido a que no todas cuentan con el equipamiento necesario, por lo que se deben clasificar las de mayor costo (más equipadas) y las de menor costo (menos equipadas), a fin de recuperar la inversión en mejoras de dichas habitaciones; c) utilizar la estrategia del descremado de precios en caso de invertir para ofrecer servicio de hotel de montaña, canchas deportivas y salón de usos múltiple, a fin de recuperar la inversión lo más pronto posible.

Tácticas de precios: a) incrementar el precio actual de los servicios que generan mayores ingresos: la entrada por persona (50 %) y el alquiler de los servicios (25 %), únicamente en temporadas en que incrementa la demanda de turistas, b) establecer un nivel de precios competitivos, relacionados a la calidad de los servicios generales y complementarios que presta el parque acuático en temporadas bajas; c) mantener los precios actuales de los servicios que generan ingresos a la empresa en temporadas bajas, a fin de mantener un equilibrio en la demanda. d) Fijar precios con base en los costos fijos, variables y algunas fluctuaciones del mercado a fin de mantener precios estables en el transcurso del año.

### **3.3.1.3. Producto**

El objetivo del plan de mercadeo es incrementar el flujo de visitantes en un 15 % con relación a las estadísticas del 2016-2017 con la puesta en práctica de las diferentes estrategias de *marketing* turístico.

Tabla VI. **Estrategia de señalización**

Nombre estrategia: señalización	
Objetivo: facilitar a los visitantes una adecuada señalización, la cual permita ubicarse y al mismo tiempo les sirva de guía dentro de las instalaciones.	
Importancia: a través de la señalización se facilitara a los usuarios conocer las ubicaciones de las instalaciones.	
Alcance: esta estrategia pretende llegar a la región de oriente y Guatemala a través de una campaña publicitaria en los diferentes medios de comunicación y redes sociales.	
Acciones	Crear y seleccionar el diseño a utilizar dentro de las instalaciones.
	Levantar planos de distribución del balneario.
	Colocar señalización en la carretera.

Fuente: elaboración propia

Tabla VII. **Estrategia de guía turística**

Nombre estrategia: guía turística	
Objetivo: proporcionar a los visitantes un <i>brochure</i> , que contenga información del balneario.	
Importancia: a través de la información el turista podrá tener una guía de los diferentes atractivos y servicios.	
Alcance: todas las personas que visiten el balneario y sus instalaciones.	
Acciones	Diseñar un <i>brochure</i> que contenga información del balneario.
	Coordinar la distribución de <i>brochure</i> en la entrada del balneario y colocarlos en el lobby de cada hotel de la región.
	Enfatizar más la campaña publicitaria en la temporada de semana santa.

Fuente: elaboración propia.



Táctica de distribución: a) distribuir paquetes turísticos mediante agencias turísticas nacionales y extranjeras, que se encargarían de ofrecerlos a los turistas para que visiten el parque acuático y de un servicio turístico accesible, confiable y de calidad; b) realizar un convenio con la alcaldía de la cabecera departamental para la creación de un punto de venta e información de los turicentros en general; c) buscar ayuda con instituciones que brindan apoyo al turismo de nuestro país como la Cámara de Turismo, INGUAT; d) publicitar la ubicación para facilitar al cliente el acceso a sus instalaciones con la dirección y el número de teléfono dentro del material publicitario, de ser posible debe incluirse un croquis en los *brochures* para ubicar con mayor facilidad el lugar donde se encuentran las instalaciones.

#### 3.3.1.4. Promoción

El objetivo del plan de mercadeo es incrementar el flujo de visitantes en un 15 % con relación a las estadísticas del 2016-2017 poniendo en práctica las diferentes estrategias que conforman el plan de *marketing* turístico.

Tabla VIII. Estrategia de promoción

Nombre estrategia: promoción
Objetivo: facilitar una campaña publicitaria que permita mejorar la imagen del balneario y al mismo tiempo dar a conocer a los clientes actuales y potenciales, los atractivos con los que cuenta el parque.
Importancia: se pretende tener un incremento en la afluencia de visitantes.
Alcance: esta estrategia pretende llegar a la región de oriente y Guatemala a través de una campaña publicitaria en los diferentes medios de comunicación y redes sociales.

Continuación de la tabla VIII.

Acciones	Desarrollar un cambio de imagen para el balneario.
	Medios radiales, televisión, prensa, redes sociales.
	Colocar la campaña de publicidad.

Fuente: elaboración propia.

### **3.3.2. Mercadeo de segmentación**

El mercado meta lo representan todos los departamentos y municipios aledaños a Jalapa, también el Departamento de Guatemala, turistas extranjeros que vacaciones en la región de oriente.

### **3.3.3. Mercadeo sobre posicionamiento**

Colocarse como uno de los lugares más visitados por los turistas nacionales e internaciones en la región del oriente del país.

### **3.4. Desarrollo publicitario**

Se describe el desarrollo publicitario para el plan de mercadeo.

### **3.4.1. Selección del método publicitario**

Para que una empresa sea requerida para el consumo de sus productos es necesario que el mercado sepa de su existencia y conozca que bienes o servicios ofrece; los empresarios hacen uso de la publicidad para lograr esos objetivos. Es una poderosa herramienta de promoción, por lo tanto, se utilizará publicidad pagada y no pagada para informar, convencer y recordar a los consumidores los servicios de la organización a través de los distintos medios de comunicación.

Para el estudio se utilizarán los medios escritos y las redes sociales, porque una pauta en televisión es muy costosa.

### **3.4.2. Recursos**

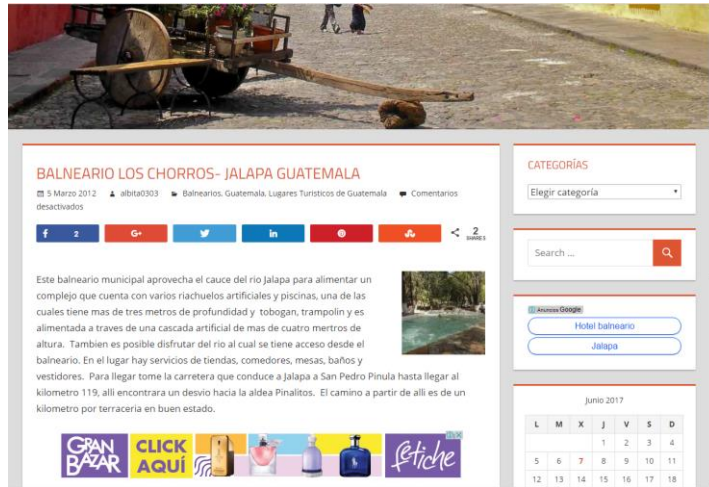
Los recursos lo representan el presupuesto de la municipalidad, a través de los arbitrios y el presupuesto general asignado por año.

### **3.4.3. Diseño publicitario**

Se presenta el diseño publicitario para la propuesta del plan de desarrollo turístico.

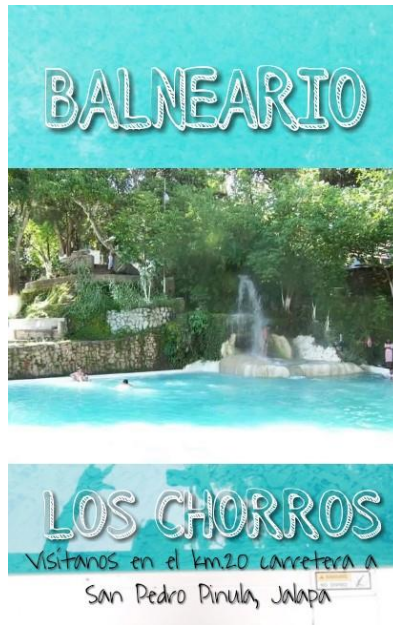
Se pueden ubicar anuncios pequeños en páginas web para promocionar el lugar.

Figura 11. Imagen corporativa en páginas web



Fuente: elaboración propia.

Figura 12. Valla publicitaria



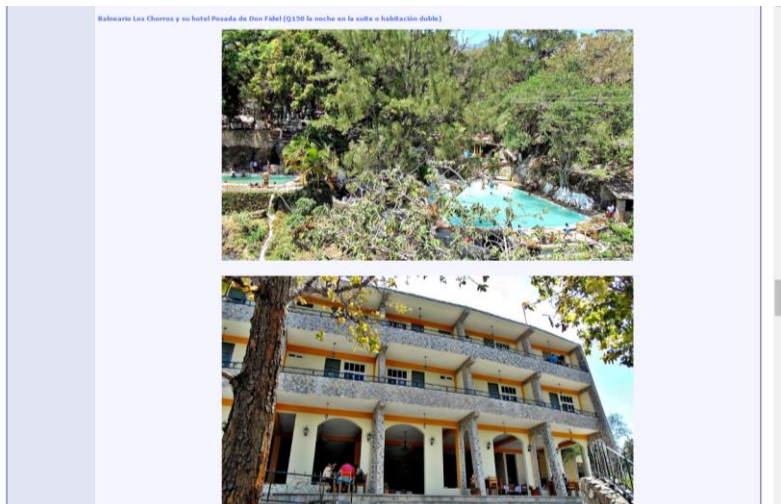
Fuente: elaboración propia.

Figura 13. Publicidad en redes sociales y páginas de foros



Fuente: elaboración propia.

Figura 14. Publicidad en redes sociales y páginas de foros, vista frontal desde el hotel Posada de Fidel



Fuente: elaboración propia

Figura 15. Reportajes a través de medios escritos



The screenshot shows a web browser displaying a news article from Prensa Libre. The URL is [www.prensalibre.com/guatemala/jalapa/balnearios-de-jalapa-continuan-abarrotados-por-veraneantes](http://www.prensalibre.com/guatemala/jalapa/balnearios-de-jalapa-continuan-abarrotados-por-veraneantes). The article features a large photograph of a crowded swimming pool with a waterfall, surrounded by lush greenery. Below the photo, the text reads: "Decenas de veraneantes disfrutaban en las piscinas del balneario Los Chorros, en San Pedro Pinula, Jalapa. (Foto Prensa Libre: Hugo Oliva)". To the right of the article is a sidebar advertisement for "EXPO CASA" titled "BUSCADORES DE SUEÑOS". The ad includes the text: "ÚNICA VEZ EN EL AÑO Del 23 al 25 de Junio Tikal Futura". The advertisement also features an image of a woman looking through binoculars.

Decenas de veraneantes disfrutaban en las piscinas del balneario Los Chorros, en San Pedro Pinula, Jalapa. (Foto Prensa Libre: Hugo Oliva)

En San Pedro Pinula se encuentra el balneario Los Chorros, cuyas instalaciones han permanecido llenas por cientos de personas que desde temprana hora de este domingo comenzaron a ingresar para refrescarse.

Fuente: Prensa Libre. <http://www.prensalibre.com/guatemala/jalapa/balnearios-de-jalapa-continuan-abarrotados-por-veraneantes>. Consulta: 19 de febrero de 2017.

#### 3.4.4. Campañas publicitarias

Informan sobre los diferentes servicios del balneario.

Táctica: a) crear un mensaje en el cual se ofrezcan los diferentes servicios del balneario; b) visitar las cabinas de las radios para dar a conocer a los radioescuchas más información y artículos promocionales del balneario.

- Aplicación
  - En temporadas altas o vacaciones (una vez en cada período anual) se podrán realizar estas visitas.
  - En temporadas bajas, se realizara una visita al mes para estar siempre presentes en la mente de los turistas como un lugar de paseo agradable.
  
- Recursos
  - Entrevistas en las cabinas de radio las cuales se enfocarían en la población joven y adulta.
  - Presentador o locutor de radio de manera eventual no permanente.

Tabla IX. **Ejemplo de entrevista en cabina de radio propuesta.**

•	Locutor: en este día tenemos el agrado de tener la visita del promotor del Balneario Los Chorros: ¿qué tal cómo está?, ¿cuál es su nombre y el motivo de su visita?
•	Promotor: vengo del balneario Los Chorros, como usted ya lo mencionó, a hacerle una atenta invitación a todos los radioescuchas para que visiten el balneario donde encontrarán diversión.
•	Locutor: me puede hablar sobre el balneario.
•	Promotor: estamos ubicados en el maravilloso departamento de Jalapa.
•	Locutor: ¿qué servicios ofrece el balneario a los turistas?
•	Promotor: en el balneario los visitantes podrán disfrutar de muchas áreas de diversión: piscinas para adultos, piscinas infantiles, área de cabañas, restaurante donde disfrutarán de muchos platillos; además, los turistas podrán disfrutar de las caminatas que el lugar ofrece y acampar al aire libre en un espacio agradable.

