

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

**"DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL  
TORTUGARIO DE LA RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTEERRICO,  
- RNUMM -".**

**TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:  
JUAN CARLOS PERALTA ROSALES.**

**PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

**TORTUGARIO**

**ASESORA:**

**M.A. ARACELY MERIDA.**

**GUATEMALA, MARZO 2015.**

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Consejo Directivo**

**Director**

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín.

**Representantes Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento,

Lic. Víctor Carillas Bran.

**Representantes Estudiantiles**

Pub. Joseph Mena,

Pub. Carlos León.

**Representantes de los Egresados**

Lic. Michael González Bártres.

**Secretaria Administrativa**

M.A. Claudia Molina.

**Tribunal Examinador**

M.A. Aracelly Mérida, presidente(a).

M.A. Rudy Cabrera, revisor(a).

M.A. Donaldo Vásquez, revisor(a).

M.A. Walter Contreras, examinador(a).

Lic. Gustavo Morán, examinador(a).

Lic. Mario Toje, suplente.



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 31 de marzo de 2014  
Dictamen aprobación 15-14  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Juan Carlos Peralta Rosales**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Peralta**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 04-2014 de sesión celebrada el 31 de marzo de 2014 que literalmente dice:

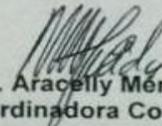
*1.1 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Juan Carlos Peralta Rosales, carné 9720000, el proyecto de tesis: DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO DE LA RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTEERRICO, CECON-USAC. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Aracelly Mérida.*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

... "se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
**M.A. Aracelly Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AME/unice S



388-14

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 03 de septiembre de 2014.  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 95-2014

Estudiante  
**Juan Carlos Peralta Rosales**  
Carné **9720000**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Peralta**:

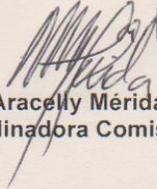
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar acerca de su tesis: **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO DE LA RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTEERRICO, CECON-USAC.**

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

- M.A. Aracelly Mérida, presidente(a).
- M.A. Rudy Cabrera, revisor(a).
- M.A. Donaldo Vásquez, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



  
Lic. Julio E. Sebastian Ch  
Director ECC



Copia: comité revisor.  
Larissa Melgar.  
archivo.



Autorización por comité revisor final

Guatemala, 10 de Octubre de 2014.

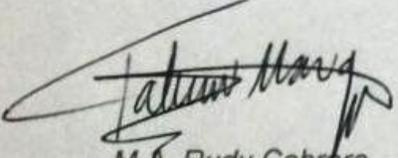
M.A.  
Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, Zona 12.

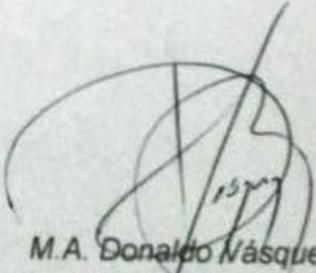
Estimada M.A. Mérida:

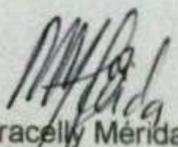
Atentamente informamos a usted que el estudiante JUAN CARLOS PERALTA ROSALES, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su trabajo de investigación, cuyo título final es: *Diagnostico y Propuesta de Comunicación Externa para el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico, -RNUMM-*.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

ID Y ENSEÑAD A TODOS

  
M.A. Rudy Cabrera  
Miembro Comité Revisor

  
M.A. Donald Vásquez  
Miembro Comité Revisor

  
M.A. Aracelly Mérida  
Presidente/a comité revisor



028-15

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 10 de febrero de 2015.  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 06-2015

Estudiante  
**Juan Carlos Peralta Rosales**  
Carné **9720000**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Peralta**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO DE LA RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTEERRICO, -RNUMM-**, siendo ellos:

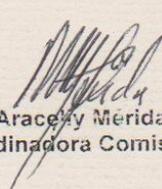
M.A. Aracelly Mérida, presidente(a)  
M.A. Rudy Cabrera, revisor(a).  
M.A. Donaldo Vásquez, revisor(a)  
M.A. Walter Contreras, examinador(a).  
Lic. Gustavo Morán, examinador(a).  
Lic. Mario Toje, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
**M.A. Aracelly Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



  
**Lic. Julio E. Sebastián Cir**  
Director ECC



Copia: Larissa.  
Archive.  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

130-15

Guatemala, 24 de marzo de 2015.  
**Orden de impresión/NR**  
Ref. CT-Akmg- No. 01-2015

Estudiante  
**Juan Carlos Peralta Rosales**  
Carné **9720000**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Peralta**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título **DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO DE LA RESERVA NATURAL DE USOS MÚLTIPLES MONTEERRICO RNUMM**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

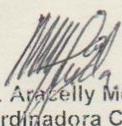
Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio C. Sebastián Ch.  
Director ECC



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/ESCH/Eunias S.  
**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

## **DEDICATORIA**

### ***A mi gran amor, Elvia Otilia;***

*porque sos la mejor prueba de que DIOS me ama; nadie como vos!*

*...ojalá me alcance la vida para amarte como lo mereces mi amor; gracias por todo; TE AMO!!!*

### ***A mis hermanas Nancy y Vicky,***

*que sin importar nada, me aceptan tal cual soy y*

*por la bendición de estar juntos y unidos para siempre.*

### ***A mi hermanito Mario Francisco (Q.E.P.D.),***

*por tu presencia que irradia luz en mi vida y ser ese ángel que siempre me ha acompañado.*

*Te extraño!*

### ***A mi hermano mayor Héctor Manuel (Q.E.P.D.),***

*por tu amor y tu incondicionalidad cuando te necesité,*

*y por ser ese gran ejemplo que fuiste, sos y serás siempre en nuestras vidas;.*

*fuiste mi motivación para seguir tus pasos.*

**Agradecimientos especiales:**

**A mi DIOS!,**

*sobre todas las cosas!*

**A mi familia,**

*por confiar en mí siempre;*

*por su amor incondicional, apoyo y compañía durante este camino.*

**A mi asesora: Maestra Aracelly Mérida,**

*porque mas allá de ser una excelente profesional que asesora estudiantes,  
es una bendición de ser humano, gran amiga y una verdadera fuente de conocimiento.*

*De corazón, mil gracias!*

**Al Centro de Estudios Conservacionistas - CECON -,**

*por el apoyo constante e invaluable para desarrollar este trabajo.*

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC -,**

*y todo el pueblo de Guatemala, quienes permiten que se cumpla esta meta.*

**A Monterrico,**

*por todas y cada una de las memorias que hoy llevo en el corazón.*

**A los mis buenos amigos,**

*no puedo describir el inmenso apoyo que recibí de ustedes.*

**...muchísimas gracias!**

*"Para los efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo".*

## ÍNDICE:

<b>RESUMEN</b>	<b>I</b>
<b>INTRODUCCIÓN:</b>	<b>III</b>
<b>CAPITULO 1</b>	<b>1</b>
<b>MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>1</b>
1.1 Título del tema:	1
1.2 Antecedentes:	1
1.3 Justificación:	3
1.4 Planteamiento del problema:	4
1.5 Alcances y limites:	5
1.5.1) Alcances:	5
1.5.2) Límites:	5
<b>CAPITULO 2</b>	<b>6</b>
<b>MARCO TEÓRICO:</b>	<b>6</b>
2.1 Monterrico y su historia:	6
2.1.1 Economía	8
2.1.2 Clima	9
2.1.3 Ubicación	9
2.1.4 Etnia y población	9
2.1.5 Salud	10
2.1.6 Educación	10
2.1.7 Seguridad	10
2.1.8 Autoridades de la Aldea Monterrico y representantes de entidades públicas:	
10	
2.1.8.1 Cocode	10
2.1.8.2 Alcaldía Municipal	11

<b>2.2</b>	<b>Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM- del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-:</b>	<b>11</b>
2.2.1	Historia	11
2.2.2	Características	12
2.2.3	Funciones:	12
2.2.4	Ubicación	12
2.2.5	Extensión territorial	13
2.2.6	Comunidades y población	13
2.2.7	Estructura y administración	14
2.2.8	Misión:	15
2.2.9	Visión	15
2.2.10	Objetivos	15
2.2.11	Instalaciones	16
2.2.12	Economía	16
2.2.13	Geografía física	17
<b>2.3</b>	<b>Tortugario</b>	<b>17</b>
2.3.1	Historia	18
2.3.2	Administración	18
2.3.3	Instalaciones:	19
2.3.4	Personal	20
2.3.5	Funciones	20
2.3.6	Especies de tortuga	21
2.3.6.1	Parlama blanca o Lepidochelys Olivácea	21
2.3.6.2	Parlama negra o verde (Chelona Mydas)	22
2.3.6.3	Baule (Dermochelys Coriácea)	22
2.3.7	Anidación	22
2.3.8	Como nacen las Tortugas	23
2.3.9	Datos Importantes	26
<b>2.4</b>	<b>Diagnóstico</b>	<b>26</b>
<b>2.5</b>	<b>Comunicación externa</b>	<b>27</b>
2.5.1	Concepto de comunicación externa:	28
2.5.2	Objetivos de la comunicación externa:	30
2.5.3	Herramientas:	31
2.5.4	Público:	32

<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>34</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Método:</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Tipo de investigación:</b>	<b>34</b>
<b>3.3 Objetivos:</b>	<b>35</b>
3.3.1 Objetivo general:	35
3.3.2 Objetivos Específicos:	35
<b>3.4 Técnica:</b>	<b>36</b>
<b>3.5 Instrumento:</b>	<b>36</b>
<b>3.6 Población</b>	<b>36</b>
<b>3.7 Muestra</b>	<b>37</b>
<b>3.8 Análisis estadístico</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>38</b>
<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS:</b>	<b>38</b>
<b>4.1 Entrevista a autoridades</b>	<b>38</b>
4.1.1 Entrevista realizada al Director del CECON:	38
4.1.2 Entrevista Coordinador de la RNUMM:	39
4.1.3 Entrevista al Alcalde Municipal de Taxisco, Santa Rosa:	40
<b>4.2 Entrevista estructurada a los Grupos Organizados:</b>	<b>41</b>
<b>4.3 Encuesta al grupo de colaboradores y trabajadores de la RNUMM:</b>	<b>44</b>
<b>4.4 Análisis:</b>	<b>47</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>51</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>53</b>

<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>60</b>
<b>PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO:</b>	<b>60</b>
5.1 Introducción:	60
5.2 Justificación:	61
5.3 Campo de la aplicación:	62
5.4 Misión	63
5.5 Visión	63
5.6 FODA	63
5.7 Objetivos	66
5.8 ¿Qué se quiere transmitir?	66
5.9 Tipo de comunicación	66
5.10 Grupo Objetivo	67
5.11 Estrategia a implementar:	67
5.12 Fan page o pagina de seguidores en la red social Facebook:	69
5.13 Perfil en la red social Twitter	71
5.14 Canal personalizado en YouTube:	73
5.15 Planificación de recursos	75
<b>Referencias Bibliográficas</b>	<b>77</b>
<b>E-Grafías</b>	<b>81</b>
<b>Lista de personas entrevistadas:</b>	<b>83</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>84</b>
<b>ANEXO 1</b>	<b>84</b>
ENTREVISTA ALCALDE MUNICIPAL	84
<b>ANEXO 2</b>	<b>85</b>
ENTREVISTA DIRECTOR CECON Y COORDINADOR DE LA RNUMM	85
<b>ANEXO 3</b>	<b>86</b>
CUESTIONARIO PARA REPRESENTANTES DE GRUPOS ORGANIZADOS LOCALES	86
<b>ANEXO 4</b>	<b>87</b>
ENCUESTA A TRABAJADORES DE LA RESERVA	87

## RESUMEN

**Título:** *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM-.*

**Autor:** Juan Carlos Peralta Rosales.

**Universidad:** San Carlos de Guatemala.

**Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**Problema investigado:** ¿Cuál es la situación actual de la Comunicación Externa que se practica en el Tortugario de la RNUMM y qué propuesta se puede implementar para optimizarla?

**Procedimiento:** realizada la clasificación y compilación de información bibliográfica, y electrónica (e-grafías) para el establecimiento de una línea de base en esta investigación. Se llevó a cabo la investigación de campo, mediante la técnica de la Observación. De igual manera, fue practicada una encuesta a cada uno de los actores que juegan un papel importante en el Tortugario, siendo estos: las autoridades competentes, los grupos organizados de la aldea Monterrico y los colaboradores de la RNUMM. Dicha encuesta se elaboró con la finalidad de conocer la percepción del tipo de comunicación que maneja el Tortugario, y la percepción que se tiene de la misma por parte de las agrupaciones antes mencionadas.

Este trabajo presenta las gráficas, resultados e interpretaciones obtenidas del estudio; datos que permiten la construcción e implementación de una propuesta de comunicación externa, que cumpla con los objetivos trazados por el Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, como el generar y difundir la información.

La propuesta de comunicación externa que se presenta, busca fortalecer la imagen de centro ambiental conservacionista que vela por el cuidado de la Tortuga Marina; considerando la falta de presupuesto de la institución. Así mismo pretende beneficiar en el campo de la comunicación externa al Tortugario de la RNUMM y todo su entorno.

La propuesta ha sido diseñada con herramientas sofisticadas que ofrece la tecnología y que vendrán a contribuir al presente proyecto, dado a que son de bajo costo económico y de gran alcance e impacto comunicacional y de carácter ecológico, puesto que no contaminan el ambiente.

**Resultados:** entre los hallazgos más importantes que fueron conseguidos con el presente trabajo de investigación, se destaca la poca atención que se ha dado a la comunicación externa por parte de las autoridades del CECON al Tortugario, puesto que al ser una institución de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ha visto afectada por su escaso presupuesto. Lo anterior dificulta la interacción de los diferentes grupos y el Tortugario, puesto que la brecha comunicacional entre unos y otros, se encuentra en una posición precaria.

**Conclusiones:** Se evidencia la necesidad de implementar un adecuado proceso comunicacional que cumpla con la demanda de información por parte de los diferentes públicos con que se relaciona la institución. Para determinar la necesidad de difusión de las actividades que realiza el recinto conservacionista de la RNUMM; con base a los hábitos de consumo de información que practica la mayoría de la sociedad en la actualidad, fue necesaria la revolución de la comunicación externa que ha manejado el Tortugario y dar paso a un nuevo modelo de generar y difundir información.

Al respecto, se eligieron a las redes sociales como el canal idóneo para cubrir las necesidades de comunicación externa con que cuenta el Tortugario de la RNUMM. Para lo cual se creó un perfil exclusivo en las redes sociales con mayor demanda en la actualidad: Facebook, Twitter y YouTube. Por lo que se recomienda darle el seguimiento, gestión y monitoreo necesario, así como incluir la comunicación externa en los planes a futuro dentro de la organización.

## INTRODUCCIÓN:

En Guatemala: país multiétnico, pluricultural y megadiverso; se atestigua el importante papel que la comunicación ha tenido en el desarrollo de su sociedad y recursos. La misma ha estado presente en algunos casos y ha ejercido un papel fundamental; no obstante, y en la mayoría de casos, es dicha ciencia, la gran ausente. Muchas son las limitantes para la comunicación a nivel de sociedad; y a pesar de que su evolución ha sido notoria, poco o casi nada se ha hecho comunicacionalmente para cuidar todas esas características que como país, le hace único.

Con base a lo anterior, este trabajo quiere aportar a la conservación de todos los recursos y especies que nos hacen ser un país rico en biodiversidad. Partiendo de la importancia de identificar y comprender, que solo por medio de la comunicación puede llegarse al entendimiento y al desarrollo multisectorial, los cuales son puntos vitales para el desarrollo de la nación. Este trabajo busca identificar y mostrar la importancia de la inclusión de dicha ciencia en cualquier proyecto de carácter institucional, gubernamental o de diversa índole.

Según el Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-, en el país existen registradas 243 áreas protegidas; las cuales ocupan 3,493,939 hectáreas, lo que equivale al 32.9% del territorio nacional. Ellas tienen como principal objetivo: la conservación, el manejo racional, la restauración de la flora y fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales. De esta manera busca contribuir así al desarrollo sostenible del país y por ende, al bienestar de sus habitantes.

Por su parte la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, juega un papel muy importante en la conservación de los recursos naturales de este país. Es la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la antes mencionada casa de estudios, quien por medio del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-; quien administra siete áreas protegidas del país. De las que la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM- forma parte.

La labor de la RNUMM abarca procesos de conservación desde: manglares, peces, aves y reptiles; especies que en su mayoría, se encuentran dentro del preocupante campo de la extinción. En dicha reserva se destaca el proyecto conservacionista de anidación y reproducción de tortugas marinas. A lo largo de la historia se han registrado a nivel mundial, más de 258 especies de las cuales solo se reportan ocho que aún existentes, después de que el resto de ellas ya se han extinguido. La RNUMM sirve de sitio de anidamiento para tres especies, por ello que sin duda la hace muy importante para la conservación de la especie.

Actualmente son muy pocas las organizaciones e instituciones ecológicas que han incluido la comunicación externa en sus modalidades de trabajo. Aunque parezca increíble, muchas entidades de este tipo siguen sin darle el espacio que merece la comunicación. Este estudio científico evidencia el tipo de dinámica comunicacional que se ejerce actualmente en el Tortugario; y al mismo tiempo propone la inclusión de esta ciencia en los planes a futuro de la institución, para coadyuvar a los objetivos de conservación de la tortuga marina. La institución no cuenta con un departamento que vincule o gestione las actividades propias con la sociedad en general, lo que afecta negativamente a la comunicación externa y entorpece el cumplimiento de su misión.

Desde que Internet se transformó en un canal de comunicación masivo en los años 90, ha revolucionado la forma de informarse, comunicarse y la vida en general. Ha avanzado rápidamente para responder a las necesidades de los usuarios. Es en este punto donde se analiza, plantea y se diseña, la mejor manera de implementar los beneficios que ofrece esta tecnología con los intereses del recinto para la conservación de la Tortuga marina.

## CAPITULO 1 MARCO CONCEPTUAL

### **1.1 Título del tema:**

DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO DE LA RESERVA NATURAL DE USOS MULTIPLES Monterrico - RNUMM-, Centro de Estudios Conservacionistas - CECON - Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-.

### **1.2 Antecedentes:**

La Universidad de San Carlos de Guatemala - USAC- ha sido academia de vanguardia y de visión conservacionista por excelencia. La Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la antedicha casa de estudios superiores, es quien a su vez administra el Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, institución que gestiona el manejo de siete áreas protegidas.

Dentro del CECON, se encuentra la unidad del Sistema Universitario de Áreas Protegidas -SUAP-. que tiene a su cargo siete áreas protegidas del país, siendo: Biotopo para la conservación del manatí *Chocón Machacas*, ubicado en el departamento de Izabal; Biotopo protegido para la conservación del quetzal *Mario Dary Rivera*, en el departamento Cobán; Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico - RNUMM- en el departamento de Santa Rosa; y en el área de Petén se encuentran: Biotopo Cerro Cahuí, Biotopo El Zotz *San Miguel la Palotada*; Biotopo *Laguna del Tigre-Río Escondido*; y Biotopo protegido *Naachtún Dos Lagunas*.

Dentro de la RNUMM se gestionan varios proyectos conservacionistas, donde destaca la importancia del proyecto del Tortugario, que desde sus inicios ha velado por la preservación de la tortuga marina, especie que desde hace muchos años se acerca para anidar en las playas que pertenecen a la reserva.

Como antecedentes de este proyecto de tesis se menciona el documento que rige a dicha institución (Sigüenza y Ruiz, 1999): *Plan Maestro de la RNUMM* Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, Consejo Nacional de Áreas Protegidas - CONAP-, Proyecto "Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Asociados a los Manglares del Pacífico de Guatemala" (INAB-UICN-UE). Guatemala, 159p.

En el documento que rige a la RNUMM, en su apartado: *En un escenario deseado* (Sigüenza Raquel, Ruiz Jorge 1999); afirman que: "*El área cuenta con una buena comunicación al mundo, pagina WEB, correo electrónico, correo postal, teléfono y fax propios*".

En la publicación del documento Informe Final del Proyecto, *Divulgación y Promoción del Sistema Universitario de Áreas Protegidas (SUAP) de Guatemala, con Énfasis en los Guardarrecursos. Acuerdo No. 96200-0-G236*. En su apartado del Cuadro 12, en su Análisis FODA para la RNUMM, (CECON 2012: pag.61) se describe el proceso de comunicación en unos de sus puntos: "Turistas extranjeros esperan mejores servicios". Lo que evidenció una de las debilidades encontradas en dicho estudio.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- de la USAC existen dos tesis de licenciatura que abordan el objeto de estudio. Siendo estas, la escrita por Thelma Toledo, cuyo título es: *Implementación de una radio comunitaria en la Reserva Natural Monterrico, Taxisco; Departamento de Santa Rosa*. En dicho trabajo aparece como una de las conclusiones: la evidente falta de atención a la comunicación externa en la reserva; (Toledo 2006: pag.62) escribió: "el diagnóstico comunicacional detectó las deficiencias en los métodos de comunicación utilizados".

Por su parte, (Mencos Rebeca 2008), realizó la tesis *Influencia de las comunicaciones interpersonales entre los Guarda recursos del CECON y la población de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico*, en las recomendaciones finales de la investigación encontramos: "Implementar redes de comunicación entre los pobladores, el COCODE, la municipalidad y el CECON, para facilitar el flujo de información y de este modo mejorar este campo en sentido comunitario" (Mencos 2008: pag.59).

Por otra parte, en la Universidad Rafael Landivar, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Mercadotecnia y Publicidad; existe la tesis realizada por (Bermúdez Jessika, 2004), *Estrategia Promocional para la Educación Ambiental del Turista Interno en la Reserva Natural Monterrico*. En dicho trabajo (Bermúdez 2004: pag.86) detalla en sus conclusiones: "La principal actividad de la que participa el Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- es el evento de liberación de tortugas en la playa, en el cual hace énfasis el Guardarrecursos y voluntarios en temas de conservación y medio ambiente".

En otra de sus conclusiones (Bermúdez 2004: pag.86) asegura que: "los medios publicitarios, son un medio de comunicación importante por el cual, el turista nacional prefiere obtener información sobre la RNUMM. Al turista le gustaría ser informado a través de; volantes, televisión, prensa, INGUAT y en último lugar, la radio". Resaltando así la necesidad de crear y difundir la información mediante medios de comunicación de alto consumo y actuales.

### **1.3 Justificación:**

La Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM-, cuenta con un Plan Maestro diseñado con el apoyo del Proyecto de Manglares y aprobado por el Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-.

