

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades



**Programa de publicidad para la carrera de Ecoturismo de la
Universidad del Valle de Guatemala,
por medio de excursiones sustentables**

Trabajo de Graduación presentado por
Crista María Foncea Ferraté para optar al grado académico de
Licenciatura en Ecoturismo

Guatemala

2004

**Programa de publicidad para la carrera de Ecoturismo de la
Universidad del Valle de Guatemala,
por medio de excursiones sustentables**

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

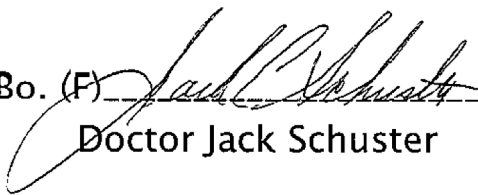
Facultad de Ciencias y Humanidades

**Programa de publicidad para la carrera de Ecoturismo de la
Universidad del Valle de Guatemala,
por medio de excursiones sustentables**

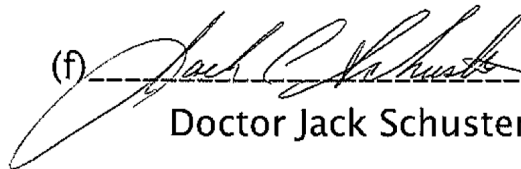
Trabajo de Graduación presentado por
Crista María Foncea Ferraté para optar al grado académico de
Licenciatura en Ecoturismo

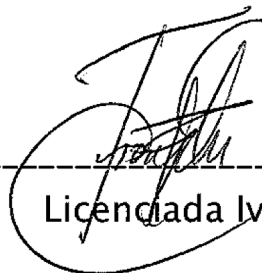
Guatemala

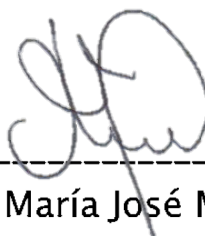
2004

Vo. Bo. (F) 
Doctor Jack Schuster

Tribunal:

(f) 
Doctor Jack Schuster

(f) 
Licenciada Ivone Flores

(f) 
Licenciada María José Mansilla

Fecha de aprobación: 05 de noviembre 2004

AGRADECIMIENTOS

- A Dios y la Virgen María por tantas bendiciones,
- A mis papás por haber hecho de mí lo que soy,
- A mis hermanos,
- A todos mis profesores, en especial al Doctor Jack Schuster, por compartir su gran conocimiento y hacer de mí una mejor guatemalteca,
- A mis asesores de este trabajo, por su tiempo y amistad,
- A mis amigos, que son una bendición,
- A Isabel, Ale y a todo el personal de la Secretaría General por su colaboración a lo largo de mi carrera,
- A los colegios Suizo, Austriaco, Viena y Valle Verde por abrirme sus puertas,
- Y a todas las personas que de alguna forma colaboraron con la realización de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Agradecimientos	vi
Lista de figuras y gráficas	viii
Abstract	ix
Resumen	x
Capítulos	
I. Introducción	
A. Antecedentes	1
B. Justificación	6
C. Objetivos	6
II. Procedimiento	7
III. Resultados y discusión	
A. Sondeo de mercado	11
B. Objetivos publicitarios	14
B.1. Mensaje principal	14
B.2. Duración del programa	14
B.3. Medio de promoción	15
B.4. Mercado meta	15
C. Presupuesto publicitario	15
D. Los tours como estrategia publicitaria	16
E. Pruebas piloto y evaluaciones	16
F. Plan de seguimiento	17
G. Presentaciones en colegios y evaluaciones	19
IV. Conclusiones y recomendaciones	23
V. Bibliografía	27
VI. Anexos	29

LISTA DE FIGURAS Y GRÁFICAS

Figura	Página
1. Descenso de estudiantes inscritos en Ecoturismo en los últimos cinco años	4
2. Factores tomados en cuenta por jóvenes para decidir qué estudiar en la universidad	11
3. Porcentaje de jóvenes que se han informado sobre universidades y carreras recientemente	12
4. Actividades que los jóvenes prefieren realizar cuando están de excursión	13
5. Características de viaje preferidas por los jóvenes encuestados	14
6. Porcentaje de alumnos del Colegio Suizo, sección B4, que considerarán estudiar la carrera después de la presentación sobre la licenciatura.	20
7. Porcentaje de alumnos del Instituto Austriaco Guatemalteco que considerarán estudiar la carrera de Ecoturismo en los años futuros	20
8. Porcentaje de estudiantes del colegio Valle Verde, a quienes les pareció interesante la carrera de Ecoturismo	21
9. Porcentaje de estudiantes que tomará en cuenta la licenciatura en Ecoturismo a la hora de ingresar a la universidad.	22

Abstract

The Universidad del Valle de Guatemala (UVG) currently offers an undergraduate degree program of Sustainable Tourism and Ecotourism. It focuses in promoting nature and culture oriented tourism development, and forming professionals capable of designing and managing projects. Unfortunately, statistics show that Guatemala does not possess either the infrastructure, or the basic services that tourists need. This could be taken as an indicator of the lack of professionals currently dedicated to this job, and consequently it proves that the objectives the Ecotourism career is trying to achieve are not being fulfilled. One reason might be that this career has not been properly advertised and that is why I suggest a specific strategy to cope with the dilemma. The strategy consists of the design of an advertising plan, which uses ecotourism trips to different destinies within Guatemala, with high-school students, as the main marketing tool to promote the career. During these excursions, which will be partially guided by students of Ecotourism, the participants will learn what Ecotourism is and what the *Licenciatura* consists of. All this will be done in order to motivate and encourage young students to select Ecotourism as their future profession. Two different tours, one to Huehuetenango and the other to the Verapaces, were design and tested. After this, I implemented this program with pilot tests in three different schools. All of the students of the first two, showed a clear interest in the Ecotourism program. This was not the case of the third institution, maybe because the presentation was different, or because the evaluation was done almost one week later. Nevertheless, I consider that if this plan is conducted carefully and with enthusiasm, it can be very helpful to the Ecotourism program.

Resumen

Una de las carreras que ofrece actualmente la Universidad del Valle de Guatemala (UVG) es la Licenciatura en Turismo Sustentable y Ecoturismo. La carrera se enfoca en promover el desarrollo turístico orientado a la naturaleza y a la cultura, y en formar profesionales capaces de diseñar y manejar proyectos que alcancen estos objetivos. Lamentablemente existen estadísticas que muestran que Guatemala no cuenta ni con la infraestructura, ni con los servicios suficientes que los turistas necesitan. Esto es un indicador de que tampoco existen suficientes profesionales dedicados a esta labor y por consiguiente, que los objetivos de la licenciatura no se están cumpliendo. Otra prueba de la falta de profesionales son las estadísticas de la UVG que, en los últimos años presentan un descenso considerable en el ingreso de alumnos a estudiar Ecoturismo. Una causa podría ser la falta de publicidad que la carrera ha recibido. Por eso propongo una estrategia para contrarrestar esta problemática, la cual consiste en el diseño de un plan publicitario exclusivamente para la carrera. El plan incluye la realización de excursiones sustentables con alumnos de bachillerato de colegios privados de la capital, conducidas parcialmente por estudiantes de la carrera. Esto se hará para dar a conocer la existencia de la carrera, y de proporcionar la información adecuada. Antes de poner en marcha este plan, realicé tres pruebas en distintos colegios para comprobar que éste funcionaba. En dos de los tres establecimientos los resultados fueron bastante satisfactorios, en donde el 100% de los bachilleres mostró un interés en la carrera. En el tercero no sucedió lo mismo, pudiendo ser una causa el tipo de presentación o que se dejó pasar mucho tiempo para realizar la evaluación. Sin embargo considero que este plan, si es llevado a cabo con entusiasmo y dedicación, será de gran beneficio para la carrera.

I. Introducción

Dado que el número de personas que anualmente ingresan a la Licenciatura en Turismo Sustentable y Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala (UVG) es cada vez menor, propongo en este trabajo un programa de publicidad exclusivamente para la carrera. Este consiste en realizar excursiones con alumnos que estén próximos a graduarse de colegios privados, en donde se les explique sobre Ecoturismo y la licenciatura en la UVG.

A. Antecedentes

La UVG fue fundada en 1966. Es una institución privada, no lucrativa, de estudios superiores. Ofrece carreras con un enfoque dedicado a formar profesionales eficientes en los campos de la ciencia, humanidades, investigación, docencia y tecnología (Anónimo 2001).

Sus programas de estudio ofrecen experiencias cuyo propósito central es la comprensión del hombre y su función en el mundo. También ofrece conocimientos esenciales de ciencia y su aplicación, así como experiencias que llevan a la toma de conciencia de la realidad del medio y de la época (Anónimo 2001).

En cumplimiento a sus funciones educativas, la Universidad acoge en su seno a docentes, profesionales y estudiantes seleccionados por su capacidad intelectual y por su interés y dedicación al trabajo académico. Para ser seleccionado como estudiante de cualquier carrera, el primer requisito que se exige es someterse a las pruebas de admisión. Con éstas se tratan de establecer las aptitudes del solicitante y su posibilidad de obtener éxito en los estudios (Anónimo 2001).

La UVG está integrada por el Colegio Universitario, la Facultad de Ciencias y Humanidades, la Facultad de Ciencias Sociales, la Facultad de Educación y el Instituto de Investigaciones. Dentro de la Facultad de Ciencias y Humanidades se encuentra el Departamento de Ecoturismo. Este ofrece la Carrera de Ecoturismo desde 1990, aunque desde el año 2002 ha adquirido el nombre de Licenciatura en Turismo Sustentable y Ecoturismo. Según el director de este departamento, el Doctor Jack Schuster, ésta es la primera licenciatura sobre el tema ofrecida en el mundo. Sin embargo existen actualmente varias opciones para estudiar ecoturismo alrededor del

mundo, y también se ofrecen maestrías y postgrados en España, Australia, Estados Unidos y otros (Schuster 2004).

El ecoturismo se distingue del simple turismo de naturaleza por su énfasis en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad. Concretamente, el ecoturismo se caracteriza por los siguientes rasgos:

- Comportamiento ecológicamente responsable del visitante.
- Sensibilidad y aprecio con respecto a las culturas locales y a la diversidad biológica.
- Respaldo a los esfuerzos locales de conservación.
- Beneficios sostenibles para las comunidades locales.
- Participación local en la toma de decisiones.
- Componentes educacionales para el viajero y para las comunidades locales.

(Anónimo 2004a)

El programa de la carrera dura cinco años. Este incluye distintos cursos según las áreas de formación las cuales se dividen en:

- formación general, en donde se incluyen cursos de conocimiento básico,
- formación profesional turística sustentable,
- cursos sobre ambiente natural y cultural,
- cursos integrados y de prácticas.

(Schuster 2004)

El estudiante, según su vocación e interés, puede especializarse en el área natural, cultural o ambas. Esto se logra por medio de la elección de cursos selectivos, los cuales representan casi el 20% del total de cursos en la carrera. El estudiante puede escoger sus selectivos de una variada lista de opciones, según su preferencia. Dentro de ella se incluyen cursos relacionados con biología, antropología, arqueología, botánica, ecología, etc. (Anónimo 2004b)

A continuación se presenta el pènsum de la licenciatura:

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. Modelos Matemáticos 1 y 2 | 9. Antropología Cultural |
| 2. Ciencias Naturales | 10. Ciencias Sociales |
| 3. Introd. a Tecn. de Investigación | 11. Taller de la Carrera |
| 4. Princip. de Psicolog. Aplicada | 12. Conceptos básicos de Economía, Admón. y Merc. para CCNN |
| 5. Comunicación | 13. Selectivos CCSS o Letras |
| 6. Taller de Informática | 14. Conceptos de Turismo Sustentable y Manejo de Grupos Turísticos |
| 7. Biología General | |
| 8. Psicología Social | |

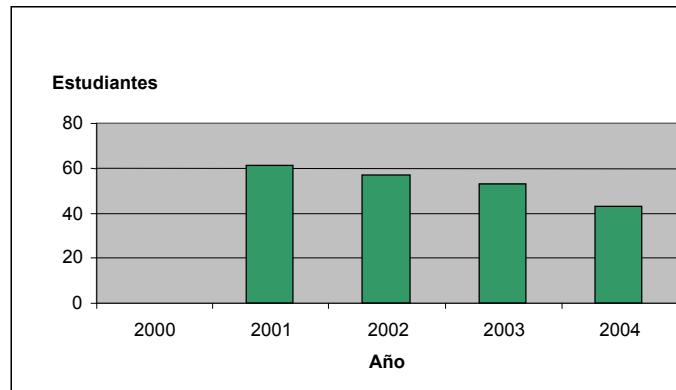
- | | |
|---|---|
| 15. Introducción a la Arqueología | 29. Geography for Tourism |
| 16. Ciencias Ambientales | 30. Filosofía |
| 17. Taller Primeros Auxilios y bioseguridad del campo | 31. Taller: Fotointerpretación y aplicación del SIG |
| 18. Formulación y Eval. de Proyectos | 32. Forestería Comunitaria |
| 19. Sustainable Tourism Guides | 33. Actualización Turística |
| 20. Arte o Deporte | 34. Práctica Profesional |
| 21. Dinámica Ambiental | 35. Factibilidad de Proyectos |
| 22. Estudio de Mercado | 36. Impacto Turís. (amb. o antropol.) |
| 23. Ecología Aplicada | 37. Legislación y Pol. Turís. Sustent |
| 24. Sustainable Tourism Products | 38. Taller Seminario de Tesis |
| 25. Historia de Guatemala Contemporánea | 39. 10 selectivos culturales o naturales |
| 26. Bioética Profesional | 40. Taller Nuevos Empresarios |
| 27. Legislación y Comunicación Transcultural | 41. Diseño de Proyectos Turísticos Sust. |
| 28. Mercadeo de Servicios | 42. Paquetes Turísticos |

La carrera contribuye a promover el desarrollo turístico, orientado a la naturaleza y a la cultura. Asimismo, contribuye a reducir la explotación destructiva de estos recursos, ya que sus graduados tienen preparación académica fundamentada en la conservación y usufructo responsable del patrimonio (Anónimo 2001).

