

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Centro Universitario de Santa Rosa
Licenciatura en Turismo**

**Desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena,
departamento de Santa Rosa. Año 2013**



Asesor de Tesis

Ma. Félix Tomás Gómez Figueroa

Revisor de Tesis

Licda. Aida Victoria Ardon Pérez

Elaborado por:

Kimberly Yohana Marroquín Martínez

Carné: 200741554

Cuilapa, Santa Rosa, octubre de 2014



Este estudio fue presentado por la autora como trabajo de Tesis, requisito previo a su graduación de Licenciada Turismo.

Cuilapa, Santa Rosa, septiembre 2014.

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Centro Universitario de Santa Rosa**

Honorable Consejo Directivo

M.A. Balter Armando Aguilar Pichillá
Director del Centro Universitario de Santa Rosa

M.A. Félix Tomás Gómez Figueroa
Secretario del Consejo

M.A. Walter Ramiro Mazariegos Biolis
Decano Facultad de Humanidades

Lic. Federico Borrayo Pérez
Representante de docente por el Consejo Directivo



Mynor Alfonso de la Rosa Palacios
Representante Estudiantil por el
Consejo Directivo

Jorge Mario Geraz Rodríguez
Representante Estudiantil por el
Consejo Directivo

Universidad de San Carlos de Guatemala
Centro Universitario de Santa Rosa
Coordinación Académica del Centro Universitario de Santa Rosa

M.A. Herminia del Pilar Sagastume Miranda
Coordinadora Académica

M.A. Félix Tomás Gómez Figueroa
Coordinador de Exámenes de Graduación
Coordinador carrera de Turismo

M.A. José Obdulio Blanco
Coordinador carrera de Ciencias Jurídicas y Sociales, Abogado y Notario,
Sección Cuilapa

Lic. Manuel Orlando Bolaños
Coordinador carrera de Ciencias Jurídicas y Sociales, Abogado y Notario
Sección Chiquimulilla

Lic. Juan Alberto Martínez Pérez
Coordinador carrera de Licenciatura en Pedagogía Y Administración Educativa
Sección Chiquimulilla

Licda. Adelina Arenas Castellanos
Coordinadora carrera de Licenciatura en Pedagogía y Administración
Educativa, Sección Taxisco



M.A. Thelma Araceli Palacios Revolorio
Coordinadora carrera de Licenciatura en Pedagogía y Administración
Educativa, Sección Cuilapa

Ing. Agr. Jorge Luis Roldán Castillo
Coordinador carrera de Ingeniero Agrónomo en Sistemas de
Producción Agrícola (SPA)

Lic. Carlos Humberto Ordoñez Choc
Coordinador carrera Administración de Empresas Sección Cuilapa

Lic. Amilcar Carrillo Chávez
Coordinador carrera Administración de Empresas Sección Chiquimulilla



Padrinos de Graduación:

M.A. Miriam Vanesa Martínez Marroquín

Universidad Francisco Marroquín

Colegiado No. 12,906

Ing. Juan Alberto Zepeda Molina

Universidad de San Carlos de Guatemala

Colegiado No. 5507





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Centro Universitario de Santa Rosa CUNSARO

Aldea los Esclavos Colonia las Monjas, Cuilapa, Santa Rosa, 06 de Septiembre de 2014

Director: M.A Balter Armando Aguilar Pichilla
MA.Félix Tomás Gómez Figueroa
Coordinador de Exámenes de Graduación
Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presente:

Respetable Licenciados:

De manera muy atenta y respetuosa me dirijo a usted para comunicarle que procedí a realizar el papel de Revisora de trabajo de Tesis por nombramiento que se me hiciera en Oficio –Ref: C.E.G –CUNSARO 30-2014 REVISORA de fecha - 06 de agosto de 2014, de la tesis Titulada Desarrollo Turístico de la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, Santa Rosa, presentado por la estudiante Kimberly Yohana Martínez estudiante de Licenciatura en Turismo y quien se identifica con carné No 200741554.

Durante la revisión del contenido de la tesis se realizaron correcciones según lo estipulado en el artículo 18 del normativo vigente, la redacción en la ortografía, en el estilo se veló por la aplicación del Instructivo general para la elaboración de tesis, se le recomendó a la ponente realizar algunas modificaciones de redacción y ortografía mismas que fueron atendidas, haciendo los cambios respectivos para lo cual enriquecieron el trabajo original, se le entrego para sus correcciones, habiéndolo devuelto para ser entregado a la coordinación con el dictamen respectivo

El informe de tesis refleja la labor desarrollada por su autor durante la investigación, con las sugerencias, directrices y orientaciones que en su momento oportuno, fueron vertidas en conclusiones considero que el trabajo de investigación llena los requisitos correspondientes. Por lo que procedo a emitir **DICTAMEN FAVORABLE DE TESIS** como Revisora de Tesis sin otro particular me suscribo de usted.

Respetuosamente


Licenciada Aida Victoria Ardón Pérez
Profesora Interina, CUNSARO

C.c. Archivo

ID Y ENSEÑAD A TODOS



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Centro Universitario de Santa Rosa

Cuilapa, Santa Rosa, 10 de Octubre de 2014

M.A. Félix Tomás Gómez Figueroa
Coordinador de Exámenes de Graduación
Centro Universitario de Santa Rosa
CUNSARO
Presente

Estimado M.A. Gómez:

Reciba un cordial saludo, al mismo tiempo le deseo éxitos en sus actividades diarias.

De manera atenta y respetuosa me dirijo a usted para informarle que procedí a realizar el papel de Consejero de Estilo de la tesis titulada "Desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa, presentada por la estudiante de Licenciatura en Turismo Kimberly Yohana Marroquín Martínez, quien se identifica con carné no. 200741554.

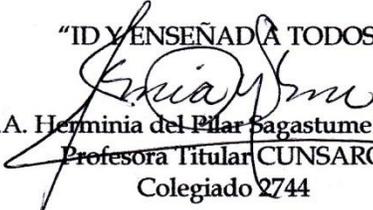
Durante la revisión del contenido del trabajo de tesis se realizaron correcciones en la redacción y estilo, velando por la aplicación del Normativo para el desarrollo del trabajo de tesis, se le recomendó a la ponente realizar algunas modificaciones, mismas que fueron atendidas, haciendo los cambios respectivos para enriquecer el trabajo original.

El informe de tesis refleja la labor desarrollada por su autora durante la investigación, con las sugerencias, directrices y orientaciones que en su momento oportuno, fueron vertidas en conclusiones; considero que el trabajo de investigación llena los requisitos correspondientes. Por lo que procedo a emitir **Dictamen favorable de tesis** como Consejero de Estilo de Tesis.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑADA A TODOS"


M.A. Herminia del Pilar Sagastume Miranda
Profesora Titular CUNSARO
Colegiado 2744

c.c. Archivo

Cuilapa, Santa Rosa



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Centro Universitario de Santa Rosa

Aldea los Esclavos, Colonia las Monjas, Cuilapa Santa Rosa, 06 de julio de 2014

Coordinador de Exámenes de Graduación
Centro Universitario de Santa Rosa
CUNSARO
Presente

Estimado Señor Coordinador de Exámenes de Graduación:

Reciba un cordial saludo, al mismo tiempo le deseo éxitos en sus actividades diarias.

Por medio de la presente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que tuve a mi cargo la asesoría en el desarrollo del contenido del trabajo de investigación de la tesis titulada *"Desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota, Municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa. Año 2013"*. De la estudiante Kimberly Yohana Marroquín Martínez, quien se identifica con carné no. 200741554, según instrucciones emitidas por la Coordinación de Exámenes de Graduación.

Con base a la revisión, observación y determinando que lo elaborado por la estudiante, se ajusta a los requisitos establecidos por el normativo respectivo, emito el presente dictamen favorable. Es importante mencionar que el trabajo desarrollado satisface los objetivos previstos en la elección del tema.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. M.A. Félix Gómez Figueroa
Profesor Titular
CUNSARO



c.c. Archivo

Cuilapa, Santa Rosa



**Centro Universitario de Santa Rosa
Coordinación Examen de Graduación**

**DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE SANTA ROSA -CUNSARO-
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, Cuilapa, 10 de
Octubre de dos mil catorce**

Orden de Impresión 14/2014

Con vista en los dictámenes favorables que anteceden y a solicitud de la Coordinación de Exámenes de Graduación, de conformidad con el artículo 17 del Normativo para el desarrollo de exámenes públicos de graduación de las carreras de Licenciatura en Pedagogía y Administración Educativa, Turismo y Administración de Empresas del Centro Universitario de Santa Rosa -CUNSARO- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la estudiante **Kimberly Yohana Marroquín Martínez**, titulado "Desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa. Año 2013."

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Mtra. Herminia del Pilar Sagastume Miranda
Coordinadora Académica


Mtro. Balter Armando Aguilar Pichilla
Director

Dedicatoria

A Dios: El motor de mi vida, quien me da la sabiduría, paciencia, salud, amor e ilumina mi camino para el éxito.

A mis padres: por ser mi ejemplo de lucha y emprendimiento, por llenar mi vida de triunfos e inspirarme a alcanzarlos, porque siempre se han sacrificado para darme lo mejor en la vida y demostrarme su amor incondicional.

A mis hermanos: por demostrarme su apoyo y cariño.

A mis Abuelos: por todos los valores inculcados, el respeto, la responsabilidad, la constancia y el orden; por cuidar siempre mi camino y enseñarme con sus palabras de experiencia.

A mis tías: por su apoyo incondicional, los consejos de lucha, paciencia y emprendimiento.

A mis primos (as): por el ejemplo de lucha e inspirarme a cumplir mis metas.

A mis princesas: Mariana, Mia y Gaby, por ser la luz y la alegría de mi vida.

A mi novio: por acompañarme siempre en mi camino, estar conmigo en la lucha y demostrarme tu apoyo incondicional.

A la Mara U: por orientarme y recordarme que la paciencia es la mejor compañera, por escucharme y aguantarme.

A mis Compañeras: Jenny, Alba, Gina y Eve, por su amistad incondicional, por acompañarme en la lucha y ayudarme siempre.

A mis Catedráticos: por ayudarme a ser constante, recordarme mis valores en los momentos difíciles y su ayuda incondicional.

A la Tricentenaria: Por la oportunidad de crecimiento, desarrollo y profesionalización;
Universidad de San Carlos los conocimientos impartidos en clases durante todos estos años y enseñarme a ser persistente para conseguir mis metas.

“El autor es responsable de las opiniones, criterios y autocidad de la presente tesis”

Índice

Resumen.....	1
Introducción.....	3
Capítulo I Marco conceptual	
1.1 Tema	5
1.2 Planteamiento del problema.....	5
1.3 Enunciado del problema.....	5
1.4 Delimitación del objeto de estudio del problema	6
1.5 Justificación.....	7
1.6 Antecedentes.....	8
Capítulo II Marco teórico	
2.1 Turismo	11
2.1.1 Tipos de turismo	11
2.2 Sostenibilidad ambiental.....	13
2.3 Planificación turística.....	13
2.4 Desarrollo turístico.....	13
2.4.1 El empleo del turismo como factor de desarrollo.....	13
2.5 Planificación ecoturística	15
2.5.1 Diseño de un proyecto ecoturístico	15
2.6 Marketing ecoturístico	24
2.7 Problemas en el diseño de un proyecto de ecoturismo	26
2.8 Principios para llevar a cabo la evaluación y el establecimiento de los indicadores.....	29
2.9 Monografía del municipio	32

2.9.1	Reseña del municipio de Barberena.....	32
2.9.2	Localización geográfica	33
2.9.3	Accesibilidad	33
2.9.4	Clima	34
2.9.5	Topografía	34
2.9.6	Cultivos.....	34
2.9.7	Aspecto económico	34
2.9.8	Servicios básicos.....	35
2.10	Finca Villa Carlota.....	42
2.10.1	Reseña de la Finca Villa Carlota	42
2.10.2	Ubicación geográfica	42
2.10.3	Actividad productiva	43
2.10.4	Recursos naturales.....	43
2.10.5	Infraestructura	43
2.11	Propuesta de desarrollo.....	43
2.11.1	Diagnóstico.....	43
2.11.2	Plan de acción.....	46
2.11.3	Elaboración del Plan de Marketing.....	48
2.11.4	Planificación participativa	51
2.11.5	Identificación de las fuentes de financiamiento	53
2.11.6	Formulación del Plan Operativo Anual	54
Capítulo III Marco metodológico		
3.1	Objetivos	57
3.1.1	General.....	57
3.1.2	Específicos	57

3.2 Hipótesis.....	57
3.2.1 General.....	57
3.2.2 Específica.....	58
3.2.3 Operacionalización de la hipótesis	59
3.3 Unidades de análisis	61
3.4 Muestra o población a encuestar.....	61
3.5 Metodología de investigación	61
3.5.1 General.....	61
3.5.2 Específico.....	62
3.6 Técnicas bibliográficas o documentales y de campo.....	62
3.6.1 Técnicas documentales.....	62
3.6.2 Técnicas de campo	62
Capítulo IV Marco operacional	
4.1 Presentación de indicadores (cuantitativos y cualitativos).....	64
4.2 Comprobación de la hipótesis planteada.....	76
4.3 Interpretación general de resultados	76
4.4 Conclusiones	78
4.5 Recomendaciones.....	79
Capitulo V Marco propositivo	
5.1 Diagnóstico.....	81
5.1.1 Entorno.....	83
5.1.2 Oferta	84
5.1.3 Demanda.....	87
5.2 Plan de acción	87
5.2.1 Lista de acciones.....	88

5.2.2	Descripción de las acciones	89
5.2.3	Imagen objetivo	90
5.2.4	Misión y visión del proyecto.....	90
5.3	Elaboración del Plan de Marketing	91
5.3.1	Análisis FODA	94
5.3.2	Toma de decisiones estratégicas	95
5.3.3	Control.....	95
5.4	Planificación participativa	95
5.4.1	Foro de participación	96
5.4.2	Elaboración de material informativo	97
5.4.3	Capacitación y formación	98
5.4.4	Presentación del Plan de desarrollo turístico	99
5.5	Identificación de las fuentes de financiamiento	100
5.6	Formulación del Plan Operativo Anual	100
5.7	Control y evaluación del cumplimiento de acciones	102
5.7.1	Ex –ante	102
5.7.2	Durante.....	103
5.7.3	Ex -post	103
5.7.4	Presupuesto y financiamiento del proyecto.	103
VI	Bibliografía.....	105
6.1	Libros.....	105
6.2	Leyes.....	106
6.3	Artículos	107
6.4	E-grafía.....	107
VII	Glosario	109

Anexos	112
Cuestionarios	112

Resumen

El presente documento contiene una investigación la cual tiene como propósito la realización de un diseño para implementar un Plan de Desarrollo Turístico en la Finca Villa Carlota, ubicada en el municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa, necesario antes de iniciar un proyecto turístico, y con ello evitar el deterioro de los recursos y para que su uso sea sostenible y sustentable.

Los pasos sistemáticos que se utilizaron para demostrar como un plan de desarrollo ayuda de manera sustentable y sostenible figuran en capítulos explicados a continuación:

Capítulo I, llamado Marco conceptual, tiene como objetivo indicar cómo y porqué se realizará el proyecto: “Desarrollo Turístico de la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa, año 2013”. En él se presenta la justificación y antecedentes que puedan ilustrar de manera fehaciente la importancia del tema, así como la delimitación del mismo.

Capítulo II, Marco teórico, ofrece el objeto de estudio de la investigación; conociendo a fondo la problemática de la planificación del desarrollo turístico a través de indagaciones previas relacionadas con el tema como el turismo y los tipos que se pueden aplicar, así como definiciones de ítems que se incluyen dentro del Plan de Desarrollo de la Finca, permitiendo elaborar las herramientas que validen la hipótesis planteada en el Marco metodológico, en este caso en particular se realiza este tipo de acciones ante la implementación de un plan de desarrollo el cual es necesario previo a realizar cualquier tipo de proyecto turístico.

Capítulo III, Marco metodológico, se presenta como el marco metodológico, el cual proporciona los objetivos de la investigación divididos de forma general y específica; el planteamiento de la hipótesis, con unidades de análisis que permiten la obtención de indicadores y el método científico de investigación.

Capítulo IV, Marco operativo proporciona los indicadores cualitativos y cuantitativos, la interpretación de los resultados y comprobación de la hipótesis, permitiendo el análisis para la realización de conclusiones y recomendaciones sobre la elaboración del proyecto.

Capítulo V, el Marco propositivo describe la propuesta profesional planteada como guía previo al inicio de un proyecto concreto.

Introducción

El fin principal en la realización de investigaciones como la presente es ofrecer métodos científicos, técnicos y sistemáticos a través de planes estructurados de tal forma que eviten riesgos o imprevistos que además pueden redundar en pérdidas humanas o económicas cuantiosas.

El turismo es un hecho social que genera una serie de interrelaciones e intercambios, experimentando día con día un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo.

Temas como el calentamiento global, la erosión del suelo o pérdida de especies son hoy en día titulares en periódicos y revistas, hacen realizar un análisis para la implementación de planes alternativos que ayude a evitar el deterioro del medio ambiente por la falta de prevención y visión a un futuro inmediato.

La escritora Mónica Pérez de las Heras, dice en su libro La guía del Ecoturismo. (2003) “el turismo resulta ser realmente un sector muy sustancioso, capaz de transformar a un país pobre en un país rico, si se hace bien; o transformar a un país pobre en un país destrozado, si se hace mal”.

No todas las áreas con atractivos turísticos pueden ser desarrolladas como tal, ya que el nivel de explotación o modificación que implica es de alta magnitud por lo que se encuentran con problemas como inaccesibilidad u oposición de la población a este cambio. Una evaluación sobre el entorno, la oferta, demanda, la competencia y FODA confirmará si un área es turística y si la inversión que se realizará es justificada y no se tomará con el paso del tiempo como un gasto.

La presente propuesta tiene como finalidad ejemplificar un plan de desarrollo turístico partiendo del análisis de diversos planes, nacionales e internacionales, y con ello

concretar una sólida fundamentación sobre la importancia de la aplicación del mismo para lograr un Turismo sustentable, reducir el deterioro del ambiente natural y promover el crecimiento económico de la Finca Villa Carlota, en el municipio de Barberena, Santa Rosa; evitando con ello el deterioro de la naturaleza y de los recursos, la Finca Villa Carlota ofrece características especiales como abundante flora y fauna, recurso natural que además de ser un atractivo turístico, es una fuente de trabajo para nacionales y extranjeros. El presente estudio pretende sentar un precedente para fortalecer el turismo en Santa Rosa y en Guatemala.

Capítulo I

Marco conceptual

1.1 Tema

“Desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa. Año 2013”.

1.2 Planteamiento del problema

El turismo es un sector muy importante para el desarrollo económico de los países, lo que ha generado que en la actualidad se creen más destinos turísticos con infraestructura y servicios apropiados para generar y manejar dichas actividades, sin causar un impacto ambiental irreversible.

La Finca Villa Carlota, por su ubicación geográfica es estratégica para impulsar el ecoturismo, pero carece de infraestructura adecuada que sirva de modelo de atractivo turístico. Una de las razones por las cuales no hay desarrollo de infraestructura turística, es por la falta de una efectiva política de planificación de desarrollo turístico en la zona, privándose así a la población de las oportunidades que puedan brindar a los visitantes de la Finca Villa Carlota.

Para que un plan de Desarrollo Turístico en la Finca Villa Carlota se desarrolle y genere los resultados esperados, se necesita de la iniciativa de los diferentes sectores del municipio, solo en esa medida el turismo se puede convertir en un elemento inductor del desarrollo a nivel local para generar empleos, aumentando los ingresos de las familias y promover el desarrollo de la zona.

1.3 Enunciado del problema

¿En qué medida un plan de desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota, en el municipio de Barberena, Santa Rosa, puede generar un turismo sustentable y sostenible?

En un intento de maximizar los impactos positivos y minimizar los impactos negativos surge el planteamiento basado en la sostenibilidad, enmarcado en la equidad social, prudencia ecológica y la dinamización de la economía local.

Equidad social: para su efecto se propone tomar en cuenta a la población mediante la planificación participativa, en donde se dé a conocer el proyecto, las líneas de acción y la integración de la comunidad en él.

Prudencia ecológica: esto se llevará a cabo iniciando con el diagnóstico de la Finca Villa Carlota, para evitar el deterioro de las áreas vulnerables y la pérdida de flora y fauna; con la aplicación de líneas de acción como disminución de la contaminación de desechos, fomento de la diversidad agrícola o la realización de talleres o seminarios sobre la flora y fauna del área; previamente analizadas, y por último el control y evaluación de las acciones sostenibles propuestas.

Dinamización económica social: creación de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la que todos los agentes económicos interactúen o se involucren para alcanzar un desarrollo sostenible real.

1.4 Delimitación del objeto de estudio del problema

1.4.1 Delimitación teórica

Con el fin de abordar mejor la propuesta, es necesario delimitarlo desde sus orígenes fundamentándose en fuentes bibliográficas relacionadas al turismo en general, el turismo en Guatemala y la planificación de un desarrollo turístico, específicamente del turismo en el municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa.

1.4.2 Delimitación espacial

El estudio sobre la elaboración del Plan de desarrollo turístico se llevará a cabo en la Finca Villa Carlota en el municipio de Barberena, departamento de Santa Rosa.



1.4.3 Delimitación temporal

Los datos que se utilizarán para la elaboración de la presente tesis, se recopilaron en un intervalo de 12 meses, comprendidos entre Febrero del 2013 a marzo del año 2014.

1.5 Justificación

El Turismo es una actividad multisectorial (hotelería, gastronomía, restauración, transporte, espectáculos, compras, museos, etc.), es decir, que mueve una serie de industrias y comercios sin dejar de señalar lo más importante que es el intercambio humano y el encuentro natural. En los últimos años ha alcanzado una mayor trascendencia en la economía nacional, al convertirse en una importante fuente generadora de divisas, empleo y desarrollo, beneficiando no solo al propietario del lugar, sino también a las comunidades aledañas y población en general, de modo que mejoren sus condiciones de vida y el lugar turístico sea una propuesta de desarrollo económico, sostenible y ecológico que ayude a la generación de empleos y mitigue el deterioro ambiental.