En dicho Plan Maestro (Sigüenza y Ruiz, 2009: p.41) señala en unos de sus *Aspectos Institucionales* que: "Debe ser de especial atención para la RNUMM identificarse con: los Comités de Desarrollo Local, Organizaciones de Lancheros y Lanchoneros, Comités de Iglesia, de Feria, Patronatos Escolares y cualquier otra organización con que tenga alguna relación para ser un ente convocador y unificador; aportando las mejores ideas, apoyando la gestión de proyectos de desarrollo y motivando al trabajo comunitario".

El presente trabajo de investigación se realizó por medio del: estudio, detección y conocimiento de cuál es la situación actual de la Comunicación Externa, que se practican en el tortugario de la RNUMM. Dado que según el Plan Maestro (Sigüenza y Ruiz, 1999) se hace hincapié en la importancia que tiene la comunicación para esta institución. Es por ello que esta investigación busca evidenciar si en la actualidad la comunicación se mantiene actualizada y optima, según lo indica dicho plan o bien identificar su situación actual.

En otro de sus apartados de los aspectos institucionales (Sigüenza y Ruiz 1999: p.40) se plantea "la administración y el Comité de Apoyo de la RNUMM deberán mantener los canales de comunicación abiertos".

Posteriormente (Sigüenza y Ruiz, 1999: p.41) señalan: "La RNUMM se encuentra relacionada directamente con las Municipalidades de Taxisco y Chiquimulilla por estar dentro de su jurisdicción y además con los Alcaldes Auxiliares, representantes de las mismas, observando una buena comunicación con las mismas y cooperando mutuamente en el respeto de los recursos naturales".

Adicional a esto, (Sigüenza y Ruiz, 1999: p41) aseguran: "Debe ser de especial atención para la RNUMM identificarse con los Comités de Desarrollo local, Organizaciones de Lancheros y Lanchoneros, (...) y cualquier otra organización con que tenga alguna relación para ser un ente convocador y unificador, aportando las mejores ideas, apoyando la gestión de proyectos de desarrollo y motivando al trabajo comunitario.

Es por lo anterior que se hace significativo conocer y estudiar la importancia de la comunicación externa dentro de la reserva y en la historia del Tortugario, por lo que se realizó un Diagnóstico de Comunicación Externa para el Tortugario de la RNUMM para identificar las debilidades y convertirlas en fortalezas.

El Diagnóstico de Comunicación Externa arrojó los resultados necesarios que hicieron posible poder identificar las zonas críticas y de aprovechamiento, según el trabajo ejecutado al Tortugario de la RNUMM. Es de vital importancia comunicar y difundir el trabajo que se realiza en el recinto conservacionista aprovechando los beneficios de la tecnología y nos brinda mayor cantidad de canales, diseños y estilos de comunicación eficaces.

Conociendo las limitaciones físicas y de carácter financiero con que cuenta el Tortugario de la reserva, se buscó no solo entender, sino también: atender, organizar, actualizar e innovar en el manejo de las comunicaciones externas que sean las más eficientes para la institución objeto de estudio.

Con el presente trabajo se evidencian los datos generales de las actividades de comunicación externa, que se realizan en la RNUMM. Se logró identificar oportunidades de progreso [por medio de recursos posibles y métodos científicos] y aportar conocimientos para lograr aportar mejora al Tortugario de la reserva.

Con ello se busca mantener la imagen vanguardista de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por medio del CECON y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ejes fundamentales de desarrollo [al igual que cada una de la diversidad de facultades y escuelas que componen dicha casa de estudios], como parte de su apoyo al medio ambiente y la conservación del planeta.

#### **1.4 Planteamiento del problema:**

Dada la importancia que tiene la Comunicación Externa en cualquier institución de carácter eco-turística, se decidió realizar un Diagnóstico de la Comunicación Externa para el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico. Para ello se planteó dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Cuál es la situación de la Comunicación Externa que prevalece en el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico?

## **1.5 Alcances y límites:**

### **1.5.1) Alcances:**

El área en que se llevara a cabo el Diagnóstico de Comunicación Externa comprende el Tortugario de la Reserva Natural de Usos múltiples Monterrico -RNUMM- Taxisco, Santa Rosa del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- de la Universidad de San Carlos de Guatemala. El estudio se realizó durante el mes de Marzo, Abril y Mayo del año 2014; se efectuó con las autoridades y los grupos externos a los cuales la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico beneficia por medio del proyecto del Tortugario.

### **1.5.2) Límites:**

Esta investigación se circunscribe a la Comunicación Externa del Tortugario de la RNUMM del CECON, y no se abordó ningún otro tipo de comunicación dentro de la institución.

## CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO:

### **2.1 Monterrico y su historia:**

Los autores (López y Pardo, 2011) motivados por recoger datos que enriquezcan la historia de la aldea, realizaron un taller con ancianos de la localidad, quienes eran procedentes de las comunidades del Pumpo, Monterrico y la Curvina. Fue a través de esta actividad, como se logró construir de forma participativa, una línea histórica del área que en la actualidad es conocida como Monterrico.

Indicaron que Monterrico estuvo habitado por grupos a los cuales se les llamaba xincas, esta cultura sufrió muchos cambios y en la actualidad poco se conserva de ellos. Se cree que con la venida de los españoles fueron casi exterminados y reducidos a pequeños grupos que habitaron Taxisco, y de ellos muy pocos hablan todavía el idioma original.

A opinión la mayor parte de los ancianos del área la historia de Monterrico (Toledo, 2006) se inicia en la década de 1930, con el gobierno del presidente [de aquel entonces] Jorge Ubico, época en la que la aldea solamente se encontraba constituida por 10 casas; de quienes señala que aproximadamente para 1980, eran familias provenientes del municipio de Guazacapan y de la aldea Aroche [del Departamento de Santa Rosa] que decidieron trasladarse a Monterrico. La misma se describe como: una comunidad pequeña, en donde había todo en abundancia, no circulaba el papel moneda, todos tenían aves de corral y cerdos que intercambiaban entre sí, a manera de trueque.

No existían vías de acceso, ni servicios básicos; por ello, el agua potable se sacaba de pozos que realizaban a la orilla del canal. Todos los pobladores vivían de la pesca y la agricultura; casi no se utilizaban los recursos naturales, pues eran pocos los pobladores y se guardaba mucho respeto por la madre naturaleza.

Con relación al medio ambiente en este período de la historia de Monterrico, se describe que había vegetación abundante y diversa, que servía de hogar para una infinidad de aves y demás fauna. Por ser un terreno rico en recursos y poca civilización, se encontraban árboles grandes como: ceiba, cedro, conacaste, caoba, castaño, coco, jocote, matilisguate, palos de mora, almendro, guachimol, palo blanco; de todos estos en grandes cantidades. Igual se relata con respecto a la fauna, ya que se observaba toda clase de animales como: tepezcuintles, venados, monos, cangrejos ajalines [en poblaciones muy grandes], tortugas marinas y tortugas del canal, entre otros.

Al lugar se le conocía como *Monte Rico* porque reflejaba mucha riqueza natural en el área, comentaron varios de los ancianos, mostrando una clara preocupación con

relación al deterioro ambiental; el comercio, turismo, y el crecimiento poblacional que ha tenido la aldea Monterrico le ha dado realce a la comunidad; pero por no existir un orden en este crecimiento se han escaseado los peces, mangle y demás recursos (López et al, 2011).

Durante el gobierno de Jorge Ubico [1931- 1944] se realizó el dragado y la construcción del canal de Chiquimulilla, el cual siempre se mantuvo limpio y seguro; debido a que contaba con brigadas de mantenimiento en el lugar. El inconveniente era que no se podía salir a Chiquimulilla pues la policía patrullaba el lugar para evitar actos de conflicto, los cuales eran propios de la época.

El canal era bellissimo; el que sobre-pescaba en esa área se lo llevaban preso, cuidaban las mallas de pesca para que no agarraran peces pequeños, solo se pescaba en verano, en invierno solo se podía pescar para consumo familiar.

En la actualidad ya no se tiene el mismo cuidado, cuando se fue Ubico se acaba el orden en el manglar, con lo que se pierde el respeto por la naturaleza. En esta época se reporta que aún se podía tomar agua de lluvia, pero poco a poco empezó a caer sucia; actualmente nadie toma agua de la lluvia porque temen enfermarse. Antes del gobierno de Juan José Arévalo [1945-1951], la manera de llegar a Monterrico era a través de un camino que conectaba la Avellana con Taxisco, y de allí únicamente se podían movilizar utilizando bestias.

Durante este gobierno se construyó una carretera de acceso, así entraron las escuelas; lo que trajo, a parecer de los asistentes, mayor civilización. Para 1946, ya se impartían las primeras clases de educación primaria y secundaria, las cuales se recibían en ranchos. También se fundó el instituto, lo cual permitió que los jóvenes se fueran superando. Juan José Arévalo, fue el primero que le dio “civilización” a Monterrico. Posteriormente, durante el Gobierno de Eugenio Laugerud García fue asfaltado el camino que Juan José Arévalo construyó.

Hasta este momento en la historia de Monterrico, las personas tenían como principales actividades económicas: a la pesca y a la agricultura; luego de que Arévalo abriera el camino, la vida en Monterrico cambió. Era el momento de iniciar negocios y buscar maneras de ganarse la vida, como resultado de las nuevas vías de acceso inició el turismo, el cual fue percibido como algo positivo. En 1948, llegaron los primeros turistas: Silvia Rodríguez, originaria de Taxisco, y la Familia Monterroso, proveniente de Guazacapan, quienes llegaron a la aldea a caballo.

En 1949, se reporta que hubo “*la llena*” o la inundación más grande de la historia de Monterrico, la cual causó innumerables pérdidas; debido a esto la población trasladó sus viviendas más cerca de la playa. Tan solo la playa no se vio afectada. En la década de los 50, se reporta el ingreso de los primeros vehículos al área, con lo que se inicia

un nuevo medio de transporte para Monterrico. En la década de los 60 se inician los viajes en lancha por el canal como un negocio.

Desde 1965 hubo un cambio fuerte en Monterrico: empezó a sentirse la opresión debida a la falta de recursos, y la población creció notablemente. Derivado de ello, se observa un decrecimiento de la población de tortugas marinas, y otras especies; disminuye la pesca y aparecen las camaroneras.

La década de los 70, trae consigo una serie de cambios que transformarían al área permanentemente, cambios como: la apertura del primer hotel y restaurante Margarita; se construyen las instalaciones actuales de la Escuela de Monterrico, y en 1977 se consolida la compra de los terrenos cerca de la playa por parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Entre 1980 y 1988 el grupo Scout organiza varias actividades para la protección de las tortugas; lo que pone a Monterrico en el mapa a nivel internacional, originándose de esta forma, el proyecto de incubación de huevos de tortuga.

De acuerdo a (López et al, 2011) fue a partir de 1980 cuando aparecen algunas malas prácticas de pesca, como la de usar mallas muy pequeñas para capturar camarones [malla tamaño 30]. Con las cuales se mata a las larvas de camarón, lo que provoca que ya no haya producción, ya que terminan con la “semilla” de camarones. También se considera una mala práctica utilizar concentrado purina para pescar más camarón; el problema de esta actividad es que el concentrado mata a los peces juveniles, lo cual afecta a los habitantes de la población, ya que se está mermando un recurso utilizado como sustento alimenticio. Otra es la de la pesca con luz, ya que diezma grandemente las poblaciones de peces.

En el año 2009, se da el arrendamiento de sus terrenos por parte de los dueños de los potreros aledaños a la reserva a las cañeras, hecho que preocupa mucho a los pobladores del área, debido a que los cañeros desvían el agua en época seca, provocando sequía en los ríos, y la liberan en época lluviosa, lo que ocasiona “llenas” más fuertes. Además, los cañeros al utilizar grandes cantidades de fertilizante, herbicidas y plaguicidas, contaminan el agua del canal; lo cual afecta directamente a las poblaciones de pescado, camarón y demás especies que encuentran su hábitat en el lugar.

### **2.1.1 Economía**

La agricultura es una de las actividades productivas que se desarrollan en el área, constituye uno de los principales rubros de ingresos económicos. Entre los cultivos producidos se encuentran: maíz, ajonjolí, pashte, sandia, coco, jocote, jocote marañón,

y mango. Además, existen otras actividades de importancia en la producción de bienes; dadas por la prestación de servicios para el turismo: hoteles, restaurantes, pensiones, lanchas, lanchones y transporte. La pesca es un factor determinante para la sobrevivencia de las familias del área, la cual se da tanto en el mar, como en el canal de Chiquimulilla.

### **2.1.2 Clima**

Clasificado como cálido seco, de tipo subtropical. Tiene una temperatura de 30°-33° C (Álvarez et al, 2010). Durante el invierno regularmente se mantiene nublado por el día, con presencia de lluvias por las noches.

### **2.1.3 Ubicación**

Ubicado en el departamento de Santa Rosa, al sur de Guatemala, a 150 kilómetros de la ciudad capital. Monterrico se encuentra a la orilla del Océano Pacífico y es una zona de extensas playas de arena volcánica y manglares<sup>1</sup>. Para llegar existen dos rutas en la actualidad: sea por la vía de Taxisco o por la de Iztapa.

Por la vía de Taxisco se debe tomar la carretera Panamericana Ruta CA-2 hasta llegar a Taxisco, luego se toma la carretera hacia la aldea La Avellana en donde hay un embarcadero y se cruza el canal de Chiquimulilla en ferri, lanchón o lancha, para luego arribar al embarcadero de Monterrico.

Por la vía de Iztapa se toma la Ruta CA-9 hasta llegar a Puerto Quetzal, luego hacia el Este en dirección a Puerto de Iztapa en donde se cruza el puente de concreto de Puerto Viejo, desde ese punto se recorren aproximadamente 26 kilómetros más para llegar al destino final, Aldea Monterrico.

### **2.1.4 Etnia y población**

El 98 % de los habitantes son de origen ladino y/o mestizos, y el 02 % pertenecen a una etnia indígena; Aquellos del grupo indígena se han trasladado desde el occidente del país con el fin de establecer negocios como: tiendas de artículos de consumo doméstico, ventas de verduras, tortillerías, y artesanías.

---

<sup>1</sup> (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española 2014 <http://lema.rae.es/drae/?val=manglar>) describe el término Manglar como: un arbusto de la familia de las Rizoforáceas, de tres a cuatro metros de altura, cuyas ramas, largas y extendidas, dan unos vástagos que descienden hasta tocar el suelo y arraigar en él, con hojas pecioladas, opuestas, enteras, elípticas, obtusas y gruesas, flores axilares de cuatro pétalos amarillentos, fruto seco de corteza coriácea, pequeño y casi redondo, y muchas raíces aéreas en parte. Es propio de los países tropicales, y las hojas, frutos y corteza se emplean en las tenerías.

A falta de una fuente verídica solo se tiene el dato de un recuento con fines educativos, del cual aun no se hace su presentación formal; se conoce que el censo realizado en dicha investigación, dio por resultado un número de: 436 familias en 2013; no obstante no se conoce con precisión la cantidad final y exacta de habitantes. Se especula de un aproximado de no menos de 4,000 habitantes en la Aldea Monterrico.

### **2.1.5 Salud**

Monterrico cuenta con un Centro de Salud que presta sus servicios a todos los habitantes de las aldeas dentro de la reserva; es atendido por una enfermera graduada permanente y un doctor.

### **2.1.6 Educación**

Monterrico cuenta con dos escuelas, siendo estas: *Escuela Oficial de Primaria y Párvulos de Monterrico* e *Instituto de Educación Básica por Cooperativa de Monterrico*. En la actualidad, no cuenta con un establecimiento de educación diversificada o superior.

### **2.1.7 Seguridad**

Para resguardar la seguridad y el orden de la aldea Monterrico, existe una estación de la Policía Nacional; y la estación de División de Seguridad Turística -DISETUR- quienes velan por la protección al turismo.

### **2.1.8 Autoridades de la Aldea Monterrico y representantes de entidades públicas:**

#### **2.1.8.1 Cocode**

La aldea cuenta con un Consejo Comunitario de Desarrollo -COCODE-, presidido por el señor Juan José Grajeda. Dicha agrupación está conformada por habitantes del lugar y es quien vela por la mejoras de la comunidad por medio de las relaciones conjuntas con el Alcalde Municipal de Taxisco.

### 2.1.8.2 Alcaldía Municipal

Aldea Monterrico pertenece al Municipio de Taxisco, por pertenecer a esta jurisdicción, se administra bajo la gestión del Alcalde Otto Peralta, en el presente período 2012-2016.

### 2.2 Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM- del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-:

La Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC- ha sido fundamental en el desarrollo e institucionalización de las áreas protegidas; las cuales actualmente conforman el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas -SIGAP- quien es el ente que las administra y regula.

Basándose en varios autores, se entiende que un área protegida es cualquier: zona delimitada geográficamente que el país, o el Estado ha decidido cuidar de manera especial para conservar o recuperar las riquezas naturales y culturales que allí se encuentran.

De acuerdo a (Recinos Bermudez, 2004) en Guatemala las áreas protegidas son declaradas por el Congreso de la República; por lo cual todos los ciudadanos y todas las autoridades están obligados a protegerlas. También indica que cada área protegida tiene un nombre especial o categoría de manejo que puede indicar mucho sobre lo que se quiere proteger.

Los antecedentes históricos del sistema de biotopos en Guatemala se remontan a 1973, año de fundación de la Escuela de Biología, creada por el Consejo Superior Universitario a propuesta del visionario Lic. Mario Dary Rivera, quien fue su primer director de la USAC. Gracias al entusiasmo del Lic. Rivera, quien generó la idea de *Biotopo Protegido*<sup>2</sup>.

#### 2.2.1 Historia

El área del Sector Playa o Reserva Natural<sup>3</sup> de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM-, se constituyó como zona de reserva para la protección especial de la fauna, flora y del

---

<sup>2</sup> Según el diccionario Larousse Ilustrado (1999) *Biotopo* es el área geográfica correspondiente a una agrupación de seres vivos sometidos a condiciones relativamente constantes o cíclicas. 1791p.

Biotopo, es una categoría que no existe en el listado de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza -UICN- de Áreas Protegidas.

<sup>3</sup> El sitio web <http://www.concienciaeco.com/2012/04/27/que-es-una-reserva-natural/>, señala que una reserva natural es un área protegida de importancia para la vida silvestre, flora o fauna, o con rasgos geológicos de especial interés que es protegida y manejada por el hombre, con fines de conservación y preservar especies, además de proveer oportunidades de investigación y de educación.

ecosistema natural con el Acuerdo Gubernativo del 16 de Diciembre de 1977; publicado en el Diario Oficial el 3 de enero de 1978. Establecida legalmente en Febrero de 1989, Artículo 89 del Decreto 4-89, Ley de Áreas Protegidas [Congreso de la República de Guatemala, 1989].

### **2.2.2 Características**

La Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico (RNUMM) se caracteriza principalmente por ser un humedal, considerado de gran importancia por sus funciones: hidrológica, biológica y ecológica en el funcionamiento natural de las cuencas hidrográficas de la zona y de los sistemas costeros (Velásquez, 2012). Posee dos asociaciones naturales definidas, las cuales son: el ecosistema estuarino y el ecosistema costero-marino; constituyéndose de valor especial como hábitat de plantas y animales en períodos críticos de sus ciclos biológicos (Sigüenza y Ruiz, 1999).

En el centro de visitantes y oficinas administrativas de la reserva, el cual está ubicado en la Aldea de Monterrico, se puede tener información de los proyectos de: conservación, reproducción, educación y repoblamiento de diferentes especies en peligro de extinción; como la tortuga marina, iguana verde y caimanes, así como de la flora y fauna de toda el área.

### **2.2.3 Funciones:**

La reserva natural, señala (Sigüenza, Raquel y Ruiz, Jorge, 1999) busca preservar todo tipo de vida de la naturaleza, por lo que constituye un importante hábitat de especies animales y vegetales, que en algunos casos se encuentran en vías de extinción; por ejemplo: la iguana verde, el caimán, tortugas terrestres y tortugas marinas. Para lo cual la reserva cuenta, en su centro administrativo y de recepción de visitantes, con proyectos de reproducción biológica en cautiverio de éstas especies animales; con fines de: educación ambiental, reintroducción a zonas depredadas, rescate y repoblación.

### **2.2.4 Ubicación**

La RNUMM está ubicada: al sureste de la República de Guatemala; sobre la franja costera del Pacífico; entre los municipios de Taxisco y de Chiquimulilla, del departamento de Santa Rosa; y está delimitada por las coordenadas cartográficas entre los meridianos: 90°26'21" y 90°30'14" longitud este y paralelos 13°58'28" y

14°0'38" latitud Norte. Ocupa un área total de 2,800 Hectáreas [28 Kilómetros cuadrados] (Pardo Villegas, Burgos Barrios, & Cruz de León, 2011).

De acuerdo al estudio de (Nij Patzan, et al, 2003) señalan que bajo el sistema del Dr. L.R. Holdridge la reserva se encuentra localizada en la zona de vida: Bosque seco Subtropical (bs-S); identificado principalmente por la flora representativa (madre cacao, guachimol y arbustos espinosos). Esta zona de vida abarca una faja angosta de unos 3 a 5 kilómetros en el Litoral del Pacífico, que va desde la frontera con México hasta las cercanías de Las Lisas, en el Canal de Chiquimulilla. La RNUMM está situada entre los 0 a 8 msnm. Su relieve topográfico puede considerarse como regular, ya que su pendiente no sobrepasa del 5%, a excepción del área de mareas (playa).

Las instalaciones del CECON de la reserva se localizan en: la Aldea Monterrico; calle de los hoteles hacia el Este; parte del municipio de Taxisco, departamento de Santa Rosa; entre el río Oliveros, el canal de Chiquimulilla y la Laguneta La Palmilla. Esta situado a 17 km del municipio de Taxisco, departamento de Santa Rosa y a una distancia aproximada 125 kilómetros de la ciudad capital.

### **2.2.5 Extensión territorial**

La Reserva se localiza cartográficamente casi en el centro del rango latitudinal de mayor desarrollo de zonas de bosque de manglares; constituye ésta parte importante de la flora característica y representativa del área. Dichos bosques cubren una extensión de 1,045 ha que hacen un 37.34 % del área total, la cual mide aproximadamente 28km<sup>2</sup> o su equivalente en hectáreas de 2,800.

Aproximadamente el 65 % del área total de la RNUMM está constituido por cuerpos de agua, los cuales forman parte de un sistema estuarino denominado Canal de Chiquimulilla; con sus canales anexos y lagunas naturales, además dentro de sus límites se encuentra la única parte protegida de plataforma continental en el país.