El egresado está preparado, con criterios de sustentabilidad y ética, para la formulación de estrategias turísticas que incluyan el uso razonable de los recursos naturales y culturales para el desarrollo de las economías locales. También puede proponer planes de manejo integrado de los patrimonios natural y cultural, así como planificar y determinar la capacidad de carga de sitios ecoturísticos. La organización y administración de empresas ecoturísticas, el diseño de guías y paquetes ecoturísticos, y la realización de inventarios biológicos son otras de las capacidades que adquiere un egresado de esta carrera (Anónimo 2001).

Actualmente hay 50 licenciados en Ecoturismo egresados de esta universidad (com. pers. Schuster, J., Director del Departamento de Ecoturismo, UVG, 2004). También existen 43 alumnos cursando la carrera incluyendo a ocho con pénsum cerrado y realizando trabajo de graduación. Desafortunadamente, el número de personas inscritas ha ido disminuyendo cada año (Figura 1).

Figura 1. Descenso de estudiantes inscritos en Ecoturismo en los últimos cinco años (com. pers. Rosales, E., Secretaria General, UVG. 2004).



Las cifras anteriores siguen una tendencia descendente, que de alguna forma es necesario mitigar. Una de las causas puede ser la falta de publicidad que se le da a la carrera. En la actualidad, la única estrategia publicitaria que realiza la UVG es la “Feria de la Información”. La actividad está dirigida a estudiantes bachilleres que estén próximos a graduarse, con el fin de que se informen acerca de las carreras que la universidad ofrece. En el 2003 la Feria logró que estudiantes de 25 colegios, aproximadamente, asistieran. Estos 25 colegios conforman los “colegios semilleros” de la UVG. De ellos proviene el mayor número de los estudiantes de la universidad y, generalmente son instituciones privadas de un alto nivel académico. Los colegios semilleros de la UVG son:

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Colegio Americano | 15. Colegio Alemán |
| 2. Liceo Javier | 16. Colegio El Roble |
| 3. Colegio Suizo | 17. Colegio Las Cumbres |
| 4. Colegio Guatemalteco Bilingüe | 18. La Preparatoria |
| 5. Colegio Internacional | 19. Colegio Discovery (Alfredo Nobel) |
| 6. Colegio Metropolitano | 20. Colegio Campoalegre |
| 7. Colegio Monte María | 21. Colegio Montessori |
| 8. Colegio Viena | 22. Colegio MacDermont |
| 9. Colegio Lehnsen | 23. Colegio Sagrado Corazón |
| 10. Colegio El Puente | 24. Colegio Valle Verde |
| 11. Colegio Evelyn Rogers | 25. Colegio Bilingüe Vista Hermos |
| 12. Colegio Interamericano | |
| 13. Instituto Austriaco | |
| 14. Colegio Julio Verne | |

(com. pers. Batres, C., Secretaria de Relaciones Públicas, UVG. 2004)

Dado que, a pesar de la visita de 25 colegios a la feria, sólo un alumno ingresó a la carrera de Ecoturismo, se concluyó que para atraer a más estudiantes a la licenciatura se necesita desarrollar nuevas estrategias publicitarias.

La publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir mensajes a través de los medios con el fin de persuadir a la audiencia meta a tomar alguna decisión. Se define también como un objeto de estudio complejo debido a la cantidad de dimensiones que comprende: la dimensión económica, psicológica, sociológica y técnica. Es una de las variables que debe manejar una empresa para poder dar a conocer sus productos y concretar ventas mediante el empleo del método más lógico, eficiente y económico. Desde este punto de vista la publicidad es una herramienta de comercialización (Anónimo 2004c).

Cuando se diseña un programa de publicidad se deben tomar decisiones importantes en cuanto al mensaje a transmitir, la forma de hacer llegar ese mensaje, y a quiénes. En el caso de la UVG, y del Departamento de Ecoturismo específicamente, el mensaje y el mercado meta están claros: dar a conocer la existencia de la carrera de Ecoturismo a estudiantes que estén en el proceso de decidir su profesión. Pero para comunicar el mensaje elegido, hay que seleccionar también el medio por el que éste se dará a conocer. Una alternativa para publicitar la carrera de Ecoturismo es, precisamente, haciendo este tipo de turismo. Para esto propongo el diseño de un programa de publicidad únicamente para la carrera de Ecoturismo, ya que la falta de uno podría ser parte de las causas por la que el número de personas inscritas es tan bajo. Con la realización de excursiones sostenibles, donde los participantes sean los mismos bachilleres de los colegios semilleros, se puede dar a conocer la existencia de esta licenciatura.

Ya que el elemento más importante del programa es el mensaje que se transmite, dos estudiantes de quinto año de Ecoturismo han de co-guiar estas excursiones. Ellos deben ser capaces de brindar la información adecuada sobre todo lo que los participantes necesiten saber acerca de ecoturismo y la licenciatura. El diseño de la integración de todos estos elementos de mercadotecnia conformará parte del Plan de Publicidad de Ecoturismo.

B. Justificación

El descenso del número de ingresados a la licenciatura de Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala en los últimos años indica que la carrera no está teniendo la aceptación que sus directores esperan. Una de las causas se atribuye a la falta de publicidad que existe para ella, ya que no se cuenta con un plan estratégico que busque la difusión entre los estudiantes que están por graduarse de secundaria, quiénes constituyen su mercado meta. Como consecuencia, Guatemala no puede ofrecer suficientes alternativas de Ecoturismo, desperdiciando así el gran potencial que posee. Es por esto que un programa de publicidad para la carrera de Ecoturismo, enfocado en los bachilleres de colegios privados de la capital, promocionará la existencia de la licenciatura y, de esta forma, aumentará el número de personas que se inscriban en un futuro. Esto tiene como objetivo final la formación de profesionales capaces de realizar proyectos de desarrollo que mejoren la calidad de vida de muchos guatemaltecos.

C. Objetivos

1. **General.** Programa de publicidad de la carrera de Ecoturismo de la UVG por medio de excursiones sostenibles dentro del país con estudiantes de bachillerato de colegios privados.

2. Específicos

- Sondeo de mercado preliminar.
- Objetivos publicitarios.
- Presupuesto publicitario.
- Estrategia publicitaria.
- Una prueba piloto para cada una de las excursiones.
- Presentaciones en colegios.
- Una evaluación de la efectividad de la publicidad de la Licenciatura en Ecoturismo.
- Plan de seguimiento del programa para lograr su sostenibilidad a largo plazo.

II. Procedimiento

A. Sondeo de mercado

El primer paso, antes de iniciar a diseñar el programa de publicidad, fue identificar el mercado meta y los motivos de los “consumidores” (en este caso fueron los estudiantes de bachillerato) para adquirir el servicio. Esto se denomina sondeo de mercado. Lo hice por medio de encuestas que envié por correo electrónico a 75 jóvenes, con el propósito de obtener al final alrededor de 50 devueltas. Éstos jóvenes fueron seleccionados de las bases de datos de direcciones de *email* que existen en Internet, según edad (de 17 a 22 años), e institución en donde estudiaban.

Luego diseñé una página *Web* para colocar la encuesta, a la cual ellos pudieron acceder en cualquier momento. La dirección de la página es www.msn.com/EntrevistasCMFF/, y el nombre es “¿Cómo decides qué estudiar?” Al invitar a cada bachiller a ingresar en ella, se les envió un mensaje explicando qué hacer. El mensaje decía:

<<Hola internauta. Te mando este mensaje para que participes en la página “¿Cómo decides qué estudiar?”, haciendo clic en este link www.msn.com/EntrevistasCMFF/. Te aseguro que ni tú has reflexionado sobre cómo escoger una carrera universitaria, y si te interesa tomar una buena decisión, ¡participa! Sólo necesitas unos minutos; ingresa en donde dice “INSTRUCCIONES” y ahí te explicarán qué hacer. Mucha suerte!>>

En el botón llamado “INSTRUCCIONES” se les explicaba todo el procedimiento para poder responder y enviar sus cuestionarios (Anexo 1) contestados. Los cuestionarios contenían preguntas sobre cómo decidir una profesión, e incluía también una parte sobre preferencias al viajar. Este cuestionario se podía descargar, responder, y enviar de regreso. Esto no tuvo costo alguno, ya que existen varias páginas *Web* que proveen este servicio gratuito.

Por medio de la encuesta determiné sus preferencias en cuanto a tipo de turismo, destinos, actividades, etc., y también incluí preguntas sobre los factores que afectan la toma de decisión sobre la carrera que deseaban seguir en la universidad y si

se habían informado recientemente sobre nuevas alternativas. Los datos recopilados me sirvieron para analizar qué tipo de información se debe brindar en las excursiones.

Inicialmente invité a participar a 70 jóvenes aproximadamente, de los cuales 14 respondieron en un principio. El mensaje lo tuve que reenviar dos veces más para aumentar el número de encuestas respondidas. En total se respondieron cuarenta.

Después de finalizar con el sondeo de mercado, tomé las cinco decisiones principales en el desarrollo de un programa de publicidad, que se conocen como las cinco M:

- ¿Cuáles son los objetivos de la publicidad? (*Mision*).
- ¿Cuánto se puede invertir? (*Money*).
- ¿Qué mensajes se deben enviar? (*Message*).
- ¿Qué medios se deben emplear? (*Means*).
- ¿Cómo se deben evaluar los resultados? (*Measure*).

(Anónimo 2004c).

B. Definir objetivos

Los objetivos de un plan determinan su propósito primordial, el período de acción, el mercado meta y el medio a utilizar. Muchos de estos objetivos son bastante claros, pero el período y la descripción del medio dependieron de las respuestas de los encuestados, por lo que los definí después de analizar los resultados del sondeo de mercado.

C. Determinar el presupuesto

Para la realización de las excursiones, el monto del presupuesto variará dependiendo del número de participantes, destino, duración de cada excursión y los servicios a adquirir. Por esta razón no incluí un presupuesto final del programa de publicidad. De cualquier forma pretendo que los gastos de cada excursión sean cubiertos por las ganancias obtenidas de lo que cada participante cancele.

D. Escoger el mensaje principal

Como el objetivo principal del programa es el conocimiento de la licenciatura entre los alumnos potenciales, recopilé toda la información que un estudiante a punto de graduarse necesita para tomar su decisión. Los factores que afectan la toma de

decisiones de la profesión que seguirán los identifiqué en la encuesta de sondeo de mercado. Con esto pude establecer la información que se debe brindar en las excursiones.

E. Selección y diseño del medio para transmitir el mensaje

Mi propuesta fue diseñar dos diferentes opciones de viajes, ya que con una sola no podía cumplir con los gustos y expectativas de todo el mercado meta. Esta parte del programa la realicé junto con una compañera de la licenciatura, quien también estaba trabajando con excursiones, ya que manejar grupos de turistas por mi cuenta no era ni fácil, ni responsable. Juntas creamos una empresa ficticia, llamada GREEN TRIPPERS, con el propósito de hacer el trabajo de una manera más profesional.

Con los resultados del sondeo de mercado escogimos los destinos. Investigamos las mejores opciones en calidad y precio de hospedaje, alimentación y transporte. Asimismo buscamos información sobre los destinos seleccionados, con el propósito de brindarles información interpretada, y enriquecer el conocimiento de los turistas. Luego diseñamos el recorrido de los viajes y creamos junto con un resumen de la información anterior y el itinerario de viaje, un brochure para entregárselo a cada posible participante (Anexos 2 y 3). Aquí también les informaríamos sobre el equipo que debían llevar, normas de los lugares visitados, y recomendaciones. También realizamos un documento de liberación de responsabilidades, en donde al firmarlo, los participantes se comprometían a no responsabilizar a GREEN TRIPPERS de algún imprevisto (Anexo 4). Para el cálculo de costos empleé la guía de Brehm (1999), y para crear un grupo con el que probaríamos los viajes, enviamos junto con mi compañera un correo electrónico a personas de nuestro conocimiento, que sabíamos que les interesaba este tipo de actividad.

