

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
EXTENSIÓN MALACATÁN
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**MODALIDAD
INVESTIGACIÓN ACCIÓN**

***CREACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DEL PARQUE ECOLÓGICO
MUNICIPAL, ALDEA POJOPÓN, MUNICIPIO DE ESQUIPULAS PALO GORDO,
DEPARTAMENTO DE SAN MARCOS***

**PRESENTADO POR
BLANCA FLOR LÓPEZ VELÁSQUEZ**

**A LAS AUTORIDADES PREVIO A CONFERIRLE EL TÍTULO DE
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA**

**ASESORA
LICDA. VERÓNICA LUCRECÍA RAMÍREZ**

**REVISOR
LIC. MILTON DELFINO GODÍNEZ TUL**

MALACATÁN, SAN MARCOS, NOVIEMBRE DE 2023

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
EXTENSIÓN MALACATÁN
CONSEJO DIRECTIVO

MsC. Juan Carlos López Navarro

Director

Licda. Astrid Fabiola Fuentes Mazariegos

Secretaria Consejo Directivo

Ing. Agr. Roy Walter Villacinda Maldonado

Representante de Docentes

Lic. Oscar Alberto Ramírez Monzón

Representante Estudiantil

Br. Luis David Corzo Rodríguez

Representante Estudiantil

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
EXTENSIÓN MALACATÁN
MIEMBROS COORDINACIÓN ACADÉMICA

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
Ing. Agr. Carlos Antulio Barrios Morales	Coordinador Carrera de Ingeniero Agrónomo con Orientación en Agricultura Sostenible
Lic. Antonio Etihel Ochoa López	Coordinador Carrera de Pedagogía y Ciencias de la Educación
Licda. Aminta Esmeralda Guillén Ruiz	Coordinadora Carrera de Trabajo Social
Ing. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas
Licda. María Daniela Paiz Godínez	Coordinadora Carrera de Abogado y Notario y Licenciaturas en Ciencias Jurídicas y Sociales
Dra. Jenny Vanessa Orozco Minchez	Coordinadora Carrera Médico y Cirujano
Lic. Nelson de Jesús Bautista López	Coordinador Extensión Plan Fin de Semana, San Marcos

Licda. Julia Maritza Gándara González de Almengor	Coordinadora Extensión Malacatán
Licda. Mirna Lisbet De León Rodríguez	Coordinadora Extensión Tejutla
Lic. Marvin Evelio Navarro Bautista	Coordinador Extensión Tacaná
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador del Instituto de Investigaciones
Lic. Mario René Requena	Coordinador de Área de Extensión
Ing. Oscar Ernesto Chávez Ángel	Coordinador Carrera de Ingeniería Civil
Lic. Carlos Edelmar Velásquez González	Coordinador Carrera de Contador Público y Auditor
Ing. Miguel Amílcar López López	Coordinador Extensión Ixchiguán
Lic. Danilo Alberto Fuentes Bravo	Coordinador Carrera de Profesorado de Primaria Bilingüe Intercultural
Lic. Yovani Alberto Cux Chan	Coordinador Carreras de Sociología, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
EXTENSIÓN MALACATÁN
MIEMBROS DE LA TERNA EXAMINADORA

MsC. Juan Carlos López Navarro

Director

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez

Coordinador Académico

Licda. Julia Maritza Gándara González
de Almengor

Coordinara Extensión Malacatán,
San Marcos

Licda. Verónica Lucrecia Ramírez Maldonado

Asesora

Lic. Milton Delfino Godínez Tul

Revisor

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
EXTENSIÓN MALACATÁN
MIEMBROS DEL DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL
SUPERVISADO

Licda. Julia Maritza Gándara González Coordinadora
de Almengor

MSc. Edgar Gurmercindo Navarro Requena Encargado de EPS

Licda. Verónica Lucrecia Ramírez Maldonado Secretaria

Lic. Edwin Fernando González Fuentes Tesorero

Lic. Moisés Neptalí Navarro Vásquez Vocal I

Lic. Deyvi Catarino Girón Portillo Vocal II

Lic. Milton Delfino Godínez Tul Vocal III



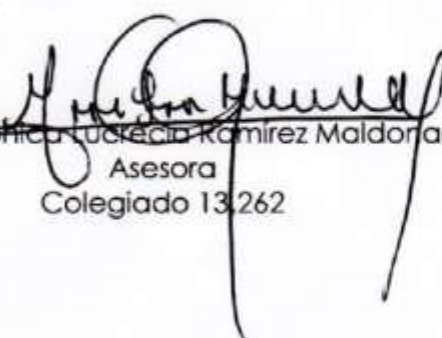
San Marcos, 30 de marzo 2023

Distinguidos profesionales
Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado EPS
Carrera Administración de Empresas
Extensión Universitaria Malacatan
Centro Universitario de San Marcos

Respetables profesionales

Atentamente me dirijo a ustedes para manifestarles que he asesorado el trabajo de graduación, denominado, **Creación De Un Plan De Marketing Del Parque Ecológico Municipal, Aldea Pojopón, Municipio De Esquipulas Palo Gordo, Departamento De San Marcos**, en modalidad Investigación Acción. Trabajo presentado por la estudiante Blanca Flor López Velásquez carné 201343802

En virtud que el trabajo presentado reúne los requisitos metodológicos y académicos exigidos por la Universidad San Carlos de Guatemala, carrera de Administración de Empresas del Centro Universitario de San Marcos, Extensión Malacatan, en mi calidad de asesora emito **DICTAMEN FAVORABLE**, para que continúe con los trámites correspondientes


Licda. Verónica Lucrécia Ramírez Maldonado
Asesora
Colegiado 13.262




San Marcos, 30 de abril de 2023

Distinguidos profesionales
Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado EPS
Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos
Extensión Universitaria Malacatán

Respetables profesionales

Me dirijo atentamente a ustedes para hacer de su conocimiento que he estado en el proceso de revisión del informe individual de graduación, denominado **Creación de un Plan de Marketing del Parque Ecológico Municipal, Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos**, en la modalidad Investigación Acción, el cual fue presentado por la estudiante Blanca Flor López Velásquez con número de carné 201343802.

En virtud que el trabajo presentado reúne los requisitos metodológicos y académicos exigidos por la Universidad de San Carlos de Guatemala, carrera de Administración de Empresas del Centro Universitario de San Marcos, Extensión Malacatán, en mi calidad de revisor emito **DICTAMEN FAVORABLE**, para que continúe con los trámites correspondientes.



Lic. Milton Delfino Godínez Tul
Administrador de Empresas
Colegiado Activo 15890
Docente Revisor

DEPSAE. Ext. Malacatan-CUSAM. 47-2023

Malacatán, San Marcos, 30 de mayo de 2023

Licda. Julia Maritza Gándara González de Almengor
Coordinadora de Extensión Universitaria de Malacatán
Centro Universitario de San Marcos
Edificio

Atentamente me dirijo a usted para informarle la resolución del Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Administración de Empresas, extensión de Malacatán, Centro Universitario de San Marcos.

En sesión celebrada el día sábado veintisiete de los corrientes, se tuvo a bien revisar el trabajo de graduación denominado: CREACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DEL PARQUE ECOLÓGICO MUNICIPAL, ALDEA POJOPÓN, MUNICIPIO DE ESQIPULAS PALO GORDO, DEPARTAMENTO DE SAN MARCOS; presentado por la estudiante Blanca Flor López Velásquez, carné 201343802, modalidad Investigación Acción, de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas.

En cumplimiento de los aspectos metodológicos, académicos, en virtud que el trabajo cuenta con los dictámenes de asesor y revisor, el Departamento emite DICTAMEN FAVORABLE para que continúe con los trámites correspondientes.

Sin más por el momento, me suscribo de usted.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Msc. Edgar Gumerindo Requena Navarro
Encargado Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado

c.c. Archivo

ESTUDIANTE: BLANCA FLOR LÓPEZ VELÁSQUEZ
CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
CUSAM, Edificio.

Atentamente transcribo a usted el Punto **QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS, inciso a) subinciso a.61) del Acta No. 020-2023**, de sesión ordinaria celebrada por la Coordinación Académica, el 8 de noviembre de 2023, que dice:

“QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS: a) ORDENES DE IMPRESIÓN. CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. a.61) La Coordinación Académica conoció Providencia No. EUMACUSAM-185-2023, de fecha 6 noviembre de 2023, suscrita por la Licda. Julia Maritza Gándara González, Coordinadora Extensión Malacatán, a la que adjunta solicitud de la estudiante: BLANCA FLOR LÓPEZ VELÁSQUEZ, Carné No. 201343802, en el sentido se le **AUTORICE IMPRESIÓN DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN CREACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DEL PARQUE ECOLÓGICO MUNICIPAL, ALDEA POJOPÓN, MUNICIPIO DE ESQUIPULAS PALO GORDO, DEPARTAMENTO DE SAN MARCOS**, previo a conferírsele el Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La Coordinación Académica en base a la opinión favorable del Asesor, Comisión de Revisión y Coordinadora de Carrera, **ACORDÓ: AUTORIZAR IMPRESIÓN DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN CREACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DEL PARQUE ECOLÓGICO MUNICIPAL, ALDEA POJOPÓN, MUNICIPIO DE ESQUIPULAS PALO GORDO, DEPARTAMENTO DE SAN MARCOS**, la estudiante: BLANCA FLOR LÓPEZ VELÁSQUEZ, Carné No. 201343802, previo a conferírsele el Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.”
Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez
Coordinador Académico



DEDICATORIA

A Dios, quien es el ser más importante en mi vida y me dio la sabiduría en cada uno de mis días y en la etapa de mi formación profesional. Todo lo que tengo y he logrado es por Él.

A mi esposo Abdías Blademiro Fuentes González por su amor y apoyo incondicional en estos años de carrera universitaria junto a mí. Gracias por ser mi compañía y compartir tu vida conmigo, eres la persona más especial en mi vida.

A mis hijos, Thiago, Samantha y Leonardo; quienes llegaron a mi vida para bendecirme aún más y me han dado la fuerza para seguir adelante. Son el regalo más especial que he recibido de parte de Dios-

A mis padres, Gamaliel López Ortiz y Flor Dilia Velásquez Mazariegos por su amor, apoyo y compañía en todo momento. Gracias por ser mi ejemplo de esfuerzo, perseverancia y temor a Dios.

A mis hermanos, Gaby, Katy y Oliver por su buen ejemplo y exhortación a seguir adelante hasta lograr mi objetivo. Es una bendición tener personas especiales en mi vida que me apoyan a ser mejor cada día.

A mis catedráticos, que me instruyeron por los caminos del saber y que hoy se ve reflejado en el alcance de mi meta.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala nuestra casa de estudios superiores, que ha sido la fuente del conocimiento y del saber.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	IV
CAPÍTULO I	6
1. MARCO CONCEPTUAL	7
1.1. Planteamiento del problema	7
1.2. Delimitación del problema	8
1.2.1. Geográfico	8
1.2.2. Temporal	8
1.2.3. Temático	8
1.3. Objetivos	9
1.3.1. General	9
1.3.2. Específicos	9
CAPÍTULO II	10
2. MARCO CONTEXTUAL	11
2.1. Ubicación geográfica	11
2.1.1. Ubicación del departamento de San Marcos y el municipio de Esquipulas Palo Gordo	11
2.1.2. Ubicación de Aldea Pojopón dentro del municipio de Esquipulas Palo Gordo	12
2.1.3. Croquis de la comunidad	13
2.2. Datos geográficos	14
2.2.1. Localización	14
2.2.2. Colindancias	14
2.3. Historia de la comunidad	15
2.4. Zonas de vida (suelo, flora y fauna)	17
2.4.1. Actividades de conservación de suelos	17
2.4.2. Flora	17
2.4.3. Total, de área boscosa, área deforestada y área posible de reforestar (privada, comunal o municipal)	18

2.4.4. Fauna	18
2.4.5. Total del área para pastoreo	18
2.4.6. Agua (ríos, fuentes de agua)	19
2.4.7. Uso y contaminación del recurso agua.....	19
2.4.8. Formas y responsables del mantenimiento del agua	20
2.4.9. Pago del servicio de agua	20
2.4.10. Actividades de reforestación en zonas de recarga hídrica	20
2.5. División política – administrativo.....	21
2.5.1. Principales autoridades y forma de elección	21
2.5.2. Organizaciones existentes en la comunidad	22
2.5.3. Presencia institucional.....	23
CAPÍTULO III	24
3. MARCO METODOLÓGICO	25
3.1. Diseño metodológico	25
3.1.1. Metodología.....	25
3.1.2 Tipo de diseño de investigación	27
3.1.3. Técnicas de investigación	27
3.1.4. Instrumentos.....	28
3.1.5. Procedimientos.....	30
3.1.6. Población y muestra	31
3.1.7. Sujetos de investigación.....	32
3.2. Hipótesis.....	32
3.2.1. Variables	33
3.2.2. Operacionalización de variables.....	33
CAPÍTULO IV	35
4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	36
4.6. Descripción de línea basal.....	44
4.7. Trabajo de campo.....	45
4.8. Análisis e interpretación de datos.....	47

4.9.	Discusión de datos	59
CAPÍTULO V		62
5.	MARCO TEÓRICO	63
5.1.	¿Qué son los parques ecológicos?	63
5.1.1.	¿Cómo funcionan los parques ecológicos?	63
5.1.2.	¿Por qué son importantes los parques ecológicos?	64
5.1.3.	¿Cómo podemos ayudar a los parques ecológicos?	64
5.1.4.	Beneficios del parque ecológico	64
5.1.5.	Propósito de los parques ecológicos	65
5.2.	¿Qué es el Marketing?	66
5.3.	Plan de marketing.....	67
5.3.1.	¿Por qué es importante elaborar un plan de marketing?	68
5.4.	¿Qué es el marketing turístico?	69
5.4.1.	Claves y estrategias para el marketing turístico	70
5.5.	La publicidad	73
5.5.1.	Objetivos de la publicidad.....	74
5.5.2.	Tipos de publicidad	75
5.6.	Logotipo.....	76
5.6.1.	Funciones del logotipo.....	76
5.6.2.	Características de un logotipo	76
5.6.3.	Tipos de logos que existen.....	77
5.6.4.	Ventajas de tener un logotipo	78
CAPÍTULO VI		80
6.	DESARROLLO PLAN DE ACCIÓN	81
6.1.	Objetivos	81
6.1.1.	General.....	81
6.1.2.	Específicos	81
6.2.	¿Qué se logrará con la publicidad?	81
6.3.	Justificación de la propuesta	82
6.4.	Plan de acción propuesto	82

6.5. Producto	83
6.6. Estrategias.....	83
6.7. Lugar	84
6.8. Fecha de ejecución	84
6.9. Responsables.....	85
6.10. Título de la propuesta.....	85
6.11. Acción.....	85
6.11.1. Creación del diseño del imago tipo	86
6.11.2. Diseño y colocación de publicación visual.....	87
6.11.3. Diseño y colocación de publicidad en las casetas de información existentes en el Parque Ecológico Municipal	92
6.11.4. Presupuesto	101
6.12. Evaluación o reflexión	101
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	106
E-GRAFÍA	107
ANEXOS	108
Anexo 1. Glosario de términos	108
Anexo 2. Boleta de encuesta.....	111
Anexo 3. Cuestionario	112
Anexo 4. Sesión fotográfica del Parque Ecológico Municipal.....	113

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Mapa de ubicación del Departamento de San Marcos dentro de la República de Guatemala.....	11
Imagen 2. Mapa de ubicación de Aldea Pojopón dentro del Municipio de Esquipulas Palo Gordo.....	12
Imagen 3. Forma de llegar la comunidad	13

Imagen 4. Organigrama del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente	39
Imagen 5. Propuesta de organigrama para Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente	40
Imagen 6. Diseño del logotipo del parque ecológico municipal	86
Imagen 7. Diseño de publicidad visual del parque ecológico municipal	88
Imagen 8. Diseño de la caseta de información número uno	94
Imagen 9. Diseño de la caseta de información número dos.....	95
Imagen 10. Diseño de la caseta de información número tres	96
Imagen 11. Diseño de la caseta de información número cuatro.....	97
Imagen 12. Diseño de la caseta de información número cinco	98
Imagen 13. Diseño de la caseta de información número seis	99
Imagen 14. Diseño de la caseta de información número siete	100

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Integrantes del COCODE	22
Cuadro 2. Operacionalización de variables	37
Cuadro 3. Tarifas de cobro para el ingreso al Parque Ecológico Municipal	37
Cuadro 4. Ingresos anuales del Parque Ecológico Municipal	43
Cuadro 5. Foda del Parque Ecológico Municipal.....	44
Cuadro 6. Presupuesto de publicidad para el Parque Ecológico Municipal	101

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Conocimiento de la existencia del Parque Ecológico Municipal ubicado en Aldea Pojopón	47
Gráfica 2. Visitas al Parque Ecológico Municipal	54
Gráfica 3. Medios por el cual las personas saben de la existencia del Parque Ecológico Municipal.....	49

Gráfica 4. Conocimiento del logotipo que identifica el Parque Ecológico Municipal	50
Gráfica 5. Anuncio publicitario del Parque Ecológico Municipal	51
Gráfica 6. Seguidores de la página de facebook del Parque Ecológico Municipal	52
Gráfica 7. Visualización de las publicaciones que se hacen en la página de facebook del Parque Ecológico Municipal	53
Gráfica 8. Importancia de la publicidad	54
Gráfica 9. Medios publicitarios que se pueden utilizar para dar a conocer el Parque Ecológico Municipal.....	55
Gráfica 10. Atractivos que se pueden implementar dentro del Parque Ecológico Municipal	56
Gráfica 11. Frecuencia de visitas a lugares recreativos	57

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Cabañas.....	89
Fotografía 2. Senderos en el bosque	90
Fotografía 3. Área verde	90
Fotografía 4. Cabañas ubicadas en el área verde.....	91
Fotografía 5. Área de juegos infantiles	91
Fotografía 6. Churrasqueras	92
Fotografía 7. Cabañas.....	113
Fotografía 8. Churrasqueras	113
Fotografía 9. Área de mesas	114
Fotografía 10. Área de juegos infantiles.....	114
Fotografía 11. Senderos en el bosque	115
Fotografía 12. Área verde	116
Fotografía 13. Captadores de neblina	116
Fotografía 14. Campo de fútbol de gramilla natural	117
Fotografía 15. Área de parqueo	118

Fotografía 16. Entrega de la manta vinílica para la publicidad exterior del Parque Ecológico Municipal..... 119

PALABRAS CLAVE

Palabras	Descripción
ADISEP	Asociación de Desarrollo Integral Esquipulas Palo Gordo
COCODE	Consejos Comunitarios de Desarrollo Urbano y Rural
DAMPA	Consejos Comunitarios de Desarrollo Urbano y Rural.
HELVETAS	Asociación Suiza para la Cooperación y el Desarrollo
IGN	Instituto Geográfico Nacional
PRM-AMEPG	Parque Regional Municipal Astillero Municipal de Esquipulas Palo Gordo
PROBOSQUE	Programa de Incentivos Forestales para el Establecimiento, Recuperación, Restauración, Manejo, Producción y Protección de Bosques
SIGAP	Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas

INTRODUCCIÓN

El Parque Ecológico Municipal es un lugar turístico que pertenece al municipio de Esquipulas Palo Gordo departamento de San Marcos, el cual es parte del Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas, actualmente es un espacio de recursos naturales que está disponible para el público que desea visitarlo, cuenta con diferentes áreas de recreación.

Hoy en día uno de los lugares preferidos para visitar son los recreativos naturales debido a que las personas buscan salir a convivir con sus seres queridos en sitios donde se pueda apreciar la naturaleza y tener la experiencia de visitar este tipo de lugares. Para lograr que un parque de recreación pueda tener afluencia frecuente de visitantes es necesario tener un plan de marketing que contenga las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos que se desean en un tiempo definido.

A través de un diagnóstico se determinó que es necesario utilizar la publicidad siendo esta una estrategia directa de marketing, con el fin de dar a conocer el Parque Ecológico Municipal al público utilizando los diferentes medios publicitarios para transmitir información de interés correspondiente al lugar recreativo.

En el presente trabajo de investigación acción se describe el estudio realizado estructurado por cinco capítulos donde se detalla la información necesaria. En el capítulo uno se encuentra el marco contextual en donde se describe el contexto del lugar de la investigación, en el capítulo dos el marco metodológico en el cual se detallan los métodos de investigación utilizados para abordar el objeto de estudio seguidamente en el capítulo tres, el diagnóstico de la situación donde se detalla la descripción de línea basal, trabajo de campo, análisis e interpretación de datos los cuales fueron obtenidos por medio de las boletas de encuestas y la discusión de datos. En el capítulo IV se encuentra el marco teórico

en donde se desarrollan las principales definiciones de los conceptos teóricos mediante la elaboración de este estudio y en el capítulo cinco en el cual se lleva a cabo el plan acción con la evaluación correspondiente a las acciones realizadas, finalizando con las conclusiones, bibliografía y anexos.