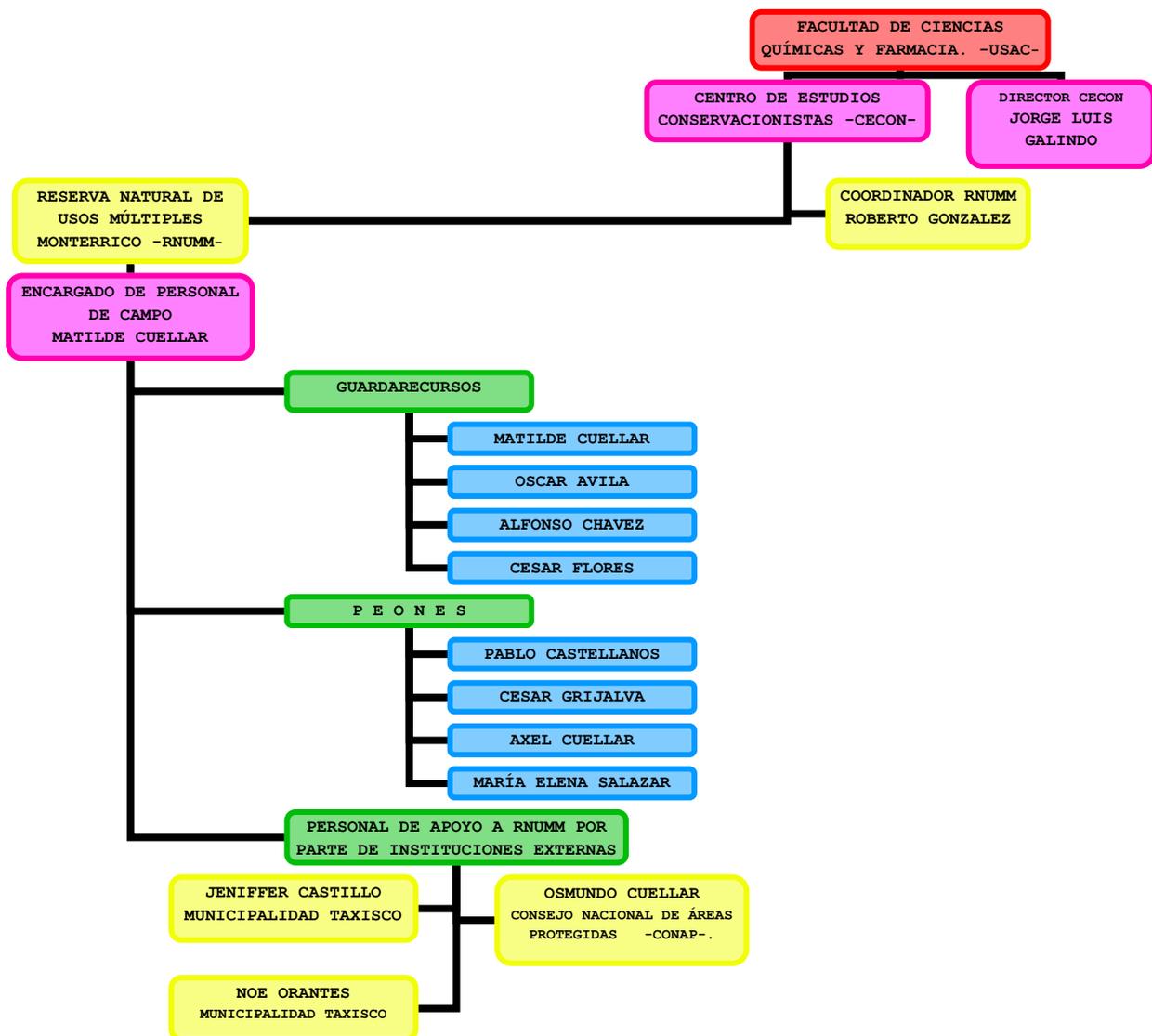
### **2.2.6 Comunidades y población**

En la reserva se ubican cinco aldeas llamadas: El Pumpo, La Avellana, La Curvina, Agua Dulce y Monterrico; quienes de su totalidad, se estima que poseen una población de 5,000 habitantes, que se benefician de manera directa o indirectamente de los recursos naturales que en ella se protegen (Mencos, 2008 p.20).

## 2.2.7 Estructura y administración

Se encuentra administrada por el Centro de Estudios Conservacionistas –CECON- de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, de la Universidad de San Carlos de Guatemala desde el año de 1979. Adicionalmente puede mencionarse que se caracteriza principalmente por ser un humedal considerado de gran importancia, ya que desempeña un papel hidrológico, biológico y ecológico; de carácter significativo en el funcionamiento natural de las cuencas hidrográficas de la zona y de los ecosistemas costeros.

Es de esta parte donde se hace evidente la importancia del personal que forma parte la institución. El organigrama administrativo y de campo del CECON, se encuentra estructurado de esta manera:



Fuente: Elaboración propia.

### **2.2.8 Misión:**

El Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, adscrito a la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, es responsable de desarrollar programas permanentes de investigación con excelencia, que generen conocimiento para comprender los patrones y procesos naturales que mantienen la biodiversidad.

Por medio de la aplicación y divulgación pertinente, difunde los conocimientos científicos que fundamentan y contribuyen al manejo del Sistema Universitario de Áreas Protegidas y del patrimonio natural del país.

Lidera la formulación y propuesta de políticas públicas, en coordinación con otras instancias, orientadas al tema de conocimiento y manejo de la biodiversidad.

Comprometido con los procesos de educación ambiental, realiza en forma creativa, programas de extensión y capacitación del recurso humano, fomentando la participación en la solución de los problemas ambientales.

Para el desarrollo de todas sus funciones, promueve la identidad institucional e incentiva a su personal a capacitarse constantemente, a realizar trabajo en equipo; con creatividad, enmarcado en la ética y el respeto.

En apoyo a la ejecución de sus planes, programas y proyectos específicos, gestiona y suscribe instrumentos de cooperación con instancias nacionales e internacionales (Sigüenza y Ruiz, 1999).

### **2.2.9 Visión**

Ser la institución líder, responsable de proponer modelos sustentables para el manejo de las áreas de interés biológico a nivel nacional, por medio del desarrollo de programas específicos de investigación de los patrones y procesos naturales que mantienen la diversidad biológica, que fundamentan, contribuyen al conocimiento del patrimonio natural del país y orientan la toma de decisiones sobre su manejo (Sigüenza y Ruiz, 1999).

### **2.2.10 Objetivos**

En el Plan Maestro, (Sigüenza y Ruiz, 1999), en algunos de sus objetivos remarcan, la creación programas de reproducción biológica en cautiverio de especies nativas en peligro de extinción, que sirvan a su vez de instrumentos didácticos para el desarrollo de programas de educación ambiental.

Elaborar, promover y aplicar programas de educación ambiental en la población residente y visitantes; desarrollar programas orientados a la conservación de la diversidad biológica representada en la Reserva; entre otros.

Algunos de los objetivos primarios de conservación de la RNUMM relacionadas a la actividad turística que actualmente se desarrolla en la reserva son, el promover y mantener actividades recreativas de bajo impacto en la playa y el estero, fomentar y desarrollar programas de interpretación de la naturaleza para los visitantes del área protegida y apoyar y permitir el desarrollo de turismo de bajo impacto.

### **2.2.11 Instalaciones**

De acuerdo a (Nij et al, 2003) la reserva natural tiene un atractivo muy grande para el turismo, tanto nacional como extranjero. El CECON cuenta dentro de sus instalaciones administrativas con proyectos de reproducción en cautiverio de: caimanes e iguanas verdes, así también con la estación de rescate de tortugas marinas. Además cuenta con un área de educación ambiental, y con un Museo de Historia Natural y una Biblioteca Ambiental. Así como uno de los tortugarios más importantes de Guatemala para la conservación de tortugas marinas.

### **2.2.12 Economía**

La reserva natural y su principal atractivo, el Tortugario, por no tener un apoyo económico destinado para su desarrollo, cuenta con un sistema de cobro que regula el control de los visitantes al recinto. Tiene un horario de atención de: 07:00 a 17:00 horas; con una tarifa de Q.10.00 para el turista nacional y en caso de ser extranjero la tarifa que aplica es de Q.40.00 por persona.

Al nivel de sociedad, en la población que reside en Monterrico, de acuerdo a (Toledo, 2006), la economía de los habitantes de la reserva se basa en la producción de: sal artesanal, agricultura, la pesca y el turismo. Dentro de las actividades extractivas en el canal de Chiquimulilla se encuentran la de los arboles de mangle y los mariscos. Además de ello, el canal sirve de albergue a gran variedad de aves residentes y migratorias.

La reserva por su naturaleza y su playa de arena volcánica en el litoral del Océano Pacífico, se ha convertido en una zona visitada al año por sesenta mil turistas nacionales, y diez mil extranjeros aproximadamente.

### 2.2.13 Geografía física

Comprende una zona estuarina con manglares, tulares y playas. Incluye también varios ríos y parte del canal de Chiquimulilla. El relieve es plano, con lagunas costeras que cambian diaria y anualmente su salinidad relativa. Recibe influencia de las subcuencas de los ríos María Linda y Paso Hondo.

La reserva cuenta con sistemas de canales estuarinos que constituyen el canal de Chiquimulilla, se les conoce con este nombre a: los lugares que poseen característica propia de aportar agua salada del mar y agua dulce de los ríos.

Esta reserva natural combina la belleza de las playas de la costa pacífica, una de las principales zonas de anidación de las tortugas marinas y manglares; donde se considera que habitan más de 110 especies de aves residentes del lugar y aves migratorias. Así como las comunidades de plantas acuáticas, ecosistemas de bosque seco y dunas costeras.

En el Plan Maestro (Sigüenza y Ruiz, 1999. p.4) mencionan que Cintrón y Schaeffer apuntan que: los manglares son una formación, tropical y como tal, su mejor desarrollo ocurre en la faja entre los trópicos de Cáncer y Capricornio (23° 30' latitudes Norte y Sur), ocasionalmente extendiéndose hacia latitudes superiores, alcanzando 30° Norte y 30° Sur.

### 2.3 Tortugario

En Guatemala los esfuerzos por la conservación, protección y repoblación de la especie de Tortugas Marinas, ha estado concentrado exclusivamente en los Tortugarios. Según el *Manual para la conservación de las tortugas marinas en Guatemala, con énfasis en el manejo de Tortugarios* (Coum Muccio; Luisa Ortiz; Jose Martínez, 2010), se considera que hasta el año 2010 existían en el país 23 Tortugarios<sup>4</sup>. Con lo que es muy probable que Guatemala sea el país que tiene más Tortugarios por kilómetros de litoral<sup>5</sup>; los cuales han sido manejados en su mayoría por personas locales.

En la historia de la naturaleza han existido 250 especies de Tortuga, de las cuales solo quedan 8 en el mundo y 3 de ellas llegan hasta las playas de esta reserva para

---

<sup>4</sup>Tortugario es el área física o instalaciones destinadas a incubar huevos de tortuga marina, obtenidos a través de la entrega de la cuota de conservación, decomisos, donaciones, compra u otras situaciones eventuales y que tienen como finalidad liberar neonatos nacidos en el mar.

<sup>5</sup> De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española en su sitio web <http://ema.rae.es/drae/?val=litoral>, se define, de la siguiente manera, el termino Litoral: *Se le conoce a la costa de un mar, país o territorio. Perteneciente o relativo a la orilla o costa de mar.*

desovar. Ha sido a través de las actividades del Tortugario de Monterrico, que se reconoció de la importancia de una de las muchas especies que la madre naturaleza alberga en la región; incentivando así, la creación de la hoy ya conocida: Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM-.

Dentro de las funciones que realiza el Tortugario de la RNUMM podemos encontrar como básica y primordial: preservar la especie y educar a los visitantes que asisten al centro, con la iniciativa de conocer más acerca de las especies que anidan en las costas de la reserva.

### **2.3.1 Historia**

Según (Coum et al, 2010) la historia de la conservación de tortugas marinas en Guatemala se basa en el uso de Tortugarios (viveros o corrales), en donde donaciones voluntarias de huevos son incubados y luego los neonatos son liberados en las playas de la reserva en dirección al mar.

De acuerdo con (Coum et al, 2010: p.9) fue "en 1971, cuando el Instituto Nacional Forestal -INAFOR- (que en la actualidad es el Instituto Nacional de Bosques -INAB-) estableció el primer Tortugario en la aldea Hawaii; Aquella es una comunidad pesquera ubicada a 8 km al este de Monterrico, ello fue lo que marcó el inicio del establecimiento de nuevos Tortugarios a lo largo del litoral de la costa pacífica, por el INAFOR y otras entidades. A través de los años el número de Tortugarios en Guatemala ha variado de 13 a 23, dependiendo de los recursos y patrocinadores disponibles. Siendo actores en este proceso distintas ONG, instituciones educativas e instituciones gubernamentales".

De acuerdo con (Flores, 2014) el Tortugario de Monterrico, fue creado en el año 1979, con voluntarios: del Cuerpo de Paz, estudiantes de acuicultura del Centro de Estudios del Mar y Acuicultura -CEMA-, y posteriormente un grupo de Scout local. No fue sino hasta 1984 cuando el Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- y CEMA, ambos pertenecientes a la Universidad de San Carlos de Guatemala, tomaron la iniciativa de manejar y dirigir el proyecto del Tortugario en Monterrico.

Aunque en la actualidad es únicamente el CECON quien administra el recinto, es necesario resaltar el fundamental papel que jugó el CEMA desde sus inicios.

### **2.3.2 Administración**

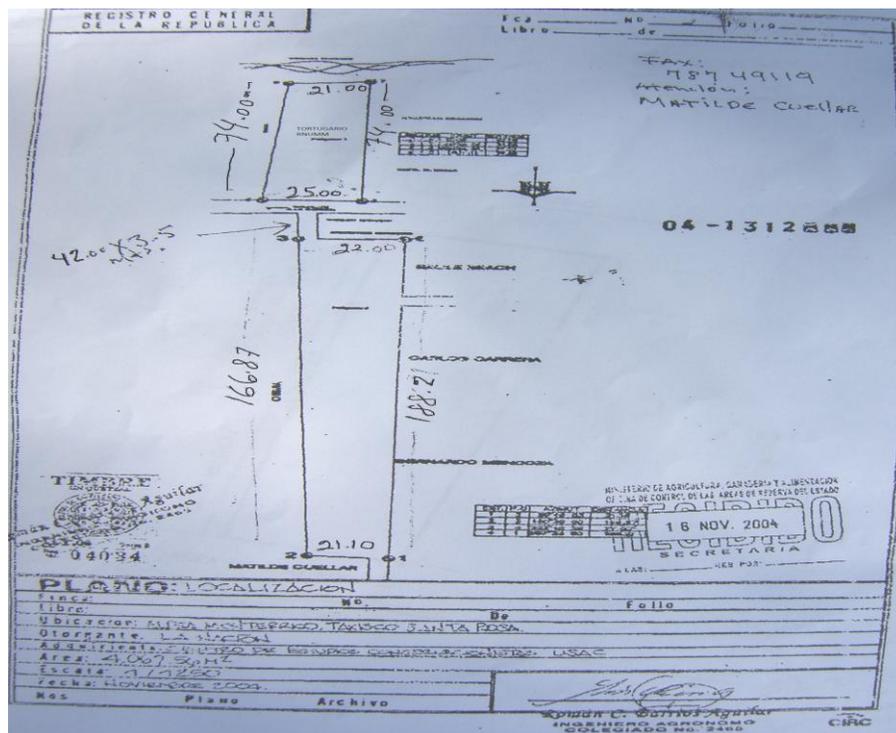
En la actualidad el Tortugario está administrado y es manejado por el Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, dependencia de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-. La

reserva de Monterrico como tal, forma parte del Sistema Universitario de Áreas Protegidas -SUAP-.

### 2.3.3 Instalaciones:

En la actualidad el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples de Monterrico, cuenta con un recinto o espacio físico exclusivo para el proyecto de conservación de tortugas marinas. Este recinto tiene espacio físico para un promedio de 240 nidos, los cuales tienen capacidad para una cantidad variable de entre 25 y 40 huevos por cada uno. Con base a ello se calcula que en un escenario positivo, el lugar pueda albergar un aproximado de 720 huevos sembrados.

A continuación se presenta el plano de localización; el cual representa en su parte superior el espacio físico del Tortugario y sus respectivas medidas. En la imagen la parte inferior, nos muestra el área que ocupa el CECON de la RNUMM como lo ejemplifica el siguiente documento:



- Plano de Localización de los terrenos del CECON [parte de abajo 166cm y 188.21cm de largo, por 21.10cm 22cm y Tortugario de la Reserva Monterrico con un largo de 74mts de largo por 21mts de ancho frente al mar y 25mts de frente a la calle de los hoteles]. Fuente: Administración CECON Monterrico 2014.

Dentro de las instalaciones del Tortugario se encuentran además: un *sendero de la tortuga*, con el cual se puede adentrar y conocer acerca del proyecto, servicios sanitarios para ambos sexos, bodega, dos áreas para nidos y el mirador del recinto.

### **2.3.4 Personal**

De acuerdo al organigrama administrativo del CECON en la actualidad, el Tortugario se encuentra a cargo del experimentado guarda recursos Cesar Augusto Flores, quien cuenta con más de 25 años de experiencia en el tema, tiene a su cargo el cuidado, control y administración del recinto; además se tiene nombrado un peón de apoyo para dicho recinto. Siendo este: Axel René Cuellar, quien apoya en las actividades diarias al guarda recursos de base ya antes mencionado. Los dos colaboradores ejercen función de encargados de todo el trabajo que lleva este proyecto de la tortuga marina.

### **2.3.5 Funciones**

El proyecto del Tortugario tiene como función principal: la conservación, reproducción y repoblamiento de la especie, así como la educación a la sociedad en general. En el Tortugario de la reserva de Monterrico se incuban los huevos donados y comprados en grupos más pequeños, que en el medio natural para elevar el porcentaje de eclosión. Al nacer las tortuguitas se colocan en el recinto de paso y previo a ser liberadas en el mar, los neonatos empiezan un periodo de *Impronta* (<http://www.rae.es/>, 2014). El cual debe realizarse al atardecer o en la noche, para que el astro rey, El Sol mediante sus efectos de calentar la tierra y la fuerte luminosidad, no afecte su transitar ni su visión, respectivamente.

Por ello se liberan en su mayoría: por la tarde cuando empieza en ocaso; en la noche; y en algunos casos en específico, por la mañana. Nunca después de las ocho de la mañana. Esto para evitar el riesgo de que se conviertan en presas de depredadores naturales y así tengan un riesgo menos, pero al mismo tiempo, una oportunidad de evolucionar mas.

Las tortugas son estimuladas por efectos de luna, viento, lluvias y mareas; depositan sus huevos en el área de la playa, en un agujero que realizan ellas mismas y el cual cubren de nuevo con la arena después de realizado el desove antes de regresar al mar. En un tiempo aproximado de 50 días después, mediante la acción denominada Eclosión, nacen las tortuguitas sin ayuda de ningún tipo, por lo que buscan mediante los nuevos movimientos que sus cuerpos experimentan al salir del nido, el llegar hacia el mar buscando el resplandor sobre el agua del mar.

La actividad del Tortugario se ve marcada por dos temporadas: de julio a diciembre de cada año inicia el proceso de *Compra de Huevos*; proceso que se inicio con el capital producto de una donación de la Cooperativa El Recuerdo de la república de Amberes de Bélgica; el cual fue en su inicio de 18 mil quetzales para arrancar el proyecto. Dado a que éste es un proyecto auto sostenible, se creó el proyecto de *Liberación de Tortugas*.

Entre los meses de Septiembre a Febrero se da el proceso de eclosión, en dicho proceso se realiza la liberación de tortugas que por medio de un formato de "apadrinamiento" [con un aporte económico de Q.10.00 para nacionales y Q.40.00 para extranjeros]; todos los días de la temporada, de los meses antes mencionados, los visitantes pueden experimentar la liberación a su hábitat natural de dicha especie. Con ello se busca, crear más conciencia a la sociedad para la protección de esta especie.

### **2.3.6 Especies de tortuga**

En el Tortugario de la reserva convergen todos los huevos recolectados dentro de las playas de la reserva natural. En Guatemala, según el documento del *Informe Final del Reporte de Tortugas Marinas, Temporada Julio 2013 a Marzo 2014* (Administración y Guarda Recursos de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico, 2014), las especies que visitaron las playas del área para realizar el proceso de incubación en la actualidad son tres: tortuga parlama o *Lepidochelys Olivácea*; la parlama negra o *Chelona Mydas*; y la baule o *Dermochelys coriácea*.

En el caso de la Parlama Negra quien tenía aproximadamente cinco años de no aparecer en la región, esta temporada se reportaron seis anidaciones nuevas, lo que presenta un escenario aceptable, ya que garantiza la no extinción de la especie; como el caso de la tortuga baule o *Dermochelys Coriácea*, la cual no se reportaba en el área Monterrico desde hace varios años. , No obstante en la última temporada, según (Flores, 2014) se reportaron anidaciones encontradas por pobladores de la Curvina y El Pumpo; sus huevos fueron anidados en los Tortugarios de Hawái y El Banco, respectivamente.

#### **2.3.6.1 Parlama blanca o Lepidochelys Olivácea**

Llamada comúnmente Parlama, es la más numerosa de las tortugas marinas en todo el territorio de Guatemala. Llega a nuestras playas a desovar. Es de tamaño pequeño y su caparazón mide aproximadamente 55 cm de largo.

De color verde aceituno, el macho se diferencia de la hembra porque tiene la cola y las unas más grandes. Su principal alimento son: *cangrejos*, *medusas*, *pequeños camarones*, entre otros. Hace su aparición en las playas entre los meses de junio a diciembre. Sus huevos miden aproximadamente entre 3.2 a 4.8 centímetros de diámetro.

### **2.3.6.2 Parlama negra o verde (*Chelona Mydas*)**

De acuerdo con (Muccio Colum, Ortiz Luisa, Martinez Jose, 2010), esta tortuga posee una uña en cada aleta interior. Cuatro escudos laterales distinguen su caparazón, y llega a medir de largo hasta un máximo de 120 centímetros. El tamaño promedio de un adulto puede ser de unos 100 cm y un peso de desde los 100 hasta los 225 kilogramos; su caparazón tiene un color verdusco y negro, con escamas que no son traslapadas y el plastrón amarillento.

### **2.3.6.3 Baule (*Dermochelys Coriácea*)**

De acuerdo con (Grupo Gestor Monte Rico y Fundacion Eterna Primavera, 2010) esta especie es considerada vulnerable. Su caparazón agudo en la parte posterior, superficie lisa y flexible, como cuero o cartílago. Es de color gris oscuro o negro, con manchas blancas o pálidas. De mandíbula con hendiduras profundas. Puede llegar a pesar 1,500 libras, y el caparazón puede a medir hasta 180 centímetros.