Continuación de la tabla IX.

<ul style="list-style-type: none"><li>• Locutor: ¿cuál es el horario de atención al turista?</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Promotor: de domingo a sábado de 8: am a 4 pm; para los que gustan de acampar o que deseen pasar la noche con nosotros en una de nuestras cabañas, también, les atendemos.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Locutor: ¿cuál es el precio por el ingreso al balneario?</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Promotor: el precio es accesible para todo el turista: la entrada es de Q 30, 00 adultos y niños; Q 15,00 el ingreso después de las 12:00 es de Q 20,00; además, los turistas podrán tener una estancia en nuestras cómodas cabañas las cuales, también, son muy accesible a los visitantes; tenemos precios de \$ 20,00 y de \$10,00 que dependerá de la comodidad que el cliente desee. Garantizamos una diversión al máximo.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Locutor: desea agregar alguna información extra para los radioescuchas.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Promotor: podemos mencionar que contamos con parqueo y brindamos seguridad para toda la familia.</li></ul>

### **3.5. Relación municipal con el balneario**

Se describe la relación existente entre la municipalidad y la administración del balneario.

#### **3.5.1. Registro del número de visitantes anual**

Con base en datos proporcionados por el Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, Sección de Estadística, INGUAT, y la municipalidad, se tiene una afluencia al año de 10 000 visitantes promedios.

Se lleva un control diario del total de visitantes para determinar la afluencia mensual.



Tabla X. Registro de visitantes

FECHA			Número de visitantes adultos	Número de visitantes niños y niñas
Día	Mes	Año		
Total del mes				
Total de visitantes				

Fuente: elaboración propia.

### 3.5.2. Capacidad

La capacidad de carga física (CCF) indica cuántos visitantes recibe por día una determinada área, según sus características biofísicas. El cálculo considera el tamaño del lugar, el tiempo que el lugar permanece abierto a las visitas y el espacio ocupado por cada visitante. La CCF es calculada con la siguiente fórmula:

$$CCF = SxT/sxt$$

Donde:

- S = superficie total del área visitada
- s = espacio ocupado por cada visitante
- T = tiempo total (en horas/día) que el área está disponible para las visitas
- t = tiempo necesario para visitar el área

Entendiendo que la capacidad biofísica del espacio no es suficiente para indicar cuántos visitantes puede soportar el territorio, la metodología emplea variables relacionadas con las características físicas, sociales, biológicas, de visita y de manejo del lugar. Se aplican factores de corrección (FC) a la cantidad de visitantes identificados en el cálculo de la capacidad de carga física (CCF) para la capacidad de carga real (CCR). Los factores de corrección (FC) son calculados a través de la fórmula:

$$FC = 1 - (Ml/Mt)$$

Donde:

- MI = magnitud limitante
- Mt = magnitud total

Los factores de corrección a ser considerados en el cálculo de la capacidad de carga turística son: la susceptibilidad del suelo a la erosión, la accesibilidad al lugar a ser visitado, los períodos de lluvia, los períodos de sol intenso, los períodos en los que el atractivo está cerrado por mantenimiento, los períodos de reproducción y apareamiento de las especies sensibles, entre otros. Una vez calculados todos los factores de corrección, la CCR es expresada a través de la fórmula:

$$CCR = CCF \times FC1 \times FC2 \times \dots \times FCn$$

Donde:

- CCF = capacidad de carga física
- FC1 = factor de corrección de la variable 1
- FC2 = factor de corrección de la variable 2
- FCn = factor de corrección de la variable "n"

La última etapa del proceso de cálculo a partir del método de Cifuentes es la estimación de la capacidad de carga efectiva (CCE) la cual incorpora a los cálculos de la capacidad de carga turística las condiciones operativas relacionadas con la gestión del área. Concretamente, la CCE es entendida como el límite máximo de personas admisible en un área considerando la capacidad del órgano gestor para ordenar y manejar estas personas. La CCE

es obtenida relacionando la capacidad de carga real (CCR) con la capacidad de manejo (CM) del área.

El área total de visitas (S) identificada fue de 121,312 m<sup>2</sup>. El tiempo total de apertura del área y el tiempo necesario para visitar el lugar no fueron considerados para los cálculos de la capacidad de carga porque dichas variables son adecuadas para los senderos y otros atractivos que poseen un itinerario predeterminado, varios grupos de visitantes en períodos de tiempo sucesivos e ingreso controlado, pero no para las actividades recreativas.

Así, como es inviable la variable tiempo, no se usó la fórmula  $CCF = S \times T / s \times t$ , sino la fórmula simplificada:  $CCF = S/s$ .

Dónde:

- S = superficie total del área visitada
- s = área ocupada por cada visitante

Para el área ocupada por visitante se utilizó la razón de 10 m<sup>2</sup>/usuario ya que se trata de un área adecuada al confort y la calidad de la experiencia de los visitantes.

Los datos para medir la CCF del área son:

$$S = 121.312 \text{ m}^2$$

$$s = 10 \text{ m}^2$$

Así, la capacidad de carga física (CCF) fue estimada en 12 131 usuarios simultáneamente.

Capacidad de carga real (CCR) se consideró sólo un factor de corrección (FC): la precipitación (FC1). Éste es un factor limitante debido a que el período de lluvias no atrae turistas. Para el cálculo del factor de corrección del período de lluvias se consideró el período tradicionalmente más lluvioso en la región (abril a junio) para el cálculo de los factores de corrección se utiliza la siguiente fórmula:  $FC = 1 - (MI/Mt)$ ,

Donde:

- MI = magnitud limitante de la variable
- Mt = magnitud total de la variable

El factor de corrección para la precipitación (FC1) se estructura de la siguiente manera:

- MI: 90 días (abril a junio)
- Mt: 365 días
- FC1: 0,7535AI

A l aplicar el factor de corrección a la fórmula de la capacidad de carga real, utilizando la formula ( $CCR = CCF \times FC1$ ) se llega a la estimación con 9 140 visitantes simultáneamente.

Capacidad de carga efectiva (CCE): Sí el órgano gestor del área puede manejar el 20 % de la CCR, se observa según la fórmula de la capacidad de carga efectiva (CCE),  $CCE = CCR \times CM$ , que el límite máximo recomendado de personas es de 1 828 visitantes simultáneamente. En la tabla se puede observar una síntesis del estudio de la capacidad de carga para el área en estudio.

Tabla XI. **Capacidad de carga del balneario**

<b>Capacidad de carga</b>	<b>Balneario Los Chorros</b>
CCF	12,131 visitantes en simultáneo
	Factor de corrección
Fc1	0,7535
CR	9,140 visitantes en simultáneo
Capacidad de manejo-CM	20 %
CEE	1 828 visitantes en simultáneo

Fuente: elaboración propia.

### **3.5.3. Índice de servicio**

El índice de servicio se medirá a través del grado de satisfacción del visitante ante los servicios prestados, para lo cual se harán entrevistas no estructuradas y boletas de encuestas para determinar la aceptación del turista.

### **3.5.4. Actividades**

Dentro de las actividades, están las caminatas por senderos aleñados al balneario, recreación en piscinas, cascada, juegos deportivos en la piscina: waterpolo, voleibol, entre otros.

De igual forma, se cuenta con áreas para la preparación de alimentos por parte de los visitantes, ya que hay churrasqueras instaladas, mesas, áreas de descanso.

### **3.5.5. Aporte comunitario**

El aporte comunitario es voluntario, los habitantes brindan sus servicios en las temporadas altas para dar guías a los visitantes, ayudar en las tareas de limpieza, vigilancia de las instalaciones.

## **3.6. Recurso humano**

El recurso humano lo designa la municipalidad; también apoyan personas de la comunidad que ofrecen sus servicios de forma voluntaria.

### **3.6.1. Asignación de puestos**

La asignación de puestos es una materia que compete directamente al consejo municipal que nombra a una persona en un puesto administrativo, operativo de mantenimiento bajo el renglón 011, 022, 029 según el caso.

#### **3.6.1.1. Salarios**

Los salarios para las personas con relación de dependencia con la municipalidad son según la naturaleza del puesto y las funciones designadas responsabilidades.

### **3.6.2. Capacitación a empleados**

Los programas de capacitación pueden darse a través del Centro de Capacitación de Turismo del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, INTECAP. A continuación, se describen los cursos.

### 3.6.3. Diseño del programa

El programa se trabajará en grupos para rotar al personal durante las operaciones en el balneario.

Tabla XII. **Diseño y montaje de eventos**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Inversión<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pago único: Q. 100.00.</li><li>○ Requisitos: 16 años en adelante, 6to. primaria, fotocopia DPI o partida de nacimiento.</li></ul></li><li>• Descripción<ul style="list-style-type: none"><li>○ Se desarrollarán los temas sobre tendencias en la decoración, colores, decoraciones en techos, manteados con lienzos, montajes y menú según el tipo de evento. Cada contenido tiene actividades y prácticas.</li></ul></li><li>• Objetivos<ul style="list-style-type: none"><li>○ Durante el desarrollo del curso, el participante adquirirá capacidades para las nuevas tendencias en decorar diversos montajes, realizando manteados, combinación de colores y selección de menú, según el tipo de evento.</li></ul></li><li>• Dirigido a<ul style="list-style-type: none"><li>○ Personas interesadas sobre conocimientos para la realización de montajes para diferentes ocasiones.</li></ul></li></ul>
--

Fuente: Centro de Capacitación de Turismo, Instituto Técnico de Capacitación y Productividad.

Consulta: 5 de marzo de 2017.



Tabla XIII. **Etiqueta y protocolo**



Fuente: Centro de Capacitación de Turismo, Instituto Técnico de Capacitación y Productividad.  
Consulta: 5 de marzo de 2017.

Tabla XIV. **Organización y diseño de eventos**

Continuación de la tabla XIV.

<ul style="list-style-type: none"><li>• Descripción<ul style="list-style-type: none"><li>○ Consiste en conocer y aplicar las técnicas y procedimientos para el correcto desempeño de la actividad del servicio de eventos en general.</li></ul></li><li>• Objetivos<ul style="list-style-type: none"><li>○ Al finalizar el evento, el participante estará en la capacidad de realizar correctamente y en el tiempo previsto, las diferentes tareas propias de la ocupación tales como: organizar, estructurar e inducir un evento verificando todos los elementos que se deben de tomar en cuenta.</li></ul></li><li>• Dirigido a<ul style="list-style-type: none"><li>○ Personal de hoteles restaurantes o empresas con interés en conocer el oficio de los banquetes.</li></ul></li></ul>
---

Fuente: Centro de Capacitación de Turismo, Instituto Técnico de Capacitación y Productividad.

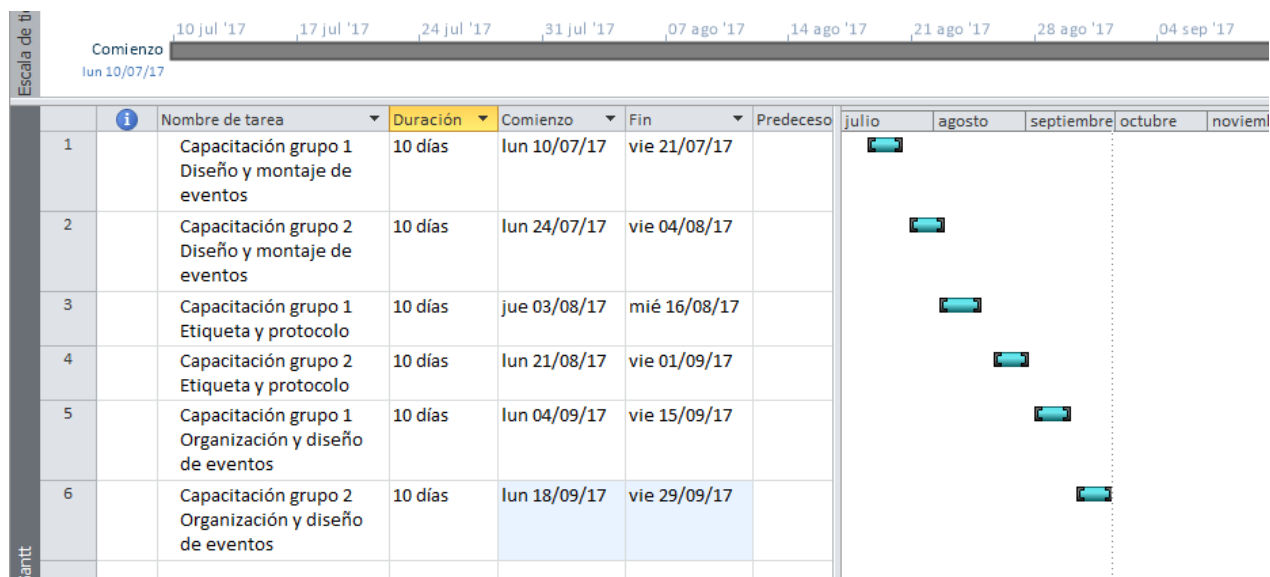
Consulta: 5 de marzo de 2017.