F. Evaluación de resultados

Cuando las opciones de viajes fueron diseñadas, hice una prueba piloto con cada una. Las personas que participaron debían ser jóvenes de las mismas edades que los estudiantes de los colegios a los que estas excursiones están dirigidas. Al concluir cada tour, entregué dos boletas de evaluación a cada participante; una sobre los servicios prestados y el tour en sí, y la otra sobre la carrera de ecoturismo. La primera me ayudó a conocer qué aspectos había que cambiar o mejorar en las excursiones. En

la segunda pude determinar si la excursión logró que se diera a conocer la existencia de la carrera y si hubo interés de estudiarla o no.

G. Plan de seguimiento del programa para lograr su sostenibilidad a largo plazo

En este plan determiné qué características deben tener los estudiantes ecoturistas que guíen las excursiones. Para esto tomé en cuenta la opinión del director del departamento de Ecoturismo de la UVG. Esto se debe a que propuse que la conducción de estos viajes sean aceptados como práctica profesional, requisito del pénsum para poder graduarse.

Ya que los candidatos para guiar estos tours varían cada año, era necesario que se estableciera un responsable permanente de la organización y realización de estas actividades, con el propósito de alcanzar un ambiente de confianza con los colegios que participaran. Por esta razón contacté a un tour operador interesado en formar parte de este programa. Dentro de este plan establecí los procedimientos necesarios para la participación de los estudiantes como guías de las excursiones. Dentro del plan de seguimiento también incluí la información sobre cada tour para que los estudiantes que vaya a trabajar de guías puedan autocapacitarse y saber qué tipo de información deben brindar.

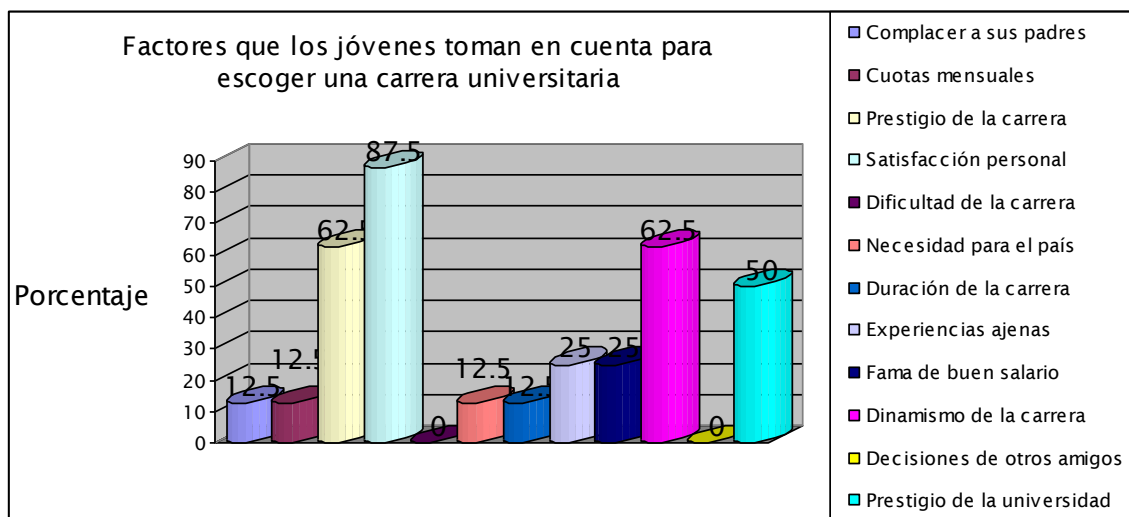
Cuando los cambios y mejoras de los viajes estuvieron listos intenté presentarlo a cinco colegios para comprobar que el plan funcionaba, y que el trabajo propuesto para los estudiantes de Ecoturismo no fuera en vano. Desafortunadamente sólo me permitieron presentarlos en tres. En cada presentación evalué el efecto que causó la presentación a los bachilleres por medio de otra encuesta (Anexo 5).

III. Resultados y discusión

A. Sondeo de mercado

Las figuras 2 y 3 son el resultado del sondeo de mercado, realizado con una población de cuarenta personas.

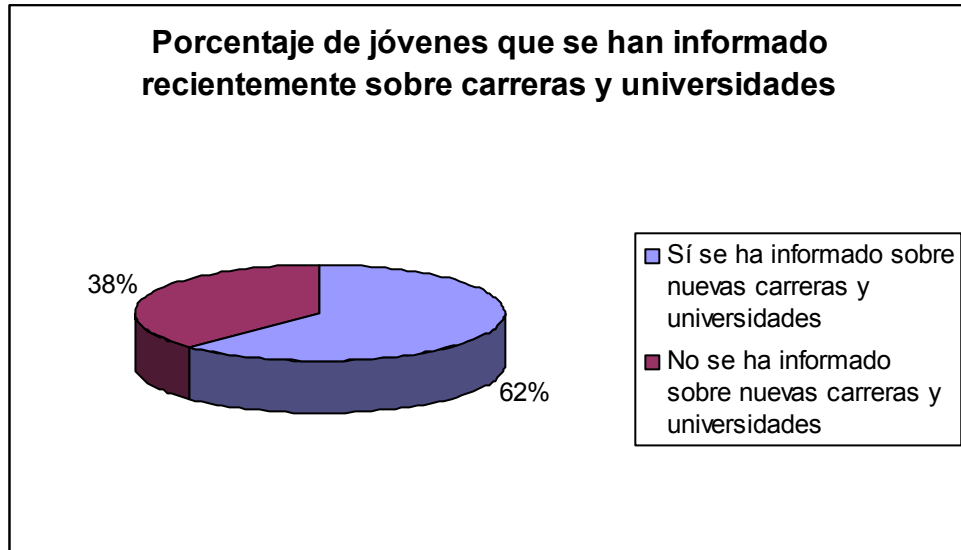
Figura 2. Factores tomados en cuenta por jóvenes para decidir qué estudiar en la universidad (n=40).



La figura 2 muestra un claro énfasis en la satisfacción personal del joven, al decidir su carrera. Esto indica que la gran mayoría toma la decisión sobre qué estudiar basándose principalmente en lo que a ellos más les gusta, y no en opiniones ajenas. Esto lo confirma el bajo porcentaje que obtuvieron las opciones “Decisiones de otros amigos”, “Complacer a sus padres”, y “Experiencias ajenas”. Los siguientes factores más importantes para los bachilleres son el prestigio de la carrera, y su dinamismo, seguidos por el prestigio de la universidad. Dentro de los menos importantes se encuentran los factores de “cuotas mensuales”, “fama de buen salario” y otros.

Otra parte del cuestionario evaluaba la cantidad de jóvenes que se preocuparon por informarse adecuadamente sobre universidades y las carreras que ofrecen. A continuación se presentan los resultados.

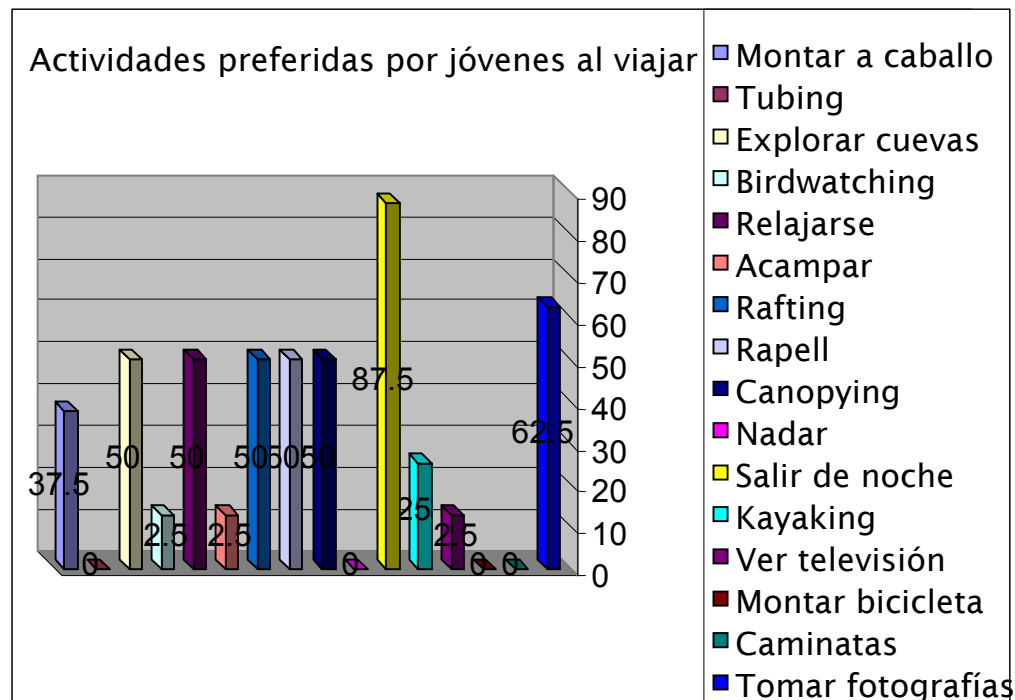
Figura 3. Porcentaje de jóvenes que se han informado sobre universidades y carreras recientemente (n=40).



Los resultados revelaron que un 62% de las personas que respondieron el cuestionario, sí se preocuparon por investigar las alternativas de las universidades y las carreras que se ofrecen actualmente.

La segunda parte del cuestionario trataba sobre las preferencias que ellos tenían al viajar. La siguiente gráfica indica que casi un 90% de estos jóvenes consideran muy importante salir de noche. Otra actividad que ellos prefieren es tomar fotografías. A estas dos actividades le siguen en mismo porcentaje explorar cuevas, relajarse, hacer Rafting, Rapel, y Canopy tours. Es evidente que a estos bachilleres les atraen situaciones de mucha actividad, e incluso de alto riesgo, en donde la adrenalina y diversión juegan un importante papel. Una vez más, esta conclusión la confirma el hecho de que las actividades como montar bicicleta, nadar, ver televisión y hacer caminatas, que son actividades que pueden realizar en casi cualquier lugar, recibieron muy poca prioridad. Es interesante que "Tubing", siendo una actividad de alto riesgo, y personalmente considero que de mucha diversión, no haya sido escogida por nadie.

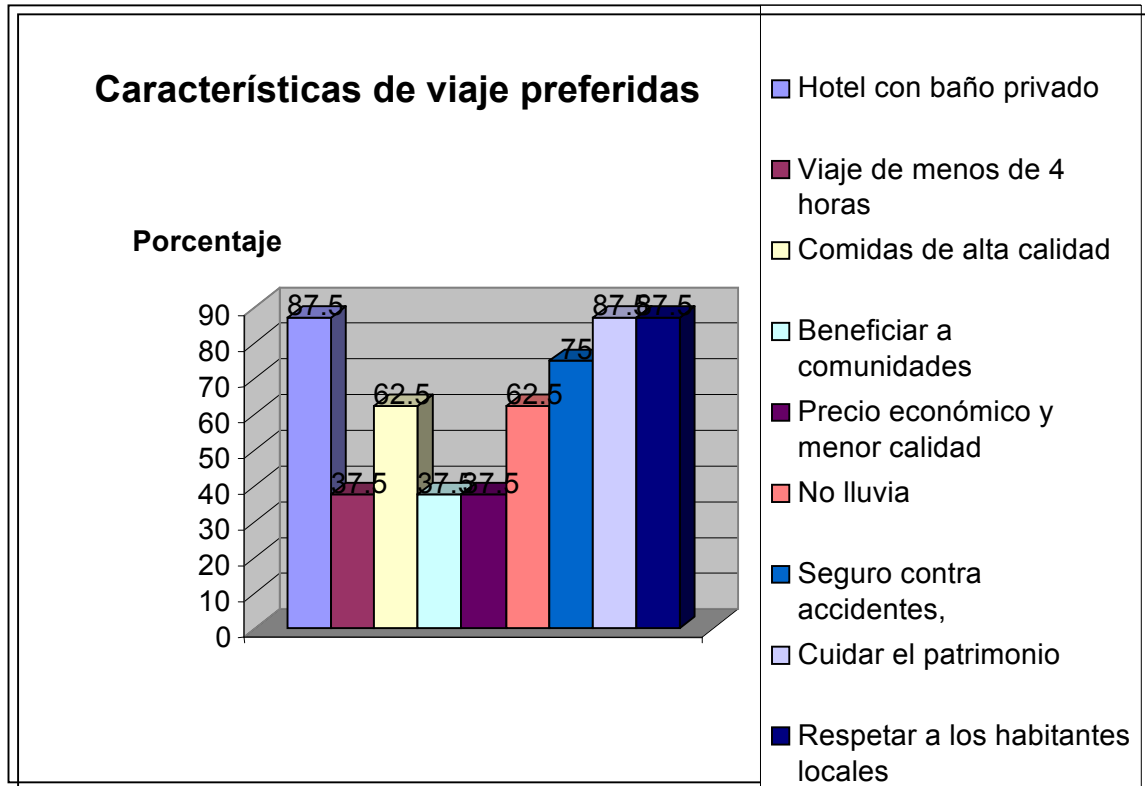
Figura 4. Actividades que los jóvenes prefieren realizar cuando están de excursión (n=40).