La presente investigación permitirá elaborar el Plan de Desarrollo Turístico para contribuir a la evaluación sobre el potencial turístico de la Finca Villa Carlota y su viabilidad como parque ecoturístico, y al mismo tiempo, contribuir con el manejo sustentable, sostenible y social.

Además, al final de la investigación se pretende demostrar la viabilidad de realizar proyectos ecoturísticos en la Finca Villa Carlota obteniendo beneficios económicos y sociales para el área.

1.6 Antecedentes

1.6.1 Turismo

Con el paso de los siglos y la evolución de las sociedades, el hombre siente la necesidad, una vez cubiertas las vitales, de satisfacer algo más: sus intereses por descubrir y conocer el mundo.

En la época independiente a principios del siglo XIX se registraron testimonios que contribuyeron a la elaboración de una guía de visitantes denominada “Guía de Forasteros”.

En cuanto al turismo se puede decir que es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX, pero con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que dispuso de recursos económicos y tiempo libre para viajar, al finalizar la Primera Guerra Mundial se comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles que contribuyeron a la movilización de los turistas.

En cuanto a desarrollo, algunos piensan que es “crecimiento” e “industrialización”, como se le entendía en la década de 1940, y que diera origen en 1949 a una corriente impulsada por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina, de la ONU) llamada “desarrollista, para la década de 1960 se comprendió que el desarrollo no podía ser sólo como crecimiento económico, y

se reconocieron dos dimensiones distintas del mismo: el crecimiento económico y el nivel de vida de la población.

En 1961 el Decreto Legislativo 1497, crea el Centro Guatemalteco de Turismo, periodo del General Miguel Ydigoras Fuentes y en 1967 el Decreto Legislativo 1701 crea el Instituto Guatemalteco de Turismo, en el periodo del Lic. Mario Méndez Montenegro.

En Guatemala, uno de los pioneros del turismo es el Señor Salvador Herrera, al construir el Palace Hotel, posteriormente comenzaron a venir cruceros, los cuales viajaban hacia San Francisco, California, Estados Unidos, los turistas desembarcaban en el Puerto de San José.

La crisis ambiental puesta de manifiesto en el informe de la Comisión Brundtland de las Naciones Unidas en 1987, obligó a revisar el concepto de desarrollo y como resultado de dicho informe, en ocasión de la Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro en 1992, denominada Cumbre de la Tierra, la cual define los derechos y responsabilidades de las naciones en búsqueda del progreso y bienestar de la humanidad, se detallan las recomendaciones tendientes al logro de un desarrollo sostenible desde los puntos de vista económico, social y ecológico; y finalmente se adoptó el concepto de desarrollo sostenible.¹

Para el año 2005 se hizo el lanzamiento de la nueva imagen-marca como país: "Guatemala alma de Tierra" y para 2009 se hace el lanzamiento de la nueva imagen-marca como país: "Guatemala, corazón del Mundo Maya".²

¹ Miguel Ángel Acerenza. Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo. Pág. 11.

² INTECAP. Historia a la Hotelería y el Turismo. Pág. 10

La Finca Villa Carlota por su parte es un lugar potencialmente turístico, el cual no registra actividad turística como tal, por lo que aún no existen documentos que contribuyan al desarrollo del área o que determinen el manejo de la misma.

1.6.2 Planificación

La existencia y evolución histórica de la planificación son correspondientes al siglo XVIII, con los MARXISTAS y su práctica se identifica con las épocas y sistemas socio-políticos. El planeamiento del sector turístico en un Estado representó un cambio de paradigmas en cuanto al papel de la actividad turística en una nación. En 1952 ocurre en España la experiencia del planeamiento turístico con la elaboración de un anteproyecto de Plan Nacional de Turismo. En el caso del continente americano, según Molina y Rodríguez (2001), el esfuerzo de planificación se llevó a cabo “desde los años 60, cuando se estableció el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico de México”. Y por último, El Plan Nacional de Ecoturismo surge en 1994 como un planeamiento sectorial de un importante segmento turístico.

En Guatemala el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible surge en 1992, que tenía como objetivo planificar, fomentar y ejecutar un desarrollo sustentable.

En el municipio de Barberena, Santa Rosa, el primer registro de turismo se realizó en la Laguna del Pino en el año 1730, en donde se realizó la primer “Feria de la Lagunilla”, aquí se vendieron alrededor de 14000 reces provenientes de países Centroamericanos. En cuanto a planes no existen antecedentes de la aplicación de un plan de desarrollo turístico para un lugar, pero si un plan maestro para el manejo de la Laguna en el año de 1998, creado por pobladores de la Aldea El Cerinal, el Consejo Nacional de Áreas Protegidas, Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas y el Instituto Nacional de Bosques.³

Municipalidad de Barberena. Barberena y su patrimonio cultural. Pág. 6.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Turismo

W. Hunziker y K. Krapf, definían el turismo como: «la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada.

Burkart y Medlik, posteriormente lo definen como los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.

Mathieson y Wall, por su parte, utilizaron una definición muy similar a la anterior aunque con algunas modificaciones: El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.

Organización Mundial del Turismo, por último, recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística. El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

2.1.1 Tipos de turismo

2.1.1.1 Deportivo

Mónica Pérez de las Heras, lo define como la práctica de algún deporte en pleno medio ambiente.

Renato Quesada Castro indica que los que lo realizan viajan motivados por tres distintas circunstancias principales:

- ✓ Participación como espectadores de eventos deportivos internacionales.
- ✓ Para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva.
- ✓ Para participar en competiciones deportivas.

2.1.1.2 Aventura

Mónica Pérez de las Heras, indica que lo que se pretende es la vivencia de una situación especial, de carácter un tanto arriesgado.

2.1.1.3 De placer

Renato Quesada Castro, esta modalidad es muy heterogénea pues dentro de la misma existe multitud de intereses que general los desplazamientos turísticos, pero cuya motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace (pasarla bien).

2.1.1.4 Ecoturismo

Héctor Ceballos-Lascuráin, dice que consiste en viajar a áreas naturales relativamente sin perturbar con el objeto específico de admirar, disfrutar y estudiar su paisaje, su flora y su fauna silvestres, así como las manifestaciones culturales (tanto presentes como pasadas) que allí puedan encontrarse.

Dwight Holing, de la organización ambientalista americana lo define como: “el viaje ecológicamente sensitivo que combina los placeres de descubrir y entender una flora y fauna espectacular, a la vez que contribuye a su conservación”.

2.1.1.5 Agroturismo

Según el proyecto “**People and Biodiversity in Rural Areas**” de GIZ, llamamos “agroturismo” a la forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se trata de atraer turísticas con paisajes cultivados.

2.1.1.6 Ornitológico o aventurismo

Lourdes Olmos Juárez, consiste en desplazarse hasta espacios naturales donde poder observar aves locales en su entorno natural.

2.2 Sostenibilidad ambiental

La Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, la definen como la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro, para atender sus propias necesidades.

2.3 Planificación turística

Organización Mundial del Turismo, aborda esta definición como las medidas para obtener un producto turístico competitivo que pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona.

2.4 Desarrollo turístico⁴

2.4.1 El empleo del turismo como factor de desarrollo

Básicamente los problemas regionales pueden afrontarse desde dos puntos de vista diferentes: a partir de una política destinada a limitar el proceso de aglomeración, o por la adopción de una política de desarrollo para las zonas de emigración rural o de estancamiento económico.

Según la política adoptada para afrontar los problemas regionales, el turismo puede llegar a jugar diferentes papeles. En efecto, si la política fuera, por ejemplo, la de limitar el proceso de aglomeración con el fin de evitar los inconvenientes que éste presenta, parecería lógico que la política turística debiera considerar la posibilidad de aliviar los efectos del turismo externo en las zonas de aglomeración

⁴ Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo. M. Acerenza (2007). Turismo Sostenible: "Factor de desarrollo regional y local". Pp. 22-23

y estimular a partir de éstas la generación de turismo hacia las regiones menos desarrolladas.

No hay duda que el turismo no controlado contribuye a agravar la situación en las zonas de aglomeración. La población flotante que se genera, y que se suma a la población permanente en determinado momento, requiere toda una serie de determinados servicios, los cuales para su prestación exigen, a su vez, bienes de capital, mano de obra e insumos, que agregados a las cargas adicionales que se producen en los servicios públicos y los inconvenientes que se derivan hacia la población local como consecuencia en el aumento de los precios de algunos de los rubros que integran el consumo básico, incluso los inconvenientes resultantes del congestionamiento en algunos puntos de la concentración urbana, demuestran que en una política destinada a limitar el proceso de aglomeración, el flujo del turismo externo hacia la misma debe ser controlado.

Con base en la consideración anterior, existen ejemplos como el caso de Inglaterra, que con su política de distribución de los flujos turísticos que llegan a Londres, busca aliviar el congestionamiento producido por el exceso de visitantes a la ciudad.

Si por el contrario, la política fuera la de estimular el desarrollo de las zonas de emigración rural o de estancamiento económico, para lograr así una distribución más equitativa del ingreso, el turismo podría jugar un papel más relevante, pues su empleo como factor de desarrollo regional debe ser considerado y evaluado como una de las tantas opciones posibles, en función de los recursos naturales y culturales existentes en la zona objeto de estudio, de las facilidades de explotación de los mismos, así como los recursos económicos que esta expropiación requiere.

2.5 Planificación ecoturística⁵

Una de las cosas más importantes antes de iniciar un proyecto turístico es que desde el primer momento los pobladores locales deberán estar informados de las ventajas y los inconvenientes que acarrea la implementación de este tipo de proyectos y tratar de obtener su apoyo, involucrándolos y obteniendo de esa manera un apoyo invaluable.

2.5.1 Diseño de un proyecto ecoturístico

Este procedimiento es una síntesis de la metodología establecida por diferentes autores, considerando el máximo número de elementos precisos, debe contener la mayor cantidad de información posible de la manera siguiente:

- Elección del lugar: antes de comenzar a desarrollar un programa de ecoturismo, es necesario conocer perfectamente la zona. Por ello, hay que analizar los recursos naturales y ver si cuenta con los suficientes atributos:
- Biofísicos: los recursos naturales del lugar. Cuantos más atributos biofísicos tenga el espacio natural, mas posibilidad hay de que el proyecto ecoturístico funcione.
- Presencia de especies raras o exóticas: animales o plantas que llamen la atención por ser difíciles de ver, estar en peligro de extinción ser especies emblemáticas, etc.
- Diversidad biológica abundante: variedad de especies, ecosistemas y genes. A mayor diversidad, mayor riqueza natural del ecosistema, mayor atractivo para los turistas.
- Gran cantidad de ejemplares de alguna especie interesante, ya sea de la flora o de la fauna. No es lo mismo ver un flamenco que una bandada de miles de ellos, igual ocurre con todas las especies animales o vegetales.
- Escenario vistoso: bonitos paisajes, la espectacularidad de una vista atrae a los ecoturistas que querrán capturar la imagen con su cámara.

⁵ La Guía del Ecoturismo. Mónica Pérez de la Heras (2003). Planificación de un proyecto de Ecoturismo. Pp. 149-158

- Clima favorable: cálido o templado. Cuanto más benigna sea la temperatura, más atraerá a los turistas.
- Lugar único a nivel regional, nacional o internacional: que sea especial por alguna de las características arriba mencionadas.
- Socioeconómicos: son los atributos que se exigen prácticamente a cualquier enclave turístico. No hace falta que los tenga todos, precisamente el ecoturismo lleva un componente de aventura, e incluso riesgo en algunas ocasiones, por no estar en las líneas convencionales turísticas.
- Proximidad a un centro de población.
- Fácil acceso por tierra o agua.
- Rutas de acceso al lugar (caminos, carreteras, etc.).
- Compatibilidad de la actividad turística con otras actividades locales.

No obstante, hay proyectos de ecoturismo que están funcionando perfectamente, a pesar de encontrarse situados en medio de la selva, lejos de la civilización y con un acceso complicado, precisamente porque en dichos lugares los atributos biofísicos son lo suficientemente atractivos para olvidar los socioeconómicos de los que carece. Se debe considerar lo siguiente:

- Protección de la zona: puede ser que el lugar ya esté preservado porque se trate de un parque nacional, una reserva de la biosfera o cualquier otra figura de protección. En caso de que no lo esté, es fundamental conseguir para esta área algún grado de protección, ya sea mediante la colaboración oficial o a través de la creación de una reserva privada, etc. La protección es importante para conservar los recursos naturales y asegurar el uso racional de estos, a fin de que el proyecto de ecoturismo que se lleve a cabo en la zona sea “sostenible”.

El establecimiento de un espacio protegido lleva consigo una serie de costes y beneficios que precisan ser analizados antes de llevar a cabo un proyecto de

este tipo. Entre los costes que deberían tomarse en cuenta de manera puntual deben estar los siguientes:

- Pérdida de ingresos por uso extractivo de los recursos.
- Necesidad de un manejo continuado,
- Pérdida de empleo en las actividades extractivas,
- Molestias provocadas por el turismo,
- Incremento del nivel de vida de la zona,
- Llegada de emigración de otras zonas,
- Necesidad de importar productos demandados por el turismo.

Y a su vez se deben tomar en cuenta de manera muy importante lo siguientes cuidados:

- Conservación del lugar,
- Mantenimiento de unos recursos utilizables,

Un planeamiento turístico debe esperar obtener los siguientes beneficios:

- Incremento del nivel de vida de la zona,
- Mejora en infraestructuras,
- Empleo directo e indirecto,
- Ingresos por divisas,
- Ingresos por la llegada de turistas nacionales,
- Potenciación de otras actividades económicas.

Se debe realizar un inventario de recursos una vez elegido el lugar, es preciso llevar a cabo un exhaustivo análisis de todas las especies que existen en la zona realizando los siguientes cuestionamientos:

- ¿Cuál es la situación?
- ¿Qué peligros les acechan?

- ¿Cómo se deben conservar?
- ¿Qué impacto se provocará sobre el hábitat?
- ¿Se producirán daños en la comunidad animal o vegetal?
- ¿Se pueden perder especies?
- ¿Es posible que se modifiquen comportamientos?
- ¿Hay especies en peligro que dependan del hábitat?
- ¿Se protegerán especialmente las especies-clave?
- ¿Se tendrá en cuenta la conservación de la biodiversidad?
- ¿Se considerará la prohibición de introducción de especies exóticas de animales o plantas?
- ¿Se observarán las necesidades de la población local?
- ¿Se tendrá en cuenta la existencia de lugares históricos o culturales?
- ¿Atraerá también el lugar a turistas nacionales?

Asimismo, el estudio del tipo de visitantes potenciales a raíz del inventario de recursos realizado, analizando las necesidades y expectativas de los ecoturistas, establecimiento de objetivos a conservar: como el proyecto de ecoturismo es también un programa de conservación de los recursos, hay que tener muy claro desde el principio cuáles son los objetivos. Se pueden incluir así, además de la protección del lugar, la potenciación de alguna especie en peligro, llevar a cabo estudios sobre la realización de programas de educación ambiental, cuidado de las especies en peligro de extinción, o reproducción de las existentes, conservación de ciertos usos tradicionales, etc.

Estudio de la gestión de los visitantes que se va a llevar a cabo: a la vista de los recursos existentes, del tipo de turistas que se va a traer, y de los objetivos de conservación previstos, habrá que analizar qué método de gestión de visitas se va a utilizar (LAC, VIM, limitación de capacidad de carga, etc.) o qué combinación de ellos, para asegurar la consecución de los objetivos de conservación. Esta es una de las decisiones más delicadas, puesto que si se hace mal se puede llegar a la

degradación total del lugar, rompiéndose el equilibrio del ecosistema e incluso, llegándose a enfrentamientos con la población local o con los propios visitantes.

En el caso de que se utilice el sistema de la limitación de la capacidad de carga se debe tomar en cuenta:

- Delimitar el número total de visitantes, realizando, si éste resultara muy bajo, rotación de los lugares de visita.
- Definir el número de vehículos mediante cuotas o el establecimiento de lugares de aparcamiento fuera de la zona.
- Diferenciar distintos usos del ecosistema, dejando la zona más frágil excluida de las visitas.
- Construir la infraestructura necesaria para la consecución del mínimo impacto ambiental. En lugares pequeños, con poblaciones próximas, es mejor realizar las instalaciones de alojamiento, así como los edificios administrativos (centro de visitantes, museos, oficinas, garajes, etc.), fuera del parque o, en todo caso, en los límites de éste. Las líneas eléctricas y de teléfonos deben ir bajo tierra, las construcciones deben hacerse semejantes a las de la zona y con los mismos materiales que se usan en dicha región; también se puede, por ejemplo, disponer en los senderos de caminos de madera, que evitan la erosión del suelo; es decir, tomar todas las medidas para ocasionar el mínimo daño en el área.
- Sensibilizar y concienciar a los visitantes mediante programas de educación ambiental.

Y como ya se ha mencionado anteriormente, la capacidad de carga es una cifra que debe estar en continua evolución, según las características del lugar, por lo que será preciso realizar un seguimiento y evaluación continuados a fin de efectuar las modificaciones oportunas en cada momento.

Programa de acción: el objetivo de este plan debe ser dar un uso ecoturístico adecuado a la zona. Para ello, es preciso tener claro:

- Las actividades prohibidas: es decir, aquellas que pueden dañar el recurso natural y que, por tanto, no se pueden realizar.
- Las actividades incompatibles: habrá diferentes actividades ecoturísticas que se puedan dar en el parque, pero no al mismo tiempo y en el mismo lugar. Por ejemplo, si hay excursiones a caballo y observación de aves, será preciso diseñar dos rutas diferentes, de manera que ni los observadores molesten a los que montan a caballo, ni viceversa.
- La necesidad de resistir todo tipo de presiones sociales, económicas y políticas; el propio producto de ecoturismo es una fuente de ingresos para el lugar, pero es preciso aclarar que para que éste tenga éxito no puedan primar exclusivamente los intereses económicos.
- La preservación integral de ciertas zonas que, o bien puedan utilizarse turísticamente en el futuro, o bien quedan como área integral donde los recursos naturales no se ven afectados por el ecoturismo.
- La zonificación del lugar permite llevar a cabo distintas o nulas actividades dentro de él.

Otras investigaciones paralelas: a la vez que se prepara el programa de acción, será preciso analizar otros temas, como:

- Estudio de viabilidad económica: quién, cómo y cuándo se va a pagar, si va haber financiación gubernamental, privada, con ayudas internacionales, etc.
- La legislación del área: todas las leyes que puedan afectar a la puesta en marcha del proyecto.
- Acuerdos con organismos, instituciones, etc.
- Cuáles van a ser las facilidades para los visitantes: tanto las infraestructuras como los servicios que se necesitan deben ser organizados según la zonificación del área, el tipo de ecoturismo que se desea atraer, la proximidad de infraestructuras alternativas, los niveles aceptables de impacto (LAC) y otras formas de control de visitas, y los ingresos que el parque genera.

- Plan de manejo de los recursos naturales: no sólo los objetivos que se apuntaban anteriormente, sino quién se va a encargar de manejar los recursos.
- Administración y formación del personal: quién va estar ahí, con qué gente se va a contar, qué formación se le va a dar, etc.
- Diseño de las facilidades arquitectónicas: elección de los materiales y la tecnología necesaria para diseñar un proyecto sostenible ecoturísticamente.
- Papel de la población local: la gente que vive en la zona, que es la que se va a ver más afectada por la actividad ecoturística, debe estar involucrada desde el primer momento. Ellos deben estar de acuerdo con el proyecto, apoyarlo y colaborar con su puesta en marcha. Al fin y al cabo, ellos son los que mejor conocen los recursos naturales de la zona, los que pueden ayudar a conservarlos –aconsejando incluso a los gestores-, y los que tendrán que renunciar a ciertos modos de vida, cambiando actividades extractivas por otras más sostenibles. Una buena disposición por parte de los pobladores locales frente al proyecto de ecoturismo es un punto a favor muy importante para que el proyecto funcione correctamente.
- Otro personal involucrado: antes de la elección del lugar, se debe contar con una serie de gente que es la que va a analizar, cada uno desde su especialización, todos los elementos necesarios para saber si aquello va a funcionar, cómo se debe hacer, etc. Es decir, que el grupo deberá estar formado por expertos en materia de ecoturismo, por supuesto, pero también, por ecólogos, arquitectos, expertos en manejo de recursos, ingenieros, políticos de los ministerios de turismo, obras públicas y medio ambiente del lugar, así como ecologistas de grupos ambientales, tanto regionales como nacionales o internacionales, que puedan dar su opinión sobre el tema.

Puesto en marcha: una vez realizados los pasos anteriores se podrá comenzar a desarrollar el proyecto de ecoturismo.

La organización “Centre for Ecotourism” de Sudáfrica ha diseñado un modelo de desarrollo ecoturístico desde una perspectiva global de manejo de los recursos y lo divide en tres grandes fases:

- 1º. **Fase de estudio inicial:** la petición del futuro gerente del producto se ve sujeta a un proceso de estudio para determinar si está basado en principios sostenibles. Si el proyecto se considera sostenible, se lleva a cabo un análisis de las actividades y las facilidades que supone. Se estudian todas las posibilidades existentes de oferta a los turistas. Al mismo tiempo, se realiza un estudio de la demanda, así como de las actividades y las facilidades que exige. Esto determinará, una vez consensuado el análisis de la oferta con el de la demanda, las acciones que son requeridas por los turistas, permitidas y consentidas por la comunidad local y las autoridades, y las que se pueden realizar según el lugar y teniendo en cuenta la sostenibilidad del mismo.
- 2º. **Fase de desarrollo:** en ella se determinan los objetivos que pretende el programa de ecoturismo. Una fase que es preciso estudiar adecuadamente a fin de desarrollar convenientemente la planificación.
- 3º. **Fase de puesta en marcha:** el proyecto se lleva a cabo, se hace un seguimiento del mismo y se realizan auditorías para comprobar su funcionamiento. Las ecoauditorías se llevan a cabo durante las fases 2 y 3 para asegurar que los objetivos del plan de ecoturismo se está consiguiendo.