#### **3.6.4. Cronograma de actividades**

El cronograma de actividades se realizará por grupos de trabajo para que todo el personal asignado y voluntariado reciban las capacitaciones pertinentes.

A continuación, en la figura 16 se muestra el cronograma de actividades.

Figura 16. Cronograma de actividades



Fuente: elaboración propia utilizando Microsoft Project 2014.

### 3.7. Análisis de costos

Se basa en datos proporcionados por la municipalidad a través de la Oficina de Relaciones Públicas.

#### 3.7.1. Papelería y útiles

El rubro de papelería y útiles está contemplado en un costo mensual de Q 2 500,00.

#### 3.7.2. Capacitaciones

El costo de las capacitaciones es de Q 100,00 por participante para dos grupos, con un total de 25 personas.

Total de capacitación= Q 100,00 \*25 personas= Q2 500 \* 3 cursos= Q 7 500,00.

### **3.8. Costo/beneficio**

Para determinar la relación costo beneficio de la propuesta con base en los datos de la inversión inicial se procede a calcular el valor presente neto de los ingresos, como los costos. La descripción del análisis se presenta en el inciso 5.5.

Costos: 145 000 + 75 000

Relación beneficio costo= 618 870.06/ 475 577= 1,30; por lo tanto, el beneficio es alto, dado que los ingresos son más alto que los costos. Po lo cual el proyecto es factible.



## **4. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

### **4.1. Sensibilización de los empleados**

El proceso de sensibilización de los empleados municipales y colaboradores en general se realizará con charlas, foros expresar opiniones y resolver dudas sobre el proyecto.

#### **4.1.1. Metodología de comunicación**

La metodología de comunicación se realizará a través de foros en el parque y salón municipal es con el apoyo de los COCODES y COMUDES que brindarán su apoyo logístico en conjunto con el concejo municipal para presentar a la población sobre las actividades de mejora, los programas de capacitación, las mejoras en la infraestructura.

### **4.2. Reestructuración de áreas de trabajo**

Se describe la reestructuración de las áreas de trabajo del centro de operaciones del balneario Los Chorros.

#### **4.2.1. Área de gerencia**

Se exponen el perfil y las responsabilidades del área de gerencia.

Tabla XV. **Gerencia general**

Título del puesto	Gerente general
Ubicación administrativa	Gerencia
Superiores	-----
Subalternos	Gerentes, jefes de área, empleados operativos
Naturaleza del puesto	Administración
Atribuciones del puesto	Diarias
Relaciones del puesto	Internas y externas
Responsabilidades del puesto	En esta área se coordinan las actividades administrativas de la empresa; entre sus principales funciones están: contratar todas las posiciones gerenciales; realizar evaluaciones periódicas sobre el cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos; mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento del balneario; lograr que las personas hagan lo que tienen que hacer y dirigirlos de una forma adecuada.
Requisitos del puesto	Graduado a nivel de licenciatura, carrera de administración de empresa, ingeniería industrial.
Elaborado por: Gerencia general	Aprobado: gerencia general Autorizado por: gerencia general

Fuente: elaboración propia.

#### **4.2.2. Área administrativa**

Se exponen las responsabilidades y las tareas el área administrativa.

Tabla XVI. **Área administrativa**

Título del puesto	Gerente administrativo financiero
Ubicación administrativa	Gerencia administrativa
Superiores	Gerente general
Subalternos	jefes de área, empleados operativos
Naturaleza del puesto	Administración
Atribuciones del puesto	Diarias
Relaciones del puesto	Internas y externas
Responsabilidades del puesto	Encargado de realizar las compras de productos, suministros y demás los requerimientos que necesite el balneario; realizará la toma de decisiones financieras, planeación, toma de decisiones sobre inversiones y financiamiento a corto y largo plazo; además, realizará el análisis de los pronósticos financieros y preparará los planes y presupuestos financieros de la empresa. Control de la bodega y sus funciones administrativas.
Requisitos del puesto	Graduado a nivel de licenciatura, carrera de administración de empresa, ingeniería industrial
Elaborado por: Gerencia general	Aprobado: gerencia general Autorizado por: gerencia general

Fuente: elaboración propia.

#### 4.2.3. **Área de mantenimiento**

Se describen las responsabilidades y las tareas el área de mantenimiento.

Tabla XVII. **Área de mantenimiento**

Título del puesto	servicios mecánicos
Ubicación administrativa	servicios mecánicos



Continuación de la tabla XVII.

Superiores	Gerente general
Subalternos	jefes de área, empleados operativos
Naturaleza del puesto	Administración
Atribuciones del puesto	Diarias
Relaciones del puesto	Internas y externas
Responsabilidades del puesto	Responsable de las operaciones de servicio mecánico y mantenimiento del balneario.
Requisitos del puesto	Graduado a nivel de licenciatura, carrera de ingeniería mecánica.
Elaborado por: Gerencia general	Aprobado: gerencia general Autorizado por: gerencia general

Fuente: elaboración propia.

#### **4.2.4. Departamento de seguridad y prevención de accidentes**

Se describen las responsabilidades y tareas el área de seguridad y prevención de accidentes.

Tabla XVIII. **Área de seguridad y prevención de accidentes**

Título del puesto	Prevención de accidentes y seguridad
Ubicación administrativa	Servicios varios
Superiores	Gerente general
Subalternos	jefes de área, empleados operativos
Naturaleza del puesto	Administración

Continuación de la tabla XVIII.

Atribuciones del puesto	Diarias
Relaciones del puesto	Internas y externas
Responsabilidades del puesto	Responsable de velar por la seguridad y prevención de accidentes; brindar a los trabajadores su equipo de protección personal para las áreas de mantenimiento; resguardar la seguridad del visitante.
Requisitos del puesto	Graduado a nivel de licenciatura, carrera de ingeniería mecánica.
Elaborado por: Gerencia general	Aprobado: gerencia general Autorizado por: gerencia general

Fuente: elaboración propia.

### **4.3. Administración de recursos**

La administración de recursos está orientada al manejo de fondos y pagos de servicios generados por el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y los equipos.

#### **4.3.1. Costo del mantenimiento**

El costo del mantenimiento anual con base en datos proporcionados por la municipalidad asciende a Q 40 00,00.

##### **4.3.1.1. Salón de servicios múltiples**

El salón de servicios múltiple tiene una estructura de block con un techo de dos guas con láminas termo acústicas; se debe mantener limpio después de toda actividad realizada; para su mantenimiento se estima una inversión, para pintura, de Q 5 00,00.

#### **4.3.1.2. Área de parrillas**

El área de parrillas cuenta con churrasqueras para que los visitantes cocinen sus alimentos; se deben cambiar piezas y pintar nuevamente con un costo aproximado de Q 4 000,00.

#### **4.3.1.3. Piscinas climatizadas**

El mantenimiento de las piscinas haciende a Q 26 000; los químicos para su cuidado tienen un precio alto en el mercado nacional.

- Control del pH: indica la concentración de iones H<sup>+</sup> del agua y determina su carácter ácido o básico. El pH se expresa con una escala logarítmica entre los valores 0 (alta acidez) y 14 (alta basicidad o baja acidez). El valor ideal del pH debe estar siempre entre 7.2 y 7.6. Este intervalo, además, de conservar la instalación en óptimas condiciones, es el ideal para la piel y los ojos del bañista. Un pH elevado o reducido disminuye el efecto de desinfección obligando a consumir más.
- Desinfección del agua
  - Tricloro, cloro lento o de mantenimiento. Es esencial para la desinfección continua del agua tanto en grano como en tableta, aunque esta última sea la manera más sencilla para dosificarlo. Se introduce la tableta en el *skimmer* y gradual; es bueno tenerlo siempre a mano para cualquier emergencia en momentos puntuales.

- Tabletas MultiAction. Ofrece en un solo producto una acción desinfectante, floculante y antialgas. Es perfecto en momentos puntuales para despreocuparse del mantenimiento de la piscina ya que facilita el trabajo.
- Dicloro, cloro rápido o de choque. Sirve para la recuperación del agua cuando hemos descuidado su tratamiento, para después de una gran afluencia de bañistas o de una tormenta.
  -
- Mantenimiento del agua. El agua de piscina pierde con frecuencia su condición de transparencia al aparecer cierta turbiedad, provocada por: presencia de algas, bacterias, materia orgánica; precipitaciones de sales de calcio y magnesio; polvo introducido a través del aire o por los bañistas; oxidación de las sales de hierro y manganeso; barro de lluvia, etc. Los clarificadores o floculantes son productos que ayudan al filtro y/o *skimmer* a absorber las partículas más pequeñas agrupándolas y facilitando así su recogida. Gracias a estos productos se evitará la turbidez y aparición de espuma, además, se eliminarán los restos de aceites o cremas en el agua que mejorará el rendimiento de los filtros. Para disponer de un agua transparente y cristalina, se recomienda la utilización de clarificantes de forma semanal que, junto a la desinfección, permite disfrutar de un agua perfecta por más tiempo. Los formatos concentrados y monodosis permiten una fácil utilización, olvidándose de complicados sistemas y cálculos y permitiendo alargar la vida útil.

#### **4.3.1.4. Servicios sanitarios**

Los servicios sanitarios están separados para un mejor control y rutinas de mantenimiento.

#### **4.3.1.4.1. Hombres**

El servicio sanitario de hombres cuenta con dos lavamanos, tres mingitorios, dos sanitarios que son limpiados y desinfectados cada cuatro horas; en temporada alta son supervisados y limpiados cada tres horas.

#### **4.3.1.4.2. Mujeres**

El servicio sanitario de damas cuenta con dos lavamanos, cinco sanitarios que son limpiados y desinfectados cada cuatro horas; en temporada alta son supervisados y limpiados cada tres horas.

#### **4.3.1.4.3. Niños**

El servicio sanitario de niños cuenta con dos lavamanos, tres mingitorios, dos sanitarios que son limpiados y desinfectados cada cuatro horas, en temporada alta son supervisados y limpiados cada tres horas.

#### **4.3.1.5. Área de duchas**

El área de duchas está aislada las duchas de hombres y mujeres para tener un mejor control y supervisión de cada área.

##### **4.3.1.5.1. Hombres**

Requisitos mínimos en una ducha:

- Proporcionar caudal suficiente de agua.

- Sistema de apertura de paso de agua rápido, intuitivo, fácilmente accesible.
- Chorro de agua emitido por boquillas de lavaojos: chorro de baja presión para permitir una aplicación mínima sobre el ojo de entre 10 min y 20 min.
- Instalación en lugar visible.
- Señalizadas.
- Acceso: libre de objetos y obstáculos.

Se precisa un programa de mantenimiento básico para verificar su adecuado funcionamiento.

- Programa de mantenimiento básico
  - ¿Quién lo llevará a cabo? el personal designado de mantenimiento.
  - Bimensualmente
  - Verificación de ausencia de depósitos de cal, óxido, suciedad, otros en los rociadores de lavaojos, estado de conservación en general y limpieza de puntos terminales.
  - Efectuar purgado de conducciones.

Apertura de llaves de paso de duchas y lavaojos con el fin de retirar el agua estancada.