JUSTIFICACIÓN

En Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos se realizó un diagnóstico en el cual se tomaron en cuenta diferentes factores de carácter socioeconómicos y empresariales, por medio de la aplicación de diferentes métodos de investigación en los cuales se obtuvo información necesaria la cual fue analizada con el fin de poder determinar las condiciones de vida de los habitantes y finalmente priorizar las problemáticas que afectan a la comunidad, con el propósito de realizar acciones que contribuyan al mejoramiento de una problemática específica.

A través de este estudio se observaron las carencias que tiene actualmente el Parque Ecológico Municipal determinando crear un plan de marketing el cual tiene la finalidad de poder desarrollar una estrategia específica que promocióne el lugar turístico de la localidad y las personas de lugares circunvecinos puedan conocer, aumentando así la afluencia frecuente de visitantes.

El presente trabajo de investigación acción surge de la falta de conocimiento que las personas habitantes de lugares cercanos, tienen de la existencia del lugar turístico de la localidad, en el que actualmente no existen acciones que permitan que dicho lugar sea visitado habitualmente; por lo cual se realizará la creación de un plan de marketing.

La elaboración de un plan de marketing que se adapte a las necesidades, objetivos básicos y representación en el mercado del parque será de importancia debido a que esto le permitirá posicionarse y generar recursos económicos de manera local. Esta herramienta indispensable hará que el parque recreativo de la comunidad se destaque ante otros lugares de este tipo.

El plan de marketing será una guía de trabajo en la cual se apoyarán todas las acciones de mercado en cierto período de tiempo, contribuyendo al

aprovechamiento de todos los recursos con los cuales se cuentan para el crecimiento del lugar turístico de la localidad.

Considerando las estrategias específicas que contempla un plan de marketing se logrará que el lugar turístico del municipio se promocióne y se dé a conocer, exista un aumento de afluencia frecuente de visitantes al lugar recreativo y que la comunidad pueda ser beneficiada económicamente, tanto en los ingresos municipales como en los pequeños comercios que existen en los alrededores del Parque Ecológico Municipal de la localidad. De este modo con la creación y ejecución de estrategias se contribuirá al beneficio del lugar turístico logrando resultados relevantes en un período de tiempo correspondiente.

CAPÍTULO

I

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. Planteamiento del problema

Falta de publicidad del Parque Ecológico Municipal el cual se ve afectado por la poca afluencia de visitantes.

Se ha identificado que existen muchas personas que no saben de la existencia del Parque Ecológico Municipal, las familias siempre están buscando espacios adecuados para la recreación familiar, pero desconocen que en Aldea Pojopón existe un espacio que reúne las condiciones favorables para pasar un día de campo. Esta problemática se debe a que no existe un adecuado plan mercadológico que permita llegar a todas las personas de los municipios circunvecinos quienes se convierten en visitantes al área turística de la comunidad.

El Parque Ecológico Municipal, es un lugar recreativo donde los visitantes pueden disfrutar de la naturaleza e interactuar con ella. Actualmente tiene ranchos con churrasqueras, senderos en el bosque, juegos infantiles, cancha de fútbol de gramilla natural y parqueo; el cual tiene acceso por un valor económico accesible.

Hoy en día uno de los lugares preferidos para visitar son los lugares recreativos naturales debido a que las personas buscan salir a convivir con sus seres queridos en sitios donde se puede apreciar la naturaleza y tener la experiencia de visitar este tipo de lugares. Se ha identificado que hay muchas personas habitantes de lugares circunvecinos que no saben de la existencia del Parque Ecológico Municipal el cual reúne las condiciones favorables para la recreación y pasar un día de campo. El problema se debe a que no existe un plan de marketing que permite llegar a las personas que buscan visitar lugares recreativos. Esta problemática hace que el área turística de la comunidad no sea conocida contribuyendo a que no exista afluencia frecuente de visitantes afectando a los

pequeños emprendedores que se encuentran en las cercanías del lugar y los ingresos municipales dado que no se logra los objetivos económicos.

Debido a la falta de un plan de marketing del área turística de la comunidad no se tienen claros los objetivos a alcanzar por lo que no hay un compromiso de trabajar en la solidez del Parque Ecológico Municipal, haciendo que los visitantes no regresen a dicho lugar y tampoco se tengan nuevos visitantes.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Geográfico

La presente investigación se realizó en el contexto de la Región Occidental VI del sistema de regionalización político-administrativo del país de Guatemala, específicamente en la Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

1.2.2. Temporal

La investigación se realizó en el mes de enero a marzo del año 2023.

1.2.3. Temático

Creación de un plan de marketing del Parque Ecológico Municipal, Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Crear un plan de marketing, con la finalidad de promocionar el Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos, propiciando la afluencia de visitantes y su atractivo ecoturístico.

1.3.2. Específicos

- Dar a conocer el Parque Ecológico Municipal con el objetivo de alcanzar al público deseado.
- Fortalecer la presencia del Parque Ecológico Municipal en el mercado mediante estrategias específicas de marketing.
- Utilizar los medios disponibles para promocionar el lugar turístico de la localidad.

CAPÍTULO

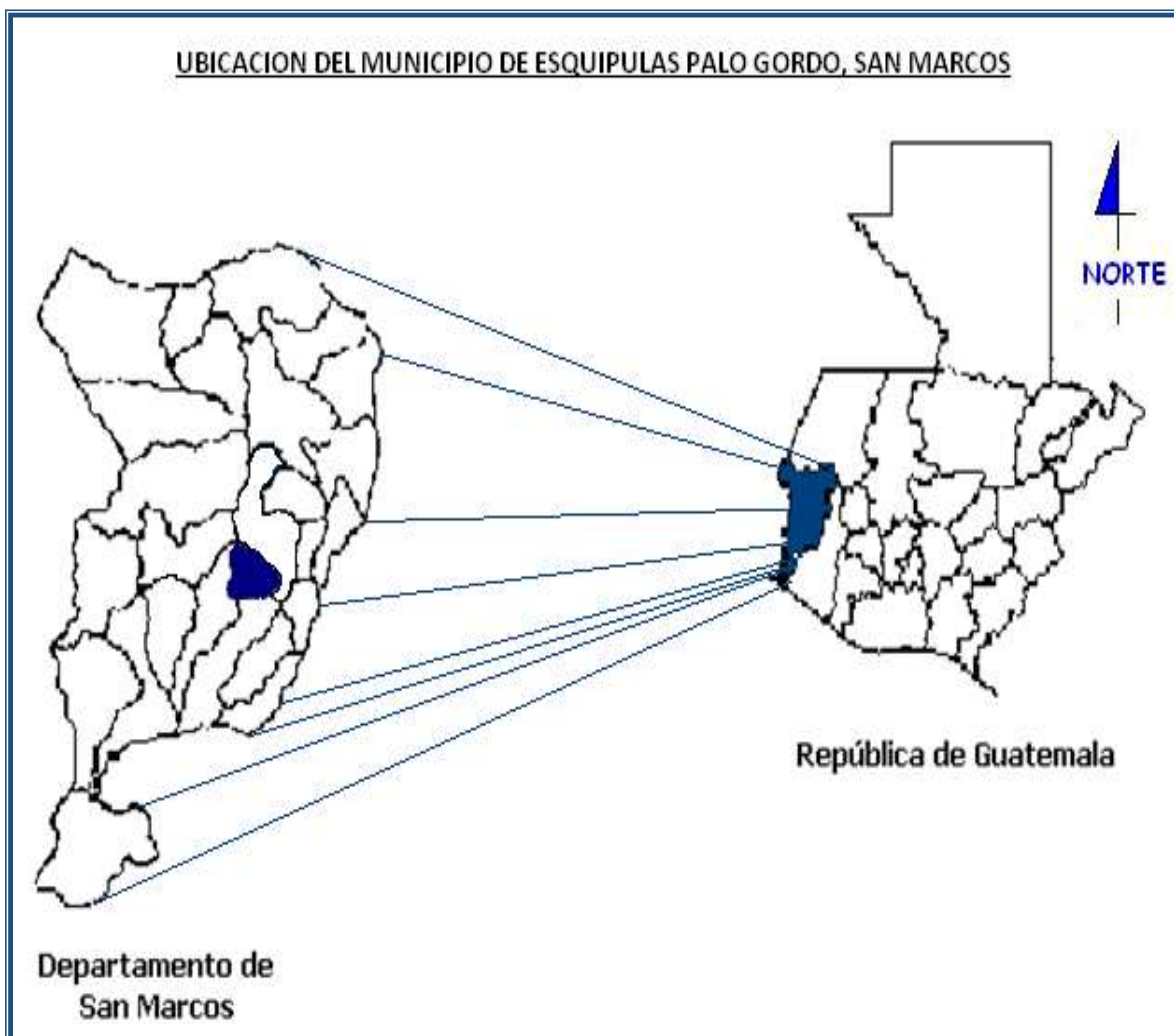
II

2. MARCO CONTEXTUAL

2.1. Ubicación geográfica

2.1.1. Ubicación del departamento de San Marcos y el municipio de Esquipulas Palo Gordo

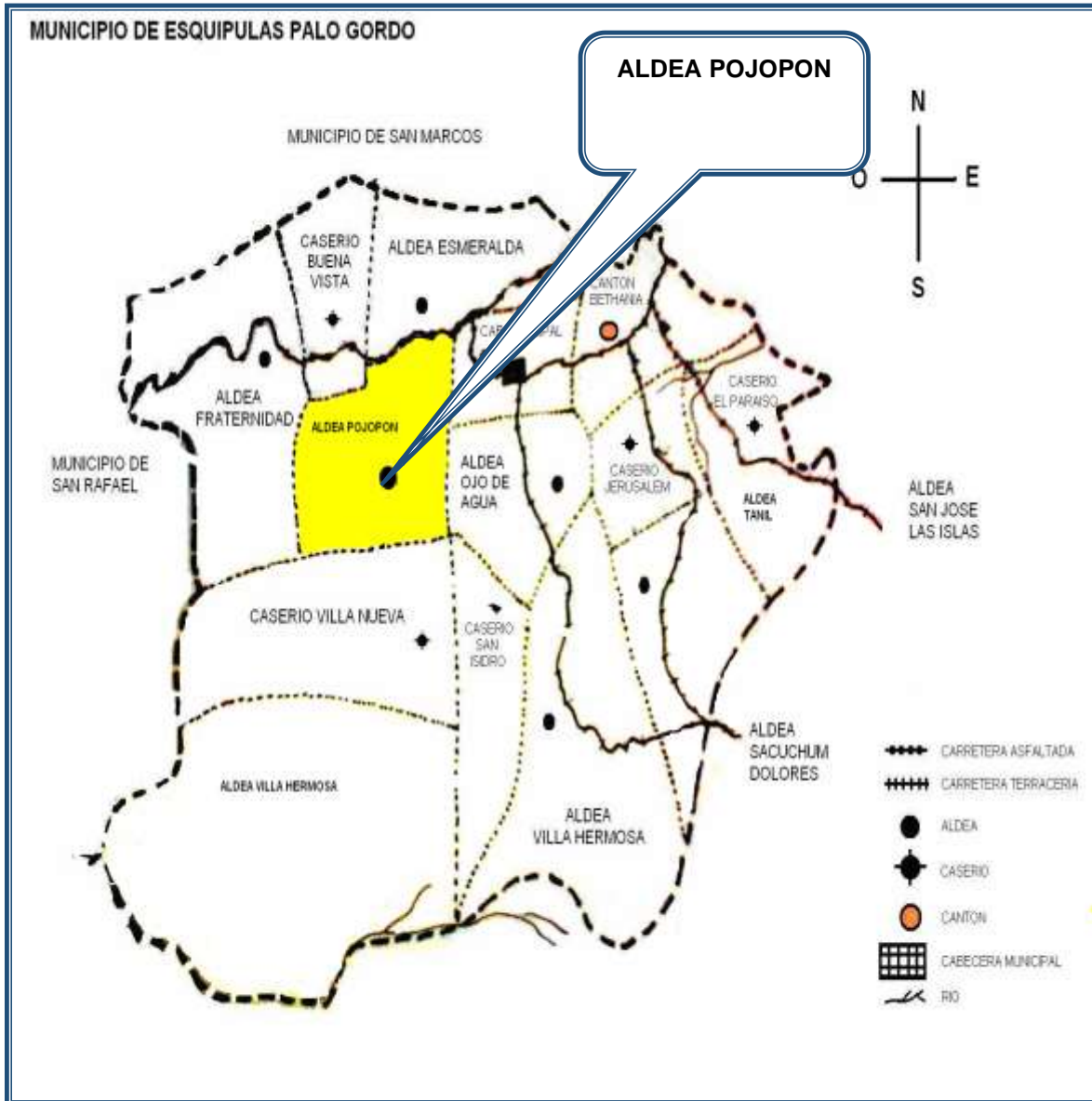
Imagen 1. Mapa de ubicación del departamento de San Marcos dentro de la República de Guatemala



Fuente: OMP Esquipulas Palo Gordo, junio 2007.

2.1.2. Ubicación de Aldea Pojopón dentro del municipio de Esquipulas Palo Gordo

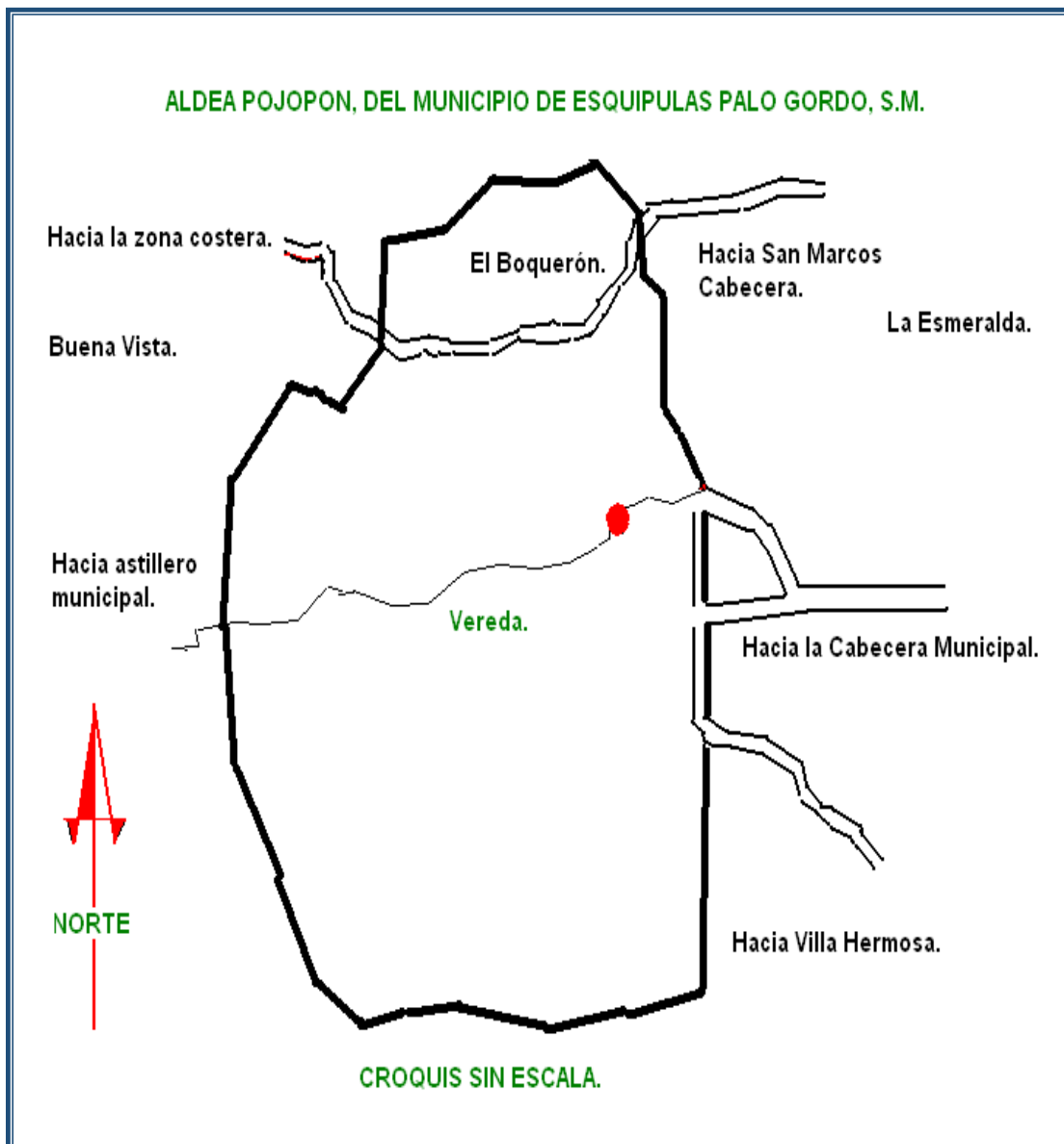
Imagen 2. Mapa de ubicación de Aldea Pojopón dentro del municipio de Esquipulas Palo Gordo



Fuente: OMP Esquipulas Palo Gordo, junio 2007.

2.1.3. Croquis de la comunidad

Imagen 3. Forma de llegar la comunidad



Fuente: OMP Esquipulas Palo Gordo, junio 2007.

2.2. Datos geográficos

2.2.1. Localización

Esquipulas Palo Gordo se localiza en la región centro del departamento de San Marcos. Tiene una extensión territorial de 21 kilómetros cuadrados. Colinda al Norte y Este con el municipio de San Marcos; al Sur con San Pedro Sacatepéquez y El Tumbador; y al Oeste con San Rafael Pie de la Cuesta, todos municipios del departamento de San Marcos.

La cabecera municipal se encuentra a 2,474 metros sobre el nivel del mar y a una distancia de 7.5 kilómetros de la cabecera departamental y a 257.5 kilómetros de la ciudad capital por carretera asfaltada en buenas condiciones, por Carretera CA1 Occidente. La cabecera se ubica en coordenadas Latitud Norte 14° 56.544'; y Longitud Oeste 91° 49.655'.

La Aldea Pojopón se encuentra ubicada al oeste de la cabecera municipal de Esquipulas Palo Gordo, a una distancia de 2 kilómetros, es una de las tres aldeas más próximas a la cabecera municipal.

La comunidad se localiza a una altura de 2554 metros sobre el nivel del mar; la entrada de la comunidad se encuentra posicionado geográficamente así: 14.939473113680405, -91.83407386106511 (coordenadas según la aplicación de Google Maps).

2.2.2. Colindancias

Al norte con Aldea La Esmeralda del municipio de Esquipulas Palo Gordo, y Aldea El Rincón del municipio de San Marcos, al sur con Aldea Ojo de Agua y Aldea Villa Hermosa del municipio de Esquipulas Palo Gordo, al este con la cabecera

municipal, y al oeste con Parcelamiento La Lucha y Caserío Buena Vista del municipio de Esquipulas Palo Gordo.

2.3. Historia de la comunidad

En el año de 1925 fue fundado el Caserío Pojopón y le pusieron ese nombre porque en ese lugar había mucha pajonada¹, hasta la fecha han transcurrido 82 años de fundación, primeros habitantes Estanislao López, Abundio López, Mariano Fuentes y las familias Martín y Martina, don Paulino Bravo y doña Balbina Bravo; el primer alcalde fue don Olivio Sandoval y el segundo don Matías Gabriel, en el mismo año empezó a funcionar la primera escuela que estaba hecha de pajón.

La primera maestra fue Rosa Barrios, seguidamente en el año de 1933 fue fundada la segunda escuela en el lugar denominado Loma Alta, profesora Sebastián Flores Fuentes, impartiendo clases, en ese tiempo los niños empezaban a estudiar a partir de los 8 años de edad y sólo daban clases de primero a tercero primaria, en 1950 se trasladó dicha escuela a esta comunidad en donde recibían clases en una escuela vieja, atendiendo a los niños la profesora Blandina Barrios de Solórzano.

En el año de 1963 el Caserío pasó a ser Aldea y se construyó la cuarta escuela, estaba hecha de tabla, techo de lámina y piso de torta de cemento, en donde actualmente funciona de primero a sexto grado de primaria atendidos por cuatro maestros y una maestra de párvulos, en 1970 se construyó la torre de radio Tacaná, que es operada por el señor Encarnación López; en el año de 1972 se legalizó la línea divisoria entre Aldea Fraternidad y Aldea Pojopón quedando como límite el río Taltzá² que viene de la Piedra TZA, y es una piedrita de color negra.

Pajón. m. *Mx, Gu, RD*. Planta herbácea de hasta 1 m de altura que crece en zonas elevadas y llanas; se utiliza para hacer los techos de las casas rurales y la mata con las raíces se usa como escoba. (Poaceae; *Panicum jumentocum*). rur. <https://www.asale.org/damer/paj%C3%B3n>

² Taltzá. Río cuyo nombre proviene de la piedra TZA, llamada así desde hace tiempo y la cual se puede encontrar abundantemente en el área. Información proporcionada por habitantes de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

En el año de 1977 se fundó la iglesia “San Juan 3:16”, en el año de 1981 empieza a funcionar el vivero municipal, en el año de 1984 se realizó la introducción del primer proyecto de agua potable a la comunidad, beneficiando a 37 casas y por no tener dinero suficiente se unieron a otros lugares cercanos, como Aldea La Esmeralda y parte alta de la cabecera municipal, desde entonces ningún otro proyecto de agua potable ha llegado a la comunidad, en el año de 1991 se realizó la introducción del proyecto de energía eléctrica.