Sus huevos son más grandes y desova en menor cantidad. El período de eclosión [tiempo de incubación] es de 60 a 70 días. Visita las costas desde octubre hasta diciembre de cada año. Se alimentan de: moluscos, algas y medusas.

## **2.3.7 Anidación**

La anidación<sup>6</sup> de las tortugas ocurre generalmente alrededor del cuarto menguante, de dos a tres días antes o después del efecto de luna en los meses correspondientes.

Es en la oscuridad de la noche cuando las tortugas hembras se acercan a las playas para desovar. Un poco antes se han apareado con una tortuga macho en el mar. La hembra se arrastra fuera del agua, aprovechando las mareas bajas y ya en la arena fuera del agua, hace su nido [un hoyo] con sus aletas. Acto seguido deja caer los

---

<sup>6</sup> Según (Coom Muccio; Luisa Ortiz; Jose Martínez, 2010, pag.53), *Anidación* es la acción de anidar. En este caso se refiere al proceso que inicia la Tortuga, para desovar sus huevos en un hoyo que hace en la playa y luego regresar al mar.

huevos y cuando termina cubre el nido con arena, e inicia su retorno lentamente al mar, dejando una huella detrás de ella.

### 2.3.8 Como nacen las Tortugas

El sol juega un papel determinante y fundamental para las tortugas marinas. Sus rayos calientan los huevos que están cubiertos de arena, esto contribuye a la formación de las pequeñas tortugas que requieren salir a cumplir con la función que les ha sido asignada por la ciencia.

Los nidos se ubican dentro del área de incubación en líneas rectas, a 50 centímetros de distancia entre cada uno, a ambos lados para su mejor manejo y a una profundidad que depende de la cantidad de huevos que se van a incubar, teniendo cuidado de dejar 20 centímetros de la superficie hasta donde se encuentran los últimos huevos colocados antes de cubrirlos suavemente con la arena.



*TORTUGARIO MONTERRICO - FOTOGRAFÍA: JUAN CARLOS PERALTA.2014*

La preparación del terreno se inicia al finalizar la temporada, consistiendo en una minuciosa limpieza del mismo, quitando el techo y recogiendo los restos de las cáscaras de los huevos que quedan y removiendo la arena para exponerla al sol y antes de empezar la temporada se coloca de nuevo el techo y se realiza una limpieza general.



GUARDARECURSOS CESAR AUGUSTO FLORES/LIMPIEZA DEL TERRENO - FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS PERALTA.2014

Los nidos se identifican con un tubo de PVC numerados correlativamente. Los datos correspondientes a: la cantidad de huevos por nido; la fecha de incubación; la fecha probable de eclosión; el número de tortuguitas nacidas vivas, muertas y huevos no viables; y otros son anotados en las Hojas de Siembra y Eclosión a cargo del Guardarrecursos. Quien es responsable directo de los mismos para llevar el control de los resultados hasta el final de la temporada.



ÁREA DE INCUBACIÓN / TORTUGARIO Monterrico - FOTOGRAFÍA JUAN CARLOS PERALTA

Para obtener la temperatura se colocan algunos termómetros eventualmente durante la temporada, dentro de algunos nidos laterales y centrales, de manera estratégica en el

área de incubación; para monitorear la temperatura regulada por la sombra parcial y la profundidad del nido. Para la sombra del Tortugario, el material utilizado es el Sarán, que brinda un 50% de luz solar y refleja su efectividad que brinda mejores resultados.



TERMOMETRO ÁREA DE INCUBACIÓN DEL TROTUGARIO - FOTOGRAFÍA: JUAN CARLOS PERALTA.2014.

El período de incubación de los huevos de tortuga marina en las condiciones anteriores es de 48-50 días para la tortuga *Lepidochelys Olivácea*, Parlama; y de 72-75 días para la tortuga *Dermochelys Coriácea*, Baule, con una temperatura de 29 a 30 Grados Centígrados, según (Administración y Guarda Recursos de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico., 2014).

Para salir del huevo, hacen uso de su recién formado pico, con el que rompen la cascara. Las tortugas recién nacidas remueven la arena que esta sobre ellas, esta cae en las cascara vacías, formando una especie de plataforma, la cual les permite elevarse para salir durante la noche o temprano en la madrugada. El periodo de incubación para la Parlama es de 42 a 50 días y para la Baule oscila entre 60 a 70 días (Flores, 2014).



NIDO DE TORTUGARIO MONTEERRICO - FOTOGRAFÍA: JUAN CARLOS PERALTA.2014

### **2.3.9 Datos Importantes**

- Las tortugas son reptiles de gran tamaño que respiran aire. No son peces.
- La coraza se compone de una sección superior [Caparazón] y una inferior llamada Plastrón. Placas corneas [Escutelo] cubren la coraza [excepto en la tortuga Baule].
- En el Océano Pacífico las tortugas marinas se encuentran desde Japón hasta Hawái y a lo largo de la costa norte y central de América. La tortuga Baule o "Siete Filos" se distribuye más al norte de Columbia Británica.
- Las tortugas marinas se alimentan en aguas someras [excepto la tortuga Baule que se alimenta en mar abierto].
- Las tortugas marinas adultas migran de sus zonas de alimentación a sus zonas de reproducción. Muchas de ellas ponen sus huevos en zonas tropicales [excepto la tortuga amarilla que anida en zonas templadas].
- Solo las hembras maduras regresan a la orilla a poner sus huevos. Los machos rara vez regresan a tierra después de haber nacido.

## **2.4 Diagnóstico**

Según (Prieto Castillo, 1985) un diagnóstico es el conocimiento de un problema y sus posibles soluciones. En el campo de la ciencia de la comunicación implica detectar las

necesidades sociales de comunicación presentes en determinadas condiciones o situaciones, es decir, la diferencia entre la información necesaria y la disponible para la comprensión y orientación de la práctica social de individuos, grupos, estratos, clases, naciones.

Es el diagnóstico fundamental para cualquier: institución, organización o empresa, sin importar sus actividades. Es por ello que la presente investigación busca identificar los elementos de la comunicación externa del Tortugario, verificar la manera en que se ejecutan sea la efectiva, para tener conclusiones que ayuden a enriquecer este proyecto.

Un diagnóstico comunicacional se puede definir como: el conjunto de actividades efectuadas por la organización u otra entidad, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con los actores principales con que se relacionan y sus miembros; a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

## **2.5 Comunicación externa**

Previo a profundizar en el tema de fondo en esta investigación, es fundamental tener claro el concepto de comunicación en general; puesto que la comunicación externa se fundamenta precisamente en los pilares de dicha ciencia.

La comunicación es la facultad que tiene el ser humano de transmitir cualquier tipo de emociones, informaciones, experiencias, sentimientos, etc. Para que sea efectivo el proceso de comunicar, se requiere de: un emisor, un mensaje [en determinado código] y finalmente un receptor. De tal manera que en este proceso de interacción y permuta de información, se dé inicio con una conversación espontánea entre personas, hasta que pueda convertirse en una comunicación colectiva de un grupo indefinido de participantes.

Al respecto (Davara 1990: p.23) expone que la comunicación: "es la actividad de producir y transmitir simultáneamente información por los diversos medios de comunicación a un público heterogéneo y disperso". Por su parte (Fiske, 1982) la define como una interacción social por medio de diferentes tipos de mensajes.

Para (Pascuali, 1978) la comunicación surge en el preciso instante en que la estructura social comienza a configurarse, de acuerdo a su esencial participación en dicha ordenación, donde si no existe comunicación no puede formarse ninguna estructura social. En otras palabras, es fundamental.

En la misma línea (Interiano 2003: p.9) expone que: "la comunicación es el oxígeno de la sociedad; es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida. Por ello puede semejarse al plasma en donde se desarrollan todas las relaciones sociales de producción de bienes materiales y espirituales".

Al respecto de la comunicación, se puede agregar que la comunicación no es un acto simple, ya que es un proceso complejo que posee una serie de pasos estructurados que no deben de ser alterados. En efecto, una comunicación simple supone lo siguiente: selección del código a utilizar por parte del emisor; elaboración y estructuración del mensaje; transmitirlo al receptor, siendo éste último el que indicara si el proceso es o no efectivo al decodificar el mensaje.

En otras palabras, (Fernández, 1991) comentó que para que el proceso de la comunicación se dé exitosamente, es necesario utilizar un sistema compartido de símbolos referentes; lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicacional. De tal manera que quienes deseen comunicarse eficazmente deben de tener conocimiento de significados compartidos y un grado mínimo de experiencia común.

### **2.5.1 Concepto de comunicación externa:**

La imagen de cualquier institución frente a sus públicos externos; es decir, la representación mental cognitiva-afectiva que estos públicos posean de la institución, es sin duda, producto de la calidad de la relación que se establece entre ambos.

Dicha conexión se produce fundamentalmente a través de la comunicación externa. Puede decirse que ésta influye en la calidad de la relación y por ende, interviene en la percepción de la imagen de la institución que se formaran estos públicos externos.

A su vez (Matute Luis, 1999) analizó que la imagen de la institución en estos públicos, crea expectativas al respecto de las relaciones u oportunidades de compartir a futuro mediante contactos posteriores entre ambos. Es decir, si un público se identifica con la institución percibiéndola como una entidad servicial y eficaz, este mismo grupo exigirá se comporte como tal: servicial y eficazmente.

La comunicación externa se caracteriza por ser el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución; es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los diferentes agentes y herramientas como: periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc.

Por su parte (Gómez 2007: p.223) asegura que: "la comunicación Externa esta dirigida principalmente a la comunicación con los medios de comunicación, accionistas, clientes, proveedores, instituciones oficiales, etc". En otras palabras, es la imagen que la empresa transmite a sus diferentes publicos, los cuales forman parte del entorno de la organización.

Al respecto (Bartoli, 1992) analizó que la comunicación externa es un proceso que consiste en transmitir información o contenidos informativos desde la institución u organización, hacia los diferentes grupos que conforman la opinión publica por medio de los medios de comunicación social. Sin importar la tipología que adopte, debe incorporar el estilo de firma, que es lo que la distingue de sus semejantes.

Según (Vásquez, 2010) las comunicaciones institucionales externas promueven la participacion, la integracion y la convivencia en el marco de la cultura organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales.

Dado que la presente investigación se fundamenta en una propuesta de comunicación externa, se define como públicos externos a: todos aquellos individuos o grupos sociales que forman parte del medio ambiente externo de la institución u organización y que lo afectan y son afectados por él, en mayor o menor grado, en función de logros de los objetivos de ambos. Tomando en cuenta que los grupos objetivos ya no son públicos pasivos, en la actualidad se revelan como interactivos como resultado de los avances de la tecnología.

De acuerdo con (Urbina Francis, 2005) los públicos específicos son las personas y sistemas sociales externos vinculados en un alto grado y directamente a la institución en virtud del logro de los objetivos específicos de ambos y que forman parte del medio ambiente inmediato de la institución.

Dicho esto se reafirma que las comunicaciones externas son necesarias para promover la identificación, participación e integración de los diferentes públicos con quienes se comunica la institución o busca comunicarse de manera eficaz y óptima.

Respecto a los públicos (Urbina, 2005: p.27) asegura que: "los públicos externos específicos se encuentran a nivel de supra sistema o medio ambiente inmediato de la institución. Se pueden definir como públicos específicos a: todas aquellas personas y sistemas sociales que de algún modo, están relacionados en un alto grado con la institución en virtud de un motivo de relación que los lleva a lograr los objetivos tanto del publico externo específico, como el de la institución en sí".

La manera en que se comunican la institución y sus públicos externos específicos debe ser directa. Ya que ambas partes están conscientes de que se relacionan por un motivo mutuo y que por ende, los lleva a vincularse.

Los motivos de contacto permiten que los integrantes de los públicos externos específicos se clasifiquen así:

- Clientes o visitantes: todas aquellas personas que consumen un determinado producto o usuarios del servicio que ofrece la institución.
- Administradores: quienes gestionan y suministran los insumos necesarios para el desarrollo de una actividad determinada.
- Localidad: la comunidad ubicada geográficamente en el territorio cercano a la institución.
- Instituciones públicas: con quienes se relaciona a través del desarrollo de sus funciones.
- Medios de comunicación: quienes trasladan información y a su vez relacionan a la institución con sus públicos externos.

### **2.5.2 Objetivos de la comunicación externa:**

En referencia a la comunicación externa (Fernández López, 2007: p.215) realizo la analogía siguiente, "Así como un velero no puede navegar sin saber a donde va y sin una brújula, una organización no puede navegar sin saber quién es y qué es lo que aporta al resto de la sociedad".

Por lo tanto (Fernández López, 2007) expone que la comunicación externa eficaz debe ser global [es decir, que tenga en cuenta todos los posibles aspectos], íntegra [de mensajes coherentes unos con otros y que sigan una política comunicativa previamente definida], constante [si queremos que la comunicación sea eficaz se debe mantener permanentemente informado al público propio], planificada [conocer de antemano las acciones que tenemos previsto llevar a cabo], y honestas [es solo cuestión de tiempo que los mensajes no veraces acaben por descubrirse].

Existen varios objetivos que plantea este tipo de comunicación, siendo estos algunos de los más importantes:

- Comunicar e informar al grupo objetivo de la institución acerca de: los intereses, actividades o mensajes con un fin específico, comunicar.

- Relación de la institución con su entorno, mediante el aprovechamiento de todos los medios de comunicación posibles para difundir mensajes a los diferentes grupos.
- Emplear todas las herramientas de comunicación para relacionarse con su entorno y para establecer y fortalecer las relaciones institucionales.
- Indica (Vásquez, 2010) que: la gestión de la imagen, la relación de la organización con su entorno y la gestión del dialogo de la corporación con sus diferentes públicos, son objetivos de la comunicación exterior.

De tal manera, se reafirma que la comunicación externa tiene como objetivo que los clientes o públicos y el entorno comprendan lo que la compañía ofrece: generar credibilidad, estar por delante de las expectativas de los clientes al integrar las sugerencias e ideas que los mismos puedan aportar al servicio de la institución u organización. Dando como resultado que esos públicos se identifiquen con la causa y la vean como algo propio.

### **2.5.3 Herramientas:**

Existen diversas herramientas de las cuales se vale la Comunicación Externa. De acuerdo a (Vásquez, 2010) dentro las más comunes se encuentran:

- a) Conferencias de Prensa: es un evento con un propósito determinado. Se puede definir como: una comunicación directa en la cual intervienen más de dos personas. Son dirigidas por algún dirigente de la institución, donde se transfiere información de interés general.
- b) Revistas: es una forma de comunicación tradicional común, y con mayor aceptación dentro de la institución, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, con fines de contribuir al fomento de la investigación; en las revistas se plasma la realidad de la organización.
- c) Periódicos: encierra el área de conocimientos especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.
- d) Boletín: es una publicación destinada a tratar asuntos científicos, artísticos, históricos y literarios, entre otros; generalmente publicada por alguna corporación. Técnica con fines no lucrativos.
- e) Valla Publicitaria: cartel publicitario de gran tamaño, normalmente instalado al aire libre. (Douglas Torin, 1993: p.216)

- f) Comunicados de Prensa: es una herramienta muy eficaz para reducir los gastos de contratación de publicidad, se diseña con finalidad de captar la atención de los medios ser concreto. Debe redactarse correctamente y sin confundir la acción de dar a conocer las actividades de la institución.
- g) Relaciones Publicas: conjunto de actividades diversas de comunicación que implementan técnicas de negociación, marketing, publicidad, y administración; utilizadas para complementar y reforzar el desempeño de la institución en el marco de un entorno social particular, y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirigen (Palencia-Lefler, 2011).
- h) Entrevista: es la técnica de comunicación interpersonal, cara a cara, con orígenes periodísticos; consiste en la visita que se hace a una persona para interrogarla sobre ciertos aspectos, para después informar al público de sus respuestas.
- i) Correo Electrónico: también conocido como *Mailing*, consiste en enviar información publicitaria por correo postal o correo electrónico, en el que se muestran las ventajas del servicio o producto determinado.
- j) Red Social: es un medio de comunicación abierto y colectivo que se centra en encontrar personas para relacionarse en línea. Están formadas por individuos que comparten alguna relación, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros.

Estas últimas han cobrado mayor fuerza en los últimos años, esto es debido al efecto del desarrollo tecnológico que crece a pasos agigantados cada día. Las dos redes sociales de mayor uso alrededor del mundo son Twitter y Facebook (Asuntos del Sur, 2013: p.7).

#### **2.5.4 Público:**

Partiendo de la premisa de que la comunicación externa está enfocada a los diferentes grupos con los que la institución se relaciona, y con quienes pretende establecer lazos y relaciones de calidad; por medio de personas o agrupaciones que: compartan los mismos intereses, preocupaciones y necesidades en relación a dicha institución. El presente trabajo de investigación fue elaborado con base en los diferentes grupos externos, como lo es: la sociedad en general, las autoridades y grupos organizados del sector, trabajadores de la reserva y turistas visitantes; tanto nacionales como extranjeros.

De tal manera que puedan generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis determinada, diluyendo así: las fronteras sociales y geográficas y funcionando como conectores o divulgadores de información deseada a las demás personas sin importar la distancia.

## CAPÍTULO 3

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Método:

El método que se utilizó para realizar el trabajo de investigación: *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Externa para el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico, -RNUMM-*, fue el método del modelo de la teoría **Funcionalista**<sup>7</sup>, cuya hipótesis fue planteada en un inicio por el sociólogo francés Emile Durkheim; la cual, permitirá por medio de su ejecución: ver y entender cómo funciona el Tortugario.

Según (Vallverdú, 2008: p.55): "la analogía organicista de Durkheim, de la misma manera que las diferentes partes del cuerpo ayudan al funcionamiento integral de la persona, las diferentes instituciones y grupos sociales funcionan para lograr la integración y el funcionamiento en conjunto de una sociedad o grupo de estudio".

Con la analogía de Durkheim se constató la importancia de la armonía que debe prevalecer entre cada uno de los actores incluidos en el presente trabajo. Debido a que forman parte del entorno del Tortugario y por lo tanto, puedan aportar para el beneficio del área que los relaciona.

#### 3.2 Tipo de investigación:

##### 3.2.1 Investigación de campo:

El tipo de investigación que se utilizó en esta investigación es de Campo. Según (Mérida, 2011:p.18) la Investigación de Campo: "tiene como finalidad recoger y registrar en forma ordenada los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. Equivalen, por tanto, a instrumentos de observación controlada. Entre las principales técnicas utilizadas en la investigación de campo, se destacan: la entrevista, el cuestionario, la observación, el formulario, el test, y otros".

Se caracteriza por tener contacto con el fenómeno y estudiar el mismo directamente desde donde se origina. Permite también la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

---

<sup>7</sup> El Funcionalismo es una teoría que considera a la sociedad como un conjunto de partes (normalmente, instituciones) que funcionan para mantener el conjunto y en la que el mal funcionamiento de una parte obliga al reajuste de otras.

### 3.2.2 Investigación descriptiva:

Se considera como investigación descriptiva aquella en la cual se puede describir las características o rasgos de algún determinado objeto de estudio. Para muchos expertos, este tipo de investigación es fundamental para el inicio de otros tipos de pesquisas científicas. Se puede decir entonces, que es básica para: la elaboración de trabajos de diagnóstico, estudios de mercado, y estudios orientados a la descripción o identificación de rasgos o características del caso de estudio.

Según el análisis de Bernal (2006), todas las investigaciones científicas tienen de una u otra manera características de investigación descriptiva. La cual se soporta principalmente en técnicas de recolección de información como: la revisión documental, la entrevista, la observación y la encuesta entre otros.

Con base a lo anterior, la presente investigación será de carácter:

- a) **Cuantitativa**, porque se analizaron los datos estadísticos con base a las respuestas de las entrevistas y cuestionarios.
- b) **Cualitativa** porque se realizaran entrevistas con las diferentes grupos y autoridades locales con cuales se relaciona la institución.

### **3.3 Objetivos:**

#### **3.3.1 Objetivo general:**

Realizar un diagnóstico para conocer la situación de la comunicación externa que prevalece en el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico - RNUMM- del Centro de Estudios Conservacionistas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### **3.3.2 Objetivos Específicos:**

- Identificar las necesidades y los factores con base al diagnóstico, los cuales impiden una buena comunicación externa para el Tortugario.
- Presentar la propuesta de comunicación externa para que sea implementada en las futuras actividades del Tortugario.

### **3.4 Técnica:**

El procedimiento para este proyecto de tesis se realizó por medio de la recopilación bibliográfica de toda fuente de información, como: libros, revistas e internet; así como ejecutar entrevistas estructuradas para cada grupo de entorno al Tortugario, de acuerdo a su relación con el mismo. Así mismo, se realizó una encuesta a los trabajadores del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, de la RNUMM. (Ver Anexos 1, 2, 3, 4).

### **3.5 Instrumento:**

Los instrumentos que se emplearon para obtener y recabar información que complementa el informe final del proyecto, son los siguientes:

- Observación directa de todas las acciones de comunicación con los que el Tortugario ya ha trabajado.
- Fichas bibliográficas y de resumen
- Entrevistas con actores clave\* (autoridades, grupos locales organizados, personal de la RNUMM). (\* Ver Anexos 1, 2, 3, 4)

### **3.6 Población**

La población que fue sujeto de estudio para esta investigación, fueron 20 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- ✓ 3 Autoridades,
- ✓ 6 Representantes de los Grupos Locales Organizados, y
- ✓ 11 Colaboradores que son el personal de la RNUMM.

Los cuales corresponden al 100% del Universo. Los cuales se nombran a continuación de acuerdo a su orden jerárquico:

- Autoridades:
  - Director del CECON,
  - Coordinador de la RNUMM,
  - Alcalde de Taxisco, Santa Rosa.

- Grupos Locales Organizados de Monterrico:
  - Pescadores,
  - Hoteleros,
  - Guías Turísticos,
  - Lancheros y Lanchoneros,
  - Microbuseros,
  - COCODE.
  
- Trabajadores de la RNUMM
  - Los cuatro guarda recursos de la RNUMM,
  - Los cuatro peones de la RUNMM,
  - Los dos colaboradores de campo para la RNUMM por parte de la Municipalidad de Taxisco,
  - El colaborador de campo para la RNUMM por parte del CONAP.

### **3.7 Muestra**

En el presente trabajo no se utilizó ningún tipo de muestra, ya que fue trabajado con el total de la población que fue sujeto de estudio para la presente investigación. La muestra que se utilizó en la presente indagación se describe de la siguiente manera: un alcalde, dos autoridades, seis representantes de los grupos locales organizados (una persona por cada una de las agrupaciones) y los once colaboradores que son el personal de la RNUMM. Siendo un total de **20** personas, quienes corresponden al 100% del Universo.