La Federación Internacional de Tour Operadores (IFTO), en su informe “Turismo y medioambiente: la sostenibilidad como referencia”, especifica claramente los requisitos que debe tener un destino turístico para triunfar, que claramente se pueden aplicar al sector ecoturístico siendo ellos:

- a) La población local debe mantenerse próspera y preservar su identidad cultural.
- b) El lugar debe conservar sus atractivos para el turista.
- c) Se deben minimizar los daños ambientales.

Y añade que todo esto debe hacerse a través de un marco político eficaz que proteja el principio de sustentabilidad.

En cuanto a la conservación, para que un proyecto de ecoturismo tenga éxito es preciso que se den los siguientes requerimientos:

- Que el lugar sea competitivo.
- Que se desarrolle un turismo sostenible.
- Que los ingresos por el acceso al parque vayan, en primer lugar, destinados a la conservación del espacio natural, igual que a la población local de la zona y, después, a otros parques nacionales del país.

Según el Dr. Bob McKercher, en su libro “The Business of Nature Based Tourism”, el gestor de un proyecto de ecoturismo debe tener conocimiento de las siguientes materias que van a ser fundamentales para el desarrollo con éxito de su trabajo:

- 1º. Planificación de negocios: muchas personas involucradas en tema de ecoturismo se quejan porque reconocen que cuando comenzaron a trabajar en ello no tenían los conocimientos suficientes sobre cómo planificar y organizar un negocio. Se necesita saber de gestión y finanzas, investigación de mercados y una gran dosis de paciencia en cuanto a la burocracia.
- 2º. Marketing: muchos operadores de turismo saben crear un producto pero no saben venderlo. Para desarrollar estrategias de este tipo se precisan conocimientos de marketing en general, desarrollo de un buen producto, establecimiento de un precio adecuado, así como saber hacer la promoción debida en los lugares precisos.
- 3º. Hay que tener además unas cualidades específicas para saber trabajar con el público, como son: búsqueda del personal adecuado, buen trato al cliente, etc.
- 4º. Por último, aptitudes personales para desempeñar ese trabajo: paciencia, coraje, habilidad, saber manejar a la gente, afinidad con las áreas naturales, etc.

2.6 Marketing ecoturístico

Una vez desarrollado el proyecto ecoturístico, por supuesto habrá que venderlo utilizando para ello técnicas de marketing. Este proceso consiste en determinar quiénes son los posibles compradores, cuáles son sus necesidades y cómo se puede responder a esas expectativas ofreciéndoles el producto. Es, por tanto, mucho más que vender, la venta y las actividades promocionales sólo son parte del marketing.

Por ello, una de las primeras decisiones a tomar cuando se ha diseñado el producto es la realización de un completo plan de marketing, pues de nada sirve tener un producto maravilloso, por ejemplo, una estancia en un lodge en medio de la selva, si nadie ha oído hablar de él, nadie conoce esa selva o se trata de un país prácticamente desconocido.

Ese plan de marketing tendrá que incluir una serie de elementos que son los siguientes:

- Objetivos del proyecto: hay que dejar claro en qué consiste el proyecto de ecoturismo y qué metas se establecen. Deben ser realistas, concretas, coherentes y evaluables.
- Análisis de la situación; qué se posee y de qué se carece. Ventajas y limitaciones posibles existentes en el programa de ecoturismo.
- Análisis del mercado: cuál es la situación del mercado actual, qué es lo que prefiere la gente, destinos, actividades, etc.
- Análisis de la competencia: qué destinos, qué proyectos, qué actividades pueden suponer competencia.
- Objetivos del plan de marketing: qué se pretende conseguir, en qué período de tiempo.
- Posicionamiento: hacia qué sector se va a dirigir.
- Estrategia de marketing: qué se pretende conseguir, en qué período de tiempo.

- Actividades de marketing: qué actividades se van a llevar a cabo, cuáles pueden ser más beneficiosas según los destinatarios, según los medios de que se disponga y cuales sean los objetivos finales: folletos, carteles, mailings, anuncios o entrevistas en los medios de comunicación, así como la relación con touroperadores y agencia para que vendan el producto.

Otras cuestiones a tener en cuenta es el nombre que se le va a dar al producto porque va a servir de tarjeta de presentación del mismo de cara al cliente. Por tanto, una denominación atrayente, fácilmente entendible y pronunciable en cualquier idioma es la mejor forma de que todo el mundo lo retenga e la memoria, además de que le llame la atención.

Una de las estrategias de marketing que se debe utilizar es proporcionar a los intermediarios la posibilidad de vivir por ellos mismos la experiencia ecoturística. Agentes de viajes, responsables de touroperadores o medios de comunicación que hayan conocido la vivencia del producto por sí mismos serán capaces de transmitir mejor a la opinión pública las cualidades del proyecto ecoturístico. De ahí que resulten de gran interés los viajes de prensa o de agentes de viaje en la zona indicada, tratando de que se involucren en el tema y que les agrade al máximo. Ambos colectivos pueden ser aliados fundamentales a la hora de vender el producto.

Por supuesto, habrá que considerar también la necesidad de efectuar un marketing responsable, de manera que no se engañe sobre el producto que se vende sino que se muestre como tal. Es muy frecuente encontrar folletos donde se describen especies de fauna y flora que se pueden ver en un tour determinado cuando la realidad es que, aun existiendo realmente en la zona, no son observables por tratarse de animales o plantas en peligro de extinción. El mencionar la especie en el folleto sirve únicamente de gancho publicitario, pero no es ético.

Otro de los riesgos del marketing ecoturístico es la difusión de información que puede provocar alta demanda de visitantes hacia la zona indicada. Por ejemplo, en el caso de promoción de una ruta ecológica, hay que tener mucho cuidado de no desvelar aquellos lugares especialmente sensibles, con una flora o fauna que puede verse en seria amenaza si de repente tras un anuncio o un artículo en un periódico, se ve inundada de gente que desea ver tal especie en peligro, que además cría en cierta época y en un lugar exacto. Es preciso considerar que no todas las personas que pueden acceder a esa información son ecoturistas responsables, también pueden ser recolectores de plantas, ladrones de huevos de rapaces, incendiarios, etc.

También habrá que pensar que no todos los destinos son iguales, y en muchas ocasiones habrá que utilizar el marketing para que sean comprendidos mejor. Por ejemplo, el ecoturista que haya viajado a África de vacaciones y al año siguiente visite la selva amazónica puede sentirse desilusionado porque en el ecosistema americano no hay esos mamíferos tan espectaculares que sí se encuentran en el continente africano. El marketing puede hacer que esa persona reconduzca sus expectativas hacia una realidad muy distinta, de manera que no sienta defraudado cuando llegue a la selva amazónica, sino que sepa disfrutar de lo que ésta contiene.

Uno de los problemas del marketing ecoturístico es que, desde que se hace el trabajo de campo y se diseña el viaje, hasta que se publica el folleto, las condiciones ambientales pueden haber cambiado completamente el área de destino. Por ejemplo, algunos touroperadores hindúes han editado catálogos sobre programas de observación del tigre en zonas determinadas, y cuando los folletos estaban preparados ya no quedaban ejemplares de esta especie en la zona.

2.7 Problemas en el diseño de un proyecto de ecoturismo

Por supuesto, a pesar de la buena voluntad puesta en un proyecto de este tipo, siempre pueden surgir problemas que hagan que el producto ecoturístico fracase.

A continuación se analizan algunos de ellos, a fin de considerarlos antes de que se produzcan:

- a) Que el proyecto no sea tan “sostenible” como se pensaba: pudiendo ocasionar impactos ambientales o sociales que alteren el ecosistema o la tranquilidad social.
- b) Que no se haya tenido en cuenta como se debiera a la población, en cuanto a que parte de los beneficios económicos reviertan sobre el país, sobre la zona y, en particular, sobre la comunidad local.
- c) Que no se haya conseguido involucrar lo suficiente a la población local, de manera que no vean la creación de un área protegida como un enorme parque para uso y disfrute exclusivo de los turistas internacionales, mientras ellos sólo perciben restricciones y prohibiciones a sus actividades tradicionales.

También, al desarrollar un proyecto de este tipo, hay unos factores externos que pueden afectar a su éxito o fracaso, por lo que merece la pena, al menos, conocerlos. Son los siguientes:

- a) Problemas políticos: cuanto más tranquilo sea el país y la región donde se va a llevar a cabo la experiencia, mejor.
- b) Problemas sociales: cuestiones como problemas de salud, delincuencia, injusticia social, o mala fama de la región pueden afectar negativamente el proyecto.
- c) Problemas ambientales: la estacionalidad, tanto del lugar como de las vacaciones de los visitantes, desastres naturales (terremotos, volcanes, inundaciones, sequía, tifones, etc), contaminación, etc.
- d) Problemas económicos: incremento excesivo del nivel de vida de la zona, fluctuaciones de las monedas, crisis económicas internacionales o nacionales, disminución del nivel de vida de los países de origen, dependiendo de cómo se pueden beneficiar o perjudicar al proyecto.

- e) Problemas de competencia: tanto de otros productos en la región u otras regiones del país, como de otros países.
- f) Problemas de comunicación: falta de infraestructura o telecomunicaciones (teléfono, fax, internet, etc.).

Según la mayoría de los autores, las ocho razones que hacen que se malogre un proyecto, y que se pueden aplicar al ecoturismo, son:

- Problemas financieros o de liquidez.
- Incompetencia o inexperiencia en la gestión.
- Problemas con la inflación u otros componentes económicos externos al proyecto.
- La inexistencia de bibliografía adecuada de consulta.
- Problemas de venta o de marketing.
- El personal.
- Dificultades con las relaciones laborales internas y externas de colaboración.
- Problemas para encontrar y seguir buenos consejos.⁶

El seguimiento y la evaluación de la planificación ecoturística será fundamental para el desarrollo de un buen proyecto puesto que avisará de los posibles problemas permitiendo que se atajen lo antes posible.

Katrina Brandon y Richard Margoluis en su artículo “Structuring ecotourism success: framework for analysis”, incluyen un test muy interesante sobre qué se debe analizar de un proyecto de ecoturismo para saber si está llevando a cabo un buen programa de conservación del medio donde se desarrolla, el cual se detalla a continuación:

⁶ Mónica Pérez de la Heras, Op.Cit., Pp. 158-159.

Pasos del diseño del proyecto:

- Clarificación del objetivo institucional: ¿está claro que el éxito del proyecto de ecoturismo está basado en sus beneficios para la conservación de la naturaleza?
- Desarrollo de un modelo basado en las condiciones locales: ¿hay importantes lazos de unión entre los aspectos sociales, culturales y ambientales respecto a los aspectos de conservación?
- Diseño de un plan detallado: ¿incluye el proyecto la participación de todos los sectores implicados en el mismo, desde la población local a las ONG, los gobernantes, gestores, los operadores del turismo, etc.?
- Desarrollo de un plan de seguimiento y evaluación: ¿existen planes claros de seguimiento y evaluación que permitan medir los errores cometidos e implementar las soluciones?
- Puesta en marcha del proyecto: ¿están los objetivos de conservación tan claros como para empezar con el proyecto? ¿todos los participantes lo ven así?
- Recolección de datos y análisis: ¿hay medidas que demuestren los beneficios de la conservación? ¿son los datos que se recogen suficientes para saberlo?
- Uso de la información: ¿faltan datos para saber si se está llegando a la conservación prevista?

2.8 Principios para llevar a cabo la evaluación y el establecimiento de los indicadores

George N. Wallace, de la Universidad de Colorado (EE.UU), ha definido para la organización “The Ecotourism Society” los siguientes principios de evaluación:

- a. Indicadores: establece un tipo de uso que minimiza los impactos negativos sobre el medio ambiente y la población local.
 - ✓ El tamaño del grupo que viaja.
 - ✓ Medio de transporte.
 - ✓ Equipo.

- ✓ Sistema de gestión de residuos.
- ✓ Tipo de formación dada a los guías.
- ✓ Tipo de información proporcionada a los turistas antes u durante la visita.
- ✓ Nivel de sensibilidad de los materiales y las actividades realizadas.
- ✓ Actitud de la población local hacia el turismo.
- ✓ Estilo arquitectónico y tipo de materiales de construcción y decoración de las infraestructuras.
- ✓ Medidas de cambios biofísicos, como extensión del terreno para infraestructuras, composición de la vegetación, erosión , calidad de agua, comportamiento de la fauna, etc.

Todos estos indicadores implican un control de impacto.

b. Incrementa la concienciación de los sistemas naturales y culturales de un área, involucrando a los visitantes en dichos sistemas. Indicadores (difíciles a veces de documentar):

- ✓ Donaciones a proyectos u ONG.
- ✓ Correspondencia continuada entre pobladores locales y visitantes.
- ✓ Incremento en el apoyo a proyectos de conservación con mayor compromiso y activismo por parte de los visitantes.

c. Contribuye a la conservación y gestión de los espacios protegidos y otras áreas naturales. Indicadores:

1. Esfuerzos colectivos entre operadores de turismo y gestores del área protegida.
2. Pago de las entradas establecidas y donaciones adicionales.
3. Viajes que animan al visitante a relacionarse con el personal de las áreas protegidas e incorporan temas de gestión de espacios en las actividades interpretativas.
4. Cumplimiento por parte del área de la legislación vigente.
5. Cooperación en el mantenimiento de las infraestructuras y mejoras.

6. Investigación para mejorar la gestión del área protegida.

d. Maximiza la participación de la población local en el proceso de decisión que determina la clase y cantidad de turismo que se va a permitir. Indicadores:

1. Poder y duración de los grupos de planificación y consejo.
2. Incorporación e implementación de ideas locales en los planes de gestión de área y actividades turísticas.
3. Desarrollo de actividades e itinerarios según las necesidades y los horarios locales.
4. La presencia de personal delegado para llevar a cabo los labores de relaciones con la comunidad.
5. La actitud de la población local hacia el ecoturismo.

e. Dirige los beneficios económicos, así como otros, a la población local, de manera que completamente, más que arrollar o reemplazar las prácticas tradicionales. Indicadores:

- ✓ Incremento o decrecimiento de la diversidad de actividades económicas.
 - ✓ Servicios provocados por concesiones a los pobladores locales.
 - ✓ El número y nivel de los empleados locales en el parque y en las labores turísticas.
 - ✓ La distribución de los beneficios entre los miembros de la comunidad.
 - ✓ El número de programas desarrollados o asistidos por empresas de la localidad.
 - ✓ Existencia de una estructura que reparte parte de los beneficios turísticos para que reviertan en el desarrollo de proyectos comunitarios
 - ✓ Gestión de zonas para extracción de recursos naturales de forma sostenible para que los pobladores locales puedan continuar con sus labores tradicionales.
- f.** Proporciona especiales oportunidades para que la gente local y los empleados del ecoturismo visiten y aprendan sobre lo que los visitantes vienen a ver. Indicadores:

- ✓ Número y porcentaje de población local que visita el espacio natural donde se realiza el ecoturismo.
- ✓ Número de días especiales, acontecimientos y organización de transporte para los pobladores locales del año.
- ✓ Uso de diferentes tarifas de entrada, según se trate de visitantes locales o foráneos.
- ✓ Uso del área para la educación ambiental de los locales.
- ✓ Oportunidades para que los empleados del parque y del ecoturismo, acompañen a los visitantes y conozcan el lugar.

En cuanto a la metodología que se puede emplear para la realización de esta exhaustiva evaluación, Wallace explica los diferentes métodos como son:

- ~ Entrevistas: con todos los sectores implicados (visitantes, operadores de turismo, empleados y pobladores locales),
- ~ Cuestionarios con los indicadores para los distintos sectores implicados,
- ~ Observación directa,
- ~ Recolección de datos,
- ~ Análisis de documentos.

En general, las evaluaciones de este tipo no son sencillas, y requieren de esfuerzo, conocimientos y tiempo para llevarlas a cabo pero, al final, resultan útiles para mejorar los posibles errores del sistema e imprescindibles para conseguir el objetivo: desarrollar un auténtico proyecto de ecoturismo.⁷

2.9 Monografía del municipio

2.9.1 Reseña del municipio de Barberena⁸

Antiguamente se le conoció como San José de Barberena.

⁷ Mónica Pérez de la Heras, Op.Cit., Pp. 160-164.

⁸ Monografía de Santa Rosa. Lic. Enio Amilcar Arévalo Miranda. Pp. 11-14.

El municipio fue creado el 20 de diciembre de 1,879, con el nombre de San José Barberena sobre la hacienda Corral de Piedra, la cual fue una famosa hacienda y luego caserío que tanto figuró en la historia al suceder importantes hechos durante las luchas fratricidas inmediatamente después de la proclamación de la independencia en 1,821 y de la absoluta en 1,823, ya que se encuentra entre Guatemala y el Salvador.

El 10 de marzo de 1913 un terremoto destruyó Cuilapa, por lo que Barberena la sustituyó como cabecera, hasta que fue reconstruida en 1920.⁹

Idioma: El idioma hablado es el español.

2.9.2 Localización geográfica

Se encuentra situado en la parte Oeste del departamento de Santa Rosa, en la Región IV o Región Sur-Oriente. Se localiza en la latitud 14° 18' 24" y en la longitud 90° 21' 36". Limita al norte con el municipio de Santa Cruz Naranjo (Santa Rosa) y Fraijanes (Guatemala); al sur con el municipio de Pueblo Nuevo Viñas (Santa Rosa); al este con los municipios Cuilapa y Nueva Santa Rosa (Santa Rosa); y al oeste con los municipios de Pueblo Nuevo Viñas (Santa Rosa) y Villa Canales (Guatemala). Cuenta con una extensión territorial de 294 kilómetros cuadrados y una altura de 1,199.90 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a una distancia de 9 km de la cabecera departamental y a 59 km de la ciudad capital.

2.9.3 Accesibilidad

Barberena es una vía de acceso, para las personas que se dirigen a diferentes regiones, como es la región IV Jutiapa, Frontera a El Salvador, Chiquimulilla, Ipala, Jalapa, Nueva Santa Rosa, Mataquescuintla, tanto de ida como de retorno y fácil acceso a la capital de Guatemala por la carretera CA-9.

⁹ Plan de Desarrollo del Municipio de Barberena, Santa Rosa. SEGEPLAN (2011). Pp. 10.

2.9.4 Clima

Su clima es templado-cálido.

2.9.5 Topografía

El territorio de este municipio cuenta con sólo una montaña (Las Minas) y un volcán (Cerro Redondo) donde se alcanza la mayor altitud, la cual oscila de entre 3500 hasta 4000 pies; haciendo la salvedad que Las Minas no aparece dentro del contexto de Santa Rosa, tomándosele solo a nivel local y en el caso de Cerro Redondo sí. Incluyendo 28 cerros conocidos con los nombres de Cerro Alto Cerro Calderas, Cerro de los Bueyes, Cerro de los Frijoles, Cerrito de la Cruz, El Carmen, El Cerrón, El Coyotío, El Infiernillo, El Maguey, Matasano, El Mirador, El Parol, El Pinal, El Porvenir, El Sordo, La Casita, La Torre, La Vega, Las Mercedes, Los Murciélagos, Loma China, Miramundo, Monte Verde, Ojo de Agua, Pelado, San Luis, El Volcancito, y San Roberto.

2.9.6 Cultivos

El sector agrícola contribuye con la mayor parte de la producción del Municipio, debido a que su principal cultivo es el café el cual, unido a otros cultivos permanentes ocupan alrededor del 92% de la tierra cultivada. Adicionalmente, se cultiva maíz, frijol y algunas hortalizas pero en menor escala, los que integran el 8% restante.

2.9.7 Aspecto económico

El cultivo principal ha sido y sigue siendo el café, aunque Barberena expone en mínima parte crianza de ganado vacuno y porcino, así como también la industria del papel ha venido a engrosar sus recursos, merced a la instalación de una fábrica en los confines de Aguacapán. A parte de eso presenta un desarrollo por la ubicación tan privilegiada que le hace accesar a su mercado todas las transacciones procedentes de pueblos circunvecinos e incluso de la capital; a quien imita en pequeño como un verdadero centro de acopio: bancos, grandes almacenes y tiendas de mayoreo, representaciones de compañías que

comercializan el grano de oro, de ahí también los más grandes beneficios húmedos y secos.

2.9.8 Servicios básicos

Cuenta con hoteles, hospitales privados, centro de salud, cementerio, parque, salón comunal, jardín de niños, Escuelas primaria, básicos y diversificado, así como las Universidades de San Carlos, Mariano Gálvez, Rural y Galileo, terminal de transporte, rastro municipal, juzgado de paz, policía nacional, oficinas públicas, banco, templo protestante y católico, correos y telégrafos, bomberos, TELGUA, pila y lavadero público.

2.9.9 Lugares turísticos de Barberena

La Iglesia

La construcción de la Iglesia Católica de Barberena se lleva a cabo entre los años 1932 y 1935.

Todo el vecindario colaboró para la construcción del templo, donde se vieron involucradas muchas personas, y fueron los señores Juan Galeano, Antonio Álvarez, Francisco Salguero y Félix Escobar, Don Cesáreo de la Vega y Jáuregui regalo la imagen del Señor San José en un lienzo, ya se contaba con la imagen del Jesús de Nazareno y el Señor de San José, que los había obsequiado Don Miguel Urruela, propietario de la finca Viñas.

El padre José Benito Cancinos de la Torre (de nacimiento mexicana en 1934) es el encargado de fundar la primera parroquia el 31 de mayo de 1935, según consta en acta canónica, se le dá la categoría de Parroquia de San José de Barberena, desmembrada de la Iglesia del Niño Dios de Cuajiniquilapa, por decreto del excelentísimo y reverendísimo Señor Arzobispo Metropolitano, Monseñor Luis Dorou y Sure.

Entre los años 1949 y 1956, la parroquia sufre una remodelación, donde distinguidas personalidades, participaron en el comité pro-construcción

encabezado por el honorable Señor Ángel Caravantes García y un grupo encargado de recaudar, que lideraba la distinguida Señora Elizabeth Muñoz de Figueroa. En el proyecto trabajaron los señores: Valentín Rodríguez, Federico Morales Barillas, Santiago García, Antonio Juárez, Héctor Castañeda, Augusto Castañeda, Eduardo Castillo, José García de León, Ramiro Castillo Díaz y Miguel Ángel Albizurez, albañiles, maestros de obras y carpinteros.