Como última parte de la encuesta se les preguntó a los participantes qué características consideraban ellos que un viaje debe tener para que sea exitoso. A esto respondieron, en orden de prioridad, lo siguiente:

1. Quedarse en un hotel cuyos cuartos tengan un baño privado.
Cuidar el patrimonio natural y cultural.
Respetar a los habitantes locales
2. Seguro contra accidentes
3. Comidas de alta calidad
No viajar en época de lluvia
4. Duración de viaje menor a cuatro horas.
Precio económico aunque se reduzca la calidad del viaje.
Beneficiar a las comunidades locales.

Figura 5. Características de viaje preferidas por los jóvenes encuestados (n=40).



B. Objetivos publicitarios

1. Mensaje principal. El objetivo principal de este trabajo, y consecuentemente de las excursiones, es dar a conocer la existencia de la licenciatura de Turismo Sustentable y Ecoturismo. Este conforma el mensaje principal. Dentro del manual de auto capacitación, incluido en este trabajo (Anexo 13), se especifica qué información es la que los jóvenes esperan y necesitan conocer para tomar su decisión.

2. Duración prevista del programa de publicidad. Propongo que la implementación en general de este programa de publicidad sea cíclica. Esto significa que se ha de repetir cada año, de tal forma que las experiencias que se adquiera en años anteriores, sean positivas o negativas, se tomen en cuenta para hacer cambios y correcciones. En caso extremo de que el programa no tuviera éxito, éste debe ser discontinuado.

La época en que se utilice el programa dependerá de los ciclos escolares de los distintos colegios semilleros. Por ejemplo, en el caso de los colegios Julio Verne,

Americano de Guatemala e Interamericano de Guatemala, se deben contactar a principios de noviembre o temprano en su calendario escolar. Esto se debe a que, a diferencia del resto de establecimientos, estos tres poseen un ciclo escolar internacional, y salen de vacaciones desde junio hasta septiembre. Con el resto de colegios se puede programar la presentación de motivación a principios de año. La fecha en que ésta se lleve finalmente a cabo, dependerá de la fecha en que cada colegio realice sus excursiones normalmente, o cuando los directores consideren más apropiado. Para esto he elaborado un cuadro con el listado de colegios, teléfonos y persona contacto (Anexo 6).

3. Medio de promoción. Otra de las preguntas que incluía el sondeo de mercado fue sobre si les gustaba viajar. El 100% de los entrevistados contestó positivamente. Este dato apoya la idea de utilizar al mismo ecoturismo como medio para promocionarlo. Por eso, seleccioné a viajes sustentables como el medio de promoción. Sin embargo, para que el mercado meta seleccionado pueda adquirir el producto, que en este caso son las excursiones, tiene que existir un medio de promoción secundario. Este medio de promoción secundario fue la combinación de una presentación en Power Point sobre la carrera y los viajes, y un trifoliar con información resumida de la presentación. El trifoliar también contenía el nombre de la empresa encargada de realizar los viajes y las diferentes formas para contactarla (Anexo 7).

4. Mercado meta. El mercado meta de este programa de publicidad lo conforman principalmente jóvenes próximos a graduarse o recién graduados del colegio. El programa está dirigido preferiblemente a los bachilleres de los veinticinco colegios semilleros de la UVG, ya que su nivel educativo y excelencia académica sobresalen del resto de colegios.

C. Presupuesto publicitario

Aunque inicialmente no esperaba tener que invertir dinero que no fuera a ser recuperado, en el programa de publicidad necesité Q. 1,500.00 (un mil quinientos quetzales) para la elaboración de trifoliales y CD's. Ambos fueron partes complementarias del programa, que contribuyeron a la promoción de la licenciatura.

Elaboré 600 trifolios informativos para entregar en los colegios, tanto a directores y maestros, como a los alumnos (Anexo 7). Éstos contenían información básica sobre lo que es Ecoturismo, y sobre las dos opciones de viajes que diseñé. También incluían el nombre y contacto de la empresa que se encargará de organizar estas excursiones en los años futuros.

Otro elemento importante del programa fue en la creación de CD's que entregué a los directores de los establecimientos visitados. Los CD's contenían la presentación que les di a los bachilleres para que en un futuro se la puedan enseñar a otras promociones.

D. Los tours como estrategia publicitaria

La idea de utilizar al mismo ecoturismo como estrategia publicitaria la tuve clara desde el inicio de este trabajo. Viajar es para mí una de las actividades más gratificantes, y quise comprobar que otros jóvenes opinaran lo mismo. Por este motivo incluí en la encuesta del sondeo de mercado una pregunta sobre si les gustaba viajar. El 100% de las personas respondieron que sí.

E. Las pruebas piloto y sus evaluaciones

Como parte de GREEN TRIPPERS llevé a cabo, junto con mi compañera, las pruebas piloto. Una fue a Las Verapaces y la otra a Huehuetenango. Las Verapaces las escogimos pues, según nuestro criterio, es de las regiones dentro del país que más actividades de aventura ofrece, elemento prioritario para los jóvenes. Huehuetenango lo seleccionamos ya que es un destino con paisajes y escenarios fuera de lo común en Guatemala, que satisfacen la demanda de los bachilleres de tomar fotografías, relajarse y montar a caballo.

Estas propuestas fueron presentadas a Luis Pedro Bianchi, presidente de la Asociación de Arquitectura de la Universidad Francisco Marroquín (UFM), persona que respondió al correo electrónico que enviamos. Junto con el señor Bianchi mandamos a realizar dos afiches promocionales, uno para cada excursión, con el fin de colocarlos en la UFM y promocionar las excursiones (Anexos 8 y 9). Como respuesta se presentaron varios jóvenes estudiantes de arquitectura quienes participaron en las pruebas piloto.

En el viaje a Las Verapaces participaron 11 personas, seis hombres y cinco mujeres. Los sitios visitados fueron Cobán, Chisec, Cuevas de Candelaria y Laguna de Lachuá. En las cuevas hicimos “Tubing”, recreación desconocida por todos los participantes, pero que tuvo mucha aceptación (esto explica por qué en el sondeo de mercado nadie seleccionó esta opción en el sondeo de mercado). Para llegar a la laguna hicimos una caminata, a lo largo de un sendero interpretativo. El total del viaje fue dos días y medio (Anexo 10).

En el segundo viaje, a Huehuetenango, participaron ocho personas, cinco hombres y tres mujeres. El viaje duró tres días completos. Los destinos incluidos fueron la Finca Chivacabé (con fósiles de mastodonte), el Cenote Cimarrón, la finca ecuestre Unicornio Azul y la Laguna Magdalena, en los Cuchumatanes (Anexo 11).

Las evaluaciones del primer tour indicaron que el 100% de los clientes estuvieron satisfechos con el servicio ofrecido. No obstante, el 80% se quejó del hospedaje en el parque Nacional Laguna Lachuá, y un 65% de la conducción del piloto. El “Tubing” fue la parte del viaje que más disfrutaron en general. Entre algunas recomendaciones y comentarios agregaron que el recorrido fue muy largo para tan poco tiempo y que preferían un itinerario más flexible, en donde no tuvieran presiones de tiempo.

El 100% de los pasajeros del segundo viaje, también demostró haberle gustado mucho Huehuetenango. El único participante que también tomó parte en el viaje a las Verapaces indicó que el segundo tour le había gustado más. De los servicios no hubo ningún reclamo. Únicamente se recomendó hacer una evaluación sobre los gustos en comida, una vez se conozcan a los participantes, ya que a varios no les gustó el menú de los almuerzos en carretera.

El primer tour se vendió a \$85.00, y el segundo a \$160.00 por persona.

F. Plan de seguimiento

1. Quiénes intervendrán en el programa. Dado que este programa se llevará a cabo cada año, la organización y logística de los viajes debe de estar a cargo de un responsable que, con la experiencia que adquiera cada año, pueda ir mejorando el programa y servicios. De no ser así, el cambio de organizadores y su forma de hacerlo, puede llevar el programa al fracaso por inexperiencia. Por esa razón

establecí un acuerdo con la empresa PIONEER EXPEDITIONS, para que sea la encargada de coordinar fechas, precios, y recorridos con cada colegio que decida participar.

La información de Pioneer Expeditions es:

Persona contacto: Julianna Sakaggs
Teléfono: 5590-80-90
Página Web: <http://www.pioneerguate.com>
E-mail: info@pioneergute.com

El diseño del paquete completo que fue probado con los alumnos de arquitectura de la UFM será entregado a Pioneer Expeditions para que lo tomen como base para las futuras excursiones. Ellos podrán hacer cualquier cambio que consideren necesario o que los colegios soliciten, preferiblemente en consultación con el director del departamento de Turismo Sustentable y Ecoturismo de la UVG.

Como parte de los guías que conduzcan los viajes, Pioneer Expeditions tiene el compromiso de involucrar a dos estudiantes de la licenciatura de Turismo Sustentable y Ecoturismo de la UVG en cada viaje que realicen. Estos alumnos deberán tener el número de cursos y requisitos necesarios para poder llevar a cabo su práctica profesional, ya que las horas invertidas en la conducción de las excursiones serán tomadas en cuenta para su práctica. Cada uno de estos guías deberá de conocer bien la información interpretada que deben brindar a lo largo de las excursiones (Anexo 13). A estos guías no se les remunerará con dinero, únicamente se cubrirán sus viáticos.

El Departamento de Ecoturismo recibirá en quetzales el monto que corresponderá al salario de los guías, y/o cualquier otro servicio que los practicantes realicen. El salario de los guías corresponderá al 75% del salario de los otros guías pagados que conduzcan el tour. El fin primordial de esto es que ese dinero sea utilizado para otras inversiones del departamento, cuando sea necesario.

Otra de las tareas que los estudiantes de Ecoturismo deberán realizar es la de hacer las presentaciones en los colegios para motivar a los jóvenes a que hagan uno de estos viajes. Toda la información sobre los colegios, como teléfono, dirección, y persona encargada, también los incluyo en este trabajo (Anexo 6). Con esta segunda responsabilidad deberá ser suficiente tiempo para completar las horas requeridas en la práctica profesional, dado que se necesitan 250 horas por alumno, y sólo conducir

los tours no sería suficiente. El número total de estudiantes de Ecoturismo que sean necesarios, dependerán de la cantidad de colegios que soliciten hacer un viaje. El personal de Pioneer Expeditions ha propuesto que solicitarán un estudiante de la carrera para guiar por cada 7 a 10 jóvenes turistas.

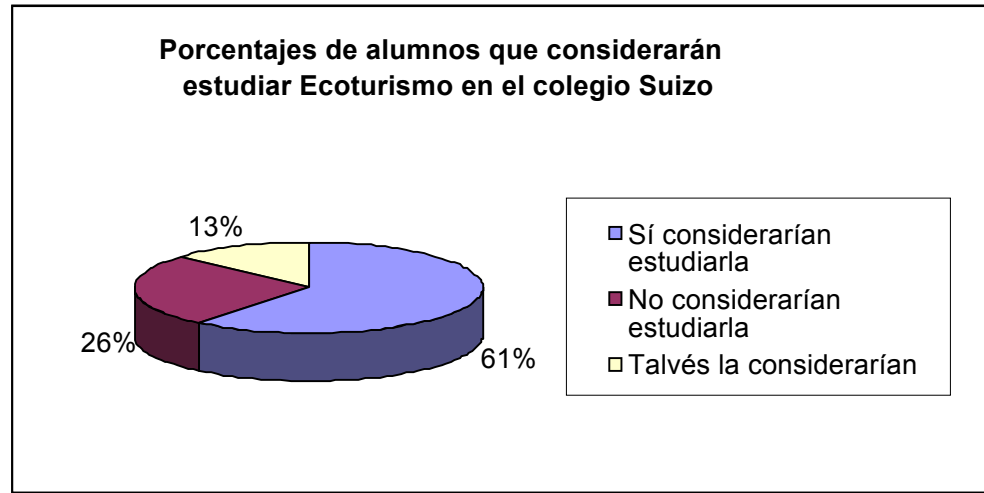
G. Presentaciones en colegios y evaluaciones

Con el fin de comprobar que el trabajo propuesto para los estudiantes de Ecoturismo como práctica profesional no sea en vano, se realizaron tres pruebas. Una fue en el Colegio Suizo de Guatemala, otra en el Colegio Valle Verde y la última en el Instituto Austriaco Guatemalteco. En los dos primeros establecimientos expuse yo las presentaciones, y en el colegio Valle Verde lo hicieron Juliana Skaggs y Beberly de León, personas encargadas de poner en marcha este trabajo de graduación en los próximos años.

En cada establecimiento se expuso la presentación en Power Point (Anexo 12), que contenía material promocional para que no sólo practiquen Ecoturismo, sino que incluso lo lleguen a escoger como carrera universitaria. Al finalizar la presentación se aclararon dudas, y compartimos comentarios y opiniones. Por último les fue entregada una pequeña evaluación con preguntas que comprobaban el éxito en la recepción de la información correcta acerca de la licenciatura, y un trifoliar informativo. En el colegio Suizo Guatemalteco incluso dejé un CD con la presentación, a petición del coordinador de secundaria, para que si lo necesitasen la pudieran enseñar a otros grados.