- Semanalmente
  - Verificación de visibilidad y señalización: semanal
  - Accesibilidad a la ducha / lavaojos: semana

#### **4.3.1.5.2. Mujeres**

Requisitos mínimos en una ducha:

- Proporcionar caudal suficiente de agua.
- Sistema de apertura de paso de agua rápido, intuitivo, fácilmente accesible.
- Chorro de agua emitido por boquillas de lavaojos: chorro de baja presión para permitir una aplicación mínima sobre el ojo de entre 10 min y 20 min.
- Instalación en lugar visible.
- Señalizadas.
- Acceso: libre de objetos y obstáculos.

Se precisa un programa de mantenimiento básico para verificar su adecuado funcionamiento.

- Programa de mantenimiento básico
  - ¿Quién lo llevará a cabo? el personal designado de mantenimiento

- Bimensualmente
- Verificación de ausencia de depósitos de cal, óxido, suciedad, otros en los rociadores de lavaojos, estado de conservación en general y limpieza de puntos terminales.
- Efectuar purgado de conducciones

Apertura de llaves de paso de duchas y lavaojos con el fin de retirar el agua estancada.

- Semanalmente
  - Verificación de visibilidad y señalización: semanal.
  - Accesibilidad a la ducha / lavaojos: semana

#### **4.3.1.6. Área de vestidores**

Se cuenta con dos secciones de vestidores para hombres y mujeres las cuales están separadas para su supervisión y control.

##### **4.3.1.6.1. Hombres**

El mantenimiento necesario para el correcto funcionamiento de una instalación consiste en la inspección visual previa a su uso en la que el operario de mantenimiento, en caso de detectar posibles deficiencias, dispondrá de un plazo de tiempo suficiente en la mayoría de los casos para actuar; reponiendo



el servicio antes del momento de apertura, con el aumento del confort, la seguridad y la calidad en la prestación del servicio al usuario.

- Instalación eléctrica: realizar una comprobación visual del correcto estado de la instalación, recogida en la inspección diaria y comprobar que se mantienen los equipos y accesorios de acuerdo con lo descrito por el fabricante.

Tabla XIX. **Mantenimiento de la instalación eléctrica en vestidores**

Tareas	Frecuencia
Inspección visual de la instalación interior de vestuarios, ausencia de cableado y contactos accesibles, funcionamiento de alumbrado, interruptores, accesorios (secadores, secamanos, etc.), tomas de fuerza, etc.	Diaria
Revisión en profundidad de los accesorios con acometida eléctrica (secadores de pelo, secamanos, etc.) según lo descrito por el fabricante.	Según el fabricante

Fuente: elaboración propia.

- Emergencias: ya que los vestidores son dependencias en muchos casos interiores, compartimentadas y con mucha afluencia en determinadas franjas horarias, se cree oportuno extremar más, si cabe, el control sobre el alumbrado de emergencia, lámparas, baterías, encendido; también, revisar continuamente y mantener en buenas condiciones de visibilidad y correcta ubicación toda la señalética preceptiva, de recorridos de evacuación, puertas sin salida y medios de extinción de incendios.

- Red de saneamiento: las tareas a ejecutar dentro del mantenimiento de la red de saneamiento de un vestuario tienen como objetivos:
  - Asegurar la correcta evacuación de las aguas grises y negras.
  - Evitar accidentes por tropiezo o atrapamiento en rejillas y tapas de sumideros, canales.
  - Eliminar mediante la limpieza y desinfección, olores y focos de infección o proliferación de insectos.

Tabla XX. **Mantenimiento de la red de saneamiento**

Tarea	Frecuencia
Comprobar el correcto funcionamiento de todos los puntos de evacuación de aguas (desagües, canales, sumideros, etc.)	Semanal
Apertura, limpieza y desinfección de canales y sumideros de recogida de agua en vestuarios y playa piscina.	Semanal
Comprobar la estabilidad y solidez de las rejillas de canales y tapas de sumideros, analizando la falta de roturas, fisuras, deformaciones, medios de anclaje y demás taras que puedan producir riesgo de tropiezo o atrapamiento.	Semanal
Comprobación de estanqueidad de los sifones de los lavabos.	Mensual
Desmontaje y limpieza de los sifones de los lavabos.	Bimensual
Limpieza de arquetas, retirada de sólidos.	Trimestral
Reapriete de los tornillos de anclaje de los desagües en lavabos.	Trimestral
Limpieza, cepillado y pintura de rejillas de canales y tapas de sumideros en caso de ser de materiales no plásticos.	Semestral
Revisión del estado de impermeabilización de canales y sumideros (fisuras, juntas entre piezas, entronques con conducciones, etc.)	Semestral

Fuente: elaboración propia.

- Tratamiento de aire: a continuación, se detallarán algunas tareas para el correcto mantenimiento de la instalación de tratamiento de aire, sin incidir en el de elementos mecánicos que deben ser ejecutado por personal cualificado. La ventilación de un vestidor debe ser entendida como un medio para mantener una calidad ambiental aceptable en una dependencia con una elevada carga de humedad relativa, donde la velocidad y temperatura del aire deben estar controladas en todo momento para que el usuario no se vea afectado por corrientes de aire que puedan reducir su confort.

Tabla XXI. **Tratamiento de aire**

Tarea	Frecuencia
Comprobar ausencia de olores, ruidos o vibraciones.	Diaria
Comprobación de la inexistencia de condensados en paramentos, carpintería y techo/falso techo.	Semanal
Comprobación de la temperatura.	Semanal
Comprobación del funcionamiento de medios físicos para la renovación de aire (shunt/ shunt invertido).	Semanal
Comprobación del correcto movimiento del aire por medios mecánicos (ventiladores impulsión/extracción).	Semanal
Comprobación de ausencia de humedades (mohos).	Semanal
Limpieza de rejillas de entrada y salida de aire.	Quincenal

Fuente: elaboración propia.

Hay cuatro parámetros que se deben analizar para asegurar unas condiciones óptimas dentro de un vestidor.

- La temperatura: variará en función del uso de la instalación: en vestuarios para un público infantil se requerirá calefacción; en vestuarios sólo para piscinas descubiertas nunca ya que su uso se condiciona a la temporada estival; en piscinas cubiertas se necesitará un menor aporte de calefacción al irradiarse calor del ambiente. En caso de necesitarse medios para acondicionar térmicamente un vestuario, se recurrirá a equipos de tratamiento de aire conducido ya que los radiadores se deteriorarán rápidamente en espacios húmedos.
- La velocidad del aire: es la velocidad que lleva el aire cuando incide en el usuario. Depende del caudal del ventilador, de la distancia de la tobera al usuario, de su forma, de la ubicación y las características de los medios de retorno de aire. El equilibrio adecuado se consigue con una velocidad baja para que el usuario no note corrientes de aire molestas y suficiente para renovar el volumen de aire del vestuario en poco tiempo y evitar la formación de olores y condensados.
- La humedad: cantidad de agua en el ambiente del vestuario. No es imprescindible cuantificarla (higrómetro), pero sí debe ser lo suficientemente baja para que no se produzcan humedades ni existan condensaciones permanentes de agua en paredes y techos que favorecerá el crecimiento microbiológico en ambiente y superficies.
- El caudal: asegurará el número de renovaciones por hora necesario para que la calidad del aire del interior del local sea la adecuada. En locales climatizados, como algunos vestuarios, salas deportivas, piscinas o despachos, se aconseja instalar en obra existente medios de recuperación de calor para reducir los consumos energéticos sin renunciar a una calidad de aire óptima.

Operaciones de mantenimiento preventivo: limpieza y desinfección: esta operación, aunque habitual, no deja de ser una de las más importantes en una instalación deportiva, ya que como se dijo anteriormente, es una de las que el usuario más acusa en cuanto a la percepción de la calidad del servicio. Por ello se debe hacer especial hincapié, no en la conservación y el buen estado del mobiliario y accesorios, sino en la presencia al usuario

La limpieza y desinfección de cada mobiliario o accesorio depende en gran medida del material de su superficie exterior. Así pues, se podría generalizar que cuanto más porosa y menos resistente sea su superficie, el producto de limpieza o desinfectante deberá ser menos agresivo.

En consecuencia, en cuanto a la limpieza se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Las superficies de madera suelen estar barnizadas por lo que se limpiarán con agua y jabón neutro que alargará la vida del barniz protector.
- Las superficies con acabados plásticos se limpiarán con toalla húmeda y jabón neutro.
- Las superficies de melamina son muy limpias y resistentes, por lo que se podrá utilizar limpiador multiusos con base alcohólica (limpiacristales). Sólo en casos extremos se utilizarán desincrustantes poco agresivos para eliminar incrustaciones.

#### **4.3.1.6.2. Mujeres**

Vestidores de mujeres están separados de los vestidores de hombres, el procedimiento de limpieza y mantenimiento corresponde a lo expuesto en el inciso 4.3.1.6.1.

#### **4.3.1.7. Áreas verdes**

Los procedimientos de mantenimiento de áreas verdes se han desarrollado para controlar las descargas de contaminantes mediante el uso de procedimientos de rutina para el mantenimiento del césped y el control de basura. Para la aplicación de fertilizantes, pesticidas y herbicidas, referirse a la aplicación de químicos y fertilizantes.

- Tareas
  - Remover papeles, basura y desechos de las áreas verdes y sitios aledaños; recoger las hojas y desecharlas adecuadamente antes de cortar el césped.
  - Recoger las hojas y el césped recién cortado y retirarlas del sitio o colócalas con la basura.
  - Reportar al jefe de mantenimiento las áreas verdes dañadas o áreas sin vegetación con potencial de transportar sedimento. Prepara un plan de reparación y desarrollarlo.
  - No dejar césped u hojas recién cortadas en las áreas verdes. Recogerlas y colocarlas con la basura.

- No regar áreas verdes si han sido tratadas con fertilizantes, pesticidas o herbicidas de manera excesiva. Recoger o limpiarlos químicos en exceso antes de regar las áreas verdes.
- No limpiar materiales no identificados o posiblemente peligrosos alrededor de áreas verdes, notificar al jefe de mantenimiento inmediatamente si hay materiales peligrosos.

#### **4.4. Logística del lugar**

La logística de ingreso se realizará en dos formas: al dar información al visitante sobre donde estacionar su vehículo y al indicar el área de ingreso y los lugares con los que cuenta el balneario.

##### **4.4.1. Ingreso**

El ingreso se realizará por una sola área para control del visitante y mejorar el tiempo de ingreso; el egreso se realizará por otra área cerca al ingreso para que el visitante pueda ubicar su vehículo con prontitud.

##### **4.4.2. Guía de actividades**

El parque tiene cuatro toboganes de agua y 3 piscinas grandes: un montón de agua para refrescar incluso el día más soleado de Jalapa. El parque tiene actividades acuáticas para cualquier grupo de edad que incluye a toda la familia. Para los más pequeños, el parque cuenta con las actividades *Splash n Slide* seguras para los miembros más jóvenes de su familia.

Ofrece una zona de descanso donde se puede consumir la comida del balneario o incluso el visitante puede traer tu propia comida.

Hay mesas de picnic, cuenta con veinticinco parrillas en la zona, así que el visitante puede llevar su carne para asar.

#### **4.5. Infraestructura y áreas verdes**

El parque cuenta con áreas verdes, áreas señalizadas y mano de obra por parte de la municipalidad y vecinos colaboradores que ofrecen su servicio para honrar a su municipio.

##### **4.5.1. Mano de obra**

La mano de obra está conformada por personal asignado por la municipalidad en tiempo permanente y parcial; los vecinos de la región ofrecen tiempo para ayudar en las labores de atención al visitante.

##### **4.5.2. Áreas señalizadas**

Para que un pictograma sea legible, se debe dar a conocer y se debe emplear consciente y universalmente. Para eso es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones.

- **Materiales:** el material retrorreflectivo de las señales debe cumplir como mínimo el tipo III, de la Norma ASTM 4956; según las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retrorreflectividad debe ser incrementada.



- Pictograma, atractivos naturales: representan la riqueza y biodiversidad de un lugar, una región. Se reconoce como atractivo natural: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas, entre otros. En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante.

Figura 17. **Atractivos naturales**



Área protegida



Observación de aves



Vivero



Observación de flora

Continuación de la figura 17.



Sendero



Mirador

Fuente: elaboración propia.

- Pictogramas de servicio de apoyo: indican la ubicación de servicios públicos o privados: salud, comunicaciones y varios. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm.