Durante estos tiempos muchos sacerdotes de distintas nacionalidades vinieron e hicieron crecer la religión Católica, destacaron los reverendos José Antonio González, Efrén Díaz, Gaspar Noguera, Serafín Hernández, Leonardo García Aragón, Nicolás González y Victoriano Elcorobarutia.

Posteriormente, ha sufrido varias mejoras y re-construcciones, hasta nuestros tiempos, donde se han visto involucrados los padres Hugo Pastora, Roberto González, Randolpho, Silvio Elías, Marvín Guillen Atilio Prandina y muchos más hasta la llegada del actual párroco El Padre Rolando.

El Parque

El kiosko de Barberena es uno de los más artísticos de la República, la construcción de su primer nivel es de mampostería, sus trazos únicos, bien diseñados en su forma octogonal y sus paredes reforzadas con horcones de árbol de chico, ya que es una de las maderas con mayor resistencia que existen. Los pilares del segundo nivel donde descansa la parte superior del kiosko también son de la misma madera, la cual fue traída de la finca EL PENSAMIENTO, jurisdicción de Taxisco, propiedad de Don Cesáreo de la Vega y Jáuregui, siendo alcalde del municipio, durante su administración, se inaugura el “PARQUE BARRIOS”, con un pedestal y un busto del reformador Don Justo Rufino Barrios y el hermoso Reloj que según cuenta la historia, fue obsequiado por Don Carlos Lenof, quien era el administrador de la “Finca Viñas”.

Con el transcurrir de los años nuestro parque sufrió varias transformaciones, pero no fué sino hasta en el año 2008 cuando Aracely de Recinos, con el apoyo de un grupo de personas entusiastas y el aval del Alcalde Municipal, transformó en forma total el parque, rescatando el kiosko, monolito y el reloj, quienes hoy son testigos desde el 11 de agosto de 1923, fecha en la cual el Ingeniero Enrique León Yela, dio por iniciados los trabajos de construcción del parque, hasta el 19 de marzo del año 2009 que luego de todos los trabajos realizados se dio su reapertura con el nombre de “PARQUE BARRIOS SAN JOSÉ DE BARBERENA”, solo que ya no con el busto del reformador, sino con la imagen del Patrón San José; la bendición se dió por parte del Padre Rafael Yubrán al momento de pasar el rezado frente al parque.

Ahora se puede disfrutar de un lugar para el descanso, la tertulia, la recreación y en algún momento, para poder platicar con el ser amado.¹⁰

La Pila 5 Calles

Es un monumento, que en efecto se ubica en un lugar en donde convergen 5 calles, según nos comenta Jorge Melgar los 4 peces que tiene la pila simbolizan los 4 ojos naturales de agua en el municipio y son las lagunas: Del Pino, Utzumazate, Paraíso y El Junquillo, siendo esta una inspiración de Don Carlos Arnulfo de la Vega y construida por el mejor maestro albañil que ha tenido Barberena.

Un lugar que durante mucho tiempo sirvió para surtir del vital líquido a los vecinos que no contaban con un servicio de agua potable en su casa. Allí se llenaban recipientes de toda índole, cuadrúpedos que en esos lejanos años aún transitaban por el lugar, se acercaban a saciar la sed, jóvenes de la época se enamoraron allí, aprovechando cuando las jovencitas llegaban con sus cántaros a traer agua, los caballeros aprovechaban para lanzarles algún piropo, para

¹⁰ Historia de Barberena. Municipalidad de Barberena. Pp. 2-3

sonrojar a la dama y por si esto fuera poco, hasta la llorona se bañó en la pila de las 5 calles.

Esta pila a pesar de ser un monumento se fue quedando al transcurrir de los años en el abandono, nunca se entendió el por qué, y se creyó que nunca se rescataría, pero en el año 2010 Aracely de Recinos solicita el apoyo de la municipalidad que preside el P.C Rubelio Recinos Corea, primero para descongestionar el lugar y luego se dio a la tarea de restaurarla, y hoy después de su reapertura, el 15 de septiembre del 2010, la Pila de las 5 Calles, no solo es un monumento sino un parque que con sus flores, sus bancas, su iluminación y más, le dan un colorido hermoso, haciendo que quienes la visitan tengan grandes recuerdos y disfruten de un lugar inigualable.

Templo Minerva¹¹

Según el diccionario enciclopédico y el Libro Barberena en la Historia de Don César Gilberto Flores Monterroso y según la mitología, MINERVA (era la diosa de la sabiduría romana). Según la historia el 15 de marzo de 1899 tomó el poder de la presidencia en Guatemala el Lic. Don Manuel Estrada Cabrera y el 28 de octubre de 1899 se instituyeron los festivales de Minerva o las famosas “Minervalias”, por orden expresa del entonces presidente. Según algunos historiadores esto era para estimular a la juventud estudiosa, y para otros era una farsa para rendirle pleitesía al entonces presidente. Aunque mal cuidados existen 5 templos de minerva en nuestro país: Huehuetenango, Chiquimula, Jalapa, Quetzaltenango y el peor era de Barberena, que según nos cuenta Don César Gilberto Flores, su primera piedra fue colocada un 29 de abril de 1916 y su construcción fue terminada el 31 de abril de 1917.

Barberena cumplió sus 100 años de vida un 20 de diciembre de 1979 y en ese lugar se llevaron a cabo varias actividades. Se grabaron programas televisivos,

¹¹ Municipalidad de Barberena. Op. Cit Pp. 2.

radiales y se develó el busto de Don José Cecilio del Valle, siendo el alcalde Don Daniel Monterroso.

Ha sufrido varios arreglos y los más recordados fue el cambio de techo que hiciera Don Pedro Caravantes, en su época alcalde. Algunos arreglos que en 1979 un grupo de amigos barberenense ausentes también efectuaron y la circulación que inicio Don Edmundo Castañeda junto a muchos vecinos y que por falta de fondos ya no se concluyera.

Cuando ya estaba al borde de la destrucción, a la Señora Aracely de Recinos en el año 2009, se le ocurre una idea para algo espectacular, y luego de arduo trabajo el 4 de enero del año 2010 el alcalde municipal Rubelio Recinos Corea, Aracely de Recinos y el pueblo de Barberena, junto con el sonar de la marimba dan por inaugurado el Parque Minerva en Barberena.

La Laguna del Pino¹²

En los siglos XVII y XVIII se celebró la primera feria de la Lagunilla, la cual era una feria de ganado.

A la Laguna del Pino, se le veía como el Centro de la Civilización Pipil, según cuenta la leyenda, una princesa pipil que fuera fuertemente martirizada por sus padres y que yace en lo más profundo a unos 1010 metros.

La Laguna del Pino en nuestro país, es una de las más hermosas y con más atracción turística, para algunos visitantes, lo primero es darse un chapuzón, otros jugar fútbol, montar a caballo y en los ranchos con parrilla, el tradicional almuerzo en familia y cuando se puede con mariachis, los más jóvenes agarrados de la mano a caminar en el bosque con la pareja y otros utilizan sus aguas para efectuar bautizos religiosos.

¹² Municipalidad de Barberena. Op. Cit. Pp. 6

El 4 de marzo de 1928, el alcalde de ese entonces, Don Ángel Barrera y Uribe, con el apoyo de ese gobierno para la sanación del pueblo, casi desaparece la Laguna del Pino, porque las autoridades de aquel entonces por unanimidad acordaron la desecación de la Laguna, pero optaron por rechazar tal idea.

En la actualidad muchas instituciones, incluida la municipalidad de Barberena, que han querido unirse para limpiar y salvar este pulmón del mundo, pero es un proyecto demasiado oneroso que se espera algún día se lleve a cabo.

Iglesia del Junquillo¹³

El Junquillo una hermosa aldea de este municipio, que cuando en aquellos años no se contaba con la calle asfaltada, se sentía tan largo el llegar a la entrada, lo que hoy conocemos como “El Amatillo” y luego una larga calle poco poblada de ascenso, para llegar al centro, donde se encuentra la imponente Iglesia Católica. Antes la llegada era a pie, con sus tradicionales romerías, a visitar al Milagroso San Antonio de Padua, un lugar de fé y de mucha devoción.

Doña Imelda proporcionó “El Devocionario”, recuerdo de San Antonio del Junquillo, escrito por el Padre Efrén Díaz, en el cual nos cuenta, que allá por el año de 1819 en un viaje a Chiquimulilla, que tuvo Don Mateo Ávila y su hijo Dolores y ya bastante cansados, se pusieron a descansar bajo la sombra de un amate, al despertar el joven vio en lo más alto de un árbol, un muñequito que agarraron y se lo llevaron con ellos, a los días aparece en la aldea un hombre de barba blanca, que llegó únicamente a decirles que tenían una imagen y que era de San Antonio.

Los señores Ávila comenzaron a rezarles todos los martes, a pedirle favores, tradición que aún existe, pero en la personalidad de Don Marcos Saldaña, la imagen de San Antonio pidió por intermedio de una voz que se le edificara una

¹³ Municipalidad de Barberena. Op. Cit. Pp. 8

iglesia; construyéndosele inmediatamente una capilla y posteriormente cada 13 de Junio se celebra su fiesta.

También la historia cuenta que las señoritas cuando querían tener novio y no encontraban al ser amado, castigaban a San Antonio poniéndolo de cabeza al momento de orarle y esta anécdota tiene hasta canciónailable.

En 1911 se empezó a construir el actual Templo, el cual fue terminado el 11 de mayo de 1916; en la actualidad en el Junquillo se celebra la Feria Patronal del 18 al 21 de febrero en honor a San Antonio de Padua, en el tradicional rezado sale una réplica de la verdadera imagen que esta en el altar mayor.

El Templo ha sufrido varias mejoras y a su diestra también le fue construida una capilla del Santísimo, cabe mencionar que hace algunos años las paredes del templo se encontraban tapizadas de rogaciones y gratitudes en agradecimiento a San Antonio.

La Cruz del Milenio¹⁴

Con el fin del segundo y el inicio del tercer milenio, la iglesia de San José de Barberena, se encontraba bajo la coordinación de Frailes Franciscanos, allá por el año 2,000, los sacerdotes Randolpho y Silvio Elías, ambos de nacionalidad salvadoreña, pero fue el padre Randolpho el de la idea de construir en Barberena en lo más alto del Cerrito, “La Cruz del Milenio”, que en primera instancia, se quería que fuera de 40 metros de alto, pero al final, su construcción se dio de 15 metros de alto, con 5 metros de cimiento y los brazos de punta a punta 8 metros.

En el centro de la cruz se encuentra el calado de un crucifijo, que en su inauguración era iluminada por una lámpara neón de color azul y en lo más alto de la cruz una campana que el día de su inauguración se hizo sonar, al pie de la

¹⁴ Municipalidad de Barberena. Op. Cit. Pp. 9

Cruz, se cuenta con una capilla de oración, en forma de “M” en honor a la Virgen María, en el fondo se cuenta con un domo para apreciar la cruz desde adentro.

Para construir la Cruz del Milenio, colaboró la feligresía Católica, haciendo segundas colectas en las misas, también personas pudientes y prominentes del municipio y otros lugares, pusieron su granito de arena, la municipalidad que ya presidía Rubelio Recinos Corea, también dió su aporte. La Cruz del Milenio luego de la idea original del Padre Randolph Elías, se hicieron varios diseños preliminares, hasta llegar al diseño final, que dibujó el Ingeniero Oscar Arturo Urruela, que fue, quién también dirigió la obra durante 10 meses, donde participaron varios albañiles siendo el maestro de obra el Señor Marco Antonio Ortiz, el calado de la Cruz es un diseño del Arquitecto Sergio Hernández Rendón.

En el centro de la capilla se encuentra plasmada una pintura, hecha por un pintor Salvadoreño donde muestra a los principales responsables de este trabajo.

2.10 Finca Villa Carlota

2.10.1 Reseña de la Finca Villa Carlota

Inicialmente la Finca Villa Carlota era llamada “Las Marías” tenía 58 caballerías y perteneció a los primeros fundadores de Barberena, don Héctor García, por ello hay un terreno plano llamado “El Potrero de García”; posteriormente pasó a llamarse “Las Tres Marías”, porque fue comprado por 03 propietarias con este nombre: Aura María, María Eugenia y María García; seguidamente pasó a ser propiedad del Sr. Ovidio Pivaral quien la heredó a sus 05 hijos (04 mujeres y 01 hombre) a quienes el actual propietario de 38 caballerías (tres cuartas partes de la Finca), Gustavo Romero, le compro los terrenos.

2.10.2 Ubicación geográfica

Desde la ciudad capital y/o los departamentos del sur-oriente (Jutiapa, Jalapa, Chiquimula y Santa Rosa) tomando la CA-9 hasta llegar al municipio de

Barberena, en donde hay una bifurcación a la altura del centro de conveniencia “Super 24”, en donde se desciende por un camino de terracería alrededor de un kilómetro hasta llegar a un portón de color rojo.

2.10.3 Actividad productiva

Los cultivos de la finca son café, maíz.

2.10.4 Recursos naturales

Aparte de los cultivos y vegetación, está El Regargaro, Agua Tibia, Los Pocitos de las Peñas (Tanque de García) y Agua Sarca.

2.10.5 Infraestructura

La finca no cuenta con ningún servicio.

2.10.6 Base legal

Registro de Propiedad ciento ocho (108); folio ciento noventa y ocho (198), del libro veintiuno (21), Santa Rosa.

2.11 Propuesta de desarrollo

2.11.1 Diagnóstico

Es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. Este regularmente incluye: Inventario de atractivos, análisis de la oferta local, análisis de la demanda, Infraestructura y servicios, análisis de la competencia, análisis de las tendencias y análisis FODA.

El diagnóstico es el resultado del proceso de evaluación del potencial, consiste en primer lugar en un cotejo de los análisis de la oferta, demanda, competencia y tendencias, con el objetivo de conocer los puntos fuertes y débiles del territorio así como las oportunidades y riesgos que conlleva su mercado.

2.11.1.1 Entorno¹⁵

La realización de toda actividad económica implica la utilización de unos recursos y, en consecuencia, el entorno donde ésta se realiza resulta necesariamente afectado. A su vez, cualquier cambio en el entorno del hombre podrá tener un impacto positivo o negativo en su bienestar. Por ello, Bartelmus (1986) señala que: el entorno es considerado como aquellas “condiciones e influencias que se interrelacionan con el hombre –componentes naturales, sociales y creados por la mano del hombre-”. El entorno de la empresa es todo aquello que no es la empresa e incide en ella. Es decir, los factores externos a la empresa que no se pueden controlar (o solo muy parcialmente en algunos, muy pocos casos) y que poseen capacidad para incidir en su marcha y en su rendimiento.

Según Stankovic (1991) “el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística”. Asimismo, la preocupación por la situación de algunas áreas turísticas tradicionales, lleva a Krippendorf (1987) a afirmar que “el turismo destruye todo lo que toca”.

Efectivamente, existen límites en la capacidad de adaptación de los ecosistemas, que se reflejan en una reducción irreversible de la diversidad ecológica. Algunos destinos muestran signos de crisis y estrés que exigen un cambio de actitud de los actores implicados en la industria turística: las empresas, las autoridades, la población residente y los visitantes.

Conocer el entorno de la empresa no será fácil, supone saber identificar en cada caso los elementos que lo componen, sus relaciones y cómo actúan o pueden incidir sobre la empresa. No todos los factores inciden de igual modo en todas las empresas, por lo que el análisis del entorno de una empresa debe realizarse de manera individualizada.

¹⁵ Creación de Empresas. Francisco José González Domínguez (2006). Plan de Marketing. Pp. 181

Hay un modelo de análisis que nos permite perfilar el entorno de una empresa, se agrupan los factores que inciden sobre la empresa en dos grandes categorías: aquellos que inciden de una manera directa e inmediata sobre la empresa, que formarán su entorno próximo, inmediato o específico, y los que inciden en ella de una forma más directa y menos relevante, que formarían su entorno general.

El entorno próximo es propio de cada empresa, y en él se encuentra una serie de factores que inciden de manera muy clara y directa sobre ella. Los elementos más comunes que forman este entorno son la competencia, los clientes, los factores Político-legales, económicos, socioculturales, tecnológicos y medioambientales.

2.11.1.2 Oferta

La oferta está compuesta básicamente por: alojamiento u hospedaje, gastronomía, restauración, ocio o esparcimiento, recreación y actividades de tipo temporal.

2.11.1.3 Demanda

Formada por consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de posibilidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias.¹⁶

La concepción de la ruta de consumo de turista parte del entendimiento de la existencia de estos tres momentos diferenciados asociado a un viaje de naturaleza turística:

¹⁶ Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Pag, 47

- a) Fase de Expectativa: previo al viaje el turista ha de seleccionar su destino y preparar la experiencia que desea tener.
- b) Fase de Experiencia: aquí el turista observa, descubre, disfruta, comprueba, tiene sensaciones derivadas de su estancia en el destino, de las actividades que desarrolla y del contacto con los ciudadanos y entidades (públicas y privadas) con los que se relaciona durante ese tiempo.
- c) El recuerdo: la tercera fase, en la que si es positivo, resultará en la recomendación de destino. La relación entre las expectativas del turista previas al viaje y la experiencia en el destino incidirá en una serie de aspectos esenciales para los destinos turísticos:
 - Recuerdo del destino
 - Recomendación del destino
 - Grado de satisfacción alcanzado por los visitantes
 - Fidelización al destino (volver)¹⁷

2.11.2 Plan de acción

Detalla las acciones y sus actividades, determinando el costo de cada una y aquel o aquellos responsables de ejecutarlas.

De forma específica, el plan cumple una triple función¹⁸:

- Interna: permite comprobar la coherencia interna del proyecto y la cohesión de los emprendedores durante su elaboración, dejando aflorar el compromiso de trabajo y dedicación al proyecto por parte de cada emprendedor.
- Externa: es el documento que tiene todos los datos relevantes del proyecto y es imprescindible para buscar recursos, clientes, colaboradores, socios, financiación y ayudas públicas.
- “Tableau de bord”: sirve de hoja de ruta para controlar la marcha de la empresa en su proceso de creación y crecimiento, y definir indicadores y

¹⁷ “Plan Global de Desarrollo Turístico de la Provincia de Granada”. Diputación de Granada. Pág. 7.

¹⁸ Fundación Universitaria Iberoamericana, Administración y Dirección de Empresas, Proyecto empresarial-Plan de Empresa, Pp. 281.

referencias para controlar y corregir desviaciones sobre lo previsto y dirigir la empresa una vez creada.

2.11.2.1 Descripción de las acciones

En esta parte del informe se formulan las Acciones del Plan de Desarrollo Turístico por medio de programas, proyectos y actividades en cada uno de las etapas del desarrollo del Proyecto. Algunas de las acciones que se pueden desarrollar son el desarrollo e interés de la gestión pública y privada para el seguimiento del Plan de desarrollo turístico o gestionar al INGUAT, CAMTUR u otras entidades los estudios y conteos para medir los cambios en la demanda (nacional e internacional) y la oferta (atractivos, productos y servicios).

2.11.2.2 Imagen objetivo

La imagen objetivo hace referencia a ¿Cómo queremos que nos vean?, siendo un modelo de la realizada que se requiere alcanzar en un lapso determinado de tiempo; es decir, como quiere el territorio y sus habitantes ser percibidos.

Bajo este esquema, y luego de la ayuda y participación de los actores relevantes en la validación de esta planificación del destino, deberán mantener sus esfuerzos para destacar aquellas características propias del territorio que le permitan identificarla como un producto turístico y reconocible, que compita con otros productos similares en el mercado nacional e internacional, para lo cual deben conocer y destacar algunas características distintivas.

Con la identificación de las potencialidades del territorio, analizados en el FODA turístico, y con la visión local de los factores de “como quieren que se proyecte el territorio en el mercado turístico”, es posible definir, la “imagen objetivo” para el destino “Finca Villa Carlota”, la cual tiene relación con las características que distinguen al territorio de otros destinos, los conceptos deseados a asociar al destino y las posibles normas internas a aplicar a las acciones en turismo.

2.11.2.3 Misión y visión del proyecto

La misión será el motivo o el propósito por el cual el destino regirá sus esfuerzos de desarrollo. Nos indica “como estamos”, por lo que debe indicar claramente lo que pretende hacer y para quien lo va a hacer.