En el año de 1998 el huracán MITCH; afectó bastante a la comunidad produciendo pérdidas en la agricultura.

En el año de 1998 se construye el salón municipal, en el año de 2001 se trabajó el empedrado de las tres principales calles, en el año de 2004 empezó a funcionar el servicio de microbuses que van de Aldea Pojopón al municipio de San Pedro Sacatepéquez, en el mismo año el señor Tomás Coronado López impulsó la remodelación del proyecto de agua, firmaron acuerdos juntamente con la comunidad, el comité pro agua, y COCODE con el fin de lograrlo.

En el año de 2005 fue la apertura de la tercera entrada a Aldea Pojopón, con aporte municipal, apoyo de COCODE y la auxiliatura; en el mismo año el huracán STAN ocasionó pérdidas en la comunidad, destruyó dos viviendas, pérdida total de la agricultura, hubo dos derrumbes grandes que destruyeron la tubería de agua y dañó 22 metros de la circulación de la escuela.

En el año de 2006 se cambió el techado de la escuela y se trabajó en la reconstrucción de la pared; en el mismo año empezó a funcionar un relleno sanitario que viene del departamento de San Marcos. En el año de 2007 se realizó la construcción de una cancha polideportiva, por el Ministerio de Cultura y Deportes y la Municipalidad; en el mismo año el diez de marzo el Ejército Americano empezó a perforar un pozo mecánico para agua de los vecinos de Aldea Pojopón y la Cabecera Municipal. Hasta la fecha en la comunidad se va eliminando el

analfabetismo ya que se cuenta con los niveles educativos de preprimaria y primaria completa.

En la aldea existen 4 torres para teléfonos móviles (celulares), una repetidora de televisión en los canales 3, 7, 11 y 13 de la Televisión Guatemalteca; repetidoras de radio Tacaná, Recuerdo Stéreo, Stéreo Márquense, y Radio Futura; 5 torres sin función y existen 2 torres públicas. (Mancomunidad de municipios de la parta alta de la cuencia del Río El Naranjo -MANCUERNA- y Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo, 2007)

2.4. Zonas de vida (suelo, flora y fauna)

2.4.1. Actividades de conservación de suelos

Las únicas actividades que se realizan en la conservación de suelos son los establecimientos de barreras vivas que generalmente son utilizadas como áreas para la producción de pasto para los animales que la mayoría poseen, con esto evitan la erosión de los suelos y a la vez obtienen pasto para su ganado vacuno, caballar u ovino.

2.4.2. Flora

Dentro la flora se puede encontrar especies de árboles como el pino, ciprés, alisos, chicharros, canelillo, salvio, carbón, ayote, palo blanco.

Entre los arbustos también encontramos especies como moras silvestres, granadillas. Lo que si puede observarse que la flora ya no es tan variada como lo fue en algún tiempo, por el avance de la frontera agrícola y también por el uso indiscriminado del recurso bosque.

2.4.3. Total, de área boscosa, área deforestada y área posible de reforestar (privada, comunal o municipal)

El total del área boscosa es de 3 caballerías aproximadamente (3000 cuerdas), de las cuales 2 caballerías se podrían reforestar que son terrenos inclinados con porcentaje de pendiente de 30% que en su mayoría son propiedad de la Municipalidad, el total del área deforestada son las 3 caballerías ya que todas han sido explotadas para obtener leña y madera para consumo familiar.

Principalmente la población ha utilizado la explotación del bosque como una fuente de trabajo, con la comercialización de estos derivados, aunque los vecinos indican que las explotaciones de este recurso no han sido solamente de ellos.

2.4.4. Fauna

Actualmente con la reducción de lo que es el área forestal y el avance la frontera agrícola se han encontrado los habitantes de la comunidad con un marcado descenso en la existencia de animales silvestres, ya que varias especies ya no existen dentro de las áreas boscosas de la comunidad, aunque en la actualidad pueden verse leoncillos, aves silvestres, cerca de la comunidad se han visto el ave nacional, ardillas, entre otros.

2.4.5. Total del área para pastoreo

Existen en la comunidad áreas exclusivas para pastoreo aproximadamente 1,000 cuerdas, aunque algunas personas tienen su ganado en corrales tipo artesanal o en galeras.

2.4.6. Agua (ríos, fuentes de agua)

El único nacimiento de agua que se encuentra dentro de la comunidad es el conocido como Santa Marta, en cual no está en conflicto con nadie, pero tampoco está en uso, este tiene un caudal de aproximadamente 20 litros/segundo, pero por el lugar donde se encuentra el mismo no puede ser aprovechado por la comunidad ya que este se encuentra en la parte baja por lo que es necesario un sistema de bombeo para poder llevar el vital líquido a la comunidad.

En cuanto al nacimiento "Santa Marta" se podría utilizar ya que se encuentra ubicado geográficamente dentro de la jurisdicción de la comunidad; aunque en la actualidad ha sido cedido por la comunidad a una persona que lo utiliza en río abajo.

En cuanto a los nacimientos o captaciones que abastecen actualmente a la comunidad se encuentran legalizadas, o poseen por lo menos un documento de explotación por el propietario o por la comunidad, además de sus derechos de paso, por lo que aparentemente no acarrea problemas para el uso respectivo.

2.4.7. Uso y contaminación del recurso agua

El uso que le dan al agua es principalmente para consumo humano en actividades como: lavar ropa, para bañarse, para la preparación de alimentos y en mínimo porcentaje es usada para la producción de hortalizas.

Actualmente no se cuenta con análisis bacteriológicos, que certifiquen la contaminación del sistema de abastecimiento de agua, aunque se percibe que esto se pueda dar, ya que el mismo no cuenta con un sistema de cloración.

Por lo que se hace necesaria la implementación de este sistema para mejorar la calidad del agua y así reducir enfermedades gastrointestinales causadas por el consumo de agua contaminada.

2.4.8. Formas y responsables del mantenimiento del agua

Los encargados de darle el mantenimiento a las tuberías de conducción y distribución limpieza, de captaciones, y limpieza de tanques de distribución, son los Alcaldes Auxiliares, los miembros del COCODE y el COMITÉ PRO-AGUA, quienes realizan el mantenimiento periódicamente.

2.4.9. Pago del servicio de agua

Al ser llevada el agua por gravedad no requiere de mayores gastos por lo que se realizan pagos mensuales de Q10.00 y con el único compromiso de que cuando sufre desperfectos la tubería de la línea de conducción principalmente, los vecinos están comprometidos a velar porque esta vuelva a funcionar, si hay que hacer reparaciones se solicita la ayuda de los vecinos pero si estas son demasiadas altas en cuanto a costos se solicita la colaboración de las Autoridades Municipales para poder hacer las reparaciones respectivas.

El otro mecanismo que utilizan para abastecerse de agua es por bombeo a través un pozo mecánico ubicado en Aldea La Esmeralda el cual se hacen pagos de Q40.00 mensuales. Actualmente existen dos comités de agua potable para velar porque la comunidad sea abastecida con este vital líquido.

2.4.10. Actividades de reforestación en zonas de recarga hídrica

Se llevan actividades de reforestación donde se encuentran los nacimientos para poder de esta manera mantener el afluente del agua, también se practican estas actividades en áreas de terrenos municipales para también colaborar así con el mantenimiento de las zonas de recarga hídrica.

Aunque la cobertura no se realiza totalmente, por lo que se deberá mejorar esta actividad con el apoyo de instituciones gubernamentales, no gubernamentales

y la colaboración de la comunidad y localidades cercanas y poder recuperar en gran parte la cobertura forestal.

2.5. División política – administrativo

2.5.1. Principales autoridades y forma de elección

En la comunidad usualmente se reúnen en asamblea a finales de año, los vecinos y la auxiliatura en funciones, con el fin de nombrar a las nuevas personas que ocuparan el cargo en el año siguiente y lo hacen en forma democrática. En la actualidad está integrada por diez elementos organizados de la siguiente manera: primer alcalde auxiliar, segundo alcalde auxiliar, secretario, primero, segundo, tercero, cuarto, quinto, sexto, y séptimo auxiliar.

Según los acuerdos de paz dentro de las nuevas atribuciones del alcalde auxiliar están: promover la organización, la participación sistemática y efectiva de la comunidad en la identificación y solución de problemas locales; elaborar, gestionar y supervisar, con el apoyo y la coordinación del concejo municipal, programas y proyectos que contribuyan al desarrollo integral de la comunidad, etc.

Según los Acuerdos de Paz, en la Ley de los Concejos de Desarrollo Urbano y Rural en sus artículos 13 al 16 regula lo relativo a los Consejos Comunitarios de Desarrollo, los COCODES de acuerdo con el artículo 13 de la Ley están integrados por: Todos los residentes de una misma comunidad, quienes forman la Asamblea Comunitaria y por el Órgano de Coordinación; en la comunidad lo hacen en forma democrática para elegir a los representantes que ocuparán el cargo por el tiempo que la Asamblea Comunitaria decida, dentro de unas de sus funciones están:

- Administrar y velar por el buen uso de los recursos técnicos, financieros y de otra índole que obtenga.

- Realizar la coordinación ejecución y auditoria social sobre proyectos u obras que se prioricen y que seleccionen los organismos del estado y entidades descentralizadas y autónomas para realizar en la comunidad.

2.5.2. Organizaciones existentes en la comunidad

En la Aldea Pojopón existen varias organizaciones que están trabajando para beneficio de la misma y son las siguientes:

1. COCODE (Órgano de Coordinación)
2. Auxiliatura
3. Comité Pro-mejoramiento (Agua, calle, escuela, etc.)
4. Junta Escolar
5. ADISEP (Asociación de Desarrollo Integral Esquipulas Palo Gordo)

Cuadro 1. Integrantes del COCODE

No.	Nombres y Apellidos	Cargo
1	Ramon Coronado López	Presidente y Representante Legal
2	Carlos Coronado Agustín	Vicepresidente
3	Verónica Sofia Barrios Juárez	Secretaria
4	Luz Angélica Roblero Solís	Tesorero
5	Luis Fernando López Vásquez	Comisión de Salud
6	Ismael Ovidio Matías Agustín	Comisión de Educación
7	Ramiro Matías Ismael	Comisión de Medio Ambiente
8	Audulia Rosalba De León	Comisión de la Mujer
9	Ismael Matías	Comisión de la Juventud y N.
10	José Alberto De León Méndez	Comisión de Auditoría Social
11	Darvin Erasmo Macario Vásquez	Comisión de Fomento E.
12	Gilberto Fernando Díaz Vásquez	Comisión de Agua

Fuente: datos proporcionados por el COCODE, Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, 2022.

2.5.3. Presencia institucional

La comunidad de Aldea Pojopón tiene coordinación con instituciones que han apoyado con proyectos de beneficio para la población las instituciones de apoyo para la comunidad son las siguientes:

- Municipalidad
- Puesto de Salud
- Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Cultura y Deportes

CAPÍTULO

III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño metodológico

Se llevará a la práctica los pasos generales del método científico, al planificar las actividades, las pruebas que se han de realizar, las técnicas para recabar y analizar los datos, para llevar a cabo la investigación.

3.1.1. Metodología

Con base a los métodos:

- **Inductivo**

Se utiliza porque va de lo particular a lo general, considerando la experiencia de la realidad y la observación, para llegar a la construcción de nuevos conocimientos.

Este método se utilizó debido a que se realizó una investigación de campo en donde se observaron situaciones y eventos específicos para obtener información sobre el Parque Ecológico Municipal.

Seguidamente se recopilaron datos por medio de herramientas como la encuesta dirigida a los habitantes de Aldea Pojopón en donde se encuentra ubicado el parque, sobre el conocimiento que se tiene sobre su existencia con relación al plan de marketing que se desea realizar; y una entrevista al encargado del ente que tiene a cargo la administración del parque para obtener información necesaria respecto a su marca.

Se analizaron los datos para la identificación de ciertos patrones como el motivo por el cual las personas no conocen y visitan el lugar turístico de la localidad; concluyendo que existe una falta de conocimiento del parque y

finalmente se utilizó esta conclusión para tomar una decisión sobre la creación de un plan de marketing del Parque Ecológico Municipal.

- **Deductivo**

Este método hace referencia a una forma particular de razonamiento, es decir que este modelo se basó en la extracción de leyes generales, lógicas y verificables en la realidad respecto a los sucesos del Parque Ecológico Municipal.

Este tipo de razonamiento partió de una afirmación dada de antemano del parque. La naturaleza de esta será la de una hipótesis que se utilizó y comprobó a partir de evidencias y fundamentos sólidos de los acontecimientos relacionados al lugar turístico.

- **Histórico**

Este tipo de método nos permitió estudiar los hechos del pasado con el fin de encontrar explicaciones causales a los sucesos propios del Parque Ecológico Municipal.

Este tipo de investigación ayudó a reconstruir el pasado de la manera más objetiva y exacta posible permitiendo conocer manifestaciones pasadas del parque. La indagación histórica se realizó con el objetivo de entender los acontecimientos relacionados al lugar.

- **Estadístico**

El método estadístico es un procedimiento que se utilizó para el manejo de los datos recopilados del Parque Ecológico Municipal basado en técnicas estadísticas. Es decir que este método fue de utilidad en los datos estadísticos para sacar conclusiones.

Las etapas del método de muestreo que se utilizaron son: recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis de los datos obtenidos.

Una de las principales características del método estadístico que facilitó fue interpretar un conjunto de datos y extraer conclusiones de la investigación. Además, permitió inferir los resultados obtenidos en el análisis estadístico de una muestra de datos a toda la población estadística.

3.1.2. Tipo de diseño de investigación

La investigación es a nivel de estudio, tipo descriptivo y explicativo; con enfoques cuantitativo y cualitativo.

Descriptivo y explicativo ya que su propósito es describir y explicar el porqué de las situaciones mediante el establecimiento de relaciones causa y efecto, en este caso enfocado a conocer las causas por la cual el Parque Ecológico Municipal no es conocido e identificar los efectos que esto le produce.

Cuantitativo y cualitativo porque se cuantificaron los datos con un análisis estadístico y también se obtuvo información subjetiva de lo que las personas piensan, sienten e interpretan.

Se utilizaron las herramientas del cuestionario y la entrevista para obtener información con relación al parque la cual fue tabulada y posteriormente analizada.

3.1.3. Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación son el conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos utilizados para obtener información y conocimiento. Se utilizó de acuerdo a los protocolos establecidos en la metodología de investigación ya determinada.

- **Técnicas de investigación cuantitativa**

Comprenden técnicas de recolección y análisis de datos que pueden expresarse en forma numérica.

- **Técnicas de investigación cualitativa**

Por lo general, están orientados a la obtención de información relacionada con las opiniones, actitudes y comportamientos de los individuos. Se utilizó la entrevista y los cuestionarios de respuesta abierta.

Teniendo en cuenta la fuente de la cual se obtiene información, se reconocen tres tipos de técnicas de investigación:

- **Técnicas documentales**

Se utilizaron en el primer momento de la investigación, al realizar la revisión bibliográfica y elaboración del marco teórico; mediante el análisis de la información y la organización de la información seleccionada para el estudio.

- **Técnicas de campo**

Permiten recabar información empírica del objeto de investigación. Se utilizó la técnica de la encuesta.

3.1.4. Instrumentos

Las herramientas que se utilizaron para la obtención de la información fueron las siguientes:

- **El cuestionario**

Es un conjunto de preguntas preparadas con el fin de obtener información respecto del fenómeno que se investiga. Según su forma de presentación se utilizaron:

Abiertos: Con preguntas de respuesta libre

Cerrados: Con preguntas que solo admiten ser respondidas por sí o por no, o bien que contengan una serie de respuestas determinadas.

Se realizó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas para obtener información a través de una boleta de encuesta a los habitantes de Aldea Pojopón.

- **La entrevista**

Es una técnica cualitativa de carácter documental. Consiste en hacerle preguntas a uno o varios individuos en relación con el tema que se investiga, con el fin de obtener información (por ejemplo, acerca de lo que piensan, sienten o han vivido, o lo que recuerdan). De acuerdo a la finalidad de la investigación, la entrevista se realizó de dos modos:

Estructurada: Con preguntas fijas.

No estructurada: Con un esquema más libre.

Se realizó un formato de entrevista con preguntas de forma estructurada y no estructurada para recolectar información necesaria, esta fue utilizada para el Jefe de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo y para una persona que es parte de la guardianía del Parque Ecológico Municipal.

- **La observación**

Es una técnica cualitativa que consiste en la percepción atenta de un fenómeno y su descripción. La observación se aplica en las diversas etapas del proceso de investigación, desde la formulación del problema hasta la elaboración de las conclusiones. (Etecé, 2022)

3.1.5. Procedimientos

El procedimiento para obtener los datos al realizar la investigación, se cumplió al ir efectuando las etapas, en que se llevó a cabo la investigación; la metodología se realizó en tres etapas.

- Trabajo de gabinete
 - Elaboración de la investigación
 - Búsqueda de información
 - Elaboración del marco contextual
 - Elaboración de marco teórico
 - Elaboración de instrumentos

- Trabajo de campo
 - Verificar los instrumentos, para validarlos
 - Aplicación de los instrumentos
 - Procesamiento de datos

- Presentación de resultados
 - Ordenamiento de los datos
 - Análisis de los datos
 - Elaboración de los resultados
 - Desarrollo del plan de acción
 - Conclusiones

La recolección de datos, debe enunciar cómo y cuándo se aplicará el procedimiento (técnica) y los instrumentos que se van a utilizar para recopilar o recabar la información; también se justifica y se explica el procedimiento, los criterios de inclusión y exclusión de la muestra seleccionada; los recursos (humanos, materiales y financieros), necesarios para la recolección de datos, así como para el análisis.

El procesamiento de la información, permite ordenar, realizar gráficos en ciertos tipos de investigaciones e interpretar toda la información con base a los planteamientos teóricos, sustento del estudio realizado.

Con el análisis de la información, se elaboran las conclusiones, recomendaciones y se estructura todo el cuerpo del trabajo, que le da sentido a la investigación.

Se busca la optimización de tiempo y recursos, tanto financieros como humanos al considerar registrar de forma precisa y clara, todas las actividades que se realicen para la obtención de datos; lo que justifica la elaboración de un cronograma de trabajo realista y viable con metas, tiempos y recursos. (González, 2005)

3.1.6. Población y muestra

Esta investigación cuenta con una población representada por el número de las familias de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos el cual asciende a 195 actualmente. El tipo de muestra que se empleará es seleccionado a criterio de la investigación de la siguiente manera:

Para la realización de la encuesta, se determinó realizar una muestra para calcular la cantidad de boletas a utilizar en donde se utilizó la siguiente fórmula:

N= Total de familias 195

Margen= 0.02

Constante= 1

$$N = \frac{N}{N(M) + 1}$$

$$N = \frac{195}{195(0.02) + 1}$$

$$N = \frac{195}{3.9+1}$$

$$N = \frac{195}{4.9}$$

$$N = 40$$

El número total de familias a encuestar será de 40.

3.1.7. Sujetos de investigación

Jefe del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo.

Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos. La comunidad se encuentra ubicada al oeste de la Cabecera municipal de Esquipulas Palo Gordo, a una distancia de 2 kilómetros, es una las comunidades más próximas a la cabecera municipal. Actualmente cuenta con una población aproximada de 738 personas.

3.2. Hipótesis

La falta de publicidad del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos, genera un estancamiento en la actividad turística del lugar debido a que no se han utilizado las estrategias publicitarias que lo den a conocer al público.

El Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón es un lugar turístico natural que cuenta con áreas específicas de recreación y debido a que no se han utilizado estrategias publicitarias se tiene poca afluencia de visitantes, por tanto, sería beneficiosa la creación de un plan de marketing que le permita dar a conocer el lugar recreativo y tenga una ventaja competitiva en el mercado y así lograr una frecuente afluencia de personas

¿Es la falta de publicidad del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos causante de la poca afluencia de visitantes a dicho lugar?

¿De qué manera ayuda un plan de marketing del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos a que este sea conocido?

3.2.1. Variables

Variable independiente

Carencia de publicidad: La falta de estrategias publicitarias del Parque Ecológico Municipal es un factor que influye directamente en la afluencia de visitantes al lugar, provocando que no exista actividad turística y no se tengan ingresos económicos.

Variable dependiente

Poca afluencia de visitantes: El Parque Ecológico Municipal refleja un estancamiento turístico, con el paso de los años se ha ido mejorando los espacios recreativos sin lograr un posicionamiento en el mercado y un crecimiento económico.