### **3.8 Análisis estadístico**

Se presenta una forma descriptiva de los resultados obtenidos a través de un cuestionario estructurado.

## CAPÍTULO 4

### PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS:

#### 4.1 Entrevista a autoridades

Se realizaron entrevistas a las diferentes autoridades relacionadas con el Tortugario [el director del CECON, el coordinador de la RNUMM y el Alcalde de Monterrico], con el objetivo de conocer y determinar la disponibilidad de apoyo y colaboración que puedan brindar en caso una propuesta de estrategia de comunicación. Las entrevistas realizadas a dichos personeros se presentan a continuación:

##### 4.1.1 Entrevista realizada al Director del CECON:

El licenciado Jorge Luis Galindo actual director del CECON, institución que administra la RNUMM y el Tortugario, por ser parte de esta institución.

En la entrevista que se le fue realizada dejó en claro su criterio respecto a la importancia de la comunicación, no solo para el Tortugario, sino para la reserva en general. Ya que de acuerdo con sus objetivos de *generar y divulgar la información*, considera que no se ha trabajado de la manera ideal este tema.

Cuando le fue consultado: ¿Cuáles son las actividades que el CECON ha realizado con relación a la Comunicación Externa? Comentó que: se han hecho algunas actividades de comunicación externa, a socios estratégicos, pobladores y recolectores de huevos (gente de la comunidad), pero que han sido planificadas y ejecutadas por personal que no domina a la perfección dicho tema. Además, se realizó comunicación directa por parte de los coordinadores del área, y de parte de los guardarecursos a las personas visitantes o agrupaciones de diversa índole.

Aunque eventualmente han sido invitados a diversas entrevistas en diferentes canales locales, se habla del tema, pero no es parte de una planificación; asegura que ha sido respondiendo a esas solicitudes y aprovechar el espacio para abordar el tema.

Si bien las actividades de comunicación externa en el Tortugario no han tenido los resultados esperados, el director asegura que han funcionado. Efectivas tal vez no, dentro de lo poco que se ha hecho, ha funcionado; comentó. Asegura también que: es lo mínimo que se está haciendo, pero sí consideran que tienen que hacer un mayor esfuerzo. Para lo cual propone el director: afinar la metodología, para dar a conocer todo lo relacionado al Tortugario con fines educativos.

Dentro de los tipos de herramientas de comunicación externa que se han utilizado en el Tortugario de la RNUMM, según el director Galindo, se encuentran: material gráfico o ilustrado, afiches, posters, trifolarios, boletines trimestral (el cual es publicado en la página del CECON); además la institución cuenta con material audiovisual sobre la reserva en general y otro específico del Mangle; sin embargo ningún contenido específico del Tortugario y sus funciones.

Asimismo al responder a la pregunta: ¿Qué importancia tiene la comunicación externa para el Tortugario de la RNUMM? Aseguró que: para la institución la comunicación en estos tiempos es vital; incluso en muchas organizaciones similares a ella, han fortalecido el tema. Ya que si no lo tienen, se ha creado esta unidad o una persona encarga de esto, la cual es la que recopila y da a conocer todo lo relacionado con la institución.

Mencionó además que: *"es importante dar a conocer, comunicar. Para nosotros es importante tener el tema de la comunicación como algo formal, como algo ya propio de la institución, para darlo a conocer. Esto para cumplir con nuestros objetivos que son generar y divulgar la información"*. Evidenciando de esta manera la necesidad de darle el lugar dentro de la institución, a la comunicación como pilar fundamental en el logro de sus objetivos que son generar y divulgar información.

Al cuestionársele acerca de: ¿Si existe algún proyecto que incluya la comunicación externa para el Tortugario? Comentó que: aunque dentro los planes operativos del CECON, que son: trabajar en promover las áreas, no cuentan con un proyecto formal.

Asegura que la disponibilidad que tiene como autoridad para poder apoyar algún proyecto que pueda impulsar, mejorar y desarrollar la comunicación externa para el Tortugario, es la mejor.

Dentro del tipo de material que existe dentro de la institución y que registre todas las actividades del Tortugario, se cuenta con: material generado dentro del CECON, audiovisuales, y fotografías. También se cuenta con información generada por terceros, quienes han trabajado de manera directa y voluntariados en el área han proporcionado este material. Se tiene algo, pero no es lo suficiente dejó claro el director. Con lo que se evidencia en este sentido la oportunidad de mejora que presenta esta institución.

#### **4.1.2 Entrevista Coordinador de la RNUMM:**

El ingeniero Roberto Salvador González quien es el actual Coordinador de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico; indicó al cuestionarle sobre el tipo de comunicación con la que han trabajado en el Tortugario, que: *"hemos trabajado pautas radiales [patrocinadas por la municipalidad], así como trifolarios y afiches, los cuales*

*han sido efectivos en cierta forma, pero deberían de ser más adecuadas al tema (en referencia al Tortugario) y sobre todo, que sean constantes.* Marcando la necesidad de analizar y desarrollar de manera integral alguna propuesta de estrategia de comunicación para la RNUMM, lo que incluye al Tortugario.

Además, dejo claro que la situación actual del Tortugario refleja una gran oportunidad de mejora para la comunicación externa y las relaciones con sus diferentes públicos, quienes a su vez han dejado como segunda opción los medios de comunicación tradicionales, y experimentan los beneficios de la tecnología y su amplio abanico de opciones para comunicar de manera eficaz.

En relación a la comunicación externa en el Tortugario comentó que aunque no se le ha dado la importancia y lugar que merece en la organización, está consciente de lo vital de su práctica. Ya que aunque *"las áreas protegidas son las que mueven el CECON"*, no se cuentan con las posibilidades o presupuesto, para darle seguimiento a varias propuestas que ya han sido presentadas por diferentes estudiantes de diferentes campos, pero no han tenido ejecución. Con lo que se escapan las posibilidades de echar andar un proyecto que fortalezca esta área tan fundamental como lo es la comunicación para esta institución.

Concluyó el coordinador de la RNUMM asegurando que tiene toda la disposición de apoyar algún proyecto que se pueda implementar para cambiar la situación actual que mantiene el Tortugario, y la RNUMM como tal y su desarrollo; lo que generaría el mismo efecto en la comunidad.

#### **4.1.3 Entrevista al Alcalde Municipal de Taxisco, Santa Rosa:**

En la actualidad, es la administración del licenciado Otto Peralta la responsable de la coordinación y gestión de los recursos municipales y del Estado para Monterrico. Dado a que geográficamente pertenece al municipio de Taxisco, Santa Rosa.

Al cuestionarle sobre su percepción de las actividades que desarrolla el Tortugario, y si son estas importantes en su administración municipal y para el desarrollo del municipio; el señor alcalde afirmó que: *"el Tortugario y el CECON en general, es la institución más importante en el municipio y con la que coordinamos trabajos, para poder crear una cultura de conservación de las especies en peligro de extinción"*, aseguró.

Mencionó también que la comunicación externa en el Tortugario ha sido efectiva con la municipalidad, ya que califica la comunicación entre ambas como muy buena, pero no la necesaria. Esta consiente, al igual que el Director del CECON y el Coordinador de la RNUMM, de que hace falta desarrollar una estrategia de comunicación más amplia, más fuerte y profunda con las distintas instituciones. Marcando nuevamente lo

que evidencia la carente importancia que hasta el momento se le ha dado a la comunicación en el Tortugario.

Al ser consultado acerca de la disposición en que se encuentra su administración de poder apoyar al Tortugario de la RNUMM, en algún proyecto que permita mejorar la comunicación externa; comentó que: la municipalidad y el proyecto que representan, siempre han estado anuentes a apoyar cualquier iniciativa de proyectos tanto propiamente técnicos, como proyectos de comunicación social o de interrelación con las instituciones que tengan como fin común el desarrollo de la población.

Un proyecto comunicacional requiere, como todos, de recursos para su ejecución. En un escenario a futuro se consulto con el Lic. Peralta, acerca de las posibilidades o con que recursos podría apoyar para la creación de alguna propuesta de estrategia de comunicación para el Tortugario de la RNUMM; a lo que comentó que: *“se debe de pensar en recursos municipales propiamente, recursos que vienen del estado o del gobierno central más que todo y recursos que se puedan captar de la comunidad internacional. En ese sentido nosotros estamos dispuestos a hacer la gestión y el apoyo correspondiente para que haya un buen desarrollo y una institucionalización de dicha estrategia.”*

La autoridad edil concluyó que se debe promover las actividades del Tortugario y la RNUMM en general, tanto a nivel local regional como a nivel nacional. Dejando claro de esta manera lo necesario de crear y fortalecer divulgación de información de diversos canales y medios, para que su alcance e impacto, sea el deseado.

#### **4.2 Entrevista estructurada a los Grupos Organizados:**

Fue por medio de un acercamiento que se obtuvieron las impresiones de los diferentes grupos locales organizados; con lo que permiten conocer de manera actualizada el concepto que éstos tienen acerca del Tortugario y sus actividades dentro del área de la RNUMM.

Es necesario tomar en cuenta que dada la falta de atención por las autoridades competentes, la organización y comunicación que mantienen las diferentes agrupaciones está muy deteriorada, por lo que es escasa o casi nula. Por lo que actualmente carecen de un mecanismo o planificación para trabajar de manera conjunta. Es por ello que se tomo a las personas representativas, y con más experiencia de cada grupo, para tener versiones verídicas y con fundamento.

Dentro de las agrupaciones locales de la aldea Monterrico, quienes fueron sujeto de estudio encontramos las siguientes y sus generalidades:

- ✓ COCODE: representado por el señor Juan José Grajeda. Cuyas funciones son las de trabajar a beneficio de la comunidad Monterrico y beneficiar a las *442 familias*; según el dirigente.
- ✓ Gremio de Pescadores: representado por el señor José Arturo Lemus Sosa. Quienes se dedican a la pesca artesanal. Tanto en el Canal de Chiquimulilla, como en las aguas del Océano Pacífico. Siendo un aproximado de 80 personas quienes desarrollan esta labor en al menos 40 embarcaciones.
- ✓ Lancharos y Lanchoneros: quien por medio del señor Armando Barillas, fueron representados en el presente estudio. Cumplen con la función de transportar personas y diferentes tipos de vehículos y productos entre la aldea que colinda con Monterrico denominada La Avellana, por medio del Canal de Chiquimulilla. Para ello se encuentran registradas, según Barillas: 32 Lanchones que transportan vehículos y productos; 50 lanchas que movilizan a los habitantes de ambas comunidades y turistas en general; y 41 lanchas "rápidas", las cuales cumplen la misma función que la anterior, con la diferencia que la embarcación es más pequeña, pero a su vez, más rápida.
- ✓ Microbuseros: representados por el señor Ramiro Chinchilla, quien fue el fundador y actual presidente de dicha organización. Siendo un total de 14 buses que prestan el servicio desde la aldea Puerto Viejo, Iztapa; hasta Monterrico.
- ✓ Sector Hotelero: que en su representación fue abordada la señora Flor de María Rodríguez, quien fuese la última persona que presidiera la, hoy desaparecida, asociación de hoteles del lugar. Los cuales, considera la encuestada, suman un aproximado de 22 hoteles en la comunidad.
- ✓ Guías Turísticos: representados por el señor Abelino Lemus. Los cuales cumplen las funciones de: interacción, asesoramiento y brindar información al turismo, tanto extranjero, como nacional. Siendo el número de personas que representan este grupo, un total de 8 según el entrevistado.

Mediante la pregunta realizada a los representantes de cada gremio, al consultarles sobre si *conocen cuales son las actividades del Tortugario de la RNUMM*, se presentó el resultado de que el 50% de los grupos encuestados, como: el cocode, pescadores,

además de lancheros y lanchoneros; tienen una idea errónea o desconocen a cabalidad las actividades que realiza el Tortugario.

Y el 50% restante como el grupo de: microbuseros, hoteles y guías turísticos; afirman que conocen las actividades que realiza el recinto de conservación de la especie de la Tortuga Marina de la RNUMM. Dado que los últimos, por las características de sus labores, tienen contacto directo con el público visitante a la reserva, quienes demandan información. Siendo esta una gran oportunidad para mejorar la comunicación, ya que ellos se convierten en emisores de mensajes para diversos receptores, quienes autocalifican o dan por hecho, que la información es de carácter certero.

Al momento de tener sus comentarios acerca de si: *¿Considera que la organización que usted dirige o forma parte se beneficia de las actividades que realiza el Tortugario?*; según las respuestas del grupo encuestado: una ventaja que arrojo este cuestionario aplicado a las diferentes agrupaciones organizadas, fue que se dejó claro con la unanimidad e interés que tienen de apoyar al Tortugario. Ya que todos respondieron a la pregunta: *¿Que disposición existe en su organización para colaborar conjuntamente con el Tortugario de la RNUMM?*, el 100% contestó que SI hay disponibilidad para poder apoyar de manera desinteresada. Ya que están consientes de la importancia de mejorar la situación actual no solo para sus grupos, sino en general para todo el sector.

Para complementar la anterior pregunta y tener conocimiento del tipo de compromiso que ellos pueden adoptar, respondieron a pregunta: *¿En qué consistiría esa colaboración?*, el Cocode por su parte comentó que "en lo que se necesite"; misma respuesta que brindo el sector de pescadores y hoteleros respectivamente.

Por su parte, el sector de lancheros y lanchoneros comentó que están en la mejor disposición de ayudar, siempre y cuando sea de beneficio social y para la comunidad.

El grupo de los microbuseros fue claro al responder que se puede contar con su apoyo en diferentes maneras, desde lo económico a lo social. Cabe mencionar también, que estos serían un atractivo medio o canal para publicidad del Tortugario y su Comunicación externa sea más efectiva, con mayor alcance e impacto en los diferentes públicos.

Por último, el representantes de los guías turísticos, quienes ejercen sus actividades con uno de los principales grupos de interés para el Tortugario de la RNUMM, afirmó que pueden colaborar con este recinto, dando información específica de las acciones del Tortugario y la RNUMM; además de brindar su apoyo en calidad de "mano de obra" en lo que puedan requerir las autoridades.

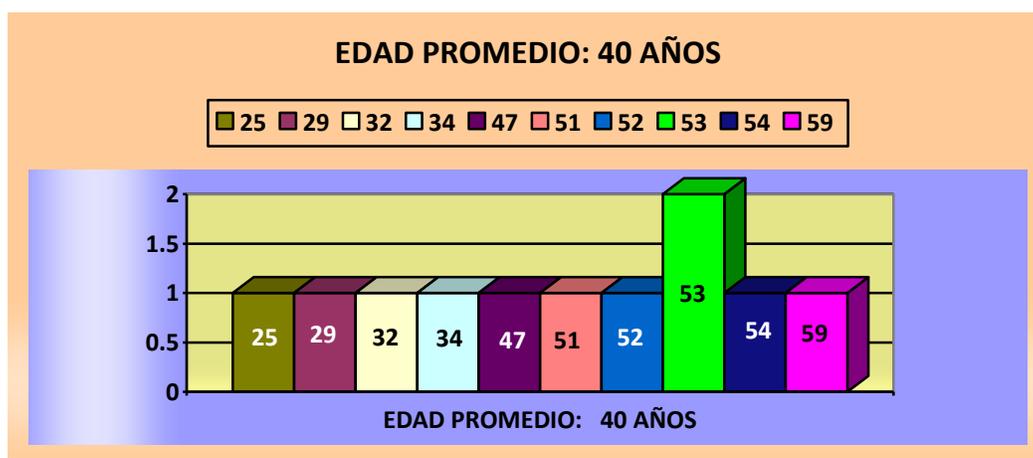
### 4.3 Encuesta al grupo de colaboradores y trabajadores de la RNUMM:

En el presente apartado se presentan los resultados obtenidos de la entrevista estructurada realizada al grupo de trabajadores y colaboradores de campo en la RNUMM, quienes juegan un papel importante en el desarrollo de la reserva por su posición medular como parte de la institución.

Conformados por 11 personas [2 mujeres y 9 hombres], el grupo de colaboradores de la RNUMM, son los que tienen a su cargo todo lo relacionado con el funcionamiento y mantenimiento del CECON Monterrico. El promedio de las edades de los colaboradores es de 40 años. Dato que debe llamar la atención de las autoridades, ya que varios de ellos, están a la espera de poder jubilarse y dar paso a las nuevas generaciones.

Siendo esta otra oportunidad de mejora, ya que la comunicación y su papel en el Tortugario será de carácter fundamental. Ya que puede aportar, entre otras acciones, al generar algún tipo de material de carácter educativo para fortalecer la formación de las siguientes generaciones de guardarecursos, y que la experiencia con la que cuentan los actuales colaboradores pueda ser transmitida a quienes llegaran ocupar estas plazas.

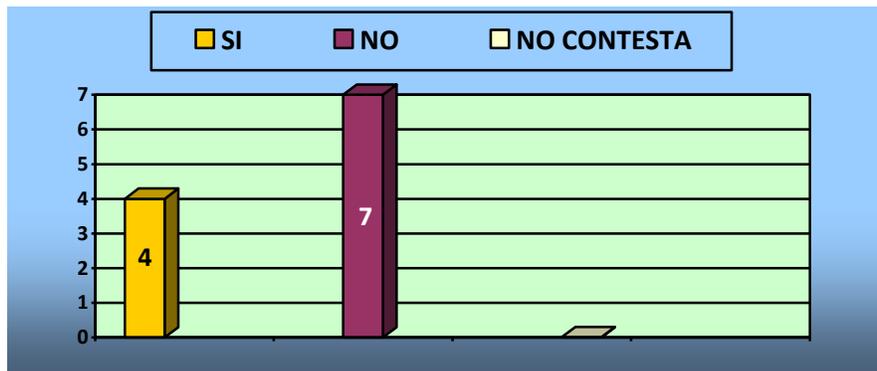
En la siguiente grafica, encontramos las edades de los 11 colaboradores de campo de la RNUMM, siendo la edad de 40 años el promedio.



Dado que seis de ellos pasan la edad de 50 años, son ellos quienes están prontos a su retiro laboral; tomando en cuenta que son los trabajadores quienes se convierten, en algún momento, en emisores de información para los grupos que se visitan el Tortugario de la reserva; y juegan el papel de receptores. Es importante conocer las percepciones que estos puedan aportar en relación a la comunicación externa en la

institución. Ya que el 100% de los encuestados coincide en que es importante el dar a conocer las actividades del Tortugario de la RNUMM, ya que con base su experiencia opinan que es fundamental mejorar esta área, pues algunos visitantes desconocen este tema y demandan información del mismo.

Al cuestionarles acerca de si ellos: ¿consideran que la institución cumple con las expectativas de los turistas y la comunicación entre ambos?, las respuestas se ejemplifican en la siguiente grafica:

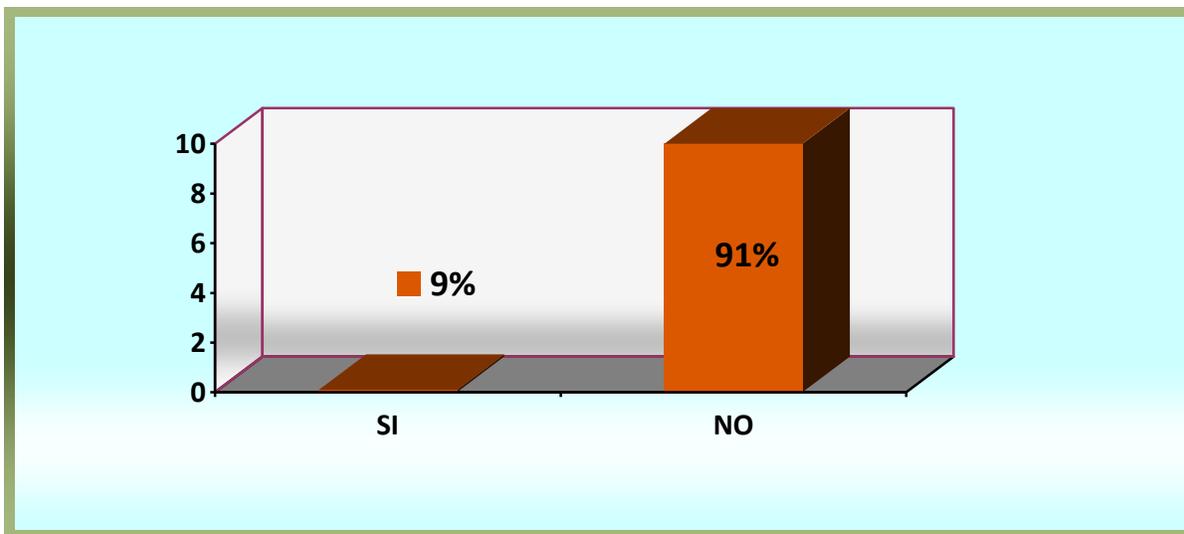


De acuerdo a los resultados anteriores queda evidenciado el gran interés que se tiene de poder generar información de calidad y su divulgación efectiva.

Puesto que 4 de los colaboradores considera que la labor de los guardarecursos, que están encargados del Tortugario de la RNUMM, son quienes cumplen con la labor de brindar información acerca del proyecto como parte de su trabajo, mas no como parte de una planificación previa a una estrategia.

Es por ello que se convierte en otra marcada oportunidad de mejora de comunicación que presenta el recinto. Ya que más de la mitad de los colaboradores de la RNUMM, coincidieron que no se cumple con las expectativas de comunicación que demandan los visitantes, tanto nacionales, como extranjeros.

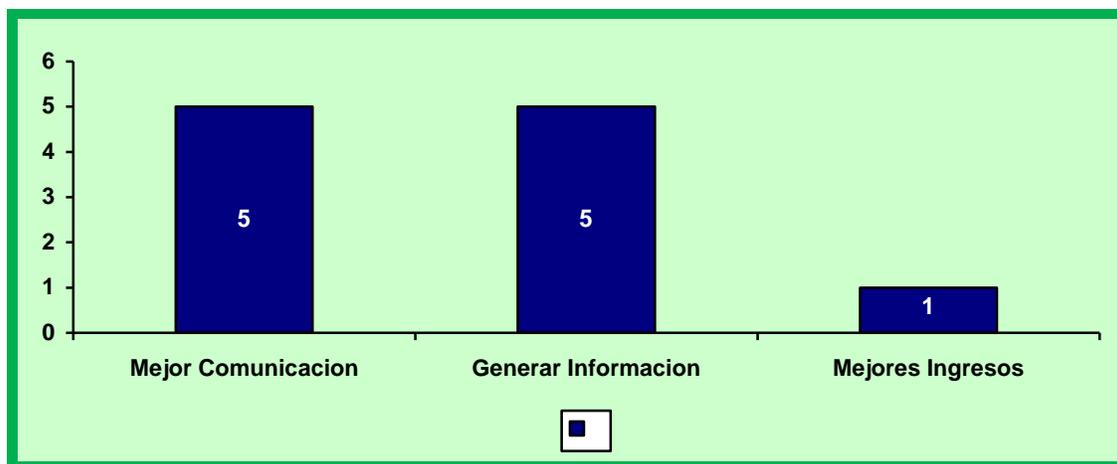
Al momento de preguntarles: ¿Tiene el Tortugario de la RNUMM alguna persona especializada en el área de Comunicación?, el grupo sujeto de estudio respondió:



La grafica anterior es clara al mostrar que de los 11 colaboradores, 10 de ellos evidencian que no hay una persona encargada de la comunicación para el Tortugario; mientras que solo una persona, considera que el guardarecursos asignado al cuidado del Tortugario es el encargado de la comunicación; cuando en realidad ha sido por la ausencia de material informativo destinado para los diferentes públicos y la necesidad de los mismos de conocer más acerca de las actividades del recinto, que se brinda información de carácter verbal para cubrir la escasez de una estrategia comunicacional en el lugar.