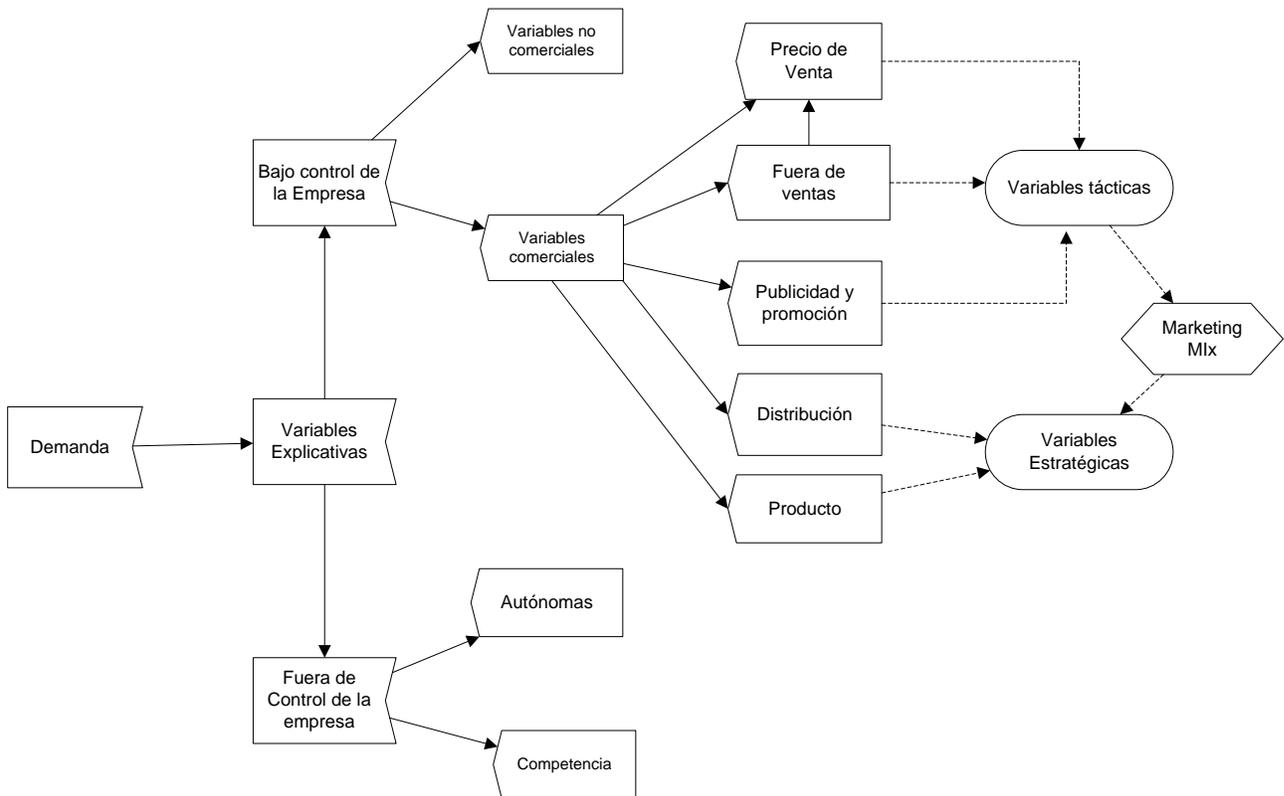
La visión corresponde al camino por el cual nos dirigimos hacia donde queremos llegar, lo que sirve para orientar las decisiones estratégicas de desarrollo y competitividad. En otras palabras, la visión es el “escenario deseado” para el territorio.

2.11.3 Elaboración del Plan de Marketing

El objetivo del Plan de Marketing es el de delinear las estrategias para llevar un producto/servicio desde su origen (oferta) hacia el consumidor/usuario (demanda) que busca satisfacer una necesidad. Esa necesidad puede ser consciente, estar latente o puede ser creada por la oferta. El conjunto de actividades que implican la consecución de este objetivo es lo que denominamos Plan de Marketing.

Diez de Castro (1984) nos proporciona una clara visión de de la ubicación del marketing dentro de la actuación de la empresa sobre la demanda. Conforme el cuadro, la demanda de los productos de una empresa viene determinada por una serie de variables o factores (explicativos). Una parte de éstos están fuera de control de la empresa, es decir, ésta no puede ejercer ningún tipo de acción sobre los mismos. Se clasifican variables autónomas (costumbres, normativa, etc.) y la propia competencia; pero sin embargo, existen otras sobre las que si puede actuar deliberadamente en su favor, las que están bajo su control, de las cuales unas tienen una naturaleza no comercial (recursos financieros, materiales, humanos, etc) y otras empresas comerciales. Estas últimas son las que configuran el denominado marketing-mix, y son el precio de la venta, la fuerza de venta, la publicidad y promoción, la distribución y el producto. Las tres primeras son las denominadas variables tácticas por ser modificables a corto plazo, e incluso se aconseja su revisión continua; por su parte, la distribución y el producto

son variables estratégicas, pues cualquier decisión sobre las mismas ha de ser a largo plazo, son difícilmente modificables, y cuando se actúa sobre ellas el costo es elevado y afecta al resto.¹⁹



1.1 Plan de Marketing basado en la demanda.

2.11.3.1 Análisis FODA

A partir del diagnóstico general realizado, se presenta un análisis de las principales fortalezas y debilidades del territorio en cuestión, así como se identifican las posibles oportunidades y amenazas que podrían tener incidencia en un futuro desarrollo de la actividad turística.

¹⁹ Francisco José González Domínguez (2006). Op. Cit. Plan de Marketing. Pp. 181

La matriz FODA (también conocida como matriz DAFO), es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategias. Generalmente es utilizada para empresas, pero igualmente puede aplicarse a personas, países, regiones, etc.

El proceso de crear una matriz FODA es muy sencillo: en una tabla con cuadrantes se listan los factores que constituyen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Seguidamente, se les puede asignar un peso o ranking, según las prioridades del territorio que se evalúan.

Una vez creada la matriz FODA se pueden establecer las estrategias a seguir para potenciar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, disminuir las debilidades y controlar las amenazas.

Todos los estudios como regla general se realizan utilizando un análisis DAFO general y otros específicos. La finalidad es sistematizar la gran cantidad de información necesaria para que el plan alcance los objetivos marcados.

2.11.3.2 Toma de decisiones estratégicas

La toma de decisiones estratégicas debe empezar utilizando la planeación estratégica, ya que genera equilibrio al planear, prever bajo la incertidumbre, una planeación tipo “Torre de marfil” (es considerar una función inclusive de la alta gerencia) y el intento estratégico versus el ajuste estratégico.

El Gerente debe analizar el ambiente externo con el fin de identificar las oportunidades y amenazas; los recursos y capacidades de la compañía con el fin de determinar las fortalezas y debilidades; necesitan familiarizarse con el rango de estrategias al nivel funcional, de negocios, corporativas y globales disponibles para ellos. La diferencia entre el ajuste estratégico y el intento estratégico, por lo tanto, pueden estar en el énfasis.

Aun los sistemas de planeación estratégica mejor diseñados fallaran en producir los resultados deseados si las personas encargadas de tomar las decisiones estratégicas no utilizan en forma efectiva la información disponible. Las razones tienen que ver con dos fenómenos psicológicos relacionados: las predisposiciones del conocimiento y el pensamiento del grupo.

- Al hablar de las predisposiciones del conocimiento, las cuales son de carácter individual, nos referimos a que los humanos tenemos limitadas capacidades cognitivas por lo que recurrimos a métodos prácticos bastante útiles que a veces también conducen a errores sistemáticos en el proceso de decisiones. Estos errores parecen surgir de una serie de predisposiciones del conocimiento en la forma como las personas que toman determinaciones, procesan información y toman decisiones.
- La mayoría de las decisiones estratégicas son tomadas por grupos, el pensamiento de grupo ocurre cuando un conjunto encargado de tomar decisiones se aventura en un curso de acción sin cuestionar los presupuestos inherentes.²⁰

2.11.3.3 Control

Función de la administración que consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieran falta.

2.11.4 Planificación participativa²¹

Una de las presuposiciones del desarrollo endógeno es la participación de la sociedad civil en su proceso de planificación y de gestión. Ya que la comunidad es un sistema vivo con necesidades de mejorar en cuanto a su calidad de vida (como tantas otras), para lo cual, la participación puede y debe ser organizada para transformar buenas intenciones en acciones efectivas.

²⁰ Administración Estratégica. Francisco José Perez (). Peligros en la toma de decisiones Estratégicas. Pags 20-22.

²¹PRODAR (2008). Op. Cit. Pp. 18.

La participación está conectada, sobre todo, en la acción efectiva de la comunidad en las decisiones de materias que le merezcan respeto.

2.11.4.1 Foro de participación

El Foro se diseñara y constituirá, una vez realizado, este permanecerá activo no solo durante todo el proceso de planificación, sino que debe constituirse en la plataforma de participación ciudadana del territorio en todo lo relativo a su desarrollo.

La participación de este foro estará abierta a todos los colectivos, entidades y personas que deseen colaborar. Durante el periodo de elaboración del plan de acción turística, se debería convocar como mínimo en tres ocasiones:

- Presentación de los objetivos del plan estratégico y el esquema del trabajo, recabando todas las indicaciones que se consideren oportunas y propuesta de creación de mesas/talleres para colaborar en el análisis y diagnóstico.
- Presentación y validación de conclusiones del análisis y diagnóstico de la situación turística.
- Presentación del Plan de Acción Turística para su validación.
- Una vez realizado el informe Borrador, se convoca a la segunda sesión del Foro de Participación, con el objeto de validar las conclusiones del análisis y diagnóstico elaborado. En él se presentarán las conclusiones obtenidas de las Mesas/ Talleres de trabajo realizados.

Además, en esta segunda se definirá el paso siguiente al Diagnóstico, el “Plan de Acción Turística” motivando a los participantes de las mesas de trabajo a que, los resultados obtenidos en esta primera fase, vayan reflexionando sobre las acciones más adecuadas a implementar en un futuro para dinamizar el desarrollo turístico de la zona.

Asumidas por el Grupo de Trabajo las propuestas realizadas en las mesas, previo a talleres y análisis de viabilidad de cada una de ellas, validado con una nueva convocatoria del Foro. De la misma forma que en la sesión anterior.

2.11.4.2 Elaboración de material informativo

Paralelamente a la constitución del foro, en la medida de las posibilidades, elaborará y distribuirá panfletos que informen a la población general de la relevancia que puede tener el desarrollo turístico y el modelo de plan que se va a realizar, solicitando su colaboración.

2.11.4.3 Capacitación y formación

La capacitación de los recursos humanos existentes en el territorio es una necesidad que deberá ser atendida. Es muy probable que los actores interesados en integrar el grupo de trabajo carezcan de formación específica en el tema de turismo; por consiguiente, se debe iniciar un plan de capacitación dirigido a este grupo, tanto en los aspectos conceptuales del turismo como en los de la planificación y evaluación turística, la elaboración de planes y políticas turísticas, las metodologías, técnicas e instrumentos, etc.

2.11.4.4 Presentación del Plan de Desarrollo Turístico

Constituye el acto final de esta fase y de terminación de la elaboración del plan. Estará dirigido a la población general, agentes turísticos, representaciones institucionales y medios de comunicación.

2.11.5 Identificación de las fuentes de financiamiento

La identificación del recurso puede darse en cualquier tiempo, en base a las necesidades de la institución, sin embargo, deberá atender tiempos y lineamientos para su solicitud, de acuerdo a la fuente de financiamiento.

2.11.6 Formulación del Plan Operativo Anual

El plan operativo es un documento oficial en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental...) o un fragmento del mismo (departamento, sección, delegación, oficina...) enumeran los objetivos y las directrices que deben cumplir en el corto plazo. Por ello, un plan operativo se establece generalmente con una duración efectiva de un año, lo que hace que también sea conocido como plan operativo anual o POA.

El plan operativo es la culminación del detalle de un plan estratégico y de un plan director. Debido a esta circunstancia, el POA debe adaptar los objetivos generales de la compañía a cada departamento, y traducir la estrategia global de la misma en el día a día de sus trabajadores.

Una de las utilidades fundamentales de establecer un plan operativo radica en que es posible, mediante las herramientas de inteligencia de negocio adecuadas, realizar un seguimiento exhaustivo del mismo, con el fin de evitar desviaciones en los objetivos.

2.11.6.1 Descripción de los programas y actuaciones

En esta etapa se indican cada una de las actividades que se encuentran en el programa, el objetivo de la actividad, el nombre de la acción o actuación y dentro de ella el objetivo específico; en el cual es necesario asignar a los responsables de los mismos, y las especificaciones de cada una de las acciones.

2.11.6.2 Calendario

En este se describe el orden cronológico y en tiempo real en el que se deben de llevar a cabo cada una de las actividades que están estipuladas dentro del Plan Operativo anual.

2.11.6.3 Control y seguimiento del plan

En esta fase se deben vigilar las desviaciones del plan, emprender acciones correctivas, recibir y evaluar cambios en los proyectos solicitados, cambiar los calendarios del proyecto, adaptar los niveles de recursos, cambiar el alcance del proyecto y regresar a la etapa de planeación para hacer ajustes.

Para asegurar la eficacia de la ejecución es necesario que el director de proyecto realice un buen seguimiento:

- ✓ Técnico: controlando el avance de las tareas.
- ✓ Económico: de las horas invertidas, compras o pedidos realizados, subcontrataciones, viajes Económico: de las horas invertidas, compras o pedidos realizados, subcontrataciones, viajes otros gastos de forma que la suma de todo ello no supere el crédito asignado para completar el proyecto.

Para realizar un adecuado Proceso de Control y Seguimiento de un Proyecto:

- ✓ Recoger datos
- ✓ Analizar datos referentes al esfuerzo, costes, plazos y avances intermedios.
- ✓ Sacar conclusiones comparando los datos reales con los planificados.
- ✓ Informar
- ✓ Tomar medidas asegurándose de que la decisión se puede justificar con datos.
- ✓ Replanificación

2.11.7 Control y evaluación del cumplimiento de acciones

2.11.7.1 Ex –ante

Es la que se realiza durante la planificación y programación de proyecto. A través de la proyección de diferentes variables, se determina la factibilidad de hacer o no el proyecto.

2.11.7.2 Durante

Es la que se lleva a cabo cuando se realizan las obras requeridas para dejar el proyecto listo para operar.

Este tipo de evaluación adquiere la connotación de control y seguimiento de las actividades que se ejecutan durante la fase de Inversión.

2.11.7.3 Ex –post

Es la que se lleva a cabo cuando se empiezan a producir los bienes o brindar los servicios por los cuales se originó el proyecto.

Trata de medir el cumplimiento de los objetivos planteados versus el logro de los resultados alcanzados.

Capítulo III

Marco metodológico

3.1 Objetivos

3.1.1 General

Determinar el tipo de plan de desarrollo turístico en la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, Santa Rosa, para generar un turismo sustentable y sostenible.

3.1.2 Específicos

- ✓ Realizar un análisis FODA en la Finca Villa Carlota para establecer su potencial turístico.

- ✓ Conocer los aspectos legales que enmarcan la elaboración y aplicación del Plan de Desarrollo turístico.

- ✓ Elaborar un plan de desarrollo turístico en la Finca Villa Carlota.

- ✓ Utilizar el plan de desarrollo turístico como un instrumento para el desarrollo y construcción de proyectos turísticos.

3.2 Hipótesis

3.2.1 General

La elaboración del Plan De Desarrollo Turístico en la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena Santa Rosa, debe ser sostenible y sustentable para prever el uso correcto de sus recursos e instalaciones, con ello la oferta turística será más atractiva a la demanda y podrá ser utilizado por futuras generaciones.

3.2.2 Específica

- a) La elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico debe ser sostenible y sustentable para prever el uso correcto de sus recursos e instalaciones.
- b) Con ello la oferta turística será más atractiva a la demanda y podrá ser utilizado para futuras generaciones.

3.2.3 Operacionalización de la hipótesis

Hipótesis específica 1			
Nombre de la variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Indicadores
VI: Plan de Desarrollo Turístico	Herramienta de gestión que busca promover el desarrollo turístico en una determinada región.	Inclusión de aspectos encaminados a desarrollar adecuadamente un área con potencial turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de la zona geográfica, • Medios publicitarios, • Participación comunitaria, • Plan operativo anual, y • Control y evaluación de acciones. • Políticas.
VD: Recursos Instalaciones	<p>Fuente o suministro del cual se produce un beneficio.</p> <p>Infraestructura que puede variar en tamaño y que es dispuesta de manera particular para cumplir un objetivo específico.</p>	<p>Elemento tangible al cual se le puede sacar provecho turístico.</p> <p>Servicios que debe llevar un lugar turístico para satisfacer las necesidades del visitante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de empleo, • Venta de productos perecederos y no perecederos, • Caminatas por senderos, y • Deporte extremo: canopy, tirolesa, rapel, tracking y ciclismo de montaña. • Instalaciones en mal estado. • Capacidad de carga.

Hipótesis específica 2			
Nombre de la variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores
VI: Oferta turística	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. ²²	Son los productos y servicios que están a disposición del turista	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas, • Actividades turísticas, • Optimización de recursos.
VD: Demanda turística	Conjunto de características de los turistas y de los procesos que implican cuando estos, individual o colectivamente, seleccionan, compran, y usan bienes y servicios turísticos para satisfacer sus gustos y necesidades. ²³	Son los clientes potenciales o reales de los bienes y servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de personas que han visitado el lugar. • Aplicación del ecoturismo. • Actividades sostenibles; y • Actividades

²² Organización Mundial del Turismo. Introducción al Turismo. Oferta Turística. Pp. 51

²³ Formación Universitaria Iberoamericana–FUNIBER-. Universidad Miguel de Cervantes de España. Fundamentos del Turismo. Glosario Pp. 69.

3.3 Unidades de análisis

Individuales

- Pobladores del municipio de Barberena, Santa Rosa.
- Propietarios de la Finca Villa Carlota.

Institucionales

- Autoridades del Consejo Nacional de Áreas Protegidas Privadas.
- Autoridades de departamento de Promoción del producto, INGUAT.

3.4 Muestra o población a encuestar

Según los datos estadístico proporcionados el Instituto Nacional de Estadística en el 2011, el municipio de Barberena, Santa Rosa tiene 44,859 habitantes, de los cuales 1,345 viven en los alrededores de la Finca Villa Carlota y son parte de las autoridades del municipio. Al calcular estadísticamente la muestra de la población mediante la fórmula del tamaño de la muestra, la cual tomará en cuenta un 95 por ciento en nivel de confianza, la probabilidad de éxito, probabilidad de fracaso y el 5 por ciento de error; me corresponderá encuestar a un 0.15%, equivalente a 69 habitantes²⁴.

La entrevista a la autoridad municipal, personal del departamento de Desarrollo del producto de INGUAT y el señor Gustavo Romero, propietario.

La encuesta a los pobladores del municipio.

3.5 Metodología de investigación

3.5.1 General

Se utiliza el método científico dado que se realiza de manera objetiva, con pasos sistemáticos, reflexivos y ordenados que llevan a encontrar respuestas de las

²⁴ Boletín electrónico No. 2. Facultad de Ingeniería, Universidad Rafael Landívar. Tamaño de una muestra para una investigación de mercado. Pág. 11.

carencias enmarcadas dentro de la presente investigación, incrementa los conocimientos existentes apoyándose en los siguientes métodos:

- ✓ **Método analítico:** permite realizar una desmembración de un todo, descomponiendo las partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y sus efectos
- ✓ **Método sintético:** es el proceso razonable que permite reconstruir un todo a partir de los elementos planteados en la investigación.

3.5.2 Específico

- ✓ **Método inductivo:** la aplicación de este método va de lo particular a lo general, se apoya en los resultados de algunos casos particulares para establecer una relación general.
- ✓ **Método deductivo:** es el razonamiento que va de lo general a lo particular, de lo universal a lo individual.

3.6 Técnicas bibliográficas o documentales y de campo

3.6.1 Técnicas documentales

Recursos documentales disponibles en las fuentes de información, siendo ellas:

- ✓ **Primarias:** establece el objetivo de la investigación bibliográfica por medio de revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano en investigaciones previas y plasmadas en libros, artículos periodísticos, monografías, tesis, películas documentales y más.
- ✓ **Secundarias:** revistas, periódicos, relatos, narraciones, folletos e internet.

3.6.2 Técnicas de campo

- ✓ **Observación:** es el mejor recurso con el que cuenta el proceso de investigación ya que permite de primera mano obtener información importante.

- ✓ **Encuesta:** un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtendrán a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estudiantil universitaria y docentes. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

Capítulo IV

Marco operacional

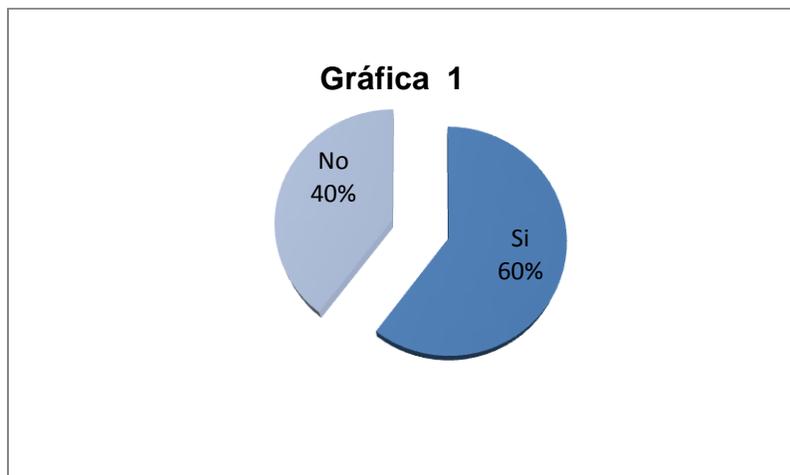
4.1 Presentación de indicadores (cuantitativos y cualitativos)

El cuestionario fue dirigido a los pobladores de los alrededores de la Finca Villa Carlota, al Alcalde Municipal, Vice-Alcalde, profesores del Centro Universitario de Santa Rosa y a las siguientes instituciones: MAGA, INTECAP, CUNSARO y la ONG, Casa de la Cultura; Con el fin de determinar el conocimiento e interés de las personas de que se desarrolle turísticamente, así como la percepción e importancia del lugar.

4.1.1 Individuales

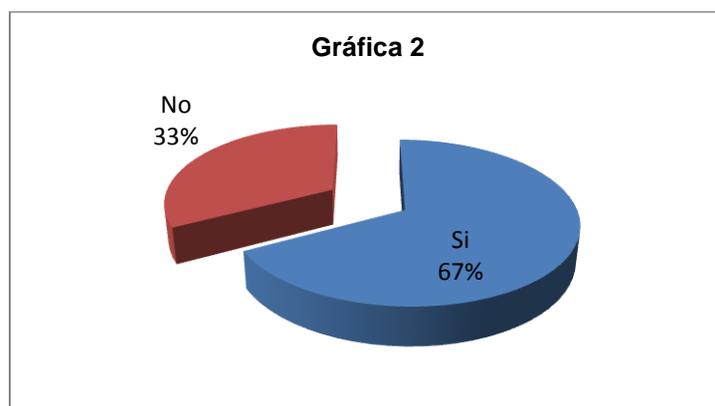
Preguntas

1. ¿Conoce o ha escuchado usted de la Finca Villa Carlota?