3.2.2. Operacionalización de variables

Cuadro 2. Operacionalización de variables

Objetivos específicos	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica
Identificar las causas por la cual el parque tiene poca afluencia de personas.	Carencia de publicidad.	¿Qué son los parques ecológicos?	Estrategias publicitarias	Promoción	Encuesta
Determinar de qué manera la falta de publicidad del parque ha obstaculizado su crecimiento turístico.	Poca afluencia de personas.	¿Qué es el marketing?	Comunicación	Comunicación	Entrevista
Proponer estrategias publicitarias para la proyección del parque.		Plan de marketing	Impacto en el turístico	Turismo	Observación
Conocer cómo un plan de marketing puede identificar las oportunidades de crecimiento del parque.		Marketing turístico	Encuestas turísticas		
		La publicidad			
		Logotipo			

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO

IV

4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

El Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón se creó en el año 2009 con el apoyo del alcalde Rogelio Sandoval, el lugar lo ocupaba la empresa de Radio Nacional quien tenía usufructo el terreno y para ese entonces el contrato venció por lo que se tomó la decisión de utilizar el espacio para un lugar recreativo siendo esta la idea de un grupo de comunitarios y que en su momento HELVETAS Swiss Intercooperation, Programa Guatemala a través del proyecto Probosques-FCA promovió y el cual logró la declaratoria del Área Protegida con una extensión de 1,800 hectáreas, conocido anteriormente como astillero municipal; y su reconocimiento en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas -SIGAP-. El Parque Regional Municipal Astillero de Esquipulas Palo Gordo (PRM-AMEPG) se localiza en el municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos en la Región del Altiplano Occidental de Guatemala; es parte de un corredor biológico entre los volcanes de los departamentos de San Marcos y de Quetzaltenango, formando parte del Paisaje de la Cadena Volcánica. Cabe resaltar que, es una importante zona para la recarga hídrica que brinda agua para consumo doméstico del sistema municipal y comunitario. Posee belleza escénica y distintas especies de flora y fauna de interés ecológico con potencial para el turismo sostenible. El Parque Ecológico Municipal cuenta con 5.22 hectáreas y forma parte del Parque Regional Municipal. HELVETAS con fondos del extranjero realizó el estudio técnico del Parque Regional Municipal y al tener contempladas las áreas específicas asignaron el espacio para el Parque Ecológico Municipal, quienes juntamente con la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo financiaron la construcción de cabañas, cuatro churrasqueras de las cuales dos se techaron y la instalación de juegos infantiles. En el año 2014 se realizó la circulación del parque en su totalidad.

A través del tiempo se trabajó otra consultoría con HELVETAS para la creación de la marca del Parque Ecológico Municipal en el cual se hicieron estudios socioeconómicos a nivel municipal para determinar intereses de relevancia de las personas y en base a todo ello se realizó un Reglamento del Parque en el cual se

fijaron acciones permitidas con relación al funcionamiento del lugar y se establecieron las tarifas de cobro para el ingreso al lugar, el cual se describe a continuación:

Cuadro 3. Tarifas de cobro para el ingreso al Parque Ecológico Municipal

Establecimientos Educativos	Del Municipio		
	Públicos	Privados	
	Q. 100.00 por actividad Q. 1.00 por alumno	Q. 150.00 por actividad Q. 1.50 por alumno	
Turista Particular	Locales	Nacionales	Extranjeros
	Q. 5.00 por persona Q. 3.00 por niño	Q. 10.00 por persona Q. 5.00 por niño	Q. 30.00 por persona Q. 5.00 por niño
Iglesias	Del Municipio	Fuera del Municipio	
	Q. 100.00 por actividad Q. 5.00 por persona	Q. 200.00 por actividad Q. 10.00 por persona	
Instituciones de Gobierno	Del Municipio	Fuera del Municipio	
	Q. 100.00 por actividad	Q. 200.00 por actividad	
Otros Cobros	Energía Eléctrica	Fogata (por estadía)	Vendedores Ambulantes
	Q. 30.00 por actividad	Q. 30.00 por estadía	Q. 5.00 por día

Fuente: Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente, Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo.

Actualmente la Corporación Municipal ha trabajado en el desarrollo del lugar turístico, se ha mejorado la cabaña y el área de juegos infantiles, se realizó la circulación de las churrasqueras y del área de parqueo, se implementó el campo de

fútbol, se realizaron reparaciones de la circulación del parque y se implementó un nuevo atractivo del lugar, el proyecto con Aguas Urbanas en el cual se colocó una malla para que la neblina del lugar genere agua. Se ha gestionado y trabajado en el mejoramiento de las principales vías de acceso al Parque Ecológico Municipal y que éstas sean más fáciles de transitar para los habitantes del lugar y para los visitantes.

Las áreas con las que cuenta hoy en día el lugar son: un sendero de 2.2 kilómetros el cual recorren el bosque, área verde amplia con especies de árboles de ciprés y aliso, campo de fútbol con gramilla natural, cabañas con churrasqueras, mesas, juegos infantiles, área de parqueo y casetas de información específicamente ubicadas. El Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente es el encargado del funcionamiento y mantenimiento del lugar turístico.

Se realizan actividades sociales educativas, religiosas, entre otras; las cuales pueden ingresar al lugar turístico pagando una tarifa individual o grupal las cuales ya están fijadas. El lugar está abierto todos los días, con más afluencia de visitantes los fines de semana y días festivos. Se realizan actividades de mantenimiento para el cuidado del lugar, como: corte de plantas del sendero, el regado de la gramilla del campo de fútbol y sembrado de árboles en su contorno, mantenimiento de las rotulaciones de las áreas y limpieza general.

El parque cuenta con una página de Facebook la cual actualmente no realiza publicaciones de manera frecuente.

Se tiene en planificación proyectos de mejoramiento como la construcción e implementación de nuevos atractivos.

Varios años atrás el Parque Ecológico Municipal solo representaba un espacio natural sin ningún atractivo y que al paso de los años y varias administraciones municipales fueron mejorando paulatinamente, algunas áreas que

servieran de distracción para los vecinos, aunque con poca visión empresarial, las autoridades comunitarias y municipales, se han dado a la tarea de mejorarlo de manera mínima y poca inversión con recursos estatales.

4.1. Diagnóstico del área administrativa

El Parque Ecológico Municipal cuya administración está a cargo de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo, específicamente del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente posee una estructura administrativa en funciones y se tiene designada a dos personas, quienes desempeñan funciones de guardianía y cobranza para el ingreso y uso de las instalaciones.

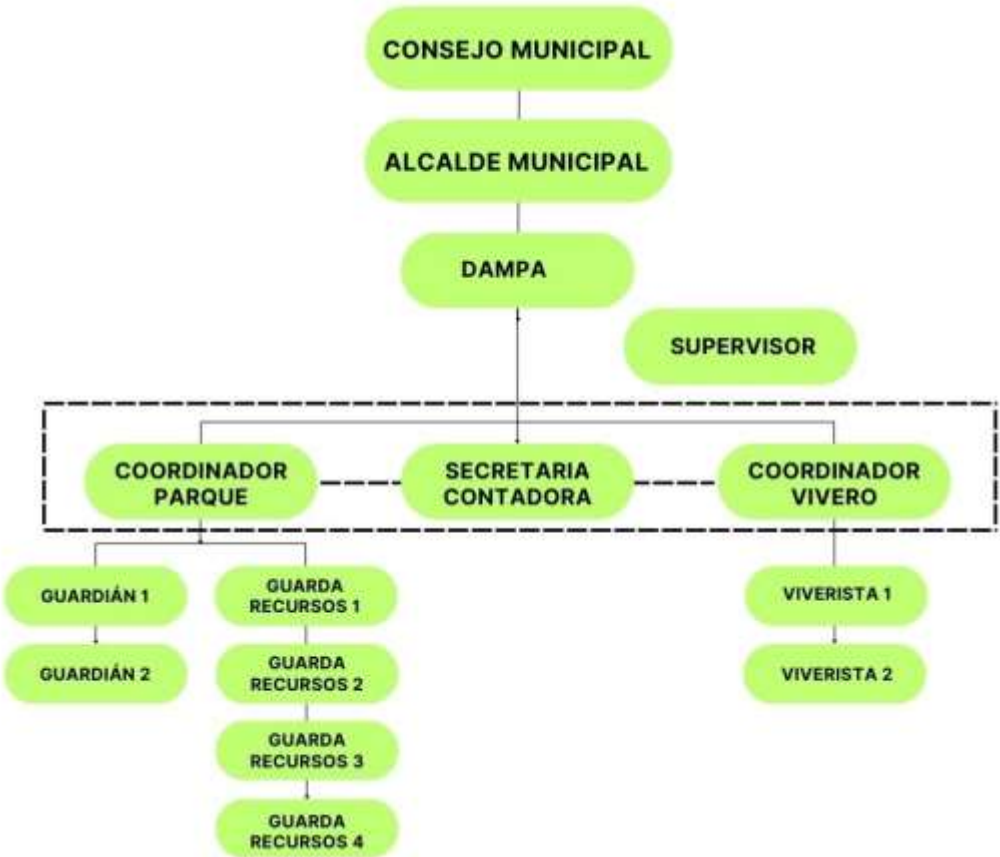
Imagen 4. Organigrama del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente



Fuente: Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente, Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo.

En el organigrama se puede observar que no hay un encargado de viverista debido a que en el contrato laboral de las tres personas con este cargo figura el nombre específico de viverista por tal razón se tiene descrito de esa manera, sin embargo, verbalmente se ha delegado a una persona que tiene a cargo el desempeño de las funciones de jefe de viveristas el cual desempeña las responsabilidades correspondientes a este, cabe mencionar que es incorrecta la forma en que se describe en el organigrama y al observar jerárquicamente no se comprende de la manera debida dado que las tres personas tienen los mismos nombres en cuanto a la función a desempeñar; por lo cual se plantea un nuevo organigrama para una adecuada organización y funcionalidad del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente.

Imagen 5. Propuesta de Organigrama para Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente



Fuente: elaboración propia

4.2. Diagnóstico del área productiva

Paralelamente a la parte turística, el Parque Ecológico Municipal se constituye parte del Parque Regional Municipal el cual tiene la declaratoria de Área Protegida con una extensión de 1,800 hectáreas, conocido anteriormente como astillero municipal y su reconocimiento en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas -SIGAP-; siendo este una reserva natural boscosa con una amplia variedad de flora y fauna que puede ser aprovechada para producir otras especies propias de la región alta del municipio y del departamento marqués.

El Parque Ecológico Municipal mide 5.22 hectáreas de terreno, las áreas con las que cuenta son: un sendero de 2.2 kilómetros el cual recorre el bosque, área verde amplia con especies de árboles de ciprés y aliso, campo de fútbol con gramilla natural, cabañas con churrasqueras, mesas, juegos infantiles, área de parqueo y casetas de información específicamente ubicadas.

4.3. Diagnóstico del área mercadológica

Dentro del conjunto de deficiencias encontradas está la nula promoción que necesita este elemento para darse a conocer en el ámbito local y regional enfatizando su entorno natural, la seguridad en sus instalaciones o las comodidades que se pudieran disfrutar con la estancia en la comunidad.

El Parque Ecológico Municipal cuenta con una página de Facebook, fue creada en el mes de septiembre de 2021 en la cual se realizaron pocas publicaciones mostrando fotografías de las áreas con las que cuenta el lugar e informaciones y desde ese entonces no han realizado publicaciones para interactuar con los seguidores debido a la pandemia haciendo que un porcentaje alto de personas no visitara el lugar por las medidas de seguridad que se tomaban en ese entonces.

Han sido muy pocas las actividades relacionadas al área mercadológica que se han realizado para dar a conocer el lugar.

4.4. Diagnóstico del área financiera

Sí existe un control financiero el cual detalla el manejo de los ingresos obtenidos mensualmente. Se lleva un registro de los ingresos y egresos que genera el Parque Ecológico Municipal, en virtud de tener autorizado el arbitrio este se maneja conforme a las necesidades mínimas de las instalaciones actuales.

Los gastos fijos que se genera mensualmente son de Q3,050.00 correspondiente al salario base más bonificación incentivo de la persona encargada de guardianía del lugar. Actualmente laboran dos personas quienes realizan las funciones de guardianía.

El lugar turístico es muy visitado por personas de la comunidad y lugares cercanos sin embargo los ingresos obtenidos anualmente en el Parque Ecológico Municipal no cubren los egresos que este lugar turístico genera dado que muchas de las personas que ingresan a este lugar son exonerados del cobro debido a que se tratan de actividades educativas o religiosas y llegan personas en cantidades mayores, razón por la cual existe un déficit representando un gasto que no trae beneficio a la municipalidad ya que no se aprovecha el potencial que dicho lugar representa.

Los ingresos anuales que genera el Parque Ecológico Municipal se describen en el cuadro siguiente:

Cuadro 4. Ingresos anuales del Parque Ecológico Municipal

AÑO 2018		
FORMA		MONTO
31B	Q	4,072.50
7B	Q	1,497.00
TOTAL	Q	5,569.50

AÑO 2019		
FORMA		MONTO
31B	Q	8,219.50
7B	Q	500.00
TOTAL	Q	8,719.50

AÑO 2020		
FORMA		MONTO
31B	Q	10,131.50
7B	Q	65.00
TOTAL	Q	10,196.50

AÑO 2021		
FORMA		MONTO
31B	Q	14,238.00
7B	Q	455.00
TOTAL	Q	14,693.00

AÑO 2022		
FORMA		MONTO
31B	Q	16,778.00
7B	Q	100.00
TOTAL	Q	16,878.00

Fuente: datos de la Municipalidad de Esquipulas
Palo Gordo, 2,022.

4.5. Actividades necesarias para el diagnóstico

- Entrevista al Jefe del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo, Marcos Barrios.
- Entrevista a la persona encargada de guardianía de turno del Parque Ecológico Municipal, Juliera Bravo.
- Entrevista al presidente del COCODE de Aldea Pojopón, Ramón Coronado.
- Encuestas a las personas de Aldea Pojopón.

4.6. Descripción de línea basal

Cuadro 5. FODA del Parque Ecológico Municipal

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• El Parque Ecológico Municipal es parte del área protegida que cumple con lo establecido en la Ley de Áreas Protegidas y su Reglamento, inscrito en el SIGAP.• Manejo accesible de precios en la tarifa de cobro del ingreso al Parque Ecológico Municipal para visitantes individuales, grupales y extranjeros.• Los accesos principales del municipio de Esquipulas Palo Gordo hacia el Parque Ecológico Municipal cuentan con infraestructura vial.	<ul style="list-style-type: none">• El Parque Ecológico Municipal es un lugar recreativo municipal lo que hace que tenga el apoyo de las autoridades en proyectos.• El Parque Ecológico Municipal tiene con una página en Facebook• Existen proyectos en planificación que en un futuro se tiene contemplado ejecutarlos.• El Parque Ecológico Municipal crea generación de empleo.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • El Parque Ecológico Municipal no cuenta con una marca personal. • No se utiliza la página de Facebook del Parque Ecológico Municipal para compartir contenido e interactuar con los seguidores. • Poca inversión publicitaria por parte de las autoridades municipales para dar a conocer el Parque Ecológico Municipal. • El Parque Ecológico Municipal no tiene diversificación en el área de juegos infantiles. • El Parque Ecológico Municipal no cuenta con sistema de posicionamiento global GPS para ser ubicado fácilmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de lugares recreativos similares. • Hay poca afluencia de personas en la época lluviosa.

Fuente: elaboración propia.

4.7. Trabajo de campo

Se realizó un diagnóstico en el cual se tomaron en cuenta factores socioeconómicos y empresariales de la comunidad para analizar las condiciones de vida de los habitantes de Aldea Pojopón y priorizar los problemas que afectan a los comunitarios con el fin de buscar alternativas de solución.

Se identificó los potenciales que se tienen en la comunidad a efecto de evaluarlo y presentar las formas de manejo para presentar opciones de generación de empleo, formal o informal a los vecinos prioritariamente.

Se tomó en cuenta el Parque Ecológico Municipal como un atractivo turístico que puede beneficiar a la comunidad de Aldea Pojopón si se hacen acciones para el mejoramiento y promoción del lugar. Se hizo por medio de una investigación acción que aporte un beneficio. Después de realizado el diagnóstico se necesita información específica del lugar por lo cual se procedió a:

Realización de entrevistas a las personas encargadas del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo en la cual se obtuvo información acerca de:

- Antecedentes del Parque Ecológico Municipal, se conoció el historial de la creación y formación del lugar.
- Mejoramientos que se han realizado en el lugar turístico a través del tiempo.
- Áreas con las que cuenta actualmente el lugar y tiene a disposición de las personas que visitan el lugar.
- La situación actual del parque.
- Proyectos en planificación existentes que se desean lograr en un futuro.
- Diseños de la marca con las cuales se cuenta actualmente.

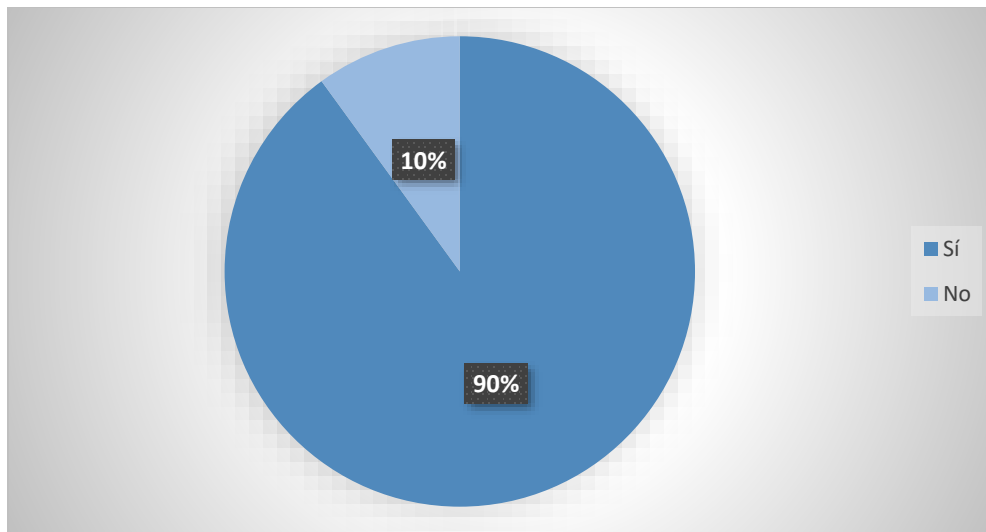
Realización de boletas de encuestas para conocer la opinión de las personas residentes en Aldea Pojopón, Esquipulas Palo Gordo, San Marcos.

- Se diseñó una boleta de encuesta con 8 preguntas relacionadas a la publicidad del lugar turístico.
- Se encuestó a la población de Aldea Pojopón para obtener información de interés relevante.

4.8. Análisis e interpretación de datos

Boleta de encuesta dirigida a los habitantes de Aldea Pojopón

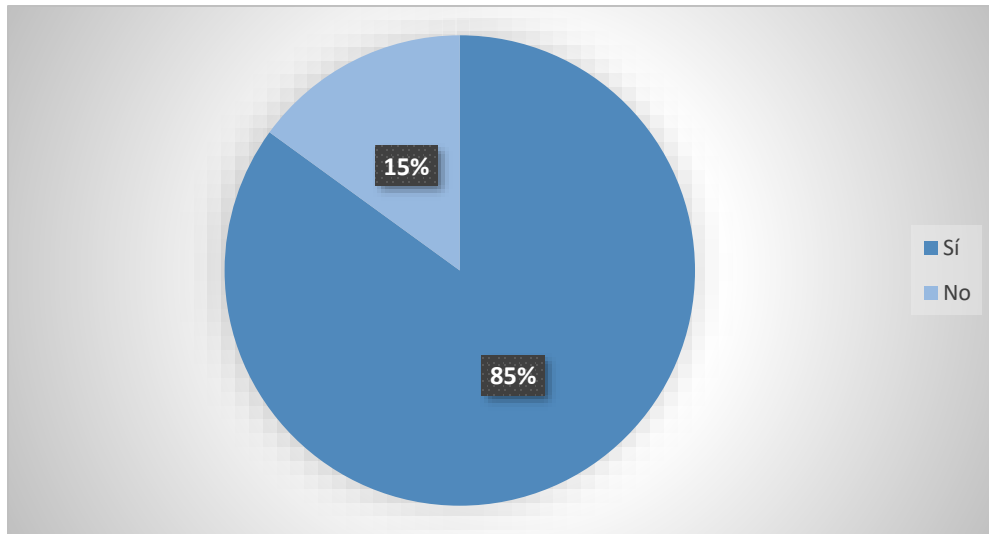
Gráfica 1. Conocimiento de la existencia del Parque Ecológico Municipal ubicado en Aldea Pojopón



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El noventa por ciento de las personas afirmaron sí tener conocimiento de la existencia del Parque Ecológico Municipal que está ubicado en Aldea Pojopón, esto debido a que han visitado personalmente el lugar, recibido referencias por medio de otras personas o visto y escuchado en algún medio publicitario información respectiva al parque; sin embargo, de este porcentaje de personas no todos no lo conocen físicamente. El diez por ciento que representa una mínima parte no saben de la existencia del parque, esto se debe a que han sido muy pocas veces las que se ha utilizado algún tipo de medio publicitario para hacerle promoción al lugar turístico razón por la cual estas personas en ninguna ocasión han escuchado acerca del parque y desconocen de su existencia.