Figura 18. **Servicios de apoyo**



Basurero



Servicios higiénicos H/M

Continuación de la figura 18.



Hospital



Alojamiento



Restaurante



Comida rápida

Fuente: elaboración propia.

Pictograma de restricción: representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm.

Figura 19. **Señales de restricción**



Prohibido mascotas



No arrojar basura



No tomar fotos



No recolectar flora y fauna

Fuente: elaboración propia.

#### 4.6. **Formatos de control de indicadores**

El control de indicadores lo realizará el encargado del parque, según la valoración de los servicios prestados en las encuestas realizadas a los visitantes; a continuación, se presenta la valoración del servicio al cliente.

#### 4.7. **Valoración del servicio al cliente**

Para determinar la valoración del servicio al cliente se realizaron entrevistas a los visitantes durante ocho sábados seguidos, el día con mayor afluencia de visitantes; se entrevistó a 300 personas obteniendo con los siguientes resultados.

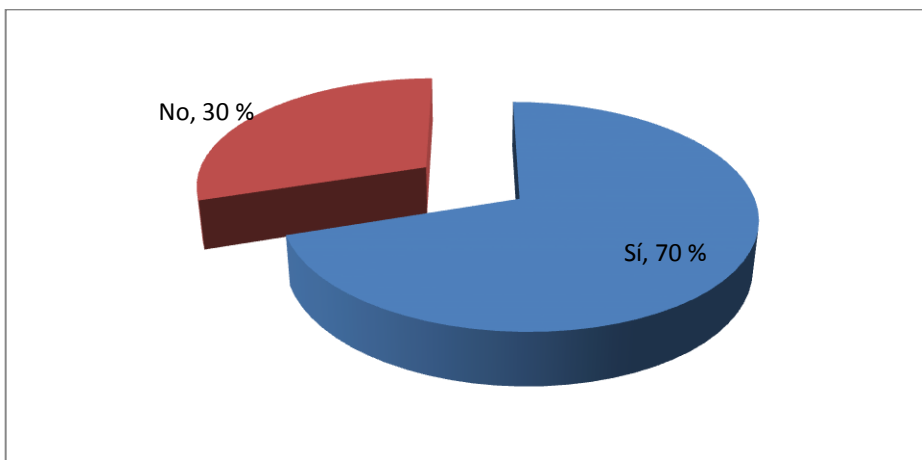
Figura 20. **Encuesta de servicio al cliente**

Encuesta de servicio al cliente	Objetivo: medir la aceptación del visitante	Medio: entrevista estructurada	Ubicación: balneario Los Chorros
1. ¿Es la primera vez que visita el balneario los Chorros?	Sí	NO	
2. ¿Cómo encontró las instalaciones, baños, vestidores, piscina: limpias o sucias	Limpias	Sucias	
3. Si necesito apoyo por parte del personal del parque lo atendieron inmediatamente	Sí	No	
4. ¿Visita el parque con familia o amistades?	Familia	Amistades	
5. ¿Recomendaría el parque a familiares y/o amigos?	Sí	No	

Fuente: elaboración propia.

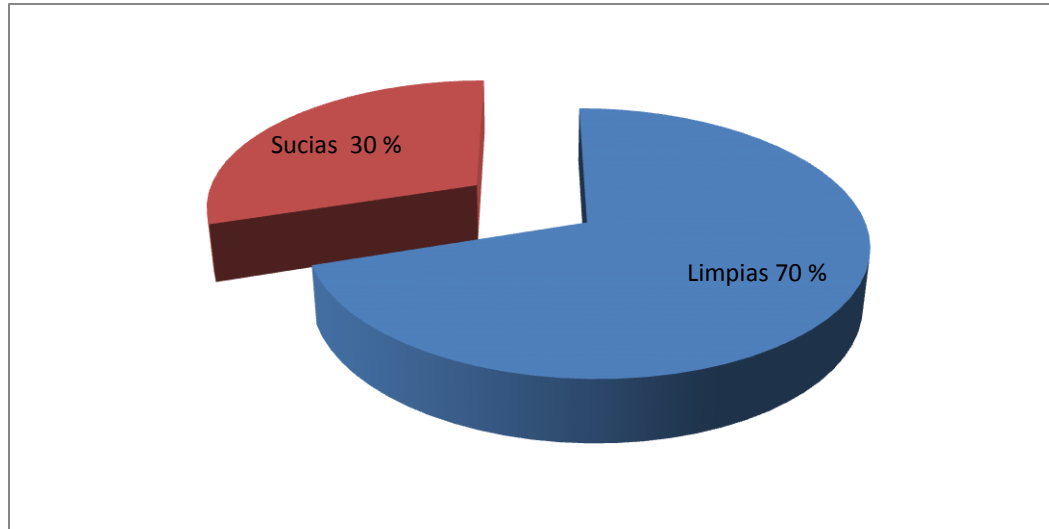
A continuación, se presentan los resultados de la encuesta.

Figura 21. **¿Es la primera vez que visita el balneario Los Chorros?**



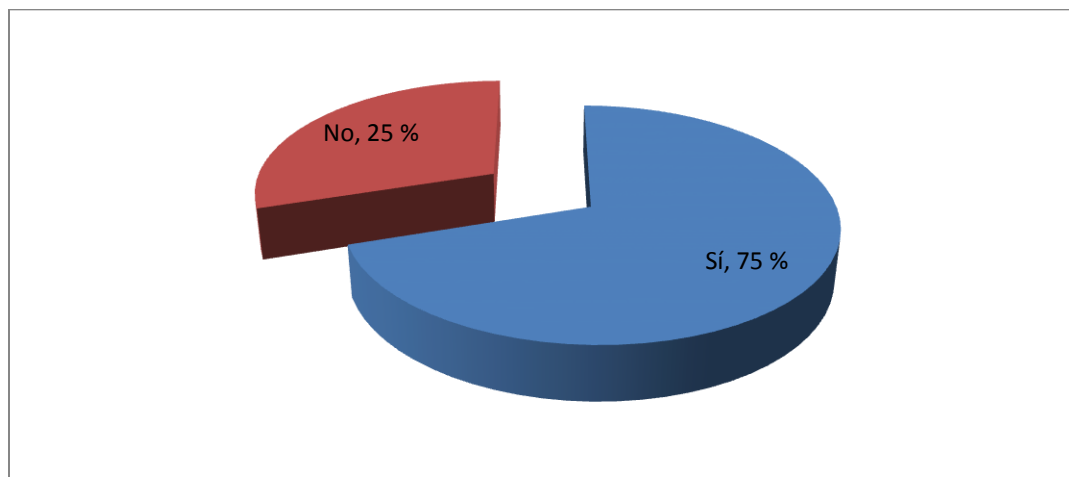
Fuente: elaboración propia.

Figura 22. **¿Cómo encontró las instalaciones, baños, vestidores, piscina: limpias o sucias?**



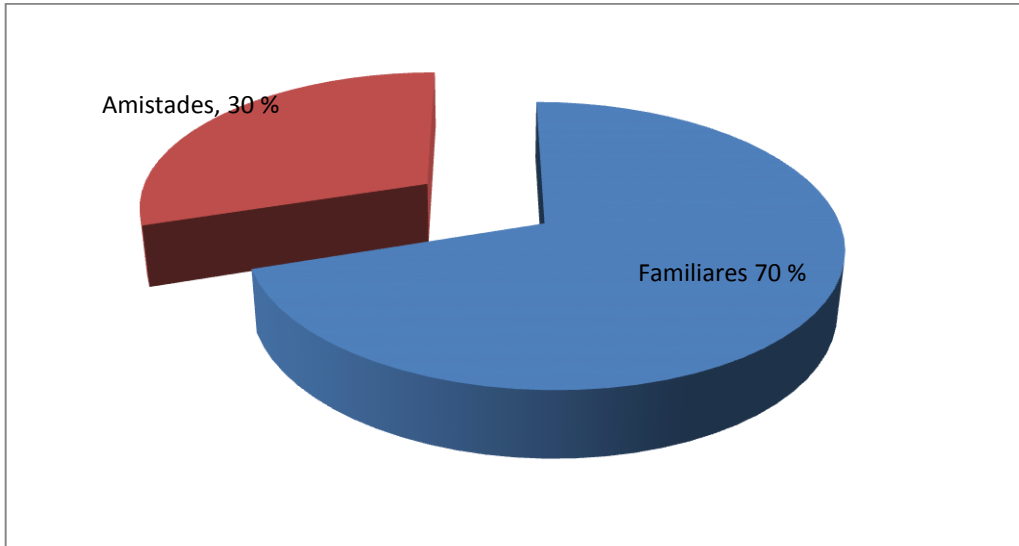
Fuente: elaboración propia.

Figura 23. **Si necesitó apoyo por parte del personal del parque, lo atendieron inmediatamente**



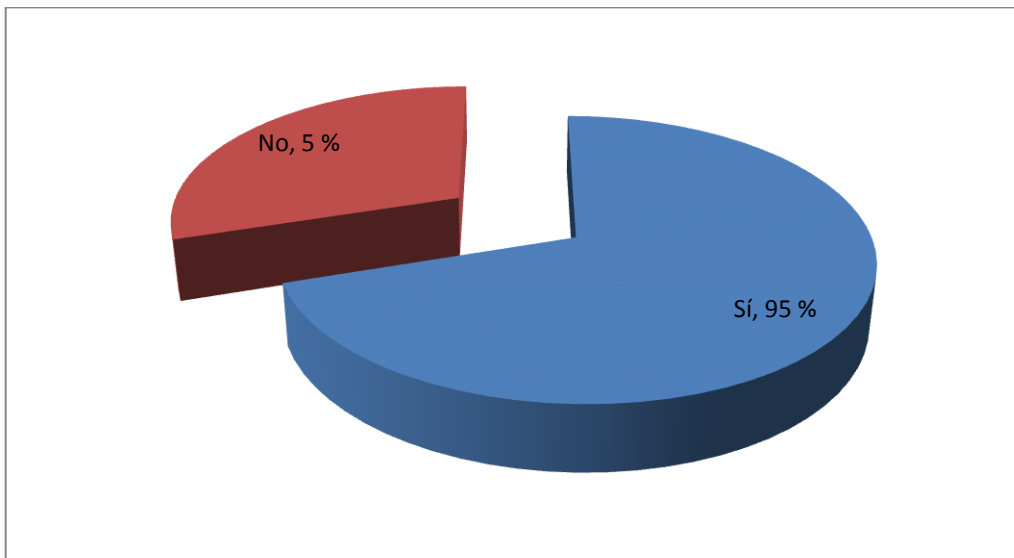
Fuente: elaboración propia.

Figura 24. ¿Visita el parque con familia o amistades?



Fuente: elaboración propia.

Figura 25. ¿Recomendaría el parque a familiares y/o amigos?



Fuente: elaboración propia.

#### **4.8. Etapa de ejecución y supervisión**

La etapa de ejecución se realizará durante los meses de julio a septiembre para establecer un plan piloto y supervisar el progreso de la propuesta.





## **5. SEGUIMIENTO Y MEJORA CONTINUA**

### **5.1. Resultados**

Con base en las entrevistas realizadas a los visitantes se presentan sus conclusiones.

#### **5.1.1. Interpretación**

En el proceso de entrevista, el turista se muestra entusiasmado en visitar un lugar que combina la naturaleza con las piscinas, dado que son pocos lugares en Guatemala que ofrecen una estadía con el medio natural.

Otro factor que influye es el acceso por la carretera principal, la cual permite que los vehículos y buses tenga acceso sin dificultad; muchas personas buscan un lugar de distracción y diversión familiar seguro y con espacios para preparar alimentos o comprar en el restaurante; en otros centros turísticos no se permite el ingreso de alimentos y bebidas.

#### **5.1.2. Mejora**

Para mejorar la atracción de visitantes se deben realizar campañas que den a conocer el lugar con imágenes, se debe resaltar que se puede combinar la diversión con la exploración del medio natural; otro factor es el de estadía para que el turista, además, de conocer el parque pueda conocer la región de Jalapa.

## **5.2. Ventajas y beneficios**

La ventaja de tener un nacimiento de agua permite que en cualquier temporada del año el turista pueda llegar y apreciar la belleza de la naturaleza.