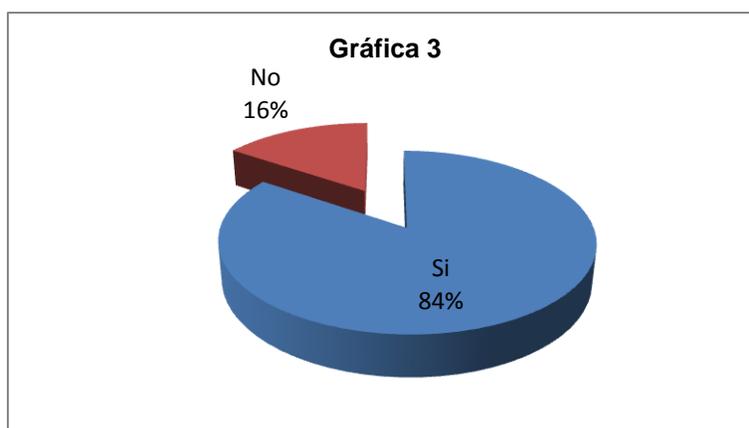
Según las respuestas proporcionadas por los pobladores de los alrededores de la finca, ésta es conocida únicamente por la actividad agrícola.

2. ¿Considera que la Finca Villa Carlota tiene lugares turísticos?



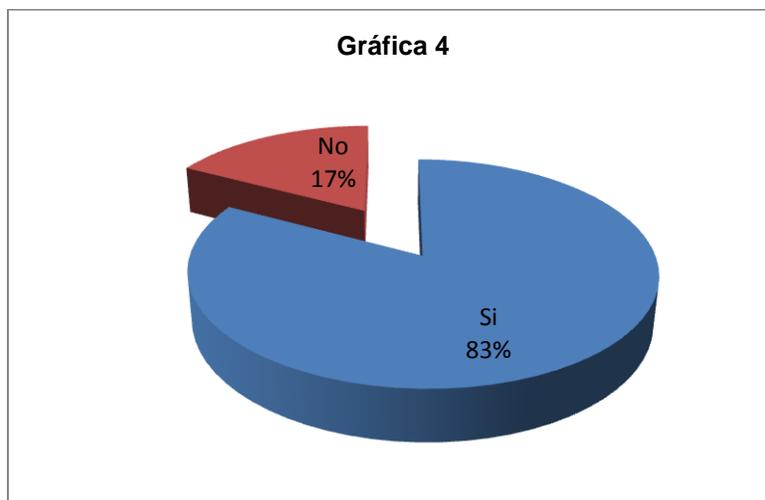
Según las respuestas otorgadas por este fragmento de la población del municipio de Barberena, Santa Rosa, se considera que la “Finca Villa Carlota” si cuenta con lugares turísticos para poder desarrollar y explotar.

3. ¿Cree que la Finca Villa Carlota tiene Potencial turístico?



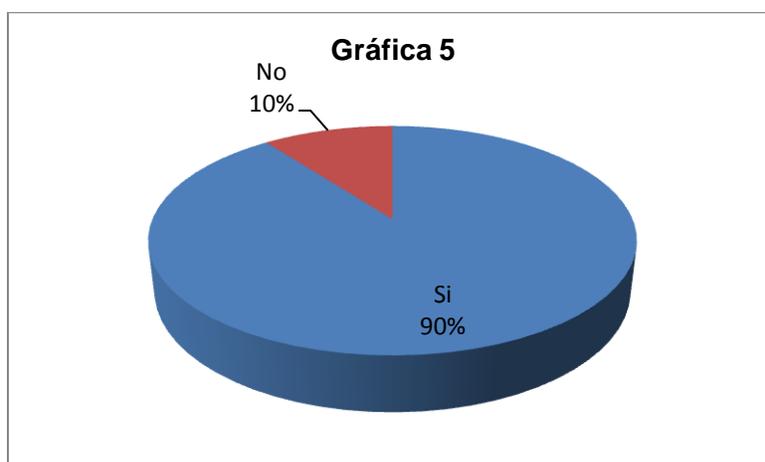
De acuerdo a la información obtenida por medio de las encuestas se afirma que la Finca si cuenta con potencial turístico para llevar a cabo el desarrollo del área como ecoturística.

4. ¿Cree que el turismo en la Finca Villa Carlota genera ingresos económicos a la población?



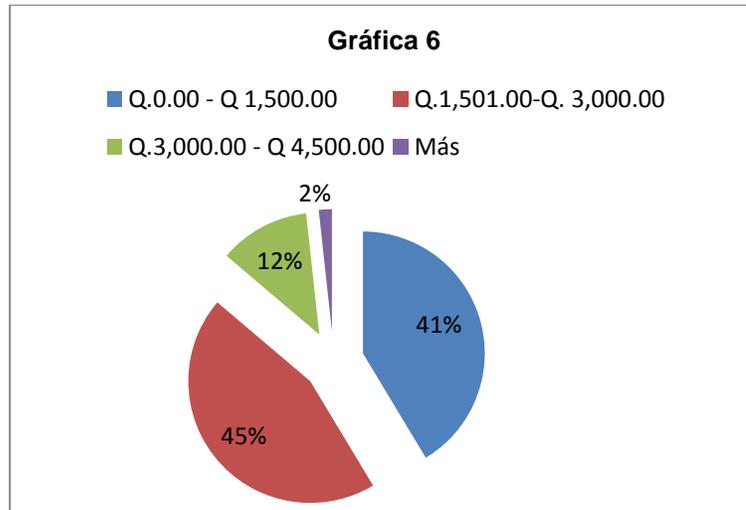
La población de los alrededores de la “Finca Villa Carlota” considera que podrán percibir más ingresos económicos al desarrollar el lugar como turístico.

5. ¿Trabajaría usted en turismo?



El 90% de los pobladores entrevistados tiene familia, por lo que una nueva fuente de ingreso en el área les ayudaría a mejorar su calidad de vida.

6. ¿Cuál es el rango de ingresos que obtiene al mes?



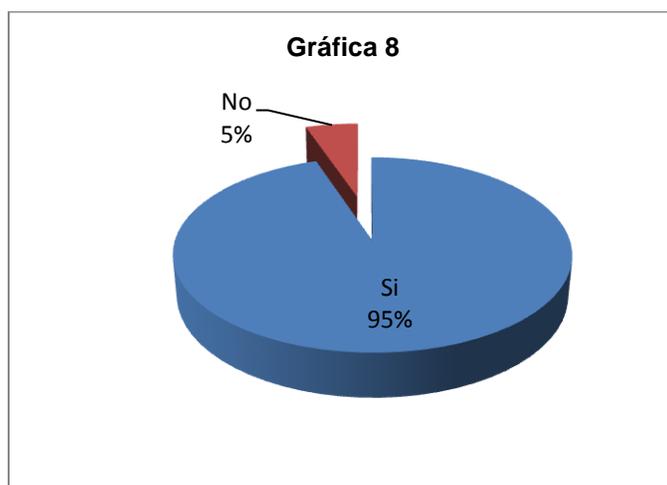
El 45% de los pobladores entrevistados obtiene mensualmente lo equivalente al sueldo base o una cantidad menor a él, por lo que será de mucho interés una nueva fuente de ingreso económico.

7. ¿Considera que el turismo mejoraría la calidad de vida de los pobladores del municipio de Barberena y los aledaños?



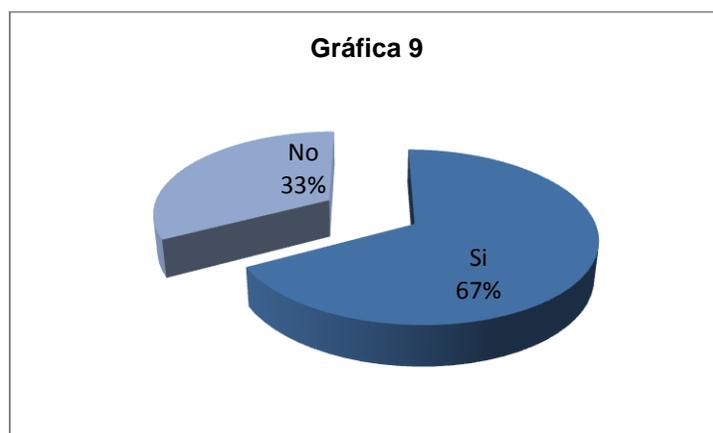
Puede observarse en la gráfica que los encuestados afirman que su calidad de vida será mejor al momento de crear una nueva empresa.

8. ¿Es importante la Finca Villa Carlota como fuente generadora de ingresos?



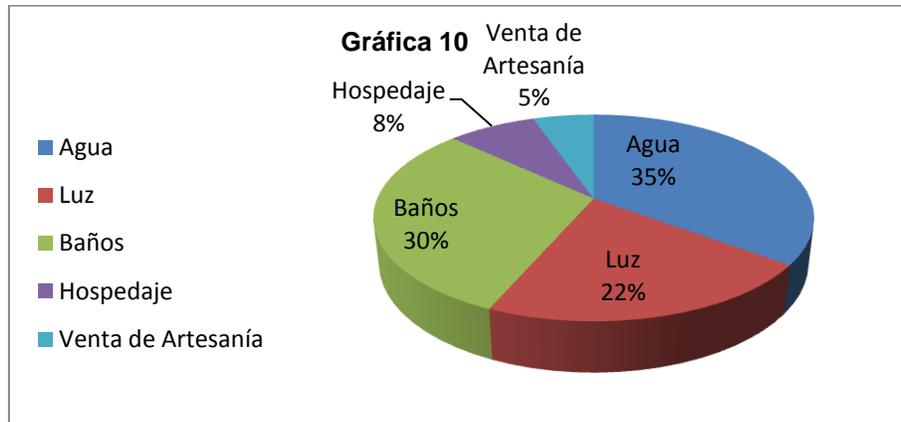
Actualmente la “Finca Villa Carlota” otorga en el tiempo de cosecha de café empleo a los pobladores del área, por lo que se confirma que es una fuente importante para incrementar sus ingresos.

9. ¿Considera que el turismo podría deteriorar los atractivos de la Finca Villa Carlota?



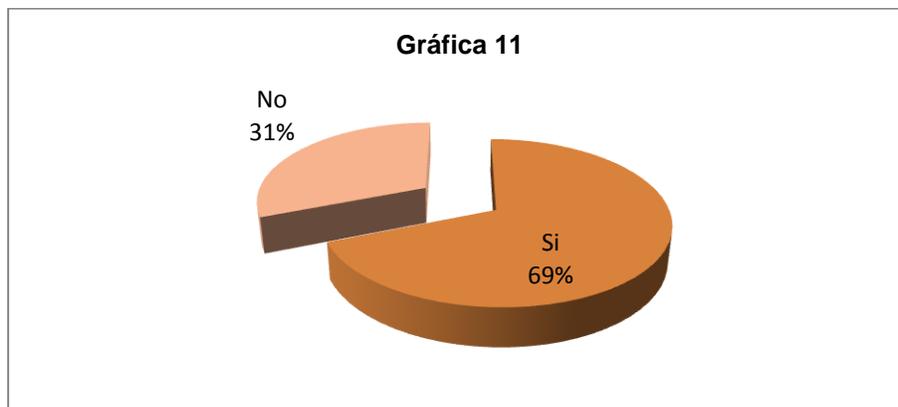
Con la información recabada, se determina que el turismo puede ser una importante fuente de ingresos, por lo que no deteriorará los atractivos del lugar si se hace un desarrollo responsable.

10. ¿Qué servicios básicos necesita la Finca Villa Carlota para convertirse en un atractivo turístico?



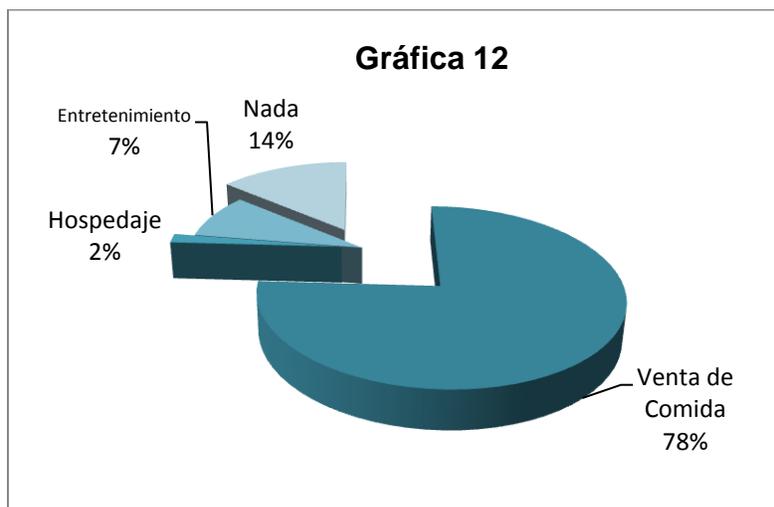
Dentro de los servicios que los pobladores consideran que el lugar necesita son: el servicio de agua potable, la instalación de servicios sanitarios y luz eléctrica, entre otros como el hospedaje y las ventas de artículos de la localidad.

11. ¿Considera necesario capacitar a los habitantes de la Finca Villa Carlota para formar parte de la actividad turística?



Se infiere en las respuestas dadas por los pobladores aledaños a la finca que la capacitación para su conocimiento y correcta aplicación de las acciones es indispensable.

12. ¿Qué actividad realizaría usted para un proyecto de desarrollo turístico?

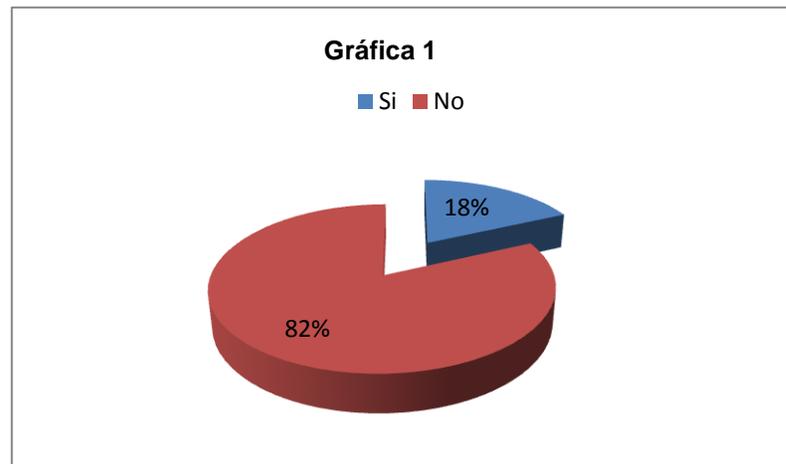


Los pobladores de los alrededores de la Finca escogen la venta de comida como la principal actividad para su desarrollo, seguida del entretenimiento y hospedaje.

4.1.2 Institucional

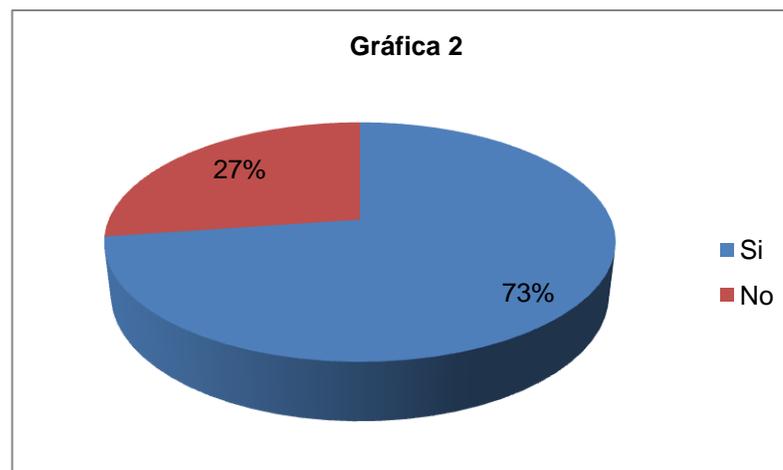
Preguntas

1. ¿Conoce la actividad económica que se realiza en la Finca Villa Carlota?



Del total de personal institucional encuestado se determina que la “Finca Villa Carlota” es conocida por un 82% como un área de producción cafetalera.

2. ¿Cree que la Finca Villa Carlota tiene potencial turístico?



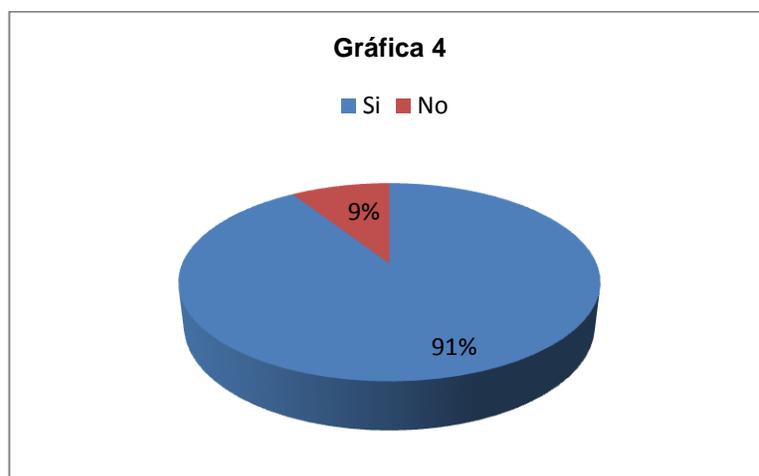
Con la información recabada, se afirma que la “Finca Villa Carlota” si es un área con potencial turístico para explotar.

3. ¿Cree que el turismo en la Finca Villa Carlota generaría ingresos económicos a la población?



El personal institucional confirma que el desarrollo de la Finca generará ingresos económicos.

4. ¿Considera que el turismo mejoraría la calidad de vida de los pobladores del municipio de Barberena y sus alrededores?



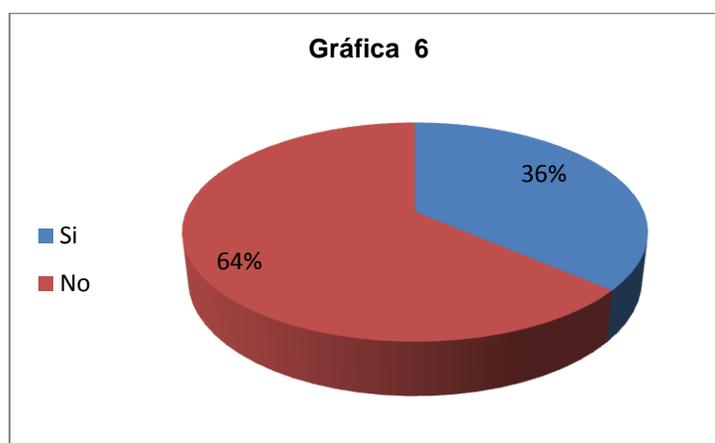
Después de trasladar las encuestas se afirma que la calidad de vida de los pobladores mejorará con el desarrollo de un lugar turístico.

5. ¿Considera importante la implementación de un plan de desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota?



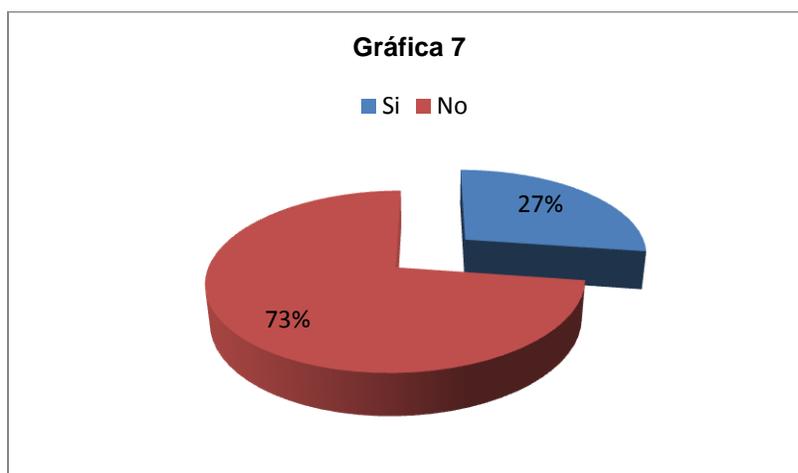
De acuerdo a las respuestas proporcionadas por el personal institucional, la planificación es un paso importante en el desarrollo turístico de la Finca.

6. ¿Conoce lugares turísticos en Guatemala en donde se utilicen planes de desarrollo?



Con la información presentada en la gráfica anterior se evidencia la falta de planificación al desarrollar lugares turísticos en la actualidad.

7. ¿Existe alguna institución que se encargue de velar por la actividad turística en la Finca Villa Carlota?



Los sujetos de estudio consideran que no hay instituciones locales que se comprometan con el desarrollo turístico de un área y por velar el cumplimiento de sus regulaciones.

8. ¿Considera que la creación de lugares turísticos en la Finca Villa Carlota podrían perjudicarlo?



Con las respuestas de los encuestados se niega el deterioro de los lugares turísticos que pertenecen a la Finca al momento de su desarrollo.

9. En cuanto a la infraestructura ¿Los servicios que tiene la Finca Villa Carlota son suficientes para funcionar como parque turístico?



El 82% del personal institucional encuestado consideran importante la construcción de infraestructura, ya que actualmente las instalaciones de la Finca no cuentan con las mismas.

10. ¿Considera necesario capacitar a los habitantes de la Finca Villa Carlota para el desarrollo de la actividad turística?



Infiriendo en la información proporcionada confirma la importancia de capacitar a los pobladores que serán parte del proyecto turístico de la “Finca Villa Carlota”.

4.2 Comprobación de la hipótesis planteada

Al elaborar un Plan de Desarrollo Turístico en la Finca Villa Carlota, municipio de Barberena, Santa Rosa, el turismo que se genera es sostenible y sustentable, ya que se evalúan las acciones que se llevarán a cabo y ayuda a superar obstáculos importantes; en lo social, la pérdida de identidad cultural, en lo económico, la mala inversión, en lo ambiental, la degradación del sitio o la pérdida de especies endémicas. Con ello se diferencia de la competencia, caracterizándose por la conservación del ambiente y atrayendo al turismo con una visión e interés diferentes.

Variable Independiente: la evaluación previa para llevar a cabo el proyecto identifica las cualidades y defectos que el área posee, su factibilidad y se desarrolla con confianza y convicción, provee interés en la inversión y ecologistas, ya que es una idea innovadora y conservacionista.