El primer establecimiento que visité fue el Colegio Suizo. A la presentación asistieron 24 alumnos de cuarto bachillerato, de los cuales al 100% les interesó la carrera. A la pregunta sobre la probabilidad de estudiar Ecoturismo, 61% respondieron que sí considerarían estudiarla (Figura 6).

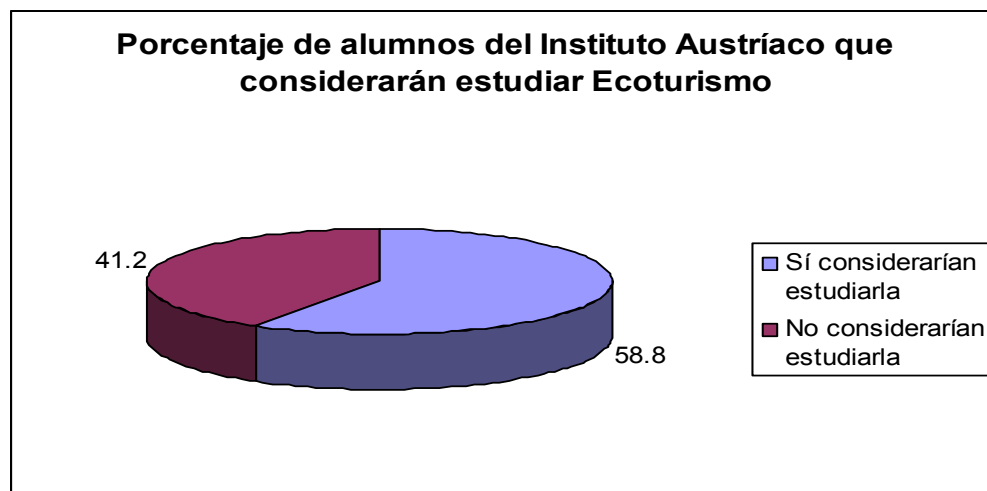
Figura 6. Porcentaje de alumnos del Colegio Suizo, sección B4, que considerarán estudiar la carrera después de la presentación sobre la licenciatura.



Después de finalizar estas actividades, les ofrecí a los asistentes el trifoliar informativo de manera opcional, y absolutamente todos desearon llevarse uno.

La siguiente presentación la llevé a cabo en el Instituto Austriaco Guatemalteco. Los alumnos también eran de cuarto bachillerato, y fueron en total 17. Nuevamente al 100% le pareció interesante la carrera. En la figura 7 aparecen las respuestas a la pregunta sobre la probabilidad de estudiar la carrera en la universidad. También, la mayoría sí consideraría estudiar la carrera.

Figura 7. Porcentaje de alumnos del Instituto Austriaco Guatemalteco que considerarán estudiar la carrera de Ecoturismo en los años futuros.

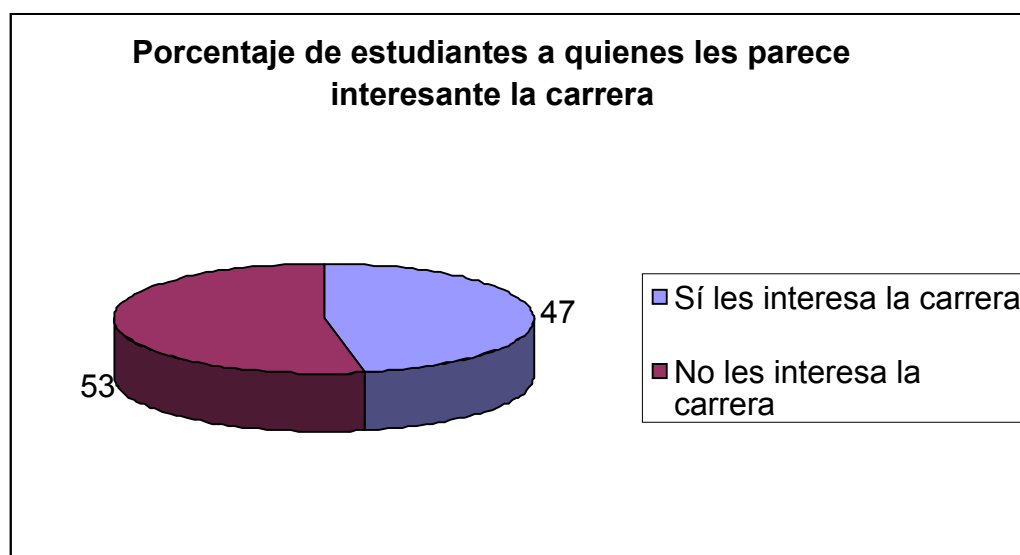


El resultado, tanto en el Colegio Suizo como en el Instituto Austriaco, al ofrecer los trifoliales mostró que sí se cumplió con el objetivo de crear un interés sobre Ecoturismo. Cuando ofrecí los trifoliales en estos dos primeros establecimientos, todos los participantes quisieron uno.

La última presentación se llevó a cabo en el Colegio Valle Verde. A ella asistieron también 17 alumnos de IV bachillerato. Lamentablemente las encuestas no pudieron ser respondidas por los alumnos inmediatamente después de la presentación, sino que hasta una semana más tarde, ya que se encontraban en exámenes y no fue posible hacerlo antes.

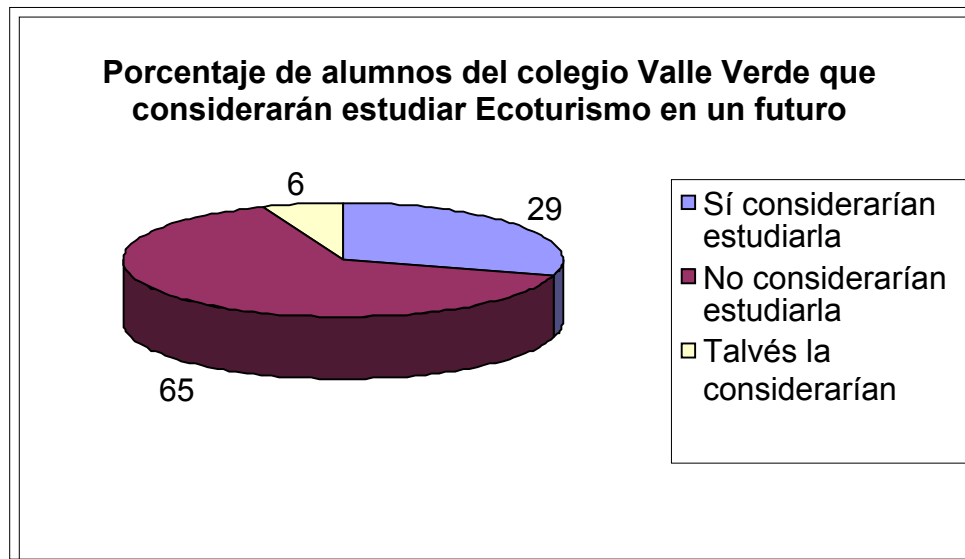
Las respuestas que se obtuvieron no fueron tan satisfactorias como en los dos establecimientos anteriores, ya que en este colegio, únicamente el 47% dijo haber encontrado interesante el Ecoturismo.

Figura 8. Porcentaje de estudiantes del colegio Valle Verde, a quienes les pareció interesante la carrera de Ecoturismo (Figura 8).



El porcentaje de los estudiantes que dijeron que sí considerarán estudiar la carrera cuando ingresen a la universidad es de 29% (Figura 9).

Figura 9. Porcentaje de estudiantes que tomará en cuenta la licenciatura en Ecoturismo a la hora de ingresar a la universidad.



El caso del colegio Valle Verde es distinto al de los dos primeros establecimientos. Dado que las personas que presentaron no fueron las mismas que en las primeras dos presentaciones, se puede asumir que la información brindada tampoco fue la misma. Tampoco debió ser igual a la forma en que ésta fue presentada, aunque se utilizó la misma presentación. Otra diferencia fue que por motivos ajenos a las presentadoras, los alumnos no pudieron llenar la hoja de evaluación después de la presentación. Esto tuvo definitivamente una influencia en los resultados, ya que los bachilleres no tenían la información tan fresca, como en los otros casos.

IV. Conclusiones y recomendaciones

Debido a la escasez de nuevos ingresados a la licenciatura de Turismo Sustentable y Ecoturismo de la UVG, es de suma importancia tomar las medidas necesarias para atraer a más estudiantes. Según los resultados del sondeo de mercado, los factores mayormente tomados en cuenta para escoger una carrera son la satisfacción personal, el prestigio de la universidad y el dinamismo de la carrera, en orden de importancia. Estos tres son elementos positivos para la carrera de Ecoturismo, ya que es impartida en una universidad de gran prestigio, es una carrera muy dinámica, y que si satisface las expectativas individuales de los jóvenes, se convierte en la elección ideal para estudiar. Esto me hace pensar que si la carrera de Ecoturismo cumple con las tres condiciones primordiales, ¿cómo es posible que tan pocas personas ingresen? Por ello concluyo que con un poco más de promoción, la carrera de Ecoturismo puede llegar a ser elegida por muchas personas, ya que en las presentaciones de los colegios se mostró un gran desconocimiento sobre la carrera.

Otro de los resultados del sondeo de mercado es el bajo porcentaje de alumnos que se han preocupado por informarse sobre carreras y universidades. Si consideramos la decisión de una profesión como una de las más importantes en la vida de una persona, que únicamente el 62% se haya informado sobre las diferentes opciones resulta ser un poco decepcionante. Esto demuestra la poca publicidad que, concientemente o no, están teniendo la mayoría de establecimientos de educación superior. Por lo tanto, si se contara con un programa de publicidad específico para Ecoturismo, se lograría aumentar la probabilidad de que un recién graduado de secundaria escoja esta profesión, tomando en cuenta que es una ventaja que estén tan mal informados sobre otras carreras y universidades.

Dentro otros resultados del sondeo de mercado existe un factor que, a mi sorpresa, no pareció ser muy importante para los encuestados. Únicamente cinco personas, de las cuarenta entrevistadas, consideraron que las cuotas mensuales afectaban su decisión sobre qué estudiar. Pienso que esto pudo haber sucedido debido a que ellos desconocen las cifras que mensualmente se pagan en la UVG, y que los tantos viajes de campo (giras) hacen que estos costos se eleven aún más. Considero que un estudio de las cuotas mensuales que los padres de familia pagan en los colegios semilleros serviría como referencia para compararlas con las de la UVG. También se habría que considerar la opción de incluir las cuotas dentro de la presentación a los colegios, para comprobar si esta información provoca algún cambio en los resultados.

Por experiencia propia me atrevo a decir que la licenciatura en Ecoturismo no goza de gran prestigio. Existen prejuicios sobre la poca disciplina y dificultad de cursar esa carrera, así como malos hábitos de la mayoría de sus estudiantes. Esto es preocupante, ya que si en el sondeo de mercado se demostró que el prestigio es un factor importante para la mayoría, de no ser mejorado puede ser un gran obstáculo para convertirse en la elección del bachiller. Por esta razón, motivo tanto a los estudiantes de Ecoturismo, como a sus futuros promotores a que cambiemos ese concepto con nuestro ejemplo de buena disciplina y dedicación.

Entre otras recomendaciones, sugiero que en el viaje a las Verapaces se cambie el destino de la Laguna Lachuá, ya que el 80% de los participantes se quejó del hospedaje, y personalmente no consideré esa experiencia muy gratificante. Yo opino que existen otras alternativas por las que el destino puede ser sustituido, como las Lagunas de Sepalau, por ejemplo. En el caso de Huehuetenango únicamente trataría de encontrar un mejor hotel en la cabecera departamental. Es importante también lograr la colaboración de los colegios, si se diera el caso de que profesores acompañen la excursión, ya que ingerir alcohol u otro tipo de estupefacientes aumenta la probabilidad de que suceda algún accidente.

Ya que existe una gran variedad de colegios, cuyos presupuestos, estudiantes y metas son distintos, pienso que existe la posibilidad que dos opciones de viaje no sean suficientes. Es por esto que sugiero que se implementen viajes de un solo día, que puedan ser llevados a cabo a destinos no tan lejanos de la capital (los veinticinco colegios semilleros se encuentran en la capital). Estos viajes podrían realizarse no solo con Pioneer Expeditions, sino con otros tour operadores que se especialicen en este tipo de excursiones, por ejemplo el tour operador Mayandoor.

La operadora Mayandoor se especializa en tours donde se convive con la comunidad local. Este tipo de excursiones podrían ser promocionados, al igual que los dos propuestos anteriormente, como viajes educativos a fin de que a los directores de los colegios les parezcan más atractivos. Todas estas alternativas de viajes para los colegios también podrán ser realizadas por terceros operadores de turismo en caso los anteriores no se dieran a vasto, o que el director del departamento de Ecoturismo de la UVG no esté satisfecho con el trabajo realizado. La retroalimentación que den los primeros colegios participantes será de mucha importancia también para poder evaluar el trabajo realizado por Pioneer Expeditions y/o Mayandoor.