Los colaboradores del Tortugario luego de identificar que no hay una persona especializada en el área de comunicación, comentaron que es necesario contar con una persona profesional que pueda ejercer estas funciones comunicacionales, para generar información y su eficaz difusión.

Aunque en la actualidad, y como ya se menciono anteriormente, no existe dentro de la institución un área que se dedique a la generación y divulgación de las actividades del Tortugario; una que al mismo tiempo fortalezca su imagen institucional. Les fue preguntado a los colaboradores: ¿En que beneficiaría la creación de un proyecto de comunicación para el Tortugario?, quienes con sus respuestas a la anterior pregunta fundamentan la siguiente grafica:



Para esta grafica es el análisis realizado lo que nos muestra la necesidad que se tiene en la institución de agilizar más la información, su creación y divulgación. Tanto para generar la información, como para difundirla con sus diferentes públicos.

#### 4.4 Análisis:

Partiendo de los resultados anteriores, a continuación se describe la interpretación y análisis de la información obtenida:

- a) Fue por medio de los resultados de las entrevistas, observación de campo realizada en el Tortugario y encuestas, que se llego a la conclusión de que en dicha institución no se cuenta con una buena comunicación externa; lo cual convierte esta área en deficiente en su búsqueda de fortalecer su imagen institucional y con ello presenta una oportuna necesidad de cambio en búsqueda del desarrollo.

Esto se debe al descuido o poca importancia que se le ha dado a la comunicación en la institución, ya que no está incluida dentro de las prioridades o simplemente no se ha ejecutado como debiera; lo que conlleva la desatención del tema en varios aspectos sumamente importantes para dicho recinto. Algunos de ellos se enuncian en este diagnóstico.

- b) En la actualidad la comunicación del Tortugario de la RNUMM cuenta con una precaria imagen institucional, y con ello una deficiente comunicación externa. No cuenta con espacios representativos en los medios de comunicación tradicionales ni en las novedosas y modernas Tecnologías de la Información y Comunicación -TICS-, las cuales son hoy en día una

herramienta potencial y vital para que difundan y marquen la existencia del mismo y fortalezcan su comunicación externa.

Según las autoridades esto surge a raíz de la problemática del limitado presupuesto con que cuenta la institución, por lo que dependen de la gestión en comunicación que realiza el CECON como ente administrativo; quien no cubre a cabalidad las demandas de los diversos grupos con que se relaciona el Tortugario, y es por ello que los diferentes públicos se ven forzados a indagar por sus propios medios del que hacer de la institución, ya que no existe ningún tipo de material que cubra las diferentes necesidades que demandan los diferentes grupos. De tal manera que la única publicidad de la cual se ha beneficiado dicho recinto es la conocida *publicidad de boca en boca*, por su fácil divulgación y sin costo económico; la misma es protagonizada por los habitantes del lugar según algunos de los entrevistados.

- c) Con esto se presenta un clima con muchas oportunidades de mejora. Tomando en cuenta los hábitos de consumo de información que tienen las personas o los diferentes públicos en la actualidad, es importante dar el lugar que la comunicación merece para este recinto. La cual no es acorde ni funcional para una organización que promueve la conservación y la importancia que la conservación de la amenazada especie de la tortuga marina que anida en las costas del pacífico de Guatemala, con sentido eco-turístico.

Resulta vital remarcar que la Universidad de San Carlos de Guatemala, debe siempre mantenerse a la vanguardia como institución, y fortalecer su papel como una casa de estudios por excelencia y fuente generadora de educación. Es por ello que resulta necesario cambiar la historia que ha marcado la comunicación del Tortugario y la RNUMM, ya que no cuenta con una estrategia que genere y divulgue de manera: eficaz, innovadora y constante, todas las actividades en de comunicación; puesto que tampoco cuenta con el personal especializado para realizar dichas labores.

- d) Este estudio ha identificado y arrojado la necesidad de crear una estrategia de comunicación para el Tortugario, lo cual sería de beneficio tanto para la institución como para todos los públicos y organizaciones de diversa índole.
- e) Es mediante esta estrategia que se puede tomar ventaja de los beneficios de la comunicación, y las TIC; y así poder crear o fortalecer no solo el

“hacer conciencia” en las personas, además crear o fortalecer la educación de conservación de la especie de la Tortuga marina y su importancia.

- f) Aunque las autoridades están consientes de la necesidad de abordar este tema, poco o muy escaso es el interés que se le ha dado a la comunicación externa del Tortugario. Se han tenido propuestas de estudiantes de diversas carreras profesionales, pero todas convergen en el mismo punto, la falta de ejecución. Para cambiar el escenario que presenta en la actualidad el recinto que conserva la especie de la tortuga marina, dichas autoridades comentaron su total apoyo para la creación de un proyecto que cumpla las expectativas comunicativas del Tortugario y la RNUMM.
- g) Como se menciona anteriormente en este documento, se debe analizar los hábitos de consumo en la actualidad por parte de los diferentes grupos, máxime en una sociedad donde el internet ha revolucionado a la humanidad. Aunque este escenario resulta increíble, es una realidad latente; ya que no se toma ventaja de las diferentes herramientas y medios que marcan una creciente evolución de la tecnología global.
- h) Por esta razón se considera vital desarrollar y definir propuestas de comunicación eficaz y bien orientada. Esto garantizaría y generaría que las actividades de comunicación externa sean efectivas; contribuyendo a un mejor conocimiento y valoración de la institución y sus diversas actividades, por parte de los diferentes públicos.
- i) El Tortugario de la RNUMM no cuenta con los: básicos, modernos y sobretodo fundamentales canales de comunicación que ofrecen las TIC's, para citar un ejemplo: una página web exclusiva para el recinto o las denominadas redes sociales que están en constante movimiento e interacción con los diferentes públicos. Con ello, se busca apoyar el desarrollo de la institución y cumplir así con los objetivos de parte de la dirección del CECON los cuales son: generar y divulgar información de calidad. El Tortugario de la RNUMM no cuenta con ninguna de dichas modernas herramientas, que lejos de dar un estatus novedoso y actual al recinto, representan en estos tiempos una notable necesidad.
- j) Dada la importancia que tiene el Tortugario y las funciones que realiza en búsqueda de preservar la especie de la tortuga marina; es necesario tener abiertos y en constante actualización, todos los medios y canales

posibles que tiene la comunicación y las cuales se ofrecen en un mundo moderno que cada día busca innovar en el campo tecnológico.

- k) El escenario anteriormente descrito representa una oportunidad de mejora ideal para iniciar el proceso de implementación y aprovechamiento de estos beneficios electrónicos de gran alcance y alto impacto en la divulgación de información; la cual requieren los diferentes públicos, tanto el Tortugario de la RNUMM como sus diferentes públicos. Quienes demandan acceso al conocimiento de la información que genera la institución y de las actividades que realizan en ella.
- l) Existe en el sitio web del CECON una parte de información que está disponible en la página general, pero la misma es mínima. Fue por esta razón, que de manera representativa no oficial, que por medio del colaborador Pablo Castellanos [quien actualmente desempeña las funciones de encargado de la biblioteca ubicada dentro de las oficinas del CECON en la RNUMM], quien con recursos e iniciativa propia, creó una cuenta de usuario ordinario en la red social de mayor impacto y crecimiento en la actualidad, Facebook.

Dicho perfil, al verse con el máximo de amigos permitidos por esta red [5,000 seguidores] y dado a que el interés del público crece acorde al acceso a la información que tienen los diferentes públicos, Castellanos creó un segundo perfil; con la intención de satisfacer las necesidades de los públicos y estos conozcan y tenga acceso a la información de carácter dialéctica, que se genera en el lugar.

- m) Se evidencia de manera clara, la necesidad de una herramienta de carácter novedoso y actualizado. Ya que la ausencia de esta y los beneficios que conlleva, generan en buena parte algunos de los problemas comunicacionales que se presentan; no solo en la institución, la cual afecta de manera directa en algunos casos e indirecta en otros. Sino también a los grupos locales organizados y buscar con ello, de manera conjunta generar acciones y que conduzcan al desarrollo del Tortugario.

## Conclusiones

El análisis e interpretación de los resultados, adicional a lo observado en la investigación de campo, permitieron establecer las conclusiones sobre la comunicación externa que ejerce en la actualidad el Tortugario y los grupos con quienes se relacionan. Los cuales, se presentan a continuación:

1. Se constató que la comunicación externa del Tortugario del Centro de Estudios Conservacionistas - CECON- en la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico -RNUMM-; no es la adecuada para una institución de carácter conservacionista, debido que no realiza ningún tipo de acciones comunicacionales que fortalezcan su imagen, lo que dado como resultado que la misma se haya visto deteriorada en la medida en la que el tiempo transcurre..
2. La única actividad que realiza el Tortugario para difundir la importancia de conservar y preservar la especie de la tortuga marina, es la liberación de neonatos de esta especie.
3. Se estableció que las autoridades y públicos del Tortugario, coinciden en que no se le ha dado el lugar que merece la comunicación dentro del proyecto; acto que genera en las diversas agrupaciones, distorsión y mala percepción de las funciones que realizan el Tortugario y el CECON.
4. Se evidenció por medio de las versiones de las autoridades competentes: el deseo, compromiso y disponibilidad de cada uno, por colaborar en el desarrollo del proyecto, tanto de manera individual, como de manera conjunta. Lo que deja abierta la posibilidad al diálogo y realizar efectivas alianzas estratégicas a futuro.
5. Actualmente el CECON no cuenta con ningún tipo de proyecto de comunicación a futuro, que busque beneficiar y fortalecer a la institución.
6. Aprovechando que son de conocimiento general por los actores principales en este proyecto, las denominadas redes sociales; éstas no se han aprovechado hasta el momento, dejando de un lado los beneficios que pueden generar las herramientas comunicacionales que ofrece la web 2.0 para el Tortugario .
7. El CECON, quien actúa como ente administrador del Tortugario, dispone únicamente de una página web; donde se encuentra información general

de todas las áreas a quienes administra. Esto representa una clara oportunidad de mejora, ya que el sitio mencionado, alberga información desactualizada y limitada en relación al recinto que vela por conservar la especie de la tortuga marina dentro de la RNUMM.

8. El Tortugario es un proyecto del CECON, que a su vez es una institución de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-; lo que evidencia la problemática de presupuesto que limita a la casa de estudios. Por lo que se ha desatendido el tema de la comunicación para el centro conservacionista. Esto ha generado información confusa acerca de las actividades que se realizan en el Tortugario, dejando mal posicionada la imagen de dicha entidad conservacionista.
9. De las diferentes agrupaciones que se ven inmersas en el entorno del Tortugario, a pesar de que no mantienen una comunicación fluida con el recinto, se ha evidenciado cierto distanciamiento; todos estos grupos, están en la disposición de apoyar y sumar para el desarrollo del proyecto de la RNUMM.

## Recomendaciones

Con base a las conclusiones previamente expuestas, a continuación se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Al director del CECON:

- ✓ Considerando que el esfuerzo que se ha realizado por parte del CECON para el proyecto de conservación de la especie de la tortuga marina; en relación a la comunicación, según el director Galindo, hasta la fecha, "*ha funcionado, pero se puede mejorar*". Se recomienda la inclusión necesaria e inmediata de la comunicación dentro de las planificaciones y gestiones de trabajo posteriores para el Tortugario. Debido a que en dicho centro tiene como objetivo generar y difundir información; además de que es necesario comunicar, no debe dejar de notificar sus actividades y acciones; las cuales fortalecerán la imagen conservacionista de recinto, al igual que se motiva e incentiva, la participación de los diferentes públicos para proteger la especie de la tortuga marina.
- ✓ Formalizar la iniciativa de establecer a una persona especializada en el área de comunicación para el Tortugario, de manera que pueda este recinto tener una comunicación externa precisa, moderna y eficaz. Dicha vinculación puede hacerse realidad si se gestiona el apoyo económico por medio de cooperación internacional o del sector privado, que deseen aportar y sumar al proyecto. Dicha persona o gestor que será la encargada de coordinar y ejecutar las acciones comunicacionales para el Tortugario, de igual manera podría beneficiar la comunicación externa de toda la RNUMM para hacerlo más integral.
- ✓ Proporcionar las herramientas mínimas al colaborador del CECON: Pablo Castellanos, quien hasta el momento se ha mostrado interesado en colaborar, por el momento, con esta iniciativa.
- ✓ Gestionar con el departamento de Procesamiento de Datos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la inclusión de un hipervínculo o enlace a las redes implementadas en esta propuesta de comunicación externa, para poder ser agentes multiplicadores.

- ✓ Asimismo, se recomienda fortalecer las alianzas estratégicas con las cuales ya se cuenta, tal es el caso del Inguat y el Conap, por ejemplo. También enfocar atención especial para la generación de nuevas coaliciones, que puedan, de igual manera aportar al desarrollo del proyecto del Tortugario.
- ✓ Gestionar para que las herramientas que se presentan en esta propuesta de comunicación externa para el Tortugario, puedan tener un espacio en las principales páginas web de la universidad; para que la comunidad estudiantil tenga acceso a la información acerca de las actividades del recinto y de la igual manera pueda compartirla, así como la importancia que tiene el preservar y conservar la especie de la tortuga marina. De manera que se difunda la información a la mayor cantidad de público, pero al menor costo posible.

## 2. Al coordinador de la RNUMM:

- ✓ Organizar y gestionar reuniones frecuentes (se recomienda mensual) con los dirigentes de todos sectores que participan como actores principales dentro de la RNUMM, para dar a conocer los resultados de las actividades que realiza dicho centro conservacionista, así como para tratar temas de intereses mutuos; de tal manera, se acorte y erradique la mala percepción que existe del Tortugario por parte de las agrupaciones ya mencionadas, quienes perciben un ambiente de exclusión y desconcierto, al no tener una participación activa. Esto mejorara la relación con los mismos, para que perciban que el proyecto del Tortugario también les pertenece.
- ✓ Afinar la metodología de recepción al visitante, para que sea con objetivo didáctico y eco-turístico; de modo que el visitante, pueda ser un portavoz de la importancia de la conservación de la tortuga marina.
- ✓ Gestionar y coordinar con el apoyo del Inguat: el ordenamiento, capacitación y unificación de las personas que ejercen en la RNUMM como guías turísticos; para conocer qué tipo de información están difundiendo a los visitantes, al mismo tiempo que puedan servir como canales de directos para difundir comunicación verídica.

3. Al señor alcalde de municipalidad de Taxisco, Chiquimulilla:

- ✓ Incluir dentro de sus espacios web el icono del Tortugario para que los internautas que visitan este sitio puedan conocer más del proyecto. Basados en que la mayoría de personas que visita su página en internet, son pobladores de la zona; lo que generaría mayor alcance e impacto de la comunicación en dicha población.
- ✓ Gestionar con el Estado el apoyo económico para la adecuada señalización del proyecto, desde el ingreso de Puerto Viejo hasta Monterrico. Al mismo tiempo que coordine su ejecución y manteniendo.
- ✓ Promover la cultura conservacionista de la especie de la tortuga marina y las demás especies que habitan dentro de la RNUMM, en toda la comunidad estudiantil de los diferentes centros de estudios dentro de las comunidades del sector playa.
- ✓ Incluir material publicitario en actividades culturales y educativas que realice la municipalidad, la cual pueda fortalecer la imagen del Tortugario. Esto se recomienda sea por medio de vallas o mantas que tengan el logo del recinto y las representaciones graficas de las redes sociales que se proponen en la presente estrategia.

4. A los grupos organizados:

Participar conjunta y activamente en las actividades que realice el Tortugario, para ser ente difusor de integridad dentro de la RNUMM.

✓ Al sector de pescadores:

Crear un compromiso dentro del gremio; en el cual se establezca: respeto, y entrega para con la difusión de la importancia por preservar y conservar la especie de la tortuga marina.

Al mismo tiempo que se elabore un procedimiento o guía de pasos a seguir, si por razones varias, alguna especie tortuga de tortuga

marina quedara apresada en las redes que utilizan para la pesca mar adentro.

✓ Al sector de hoteleros:

Teniendo en cuenta que el Tortugario de la RNUMM es la principal atracción eco- turística en la región, se debe remarcar la importancia que tiene la participación de cada uno de los hoteles dentro de la comunidad.

Se propone realizar mesas de diálogo conjuntas en las que pueda participar el coordinador de la RNUMM y la persona encargada de gestionar la comunicación del Tortugario, así como con los representantes de cada uno de los hoteles de la región, a fin de que se puedan conocer las necesidades de ambas partes y así acortar la brecha comunicacional que existe entre unos y otros.

Coordinar el apoyo al proyecto del Tortugario por medio inclusión de un hipervínculo o enlace de las redes sociales incluidas en esta propuesta, al igual que material publicitario impreso en sus instalaciones, de manera que los visitantes puedan encontrar de manera inmediata, toda la información acerca de las actividades del proyecto.

Para ello se propone que sean puntos estratégicos, por ejemplo material publicitario en las reas de recepción, restaurante, bar, áreas de piscina y habitaciones. Dicha publicidad deberá ser únicamente el logo del Tortugario acompañado de las imágenes graficas representativas de las redes sociales que se proponen en la presente estrategia.

✓ A los guías turísticos:

Se considera a este gremio de suma importancia por ser quienes tienen, en la mayoría de casos, el primer contacto con el turista. Por lo que se requiere tener conocimiento y control de la comunicación que manejan.

Aclarado lo anterior, se debe de participar de manera integral en la difusión de los mensajes a informar. Para ello se necesita que

urgentemente se realice una asamblea, en la cual se pueda contar con la participación de todas las personas que ejercen esta labor; para que a raíz de esta actividad, se pueda tener como resultado final una sola organización, de la cual carecen hasta hoy.

Por lo que se debe certificar e identificar a cada uno de ellos, para evitar que la veracidad de la información sea cuestionable. Ya que en la actualidad hay personas que se dedican a engañar a los turistas, haciéndoles creer que son empleados del Tortugario; cuando en realidad, no tienen ningún tipo de relación con el proyecto.

✓ Al grupo de lancheros y lanchoneros:

Para esta agrupación al igual que con el gremio de los hoteleros, su relación es directa con los pobladores de la región y visitantes a la misma, es fundamental.

Por lo que se propone aprovechar los espacios en dichas embarcaciones, para difundir la existencia de las redes sociales personalizadas para el Tortugario. De manera que puedan tener conocimiento de las actividades a realizar en dicho proyecto. De manera que se pueda llegar a la mayor cantidad de público y de manera eficaz.

✓ Al grupo de microbuseros:

Este grupo de microbuseros, son quienes trasladan a todos las personas que visitan Monterrico, quienes en un alto porcentaje desconocen de la existencia del Tortugario. Por lo que se aconseja aprovechar la disponibilidad que se tiene de parte de este gremio, y colocar: en su interior, y en puntos estratégicos, calcomanías o algún material impreso con el logo del Tortugario acompañado de las imágenes graficas representativas de las redes sociales que se proponen en la presente estrategia.

Asimismo, se puede tomar ventaja de dichas unidades de transporte, la cuales por medio de el aprovechamiento del vidrio trasero de la unidad para informar de la existencia del proyecto por medio de su logo y sus respectivas imágenes graficas

representativas de las redes sociales, propuestas para esta estrategia, se puede llegar a más público, como también a otros vehículos que transiten en esta vía.

✓ COCODE

Por ser un ente mediador y regulador ante la municipalidad, además del máximo ente de justicia en la región; se propone que sea por medio de ellos que se llegue a las comunidades aledañas a la RNUMM, para realizar: charlas educacionales, impulsar la conservación y preservación de la especie de la tortuga marina. Dado que en la actualidad, uno de los principales depredadores de huevos, siguen siendo los seres humanos, por medio de los ya conocidos parlameros pobladores de la región.

Por ser un tema delicado y que puede generar conflicto, se propone sea el gestor de comunicación del área, quien acompañe a los representantes del COCODE de Monterrico, además que sea él quien prepare el contenido a presentar en dichas pláticas.

5. A los colaboradores de la RNUMM:

- ✓ Ejercer el papel de canales de comunicación de la publicidad de boca en boca, de manera que sean ellos quienes divulguen la existencia de las redes sociales para el Tortugario.
- ✓ Tener claro que ante los visitantes ellos son los representantes del Tortugario y del CECON en general, por lo que es fundamental que la información que se brinde al visitante sea actualizada, verídica y profesional.
- ✓ Ser portavoces constantes en su entorno de vida, de la importancia de preservar y conservar la especie de la tortuga marina que anida en el sector playa de la RNUMM.
- ✓ Comentar a los visitantes que en las redes sociales exclusivas para el Tortugario, se publica información actualizada; como las actividades a realizar, de igual manera podrán interactuar con el proyecto y expandir su existencia por medio del material audiovisual producto de la liberación de tortugas, el cual podrá ser publicado en tiempo real y desde el lugar de los hechos.

Gracias a los beneficios de las redes sociales propuestas anteriormente, el usuario podrá enterarse de cómo se llevo a cabo dicha actividad, compartir las imágenes generadas, así como etiquetar a sus contactos, entre otras acciones que permiten estas herramientas. Esto, con el fin de fortalecer la imagen del Tortugario y principalmente, con el objetivo de conservar y preservar dicha especie.

## CAPÍTULO 5

### PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL TORTUGARIO:

#### 5.1 Introducción:

Con el afán de generar cambio y desarrollo en el proyecto del Tortugario de la RNUMM, por medio del cumplimiento de sus objetivos en dicha institución, que se ve inserta en una compleja e interesante red de relaciones y procesos, originados en la dinámica de la comunicación; a continuación se presenta en calidad de *propuesta* la siguiente estrategia de comunicación para este recinto, que representa un gran aporte no solo para la conservación de las especies de tortugas marinas, si no para la institución y sus diferentes públicos.