Variable Dependiente: una idea diferente atrae el interés de la demanda, que siempre busca nuevos retos y conocimientos, lo cual nos diferencia de la competencia e identifica como empresa con responsabilidad social empresarial (RSE) e interesados en la conservación, lo cual permite mantener el área en el tiempo y espacio.

4.3 Interpretación general de resultados

Una vez aplicados los instrumentos de investigación de campo, se llevó a cabo el proceso metodológico de análisis de datos, en el cual se evalúan los indicadores cuantitativos y cualitativos que ayudaron a establecer la importancia de elaborar un plan de desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota.

Inicialmente se determinó que los pobladores e instituciones no conocen el área evaluada, pero han escuchado o saben que si cuenta con lugares turísticos atractivos a la demanda, por lo que es importante aplicar un Plan de Marketing que llegue a cada

una de las personas que viven en los alrededores y que serán parte del desarrollo económico del área, adicional es importante expandir el conocimiento al país para darlo a conocer, pero es indispensable el contar con servicios básicos que satisfagan las necesidades del visitante.

La población aledaña no cuenta con suficientes ingresos para satisfacer sus necesidades básicas en el hogar, por lo que les atrae e interesa la idea sobre una nueva fuente de ingresos y trabajo, en la cual puedan mejorar su calidad de vida, y la de su familia.

Según el análisis de los datos obtenidos, el desarrollar la Finca Villa Carlota como un lugar turístico no deteriora los atractivos que posee, sin embargo, es importante contar con un plan que evite la pérdida de los mismos.

Tanto para los pobladores encuestados como para el personal de las instituciones es importante dar a conocer sobre el proyecto, las actividades que se desarrollarán, los recursos, las instalaciones o la capacidad, ya que ellos serán las personas que mejor publicidad le harán al área y quienes generarán aceptación en la demanda.

No existen lugares que planifique su desarrollo turístico previo a su funcionamiento, sin embargo, existe desconocimiento por parte de los propietarios y administradores debido a que no existen entidades turísticas que se encarguen de evaluar los procesos previos a la implementación de un nuevo lugar turístico.

Después del análisis previo se determina que la Finca Villa Carlota es un área con potencial turístico, pero previo a su desarrollo es importante implementar un plan que determine el orden, distribución y maneje correctamente la idea principal hacia la que se orientará el proyecto, al proceder este correctamente, los pobladores ven en él una nueva fuente de ingresos y calidad de vida, pero todo esto debe ser posible por medio del interés de las autoridades, quienes deben de crear normas y políticas que eviten que el área no sea sostenible.

4.4 Conclusiones

- 4.4.1 Los resultados de la investigación indican que la Finca Villa Carlota es utilizada únicamente para actividad agrícola, generando dividendos a los propietarios; mismos que son reutilizados para su mantenimiento.
- 4.4.2 En la actualidad, la Finca Villa Carlota no cuenta con instalaciones aptas para una actividad turística, por lo que los propietarios deben realizar una inversión económicamente considerable.
- 4.4.3 Implementando un Plan de Marketing se darán a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la Finca Villa Carlota, y de esta manera los propietarios podrán recobrar la inversión del proyecto.
- 4.4.4 Los vecinos de la Finca Villa Carlota y el municipio de Barberena, pueden beneficiarse al implementarse un Plan de Desarrollo Turístico en el lugar.
- 4.4.5 Existe un profundo interés por parte de la población y autoridades encuestadas en la implementación de un proyecto turístico dentro del área que no deteriore los recursos con los que cuenta.

4.5 Recomendaciones

- 4.5.1 Finalizada la investigación, se pudo determinar que es factible crear una empresa turística ejecutando un plan de desarrollo sostenible y sustentable en el área, tal como se sugiere en la propuesta profesional presentada en esta investigación.
- 4.5.2 Es indispensable que para la construcción de las instalaciones se tome en cuenta una visión ecoturística, en la cual no se afecte drásticamente el entorno en donde se va a construir; adicional a esto, es importante utilizar el método de Capacidad de Carga para determinar la cantidad de personas que pueden estar dentro de las instalaciones y prevenir el deterioro.
- 4.5.3 Se recomienda involucrar a la población desde el inicio del proyecto, con el fin de evitar inconformidades, fuga de información o mal interpretación de la misma, de igual manera se sugiere que el trabajo que se generará, se les otorgue a los pobladores para evitar que se sientan utilizados y desplazados de su área.
- 4.5.4 Es importante que las autoridades también formen parte del proyecto turístico desde sus inicios, y se responsabilicen de la regulación en la planificación del mismo, ya que el municipio no cuenta con una institución comprometida con el buen funcionamiento de esta clase de proyectos trayendo como consecuencia el deterioro o pérdida total o parcial de los lugares.
- 4.5.5 Se recomienda que en la elaboración del plan se involucren estudiantes y profesores de las diversas carreras del Centro Universitario de Santa Rosa, ya que se están profesionalizando y tienen el conocimiento sobre la evolución y puesta en marcha del proyecto en cuestión, así como la aplicación del ecoturismo como una alternativa viable de carácter sostenible y sustentable.

4.5.6 Para contar con un lugar turístico amigable con el ambiente es recomendable suscribirse a empresas de certificación ambiental como Rainforest Alliance, el cual exige y evalúa las instalaciones para que sean parte de áreas sostenibles y sustentables.

Capítulo V

Marco propositivo

5.1 Diagnóstico

Como se menciona anteriormente, no existe un formato determinado para un Plan de Desarrollo Turístico, éste quedará a criterio de lo que el propietario o administrador de la empresa desea, por lo que a continuación detallo la propuesta para el Plan de Desarrollo de un Turismo ecológico en la Finca Villa Carlota.

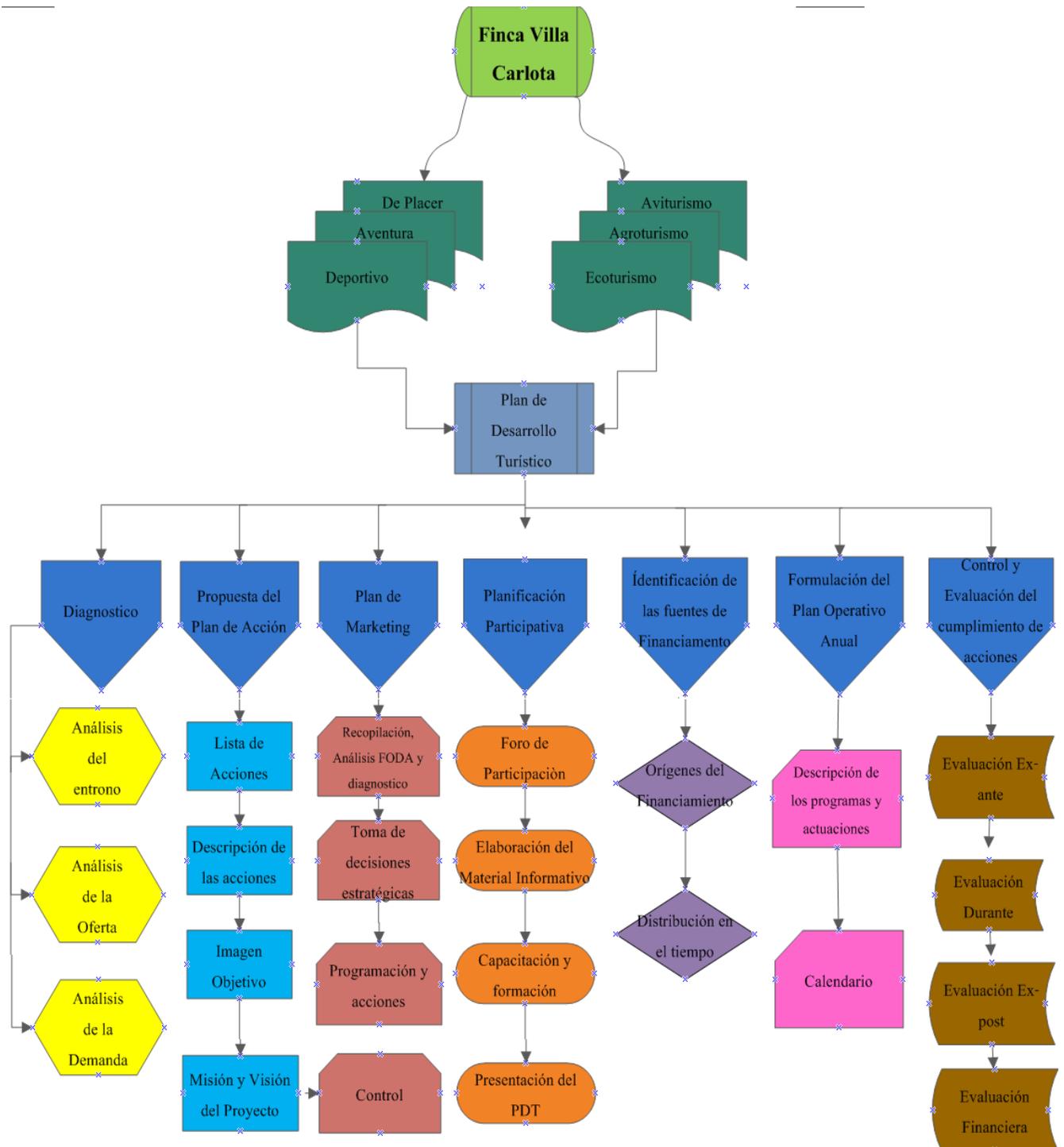
Comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

La primera etapa del diagnóstico permite, a su vez, determinar las oportunidades y riesgos ligados a un posible desarrollo del turismo.

Por otro lado, la segunda etapa del diagnóstico – los puntos fuertes y débiles del territorio comparados con las oportunidades y riesgos de su sector turístico en el mercado- permitirá definir una “**posición estratégica fructífera**”. Este concepto abarca los logros más importantes que puede proporcionar a largo plazo la superioridad frente a la competencia.

Otro punto importante también es el hecho de poder determinar si el territorio dispone de un “**posicionamiento único**” (**unique selling position/ USP**), un argumento de venta excepcional (un paraje único por ejemplo) que proporciona al territorio una **ventaja comparativa** absoluta, reconocida por el cliente.

Estructuración y variables de un Plan de Desarrollo Turístico de la Finca Villa Carlota.



5.1.1 Entorno

Al determinar el territorio a desarrollar se analiza el marco general sobre el que se pretende intervenir. Este conocimiento permite una visión global que ofrecerá las claves y perspectivas necesarias que han de dirigir el plan.

En este primer bloque de información se describe y analiza la competencia, los clientes, los factores Político-legales, económicos, socioculturales, tecnológicos y medioambientales.²⁵

Análisis del entorno			
			
1. Competencia			
Directa	Sustitutiva	Actual	Potencial
2. Tipos de clientes			
3. Listado de proveedores			

²⁵ Guía del Trabajo Autónomo: "Análisis del Entorno de la empresa". Universidad de Granada. Pág.3.

5 Factores

Económicos	Político-Legales	Socioculturales

Tecnológicos	Medioambientales

5.1.2 Oferta

La oferta está integrada básicamente por: alojamiento, gastronomía, recreación, esparcimiento y actividades de carácter provisional.²⁶

La descripción y análisis de la oferta turística se estructura esencialmente por los siguientes componentes:

- **Atractivos turísticos**

Los atractivos, elemento principal del sistema turístico, se dividen en dos tipos: los atractivos naturales y atractivos culturales. El primero de estos no consta de una intervención humano en su formación. Los atractivos culturales, a diferencia

²⁶ Documento de Desarrollo. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura -IICA-. Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico. Pág. 17.

del natural, tienen una intervención directa humana que generalmente nace de costumbres locales y/o de una zona.

La información entregada por una matriz, tiene como fuente, las fichas de atractivos turísticos aplicadas en el área de estudio.

Las matrices (conformadas por seis columnas) agrupan los atractivos como se detalla a continuación:

- **Nombre:** presenta el nombre del atractivo.
- **Clasificación:** se dan a conocer por categoría y tipo de atractivo.²⁷
- **Grado de explotación:** indica si la explotación del atractivo es actual y/o potencial.
- **Descripción:** describe a grandes rasgos el atractivo en cuestión.
- **Accesibilidad:** se presentan los posibles accesos hacia el atractivo.
- **Actividades turísticas:** se señalan las actividades turísticas que son y pueden ser realizadas.

Atractivos turísticos 					
Nombre	Clasificación del atractivo	Grado de explotación	Descripción	Accesibilidad	Actividades turísticas

²⁷ Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, Descripción de los atractivos turísticos.

▪ Planta turística

Según la Organización de Estados Americanos (OEA), los componentes de la planta turística son el conjunto de equipamientos e instalaciones que hacen posible la estadía y desplazamiento del turista en una localidad.

Los componentes de la planta turística en la Finca Villa Carlota son:

- a. Servicios básicos e instalaciones: no cuenta con servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes (baños, alimentación, hospedaje, información).
- b. Equipamiento: no cuenta con equipo para recrearse o ser parte de una actividad de recreación.

Para poder evaluar y determinar el nivel de competitividad con otros negocios es importante tomar en cuenta la siguiente información:

Planta turística 				
Nombre	Nivel de interés	Descripción	Accesibilidad	Valor agregado

▪ Infraestructura

Son las instalaciones físicas con la que cuenta la Finca Villa Carlota para la satisfacción y comodidad de los visitantes: establecimientos de hospedaje (total de habitaciones o camas, tipo de establecimiento, calidad y precio, REVPAR, ocupación y evolución y tendencias)²⁸, Gastronomía (capacidad del restaurante, capacidad de eventos, calidad y precios, menús), recreación (juegos infantiles, juegos de mesa, caminatas, paseos a caballo), deporte (deportes extremos,

²⁸ Guía para Elaborar un plan de Desarrollo Turístico. PRODAR (2008). Pp. 18.

canchas de tenis, futbol, bicicleta de montaña), salud (sauna, aguas termales, circuito termal), etc.

5.1.3 Demanda

En cuanto al origen, regularmente el turismo comunitario es realizado por las personas del departamento o municipio cercano, sin embargo, depende del impacto que genere el plan de Marketing que éstas se extiendan inclusive a nivel internacional.

En el análisis de la demanda, se debe relevar información de tipo cuantitativo y cualitativo:²⁹

Información cualitativa

Tipo de turistas, origen, motivaciones y expectativas, ¿Qué es lo que más les gusta?, ¿qué es lo que menos les gusta?, momento de viaje, medio de transporte, actividades que realizan, actividades que realizan, profesiones y constancia.

Información cuantitativa

¿Cuántos turistas?, ¿qué consumen?, ¿en dónde se alojan?, duración de la estadía, temporada, gasto medio, edad, sexo, nivel de estudios, ingresos o residencia habitual.

5.2 Plan de acción

Este se encarga de enumerar cada una de las actividades que se desean realizar para que el lugar sea de éxito y acapare la atención de todos los visitantes, en este se deben involucrar a todos los colaboradores, con ello se fomenta la fidelidad y el compromiso hacia el desarrollo del lugar y sus actividades.

²⁹ PRODAR (2008). Op.Cit. Pp. 18.

5.2.1 Lista de acciones

Ejemplo con los datos indispensables para conocer en cada actividad:

Plan de acción de la Finca Villa Carlota					
Objetivo estratégico	Fecha	Responsable	Lugar	Costo	Desarrollo de las acciones
Construcción de las instalaciones básicas y señalización para la satisfacción y facilidad del turista	enero-junio 2015	Arq. Carlos Villatoro	Área de ingreso hacia la Finca por el área del autopista	Q. 23,000.00	Baño para hombres y mujeres, área de descanso, área de alimentación, garita de Seguridad, señalización y uso adecuado de las instalaciones.
Objetivo estratégico	Fecha	Responsable	Lugar	Costo	Desarrollo de las acciones
Segmentación y elaboración de estrategias para obtener el interés del visitante.	abril-junio 2016	Administrador de la Finca y propietarios	Delimitación local, municipal y departamental.	Q.3,000.00	Centros de estudio, áreas actuales de recreación, actividades publicitarias en festividades populares, etc.

5.2.2 Descripción de las acciones

Aquí se coloca descriptivamente cada una de las actividades que se llevarán a cabo, con los detalles de las mismas, por ejemplo:

- “Construcción de las instalaciones básicas y señalización para la satisfacción y facilidad del turista

Está previsto que esta actividad se lleve a cabo a partir del lunes 5 de enero de 2015, el Arquitecto Carlos Villatoro será el encargado de dicho proyecto, contará con un grupo de 10 personas que estarán trabajando de lunes a viernes de 7:00 a 16:00 hrs y los sábados de 8:00 a 12:00, con ello podremos cumplir con el período establecido de 6 meses (enero a junio del 2015) en el período de construcción de las instalaciones básicas. Las instalaciones que se cimentarán son: garita de ingreso para seguridad del visitante, dos baños de cada sexo, un área de descanso con hamacas y área de juegos para infantes, 1 rancho para restaurante con una capacidad de 100 personas, el cual también puede ser utilizado para eventos; rotulaciones con el nombre de la finca, las actividades que se pueden llevar a cabo, señalización de las instalaciones y la ubicación del mirador que se construirá y por último, también se establecerá un mirador con capacidad de 5 personas y las áreas en donde se encontrarán los animales.

El material que utilizarán es bambú, ya que la Finca cuenta con plantaciones del mismo que pueden ser utilizados para evitar un gasto innecesario.

Dos veces al mes se reunirá la junta de inversionistas con el Arquitecto, para verificar el estatus de la construcción, la inversión será de Q 20,000.00 y se utilizarán para pagar la mano de obra, los materiales y las herramientas a utilizar.

Se pueden utilizar otras actividades o descripción no incluida en este texto.

5.2.3 Imagen objetivo

Para ella se debe ser cauteloso, interesante y previsor, ya que de no tener el impacto esperado, el destino tendría un rechazo por los mercados segmentados, y esto por ende representaría una pérdida para el inversionista y el sitio turístico; por lo que es importante que los inversionistas, o propietarios como en este caso, sepan ¿Cómo quieren que los visitantes y el público vea el lugar? Es importante tomar en cuenta que la imagen objetivo no es la marca o logotipo, ya que éste determina la idea que los consumidores tendrán de él.

La planificación de las estrategias de comunicación y la elección de los medios publicitarios representa un factor determinante a la hora de constatar la eficacia del Plan de Desarrollo de la Finca³⁰.

5.2.4 Misión y visión del proyecto

Para determinar la **misión** es de gran ayuda responder a las siguientes preguntas: ¿a qué se dedica la empresa? ¿Quién es el cliente? ¿Qué valor encuentra en la Finca?³¹ ¿A que debería dedicarse la Finca? Con esta información, podemos empezar a trabajar la misión:

“Mostrar al visitante un concepto ecológico distinto, con los estándares de sostenibilidad y sustentabilidad en cada tipo de turismo que practique; con la calidad en el servicio que merece, viviendo así una experiencia inolvidable que lo hará volver”. La visión nos determina de qué forma logramos la misión y establece el tiempo para aplicarlo, utilizando preguntas como ¿Qué queremos?, ¿A qué plazo lo queremos? y ¿Cómo lo lograremos?, con ello nuestra visión puede ser redactada:

³⁰ Fundación Universitaria Iberoamericana, Marketing de Empresas y Destinos Turísticos, La comunicación con los mercados, Pp. 125

³¹ Fundación Universitaria Iberoamericana. Op. Cit. Definición de Misión corporativa Pp. 37

“Proteger y conservar el ecosistema de la Finca Villa Carlota por medio de actividades turísticas que generen cultura de responsabilidad en el ser humano con el medio ambiente, mostrando alternativas y procesos de aplicación”.

5.3 Elaboración del Plan de Marketing

El Plan de Marketing presentado a continuación es un fragmento adaptado de dos propuestas presentadas, este nos ayuda a evaluar nuestro mercado y la forma de entrar en él.

<p>Plan de Marketing "Finca Villa Carlota"</p>	
<hr/>	
<p>La empresa:</p>	
<p>Ventajas competitivas</p> <input type="text"/>	
<p>Principales competidores</p> <input type="text"/>	
<p>Ciclo de vida del producto</p> <input type="text"/>	

El mercado:

Características

Necesidades

Tendencia

Marketing Mix:

Política de ventas

Política de precios

Política de comunicación

Política de distribución

Política de producto

5.3.1 Análisis FODA

Éste análisis es elaborado para determinar cómo estamos en comparación con la competencia, y lo que debemos mejorar. Una ejemplificación del mismo es presentado a continuación:

Turismo: situación actual	
Debilidades	Oportunidades
Erosión del suelo. La falta de instalaciones.	Naturaleza virgen. Nueva ruta de autopista.
Fortalezas	Amenazas
Miembro de Raintforest Alliance. Buena relación con la comunidad.	Río de aguas negras. Apoyo de las autoridades.
Estrategias	
Disminuir debilidades	Aprovechas las oportunidades
Plantación de variedad de flora. Construcción de instalaciones de necesidad básica.	Instalación de juegos y actividades sobre la naturaleza. Señalización y parqueo a la orilla de la ruta.
Potenciar fortalezas	Neutralizar amenazas
Certificación de Raintforest como lugar turístico ecológico. Empleo a los pobladores de los alrededores.	Instalación de tuberías para los afluentes de aguas negras. Presentación de la propuesta del sitio turístico con los beneficios que trae consigo.

5.3.2 Toma de decisiones estratégicas

Ésta la deben tomar los inversionistas de la Finca, en conjunto con el administrador y deben basarse en el análisis FODA que se realice, en el que al verificar las estrategias deciden si se puede llevar a cabo, si es viable y la aplicación.

5.3.3 Control

Acá se verifica que las estrategias evaluadas en el Análisis FODA y las decisiones tomadas se llevan a cabo según instrucciones, puede ser basado en el siguiente recuadro:

Control			
Actividad	Encargado	Estatus	Descripción
Plantación de variedad de flora.	Capataz	Activo	Desde hace 2 meses se inició y se ha plantado el 70%, se estima culminar la actividad en un mes más con el apoyo de 6 personas.