La participación de los establecimientos no sólo es importante durante las excursiones, sino en las presentaciones. El contar con aulas para realizar la presentación, cañonera, computadora, etc., fue de mucha ayuda. En gran parte considero que por este motivo, en el Colegio Suizo y en el Instituto Austriaco Guatemalteco, las presentaciones fueron exitosas. Tanto las encuestas como el interés mostrado por los participantes para obtener un trifoliar, comprobaron que en estos dos colegios sí se alcanzó el objetivo principal de crear interés en Ecoturismo.

Si suponemos que en el tercer colegio no se cumplió el objetivo de crear un interés por la carrera, en ningún momento insinúo que haya sido porque las presentadoras del colegio Valle Verde no hicieron un buen trabajo. Sin embargo creo que hay factores que no se cambiaron en ninguna de las tres presentaciones, y, ya que los materiales visuales (presentación de Power Point y trifoliales) fueron los mismos, concluyo que la forma de presentarlos fue más efectiva las primeras dos veces. Por este motivo agrego una lista con algunos factores que pudieron variar entre las primeras dos presentaciones y la tercera, a los cuales habrá que prestarles mucha atención en las presentaciones futuras.

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 1. Presentación personal | 7. Preparación adecuada y |
| 2. Entusiasmo | anticipada de todos los |
| 3. Conocimiento del tema | materiales que se necesitan, e |
| 4. Narraciones personales | informarlo a los |
| 5. Desarrollo del presentador | establecimientos. |
| 6. Carisma | |

Insisto que en el futuro se tomen muy en cuenta estos aspectos, ya que se han observado claras diferencias en los resultados.

Ya que este trabajo pretende incrementar el número de personas que se inscriben a la licenciatura, es necesario conocer los medios por los cuales los estudiantes han conocido la carrera hasta ahora para poder explotarlos de una manera más eficiente. Obviamente no sólo los universitarios que estudian Ecoturismo se han enterado de la licenciatura, sino que muchos otros que escogieron tal vez otras carreras, o que decidieron no estudiar. Por este motivo considero que cuando las presentaciones en los colegios se lleven a cabo y se les pregunte en la encuesta si habían escuchado sobre la carrera de Ecoturismo, si la respuesta fuera afirmativa, que indique cómo escuchó de ella. Otra forma de conocer los medios de comunicación

que han funcionado hasta ahora es tomando a los estudiantes de Ecoturismo como muestra, que aunque son pocos, pueden brindar información clave para publicitar la carrera más eficientemente.

Debido a que la “Feria de la Información” se realiza cada año, y que el departamento de Ecoturismo tiene garantizada su participación en ella, se podría aprovechar este recurso para que los visitantes experimenten lo que significa estudiar esta carrera. El “stand” de Ecoturismo puede ser un punto clave para “vender” las presentaciones a los colegios. Una parte de las ganancias de los tours puede ser invertida para mejorar la presentación del “stand” y su material promocional.

Personalmente encuentro este plan de mercadeo muy efectivo. Pude comprobarlo en dos de tres oportunidades, y estoy segura de que será de mucho beneficio no sólo para el departamento de Turismo Sostenible y Ecoturismo de la UVG, sino para los mismos profesionales y consecuentemente para la industria del turismo de Guatemala.

V. Bibliografía

A. Literatura citada

Anónimo. 2001. *Información Académica de la Universidad del Valle de Guatemala*. Trifoliar.

Brehm, M. 1999. *Ticketing and Tour Services*. Tourismus Schule Klessheim. Salzburg, Austria. 87pp

B. Referencias de Internet

Anónimo. 2004. A. About Us. <http://nature.org/aboutus/travel/ecoturismo/about/art7815.html>

Anónimo. 2004. B. Información Académica. <http://www.uvg.edu.gt/info-academica>

Anónimo. 2004. C Mercadeo. <http://www.liderazgoymercadeo.com>.

Anónimo 2004. D. Organización. <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Anónimo 2004. E. <http://members.fortunecity.com/feriosvides2/info/info.html>

Anónimo 2004 F. Quiénes somos. <http://www.unicornioazul.com>

Anónimo 2004 G. http://www.otupactours.com/espanol/tours_verapaces_esp.asp

Anónimo H 2004. <http://es.geocities.com/cafesano/Consortio.htm>

Anónimo I 2004. Cobán. <http://www.turansa.com/>

Álvarez, H.L. 2004. Noticias. <http://espanol.geocities.com/aquihuehuetenango/aquihu31.html>

Schuster, J. 2004. www.bvssan.incap.org.gt/bvs_incap/E/Publica/Notas/pub/eco.htm

C. Literatura consultada

Ceballos-Lascuráin, H. 1996. *Tourism, Ecotourism, and Protected Areas*. IUCN, Paris. 245pp.

VI. Anexos

1. Cuestionario del sondeo de mercado

CUESTIONARIO

PROFESIÓN

- | | Sí | No | |
|---|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1. ¿Estudia usted en un colegio privado? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 2. ¿Está su edad en el rango de 17-22 años? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 3. ¿Piensa ingresar a la universidad? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 4. ¿Ya sabe lo que desea estudiar? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 5. ¿Se ha informado de nuevas carreras y universidades recientemente? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 6. Marque los factores que influyen en su decisión de la carrera que va a estudiar en la universidad. | | | |
| Complacer a sus padres | <input type="checkbox"/> | Prestigio de la universidad | <input type="checkbox"/> |
| Cuotas mensuales | <input type="checkbox"/> | Duración de la carrera | <input type="checkbox"/> |
| Prestigio de la carrera | <input type="checkbox"/> | Experiencias ajenas | <input type="checkbox"/> |
| Satisfacción personal | <input type="checkbox"/> | Decisiones de otros amigos | <input type="checkbox"/> |
| Dificultad de la carrera | <input type="checkbox"/> | Fama de buen salario | <input type="checkbox"/> |
| Necesidad para el país | <input type="checkbox"/> | Dinamismo de la carrera | <input type="checkbox"/> |

TURISMO

¿Le gusta viajar? Sí No

Si sí:

7. Indique los cinco atractivos turísticos que más le gustan. Inicie con un "1" para su favorito, hasta llegar al número "5".
- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|---------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Cuevas | <input type="checkbox"/> | Lagunas cristalinas | <input type="checkbox"/> | Biotopos / Reservas | <input type="checkbox"/> |
| Miradores | <input type="checkbox"/> | Grandes lagos | <input type="checkbox"/> | Sitios arqueológicos | <input type="checkbox"/> |
| Volcanes | <input type="checkbox"/> | Nacimientos de ríos | <input type="checkbox"/> | Fósiles prehistóricos | <input type="checkbox"/> |
| Cenotes | <input type="checkbox"/> | Aguas termales | <input type="checkbox"/> | Culturas vivas | <input type="checkbox"/> |
8. Ahora haga lo mismo con las actividades que prefiere realizar al viajar.
- | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Montar a caballo | <input type="checkbox"/> | Rafting | <input type="checkbox"/> | Caminatas | <input type="checkbox"/> |
| Tubing | <input type="checkbox"/> | Nadar | <input type="checkbox"/> | Tomar fotos | <input type="checkbox"/> |
| Explorar cuevas | <input type="checkbox"/> | Rapell | <input type="checkbox"/> | Montar bicicleta | <input type="checkbox"/> |
| <i>Bird watching</i> | <input type="checkbox"/> | Canopying | <input type="checkbox"/> | Kayaking | <input type="checkbox"/> |
| Relajarse | <input type="checkbox"/> | Salir de noche | <input type="checkbox"/> | Ver televisión | <input type="checkbox"/> |
| Acampar | <input type="checkbox"/> | | | | |
9. ¿Considera usted importante lo siguiente a la hora de viajar?
- | | Sí | No |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Quedarse en hotel con baño privado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Que el viaje en el vehículo dure menos de 4 horas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Que todas las comidas sean de alta calidad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Beneficiar a las comunidades locales. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Que el precio sea económico, aunque disminuya la calidad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- Que no llueva.
- Viajar con seguro contra accidentes.
- Cuidar el patrimonio cultural y natural.
- Respetar a los habitantes locales en los destinos.

10. Nombre de su actual colegio_____

Eso fue todo, gracias por su ayuda.

Crista Fonca
Carnet: 01331 UVG

2. Brochure informativo y promocional del viaje a las Verapaces

ITINERARIO

- Día #1**
- Salida hacia Cobán las 2:30 PM
 - Hospedaje en hotel Doña Victoria (****).
 - (Cena por cuenta de cada uno).
- Día #2**
- Desayuno en hotel.
 - Tour Cuevas de Candelaria.
 - Tubing el río Sn. Simón / Visita a laguna Sepalau (depende del nivel del río).
 - Almuerzo en comunidad de Chisec.
 - Salida hacia el parque nacional Lachúa
 - Hospedaje en cabañas sobre la laguna.
 - Cena incluida.
- Día #3**
- Desayuno incluido.
 - Salida con destino final a Guatemala.
 - Almuerzo tipo pick-nick
 - Llegada a Guatemala a las 9:00 PM aproximadamente.

El tour incluye transporte, todas las comidas (menos cena viernes), hospedaje, entradas a parques, y guías.

NO OLVIDES

EMPACAR EN TU MOCHILA

- Ropa cómoda y zapatos deportivos para 3 días, incluyendo una mudada que puedas mojar.
- Repelente para mosquitos.
- Gorra y/o protector solar.
- Un pachón reusable para rellenar de agua.
- Una mochila pequeña para cargar en todo momento.
- Suficiente dinero en efectivo para tus compras opcionales, ya que el uso de tarjetas de crédito o débito es limitado.

ANTES DE SALIR

Aunque tomamos siempre todas las medidas de seguridad necesarias en nuestras excursiones, pueden existir eventualidades que se escapan de nuestro control. Por eso necesitamos tus datos y contactos de emergencia para poder responder adecuadamente ante cualquier eventualidad.

CONTACTANOS AL: 5308-5961



Conoce LAS VERAPACES

de una forma diferente y aprende sobre todo el potencial ecoturístico que posee Guatemala.



Tubing en el río San Simón.

El río San Simón atraviesa suavemente las cuevas de Jul' Ik y Bombil' Pek, las cuales se ubican a más de 300 kilómetros de la ciudad de Guatemala.



Jul' Ik y Bombil' Pek

Es el nombre de dos cuevas pertenecientes al Parque Nacional Cuevas de Candelaria.

Una forma divertida de recorrerlas es flotando en tubos inflables, que te llevarán lentamente dentro de las cuevas. Además llevarás una lámpara en la cabeza, para que no pierdas de vista ningún detalle.



VISITANDO OTRAS CULTURAS

Como ecoturistas debemos respetar los lugares que vamos a visitar incluyendo sus plantas, animales y habitantes. Para evitar molestias, les recomendamos tomar en cuenta lo siguiente:

- Antes de tomar fotografías a personas de las comunidades locales, pídanles su autorización.
- Es peligroso dar obsequios a los niños y establecer un contacto físico muy cercano, por lo que les rogamos se abstengan de hacerlo.

Laguna Lachúa

Es un parque ecológico y se ubica en la franja transversal que limita Alta Verapaz con otros departamentos. Su agua es totalmente cristalina.

Su importancia radica en que es el hogar de muchos animales salvajes, y a su alto contenido de azufre. Se puede apreciar una fauna muy variada.



- Entreguen su basura a las guías, si no hay basurero en donde la puedan depositar.
- Traten a los miembros de las comunidades con el debido respeto y admiración que se merecen.
- **POR FAVOR SER PUNTUALES EN TODO MOMENTO** y colaboradores; de eso depende mucho el éxito que tengamos.
- Sigán las instrucciones de las guías en todo momento.

3. Brochure informativo y promocional del viaje a Huehuetenango

ITINERARIO

Día #1

- Salida a las 2:30 a Huehuetenango
- Hospedaje en hotel Oro Verde (**).
- (Cena por cuenta de cada uno).

Día #2

- Desayuno en hotel Casa Blanca.
- Visita sitio arqueológico Chivacabé.
- Visita Cenote El Cimarrón.
- Almuerzo tipo lunch-pack en comunidad.
- Cena incluida en restaurante local.
- Hospedaje en Unicornio Azul.

Día #3

- Desayuno en Unicornio Azul.
- Tour de una hora a caballo por los Cuchumatanes.
- Visita Laguna Magdalena.
- Almuerzo tipo pick-nick
- Hospedaje en hotel Oro Verde, en cabecera departamental.
- (Cena por cuenta de cada uno)

Día #4

- Desayuno en Hotel Casa Blanca
- Salida para Guatemala ciudad a las 8:00 a.m.

El tour incluye transporte, todas las comidas (menos cena del día 1), hospedaje, entradas a parques, y guías.