El beneficio económico para el balneario y la región de Jalapa es, por el mayor número de visitantes, se dan los ingresos por gastos de hoteles, comidas, eventos que impulsa la economía local.

## **5.3. Personal responsable**

Cada puesto de trabajo tiene una responsabilidad para que el plan de promoción tenga un éxito.

### **5.3.1. Área de gerencia**

Debe permitir que las personas de la comunidad participen en las actividades del balneario; conocen el lugar y tienen la experiencia en guiar al visitante; previamente deben recibir una capacitación.

### **5.3.2. Área de administración**

El área de administración debe dar los recursos financieros para realizar las tareas de mejora en el balneario y para la capacitación del personal.

### **5.3.3. Área de mantenimiento**

Dado las pautas para realizar el mantenimiento de las instalaciones, el personal de mantenimiento debe revisar periódicamente todos los equipos,

piscinas para prevenir un accidente, contaminación cruzada y contaminación al agua.

#### 5.3.4. Departamento de seguridad y prevención de accidentes

En cada área de trabajo debe existir un procedimiento para las tareas correspondiente según la naturaleza de las actividades. Los factores humanos relacionados con accidentes son los siguientes.

Tabla XXII. Factores de riesgo

Riesgo	Descripción	Valor de riesgo (%)
Falta de aclimatación	Aclimatación es la capacidad que tiene el cuerpo de acondicionarse a un ambiente caluroso de trabajo. Una personal que trabaja con regularidad en un ambiente caluroso corre menos riesgo de sufrir problemas de salud causados por el calor que una persona que no lo hace con regularidad.	9
Mal estado físico	Las personas que están en buen estado físico son, por lo general, capaces de lidiar con los problemas de calor y tienen menos probabilidad de sufrir trastornos causados por calor. Hacer ejercicio, correr, nadar ayuda a mejorar el estado físico de la persona	8
Edad	Los trabajadores mayores (40 a 65 años de edad) son, por lo general, menos capaces de lidiar con el calor. La función del corazón en los adultos mayores es menos eficiente y la sudoración comienza más tarde y en cantidad menor.	8

Continuación de tabla XXII.

Enfermedades o tratamiento médicos preexistentes	Algunas enfermedades y tratamientos médicos comunes pueden disminuir la capacidad que tiene la persona de enfrentar el impacto del calor. En el calor de la diabetes mellitus, fibrosis quística, hipertiroidismo pueden aumentar el trastorno por el calor.	4
Enfermedades de corta duración y malestares menores	Las enfermedades con fiebre, diarrea y vómitos pueden causar una pérdida excesiva de líquidos, lo que puede disminuir la habilidad que tiene la persona de enfrentar el calor	4
Trastornos cutáneos crónicos	Ciertos problemas de la piel como sarpullidos, dermatitis, quemaduras, pueden limitar la capacidad corporal de sudar apropiadamente. Los problemas de la piel pueden empeorar con el impacto del calor.	4
Alcohol y drogas	El consumo de alcohol aumenta la pérdida de agua y puede causar que incluso los trabajadores aclimatados se deshidraten. Algunas drogas ilegales aumentan la temperatura interna del cuerpo y disminuyen la capacidad de perder calor	8
Incidencia previa de insolación	Los trabajadores que han sufrido insolación en el pasado tienen mayor riesgo de recurrencia.	4

Fuente: elaboración propia.

A continuación, se presentan los términos y las definiciones para la identificación de peligros y evaluación de riesgos.

- Actividad rutinaria: actividad realizada bajo condiciones controladas de la operación de procesos.
- Actividad no rutinaria: actividad realizada de forma eventual o imprevista.
- Enfermedad: condición física o mental identificada que presenta una situación adversa provocada por el trabajo y/o situación relacionada con el trabajo.
- Evaluación de riesgo: proceso de evaluar los riesgos que surgen de uno o varios peligros teniendo en cuenta lo adecuado de los controles existentes y decidir si el riesgo o riesgos son o no aceptables.
- Incidente: evento relacionado al trabajo que causa o puede causar lesión, enfermedad o la muerte.
  - Accidente: un tipo de incidente que ha ocasionada una lesión, enfermedad o la muerte.
  - 
  - Casi o cuasi incidente: un incidente donde no se presenta lesión, enfermedad o la muerte.
- Identificación de peligros: proceso mediante el cual se reconoce que existe un peligro.

Tabla XXIII. Identificación de peligros

<b>Seguridad y los riesgos asociados</b>	
<b>Peligro</b>	<b>Riesgo 100%</b>
Pisos resbaladizos / disperejos	Traumatismo, muerte por caídas de personal a nivel y desnivel-
Caída de herramientas/objetos desde altura	Golpes, heridas
Caída de personas desde altura	Golpes, heridas, politraumatismos, muerte
Peligros de partes en máquinas en movimiento	Heridas, golpes
Herramienta, maquinaria, equipo y utensilios defectuosos	Heridas, golpes, cortaduras
Máquinas sin guarda de seguridad	Microtraumatismo por atrapamiento, cortes, heridas, muertes
Equipo defectuoso o sin protección	Microtraumatismo por atrapamiento, cortes, heridas, muertes
Vehículos en movimiento	Golpes, heridas, politraumatismo, muerte
Pisada sobre objetos punzocortantes	Heridas punzocortantes
Proyecciones de materiales objetos	Golpes, heridas, politraumatismos, muertes
Equipo, maquinaria, utensilios en ubicación entorpecen	Golpes, heridas
Atrapamiento por o entre objetos	Contusión, heridas, politraumatismos, muerte
Golpe o caída de objetos en manipulación	Contusión, heridas, politraumatismos, muerte
Golpes con objetos móviles e inmóviles	Contusión, heridas, politraumatismos, muerte
Falta de señalización	Caídas, golpes
Falta de orden y limpieza	Caídas, golpes
Almacenamiento inadecuado	Caída, golpes, tropiezos
Superficies de trabajo defectuosas	Caída a un mismo nivel, golpes, contusiones
Escaleras, rampas inadecuadas	Caída a un mismo nivel, golpes, contusiones
Andamios inseguros	Golpes, politraumatismos, contusiones, muerte
Apilamiento inadecuado sin estiba	Golpes, politraumatismos, contusiones
Cargas o apilamientos inseguros	Golpes, politraumatismos, contusiones

Continuación de la tabla XXIII.

Alturas insuficientes	Golpes
Vías de acceso	Tropezones, golpes
Contactos eléctricos directos	Quemaduras, asfixia, paros cardiacos, conmoción e incluso la muerte. Traumatismo como lesiones secundarias
Incendios eléctricos	Quemaduras, asfixia, paros cardiacos, conmoción e incluso la muerte. Traumatismo como lesiones secundarias, pérdidas materiales
Fuego y explosión de gases, líquidos y sólidos o combinados	Intoxicaciones; asfixia, quemaduras de distintos grados; traumatismos; la Muerte
Sismos	Traumatismo, politraumatismo, muerte
Disturbios sociales (marchas, protestas, robos)	Traumatismo, politraumatismo

Fuente: elaboración propia.

### **5.3.5. Visitas periódicas**

Se deben realizar visitas periódicas a las instalaciones para verificar el estado físico de las piscinas, vestidores, área de restaurante, mesas, churrasqueras, bodega.

### **5.3.6. Entrevistas**

Las entrevistas a los visitantes pueden ser no estructuradas para conocer su impresión sobre el balneario, los servicios; conocer más a fondo las necesidades del turista.



### **5.3.7. Encuestas**

Las encuestas permitirán a la municipalidad conocer el grado de aceptación y satisfacción del turista para realizar un plan de mejoras a futuro.

## **5.4. Auditorías**

Se describe el proceso de auditorías.

### **5.4.1. Internas**

La auditoría interna es servirle a la empresa como un instrumento de control gerencial, con el propósito de alcanzar sus objetivos. Dentro de las funciones que debe desempeñar el Departamento de Auditoría como control gerencial, se encuentran:

- Funciones generales: con el propósito de que la empresa cumpla con sus objetivos, los auditores internos deberán desarrollar las siguientes funciones generales:
  - Comprobar el cumplimiento del sistema de control interno y de todos aquellos controles que por las características propias de la empresa hayan sido necesarios establecer, determinando su calidad, eficiencia y fiabilidad, también comprobar la observancia de los principios generales en que se fundamentan dichos controles.

- Verificar que la empresa cumpla con las normas internacionales de contabilidad y las normas de información financiera, que le sean aplicables.
- Demostrar la calidad y oportunidad del flujo informativo contable y financiero.
- Observar el cumplimiento de las funciones, autoridad y responsabilidad, en cada caso en que estén involucrados movimiento de recursos.
- Verificar la calidad, fiabilidad y oportunidad de la información contable financiera que genera la empresa, realizando los respectivos análisis de los indicadores económicos.
- Establecer si la empresa está cumpliendo con la legislación económica financiera vigente en el país.
- Demostrar el cumplimiento de normas, resoluciones, circulares, instrucciones y otras, emitidas tanto internamente como por los niveles superiores de la economía y el Estado.

#### **5.4.2. Externas**

Las auditorías externas se deben realizar por una empresa certificada en ISO 9000, ONSHA, para determinar si la empresa cumple con la legislación vigente.

La seguridad se debe regir según normas mínimas de seguridad en edificaciones e instalaciones de uso público. Según el Acuerdo Número 04-2011 por la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, CONRED.

Tiene como objetivo: establecer los requisitos mínimos de seguridad que deben observarse en edificaciones e instalaciones de uso público para resguardar a las personas en caso de eventos de origen natural o provocado que puedan poner en riesgo su integridad física. Las normas mínimas de seguridad constituyen el conjunto de medidas y acciones que deben ser implementadas en las edificaciones e instalaciones de uso público para alcanzar el objetivo descrito.

A continuación, se citan varios artículos referentes al Acuerdo Número 04-2011.

- “Artículo 3. Edificaciones e instalaciones comprendidas. La presente norma es aplicable a todas las edificaciones e instalaciones de uso público que actualmente funcionen como tales, así como para aquellas que se desarrollen en el futuro. Se consideran de uso público las edificaciones, sin importar el titular del derecho de propiedad, a las que se permita el acceso, con o sin restricciones, de personal (como empleados, contratistas y subcontratistas, entre otros) y/o usuarios (como clientes, consumidores, beneficiarios, compradores, interesados, entre otros).
- Son edificaciones de uso público, entre otras comprendidas en la descripción contenida en el párrafo que antecede, las siguientes:
  - Los edificios en los que se ubiquen oficinas públicas o privadas.
  - Las edificaciones destinadas al establecimiento de locales comerciales, incluyendo mercados, supermercados, centros de mayoreo, expendios, centros comerciales y otros similares.
  - Las edificaciones destinadas a la realización de toda clase de eventos.

- Los centros educativos, públicos y privados, incluyendo escuelas, colegios, institutos, centros universitarios y sus extensiones, centros de formación o capacitación, y otros similares.
  - Los centros de salud, hospitales, clínicas, sanatorios, sean públicos o privados.
  - Centros recreativos, parques de diversiones, incluso al aire libre, campos de juegos, cines, teatros, iglesias, discotecas y similares.
  - Otras edificaciones.
- Artículo 13. Número de salidas de emergencia requeridas. Cada edificio o parte utilizable del mismo deberá contar con, por lo menos, una salida de emergencia, no menos de dos (2) salidas cuando sea requerido y salidas adicionales cuando:
    - Cada nivel o parte del mismo con una carga de ocupación de quinientos uno (501) a un mil (1 000) personas no tendrá menos de tres (3) salidas de emergencia.
    - Cada nivel o parte del mismo con una carga de ocupación de más de un mil (1 000) personas, no tendrá menos de cuatro (4) salidas de emergencia.
    - El número de salidas de emergencia requeridas para cualquier nivel de un edificio deberá ser determinado utilizando su propia carga de ocupación, más los siguientes porcentajes de la carga de ocupación de otros niveles que tengan salida al nivel en consideración:
      - Veinte y cinco por ciento de la carga de ocupación del nivel inmediatamente arriba.
    - Cincuenta por ciento de la carga de ocupación del primer nivel arriba y cincuenta por ciento de la carga de ocupación del primer nivel abajo, cuando esté último salga a través del nivel en consideración.