5.4 Planificación participativa

Aquí se realiza un documento en el cual se detalle cada una de las actividades que se llevaran a cabo con la comunidad para presentarle el proyecto, capacitarlos y mostrarles la importancia y el desarrollo que éste generará a la población con su implementación, ese se desarrolla en varias fases:

- Participantes:

Internos	Externos
Propietario	CONAP/SIGAP
Líderes comunitarios	Universidad
Empresas Turísticas	INGUAT

5.4.1 Foro de participación

Las actividades de participación por parte de la población y autoridades, es importante que se lleven a cabo durante todo el año, explicando a la población cada una de las partes involucradas y la manera de desarrollarse cada una de las actividades:

Actividad	Descripción	Estatus
Presentación del Plan estratégico para dar a conocer el proyecto en la Población de los alrededores.	Realizar la primera reunión y conexión emocional con la población de los alrededores; presentar el proyecto que se llevará a cabo, las estrategias, instalaciones y la proyección a futuro, así como la utilización de los recursos de la Finca Villa Carlota.	Tentativo
Presentación y validación de conclusiones sobre el desarrollo del proyecto.	Seguimiento del proyecto, la construcción de las instalaciones y comprobación del funcionamiento de las actividades que se desarrollarán.	Tentativo
Presentación del Plan de acción	En este se demuestra el proyecto final, se hace un recorrido por las instalaciones, se evalúa su funcionamiento y se distribuyen las actividades que se implementarán durante su evolución.	Tentativo

5.4.2 Elaboración de material informativo

Este consiste en capacitar al equipo de trabajo con material informativo existente sobre el proyecto, y puede variar según las actividades implementadas:

Lic. Gustavo Romero

Turismo en la "Finca Villa Carlota"

Marzo de 2015

Puntos de interés especial:

- > Plan de Desarrollo Turístico
- > Base de Planificación
- > Recopilar información
- > Beneficios



Río que pasa por el centro de la Finca Villa Carlota y abastece a los animalitos.

Desarrollo Turístico

La política correctamente aplicada para el **desarrollo turístico** de un área es el estimular el desarrollo de las zonas de emigración rural o de retraso económico para lograr así una distribución por igual del ingreso.

Algunos de los beneficios al **planificar** el desarrollo de un lugar turístico son: Conserva el lugar, mantiene los recursos utilizables, mejora el nivel de vida de los pobladores, la infraestructura y crea fuentes de empleo, entre otros. Para que la planificación sea correcta y se implementa un Plan de Acción, en el que se detalla las actividades prohibidas, las que no son acordes a la zona, el uso de los recursos con medición, entre otros.

Para recopilar **información** hicimos una entrevista al propietario, las autoridades de la Comunidad y del Centro Universitario y los pobladores de los alrededores,

para tomar en cuenta

Los beneficios que el desarrollo turístico le proporcionará a los pobladores de los alrededores de la Finca Villa Carlota son:

- Empleo
- Desarrollo
- Mejora en la calidad de vida
- Competitividad empresarial.
- Calidad de los servicios
- Variedad de servicios
- Generación de impuestos.
- Construcción de Infraestructura
- Grado de Desarrollo Tecnológico
- Multiculturalidad
- Protección a las áreas vulnerables.



Los Póctos: Ubicados bajo de un nacimiento de agua, en el área boscosa de la Finca se ha ido aguapando por la humedad que se genera.

Volumen 1, nº 1

Plan de Desarrollo Turístico

El Plan de desarrollo está compuesto por los siguientes estudios y planes:

- Diagnóstico del área: entorno, oferta y demanda.
- Plan de Acción: las acciones que se llevarán a cabo para el desarrollo del turismo y su visión a futuro.
- Plan de Marketing: descripción de la forma de promocionar el área.
- Planificación participativa: inclusión de la población en el proyecto.
- Fuentes de Financiamiento: origen del dinero para la inversión.
- Formulación del POA: listado de actividades a desarrollarse durante su funcionamiento.
- Control y evaluación: evaluación de la programación de actividades.



"Agua Tibia" Nacimiento de agua tibia dentro de las instalaciones.



Vegetación y plantaciones de café dentro de la Finca.

Esta información puede ser repartida durante cada una de las reuniones que se tenga con la población y debe ser en un idioma no técnico para que la pueda entender, sin embargo, es necesario que nuestro documento inspire confianza, formalidad y conocimiento sobre lo que hacemos.

5.4.3 Capacitación y formación³²

Actividad de capacitación: comprende varias sesiones para que el grupo de trabajo adquiera los conocimientos básicos que se necesitan para llevar a cabo las distintas actividades requeridas para la formulación del Plan. Este grupo puede ser ampliado, en ciertas ocasiones, cuando las charlas y cursos tengan un interés más general y se invite a participar a los productores, empresarios turísticos y técnicos de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, como una estrategia de fortalecimiento del grupo de trabajo inicial.

Plan de capacitación y formación: este plan se formulara con base en los objetivos establecidos por el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. Se propondrá un plan que asegure la consolidación de los productos creados y la igualdad de oportunidades de participación en el negocio turístico de todos los actores del territorio. Tiene las siguientes orientaciones:

- Formación empresarial. Destinada a empresarios del sector relacionados con alojamiento, restauración, servicios de transporte, artesanía, actividades recreativas, etc., al objeto de conseguir una marca de calidad.
- Formación empresarial. Destinada a trabajadores que pueden encontrar empleo en los diversos servicios turísticos a crear (hoteles, restaurantes, guías locales, etc.).

Metodológicamente esta fase hay que dividirla en dos etapas debido a sus dimensiones diferentes:

³² PRODAR (2008). Op. Cit. Pp. 26-27

– Actividades de capacitación

Esta se desarrollada durante todo el proceso de planificación ya que estará destinada a capacitar al grupo de trabajo en los aspectos necesarios para la elaboración del plan de Desarrollo Turístico del Territorio. Estas actividades pueden ser charlas, cursos, talleres, participación en ferias y visitas de intercambio y los temas a cubrir son: conceptos generales sobre turismo, legislación aplicable, metodologías de planificación y evaluación, oportunidades de negocio y gestión turística.

– Plan de capacitación y formación

Se realizará un análisis de las demandas formativas partiendo del déficit formativo de los recursos humanos y empresariales del territorio y de las nuevas exigencias que se deriven del plan estratégico. Posteriormente se realizará una propuesta de formación y capacitación en la que se defina:

- Los perfiles de los actores o grupos meta con participación en el desarrollo turístico que ayude al proceso de contratación del recurso humano.
- Contenido y necesidades formativas generales y por perfiles.
- Programas generales de contenidos,
- Acciones formativas: encuentros, talleres, elaboración de documentación, jornadas, seminarios, etc.

5.4.4 Presentación del Plan de Desarrollo Turístico

En éste se convoca a una reunión y se invitan a las autoridades del departamento y municipio, personajes y pobladores del lugar, se prepara una presentación con la información puntual y relevante del Plan, se presenta el plan con cada uno de sus incisos, se describe cada uno de ellos y al finalizar se pregunta por dudas o sugerencias al mismo.

Se recomienda para hacer la presentación más amena, preparar un Coffee Break, escogiendo un menú popular de la comunidad con una bebida con las mismas características.

5.5 Identificación de las fuentes de financiamiento

En este caso la mayor parte del financiamiento será privada, sin embargo, la inversión será grande, ya que es un lugar sin infraestructura básica y anteriormente no utilizado para esta actividad, por lo que podría tomarse como referencia:

- Bancos locales,
- Compañías de Créditos,
- Sociedades, y
- Empresas de Financiamiento.

Es importante tomar en cuenta que se debe considerar el monto a pagar según la infraestructura que se implemente, las actividades que se lleven a cabo en el plan de Acción y el Plan de Marketing que se utilice para entrar al mercado turístico.

5.6 Formulación del Plan Operativo Anual

En éste se establece el objetivo de la actividad, se describe la misma, la persona encargada y el o los responsables de que se lleve a cabo en el tiempo establecido. Es importante tomar en cuenta que se le debe preguntar al encargado de cada actividad sobre el tiempo establecido para la misma, tomando en cuenta que no debe ser extenso para no atrasar el inicio del proyecto.

También se coloca la evaluación, la cual debe ser al siguiente día del tiempo establecido para la actividad.

FASE 1: Diseño del Plan y Desarrollo

1. Diagnóstico

1.1. Diagnóstico del entorno

<i>Objetivo:</i>	Evaluar el área en la que se encuentra la Finca Villa Carlota.	Control y seguimiento	Terminado
<i>Descripción:</i>	En este se observa, analiza y describe el área en el que se encuentra la Finca Villa Carlota, la competencia, los tipos de clientes y los factores. Llenar el formulario lo más claro y descriptivo posible.		
<i>Responsable:</i>	Administrador y el propietario		Inconcluso
<i>Calendario:</i>	30 días		
			No iniciado

1.2. Diagnóstico de la oferta

<i>Objetivo:</i>	Evaluar las empresas y el nivel de competitividad para/con la Finca Villa Carlota.	Control y seguimiento	Terminado
<i>Descripción:</i>	En este se observa, analiza y describe el nivel de competitividad con las empresas, la diferencia con las nuestras y con lo que contamos.		
<i>Responsable:</i>	Administrador y el propietario		Inconcluso
<i>Calendario:</i>	30 días		
			No iniciado

1.2. Diagnóstico de la demanda

<i>Objetivo:</i>	Evaluar y determinar al visitante y su interés por el conocimiento.	Control y seguimiento	Terminado
<i>Descripción:</i>	Se realiza un análisis cuantitativo de los visitantes y sus características.		Inconcluso
<i>Responsable:</i>	Administrador y el propietario		No iniciado
<i>Calendario:</i>	60 días		

5.7 Control y evaluación del cumplimiento de acciones

El control y evaluación del plan, se realizará a través de distintas instancias de reunión, donde los actores del desarrollo turístico puedan evaluar la vigencia y el cumplimiento del Plan de Desarrollo.³³ Es importante que para la Evaluación se tome en cuenta a personajes importantes de las poblaciones aledañas, COCODES, líderes comunitarios, etc; esto con el fin de determinar su punto de vista y ganar simpatía con la población.

5.7.1 Ex –ante

Es el análisis de los documentos, planes de acción, Marketing, Estratégico, FODA, etc; en el que se pueda determinar previamente algún problema de funcionamiento o implementación, o que la información sea verídica.

³³ Universidad Austral de Chile. Plan de Desarrollo Comunal de la Provincia de Cochamo (2009). Del Control y Evaluación. Pp. 177.

5.7.2 Durante

Ésta en la implementación del proyecto puede ser llamada la “Fase 2”, ya que la “Fase 1” es la elaboración de Plan y el recabar toda la información.

Aquí ya se inspecciona constantemente el proceder de la construcción, según lo planificado y establecido en la fase 1, es importante que esto sea constantemente evaluado: la calidad, el diseño o la ubicación; y que también esté involucrado un profesional en el ámbito para tener ayuda y opinión de un experto.

5.7.3 Ex -post

Aquí debemos verificar que nuestros objetivos, misión y visión se estén llevando a cabo, que la satisfacción del nuevo visitante y la expectativa de visita sea alta para incentivar y motivar a que vuelva.

Es importante también verificar la Fase 1, hacer corrección y verificar que todo marche según lo planificado, con esto evitamos un desfase desde el inicio. Se debe tomar en cuenta que antes de inaugurar el Lugar hay que realizar los manuales de funcionamiento de cada una de las áreas, establecer horarios y las políticas del parque ecoturístico.

5.7.4 Presupuesto y financiamiento del proyecto.

Costo inicial estimado del proyecto	
Fase preparatoria	Q. 20,000.00
Fase de ejecución	Q. 183,350.00
Costo total	Q. 203,350.00

Descripción	Cantidad	Precio	Precio total
Estudio del análisis del entorno, oferta y demanda.	1	Q. 3,000.00	Q. 3,000.00
Elaboración de imagen objetivo y material publicitario.	1	Q. 3,000.00	Q. 3,000.00
Estudio de Suelo	1	Q. 12,000.00	Q. 15,000.00
Diseño de Imagen urbana	1	Q. 12,000.00	Q. 12,000.00
Construcción de baños	2	Q. 4,000.00	Q. 8,000.00
Construcción de Tienda de abastecimiento	1	Q. 15,000.00	Q. 15,000.00
Jardineras	8	Q. 1,800.00	Q. 14,400.00
Senderos	1,000 mt.	Q. 80.00	Q. 80,000.00
Señalización	6	Q. 900.00	Q. 5,400.00
Basureros	5	Q. 490.00	Q. 2,450.00
Asistencia para la organización empresarial	3	Q. 200.00	Q. 600.00
Capacitación guía local, servicio al cliente, calidad, etc.	1	Q. 1,000.00	Q. 1,000.00
Impresión de material de promoción	3,000.00	Q. 3.00	Q. 9,000.00
Capacitación de la población	500 pax	Q. 3.00	Q. 1,500.00
Fam Trip a Tour Operadores y hoteleros	15	Q. 600.00	Q. 9,000.00
Evaluación Ex ante, durante y ex post.	1	Q. 4,000.00	Q. 4,000.00
Total del proyecto			Q. 183,350.00

VI Bibliografía

6.1 Libros

- ACERENZA, M. (2007). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo*. México: Editorial Trillas.
- ANTÓN C. & González, R. (2005). *Planificación Territorial del Turismo* (1ra Edición). Barcelona: Editorial OUC.
- ARCARONS i S. R., Capellá i H. J., González R. F., Mirabell I. O. & Pallás i de P. J. (2010). *Gestión Pública del Turismo* (1ra Edición). Barcelona: Editorial OUC.
- CASTRO Z. L., Restrepo Q. O., Rojas R. A. & Saavedra G. Ruth. (2001). *Planificación del Desarrollo* (2da edición). Colombia: Fundación Universidad de Bogotá.
- CÓRDOBA M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Colombia: Ediciones Ecoe.
- Guatemala INTECAP. (2005). *Introducción a la Hotelería y Turismo* (1ra Edición).
- Guatemala, Sacatepéquez. INGUAT., CASABAL & Municipalidad de Antigua Guatemala. (2010). *Plan de Desarrollo Turístico, Departamento de Sacatepéquez*.
- Guatemala, Consejo Nacional de Áreas Protegidas. (2011). *Manual de Rotulación*.

- Guatemala, Petén. INGUAT. (1996). *Plan de Desarrollo Turístico de Petén*.
- Guatemala, Santa Rosa. *Monografía de Barberena*.
- MAKENS, J., Bowen, J. & Kotler, P. *Marketing para el Turismo* (3ra Edición). Editorial Pearson.
- Marketing y Publicidad. *Marketing Turístico* (1ra Edición). España: Editorial Vértice.
- Marketing y Publicidad. *Plan de Marketing* (2da Edición). España: Editorial Vértice.
- Masseli, G. (2009). *Manual de Facilidades Turísticas*. Guatemala.
- PÉREZ de las H, M. (2003). *La guía del Ecoturismo ó Como conservar la Naturaleza a través del Turismo* (2da. Edición). México: Ediciones Mundi-Prensa.
- Turismo de Granada. (2011). *Plan Global de Desarrollo Turístico de la Provincia de Granada*. España.

6.2 Leyes

- Guatemala. INGUAT. (1967). *Ley Orgánica del Turismo*. INGUAT.

6.3 Artículos

- INGUAT. (2012). *Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022*. INGUAT. Guatemala
- Organización Mundial del Turismo. (2001). Naciones Unidas. *Código Ético Mundial para el Turismo*. Asamblea General de las Naciones Unidas
- Organización Mundial del Turismo. (2011). *Tourism and Sustainability*. Conferencia en Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Río de Janeiro, Brasil

6.4 E-grafía

- http://www.fundesa.org.gt/cms/content/files/publicaciones/Informe_Mundial_Competitividad_Turistica_2011.pdf
- <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-barometro-turismo-mundial-abril-2011/>
- http://www.investinguatemala.org/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=44
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Planeamiento#Herramientas>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Recurso>
- <http://www2.unwto.org/en/content/what-we-do>

- <http://publications.unwto.org/en/publication/compendium-best-practices-and-recommendations-ecotourism-asia-and-pacific>
- <http://www.crearempresas.com/vanesabarrado.htm>
- <http://culturapeteneraymas.wordpress.com/2011/07/31/barberena/>
- <http://www.monografias.com/trabajos15/ecoturismo/ecoturismo.shtml#turismo>

VII Glosario

– Barómetro turístico

Es una herramienta de medición de ingresos de divisas y por ende el desarrollo turístico del lugar.

– Capacidad de carga

Determinar el máximo número de turistas que puedan ser recibidos en un destino, sin dañar la calidad del medio económico, natural y sociocultural.

– CEPAL-ONU

También conocida como Comisión Económica para América Latina; y es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas y su sede está en Santiago de Chile. Se fundó para contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordinar las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y las demás naciones del mundo.

– Demanda turística

Conformada por el conjunto de consumidores (o posibles consumidores) de bienes y servicios turísticos.

– Diversificación

Acción y efecto de diversificar. Convertir en múltiple y diverso lo que era uniforme y único.

– Ecológico

Es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución y abundancia, cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente: la biología de los ecosistemas.

- Erosión

Desgaste o destrucción producidos en la superficie de un cuerpo por la fricción continua y violenta de otro.

- Federación Internacional de Tour Operadores

También llamado IFTO, fundado en 1970 por un grupo de Tour operadores del Reino Unido y Escandinavia, y está integrada por 13 países representando los intereses de 60 millones de pasajeros al año.

- Forastero

Según Artur Bormann que comprenden viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales iniciados en muchos casos por acontecimientos o situaciones especiales, donde la ausencia de su vivienda es transitoria y que excluye a los desplazamientos a lugares de trabajo.

- LAC

También denominado “Límite Aceptable de Cambio” implica que los visitantes deben acceder al sitio turístico y causar algún impacto antes de que los administradores del area natural puedan ejecutar acciones relacionadas con el impacto, e implícitamente involucrados activamente en la experiencia turística.

- Lodge

Es un tipo de hotel pequeño, adaptado a todo tipo de lugares. Es usado especialmente por personas que practican deportes o gustan de lugares como las montañas, salvas, sábanas, etc.

- Multisectorial

Que afecta diversos sectores.

– Oferta turística

Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia.

– OMT o sus siglas en español, Organización Mundial del Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es un organismo internacional, creado en 1925, que tiene como propósito promover el turismo. Vincula formalmente a las Naciones Unidas desde 1976 al transformarse en una agencia ejecutiva del PNUD.

– Paradigma

Conjunto cuyos elementos pueden aparecer alternativamente en algún contexto especificado/ Cada uno de los segmentos formales en que se organizan las palabras nominales y verbales para sus respectivas reflexiones.

– Romería

Viaje o peregrinación, especialmente la que se hace por devoción a un santuario.

– Sustentable/ Sostenible

Característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

– VIM

También denominado “Impacto de los visitantes de Gestión”, es una metodología diseñada para controlar la espera e impacto debido a los visitantes en un entorno determinado, que integra el concepto de producción limpia para la industria del turismo a través de metas de uso sostenible.

Anexos

Cuestionarios

Universidad de San Carlos de Guatemala

Centro Universitario de Santa Rosa

Licenciatura en Turismo

Unidad de análisis Individual



Nombre: _____ Fecha: _____

Barrio al que pertenece: _____

Instrucciones: Por favor lea atentamente todo el cuestionario, analícelo y responda de manera clara, real y concisa.

1. ¿Conoce o ha escuchado usted de la Finca Villa Carlota?

Si

No

2. ¿Considera que la Finca Villa Carlota tiene lugares turísticos?

Si

No

3. ¿Cree que la Finca Villa Carlota tiene potencial turístico?

Si

No

4. ¿Cree que el turismo en la finca genera ingresos económicos a la población?

Si

No

5. ¿Trabajaría usted en turismo?

Si

No

6. ¿Cuál es el rango de ingresos que obtiene al mes?

0-1,500_____

1,501-3,000_____

3,001-4,500_____

más _____

7. ¿Considera que el turismo mejoraría la calidad de vida de los pobladores del municipio de Barberena y sus alrededores?

Si

No

8. ¿Es importante la Finca Villa Carlota como fuente generadora de ingresos?

Si

No

9. ¿Considera que el turismo podría deteriorar los atractivos de la Finca Villa Carlota?

10. ¿Qué servicios básicos necesita la Finca Villa Carlota para convertirse en un atractivo turístico?

11. ¿Considera necesario capacitar a los habitantes de la Finca Villa Carlota para formar parte de la actividad turística?

Si

No

12. ¿Qué actividad realizaría usted para un proyecto de desarrollo turístico?

Universidad de San Carlos de Guatemala

Centro Universitario de Santa Rosa

-CUNSARO-

Licenciatura en Turismo

Unidad de análisis Institucional



Nombre: _____ Fecha: _____

Barrio al que pertenece: _____

Instrucciones: Por favor lea atentamente todo el cuestionario, analícelo y responda de manera clara, real y concisa.

1. ¿Conoce la actividad económica que se realiza en la Finca Villa Carlota?

Si

No

2. ¿Cree que la Finca Villa Carlota tiene lugares turísticos?

Si

No

3. ¿Cree que el turismo en la Finca Villa Carlota generaría ingresos económicos a la población?

Si

No

4. ¿Considera que el turismo mejoraría la calidad de vida de los pobladores del municipio de Barberena y los alrededores?

Si

No

5. ¿Considera importante la implementación de un Plan de desarrollo turístico para la Finca Villa Carlota?

Si

No

¿Porqué? _____

6. ¿Conoce lugares turísticos en Guatemala en donde se utilicen planes de desarrollo?

Si

No

¿En dónde? _____

7. ¿Existe alguna institución que se encargue de velar por la actividad turística en la Finca Villa Carlota?

Si

No

¿Cuál(es)? _____

8. ¿Considera que la creación de lugares turísticos en la Finca Villa Carlota podrían perjudicarlo?

Si

No

¿Por qué? _____

9. En cuanto a la infraestructura ¿Los servicios que tiene la Finca Villa Carlota son suficientes para funcionar como parque turístico?

Si

No

10. ¿Considera necesario capacitar a los habitantes de la Finca Villa Carlota para el desarrollo de la actividad turística?