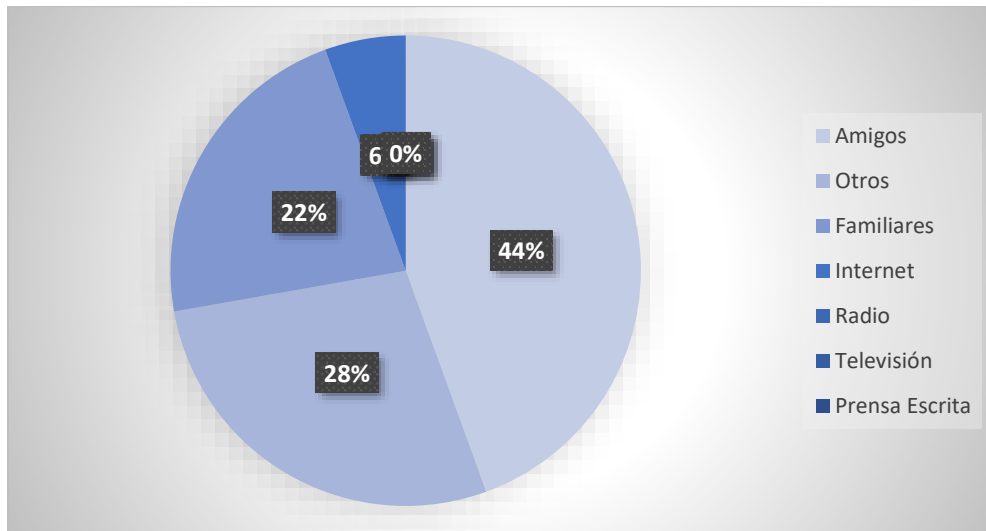
Gráfica 2. Visitas al Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

Las personas que sí han tenido la oportunidad de visitar en alguna ocasión el Parque Ecológico Municipal representan un ochenta y cinco por ciento, ellos comentaron llegar al lugar con frecuencia y algunos otros manifestaron haber tenido un acercamiento hace mucho tiempo; por otro lado, un porcentaje mínimo afirmó no conocer físicamente el lugar recreativo. Las personas buscan un lugar que tenga diversificación de áreas recreativas dado que este tipo de lugares suele ser frecuentado en su gran mayoría por familias la cual busca áreas de entretenimiento para cada uno de sus miembros, es importante entonces que se tenga a disposición las áreas que debe de tener un parque con el fin de que las personas visiten el lugar con frecuencia y lo recomienden; tomando en cuenta que las personas que han frecuentado el Parque Ecológico Municipal ha sido por referencias de una persona a otra.

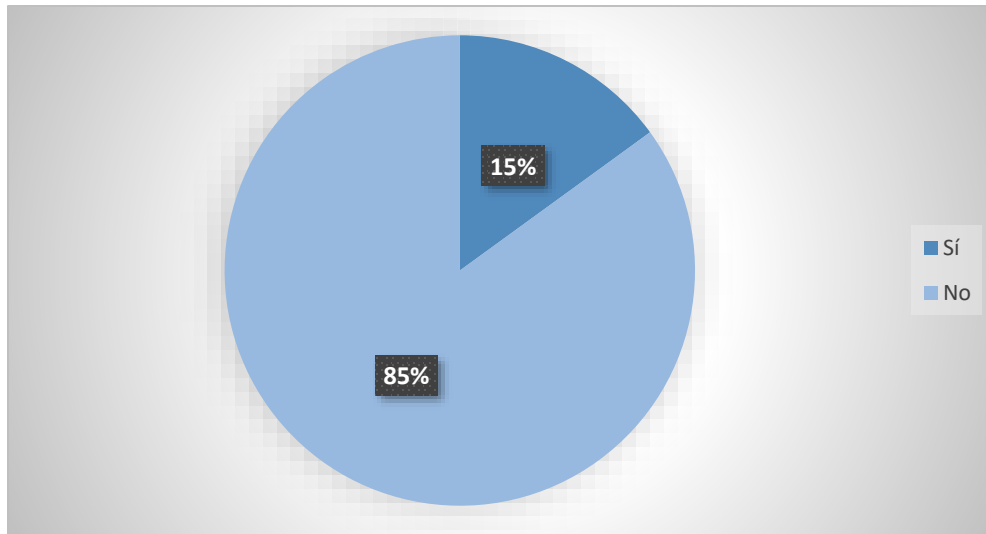
Gráfica 3. Medios por el cual las personas saben de la existencia del Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El cuarenta y cuatro por ciento de las personas que conocen la ubicación del Parque Ecológico Municipal se han enterado en su gran mayoría por medio de amigos que en su momento les hicieron alguna referencia, otras saben de la existencia del lugar turístico debido a que residen en la comunidad o ellos se enteraron por sus propios medios dado que tienen la costumbre de salir de paseo a lugares de recreación, algunos otros por medio de las referencias de sus familiares y pocos que se han enterado por medio de internet, publicaciones de visita al lugar que han visto de sus contactos en Facebook. Observando los resultados podemos determinar que un alto porcentaje sabe del parque dado que se ha recibido la información por el tipo de publicidad boca a boca, esto se debe a que han sido pocas veces las que se ha hecho algún tipo de publicidad o se han utilizado los medios que hoy en día están disponibles para la divulgación de la existencia del lugar recreativo. Una de las herramientas que más se utilizan hoy en día son las plataformas digitales, la utilización de éstas es de gran beneficio para los lugares recreativos que desean darse a conocer dado que existen varias formas de hacer publicidad en ellas.

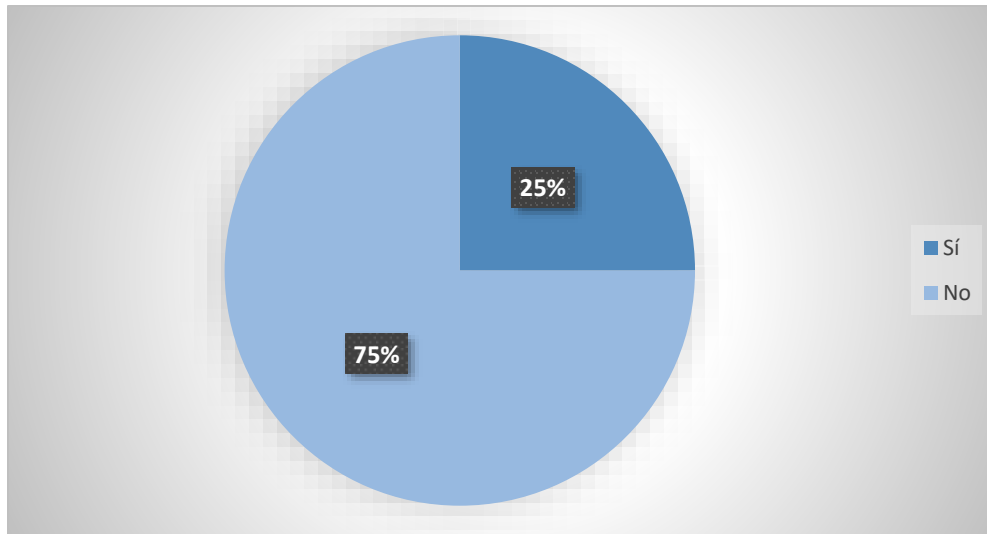
Gráfica 4. Conocimiento del logotipo que identifica el Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El ochenta y cinco por ciento de las personas encuestadas no conoce el logotipo del Parque Ecológico Municipal debido a que este no se encuentra en el lugar de ubicación y no hay publicidad exterior que lo contenga y un quince por ciento afirma que sí ha visto en alguna ocasión el logotipo que identifica el Parque en alguna actividad que ha realizado la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo o que han visualizado en la página de Facebook, las pocas personas que conocen el logotipo lo han visto en alguna ocasión pero no lo identifican con facilidad dado que no se han realizado actividades publicitarias con frecuencia tomando en cuenta que el logotipo es una de las principales características que dan vida a una marca. La utilización del logotipo se debe hacer con la finalidad de identificar y promover el lugar recreativo, este debe ser visualizado en el lugar de ubicación para que pueda ser observado por todos los visitantes, se puede utilizar en las publicaciones que se hacen en la página de Facebook del parque para aprovechar las visualizaciones de los seguidores y proyectarse en las diferentes actividades correspondientes al lugar con el propósito de que el público conozca e identifique el logotipo que representa este parque ecológico.

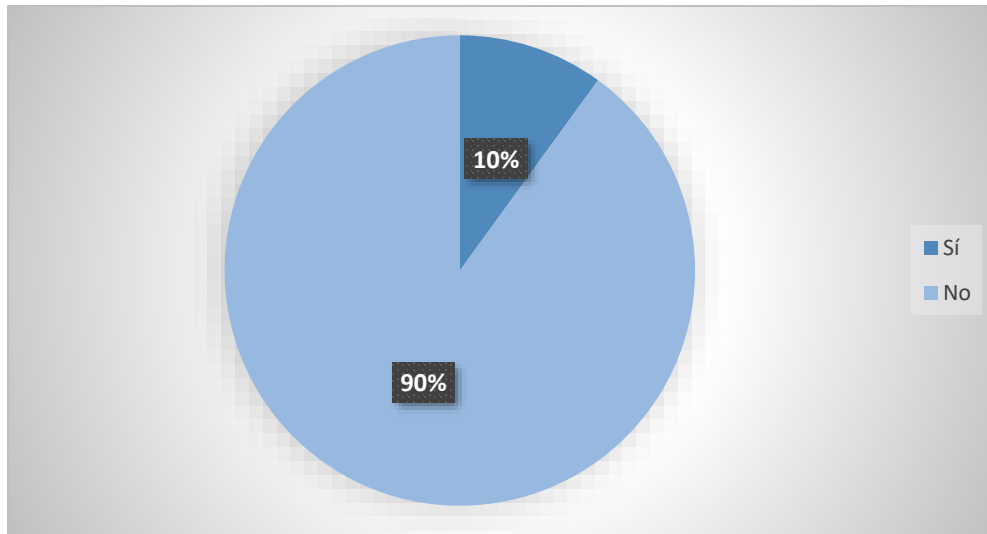
Gráfica 5. Anuncio publicitario del Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

Un setenta y cinco por ciento de las personas que fueron encuestadas afirmaron no haber visto o escuchado algún tipo de anuncio publicitario del Parque Ecológico Municipal y una minoría del veinticinco por ciento afirmó sí haber visualizado o escuchado algún tipo de anuncio publicitario en actividades realizadas por parte de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo, estos datos reflejan que han sido muy pocas veces las que se han realizado acciones para promocionar el parque y los diferentes medios publicitarios no han sido utilizados para su divulgación. La falta de publicidad ha hecho que las personas no tengan conocimiento del Parque Ecológico Municipal y se ha tenido menos oportunidades para que se acerquen a visitar el lugar por desconocimiento del mismo.

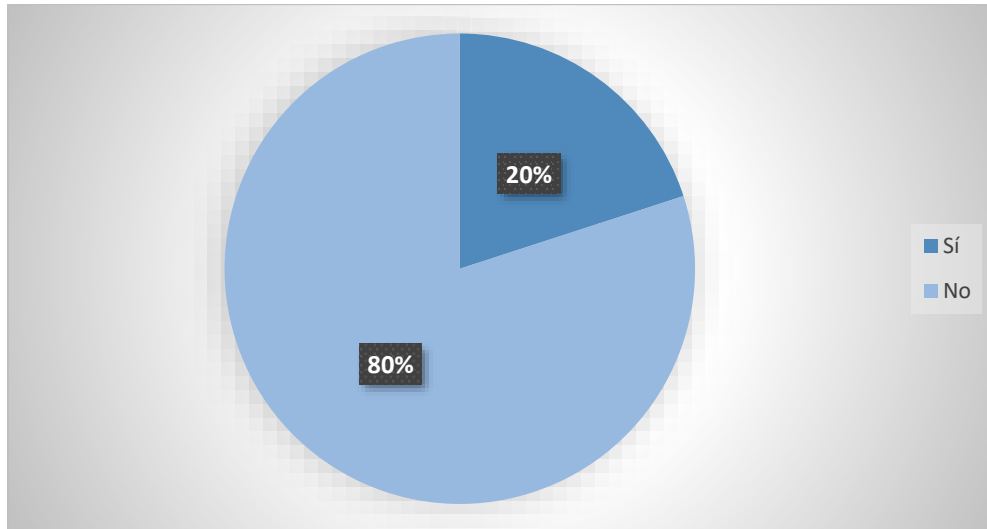
Gráfica 6. Seguidores de la página de Facebook del Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El Parque Ecológico Municipal cuenta con una página de Facebook la cual tiene un número bajo de seguidores, de las personas encuestadas un noventa por ciento no sigue la página de Facebook debido a que la página se creó hace poco tiempo, en el año 2021; y partir de ahí no se han realizado publicaciones de forma constante ya que en ese momento el parque no registraba afluencia de visitantes por las restricciones de la pandemia Covid-2019 y desde ese entonces no se ha mantenido activa la página por lo cual las personas no visualizan ningún tipo de contenido que dé a conocer el lugar. Hoy en día hay varias formas de hacer publicidad en una plataforma digital, tener una página de Facebook para compartir contenido relevante y utilizarlo para interactuar puede permitir que día a día está vaya sumando seguidores con el fin de promover el lugar turístico.

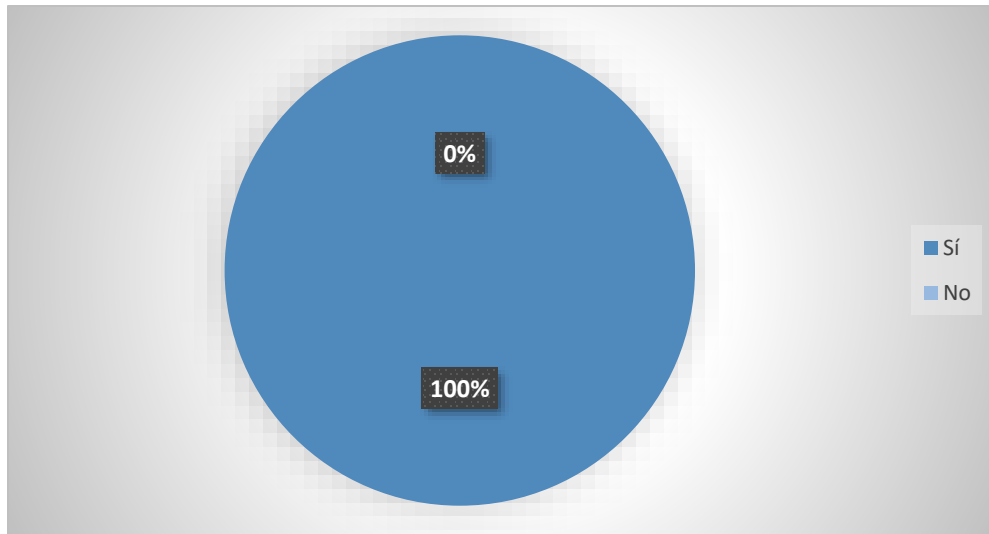
Gráfica 7. Visualización de las publicaciones que se hacen en la página de Facebook del Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El ochenta por ciento de las personas no han visualizado publicaciones de la página de Facebook del Parque Ecológico Municipal esto debido a que desde la creación de la cuenta de Facebook no se hacen publicaciones de manera constante haciendo por la que los seguidores no se enteran de alguna información respecto al lugar turístico que puede ser compartido en esta plataforma digital. Algunas personas manifestaron haber visualizado alguna publicación respecto al parque de un contacto que tienen agregado en su cuenta de Facebook más no directamente de la página del parque. Es importante que se pueda darle el uso correcto a una página de Facebook compartiendo contenido de interés de manera constante con el fin de aprovechar la atención de las personas que siguen la página. Aprovechar las ventajas que ofrecen las plataformas digitales hoy en día para dar a conocer un lugar recreativo puede traer un beneficio significativo.

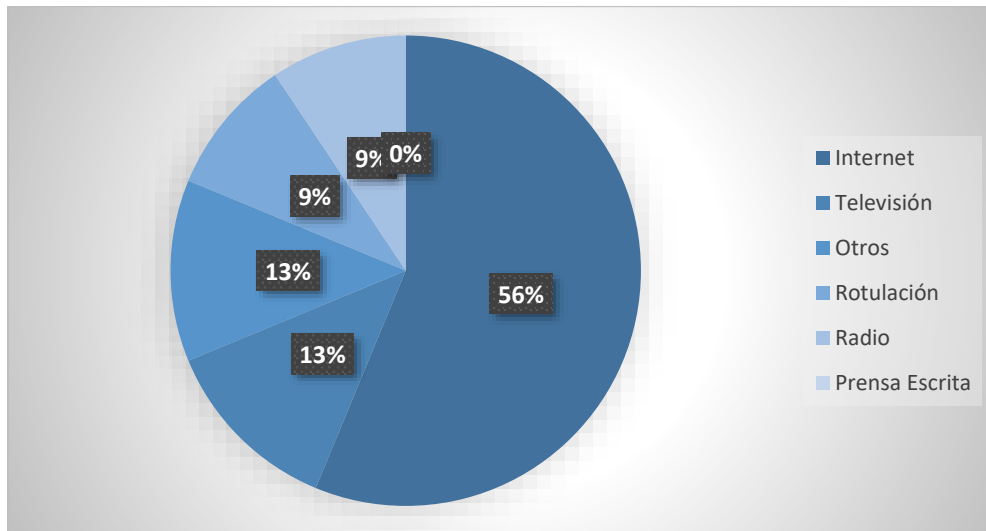
Gráfica 8. Importancia de la publicidad



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

Para las personas hoy en día utilizar la publicidad es muy importante por las principales razones de que se puede dar a conocer la existencia del Parque Ecológico Municipal a todo el público, a través de ella se puede informar lo que el lugar ofrece, se puede mostrar las áreas con que las que se cuenta; esta útil herramienta puede lograr que muchas personas puedan visitar el lugar recreativo de la localidad. La publicidad funciona como un medio de comunicación, este es capaz de captar la atención del público para la divulgación de información con la finalidad de estimular el acercamiento al parque.

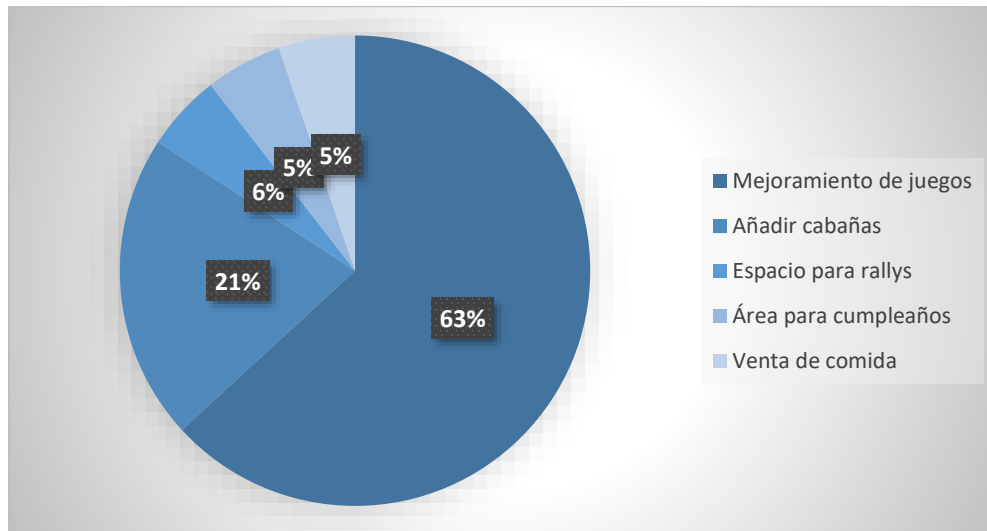
Gráfica 9. Medios publicitarios que se pueden utilizar para dar a conocer el Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El cincuenta y seis por ciento de las personas entrevistadas consideran que un medio publicitario efectivo para dar a conocer el Parque Ecológico Municipal es el internet, el día de hoy es una herramienta que está al alcance de todas las personas y que puede lograr que muchas de ellas conozcan el lugar; seguido de un porcentaje del trece por ciento utilizar los medios de televisión locales debido a que las personas ven reportajes noticiosos, aprovechar ese medio permitiría que personas de lugares cercanos puedan enterarse y visitar el lugar y en el rango de otros las personas mencionaron hacer campañas publicitarias en lugares específicos, repartir trifoliales; y finalmente un porcentaje mínimo del nueve por ciento considera utilizar los medios como la rotulación exterior, mediante mantas vinílicas y la radio que son muy escuchadas por una gran mayoría de público.