NO OLVIDES

EMPACAR EN TU MOCHILA

- Ropa cómoda y zapatos deportivos para 4 días.
- Repelente para mosquitos.
- Gorra y/o protector solar.
- Un pachón reusable para rellenar de agua.
- Una mochila pequeña para cargar en todo momento.
- Suficiente dinero en efectivo para tus compras opcionales, ya que el uso de tarjetas de crédito o débito es limitado.

ANTES DE SALIR

Aunque tomamos siempre todas las medidas de seguridad necesarias en nuestras excursiones, pueden existir eventualidades que se escapan de nuestro control. Por eso necesitamos tus datos y contactos de emergencia para poder responder adecuadamente ante cualquier eventualidad.


CONTACTANOS AL: 5308-5961

GREEN TRIPPERS

est. 2004

Conoce HUEHUETENANGO

de una forma diferente y aprende sobre todo el potencial ecoturístico que posee Guatemala.



Laguna Magdalena.

Esta laguna se ubica en la cordillera de Los Cuchumatanes, a una altura de más de 3,000 kilómetros sobre el nivel del mar.



Los Chuchumatanes

Representan la cordillera no-volcánica más alta de toda Centro América. Cuenta con una gran variación de climas, ecosistemas y diversidad agrícola que, según



El Cimarrón y Chivacavé

Durante nuestra excursión también visitaremos un cenote de más de 200 metros de profundidad, conocido como El

Cimarrón, y un sitio paleontológico que prueba la presencia humana en Huehuetenango durante la última Era de Hielo, llamado Chivacavé.



VISITANDO OTRAS CULTURAS

Como ecoturistas debemos respetar los lugares que vamos a visitar incluyendo sus plantas, animales y habitantes. Para evitar molestias, les recomendamos tomar en cuenta lo siguiente:

- Antes de tomar fotografías a personas de las comunidades locales, pídasles su autorización.
- Es peligroso dar obsequios a los niños y establecer un contacto físico muy cercano, por lo que les rogamos se abstengan de hacerlo.

- Entreguen su basura a las guías, si no hay basurero en donde la puedan depositar.
- Traten a los miembros de las comunidades con el debido respeto y admiración que se merecen.
- **POR FAVOR SER PUNTUALES EN TODO MOMENTO** y colaboradores; de eso depende mucho el éxito que tengamos.
- Sigán las instrucciones de las guías en todo momento.

4. Ejemplo de formulario de liberación de responsabilidades por el Tour Operador (incluido en el CD)

Hoja de liberación de responsabilidades.

Para que este tour sea todo un éxito y para poderles brindar un mejor servicio, les solicitamos llenar este formulario.

También deseamos que se sientan seguros durante todo el tour, por lo que les pedimos que recurran a sus guías en cualquier momento si necesitaran ayuda. Al terminar de llenarlo, por favor entréguelo a un guía.

Nombre completo:_____

Dirección casa:_____

Teléfono residencia:_____Teléfono celular:_____

E mail:_____

Edad:_____ Sexo: f m Estado civil:_____

Es guatemalteco@ sí no Si es extranjero@ especifique:_____

Limitaciones físicas:_____Tipo de sangre:_____

Medicamentos especiales / alergias:_____

Dieta u otros:_____ Es vegetariano@ sí no

En caso de emergencia notificar a :_____

Tel._____ Celular:_____ Parentesco:_____

O a :_____ Tel._____

Como ecoturistas, debemos de respetar los lugares que vamos a visitar incluyendo sus plantas, animales y habitantes. Para evitar molestias, les recomendamos que sigan las siguientes reglas:

- Antes de tomar fotografías a personas de las comunidades locales, pídasles su autorización.
- Es peligroso dar obsequios a los niños y establecer un contacto físico muy cercano, por lo que les rogamos se abstengan de hacerlo.
- Entreguen su basura a las guías, si no hay basurero en donde la puedan depositar.
- Traten a los miembros de las comunidades con el debido respeto y admiración que se merecen.

- Recuerden que estarán de visita en el hogar de la flora y fauna de Huehuetenango; por favor respétenlas. (No alimentar, cazar o molestarlas).
- Si viajan con pareja, no le demuestren su afecto a gran escala en presencia de los miembros de las comunidades.
- Traten de no entrar en contacto con animales silvestres, ya que éstos podrían atacarlos.
- Durante las caminatas eviten separarse del grupo.
- Por favor no romper o rayar las paredes de ningún objeto de nuestro patrimonio natural y cultural.
- Mantengan baja la voz en los senderos (y NUNCA se salgan de ellos) ya que a veces se observan animales que se asustan con el ruido.
- Se les ruega no fumar dentro del vehículo. Lo podrán hacer cuando paremos a lo largo del tour, siempre teniendo en cuenta que es molesto para algunas personas del grupo.
- Depositen SIEMPRE las colillas APAGADAS en la basura.
- POR FAVOR SER PUNTUALES EN TODO MOMENTO y colaboradores; de eso depende mucho el éxito que tengamos.
- Sigán las instrucciones de las guías en todo momento.

Yo_____estoy consciente que mis guías NO son responsables de cualquier accidente o imprevisto que pueda ocurrir durante el tour, y me hago responsable de informar sobre algún problema que pueda poner en peligro mi salud o la de los demás. Acepto y estoy enterado de estas condiciones y sé que el tour requiere mucha actividad física. Cancelaré la totalidad del precio acordado.

Fecha:_____ Firma:_____

5. Encuesta a los alumnos que participaron en la presentación a los colegios

Promoviendo al Ecoturismo

Después de ver la presentación, por favor indique lo siguiente:

1. ¿Qué persigue el ecoturismo? Marque las respuestas correctas.

- | | |
|---|-----------------------|
| Traer mochileros a Guatemala. | <input type="radio"/> |
| Crear nuevas atracciones para turistas. | <input type="radio"/> |
| Mejorar la calidad de vida de los turistas. | <input type="radio"/> |
| Proteger el patrimonio natural y cultural de Guatemala. | <input type="radio"/> |
| Crear fuentes de empleo para los locales. | <input type="radio"/> |
| Educar tanto a visitantes como a los locales. | <input type="radio"/> |
| Traer expertos de otros países para que trabaje en los proyectos. | <input type="radio"/> |

- | | Sí | No |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 2. ¿Le pareció interesante la carrera? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3. ¿Consideraría estudiarla? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. ¿Por qué? | | |

5. ¿Qué fue lo que más le agradó / disgustó de la presentación?

6. Listado de contactos con “colegios semilleros” (incluido en el CD)

COLEGIO	TELÉFONO(S)	CONTACTO	CARGO	CICLO ACA.
1. Colegio Americano	369-0791 3640492	Bárbara de Barillas		
2. Liceo Javier	442-3524	Padre Luis Achaerandio	Vicedirector	Ciclo europeo
3. Colegio Suizo	360-9818 261-1142	Otto Blanco	Coordinador de Secundaria	
4. Instituto Guatemalteco Bilingüe	255 95 40 fax 261 1934	Sra. Lorena de Arias	Coordinadora de Secundaria	
5. Colegio Internacional Montessori	634-2129	Anabella de Gámez		
6. Colegio Metropolitano	634-6867	Lic. Helen de Pineda		
7. Colegio Monte María	442-0007			
8. Colegio Viena	2610208	Herr Batz	Director general	
9. Colegio Lehnsen	328-4500			
10. Colegio El Puente	368-0906 363-2878			
11. Colegio Evelyn Rogers	369-1616			
12. Colegio Interamericano	385-7088	Jenbli Miranda de Fuentes	Orientadora de secundaria	Ciclo europeo
13. Instituto Austriaco	2610208	Herr Batz	Director general	
14. Colegio Julio Verne	337-3518			Ciclo europeo
15. Colegio Alemán	4730836	Lic. Álvaro Cano	Director general	
16. Colegio El Roble	476-2973 442-2286			
17. Colegio Las Cumbres	368-0901 fax 363 6529	Sr. Francisco Meyer	Bachillerato en turismo	
18. La Preparatoria	261-1297	Alicia González		
19. Colegio Discovery (Alfredo Nobel)	3631501	Lic. Elizabeth Siekaviezza		
20. Colegio Campoalegre	442-3116 al 18			
21. Colegio Internacional	331-7384 334-6262			
22. Colegio MacDermont	478-5088			
23. Colegio Sagrado Corazón	255-8845	Maritza de Reyes		
24. Colegio Valle Verde	365-8243 fax: 3690563	Elisa de González	Psicóloga y orientadora	
25. Colegio Bilingüe Vista Hermosa	3658353 fax: 365 8353 al 6	Lic. Raquel de León.	Encargada de secundaria	
		Lic. Oscar Munoz Contreras	Director general	

7. Trifoliar informativo y promocional de la licenciatura y las excursiones

8. Afiche del tour a las Verapaces



9. Afiche del tour a Huehuetenango

CONOZCAMOS GUATEMALA ASOCIACION DE ESTUDIANTES DE ARQUITECTURA
segundo viaje
viaje a hue hue
28-31 mayo

Unicornio Azul
en este lugar haremos un tour a caballo

Laguna Magdalena

Cimarron
tiene aproximadamente 150 metros de profundidad

Los Cuchumatanes

para mayor información comunicarse con los miembros del consejo estudiantil. guías del tour: crista foncea y corina prieto
diseño poster : ricky titus.

10. Itinerario del viaje a las Verapaces

Día #1 (viernes 20 de febrero)

- Salida a las 2:30 PM de la gasolinera Esso, On the Run, boulevard Rafael Landívar, zona 15.
- Llegada a Cobán a las 8:30 PM.
- Hospedaje en hotel Doña Victoria (****).
- (Cena por cuenta de cada uno).

Día #2 (sábado 21 de febrero)

- Desayuno en hotel.
- Salida a las 7:00 AM con destino a las cuevas de Candelaria.
- Tour dentro de dos cuevas.
- Salida hacia Chisec.
- Tubing el río Sn. Simón / Visita a laguna Sepalau (depende del nivel del río).
- Almuerzo en comunidad de Chisec.
- Salida hacia el parque nacional Lachuá
- Hospedaje en cabañas sobre la laguna.
- Cena incluida.

Día #3 (domingo 22 de febrero)

- Desayuno incluido.
- Salida a las 11:00 AM del parque con destino final a Guatemala.
- Almuerzo tipo pick-nick
- Llegada a Guatemala a las 9:00 PM aproximadamente.

El tour incluyó transporte, todas las comidas (menos cena viernes), hospedaje, entradas a parques, y guías.

11. Itinerario del viaje a Huehuetenango

Día #1 (viernes 28 de mayo)

- Salida a las 2:30 PM del Restaurante Burger King, zona 13 (frente al reloj de flores)
- Llegada a Huehuetenango a las 8:30 PM.
- Hospedaje en hotel Oro Verde (**).
- (Cena por cuenta de cada uno).

Día #2 (sábado 29 de mayo)

- Desayuno en hotel Casa Blanca a las 7:00 AM.
- Salida a las 8:00 AM con destino Chivacabé.
- Visita a trinchera y museo.
- Salida hacia Cimarrón.
- Almuerzo tipo lunch-pack en comunidad.
- Salida de regreso a Huehuetenango.
- Cena incluida en restaurante local.
- Salida para Unicornio Azul, donde nos hospedaremos.

Día #3 (domingo 30 de mayo)

- Desayuno en Unicornio Azul.
- Tour de una hora a caballo por los Cuchumatanes.
- Salida a las 11:30 hacia Laguna Magdalena.
- Almuerzo tipo pick-nick
- Salida para Huehuetenango, y hospedaje en hotel Oro Verde.
- (Cena por cuenta de cada uno)

Día #4 (lunes 31 de mayo)

- Desayuno en Hotel Casa Blanca (incluido)
- Salida para Guatemala ciudad a las 8:00 AM.
- Llegada a Guatemala a las 12:30 PM aproximadamente.

12. CD con la presentación y formularios

13. Manual de autocapacitación (incluido en el CD)

Instrucciones:

- a) Leer este trabajo de graduación para enterarse debidamente de los objetivos del programa, acuerdos establecidos entre el departamento de Ecoturismo y el Tour Operados, condiciones y beneficios que conlleva ser un guía de turismo para este programa, resolver dudas sobre el pónsum y sistema de la licenciatura, etc.
- b) Establecer qué estudiantes van a participar en cada excursión, ya que es preferible que se enfoquen únicamente en la información del tour que van a conducir.
- c) Leer y aprenderse la información correspondiente al tour designado.
- d) Actualizarse e informarse de cualquier cambio que pudo haber habido tanto en la licenciatura, como en el destino o tour.
- e) Resolver cualquier duda previo a realizar el viaje.

INTRODUCCIÓN A LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL

Con el fin de poder transmitir mensajes exitosamente a una audiencia, el emisor debe utilizar lenguaje y medios fáciles de entender. En las áreas de la ciencia, leyes y otros, donde el lenguaje puede ser un tanto complicado, es necesario “traducir” ese lenguaje a formas más sencillas y entendibles para una persona que no se desenvuelve en las mismas áreas. Esto sucede también en Ecoturismo, especialmente porque es un tema muy relacionado a la naturaleza y porque es relativamente nuevo. Incluso existen palabras que originalmente estaban en otros idiomas y han sido adaptadas al español. A este tipo de interpretación, en donde se cambia el lenguaje técnico o avanzado a uno más popular, se denomina “Interpretación Ambiental”.