- El número máximo de salidas de emergencia requeridas para cualquier nivel deberá ser mantenido hasta que se llegue a la salida del edificio.
- Artículo 14. Ancho de las salidas de emergencia. El ancho total de las salidas de emergencia, expresado en centímetros, no será menor al de la carga total de ocupación multiplicada por 0,76 para gradas, y por 0,50 para otras salidas de emergencia, ni menores de 90 centímetros. el ancho total de las salidas de emergencia deberá ser dividido en partes aproximadamente iguales entre todas las salidas de emergencia. el ancho máximo de salidas de emergencia requeridas para cualquier nivel deberá ser mantenido para todo el edificio.
- Artículo 15. Ubicación de las salidas de emergencia. En el caso de que únicamente se requieran dos (2) salidas de emergencia, estas deberán estar ubicadas con una separación medida por una línea recta entre ambas salidas cuya longitud no será menor a la mitad de la distancia de la diagonal mayor del edificio o área a ser evacuada. Cuando se requieran tres (3) o más salidas de emergencia, por lo menos dos (2) de ellas deberán estar ubicadas con una separación medida por una línea recta entre ambas salidas cuya longitud no será menor a la mitad de la distancia de la diagonal mayor del edificio o área a ser evacuada. Las salidas adicionales deberán tener una separación adecuada entre sí, de manera que si una de ellas quedase bloqueada, las otras sigan estando disponibles para una evacuación.
- Artículo 17. Salidas a través de otros salones: los salones podrán tener una salida de emergencia a través de otro salón adyacente, siempre y cuando exista una forma de salir que sea evidente, directa y sin obstrucciones.
- Artículo 24. Rampas de emergencia: las rampas utilizadas en las salidas de emergencia deberán cumplir con los requerimientos de esta norma. El ancho mínimo de las rampas utilizadas en rutas de evacuación será el indicado en el artículo 14, pero no será menor a noventa (90) centímetros para cargas de ocupación menores a cincuenta (50) o ciento diez (110) centímetros para cargas de ocupación de cincuenta (50) o más.

La pendiente máxima de las rampas será del 8,33 por ciento cuando deban ser utilizadas para personas en sillas de ruedas, o del 12,5 por ciento cuando no van a ser utilizadas por personas en sillas de ruedas.

Las rampas deberán tener descansos en su parte superior y en su parte inferior, y por lo menos un descanso intermedio por cada ciento cincuenta (150) centímetros de elevación. Los descansos superiores e intermedios deberán tener una longitud no menor de ciento cincuenta (150) centímetros. Los descansos inferiores deberán tener una longitud no menor de ciento ochenta y tres (183) centímetros.

Las puertas ubicadas en cualquier posición adyacente a una rampa no reducirán las dimensiones mínimas de un descanso a menos de 106 centímetros.

Las rampas tendrán pasamanos de acuerdo a los mismos requerimientos que para gradas. La superficie de las rampas deberá ser antideslizante.

Será obligatorio rotular las salidas de emergencia cuando se tengan dos (2) o más salidas de emergencia. Esta rotulación deberá contar con una iluminación interna o externa por medio de un mínimo de dos lámparas o focos, o ser de un tipo auto luminiscente. Los rótulos deberán estar iluminados con una intensidad mínima de 53,82 lux de cada foco. La energía de uno de los focos será de la fuente principal de energía y la energía del segundo foco será proporcionada por baterías o por un generador de energía de emergencia.

Las señales que se localizaran en la pared deberán ser construidas de metal o de otro material aprobado que sea no combustible; la señal fijada a la pared exterior de mampostería de hormigón, o piedra, deben estar de forma segura y bien conectados por medio de anclajes metálicos, pernos o tornillos de expansión, No podrán utilizarse paredes de madera, tablayeso o fibrocemento para fijar señales de información de emergencia.

No se deben instalar señales en el techo ni colgando de él. La instalación de señales portátiles se acepta con fines temporales o configuraciones de estructura que provean estabilidad de duración en la instalación; pero éstas no podrán fijarse al suelo por medio de anclajes permanentes.

- Señalización de salida de emergencia: señal de carácter informativo, la cual se utiliza para indicar todas las salidas posibles en casos de una emergencia, instalada en lugares visibles tales como sobre o inmediatamente adyacente a una puerta de salida que conduzca a una zona de seguridad. Esta señal trabaja íntimamente relacionada con las siguientes señales: vía de evacuación derecha, vía de evacuación izquierda, salida superior y salida inferior.

- Señalización de vía de evacuación derecha: señal de carácter informativo, siendo una flecha direccional, que en este caso particular indica una vía de evacuación o escape hacia la derecha. Instalación: en muros de edificios públicos y privados, esta señal trabaja en íntima relación con la señal salida de emergencia, ya que tiene como propósito orientar la evacuación hacia la derecha, teniendo presente que terminada la orientación hacia la derecha, se encontrara una vía de evacuación.
- Señalización de vía de evacuación izquierda: señal de carácter informativo, siendo una flecha direccional, que en este caso particular indica una vía de evacuación o escape hacia la izquierda. Instalación: en muros de edificios públicos y privados, esta señal trabaja en íntima relación con la señal salida de emergencia, ya que tiene como propósito orientar la evacuación hacia la izquierda, teniendo presente que terminada la orientación hacia la izquierda, se encontrara una vía de evacuación.
- Señalización de salida hacia arriba: señal de carácter informativo que indica una salida hacia arriba, que conduce a una vía de evacuación o escape en casos de emergencia. Instalación: sobre paredes o inmediatamente adyacente a escaleras que conduzcan hacia el piso superior. Esta señal se instalará en todo tipo de edificios, y trabajara íntimamente relacionada con la señal salida de emergencia.
- Señalización de salida hacia abajo: señal de carácter informativo que indica una salida hacia abajo, que conduce a una vía de evacuación o escape en casos de emergencia. Instalación: sobre paredes o inmediatamente adyacente a escaleras que conduzcan hacia el piso inferior. Esta señal se instalará en todo tipo de edificios y trabajara íntimamente relacionada con la señal Salida de emergencia.
- Punto de reunión: localización externa de un inmueble, identificada para reunir al personal que desaloja las instalaciones de manera preventiva y ordenada, posterior a una evacuación. Instalación: en lugares visibles tales como patios, estacionamientos o cualquier zona que no represente riesgo.
- Señalización de cuidado al bajar: señal de carácter informativo que indica la existencia de un desnivel, por tal razón, en las zonas en que se advierta esta señal, se deberá tener cuidado al transitar. Instalación: en lugares visibles tales como cajas escalera,

desniveles de piso, etc.; esta señal se instalará tanto en edificios públicos y privados, siendo su instalación directamente en muros u otras estructuras.

- Señalización de empujar para abrir: señal de carácter informativo que indica el sentido de apertura de una puerta. Instalación: en lugares visibles tales como puertas de simple o doble efecto, doble puerta de simple o doble efecto, etc. La señal se instalará directamente sobre la puerta, con el objetivo de homogenizar la rotulación de todas las salidas. Esta señal trabajara en directa relación con la señal tirar para abrir, ya que se instalan en pares, una por dentro y la otra por fuera de la puerta, de acuerdo a la orientación que esta tenga.
- Señalización de tirar para abrir: señal de carácter informativo que indica el sentido de apertura de una puerta. Instalación: en lugares visibles tales como puertas de simple o doble efecto, doble puerta de simple o doble efecto, etc. Esta señal se instalará directamente sobre la puerta, con el objetivo de homogenizar todas las salidas. Esta señal trabajara en directa relación con la señal empujar para abrir, ya que se instalan en pares, una por dentro y la otra por fuera de la puerta, de acuerdo a la orientación que esta tenga.
- Señalización de romper para tener acceso en caso de emergencia: señal de carácter informativo que indica romper para tener acceso, para lo cual es necesario considerar su ubicación donde es necesario romper un panel de vidrio para acceder a una llave u otro medio de aperturas, y donde es necesario romper para abrir un panel con elementos de lucha contra el fuego o crear una vía de evacuación. Instalación: directamente en panel de vidrio.
- Señalización de no corra por las escaleras: se utiliza para indicar la prohibición de correr por las escaleras, sean estas principales o de emergencia. Tanto al subir como al bajar de estas, dicha prohibición deberá ser acatada tanto en circunstancias habituales como en caso de emergencia. Instalación: lugares visibles de edificios públicos y privados (cajas escaleras principales o de emergencia de hospitales, bibliotecas, etc.). La instalación de esta señal deberá realizarse tanto al inicio como al final de las escaleras.










- Señalización de no correr en los pasillos: se utiliza para indicar la prohibición de correr en ambos sentidos en los pasillos, tanto para trabajadores como público en general, siendo aplicable en situaciones habituales como en los casos de emergencia. Instalación: lugares visibles de edificios públicos y privados (pasillos de hospitales, bibliotecas u otros edificios). La señal deberá instalarse en muros u otras estructuras, de tal manera que advierta claramente sobre esta prohibición.
- Señalización sobre la localización del extintor: se utiliza para informar la ubicación de un extintor. Esta señal deberá instalarse tantas veces como extintores existan en el edificio. Instalación: la señal será instalada en muros u otros elementos en los cuales se encuentre el extintor, ya que pueden estar fijados en muros, en nichos o directamente en el piso.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> CONRED. Acuerdo Número 04-2011. *Normas mínimas de seguridad en edificaciones e instalaciones de uso público*. p. 7 -13.

Figura 26. Señales de ruta de evacuación

SEÑAL	SIGNIFICADO
	
	
	
	RUTA DE EVACUACIÓN
	
	
	

Continuación de la figura 26.

SEÑAL	SIGNIFICADO
	
	<p>RUTA DE EVACUACIÓN PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES</p>
	
	
	
	
	<p>RUTA DE EVACUACIÓN</p>
	

Continuación de la figura 26.

	SALIDA DE EMERGENCIA
	SALIDA DE EMERGENCIA
	PRIMEROS AUXILIOS
	
	
	DUCHA DE EMERGENCIA
	LAVA OJOS DE EMERGENCIA
	SEÑALIZACIÓN DE ZONA SEGURA

Continuación de la figura 26.

	PUNTO DE REUNIÓN
	ÁREA SUCIA O CONTAMINADA
	ÁREA LIMPIA DE CONTAMINANTES
	CUIDADO AL BAJAR
	EMPUJAR PARA ABRIR
	TIRAR PARA ABRIR
	ROMPER PARA TENER ACCESO EN CASO DE EMERGENCIA
	TELÉFONO DE EMERGENCIA

Continuación de la figura 26.

	NO CORRA POR LAS ESCALERAS
	NO USE EL ASCENSOR EN CASO DE CORTE DE ENERGÍA O INCENDIO
	NO CORRER EN LOS PASILLOS
	INGRESAR SOLO PERSONAS AUTORIZADAS
	NO OBSTRUIR PASILLOS
	VÍA SIN SALIDA
	NO APAGUE EL FUEGO CON AGUA
	LOCALIZACIÓN DEL EXTINTOR

Continuación de la figura 26.

	<p>RED HÚMEDA</p>
	<p>RED SECA</p>
	<p>ALARMA DE INCENDIO</p>
	<p>CONJUNTO DE EQUIPOS CONTRA FUEGO</p>
	<p>PUERTA CORTA FUEGO</p>
	<p>RED ELÉCTRICA INERTE</p>
	<p>ACTIVACIÓN MANUAL DE LA ALARMA</p>
	<p>ROTULACIÓN DE LA CARGA DE OCUPACIÓN MÁXIMA</p>

Fuente: CONRED. *Norma de reducción de desastres número do-NRD2*. p. 28.

## 5.5. Beneficio/costo

Se realizó una entrevista con el administrador para determinar el monto de la inversión inicial; se determinó que el monto inicial es de Q. 75 000. Para 5 años, para lo cual se realizar los siguientes cálculos:

Se realizó el análisis para determinar la factibilidad de la propuesta.

- Ingresos: los ingresos esperados se toman del pronóstico de ingresos anuales el cual se determina por: Q. 300 000, dato proporcionado por la empresa.
  - Costos
    - Inversión Inicial = Q 75 000
    - Costos anuales= Q 155 000

La tasa de actualización, mejor conocida como TREMA, es uno de los elementos esenciales para la evaluación financiera de un proyecto de inversión, es decir, para calcular la VAN, TIR y B/C; se requieren de todos los ingresos, egresos y la TREMA.