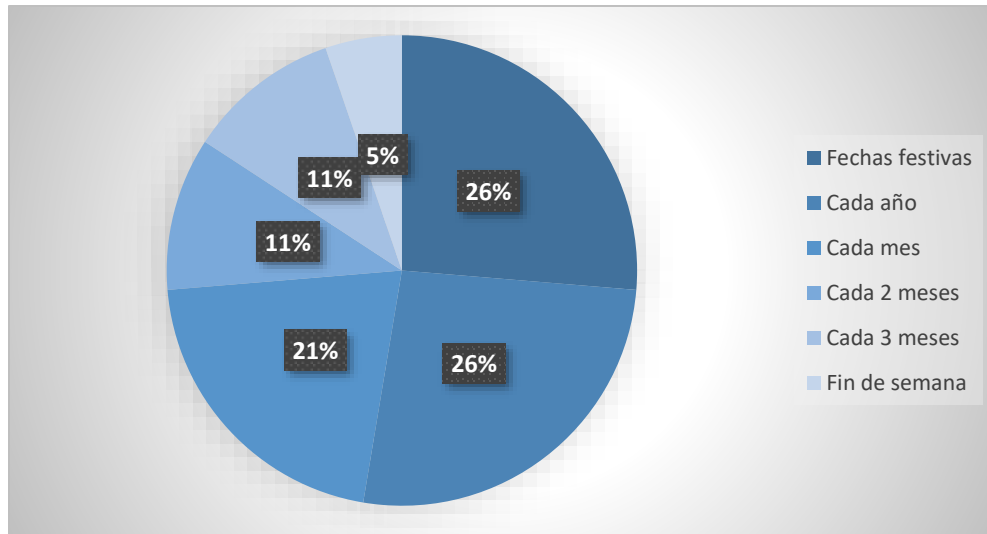
Gráfica 10. Atractivos que se pueden implementar dentro del Parque Ecológico Municipal



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

Para las personas es muy importante el área de juegos ya que un sesenta y tres por ciento de las personas que han visitado el parque mencionó que se necesita un mejoramiento del área de juegos, debido a que se necesita diversificar juegos para todas edades, este espacio es muy importante para un lugar de recreación por tal motivo es necesario que se implementen otro tipo de juegos y se mejoren los que ya están dentro del parque; otro atractivo característico del lugar son las cabañas pero las que están actualmente no son suficientes para la cantidad de personas que visitan el parque por tal razón es necesario añadir más cabañas para las personas que necesitan hacer uso de ellas; seguidamente de un porcentaje mínimo los espacios añadir dentro del lugar son incluir un espacio para rallys, un área para la celebración de cumpleaños y un área para venta de comida.

Gráfica 11. Frecuencia de visitas a lugares recreativos



Fuente: estudio de campo realizado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, marzo 2023.

El veintiséis por ciento de las personas visitan lugares de recreación por lo regular en fechas festivas debido a que tienen disponibilidad de tiempo para compartir con sus seres queridos en igual porcentaje las personas entrevistadas afirmaron acudir a este tipo de lugares una vez al año, seguidamente de un porcentaje del veintiuno por ciento cada mes, y un once por ciento afirmó salir cada dos y tres meses en busca de lugares y finalmente un reducido número del cinco por ciento sale cada fin de semana. Observando estos datos podemos determinar que las personas hoy en día suelen preferir lugares de área verde para salir de paseo con sus seres queridos ya que buscan salir de los espacios de trabajos cotidianos para compartir en estos lugares. Los días en que las personas visitan los parques son los días que no realizan algún tipo de trabajo que representa la fuente económica,

Cuestionario dirigido al Jefe del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo.

Pregunta 1. ¿Cuáles son los antecedentes del Parque Ecológico Municipal?

El Parque Ecológico Municipal fue creado en el año 2009 con el apoyo de un grupo de comunitarios, el alcalde Rogelio Sandoval y HELVETAS Swiss Intercooperation, Programa Guatemala a través del proyecto Probosques-FCA promovió y logro la declaratoria del Área Protegida con una extensión de 1,800 hectáreas, conocido anteriormente como Astillero Municipal; y su reconocimiento en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas -SIGAP-, actualmente el Parque Regional Municipal teniendo como parte el Parque Ecológico Municipal.

Pregunta 2. ¿Cambios que ha tenido el Parque Ecológico Municipal a través del tiempo?

El Parque Ecológico Municipal desde su fundación ha tenido mejoras en sus instalaciones y se han implementado nuevos atractivos. Las diferentes administraciones municipales con el paso del tiempo.

Pregunta 3. ¿Existen proyectos en planificación para el mejoramiento del Parque Ecológico Municipal?

Actualmente sí hay proyectos en planificación que se tienen contemplado ejecutar en un futuro. Como el mejoramiento de algunas áreas, la implementación de algún atractivo y la construcción de un salón de eventos.

Pregunta 4. ¿Actividades que se realizan para darle mantenimiento al Parque Ecológico Municipal?

Las actividades de mantenimiento que se realizan en el parque es la limpieza diaria del lugar, el corte periódico de la gramilla del campo de futbol y el pintado de los árboles.

Pregunta 5. ¿Se invierte económicamente para realizar actividades publicitarias del Parque Ecológico Municipal?

Algunas veces, son muy pocas las actividades publicitarias en las cuales se ha invertido económicamente para promocionar el Parque Ecológico Municipal.

Pregunta 6. ¿Cuáles son las necesidades existentes del Parque Ecológico Municipal?

Una de las necesidades a resolver es la colocación de información en las casetas las cuales están ubicadas en un lugar específico dentro del parque, debido a que algunas fueron dañadas por personas con mala intención y otras por la acción del tiempo, el clima y el uso se deterioraron.

4.9. Discusión de datos

El Parque Ecológico Municipal de Esquipulas Palo Gordo, es un lugar turístico que se creó hace diez años y a través del tiempo ha tenido mejoramientos e implementación de nuevas áreas. Es un lugar que visitan personas que residen en la comunidad y de lugares vecinos a este.

Según los resultados de las encuestas realizadas a personas de Aldea Pojopón se analiza que el lugar no cuenta con logotipo oficial por lo cual las personas no lo identifican fácilmente. Sabemos que el logotipo forma parte de un

área imprescindible de la personalidad de la marca, su apariencia, cómo se ve y se reconoce. Este hecho hace que las personas desconozcan la existencia del lugar, que no noten una diferencia con lugares que ofrecen servicios de recreación similares y que busquen otras opciones de visitas.

Asimismo, ha existido poca publicidad, los diferentes medios publicitarios no han sido utilizados para la divulgación del lugar turístico de la comunidad, por lo que no se ha proyectado los servicios que se tienen a disposición del público que desea visitarlo. La publicidad hoy en día es como una forma de comunicación muy común que podemos utilizar para promocionar y vender nuestros servicios, mientras más se proyecte un servicio al público más se hará más conocido y por lo tanto tendrá más posibilidades de que el lugar sea visitado.

A finales del año 2022 se retiraron las mantas de las casetas de información las cuales tenían contenido importante para los visitantes, debido a los daños ocasionados por las personas malintencionadas y al deterioro debido a la acción del tiempo, el clima o el uso, actualmente dichas casetas están vacías por lo que las personas no pueden informarse de los precios, las reglas del parque, y otros avisos de relevancia. No se está aprovechando la afluencia de personas que visitan el lugar para la divulgación de información necesaria e importante en dicho parque debido a la ausencia de las mantas.

Las necesidades del Parque Ecológico Municipal son varias, pero las mencionadas anteriormente ocupan un lugar prioritario en el listado debido a que son de vital importancia poder suplirlas por la importancia que representa sí se le dan cumplimiento a cada una. El listado de problemas prioritarios encontrados es:

- Falta de uso del logotipo oficial del Parque Ecológico Municipal.
- Carencia de publicidad visual del Parque Ecológico Municipal.
- Ausencia de mantas vinílicas que contengan información específica en las casetas que están ubicadas en el Parque Ecológico Municipal.

Según el listado anterior de problemas prioritarios encontrados se realizarán las acciones siguientes:

- Creación del diseño logotipo oficial del Parque Ecológico Municipal para que este pueda ser utilizado en todo lo relacionado al lugar.
- Creación de diseño para la colocación de publicidad visual.
- Creación del diseño para las casetas de información que se encuentran ubicadas en el Parque Ecológico Municipal.

Las acciones anteriormente descritas se harán con la finalidad de poder lograr que las personas que ya conocen el Parque Ecológico Municipal puedan identificarlo con facilidad y puedan referenciar el lugar para que otras personas de la comunidad y de lugares cercanos a esté puedan saber de su ubicación y conocerlo personalmente. Según la información adquirida por medio de las encuestas realizadas un alto porcentaje de las personas que residen en la comunidad de Pojopón conocen y han visitado el lugar en más de una ocasión esto debido a que han recibido referencia a través de amigos y familiares.

La colocación de publicidad exterior en un lugar específico donde las personas puedan visualizarla permitirá que se tenga un alcance de la divulgación de la información relacionada con el parque.

La estrategia específica del marketing a utilizar será la publicidad. Los medios publicitarios que se utilizarán será la rotulación, se imprimirán los diseños realizados en manta vinílica los cuales se colocarán en los lugares correspondientes para que puedan ser visualizados y puedan transmitir la información que contienen.

Realizando estas acciones específicas se pretende estimular y promover a que las personas visiten el Parque Ecológico Municipal, esperando lograr un aumento de la afluencia de personas al lugar.

CAPÍTULO

V

5. MARCO TEÓRICO

5.1. ¿Qué son los parques ecológicos?

En la actualidad, ya existen parques en las ciudades, que son espacios verdes de uso público y donde suele haber abundante vegetación y diferentes instalaciones, que permiten disfrutar de momentos de ocio y descanso, tanto solos como en familia. El término "ecológico" se refiere a todas las interacciones que tienen los seres vivos con el medio ambiente. Así que, en definitiva, un parque ecológico es un espacio verde que se caracteriza por su especial cuidado de la vegetación, los ecosistemas y las especies que habitan en él.

El principal objetivo de los parques ecológicos es de servir de protección para los ecosistemas que acogen y el de crear conciencia en la población sobre lo importante de preservar el medio ambiente, haciendo que la población se familiarice con la naturaleza que allí se desarrolla. Además, sirve de lugar de ocio y permiten que en ellos se lleven a cabo investigaciones y estudios de carácter científico, aumentando nuestro conocimiento técnico de los animales, las plantas y los diversos ecosistemas.

Según sus características diferenciales, podemos clasificar un parque ecológico en distintos tipos y denominarlos de forma distinta. Así, entre las zonas protegidas podemos hablar de parques nacionales o reservas ecológicas, aunque estas denominaciones dependen de las normativas existentes en cada país. (Sánchez, 2022)

5.1.1. ¿Cómo funcionan los parques ecológicos?

Los parques ecológicos funcionan como áreas protegidas y gestionadas por organismos gubernamentales o privados. Estos lugares tienen reglas y regulaciones

específicas para proteger la vida silvestre y el medio ambiente natural. Los visitantes deben seguir estas reglas y tener en cuenta su impacto en el medio ambiente.

Los parques ecológicos también pueden ser lugares de investigación, donde los científicos estudian la biodiversidad y el medio ambiente natural. Estos estudios ayudan a comprender mejor cómo funciona el ecosistema y cómo podemos protegerlo mejor.

5.1.2. ¿Por qué son importantes los parques ecológicos?

Los parques ecológicos son importantes porque ayudan a preservar la biodiversidad y proteger las especies en peligro de extinción. Los parques también ayudan a mantener la calidad del aire y del agua y proteger el medio ambiente natural. Además, los parques ecológicos pueden ser importantes para la industria del turismo, proporcionando oportunidades de turismo ecológico y educativo.

5.1.3. ¿Cómo podemos ayudar a los parques ecológicos?

Podemos ayudar a los parques ecológicos de varias maneras. Una manera es seguir las reglas y regulaciones específicas para proteger la vida silvestre y el medio ambiente natural. También podemos ser conscientes de nuestro impacto en el medio ambiente y reducir nuestra huella de carbono. Finalmente, podemos apoyar los parques ecológicos a través de donaciones y voluntariado.

5.1.4. Beneficios del parque ecológico

Los parques ecológicos son espacios diseñados para la conservación y protección de la biodiversidad, además de ser lugares destinados a la educación ambiental y el ecoturismo. No solo son importantes para la preservación de especies animales y vegetales, sino que también brindan una serie de beneficios para la sociedad.

En primer lugar, los parques ecológicos son fuentes de oxígeno y purificación del aire. Las plantas y árboles presentes en estos lugares son capaces de producir oxígeno a través de la fotosíntesis y absorber dióxido de carbono, uno de los principales gases de efecto invernadero.

Además, los parques ecológicos sirven como espacios de recreación y esparcimiento. Las personas pueden realizar actividades como caminatas, paseos en bicicleta o disfrutar de un picnic en contacto con la naturaleza. Esto tiene un impacto positivo en la salud física y mental de las personas.

Otro beneficio importante es que los parques ecológicos pueden proteger contra desastres naturales. La vegetación presente en estos lugares ayuda a prevenir la erosión del suelo y las inundaciones, además de actuar como barrera contra el viento y las tormentas.

Por último, los parques ecológicos pueden fomentar la investigación científica y la educación ambiental. Estos espacios son ideales para llevar a cabo estudios y experimentos relacionados con la biodiversidad, así como para enseñar a las personas sobre la importancia de conservar y proteger el medio ambiente.

5.1.5. Propósito de los parques ecológicos

Los parques ecológicos son áreas protegidas que tienen como objetivo principal la conservación y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas naturales. Estos espacios son importantes porque ayudan a preservar la flora y fauna de la zona, así como a mantener el equilibrio ecológico. Además, los parques ecológicos también tienen un papel importante en la educación ambiental y en la investigación científica.

Uno de los propósitos principales de los parques ecológicos es proteger la biodiversidad y los ecosistemas naturales. Estos espacios son importantes porque

muchas especies de plantas y animales están en peligro de extinción debido a la actividad humana. Los parques ecológicos ofrecen un ambiente seguro para estas especies y permiten que se reproduzcan y se adapten a su entorno natural.

Otro propósito de los parques ecológicos es mantener el equilibrio ecológico. Los ecosistemas naturales están interconectados y cualquier cambio en un área puede afectar a otras áreas cercanas. Los parques ecológicos ayudan a mantener el equilibrio ecológico al proteger las especies y los ecosistemas naturales, lo que a su vez beneficia a los seres humanos.

Además de la conservación y restauración de la biodiversidad, los parques ecológicos también tienen un papel importante en la educación ambiental. Muchos parques ofrecen programas educativos para niños y adultos que enseñan sobre la biodiversidad y la importancia de la conservación. Estos programas pueden incluir paseos en la naturaleza, conferencias y talleres.

Por último, los parques ecológicos también son importantes para la investigación científica. Los científicos pueden utilizar los parques para estudiar la biodiversidad, el clima y otros aspectos del medio ambiente. Estos estudios pueden ayudar a entender mejor cómo funcionan los ecosistemas naturales y cómo se ven afectados por la actividad humana. (Microscopio, s.f.)

5.2. ¿Qué es el Marketing?

El objetivo del marketing deberá orientarse, por tanto, hacia la satisfacción de las necesidades del cliente, consumidor o usuario -mejor que la competencia-, produciendo beneficios para la empresa. El conocimiento del cliente y/o consumidor, su vivencia, son las claves que alimentan la vida de la empresa, y el grado en el que ésta vuelque sus recursos para identificar esas necesidades, marcará la orientación estratégica a seguir.

En otras palabras, marketing es una orientación empresarial que reconoce que el éxito de una empresa es sostenible si se organiza para satisfacer las necesidades actuales y futuras de los clientes, consumidores o usuarios de forma más eficaz que sus competidores.

Ahora bien, aunque siempre se ha hecho énfasis en la satisfacción del cliente como función específica del marketing, éste no se debe quedar ahí, sino que debe buscar la fidelización del mismo. La satisfacción es un estado necesario, pero no suficiente en el proceso de fidelización del cliente. Y esta fidelización es lo que ayudará a la empresa a obtener los objetivos de rentabilidad deseados. (Ancín, Marketing y planificación, 2008)

5.3. Plan de marketing

¿Por qué planificar en marketing?, Si la respuesta de la empresa a las necesidades que plantea el mercado es precisamente la satisfacción de esas mismas necesidades, la puesta en práctica de esta idea se traducirá en un sistemático proceso de planificación de marketing consistente en la aplicación planificada de los recursos con los que éste cuenta para alcanzar los objetivos definidos.

La planificación de marketing, realizada de una forma sistemática, proporciona ventajas notables. McDonald 1994) nos recuerda que los beneficios del plan de marketing son:

- Mejora la coordinación de actividades.
- Identifica los cambios y desarrollos que se pueden esperar.
- Aumenta la predisposición y preparación de la empresa para el cambio.
- Minimiza las respuestas no racionales a los eventos inesperados.
- Reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa.
- Mejora la comunicación.

- Obliga a la dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática, en el futuro.
- Los recursos disponibles se pueden ajustar mejor a las oportunidades.
- El plan proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades.
- Un enfoque sistemático de la formación de las estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión.

Según Stapleton “mediante la planificación de marketing la empresa debe asegurarse de que los costes de marketing dan una rentabilidad equivalente y de que están sujetos a los mismos criterios y controles que el resto de las inversiones que se hagan en la empresa”. (Ancín, Marketing y planificación, 2008)

5.3.1. ¿Por qué es importante elaborar un plan de marketing?

El marketing se caracteriza por medir todo lo que ocurre en la empresa y en su alrededor para crear una mejor experiencia para el cliente, mejorando los productos y/o servicios, y optimizando las formas en las que la empresa conecta con sus clientes o posibles clientes.

Para ello, es fundamental partir de una profunda investigación, de manera que las estrategias de marketing que desarrolle la empresa estén correctamente dirigidas y planeadas.

La finalidad de un plan de marketing de un producto o servicio no es solo desarrollar una hoja de ruta para toda la empresa, sino desarrollar una justificación de las acciones a realizar y explicar cómo conseguir los objetivos marcados.

De esta forma, se puede seguir creciendo y construir las bases para que el flujo de clientes vaya aumentando progresivamente.

Dicho de otra forma, un plan de marketing es importante por varios motivos:

- Para conocer nuestra cuota de mercado y obtener una visión más exhaustiva del sector.
- Conocer mejor a tus competidores y, sobre todo, los pain points deL buyer persona o cliente ideal.
- Permite definir una estrategia de comunicación, plantear acciones enfocadas en los objetivos de la empresa y garantizar que sean coherentes unas con otras.
- Planifica las acciones a lo largo de un año (o el tiempo establecido) para que puedas saber qué presupuesto y qué recursos destinar a cada una de ellas.
- Evita sorpresas desagradables que obstaculicen el cumplimiento de los objetivos empresariales.
- Se puede llevar a cabo evaluaciones periódicas para comprobar el ROI y tomar decisiones de mejora.

(Mirraño, 2022)

5.4. ¿Qué es el marketing turístico?

Marketing en turismo según Díaz Martín es “el marketing turístico se encarga de descubrir lo que los turistas quieren, desarrollar los servicios adecuados para ellos, suministrarles la información sobre la oferta existente y darles instrucciones sobre cómo pueden adquirir el servicio”.

El marketing turístico es la promoción de lugares que realizan empresas de sectores hoteleros, locales de ocio, restaurantes, empresas de transporte y otros organismos públicos. Además, se encarga de todas las acciones que se centran en ofrecer el mejor servicio al turista. Ya no se trata únicamente de vender un paquete de vuelo, hotel y alojamiento, sino de vivir, sentir, elegir, divertirse y darse caprichos. La forma de hacer negocio en el turismo cada vez apela más a los

sentimientos y es que el viaje comienza desde antes de hacer las maletas. (Galiana, IEBS, 2020)

5.4.1. Claves y estrategias para el marketing turístico

Al nuevo consumidor le gusta la información personalizada y que esta le aporte valor. Investiga en Google, consulta las RRSS y busca respuestas inmediatas sobre aquello que le interesa. El cliente de ahora es omnicanal y antes de comprar va a querer ver varias opciones y conocer las opiniones de los consumidores.

A continuación, algunos tips que se deben de tener en cuenta para hacer un plan de marketing turístico.

- **Video marketing**

El video marketing es uno de los formatos que está en auge y cada vez es más importante en el sector turístico. Permite mostrar productos o servicios de una manera más atractiva y las sensaciones que transmiten a los consumidores son más apetecibles.

El contenido multimedia audiovisual vende casi por sí solo. Ahora, con las nuevas funciones de Instagram, las empresas pueden realizar, además de historias, IGTVs. Los IGTVs son una especie de canal de TV integrado en la red social donde los usuarios pueden compartir contenidos en videos en los cuales se permite que duren más de 15s. Por otro lado, también están los Reels, son unos vídeos cortos en los que se pueden añadir pistas de audio y canciones, inspirado en TikTok, pero, por ahora limitados a 15s. Todas las empresas del sector turístico pueden y deben utilizar las nuevas funcionalidades de Instagram para promocionar y vender sentimientos y lugares.

Por otro lado, las empresas deberían utilizar también TikTok, la red social más utilizada en tiempos de Covid19, en la que todo el mundo comparte contenido y ¿qué mejor que poder utilizarlo tú también como empresa turística? Con todo esto, conseguirás aumentar el engagement con el público objetivo.

- **Transmisión en streaming**

Otra tendencia que no se puede escapar en el marketing turístico es el vídeo en streaming que continúa en auge gracias a redes sociales como Twitter, Facebook, y ahora más que nunca, Instagram. Los vídeos de streaming en estas plataformas pueden multiplicar el engagement y es una gran forma de comunicar y captar nuevos usuarios.

- **Mobile marketing**

El crecimiento del uso de los móviles en el sector turístico es imparable. Los usuarios cada vez deciden más el destino de sus vacaciones mediante el móvil.

- **Redes sociales**

Las redes sociales lo son todo. Son un punto estratégico esencial entre los usuarios y las empresas turísticas. Más del 90% de los clientes potenciales están en las redes sociales y no estar puede suponer perder una oportunidad grandísima. Además, ya no basta estar solo por estar, sino que la empresa debe saber sacar partido a todas las herramientas de comunicación de la mejor manera, sino causará una imagen negativa hacia los usuarios. Es muy importante elegir las RRSS que mejor se adecuen a las necesidades de cada negocio.