La interpretación ambiental es la metodología que permite darle valor agregado a los procesos de ecoturismo que se desarrollan en las áreas protegidas, sitios arqueológicos, etc. definiéndose como:

“La actividad de traducir el lenguaje de la naturaleza al lenguaje común de los visitantes, a través de técnicas especiales de comunicación. Aprovecha en forma directa los objetos y ambientes naturales y culturales. Debe provocar y estimular al visitante a pensar y llegar a conclusiones referentes a su relación con el medio ambiente. Normalmente se realiza en un sitio específico, para mejorar la comprensión del visitante de lo que está observando. En la mayoría de sitios turísticos, la interpretación ambiental constituye un componente fundamental en el manejo total de área; es también una herramienta clave en programas de educación ambiental más amplios desarrollados tanto dentro como afuera de las áreas protegidas” (Anónimo D 2004).

TOUR A HUEHUETENANGO

a) **En los caminos.** Cuando la excursión se realiza por medio terrestre, los paisajes, cambios climáticos y geológicos pueden ser factores que hagan el recorrido un poco más interesante. Tener paradas previamente establecidas y anunciadas es otra forma de agradar a los turistas. En el caso del camino hacia Huehuetenango, se recomienda una única parada en un área en donde se brinden los servicios turísticos básicos, tales como sanitarios, restaurantes, tiendas, etc., por ejemplo, en Katok.

Katok se encuentra a una altura de 2,100 msnm aproximadamente. A lo largo del camino se pueden ir observando especies como las casuarinas (*Casuarina equisetifolia*), magueys (*Agave spp.*), alisos (*Alnus sp.*), saucos (*Sambucus nigra* L.), etc. De cada una de estas especies se puede mencionar su importancia tanto a nivel mundial, como para la región local.

Otro dato interesante es el mercado de San Francisco el Alto. Este se dice ser el mercado más grande de Centro América, y opera principalmente los domingos. Se ubica en el Km 207 de la carretera CA-1.

b) **El departamento.** Huehuetenango es un bello departamento que se encuentra situado al noroeste de Guatemala. Al norte está limitado por el estado de Chiapas, México; al oriente está limitado por el departamento de El Quiché; al sur está limitado por los departamentos de Quetzaltenango, San Marcos y Totonicapán. Huehuetenango se encuentra a 265 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala, viajando por la carretera interamericana, lo cual se recorre en cuatro horas

aproximadamente viajando en automóvil. Se encuentra a 88 kilómetros del Departamento de Quetzaltenango. El 65% de la población del departamento es ladina, mientras que el otro 35% es indígena.

Su cabecera departamental (a 1,902 metros sobre el nivel del mar) goza de un clima muy agradable, durante el día es soleado, y durante la noche el clima es muy fresco, la temperatura varía entre los 10 grados centígrados como mínimo y 23 como máximo. El departamento posee una inigualable belleza en paisajes, al norte de la cabecera se encuentra la imponente cordillera de los Cuchumatanes, que puede ser vista desde el mirador. También cuenta con un monumento arqueológico donde habitaban los mames, Las Ruinas de Zaculeu. Otros destinos turísticos dentro del departamento son la Laguna Brava, el Cimarrón (ambos cerca de la frontera con México), y en el municipio de Aguacatán el bello nacimiento del río San Juan.

Huehuetenango cuenta con un sinnúmero de tradiciones entre las cuales tenemos: La Serenata Huehueteca, que es llevada a cabo dos veces al año, el miércoles santo, durante la Semana Santa y el 31 de Octubre, el día de Los Santos, las cuales consisten en que los señores enamorados le llevan música a la dama de sus simpatía. También durante el mes de julio se llevan a cabo las festividades denominadas Fiestas Julias, con la realización de eventos culturales y deportivos, donde se elige a la Reina Departamental y Señorita Huehuetenango, y se realiza un desfile de colegios y escuelas por todas las calles de la Ciudad de Huehuetenango.

La presencia de un glaciar, hace aproximadamente 18,000 años, es otro dato que puede ser de gran interés para los visitantes. Existe un área en la cordillera, en donde se puede admirar hasta dónde llegó ese glaciar. Sobre las rocas se ven algunas rayas, causadas por la fricción con el hielo. Lamentablemente no tengo la ubicación exacta, pero motivo a los planeadores de las excursiones a que investiguen sobre este lugar, para poderlo integrar al itinerario si lo consideran conveniente.

Las casas en los Cuchumatanes también son especiales. Muchas tienen un tubo que sale del techo de la casa hacia un depósito de cemento. Este lo utilizan para almacenar el agua de lluvia, ya que en muchos meses el agua es escasa.

Entre otros datos del departamento tenemos:

Extensión Territorial Total: 7,400 Km².

Población: Aproximadamente un millón de habitantes.

Producción Agrícola: Maíz, frijol, café brócoli, cebolla, espárragos.

Lenguas: Español, mam, kanjobal, etc.

Otros lugares Turísticos: Todos Santos Cuchumatán, La Villa de Chiantla.

Municipios: 31

Religión: Catolicismo (90%), Evangélico (10%). (Anónimo E 2004)

c) **Chivacabé.** En el Km 264 de la carretera CA-1 se encuentra este sitio. Su nombre puede significar “Cruce de caminos” en la lengua mam, como comenta su dueño, Don Octavio Alvarado, no está seguro si es porque en el pasado hubo una chiva (vaca joven) que no cabía en su corral y su amo le dijo “chiva, cabé!”

Aquí se encuentran fósiles de mastodonte, descubiertos en 1976 cuando este señor cavaba un agujero para hacer un pozo de agua. Dentro de los fósiles se puede observar un colmillo de más de dos metros de largo, muelas, huesos de venados, gliptodontes, etc. Don Octavio cuenta que le dijeron que el carbón también encontrado, provee una evidencia de la presencia de hombres hace aproximadamente 30,000 años. Sin embargo esta información es muy dudosa. Sí se encontró una punta de lanza Folsom, que probablemente data de hace 10,000 años.

d) **El Cimarrón.** El Cimarrón es un cenote que se encuentra después del municipio de Nentón, llegando a la frontera con México. Se cree que fue un sistema de cuevas que colapsó, dejando un agujero enorme con un bosque húmedo virgen en el fondo. Algunos guías dicen que tiene más de 200 metros de profundidad, y aproximadamente 75 de diámetro. (Personalmente creo que es menos profundo).

e) **Unicornio Azul.** El Unicornio Azul es una finca ecuestre localizada a 7 kilómetros de El Mirador, sobre los Cuchumatanes. Desde su origen no fue concebido como un hotel sino como un lugar que reúne a amantes de la naturaleza y de los caballos en un ambiente sencillo pero acogedor y familiar.

Brindan hospedaje únicamente para las personas que deseen realizar algunos de los recorridos a caballo que se ofrecen. Estos varían desde recorridos de una hora, hasta viajes de una semana, en donde el jinete conoce comunidades y paisajes de una forma diferente.

f) **Laguna Magdalena.** En jurisdicción de los municipios de Chiantla y San Juan Ixcay está ubicada la Laguna Magdalena que se formó en una de las partes más

altas de "Los Cuchumatanes". Durante muchos años ha sido un punto de atracción para el turismo nacional y extranjero que por miles, ha llegado a conocer el lugar. La Laguna se calcula que ha tenido una profundidad promedio en invierno de poco más de dos metros con agua limpia, pero que por su temperatura muy fría, no invita a bañarse en ella (Álvarez, 2004).

g) El Mirador. El mirador Juan Diéguez de Olaverri, nombrado así en honor del guatemalteco que escribió el poema "A los Cuchumatanes", se encuentra en la cima de la carretera que asciende esta cordillera desde Chiantla, antes de llegar a Chancol. Aquí se encuentra un monumento a la Paz, en donde está escrito el poema. También es cada año la meta de la media maratón "El Ascenso a Los Cuchumatanes". Desde aquí se puede apreciar la cabecera departamental y un lindo paisaje.

TOUR A LAS VERAPACES

a) En el camino. En el camino a Cobán se encuentra el Biotopo del Quetzal, un hábitat protegido desde 1981 por ser una reserva del Quetzal (el ave nacional de Guatemala). El Quetzal, una de las especies más extrañas de la tierra era apreciado por los antiguos Mayas por sus brillantes verdes plumas que eran utilizadas para su embellecimiento, emblemas de poder y también cambiadas por dinero. El Quetzal es tan admirado que se utilizó como elemento del escudo de armas Guatemalteco y en 1926 grabado en la moneda del país.

Otros pueblos conocidos por sus tradiciones y coloridos mercados son Santa Cruz, San Juan Chamelco, San Pedro Carchá y Tactic (Anónimo G 2004).

b) Cobán. La capital de Alta Verapaz es la ciudad de Cobán, localizada 219 kilómetros al norte de la ciudad de Guatemala, situada a la orilla del río Cahabón. Mientras se está en Cobán lugares a visitar son el mercado central, El Calvario (la catedral principal) y la guardería de las Verapaces, una de las mejores granjas de orquídeas de las Américas presentando 60,000 ejemplos de unas 750 especies, 200 de las cuales son miniaturas (Anónimo G 2004).

El municipio de Cobán del departamento de Alta Verapaz, limita al Norte con el municipio de Chisec y la República de México; al sur con los municipios de San

Cristóbal Verapaz, Santa Cruz Verapaz, Tactic y Tamahú; al oriente con los municipios de San Pedro Carchá y San Juan Chamelco; al occidente con el municipio de Uspantán, del departamento del Quiché. La altura de la cabecera del municipio es 1,316 metros sobre el nivel del mar.

Cuenta además con variedad de orquídeas, sobresaliendo entre ellas la Monja Blanca (*Lycaste skinerii* var. Alba), así mismo existe una alta producción de azaleas, camelias, dalias, etc.

La fauna existente en el municipio es bastante numerosa, entre las especies que sobresalen están: el tigrillo, venado grande, el venado cola blanca, los cabros de monte, tigres, ocelotes, las chachas, el coche de monte, el jabalí, la cotuza, el puercoespín, el tepescuintle, el pisote, la ardilla, el mapache, el loro, la guacamaya, el ceniztonle, el guardabarrancas, etc. (Anónimo H 2004).

c) Cuevas de Candelaria. Este es un paraje sin igual. En estas cavernas usted encontrara un río que ingresa, además de varios tramos fluviales incluso algunos navegables; algunos vestigios pre-hispánicos gran variedad de fauna cavernícola, ideal tanto para profesionales de la espeleología como para los aventureros (Anónimo I 2004).

d) Laguna Lachuá. El parque nacional Laguna Lachuá es un área de alrededor de 16.000 hectáreas, donde muchas especies de flora y fauna son protegidas. Desde la entrada del parque uno debe caminar aproximadamente 4.2 kilómetros para llegar a la laguna. A lo largo del sendero se puede observar especies de árboles regionales, con sus nombres científicos y comunes que hacen de este recorrido un paseo muy entretenido. Es permitido nadar en el agua cristalina de la laguna. Ésta tiene la forma de un cono perfecto, y cuenta con una profundidad de 240 m y un diámetro en su superficie de 2,5 kilómetros. La temperatura del agua es bastante agradable; permanece constante alrededor de los 24 grados centígrados durante todo el año. El origen de esta laguna es un misterio; pero una de las teorías propone que fue formada al chocar un meteorito en la tierra.

Para llegar hay que ir desde Cobán hacia el municipio "Chisec". Ahí se toma una carretera de terrasería (30km) camino a Petexbatún.

14. Logos utilizados para Green Trippers



* Diseño por Ricky Titus. Se prohíbe la reproducción total o parcial de afiches y logos presentados en este trabajo sin autorización de su autor.

15. Carta dirigida a los colegios (también incluida en el CD).

Guatemala, 11 de agosto de 2004

Sra. Elsa de González
Coordinadora de Secundaria
Colegio Valle Verde

Estimada Sra. de González:

El motivo de la presente es informarle sobre un programa de promoción de “Ecoturismo” que estoy llevando a cabo con distintos colegios privados de esta ciudad. El programa incluye una reunión con bachilleres, donde se les motiva a hacer excursiones ecoturísticas, se explica qué es Ecoturismo, y los beneficios que éste trae a la sociedad guatemalteca. El motivo principal del programa es dar a conocer una alternativa más para una posible profesión de los bachilleres, a la hora de ingresar a la universidad.

Actualmente el programa se encuentra en la fase de implementación, motivo por el cual desearía visitar el **Colegio Valle Verde**, y que sus futuros egresados puedan ser también beneficiados en cuanto a orientación vocacional se refiere.

Si usted desea que le informe más sobre el programa, yo pudiera visitarle en el transcurso de esta semana y entregarle material escrito. Cualquier duda, por favor, no dude en comunicarse conmigo, será un placer atenderle.

Atentamente,

Crista María Foncea Ferraté
Estudiante de la licenciatura en
Turismo sostenible y Ecoturismo
fon01331@uvg.edu.gt
tel. 216 - 0730