Para determinar la TREMA se consideran las siguientes dos opciones: un índice inflacionario más una prima (un premio) por incurrir en el riesgo de invertir el dinero en el proyecto:

- TREMA = índice inflacionario (inflación) 5 % + prima de riesgo 3 %
- Tasa al 8 %



- Flujo de efectivo: se calcula restando las entradas y salidas de efectivo que representan las actividades de operativas de la empresa. En términos contables el flujo de caja es la diferencia en la cantidad de efectivo disponible al comienzo de un período (saldo inicial) y el importe al final de ese período (saldo final).

Para la generación del VPN (valor presente neto) se debe considerar lo siguiente:

- Tasa de descuento: es un valor que indica la proyección de la tasa de inflación del año 1 al 5, que toma como base el TREMA; el comportamiento de las principales variables de la política del Banco de Guatemala.
- Factor de descuento: donde n es el flujo de efectivo.

$$\frac{1}{(1+n)^t}$$

$$VPN = -75\,000 - 155\,000 \left[ \frac{(0,10)^5 - 1}{0,10(1 + 0,10)^5} \right]$$

$$+ 300\,000 \left[ \frac{(1 + 0,10)^5 - 1}{0,10(1 + 0,10)^5} \right] =$$

$$= 474\,428,06$$

## Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno se calculó de la siguiente manera:

$$VPN = -75000 - 155000 \left[ \frac{(1 + 0.20)^5 - 1}{0.20(1 + 0.20)^5} \right] + 300000 \left[ \frac{(1 + 0.20)^5 - 1}{0.20(1 + 0.20)^5} \right] =$$

$$= 358405$$

$$TIR = \left[ \frac{(tasa1 - tasa2) - (0 - VPN(-))}{(VPN +) - (VPN (-))} \right] + tasa2$$

$$VPN = -75000 - 155000 \left[ \frac{(1 + 0.10)^5 - 1}{0.10(1 + 0.10)^5} \right] + 300000 \left[ \frac{(1 + 0.10)^5 - 1}{0.10(1 + 0.10)^5} \right] =$$

$$= 474428,06$$

$$VPN = -75000 - 155000 \left[ \frac{(1+0,20)^5 - 1}{0,20(1+0,20)^5} \right] + 300000 \left[ \frac{(1+0,20)^5 - 1}{0,20(1+0,20)^5} \right] =$$

$$= 358405$$

$$TIR = \left[ \frac{(tasa1 - tasa2) - (0 - VPN(-))}{(VPN(+)) - (VPN(-))} \right] + tasa2$$

$$TIR = \left[ \frac{(10 - 20) - (0 - 358405)}{(474428,06) - (358405)} \right] + 20$$

$$= 23,08 \%$$

- Beneficio/costo

Para determinar la relación beneficio/costo de la propuesta con base en los datos de la inversión inicial se procede a calcular el valor presente neto de los ingresos, como los costos.

$$\sum \text{valor presente } 618870,06$$

Costos: 145 000 + 75 000

Relación beneficio *costo* =  $618 \frac{870.06}{475\ 577} = 1,30$ ; por lo tanto el beneficio es alto, dado que sus ingresos es más alto que sus costos. Por lo cual es proyecto es factible.



## CONCLUSIONES

1. Actualmente, el balneario se encuentra con deficiencias en las instalaciones, debido a la falta de mantenimiento principalmente de infraestructura, en áreas verdes y en las de recreación. Por otro lado, no cuenta con personal capacitado para la administración adecuada de los recursos naturales con enfoque ecológico lo cual provoca la baja captación de visitantes y, por consecuencia, no sea seleccionado para una estadía dentro de los lugares recreativos de Guatemala.
2. Los recursos naturales y las condiciones aprovechables del balneario para su aprovechamiento turístico se basan en el recurso hídrico con el que cuenta; se debe tener un cuidado y tratamiento del agua residual para evitar contaminaciones cruzadas.
3. El plan de promoción está enfocado en dar a conocer las ventajas de compartir en un medio natural.
4. El control de los ingresos y egresos monetarios del balneario para determinar sus utilidades se basa en tener una taquilla y utilizar boletos numerados con código de barra para su registro.
5. Los medios necesarios se basan en el presupuesto de la municipalidad que brinde los recursos para los pagos de publicidad en medios escritos, radios, vallas publicitarias, si se cuenta con el recurso en medios de televisión o cable operadores locales.

6. Los grupos a quienes están dirigidas las estrategias están los niños, adolescentes, padres de familias, empresas evento, parejas que desean contraer nupcias, eventos religiosos y sociales.
7. Las entidades potenciales para realizar alianzas estratégicas son: el sector hotelero, comerciantes de la región y la municipalidad.

## RECOMENDACIONES

1. La municipalidad debe revisar e investigar a profundidad, con la participación de los habitantes, todos los lugares de la zona en donde se realizan actividades turísticas para tener un plan general de promoción del departamento.
2. Planear cuidadosamente, al investigar al cliente, sus necesidades eventuales y su negocio, actividades indispensables para obtener resultados positivos en la negociación de venta. En toda venta es de capital importancia el estudio del cliente (actividad, socios y amigos): en el caso de la playa y actividades de playa se debe promocionar el turismo nacional e internacional.
3. Colocar un mapa de ubicación de los centros turísticos en el centro del municipio y en las entradas de cada trayecto para orientar a las personas en dónde están y dónde puedan recorrer. Señalizar las rutas de acceso a los atractivos turísticos de utilidad para los turistas en su recorrido; crear centros de emergencia anda tres kilómetros sobre los trayectos.





## BIBLIOGRAFÍA

1. DE LA TORRE DEL VALLE, Carlos Eduardo. *Actividades productivas alternativas para la generación de ingresos en las zonas rurales*. Trabajo de graduación de Agronomía. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Agronomía, 2003. p.85.
2. HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Óscar Gabriel. *Análisis de propuesta y diseño del Parque Ecoturismo Comunitario Cuevas de Icb' Olay Municipio de Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz*. Trabajo de graduación de Arquitectura. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, 2011. p.152.
3. HERNÁNDEZ RAMÍREZ, Heidi Paola. *Campaña promocional para dar a conocer el Parque Nacional Volcán de Pacaya para la municipalidad de San Vicente de Pacaya del departamento de Escuintla*. Trabajo de graduación de Administración de Empresas. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, 2011. p.152.
4. INGUAT, Inteligencia de Mercados Turísticos Departamento de Investigación y Análisis. *Perfil de segmentos turísticos*. Guatemala 2012. p.24.
5. INTERIANO CASTRO, Marvin Ronaldo. *Puntos y recorridos turísticos en el departamento de Retalhuleu*. Trabajo de graduación de Administración de Empresas. Universidad de San Carlos de

Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Administración de Empresas, 2008. p.123.

6. LIMA AGUILAR, Williams René. *Descubriendo y promoviendo el potencial turístico del municipio de Chicacao, Departamento de Suchitepéquez*. Trabajo de graduación de Ingeniería. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ingeniería, 2011. 111 p.
7. MARTÍNEZ QUINTANILLA, Karol Elizabeth. *Evolución y perspectivas del turismo de playa en El Salvador*. Trabajo de graduación de Administración de Empresas. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Facultad Ciencias Económicas y Empresariales, 2006. 163 p.
8. QUINTANA F., Gabriel. *Análisis y diseño de un sistema informativo para la industria de turismo*. Trabajo de graduación de Ingeniería. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ingeniería, 1979. 65 p.
9. SEGEPLAN, *Política nacional para el desarrollo turístico sostenible de Guatemala*. Guatemala: 24 de Mayo 2012. p. 95.
10. VALLE ALVARADO, Juan Francisco. *Plan promocional del sitio arqueológico Abajtakalik, El Asintal, Retalhuleu*. Trabajo de graduación de Administración de Empresas. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, 2004. p.111.

## APÉNDICES

De existir actividades no descritas en la matriz de identificación de peligros, el ingeniero encargado de la seguridad industrial debe realizar la matriz correspondiente. Para la evaluación de riesgo de seguridad y salud ocupacional, se debe de utiliza el siguiente formato.

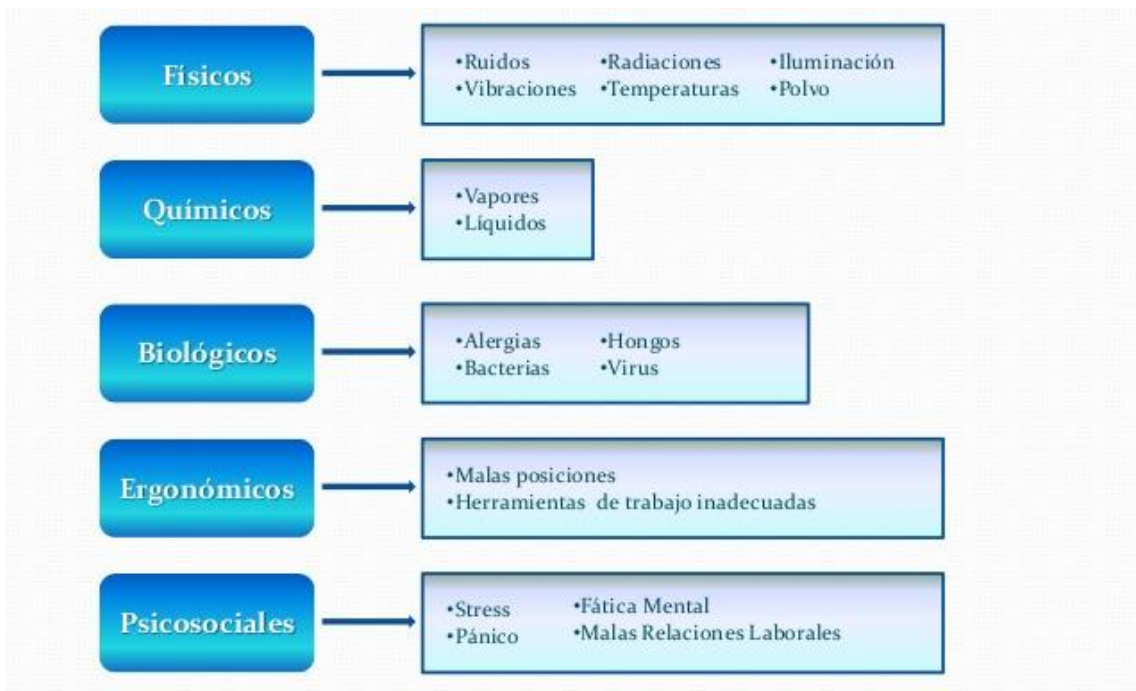
### Apéndice 1. Evaluación de riesgos de seguridad

<b>TRABAJO A REALIZAR</b>		<b>Mantenimiento de instalaciones de parque turístico</b>		
<b>LUGAR</b>				<b>SUPERVISOR</b>
<b>FECHA</b>		<b>HORA</b>		
<b>PELIGRO</b>	<b>RIESGO</b>		<b>MEDIDA PREVENTIVA</b>	
Fallas eléctricas	9		Uso de equipo de protección personal	
Pisos mojados	9		Utilizar señalización en áreas de limpieza	
Objetos peligrosos	9		Uso de equipo de protección personal y señalización	
<b>MATRIZ DE RIESGO</b>				
<b>VALOR DE RIESGO</b>		<b>PROBABILIDAD</b>		
		<b>BAJA</b>	<b>MEDIA</b>	<b>ALTA</b>
<b>ALTO</b>	6 y 9	<b>LEVE</b>	1	2
<b>MODERADO</b>	3 y 4	<b>MODERADA</b>	2	4
<b>BAJO</b>	1 y 2	<b>SEVERA</b>	3	6
<b>PROCEDIMIENTOS ESPECIALES Y PERMISOS REQUERIDOS</b>				
<b>Manejo de productos químicos</b>	SI		NO	
<b>Bloque señalización</b>	SI		NO	
<b>Ingreso a espacios confinados</b>	SI		NO	
<b>Trabajos en caliente</b>	SI		NO	
<b>Trabajos en altura</b>	SI		NO	

Fuente: elaboración propia.

Se describe la clasificación de riesgos con base en el factor físico, químico, biológico, ergonómico y psicosocial.

## Apéndice 2. Clasificación de riesgo



Fuente: elaboración propia.