- **Colaboración con influencers**

Existen también los influencers o bloggers temáticos, que pueden actuar como fantásticos prescriptores. Analizar el mercado y contactar con un influencer o blogger que sea el indicado puede ser la tarea más difícil. Sin embargo, una vez que has dado con él, tan solo faltaría pactar un acuerdo y listo. Por ejemplo, invitar a un influencer a visitar una ciudad, preparar un vídeo con él, y contextualizar su

comunicación puede ser muy efectivo, ya que todos sus suscriptores podrán ver la ciudad, su experiencia, y conocer la opinión del influencer sobre ella. Una recomendación del influencer puede ser vital para la decisión de compra.

- **Campañas de publicidad**

Crear campañas de publicidad puede ser muy útil para incitar a la decisión de compra de un viajero. Por ejemplo, un usuario ha visitado tu web pero no ha llegado a comprar, ahora gracias a la publicidad en RRSS (Facebook Ads o Instagram Ads) puedes hacerle remarketing mediante un vídeo promocional de ese destino para tratar de convencerle y que cierre la venta que había barajado.

- **Realidad virtual**

Muchos negocios turísticos ya han comenzado a utilizar la realidad virtual, una de las herramientas más potentes para vivir experiencias casi reales. Gracias a esto, consiguen ofrecer un mejor servicio al cliente. De esta manera, el turista puede experimentar los lugares que quiere visitar antes de embarcarse en el viaje real.

- **Reseñas y opiniones**

Una mala opinión o una reseña negativa se puede convertir en una gran mancha en todo el esfuerzo que se está volcando para el crecimiento de la web turística. Para muchos usuarios las opiniones de un hotel, restaurante o servicio turístico supone decantarse por una opción u otra.

Por lo tanto, la reputación online no es una opción, sino una obligación para impulsar con éxito tus campañas turísticas. Existen muchos foros de opinión, redes sociales, blogs, que no se tienen que perder de vista para alcanzar una buena reputación digital. (Galiana, ¿Qué es el marketing turístico?, 2023)

5.5. La publicidad

La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Definición de publicidad, según expertos en la materia:

O'Guinn, Allen y Semenik, autores del libro "Publicidad", definen a la publicidad de la siguiente manera: "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir". (O'Guinn Tomas Et Al)

Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado". (Armstrong Et Al)

Para Stanton, Walker y Etzel, autores del libro "Fundamentos de Marketing", la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet". (Stanton William)

Según la American Marketing Association, la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas,

organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas". (Power, s.f.)

5.5.1. Objetivos de la publicidad

De manera general, la publicidad tiene tres objetivos principales a partir de los cuales se crean todas las estrategias:

- **Informar**

Consiste en presentar un producto u oferta en el mercado. Para este objetivo lo importante es dar la información relevante (con base en el conocimiento y necesidades de tu audiencia), procurando que explique cómo tu producto o servicio ayuda a resolver los problemas o satisfacer los deseos de los usuarios.

- **Persuadir**

Mediante argumentos y demostraciones, la publicidad debe hacerle saber al público por qué lo que tú ofreces es la mejor opción de entre la competencia. Esto suele hacerse una vez que las personas ya saben que existe tu producto y comprenden para qué sirve; ahora es momento de mostrar las ventajas competitivas y la oferta de valor que te distingue de los demás.

- **Recordar**

La publicidad también es útil para que la audiencia tenga presente tu marca o producto cada vez que requiera resolver sus necesidades. No siempre es necesario hablar de precios o promociones en la publicidad; a veces la estrategia consiste en dirigirte a tu público y acercarte a él con un mensaje relevante, para que le sea más sencillo pensar en tu marca. (Santos, 2023)

5.5.2. Tipos de publicidad

- **Publicidad generada por usuarios**

Este tipo de publicidad es una de las fórmulas más antiguas de marketing y es una de las formas más honestas para hacerse de un nombre en el mercado, ya que no se basa en promesas, sino en acciones que satisfacen a los clientes. Reseñas online, recomendaciones de boca en boca, publicaciones redes sociales o comentarios en Google Maps sobre el negocio son ejemplos de publicidad generada por usuarios. No por nada, el 88 % de los clientes consultan las recomendaciones publicadas en línea.

- **Publicidad urbana**

Este recurso es ideal para hacer llegar un mensaje a un amplio volumen de consumidores, pero dentro de un territorio concreto. A fin de cuentas, la gente viaja en transporte público o en automóvil todos los días y sería un error desaprovechar la visibilidad urbana para vender productos. (Santos, 2023)

- **Publicidad impresa**

Se trata de la publicidad que se realiza con medios impresos como por ejemplo los periódicos, las revistas y los folletos. Este medio se ha visto afectado por la llegada de la publicidad online y no llega a tanta gente como antes. Sin embargo, tiene un índice de fidelidad bastante alto, ya que la gente que está acostumbrada a comprar un periódico seguirá haciéndolo.

- **Publicidad exterior**

Se trata de una forma tradicional de publicidad y, como su nombre indica, es una publicidad que se encuentra en lugares públicos. Por ejemplo, los más comunes son los carteles, las pancartas, las vallas publicitarias, las marquesinas, los letreros luminosos, etc. Puede utilizarse por sí sola, pero la mayoría de las veces se utiliza junto con otros tipos de publicidad y es importante que destaque visualmente para llamar la atención de los clientes potenciales. (Marketing, 2019)

5.6. Logotipo

El logotipo es un símbolo que se utiliza para representar a una institución, marca, persona o sociedad. Se caracteriza por estar compuesto de imágenes, símbolos y/o letras.

Alrededor del año 1800 empezaron a surgir los primeros logotipos. Se trataban de símbolos y colores muy rudimentarios, pero que pretendían servir de identificador entre los propietarios y captar mayor atención por parte de los incipientes compradores. Posteriormente, los logotipos han ido adaptándose a las diferentes épocas, convirtiéndose en una referencia de identificación por parte de las empresas a las que representan. (Peiró, 2020)

5.6.1. Funciones del logotipo

El logotipo tiene como objetivo ser la representación gráfica de una compañía. Se utiliza para dar a conocer e identificar a la empresa o institución por un amplio periodo de tiempo, de tal forma que los receptores asocien a esa empresa los productos o servicios ofrecidos por ella. Si consiguen esto les será más fácil que se quede en la mente del público para facilitar sus ventas.

Las empresas comunican y distinguen sus productos o servicios a través de los logotipos; otorgándole beneficios tanto a los responsables como a los consumidores. A los primeros les está dando un valor agregado a sus productos y servicios, mientras que a los segundos les indica calidad o valor. (Peiró, 2020)

5.6.2. Características de un logotipo

- **Sencillo**

Un logotipo debe ser fácil de recordar. Es recomendable evitar degradados y utilizar una tipología fácilmente reconocible y un máximo de dos o tres colores.

- **Adaptable**

Con la llegada de las nuevas tecnologías es importante que un logotipo se adapte a cualquier soporte. Debe adaptarse a cualquier tamaño para después pasarlo al soporte que se precise.

- **Legible**

Una de las características a tener en cuenta es que pueda leerse sin problemas. La legibilidad es un aspecto fundamental. Cuando se sustituyen letras o se incorporan degradados hay que hacerlo de manera coherente con el logotipo que se ha creado para la marca.

- **Atemporal**

Esta característica es de suma importancia porque las modas cambian de forma continua. Por lo tanto, tener un logotipo que permanezca en el tiempo y en el recuerdo del público es muy relevante.

- **Original**

El logotipo debe ser único y original como la empresa a la que representa. Hay que investigar los logotipos del mercado al que pertenece la firma para marcar diferencia. (Peiró, 2020)

5.6.3. Tipos de logos que existen

Actualmente podríamos catalogar a los logos en cuatro tipos diferentes: logotipo, isotipo, imagotipo, e isologo. Explicamos cada tipo y sus diferencias.

- **Logotipos**

Un logotipo es meramente una palabra escrita de una forma que favorezca su pregnancia, que sea memorable. Podríamos categorizarlo como una marca

denominativa. Un logotipo usa tipografías o composiciones de palabras para definirse.

- **Isotipos**

Un isotipo es un símbolo o representación gráfica que busca resaltar algún significado, valor o concepto de la marca. Nos referimos a la parte más icónica de la representación gráfica de una marca. Este tipo de logos requieren de tiempo y consistencia de uso para lograr posicionarse en la cabeza de los clientes. Tras esta inversión, un logo isotipo puede posicionar a la marca en la cabeza con un solo vistazo. Este tipo de logo funciona de forma independiente al texto o nombre de la empresa.

- **Imagotipos**

Un imagotipo es el resultado de la unión del logotipo y el isotipo. Ambos deben estar en perfecto equilibrio y armonía. Hablamos la representación gráfica de varias palabras junto a un símbolo. La parte tipográfica está claramente separada de la parte más icónica y ambas conviven en armonía.

- **Isologos**

Un isologo es el resultado de la unión del logotipo y el isotipo, pero en este caso las dos partes que lo componen son indivisibles. No lograrían funcionar por separado. La representación gráfica del texto se encuentra tan integrada que actúa como símbolo también.

5.6.4. Ventajas de tener un logotipo

Entre las ventajas de tener un logotipo destacan:

- Es una parte prioritaria en la identidad corporativa de la empresa.
- Establece las diferencias entre empresas del mismo sector.

- Permite a los clientes y usuarios familiarizarse con él para retenerlo en su mente.
- Puede convertirse en una garantía de calidad con el tiempo. Si crece la empresa y es reconocida, el logo se posicionará en el mercado sobre sus competidores. (Peiró, 2020)

CAPÍTULO

VI

6. DESARROLLO PLAN DE ACCIÓN

6.1. Objetivos

6.1.1. General

Creación de la marca y publicidad digital con la finalidad de promocionar el Parque Ecológico Municipal, Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos, con el fin de propiciar la afluencia de visitantes y su atractivo ecoturístico.

6.1.2. Específicos

- Diseñar el logotipo del Parque Ecológico Municipal.
- Creación de publicidad visual para proyectar las áreas que ofrece el lugar turístico.
- Creación de diseños de las casetas de información ubicadas dentro del Parque Ecológico Municipal.

6.2. ¿Qué se logrará con la publicidad?

La publicidad dará a conocer el Parque Ecológico Municipal y mostrará las áreas disponibles al público. Se pretende poder recibir afluencia frecuente de personas resultado de la información que se transmitirá por medio de la publicidad visual.

6.3. Justificación de la propuesta

La publicidad es una estrategia específica del marketing el cual tiene los objetivos de divulgar para estimular el consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer su presencia en el mercado. La implementación de publicidad del Parque Ecológico Municipal promocionará el lugar recreativo, en el cual se mostrarán.

La publicidad se hará mediante la creación del diseño del logotipo del parque el cual será una parte vital de la imagen corporativa, este será la identidad por la cual las personas identificarán el lugar turístico, el logotipo será una imagen referente ya que será la carta de presentación definitiva que se podrá mostrar mediante los medios visuales. Otro tipo de publicidad será mediante la creación de un diseño publicitario visual, el cual será fundamental debido a que el contenido a utilizar será atractivo, este ayudará a comunicar a través de elementos visuales un mensaje que promocióne el parque. Finalmente, otro tipo de publicidad se hará a través de la creación de los diseños a colocar en las casetas de información que se encuentran ubicadas y distribuidas específicamente dentro del parque, éstas tendrán el objetivo de ser un medio de comunicación a los visitantes, por medio de ellas se transmitirán diversos textos que informen acerca del lugar y el uso adecuado.

La publicidad anteriormente mencionada logrará que el Parque Ecológico Municipal se proyecte de manera atractiva y positiva a las personas que vean la publicidad o visiten el lugar turístico.

6.4. Plan de acción propuesto

- Creación del diseño del logotipo del Parque Ecológico Municipal.
- Creación del diseño publicitario que se utilizará para la rotulación exterior.

- Creación del diseño de las siete casetas de información que se encuentran ubicadas específicamente dentro del Parque Ecológico Municipal.

6.5. Producto

Actualmente el Parque Ecológico Municipal cuenta con diferentes áreas las cuales pueden ser utilizadas para la realización de actividades permitidas según las reglas del lugar, éstas son las que se encuentran a disposición del público:

- Área verde para recreación
- Juegos infantiles
- Churrasqueras y áreas para alimentos
- Sendero para caminamiento
- Área de fogatas y camping
- Parqueo
- Guardianía
- Bosque natural

6.6. Estrategias

- **Posicionamiento**

El alcance de esta estrategia proporcionará tener un mayor impacto en la mente de los visitantes a través de la imagen de recreación y sano esparcimiento que ofrece el Parque Ecológico Municipal, como consecuencia es probable el aumento gradual de la afluencia de turistas. Esta estrategia se realizará a través de la publicidad visual la cual será por medio de rotulación exterior, ésta se colocará en la entrada principal de Aldea Pojopón, que actualmente se encuentra sobre la carretera CA1 Occidente.

- **Precio**

Las tarifas de cobro para el ingreso al Parque Ecológico Municipal son precios muy accesibles, estos toman en cuenta los diferentes aspectos de un visitante. Los precios consideran los establecimientos educativos, turistas, iglesias, entidades de gobierno, entre otros.

- **Promoción**

Actualmente el Parque Ecológico Municipal cuenta con una página de Facebook administrada por el Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo quienes están dispuestos a mantenerla activa, mediante la publicación frecuente de contenido relacionado al lugar turístico y aprovechar la divulgación positiva que se puede lograr en esta red social. Los diseños publicitarios del parque pueden ser compartidos por la página de Facebook para que estos puedan ser visualizados.

Se colocarán las mantas vinílicas en las casetas de información que se encuentran distribuidas dentro del parque las cuales tienen contenido necesario y que será un medio de comunicación para el visitante: aprovechando así la divulgación de información que se puede transmitir a las personas que llegan al lugar.

6.7. Lugar

El desarrollo de la propuesta se realizará en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos, lugar donde se encuentra ubicado el Parque Ecológico Municipal.

6.8. Fecha de ejecución

La ejecución de la propuesta se realizará en los meses de marzo, abril y mayo del presente año.

6.9. Responsables

La persona responsable del plan de acción es la estudiante Blanca Flor López Velásquez con el consentimiento del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo quienes están a cargo de la administración actual del Parque Ecológico Municipal.

6.10. Título de la propuesta

Publicidad del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

6.11. Acción

Después de trabajar en la obtención de información necesaria para la creación del logotipo y de los diseños publicitarios se procedieron a las siguientes actividades para dar marcha al proyecto de acción.

- Toma de fotografías de las diferentes áreas del Parque Ecológico Municipal.
- Redacción de la información de cada una de las casetas de información.
- Trabajo de creación del diseño del logotipo.
- Trabajo de creación del diseño de la publicidad visual.
- Trabajo de creación de las siete casetas de información.
- Envío digital del logotipo.
- Entrega de la manta vinílica para la rotulación exterior.
- Envío digital de los diseños de las siete casetas de información.

6.11.1. Creación del diseño del imagotipo

Cambio del logotipo actual del Parque Ecológico Municipal de Esquipulas Palo Gordo.

Se trabajó el diseño del logotipo el cual refleja lo que se puede apreciar en el lugar, este conlleva la parte verde que hace representación a la naturaleza, las cabañas, los juegos que son un área de diversión, el ave pava de cacho que vive en la parte boscosa del parque. Los colores utilizados están relacionados con la naturaleza y los tonos son llamativos visualmente.

Imagen 6. Diseño del imagotipo del Parque Ecológico Municipal



Fuente: elaboración propia.

6.11.2. Diseño y colocación de publicación visual

Se colocará publicidad visual en la entrada de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos, el cual se encuentra sobre la carretera se hará por medio de una manta vinílica que contenga información relevante acerca del Parque Ecológico Municipal. Se tomó en cuenta el lugar ya que es muy importante que pueda ser visualizado por muchas personas y puedan observar el diseño e informarse.

Se realizó un diseño que sea visualmente llamativo utilizando colores relacionados con la naturaleza, este conlleva información respecto a:

- Incluye el diseño del logotipo del Parque Ecológico Municipal.
- Lleva la frase ¡Ven y disfruta en nuestro parque! Haciendo referencia a la invitación que se les hace al público a visitar y conocer el lugar recreativo.
- Se incluyen fotografías reales del lugar donde se muestran las áreas existentes y disponibles para el uso de los visitantes.
- Lleva el horario, a través de este el público puede saber que el parque está abierto todos los días del año en su horario correspondiente.
- Se muestra un número telefónico al cual pueden pedir información inmediata respecto a las dudas que comúnmente surge en la mente de las personas.
- Lleva la dirección para que las personas puedan ubicarse de manera fácil

Imagen 7. Diseño de publicidad visual del Parque Ecológico Municipal

PARQUE ECOLÓGICO MUNICIPAL
Esquipulas Palo Gordo, S.M.

VEN Y DISFRUTA EN NUESTRO Parque

TENEMOS PAQUETES ESPECIALES PARA TI
ABIERTO TODOS LOS DIAS
9:00 A 18:00 HRS

Más información al teléfono: **5697 5073**
Ubícanos en Aldea Pojopón, Esquipulas Palo Gordo, San Marcos.

Fuente: elaboración propia.

Para la creación de la publicidad se realizó una sesión de fotos en el Parque Ecológico Municipal, se logró la captación de cada una de las áreas buscando los mejores ángulos. Las fotos utilizadas en el diseño fueron seleccionadas con el fin de mostrar un contenido atractivo visualmente en el cual se muestran ciertas áreas con las que cuenta el parque. Las fotografías utilizadas en la creación del diseño publicitario fueron las siguientes:

Fotografía 1. Cabañas



Fuente: fotografía tomada por Elisafán López.

Fotografía 2. Senderos en el bosque



Fuente: fotografía tomada por Elisafán López.

Fotografía 3. Área verde



Fuente: fotografía tomada por Elisafán López.

Fotografía 4. Cabañas ubicadas en el área verde



Fuente: fotografía tomada por Elisafán López.

Fotografía 5. Área de juegos infantiles



Fuente fotografía tomada por Elisafán López.

Fotografía 6. Churrasqueras



Fuente: fotografía tomada por Elisafán López.

6.11.3. Diseño y colocación de publicidad en las casetas de información existentes en el Parque Ecológico Municipal

Se trabajó la creación de los diseños de las siete casetas de información que están actualmente distribuidas en el parque. Estas casetas funcionan como un medio de comunicación con los visitantes del parque. Los diseños contienen información respecto a:

- El diseño de la caseta de información número uno brinda información detallada acerca de la tarifa de precios que se cobran para poder ingresar al Parque Ecológico Municipal y hacer uso de este,
- El diseño de la caseta de información número dos contiene las reglas que se deben seguir al momento de ingresar al Parque Ecológico Municipal las cuales orientan a las personas sobre el uso adecuado del lugar.

- El diseño de la caseta de información número tres muestra las áreas con las que cuenta el Parque Ecológico Municipal, las cuales están a disposición para el uso de los visitantes.
- El diseño de la caseta de información número cuatro contiene información respectiva al Parque Regional Municipal, este incluye contenido con el fin de que los visitantes puedan leer, conocer e informarse.
- El diseño de la caseta de información número cinco muestra el mapa en el cual se ubica el municipio de Esquipulas Palo Gordo, la extensión del área protegida que es el Parque Regional Municipal y dentro de este el Parque Ecológico Municipal.
- El diseño de la caseta de información número seis contiene información específica de las especies de fauna nativas que viven en el área protegida.
- El diseño de la caseta de información número siete contiene información respectiva de las especies de flora nativas que crecen en el área protegida.

Imagen 8. Diseño de la caseta de información número uno



TARIFAS DE COBRO

PARA EL INGRESO AL PARQUE ECOLÓGICO MUNICIPAL

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS	DEL MUNICIPIO		
	Públicos	Privados	
	Q. 100.00 por actividad	Q. 150.00 por actividad	
	Q. 1.00 por alumno	Q. 1.50 por alumno	
TURISTA PARTICULAR	Locales	Nacionales	
	Q. 5.00 por persona	Q. 10.00 por persona	
	Q. 3.00 por niño	Q. 5.00 por niño	
TURISTA EXTRANJERO	Q. 30.00 por persona		
	Q. 5.00 por niño		
IGLESIAS	Del Municipio	Fuera del Municipio	
	Q. 100.00 por actividad	Q. 200.00 por actividad	
	Q. 5.00 por persona	Q. 10.00 por persona	
INSTITUCIONES DE GOBIERNO	Del Municipio	Fuera del Municipio	
	Q. 100.00 por actividad	Q. 200.00 por actividad	
OTROS COBROS	Energía eléctrica	Fogata (por estadía)	Vendedores ambulantes
	Q. 30.00 por actividad	Q. 30.00 por estadía	Q. 5.00 por día

Más información al teléfono: **5697 5073**

Fuente: elaboración propia.

Imagen 9. Diseño de la caseta de información número dos



**PARA CONSERVAR NUESTROS RECURSOS NATURALES
ATENDAMOS Y RESPETEMOS LAS SIGUIENTES NORMAS:**

¡BIENVENIDOS!