En el presente trabajo se concentra en dos tipos de instrumentos fundamentales que vendrán a mejorar y fortalecer la comunicación externa del centro conservacionista, como lo son: la comunicación vía herramientas digitales, así como, la organización y la gestión del apoyo por parte de los diferentes grupos que conforman el entorno del Tortugario de la RNUMM. Esto, para poder brindar a la institución que busca conservar la amenazada especie de la tortuga marina, un modo accesible y moderna, además de los medios que permitan, a un costo mínimo fortalecer su imagen conservacionista; al mismo tiempo que aumenta el alcance e impacto de sus actividades.

Para ello, según Bianchi (2013) se presenta un nuevo concepto que desafía a los clásicos paradigmas que se tienen acerca de la comunicación virtual; que trae consigo nuevos medios, nuevas formas de comunicar y nuevos conceptos. Desde los años noventa con la aparición del Internet, este novedoso medio de comunicar por internet, se ha transformado en un medio masivo de comunicación y que ha revolucionado la manera de comunicarnos y nuestra vida en general. Dicho fenómeno tecnológico ha avanzado rápidamente para responder a las necesidades de los usuarios, resultando el concepto que solemos escuchar como: WEB 2.0.

A diferencia de la Web 1.0 donde la mayoría del contenido era subido por un productor de información y el usuario se limitaba a leer, la Web 2.0 se caracteriza por la interacción y participación de la comunidad virtual que transforma, socializa y comparten contenido; generando así el involucramiento de los usuarios en los procesos comunicativos de las organizaciones. Con lo anterior, se explica la aparición de una nueva generación de servicios de internet, como lo son: *los foros, blogs, wikis y las redes sociales*.

Son entonces, estas últimas, las redes sociales, las que por medio de una característica innata con la que cuentan, donde el usuario de internet deja atrás el papel de ser sujeto pasivo y aislado, para convertirse en el protagonista. De manera que cualquier miembro de la comunidad virtual, es capaz de ordenar información que llega al internet, catalogando, opinando, etiquetando, recomendando y linkeando. Es por medio del aprovechamiento de estas ventajas que presenta el internet, mediante los beneficios que presenta la Web 2.0 y por medio del aprovechamiento de estos, que se presenta la siguiente propuesta.

### **5.2 Justificación:**

Considerando que el Tortugario de la RNUMM, programa de conservación del CECON, vela por el cuidado del ambiente a través de la recolección de huevos y futura liberación de neonatos, implementando además estrategias de educación ambiental; percibe necesario contar con una moderna herramienta de desarrollo en el área de comunicación, para la creación y difusión de información que fortalezca su imagen conservacionista; se propone el empleo y aprovechamiento de las ventajas que nos ofrece la tecnología por medio del internet, las redes sociales.

Para la adecuada expansión del conocimiento del proyecto del Tortugario, tanto en el ámbito institucional como en la sociedad civil; es necesaria la implementación de una estrategia de comunicación externa y su respectiva difusión por medio de las redes sociales. Las cuales apoyarán al cumplimiento de los objetivos del centro de conservación de la especie de la tortuga marina, que son el generar y difundir información.

Estos novedosos canales comunicacionales se caracterizan por ser herramientas que ofrecen un atractivo impacto en los diferentes grupos objetivos, además de un alcance acorde a la demanda de información por parte de los crecientes y diversos sectores con los que se relaciona dicha institución, tanto de índole nacional como internacional. Tomando en cuenta que los principales ingresos económicos que genera el Tortugario, proviene de los turistas que visitan el centro y algunos otros, quienes participan en la actividad de liberación de tortugas.

Por tal razón, es de suma importancia que esta institución de tipo conservacionista, cuente con una estrategia de comunicación eficiente y eficaz para la difusión de las actividades del mismo; pero sobre todo para mejorar y fortalecer la imagen de institución conservacionista y ser un ente generador de educación ecológica, que junto al paso del tiempo se ha visto deteriorada, abandonada, o simplemente no se le ha dado la importancia que requiere la comunicación dentro de la organización.

Se tiene claro que esta estrategia de comunicación, no es la primera que se elabora con respecto al objeto de estudio; dado que en el pasado, según lo indicó el coordinador de la RNUMM Roberto González, se han tenido otras propuestas e incluso, se han elaborado afiches y trifoliales. Con lo anterior, se remarca lo que hace diferente a este trabajo, ya que viene a fortalecer la imagen de institución conservadora y ecológica, puesto que no contamina el ambiente con su ejecución, ni se agotan los recursos naturales. Esto, comparado con los materiales impresos que no solo requiere de una inversión económica, sino que además, requiere materia prima natural y química.

Agregado a esto, se debe tener claro que otro factor fundamental en el aprovechamiento de las redes sociales, aparte de ser amigables para el medio ambiente, también lo son para el CECON; ya que sus costos de ejecución son considerablemente económicos en comparación con los medios de comunicación masivos y tradicionales. Representan conjuntamente mucho mayor alcance e impacto, en relación a los grupos meta; además de rectificar y fortalecer la imagen de la institución con sentido ecológico y ejercer el papel de reserva natural de vanguardia.

Es por medio de la presente propuesta que se pretende mostrar como la comunicación externa del Tortugario, puede ser de mucho beneficio para el cumplimiento de sus objetivos y fortalecer su identidad como institución conservacionista; ante la sociedad y sus diferentes públicos.

### ***5.3 Campo de la aplicación:***

Para su efecto, la propuesta de estrategia de comunicación se aplicara en los diferentes grupos con que se relaciona el Tortugario, quienes demandan información eficaz del recinto y sus actividades; tanto personas nacionales como internacionales.

En el presente estudio se detalla la aplicación del presente trabajo para el Tortugario de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico, considerando que es el campo de estudio y diagnostico del cual se ha tomado la referencia para crear la presente propuesta.

Considerando que existen diversidad de: criterios, valores, creencias, religiones y costumbres; no se pretende ofender ni afectar ninguna creencia, pero si se pretende informar y crear en cada una de las personas de los diferentes grupos, el interés de participar e identificarse en las labores que realiza el Tortugario en la intensa lucha de ayuda a una de las especies que habita este planeta.

#### **5.4 Misión**

Contribuir al fácil acceso de la información y su apropiada divulgación de las diversas actividades que realiza el Tortugario. Teniendo como herramientas prioritarias los medios de comunicación más populares y efectivos canales de comunicación.

#### **5.5 Visión**

Ser un punto de referencia y convergencia de información para el Tortugario de Monterrico, por medio de su correcta divulgación con fines de educación y conservación acerca de la especie de la conservación de la especie de la tortuga marina, tanto para públicos nacionales como extranjeros.

#### **5.6 FODA**

El análisis FODA es la herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se posea sobre una entidad o institución, en el cual se examinan:

- ✓ Fortalezas,
- ✓ Oportunidades,
- ✓ Debilidades,
- ✓ Amenazas.

El análisis FODA consta de dos partes: una interna y una externa; donde la parte interna se representa por las fortalezas y debilidades, que es lo que afecta la institución y de lo cual se tiene un control. Por su parte la externa, es formada por las oportunidades y amenazas frente al grupo objetivo u otras instituciones, las cuales le afectan al Tortugario, pero que están fuera de su control.

Para tener claro el funcionamiento del análisis, se presenta a continuación el FODA de la presente propuesta de comunicación:



## Fortalezas

- Centro realizador de proyectos de conservación reconocido nacional e internacionalmente.
- Institución de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Ente generador de cambio y unificación.
- Generador de diversas actividades sociales eco-culturales, como la liberación de Tortugas durante la temporada de anidación y el Festival de la Tortuga que se realiza cada año.
- Disposición de las autoridades para apoyar la inclusión de la comunicación en la institución.
- Institución generadora de turismo y por ende, a la localidad.



## Oportunidades

- Oportunidad para fortalecer la imagen conservacionista del Tortugario.
- Retomar el papel de entidad generadora de desarrollo comunal, aportando siempre las mejores ideas.
- Romper las barreras comunicacionales que impiden la buena comunicación entre la institución y los públicos de su entorno.
- Cubrir mediante acciones comunicacionales eficientes y actualizadas, las demandas de información de los públicos con quienes se relaciona la institución.
- Aprovechar y fortalecer la presencia de la imagen del recinto conservacionista.
- El proyecto se entregara ya montado, de manera que solo se gestione la inclusión del mismo en la administración del Tortugario, para su adecuado seguimiento.



- No se cuenta con presupuesto para la incluir a la comunicación dentro de las prioridades del Tortugario.
- La falta de una persona especializada dentro de la organización que no pueda darle seguimiento a la presente propuesta.
- Riesgo de no cubrir a cabalidad con el alcance deseado para difundir la información a quienes no tenga facilidad de acceso a los diferentes canales tecnológicos propuestos en este trabajo.
- La posibilidad de que la información y material audiovisual generados y disponibles en la propuesta, pueda no ser utilizada de manera adecuada o total.
- La falta de organización, así como la demanda de información por parte de los diferentes grupos, ha generado que existan otros sitios en las redes sociales que buscan representar a la institución, por lo que podría duplicarse el trabajo o bien, tergiversarse la información.



- Que la presente propuesta no se realice con todos los elementos que se proponen en la presente estrategia para mejorar la comunicación externa del Tortugario.
- Que no se le dé el seguimiento correcto al presente trabajo para su adecuado cumplimiento.
- Que no se cubra con las necesidades comunicacionales por parte de los grupos sociales y estos pierdan el interés en relación a las actividades del Tortugario.
- La falta de organización de los diversos grupos en la comunidad.

## **5.7 Objetivos**

- Conservar y preservar la especie de la tortuga marina que anida en la costa sur del sector playa de la RNUMM.
- Involucrar a las autoridades locales y a los diferentes grupos o sectores con los que se relaciona el Tortugario para contribuir en su desarrollo integral.
- Fortalecer la imagen conservacionista del Tortugario por medio de la difusión de sus actividades y campañas.

## **5.8 ¿Qué se quiere transmitir?**

La presente propuesta de estrategia de comunicación externa ostenta en las diferentes acciones comunicacionales pertinentes para generar y difundir la información del Tortugario en general y sus actividades, para hacer llegar a la mayor cantidad de personas que directa o indirectamente mantienen interés y relación con la institución conservacionista.

Se busca realizar cada una de las acciones de manera eficaz y en cumplimiento de la demanda de información por parte de los diferentes grupos; por lo que se realizara de manera incluyente y con base en los hábitos de consumo de información por parte de cada miembro de las diversas agrupaciones.

## **5.9 Tipo de comunicación**

El tipo de comunicación que se plantea dentro de la presente estrategia propuesta es la comunicación externa; ya que se pretende alcanzar a los diferentes grupos de entorno al Tortugario, quienes no participan en las actividades del mismo y no tienen una relación constante con el recinto. Es entonces, de carácter fundamental estudiar, seleccionar y aplicar los medios de comunicación correctos a utilizar; así como el tipo de mensaje y contenido; los cuales deben de ser atractivos para conseguir la atención del público y que sea esta acción la que genere un proceso de identificación y cambio de actitudes, por parte de los diferentes grupos.

### **5.10 Grupo Objetivo**

El público objetivo es también conocido como *Target*, es el segmento del mercado al que se dirige un bien, producto o servicio. La mayoría de las veces ese público se define por edad, género (masculino o femenino) y de algunas variables socioeconómicas. Es por lo anterior que es muy importante seleccionar a los grupos de personas o agrupaciones de diversa índole, para poder realizar una campaña exitosa y mediante los esfuerzos que se realicen, obtengan un impacto y alcance deseado para hacia dicho público.

Para la segmentación del grupo objetivo, fueron tomados en cuenta los factores: demográficos, geográficos, psicográficos y conductuales. Asimismo, es preciso mencionar que no se realizó un estudio a detalle de cada factor de los mencionados, debido al diseño de la presente propuesta que busca informar, educar y motivar a la acción a diferentes grupos de diversa índole.

Basados en lo anterior la presente propuesta se ha diseñado para un público objetivo comprendido desde personas de 8 años de edad hasta 60 años, ambos sexos, nacionales e internacionales, que habiten en Guatemala o bien que estén de visita; que sepan leer y escribir; además que cuenten con acceso a internet mediante cualquier dispositivo y que sus hábitos de consumo de información sean alimentados mediante las redes sociales de la Web 2.0.

### **5.11 Estrategia a implementar:**

La propuesta de Estrategia de Comunicación Externa para el proyecto del Tortugario del CECON en la RNUMM, parte de la premisa de generar y difundir información.

Basado en ello, se generar los intereses de: buscar, definir y ejecutar las herramientas y canales de comunicación que sean los idóneos para cubrir las necesidades de este centro conservacionista, con relación a la comunicación externa. Dichas acciones germinan con el objetivo de dar a conocer las actividades que realiza el Tortugario, por medio de una información eficaz y de calidad. Estas gestiones, pretenden además conservar y preservar la especie de la tortuga marina, como un proceso integrado con la participación de sus múltiples sectores que participan en su entorno.

Se acomete entonces, por medio de la presente estrategia, que sea un proyecto de carácter innovador, pero sobre todo, de perfil incluyente; donde los actores de interés del Tortugario en la RNUMM del CECON, comprendan y apoyen de manera interactiva y desde su ámbito de acción, las diversas actividades que realiza la institución; con el afán hacer conciencia sobre la importancia de conservar la especie de la tortuga

marina; por medio de un desarrollo sostenible y de carácter eco-turístico en el área de la reserva.

Con base en lo anterior, se proyecta contribuir en dar a conocer y posicionar el proyecto del Tortugario del CECON en la RNUMM, y su imagen como institución ecológica; en todos los públicos de interés, para garantizar la difusión de información, educación y conservación de la especie de la tortuga marina. De tal manera que pueda crearse un nexo comunicacional entre el Tortugario y los diferentes grupos, por medio de una plataforma que sea la adecuada para dicho proyecto.

Con lo anterior se busca reducir todas aquellas barreras y limitaciones comunicacionales con las que el Tortugario se ha visto envuelto en los últimos años.

Incluir a la comunicación dentro de los planes de una institución, es sin duda una acción acertada y necesaria. Máxime, si la institución es de carácter conservacionista y ecológico, como el Tortugario de la RNUMM. Y es acá donde convergen los intereses de la institución, con los beneficios que ofrece el internet y su novedosa Web 2.0.

En la actualidad no es de extrañar que las organizaciones e instituciones con sentido conservacionista o ecológico, encuentren en la Web 2.0 un efectivo medio para la canalización y gestión de su información, actividades y demás acciones que los acercan más a sus grupos objetivos; a los cuales, pretenden hacer partícipes en la causa y que se identifiquen con la misma.

Según Bianchi (2013) una Red Social, es un medio abierto y colectivo. *Están formados por individuos que coomparten alguna relación, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses de otros.*

Son las redes sociales una herramienta vital para la organización, comunicación e involucramiento de la sociedad; que por medio de su adecuado empleo, pueden hacer de este centro de conservación de la especie de la tortuga marina, un recinto que mantenga una estrecha relación con sus diferentes grupos por medio de una información constante y actualizada.

La presente estrategia de comunicación externa para el Tortugario de la RNUMM, propone la creación y su correcto manejo, de las redes sociales de mayor uso en el mundo Facebook y Twitter, además de la implementación de la plataforma de social de videos mas importante en el mundo: YouTube.

### **5.12 Fan page o pagina de seguidores en la red social Facebook:**

Actualmente Facebook se posiciona como la red más utilizada a nivel mundial. Dado que es considerada por muchos, la red social donde se encuentran no solo personas, sino que también organizaciones de diversa índole.

Este medio de comunicación es un sitio web de redes sociales que está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico o acceso a internet. Facebook ofrece a los usuarios la libertad de participar en una o varias redes sociales, en relación con sus: intereses, lugares de origen, profesión, etc. Según datos no actualizados, esa red social tiene 900 millones de usuarios alrededor del mundo, quienes tienen un promedio de 130 amigos o contactos por persona.

La principal característica que distingue a Facebook de las demás redes sociales, es que convierte la pagina de perfil de usuario, previamente conectado, en un tipo de bitácora personalizada, la que el mismo usuario puede alimentar con publicaciones propias (estados de ánimo, fotos, videos, etc), también permite compartir contenido o información de interés. Todo esto, por medio de la función etiquetar o bien, compartir.

Función que puede ser aprovechada para llegar a más personas, usando como canal a los usuarios de esta red que participan en ella y que forman parte de alguno de los diferentes grupos con los que el Tortugario se relaciona y mantiene comunicación externa, además de todas aquellas personas que sin importar su ubicación geográfica, demandan información constante sobre las actividades del Tortugario.

Dicho lo anterior, la creación e implementación de una página exclusiva para el Tortugario de la RNUMM, es necesaria para dar a conocer la importancia de conservar la especie de la tortuga marina, la cual se acerca todos los años para anidar en las playas de la costa sur del país y en el caso específico del sector playa de la RNUMM. Puesto que, puede ser aprovechada de igual manera por la institución para fortalecer su imagen de centro conservacionista; asimismo para informar acerca de la importancia de sus actividades a quienes utilizan esta red social y vincular a más personas en sus campañas e iniciativas.

A diferencia de los tradicionales perfiles personales en esta red, los cuales tienen un límite de cinco mil *amigos* o *contactos*, de acuerdo a políticas de esta red social. La *Fan Page* o *Pagina de Fans*, no tiene un límite en cuanto a la cantidad de seguidores o suscriptores que pueda llegar a tener la misma. Con lo que se garantiza que no se dupliquen esfuerzos, ni información; en la información que se generara en la misma.

Adicional a lo ya mencionado, las páginas de seguidores que se crean en Facebook aparecen en los resultados del motor de búsqueda más visitado en todo el mundo, el cual es Google. Dicha página de fans también puede ser administrada por más de un

usuario. Cuentan con su propia bandeja de mensajes, donde se almacenan todas las inquietudes enviadas por los seguidores de la misma. Una característica importante de esta herramienta, es que no pueden enviarse mensajes directos a un seguidor, sin que él haya emitido uno primero. Es decir, solo se pueden responder los mismos.

Sumado a esto, se puede generar también la interacción de los usuarios: cargando imágenes y videos. En esta misma línea, se debe mencionar que otra ventaja de esta *Fan Page*, radica en la posibilidad de realizar encuestas; las cuales tienen el potencial de generar involucramiento por parte de sus seguidores. Otro beneficio que tiene la implementación de esta página en la ya mencionada red social, es que permite tener cierto nivel de control con base a lo que publican sus seguidores en la misma: fotos, videos y etiquetas; ya que se pueden bloquear: archivos o mensajes no deseados; en relación a ciertas palabras clave que los suscriptores puedan usar en sus mensajes.

Dentro de las diversas ventajas que ofrece una fan page en esta red social, mencionaremos dos que son fundamentales para el proyecto del Tortugario y sin duda, muy importantes:

- ✓ Las fan page de Facebook, es visible para todas aquellas personas que no tengan perfil de usuario en Facebook. Con solo tener acceso a internet, pueden fácilmente buscar la pagina y navegar dentro de ella, desde cualquier parte del mundo.
- ✓ No tiene costo excesivo, en comparación con los medios de comunicación masivos y traicionales.
- ✓ Medio de comunicación directa.

En relación a la presente propuesta se ha creado dentro de la red social Facebook, la fan page para el Tortugario de Monterrico. La cual, se puede encontrar en el siguiente enlace:

*<https://www.facebook.com/pages/Tortugario-Monterrico-CECON-USAC/1487630594814269>*



Imagen tomada de la Web el 27.08.2014

### 5.13 Perfil en la red social Twitter

Tal como se planea en el documento: *Comunicación Digital y Nuevos Medios* (Bianchi, 2013), Twitter es un servicio de mensajes instantáneos que *permite enviar mensajes de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets*. Estos se muestran en la página inicial del perfil del usuario u organización. Por medio de esta red es posible promover cambio social y la educación conservacionista, con mensajes cortos pero de impacto preciso.

Esta herramienta tiene la modalidad de mantener informado al usuario sobre temas de su interés. Dado que esta acción se realiza de manera inmediata y sintetizada por medio de los tweets que sean generados por el perfil creado para el Tortugario de la RNUMM. Lo que hace diferente a esta red social de las demás, es que no se necesita aprobación mutua para la interacción y transmisión de los tweets publicados.

El propósito de Twitter no es necesariamente hacer amigos, sino conectar: personas, organizaciones y temas en los cuales se puede participar en discusiones o conversaciones sin límite de participantes. En esta red no existen los amigos o contactos, sino que se tienen *followings* a quienes se está siguiendo en su actividad. Y se les conoce como *followers* a los seguidores. Es así como se crea una dinámica comunicativa ya que en ella, se establece por los intereses o gustos particulares de cada usuario.

Es en este punto donde se debe tener clara la importancia de la implementación que esta red social pueda aportar al proyecto; y en cuenta de que el principal atractivo del Tortugario es la liberación de tortugas, y que los grupos con que el recinto sostiene relación, demandan información verídica y actualizada acerca de esta actividad.

Como complemento para esta red y de suma importancia, podemos mencionar la novedosa herramienta de los denominados *hashtags* o etiquetas. Los cuales, consisten en la utilización del símbolo numeral (#) antepuesto a una palabra o tema (pueden ser una o varias palabras, pero sin espacios), del cual se quiere categorizar. En el caso del Tortugario, será especialmente útil para emprender campañas (tal como el ejemplo del festival de la tortuga: #FestivaldeLaTortuga2014), que sirvan para generar apoyo a las acciones realizadas por la organización. Esta opción se utiliza para monitorear toda la interacción que se pueda generar acerca de la etiqueta.

Es posible también, al igual que en Facebook, la publicación de: fotos, videos y ubicación. Esto es de gran ayuda para reportar o transmitir en el momento que se lleve a cabo alguna actividad, realizando un tipo de cobertura en vivo para todas aquellas personas que no están en allí, pero que igualmente quieren apoyar. Tales son los casos de los diversos grupos organizados, que si bien la mayoría están en la disposición de ayudar, no todos podrían asistir a las actividades, pero si requieren de la información al mismo tiempo que la pueden compartir.

La acción anterior puede ser idónea para la presente estrategia, ya que con el empleo de los *Retweets (RT)*, que no es más que una cita o publicación de otro usuario (en caso que el perfil del Tortugario emitiera algún tweet o mensaje y que necesitamos llegue a la mayor cantidad de usuarios posibles); los seguidores del centro conservacionista, pueden hacer un Retweet desde su perfil y de esta manera estará apareciendo en la lista de todos los seguidores de quienes realicen este RT que origino en un inicio el perfil del recinto en mención.

Entre otras características que establece un perfil en esta red social, cuenta con las siguientes características:

- ✓ Es un canal para exponer, dar a conocer y construir la imagen de la institución.
- ✓ Un canal para interactuar y conocer sugerencias o comentarios de los diferentes públicos, fidelizándolos y captando nuevos.
- ✓ Uso del signo "#" o "hashtags", son etiquetas virtuales que se utilizan para marcar palabras clave o temas principalmente en Twitter, pero que igual pueden ser publicadas en Facebook por medio de la red ya mencionada.

Dados los diversos puntos, en donde convergen las necesidades comunicacionales que presenta el Tortugario y los beneficios que ofrece esta red, se incluye en la presente propuesta un perfil creado en esta red social; que busca fortalecer la imagen conservacionista del Tortugario y mejorar la comunicación con los diferentes públicos con el afán de concientizar a la mayoría de personas posible de la importancia de la conservación de la especie de la tortuga marina.

En el siguiente enlace, se encuentra el perfil de Twitter del Tortugario de Monterrico:



Imagen tomada de la Web el 27.08.2014

#### **5.14 Canal personalizado en YouTube:**

YouTube es la plataforma social de publicación de videos más importante del mundo. Debido a esto, son muchas las: organizaciones, marcas, empresas y publicistas, entre otros; los que han percibido en esta herramienta, un instrumento ideal para alcanzar sus objetivos. Expuesto lo anterior, se propone la inclusión de este elemento en la presente propuesta que pretende fortalecer la imagen del Tortugario como centro conservacionista y recalcar la importancia de conservar y preservar la amenazada especie de la tortuga marina que anida en el sector playa de la RNUMM, por medio de la difusión de videos acerca de las actividades que realiza dicha entidad.

Esta herramienta se caracteriza por lo peculiar de su maquina, ya que genera enlaces directos para cada video subido al sitio y es capaz de colocar dichos vínculos en otras plataformas, como las redes sociales: Facebook y Twitter. Lo cual, representa para la presente estrategia de carácter integral, lo sistemático que resulta poder colgar

material en YouTube y compartir el link o enlace en los perfiles ya mencionados. Con lo que se viene a complementar la presente propuesta de estrategia de comunicación externa para el Tortugario de la RNUMM.

Lo anterior se encuentra ligado a los intereses del Tortugario; ya que YouTube es un elemento clave para la expansión de la información de sus actividades, debido a su fácil accesibilidad a la plataforma. Asimismo, es tan creciente su demanda dentro de la comunidad virtual, que solamente es superado por Google en los motores de búsqueda electrónicos. Con ello se evidencia, que los usuarios de internet otorgan relevancia no solo al contenido textual sobre determinado tema, sino también al material audiovisual sobre el mismo; ejerciendo un rol de biblioteca audiovisual con sentido promocional y educativo, para quienes deseen darse a conocer.

A diferencia de Facebook y Twitter, en YouTube no es necesario registrarse para poder acceder al contenido disponible en el sitio; lo que garantiza que la información que sea publicada desde esta plataforma por el Tortugario, será de acceso libre a nivel mundial, tan solo con que el usuario tenga conexión a internet por medio de cualquier tipo de dispositivo electrónico.

Con base a lo anterior, se ha creado un perfil personalizado para el Tortugario de la RNUMM. El cual contiene material audiovisual acerca de las diversas actividades que realiza el Tortugario, asimismo material educacional acerca de la importancia de preservar la especie de la tortuga marina. De igual manera, se tiene previsto el apoyo de las autoridades competentes para el mantenimiento del mismo. A continuación se presenta el enlace del sitio creado para este centro conservacionista en YouTube:

**<https://www.youtube.com/user/TortugarioMonterrico>**

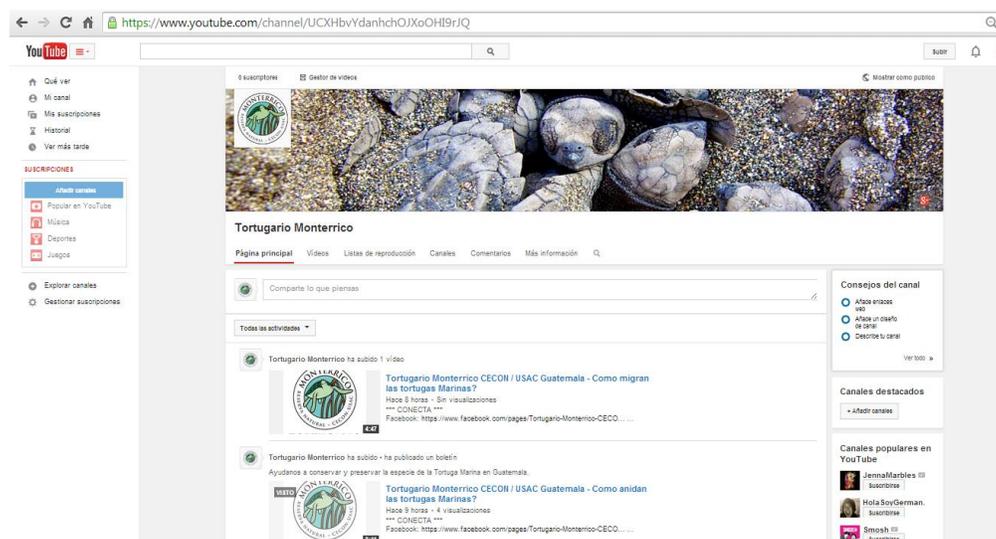


Imagen tomada de la web el 27.08.2014

### **5.15 Planificación de recursos**

Para llevar a cabo la presente propuesta de estrategia se demandan varios requerimientos, los cuales se plantean a continuación con base a lo posible y teniendo claro el limitado presupuesto con que cuenta el CECON, quien regula y administra el Tortugario de la RNUMM. Estos puntos son importantes para gestionar la presente iniciativa. Dichos recursos se han planificado acorde con aspectos fundamentales y de suma importancia para su posible implementación, como recurso humano, económico y material.

Estos se nombran a continuación:

- **Recurso humano:**

- ✓ **Técnico de Comunicación:** Por ser la persona especializada quien tendrá a su cargo la correcta ejecución de la publicidad y comunicación externa del Tortugario, se recomienda que cuente con las siguientes características:

- a) Graduado de Publicista Profesional.

- b) Conocimiento de las redes sociales y su funcionamiento.

- **Equipo:**

- ✓ Una computadora integrada con cámara, micrófono, bocinas y programas multimedia de edición.

- ✓ Impresora.

- ✓ Memoria USB.

- ✓ Teléfono inteligente (con cámara, de una resolución de imagen optima).

- **Servicios**

- ✓ Internet,

- ✓ Teléfono.

○ **Suministros**

- ✓ Papel bond,
- ✓ Tinta para impresora,
- ✓ Discos compactos,
- ✓ Grapadora,
- ✓ Grapas,
- ✓ Lapiceros,
- ✓ Marcadores,
- ✓ Cuadernos.

○ **Aspectos Financieros**

Se contempla que para la adecuada implementación de la presente propuesta de comunicación externa, que el único costo que este proyecto tendría sería la contratación de un Técnico en Comunicación. Dicha persona sería la encargada gestionar la comunicación y la publicidad del Tortugario.

Por el momento, se deja implementada la propuesta en las herramientas ya mencionadas y se capacitaría a la persona que ha mostrado voluntad e interés por este tema, quien es el colaborador Pablo Castellanos, encargado de la biblioteca del CECON de la RNUMM. Para que sea él, quien pueda continuar con dicha labor, en espera que se contrate a un profesional en comunicación, quien realice las labores comunicacionales del Tortugario del CECON, asimismo como de toda la RNUMM.

## Referencias Bibliográficas

1. Acevedo A. y López A. 1896. *El proceso de la entrevista*. México: Limusa. 201 p.
2. Administración y Guarda Recursos de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico. 03 de 03 de 2014. *Informe Final del Programa de Tortugas Marinas, Temporada Julio 2013 a Marzo 2014, CECON / USAC*. Aldea Monterrico, del municipio de Taxisco, departamento de Santa Rosa., Guatemala , Guatemala. 23 p.
3. Alvarez, Silvia et al. 2010. *Perfil Clínico, Epidemiológico y Social del Dengue Clásico y Hemorrágico entre los habitantes de la Aldea Monterrico, Municipio de Taxisco, Departamento de Santa Rosa, Guatemala; durante el período de Mayo-Agosto 2010*. 51. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-.
4. Bernal Cesar Augusto. 2006. *Metodología de la Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
5. Congreso de la República de Guatemala. 07 de Febrero de 1989. *Ley Areas Protegidas - Decreto 4-89*. Guatemala, Guatemala, Guatemala: Congreso de la República de Guatemala (Gobierno de Vinicio Cerezo).
6. Coum Muccio; Luisa Ortiz; Jose Martínez. 2010. *Manual para la conservación de las tortugas marinas en Guatemala, con énfasis en el manejo de tortugarios*. Guatemala: Asociación Rescate y Conservación de vida Silvestre -ARCAS- y el Consejo Nacional de Areas Protegidas -CONAP-.
7. Davara, F.J. et al. 1990. *Introducción a los medios de comunicación*. Madrid, España: EdicionesPaulinas. 470 p.
8. Douglas, T. 1993. *Guía completa de Publicidad*. Madrid, España: Tursen. 224 p.
9. Fernández Collado, Carlos. 119. *La comunicación en las organizaciones*. México: Tillas. 229p.
10. Fernández López, S. 2007. *Como Gestionar la Comunicacion en Organizaciones Públicas y No Lucrativas*. Madrid, España: NARCEA. 268 p.
11. Fiske, John. 1982. *Introducción al mundo de la Comunicación*. Bogotá, Colombia: Norma. 224 p.
12. Gómez Aguilar, M. 2007. *La Comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas*

- andaluzas. Tesis doctoral de Periodismo. Malaga, España: Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Periodismo. 463p.
13. Gómez, Delmy. 2011. *Diagnostico y Propuesta de Comunicacion Externa para el Programa de Integracion Comunitaria (PROINCO) del Fondo Nacional para la Paz (FONAPAZ)* Guatemala: Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 100 p.
  14. Grupo Gestor Monte Rico y Fundacion Eterna Primavera. 2010. Especies que visitan la Costa Sur. *Revista Tortuga Marina*. (Guatemala) 1(13): 6-7.
  15. Guerrero, V. 2002. *Estadística Básica para estudiantes de Economía y otras Ciencias Sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
  16. Interiano, Carlos. 2003. *Semiología y comunicación*. 8ª Ed. Guatemala: Editorial Estudiantil Felix. 186 p.
  17. Kreps, Gary. 1995. *La comunicación en las organizaciones*. Estados Unidos: Editorial Addison - Wesley Iberoamericana. 356 p.
  18. López Silvia, et al. 2011. *Dinamica Socio Ambiental asociada a las areas protegidas de Guatemala*. Guatemala: Sistema universitario de Areas Protegidas -SUAP-. Centro de Datos para la Conservacion -CDC-. Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-.
  19. Matute, Luis. 1999. *El proceso de la Comunicación externa que desarrolla la Corte Suprema de Justicia y el Organismo Judicial (Análisis y Propuesta)*: Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 122 p.
  20. Mencos, Rebeca. 2008. *Influencia de las Comunicaciones interpersonales entre los Guarda recursos del CECON y la poblacion de la reserva natural de usos múltiples Monterrico*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 86 p.
  21. Mérida, Aracelly. 2011. *Manual para elaborar tesis*. Guatemala: Editorial Luna: 75 p LX .
  22. Mérida, Aracelly. 2011. *Manual de busqueda, descripcion bibliografica, citas dentro del texto y criterios para evaluar la calidad de las fuentes de informacion*. Guatemala: Editorial Luna.

23. Muccio Colum, Ortiz Luisa, Martinez Jose. 2010. *Guia para la conservacion de las tortugas marinas de Guatemala, con enfasis en el manejo de tortugarios*. Guatemala: Consejo Nacional de Areas Protegidas -CONAP-.
24. Muriel M., Rota G. 1980. *Comunicación Institucional. Enfoque de las relaciones humanas*. Quito, Ecuador: Andina. 305 p.
25. Namakforoosh, Mohammad. 2005. *Metodología de la Investigación*. México. Limusa. 528p.
26. Nij, Misael; Morales, Julio. 2003. *Análisis y Propuesta de Equipamiento comunitario y Arquitectura Complatile con Enfoque Ecoturística en la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico*. Tesis Arquitectura. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Arquitectura. 93p.
27. Pardo Villegas, P., et al. 2011. *Catálogo de plantas medicinales y comestibles de la Reserva Natural de Usos Múltiples Monterrico*. Guatemala: Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala, CECON, PUIRNA, DIGI. 2011. 102 p.
28. Palencia-Lefler, Manuel. 2011. *90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Publicas*. España. Profit. 528 p.
29. Pasquali, Antonio. 1990. *Comprender la comunicación*. Caracas, Venezuela: Editorial Monte Avila Latinoamérica. 289 p.
30. Prieto Castillo, Daniel. 1985. *El Diagnóstico de Comunicacion para América Latina*. Quito, Ecuador: CIESPAL. 379 p.
31. Recinos Bermúdez, Jessika. 2004. *Estrategia Promocional para la Educacion Ambiental del Turista Interno en la Reserva Natural Monterrico*. Tesis Licenciatura en Mercadotecnia. Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales, Departamento de Mercadotecnia y Publicidad. 123 p.
32. Sigüenza, Raquel; Ruiz, Jorge. 1999. *Plan Maestro 2,000 - 2,005 Reserva Natural de Usos Multiples Monterrico (Taxisco-Chiquimulilla-Santa Rosa), Proyecto "Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Asociados a los Manglares del Pacifico de Guatemala" (INAB-UICN-UE)*. Guatemala: Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- / Consejo Nacional de Areas Protegidas -CONAP-. 202 p.
33. Toledo, Thelma. 2006. *Implementación de una Radio Comunitaria en la Reserva Natural Monterrico (Taxisco, Departamento de Santa Rosa)*. Tesis Licenciatura

- en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 68 p.
34. Urbina, Francis. 2005. Diagnostico y Propuesta de Comunicación Externa del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza -CATIE- Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 50 p.
  35. Vallverdú, J. 2008. *Antropología Simbólica*. Barcelona, España: Editorial UOC. 192p.
  36. Vásquez, Evelyn . 2010. *Diagnostico y Propuesta de Comunicacion Externa para la Facultad de Odontologia de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 87 p.
  37. Velásquez, P. d. 2012. Estrategia de Educacion Ambiental 2012 -2016 para la Reserva Natural de Usos Multiples Monterrico. *Becaria del Trainin & Dialogue Program J10-00769: "Environmental Education for Sustainable Development: Conservation of Coastal Ecosystems for the Lives of Local communities"* (pág. 37). Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-, Agencia de Cooperacion Internacional del Japón -JICA-.

## **E-Grafías**

1. Asuntos del Sur, 2013. Comunicación Digital y Nuevos Medios. [Documento PDF]. Disponible en <http://www.asuntosdelsur.org/biblioteca/?did=18>. Fecha Consulta 23 de Abril de 2014.
2. Análisis FODA  
[https://books.google.es/books?id=6p0R6MOBQc4C&pg=PA105&dq=ANALISIS+FODA&hl=en&sa=X&ei=zlssVb\\_dK9PrggTPpISIBw&ved=0CD8Q6AEwAw#v=onepage&q=ANALISIS%20FODA&f=false](https://books.google.es/books?id=6p0R6MOBQc4C&pg=PA105&dq=ANALISIS+FODA&hl=en&sa=X&ei=zlssVb_dK9PrggTPpISIBw&ved=0CD8Q6AEwAw#v=onepage&q=ANALISIS%20FODA&f=false)  
Fecha de Consulta: 18 de Noviembre del 2014
3. Comunicación Externa  
<http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/>  
Fecha y hora de Consulta: 04 de Marzo del 2014.
4. Grupo Objetivo  
<http://es.slideshare.net/VictorBarreroZurita/publico-objetivo-13095956>  
Fecha de Consulta: 19 de Noviembre del 2014.
5. Guatemala ocupa el lugar #61 en usuarios de Facebook.  
<http://periodicoeluniversitario.org/ciencia-y-tecnologia/guatemala-ocupa-el-lugar-no-61-en-uso-de-facebook/>  
Fecha de Consulta: 26 de Mayo del 2014.
6. *Impronta.*  
<http://www.rae.es/>. (03 de Marzo de 2014).  
[http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae:](http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae)  
[http://lema.rae.es/drae/?val=impronta.](http://lema.rae.es/drae/?val=impronta)
7. Plan de Negocios, Análisis FODA.  
<http://books.google.com.gt/books?id=9GnvdQknUeIC&pg=PA157&dq=analisis+foda&hl=es&sa=X&ei=74hrVJOILIGdgwTcsoCADA&ved=0CCAQuwUwAA#v=onepage&q=analisis%20foda&f=false>  
Fecha de Consulta: 16 de Noviembre del 2014.

8. Reserva Natural.

[http://books.google.com.gt/books?id=Cy-Frn9-k6QC&pg=PA934&dq=concepto+reserva+natural&hl=es&sa=X&ei=ubkoU\\_eQOoaTkQfemoDYAg&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20reserva%20natural&f=false](http://books.google.com.gt/books?id=Cy-Frn9-k6QC&pg=PA934&dq=concepto+reserva+natural&hl=es&sa=X&ei=ubkoU_eQOoaTkQfemoDYAg&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20reserva%20natural&f=false)

Fecha de Consulta: 18 de Marzo del 2014. de

### **Lista de personas entrevistadas:**

- Barillas, Armando. Representante del gremio de Lancheros y Lanchoneros. Entrevista realizada el 2 de Abril del 2014, frente al embarcadero de Monterrico.
- Chinchilla, Ramiro. Representante del grupo de Microbuseros. Entrevista realizada en 2 de Abril del 2014, en su residencia, Monterrico.
- Flores, Cesar Augusto. Guarda Recursos Encargado del Tortugario. Entrevista realizada el 5 de Febrero de 2014, en las Instalaciones del Tortugario del CECON, Monterrico.
- Galindo, Jorge Luis. Director del Centro de Estudios Conservacionistas (CECON). Entrevista realizada el 22 de Abril del 2014, en las instalaciones de la biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Gonzales, Roberto. Coordinador de la RNUMM del CECON. Entrevista realizada 9 de Abril del 2014, en las instalaciones del CECON, Monterrico.
- Grajeda, Juan José. Presidente Consejo Comunitario de Desarrollo Monterrico (COCODE). Entrevista realizada el 3 de Abril del 2014, en la playa publica de Monterrico.
- Lemus, Abelino. Representante de Guías Turísticos Monterrico. Entrevista realizada el 2 de Abril del 2014, en su residencia, Monterrico.
- Lemus, Arturo. Representante del gremio de pescadores del mar y del canal de Chiquimulilla. Entrevista realizada el 3 de Abril del 2014, en su residencia, Monterrico.
- Peralta, Otto. Alcalde Municipal de Taxisco, Chiquimulilla; Santa Rosa. Entrevista realizada el 1 de Abril del 2014, en las instalaciones de la casa de investigadores para investigadores del CECON, Monterrico.
- Rodríguez, Flor de María. Representante de Hoteleros. Entrevista realizada el dos de Abril de 2014, en las instalaciones de Hotel Café del Sol, Monterrico.

**ANEXOS**  
**ENTREVISTA AUTORIDADES**

**ANEXO 1**

---

**ENTREVISTA ALCALDE MUNICIPAL**

**Taxisco, Chiquimulilla, Santa Rosa.      Lcdo. Otto Peralta**

1. ¿Considera usted, que las actividades que desarrolla el Tortugario son importantes en su administración municipal y si estas repercuten en el desarrollo del municipio?
  
2. ¿Cree que la comunicación externa en el Tortugario es efectiva?, ¿si, no, por qué?
  
3. ¿En qué disposición se encuentra su administración de poder apoyar al Tortugario de la RNUMM en algún proyecto que permita mejorar la comunicación externa?
  
4. ¿Con qué recursos podría apoyar para la creación de un Departamento de Comunicación para el Tortugario de la RNUMM?
  
5. ¿Algún otro comentario con respecto al Tortugario?

**ENTREVISTA DIRECTOR CECON Y COORDINADOR DE LA RNUMM**

**M.A. Jorge Luis Galindo / Ing. Roberto González**

1. ¿Cuáles son las actividades que el CECON ha realizado con relación a la Comunicación Externa?
2. ¿Han sido estas efectivas?
3. ¿Qué tipos de herramientas de comunicación externa se han utilizado en el Tortugario de la RNUMM?
4. ¿Qué importancia tiene la comunicación externa para el Tortugario de la RNUMM?
5. ¿Existe algún proyecto que incluya la comunicación externa a futuro en la RNUMM?
6. ¿Qué disponibilidad tiene como autoridad para poder apoyar algún proyecto que pueda impulsar, mejorar y desarrollar la comunicación externa para el Tortugario y la RNUMM?

**CUESTIONARIO PARA REPRESENTANTES DE GRUPOS ORGANIZADOS  
LOCALES  
(COCODE, guías turísticos, hoteleros, lanchones y lanchoneros, microbuseros y  
pescadores)**

1. ¿Cuál es el nombre de la organización que usted representa, y a que se dedica?
2. ¿Cuál es el número de personas que pertenecen al grupo organizado que usted representa?
3. ¿Conoce usted cuales son las funciones del Tortugario de la RNUMM?
4. ¿Considera que la organización que usted dirige o forma parte se beneficia de las actividades que realiza el Tortugario?
5. ¿Qué disposición existe en su organización para colaborar conjuntamente con el Tortugario de la RNUMM?
6. ¿En qué consistiría esa colaboración?

**Universidad de San Carlos de Guatemala - Escuela de Ciencias de la  
Comunicación - Juan Carlos Peralta Rosales - 25042014**

**ENCUESTA A TRABAJADORES DE LA RESERVA**

EDAD \_\_\_\_\_

SEXO \_\_\_\_\_

AÑOS DE TRABAJAR PARA LA RNUMM \_\_\_\_\_

CARGO QUE DESEMPEÑA \_\_\_\_\_

1. ¿Considera importante que el Tortugario dé a conocer sus actividades?  
SI - No / ¿Por qué?

---

---

2. ¿Considera usted que la institución cumple con las expectativas de los turistas en la comunicación entre ambos?

SI - No / ¿Por qué?

---

---

3. ¿Tiene el Tortugario de la RNUMM alguna persona especializada en el área de comunicación?

SI - No

4. ¿En que beneficiaría el crear un área de comunicación no solo para el Tortugario, sino para toda la RNUMM?

a. Mejor comunicación con los públicos / b. Generar información / c. Mejores ingresos

5. ¿Ha escuchado hablar de las "redes sociales", tales como: Facebook y Twitter, entre otros? Si / No

6. ¿Considera seria de beneficio para el Tortugario comunicarse con sus diferentes públicos por medio de estas? Si / No