Estimados (as) visitantes, este parque ha sido diseñado para su recreación y tranquilidad, es responsabilidad de todos (as) cuidarlo y así conservar su belleza, para lograrlo sigamos los siguientes consejos:

1. Respete las instrucciones del personal autorizado.
2. Cada visitante es responsable de la basura que genera, (no tirarla en ningún lugar del bosque).
3. Se prohíbe la cacería y el ingreso de armas, así como la extracción o daño a las plantas, (el bosque es hogar de muchos animales).
4. Las fogatas se pueden hacer en áreas señalizadas y debe velarse para que estas queden totalmente apagadas.
5. Utilizar el sendero establecido para evitar accidentes y hacerle daño a la naturaleza.
6. Los juegos infantiles son exclusivamente para ser utilizados por niños, evite deteriorarlos.
7. No ingrese drogas, alcohol o cigarrillos.
8. Evite los sonidos fuertes que irrumpen la tranquilidad del bosque.
9. No permanecer en el bosque después del horario de atención, al menos que cuente con permiso.
10. Cualquier daño que ocasione será pagado antes de retirarse del parque.
11. El recorrido usted lo hace bajo su cuenta y riesgo.

Más información al teléfono: **5697 5073**

Fuente: elaboración propia.

Imagen 10. Diseño de la caseta de información número tres



CUENTA CON:

- Área verde para recreación
 - Juegos infantiles
- Churrasqueras y áreas para alimentos
- Sendero para caminamiento
- Área de fogatas y camping
 - Parqueo
 - Guardián
- Bosque natural

Más información al teléfono: **5697 5073**

Fuente: elaboración propia.

Imagen 11. Diseño de la caseta de información número cuatro



PARQUE REGIONAL MUNICIPAL

Lo que antes era el Astillero Municipal actualmente se encuentra declarado ante el Concejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP como **Área Protegida** en la Categoría de Parque Regional Municipal con un área de 1,800 hectáreas. La diversidad biológica, es parte integral del patrimonio natural de los guatemaltecos y, por lo tanto, se declara de interés nacional su conservación por medio de áreas protegidas debidamente declaradas y administradas.

OBJETIVO DE LA CONSERVACIÓN

Prevenir el continuo deterioro de los recursos naturales del Municipio, con acciones de fines turísticos, recuperación de fuentes de agua, ordenamiento, mejorar la productividad y el paisaje del área.

1. Fomentar y apoyar el desarrollo de proyectos de investigación científica y de estudios sobre la diversidad biológica del bosque.
2. Apoyar y permitir el desarrollo del turismo de bajo impacto para beneficio de las poblaciones locales.
3. Proteger las fuentes de agua y cuencas hidrográficas, por su importancia socioeconómica para el municipio y comunidades de las áreas circundantes del área protegida.
4. Preservar el atractivo natural para la recreación pública al aire libre.

ZONA DE VIDA

La única zona de vida a la que pertenece el Municipio de Esquipulas Palo Gordo es: **Bosque muy Húmedo Montano Bajo Subtropical**



Más información al teléfono: **5697 5073**

Fuente: elaboración propia.

Imagen 12. Diseño de la caseta de información número cinco



Fuente: elaboración propia.

Imagen 13. Diseño de la caseta de información número seis



ESPECIES DE FAUNA NATIVAS

Actualmente se encuentran varias especies sobresalientes de aves, mamíferos, reptiles y anfibios; y una gran variedad de insectos, lo cual hace que este bosque sea valioso desde un punto de vista biológico; siendo las especies de aves de más relevancia el pavo de cacho (*Oreophasis derbianus*), chipe rosado (*Ergaticus versicolor*), el Quetzal (*Pharomachrus mocinno*), especies que se encuentran en peligro de extinción; se cuenta también con mamíferos tales como el Pizote (*Nasua narica*), el gato de monte (*Felis silvestris*), topos, entre otros. También encontramos diferentes variedades de serpientes, lagartijas y anfibios como ranas, sapos y salamandras.



Más información al teléfono: **5697 5073**

Fuente: elaboración propia.

Imagen 14. Diseño de la caseta de información número siete

ESPECIES DE FLORA NATIVAS

Dentro de las Asociaciones Vegetales presentes en el Parque Regional Municipal destacan las especies forestales mixtas de coníferas y especies de sotobosque, especies forestales latifoliadas con especies arbustivas y herbáceas, especies forestales latifoliadas con bambú y otras herbáceas. De ellas destacan especies forestales como el chicharro (*Quercus squinneri*), agucatillo, tepeaguacate, zapullilio, jaboncillo; especies arbustivas medicinales como la zarzaparrilla, casco de mula; así como especies artesanales como el mimbre, también tillansias y una gran variedad de flores.

Más información al teléfono: **5697 5073**

Fuente: elaboración propia.

6.11.4. Presupuesto

La inversión para la creación de diseños e impresión de manta vinílica para la rotulación fue realizada por la estudiante Blanca Flor López Velásquez.

Cuadro 6. Presupuesto de publicidad para el Parque Ecológico Municipal

No.	Descripción	Total
1.	Creación del diseño del logotipo	Q100.00
2.	Creación del diseño de publicidad visual	Q100.00
3.	Creación de diseños para las siete casetas de información	Q400.00
4.	Manta vinílica de la publicidad	Q120.00
5.	Sesión de fotos	Q100.00
	Total	Q820.00

Fuente: elaboración propia.

6.12. Evaluación o reflexión

La publicidad es una herramienta de marketing que fue utilizada con el objetivo de lograr afluencia frecuente de personas en el Parque Ecológico Municipal a través de la divulgación de información positiva. Esta estrategia publicitaria busca atraer y dar a conocer el lugar a las personas por medio de los canales publicitarios utilizados.

Las acciones desarrolladas en el Parque Ecológico Municipal serán de beneficio debido a que con el uso del logotipo las personas podrán identificar fácilmente el lugar, la colocación de publicidad visual en un lugar con afluencia de personas permitirá que de ellas se enteren del lugar y pueda generar un estímulo por conocerlo, y la colocación de los diseños publicitarios en las casetas de información funcionará como un medio de interacción con el visitante para que este pueda ubicarse de manera práctica y notificarle de los usos adecuados del lugar.

Las ventajas de los diseños publicitarios es que pueden ser utilizados para compartirlos por diferentes medios, estos pueden ser a través de rotulación de manta vinílica en lugares estratégicos, compartidos a través de la página oficial de Facebook, la utilización de trifoliales u otros medios que se deseen aprovechar.

Se puede evaluar los resultados de esta acción en el número de personas que visualizan la publicidad exterior esperando que con la divulgación positiva de la existencia del Parque Ecológico Municipal estimulará a que las personas puedan conocerlo y gradualmente notar la afluencia de visitantes al parque.

El monitoreo es importante en este aspecto, ya que se le debe dar seguimiento continuo a las estrategias utilizadas dado que la promoción es para cierto período de tiempo y es necesario ir cambiando según los objetivos que se desean alcanzar.

Se realizó la entrega de la manta vinílica para su colocación como una rotulación exterior la cual muestra contenido importante para que las personas que lo vean puedan informarse y visitar el Parque Ecológico Municipal. Se hizo el envío del nuevo logotipo para que este pueda ser utilizado en todo lo relacionado al parque. Se hizo el envío de los 7 diseños para las casetas de información que se encuentran dentro del parque y estas sean un medio de comunicación para las personas que ingresen al lugar puedan informarse acerca del uso y servicios que el lugar tiene disponible.

Con la utilización de estos diseños se espera divulgar información importante y positiva del Parque Ecológico Municipal y que las personas puedan enterarse de la existencia del lugar y genere un estímulo por visitarlo.

CONCLUSIONES

Hoy en día los Parques Ecológicos tienen como objetivo servir de protección para los ecosistemas que acogen y el de crear conciencia en la población sobre la importancia de preservar el medio ambiente, haciendo que la población se familiarice con la naturaleza que allí se desarrolla. El Parque Ecológico Municipal posee una belleza escénica que puede ser aprovechada para visitación, además de poseer distintas especies de flora y fauna de interés ecológico, esto puede ser un atractivo para el turismo sostenible.

El presente estudio tuvo como finalidad poder analizar la información obtenida para construir un nuevo conocimiento y desarrollar acciones en beneficio de la comunidad de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo departamento de San Marcos lugar donde actualmente se encuentra ubicado el Parque Ecológico Municipal.

En la investigación realizada se verificó que la falta de promoción turística existente que ha afectado el progreso del parque a lo cual un plan de marketing contribuye a la afluencia frecuente de visitantes. En el tema de visitación turística, existe una oportunidad de crecimiento para los ingresos municipales que se puede obtener a través de la publicidad por diferentes medios publicitarios y que hoy en día facilitan la divulgación de información.

Se dio a conocer el Parque Ecológico Municipal mediante la colocación de publicidad exterior con la finalidad de transmitir información importante que pueda ser visualizada por las personas y estimular un interés por visitar el lugar. Se utilizaron algunas estrategias de marketing con la finalidad de poder fortalecer la presencia del Parque Ecológico Municipal.

Se utilizaron las casetas de información para postear información relevante como un medio que se tenía disponible para promocionar las áreas que se tienen

para la realización de diferentes actividades y aprovechar la asistencia de las personas que llegan al parque para que puedan informarse.

La investigación realizada se considera como una valiosa herramienta didáctica que fortalece el proceso de aprendizaje, debido a que es una estrategia que genera el desarrollo y habilidad en los estudiantes.

RECOMENDACIONES

Se debe de realizar un plan de marketing para cada cierto tiempo con el fin de desarrollar estrategias que permita el logro de objetivos según las necesidades y prioridades que tenga el lugar turístico con el paso del tiempo.

Promover la actividad turística del lugar utilizando las diferentes herramientas publicitarias que hoy en día están disponibles para transmitir contenido relacionado al parque.

Utilizar la página actual de Facebook del Parque Ecológico Municipal como un medio de comunicación, para la transmisión de publicidad del parque e interacción con las personas.

Bibliografía

- Ancín, J. M. (2008). Marketing y planificación. En J. M. Ancín, *El plan de marketing en la práctica* (págs. 53, 54). Madrid: Esic Editorial.
- Ancín, J. M. (2008). Marketing y planificación. En J. M. Ancín, *El plan de marketing en la práctica* (págs. 30, 31, 38, 39, 40, 41). Madrid: Esic Editorial.
- Armstrong Et Al, P. K. (s.f.). Fundamentos de Marketing, Sexta Edición. Prentice Hall.
- Etecé, E. E. (5 de Mayo de 2022). *Concepto*. Obtenido de ¿Qué son las técnicas de investigación?: ¿Qué son las técnicas de investigación?
- Mancomunidad de municipios de la parta alta de la cuencia del Río El Naranjo - MANCUERNA- y Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo. (2007). *Diagnóstico Integral Comunitario Participativo de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos*. San Marcos.
- Marketing, M. (18 de Enero de 2019). *Master Marketing*. Obtenido de Tipos de publicidad: mastermarketing
- O'Guinn Tomas Et Al, A. C. (s.f.). Publicidad. International Thomson Editores.
- Power, M. (s.f.). *American Marketing Asociation*. Obtenido de [4]: Del sitio web: MarketingPower.com, de la American Marketing Asociation, URL= <http://www.marketingpower.com>.
- Stanton William, E. M. (s.f.). Fundamentos de Marketing, 13a Edición. Mc Graw Hill.

E-GRAFÍA

<https://www.iebschool.com/blog/marketing-digital-marketing-digital-2-marketing-digital/>

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-turistico-estrategias-marketing-digital/#:~:text=El%20marketing%20tur%C3%ADstico%20es%20la,el%20mejor%20servicio%20al%20turista.>

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf

<https://www.microscopio.pro/descubre-que-es-un-parque-ecologico-y-por-que-es-importante-para-el-medio-ambiente/>

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

<https://economipedia.com/definiciones/logotipo.html>

<http://www.marketingpower.com.>

<https://www.ecologiaverde.com/que-es-un-parque-ecologico-1212.html>

<https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad>

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-turistico-estrategias-marketing-digital/#:~:text=El%20marketing%20tur%C3%ADstico%20es%20la,el%20mejor%20servicio%20al%20turista.>

<https://imborrable.com/blog/logos-uso-y-tipos/>

ANEXOS

Anexo 1. Glosario de términos

- **Acción:** Es aquella ejecución de la actuación, parte de una actividad, que se lleva a cabo con un carácter consciente, determinada por la representación anticipada del resultado a alcanzar (objetivo parcial) y la puesta en juego del conjunto de operaciones requerido para accionar.
- **Actividad:** Modo de existencia, cambio, transformación y desarrollo de la realidad social. Deviene relación sujeto-objeto y está determinada por leyes objetivas. En la actividad tiene lugar la transición del objeto a su forma subjetiva, a la imagen. Constituye un sistema comprendido en el sistema de relaciones de la sociedad, fuera de este la actividad humana no existe en general. Los componentes funcionales de toda actividad son: orientación, control y ejecución.
- **Análisis:** Descomposición de elementos que conforman la totalidad de datos, para clasificar y reclasificar el material recogido desde diferentes puntos de vista hacia optar por el más preciso y representativo.
- **Bibliografía:** Conjunto de títulos de obras referente al tema de Investigación.
Bivariado: Dos variables expuestas por algún tipo de relación mutua.
- **Causa:** Una variable se considera causa de otra si: es asociación no nula, tiene prioridad cronológica, no es espúrea y exposición racional.
- **Concepto:** Símbolo que representa las semejanzas de fenómenos por demás diversos.
- **Conclusiones:** Representan la síntesis de los resultados obtenidos a lo largo del proceso de investigación.

- **Control:** Eliminación de los efectos extraños que intervienen entre el pretest-postest, por medio de un grupo control.
- **Cuadro o tabla:** Ordenamiento de datos numéricos en renglones y columnas que especifican la naturaleza de ciertos datos.
- **Cuestionario:** Es un formato redactado a manera de interrogatorio, en donde se obtiene información acerca de las variables a investigar.
- **Estudio de campo:** Son investigaciones que se realizan en el medio ambiente donde se desarrolla el problema que se va a investigar.
- **Hipótesis:** Es la respuesta tentativa a un problema; es una proposición que se pone a prueba para terminar su validez.
- **Índice:** Es la presentación ordenada de la estructura y contenido del trabajo, destacando los temas y subtemas.
- **Introducción:** Sirve para iniciar y motivar al lector en el estudio del informe. En la introducción se indica cuál es el tema, su enfoque e importancia.
- **Marco teórico:** Es la exposición y análisis de la teoría o grupo de teorías que sirven como fundamento para explicar los antecedentes e interpretar los resultados de la investigación.
- **Método:** Es un proceso lógico a través del cual se obtiene el conocimiento. Método analítico: Se distinguen los elementos de un fenómeno y se revisan ordenadamente cada uno de los elementos por separado.

- **Muestreo:** Es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinadas características en la totalidad de una población denominada muestra.
- **Observación de campo:** Se realiza en el lugar donde se da el fenómeno observado.
- **Procedimiento:** Secuencia cronológica de operaciones para realizar una actividad.
- **Proceso:** Conjuntos de etapas o pasos realizados para llevar a cabo una función.
- **Tabulación:** Consiste en determinar grupos, subgrupos, clases o categorías en los que puedan ser clasificadas las respuestas del cuestionario aplicado en la investigación, resumiendo los datos en tablas estadísticas.
- **Técnica:** Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se efectúa el método.
- **Teoría:** Es el conjunto de conceptos, categorías y leyes que reflejan objetivamente la realidad.
- **Variable dependiente:** Se refiere al fenómeno que se intenta explicar y que es objeto de estudio a lo largo de la investigación.
- **Variable independiente:** Son todos aquellos factores o elementos que explican un fenómeno o la conducta de éste.

Anexo 2. Boleta de encuesta

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS - EXTENSIÓN MALACATÁN
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Boleta de encuesta a la comunidad de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

1. ¿Sabe de la existencia del Parque Ecológico Municipal ubicado en Aldea Pojopón? Si _____ No _____
¿Lo ha visitado alguna vez? Si _____ No _____
2. ¿Cómo se enteró de la existencia del Parque Ecológico Municipal?
Familiares Amigos Internet Radio
Televisión Prensa Escrita Otros: _____
3. ¿Conoce el logotipo que identifica el Parque Ecológico Municipal?
Si _____ No _____
4. ¿Ha visto o escuchado algún anuncio publicitario del Parque Ecológico Municipal?
Si _____ No _____
5. ¿Sigue la página de Facebook del Parque Ecológico Municipal?
Si _____ No _____
6. ¿Ve las publicaciones que se hacen en la página de Facebook del Parque Ecológico Municipal? Si _____ No _____
7. ¿Para usted es importante la publicidad? Si _____ No _____
Por qué: _____

8. ¿Qué medios publicitarios considera deba utilizarse para dar a conocer el Parque Ecológico Municipal?
Rotulación Internet Radio Televisión
Prensa Escrita Otros: _____
9. ¿Qué atractivos le gustaría que se implementará dentro del Parque Ecológico Municipal? _____
10. ¿Con qué frecuencia visita lugares recreativos? _____

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Anexo 3. Cuestionario

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS - EXTENSIÓN MALACATÁN
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Cuestionario dirigido a representantes del Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo.

1. ¿Cuáles son los antecedentes del Parque Ecológico Municipal?

2. ¿Cambios que ha tenido el Parque Ecológico Municipal a través del tiempo?

3. ¿Existen proyectos en planificación para el mejoramiento del Parque Ecológico Municipal?

4. ¿Cuál es la situación actual del Parque Ecológico Municipal?

5. ¿Actividades que se realizan para darle mantenimiento al Parque Ecológico Municipal?

6. ¿Se invierte económicamente para realizar actividades publicitarias del Parque Ecológico Municipal?

7. ¿Cuáles son las necesidades existentes del Parque Ecológico Municipal?

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Anexo 4. Sesión fotográfica del Parque Ecológico Municipal

Fotografía 7. Cabañas



Ilustración panorámica en donde se observa una de las cabañas ubicadas en el área verde del Parque Ecológico Municipal, misma que cuenta con dos churrasqueras, dos mesas y bancos de madera; localizada en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 8. Churrasqueras



Imagen en la cual se observa dos de las churrasqueras para el cocimiento de alimentos las cuales se encuentran ubicadas dentro de las cabañas del Parque Ecológico Municipal en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 9. Área de mesas



Imagen en la que se puede ver la ubicación de mesas y sillas las cuales pueden ser utilizadas para el descanso o servicio de alimentos en el Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 10. Área de juegos infantiles



Ilustración panorámica del área de juegos infantiles el cual cuenta con columpios, resbaladeros, pasamanos y balancines; el cual está ubicado en el área verde del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 11. Senderos en el bosque



Imagen en la cual se puede apreciar uno de los senderos utilizados para caminatas el cual se encuentra dentro del área boscosa del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 12. Área verde



Imagen panorámica del área verde el cual es utilizado para la realización de diferentes actividades autorizadas según las reglas del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 13. Captadores de neblina

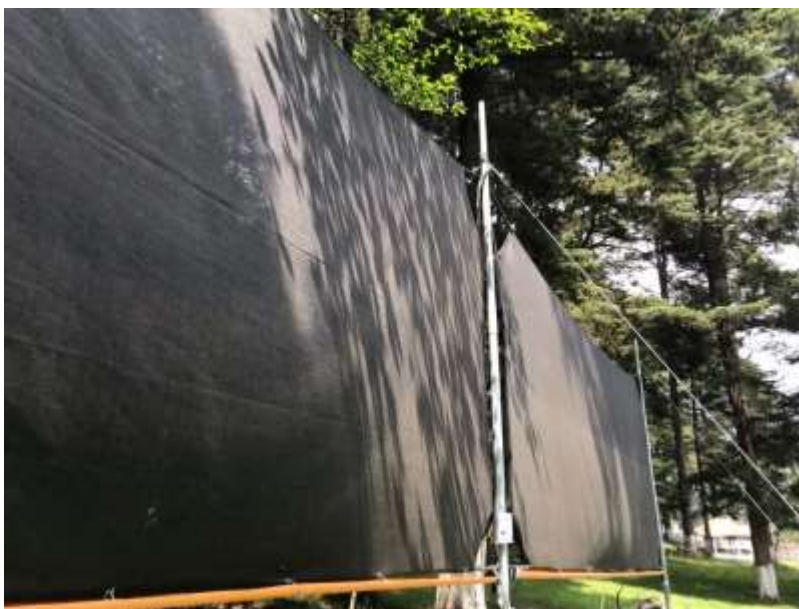


Imagen en la que se puede observar la instalación de un captador de neblina el cual funciona como generador agua, debido al clima nublado del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 14. Campo de fútbol de gramilla natural



Imagen en la cual se observa el área de campo de futbol de gramilla natural del Parque Ecológico Municipal el cual es utilizado para la realización de actividades deportivas, ubicado en Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 15. Área de parqueo



Imagen en que se puede observar el área de parqueo para los visitantes del Parque Ecológico Municipal de Aldea Pojopón, municipio de Esquipulas Palo Gordo, departamento de San Marcos.

Fotografía 16. Entrega de la manta vinílica para la publicidad exterior del Parque Ecológico Municipal



Imagen en la que se puede apreciar la entrega de la manta vinílica al Departamento de Áreas Protegidas y Medio Ambiente de la Municipalidad de Esquipulas Palo Gordo para para la publicidad exterior del Parque Ecológico Municipal.