

Plan estratégico para la promoción del balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá

GIL, Vivian
GOUVEIA, Edith
ATENCIO, Maxula

*Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación (Centro de Estudios Geográficos)*

Resumen

La finalidad de esta investigación fue proponer un plan estratégico para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico del municipio Rosario de Perijá. La metodología es descriptiva, proyectiva, con un diseño de campo, no experimental. La población estuvo constituida por ochenta y ocho (88) habitantes del sector Arimpia, zona poblada próxima al Balneario Agua Hedionda. Las técnicas utilizadas fueron la observación y la encuesta con un cuestionario conformado por (17) ítems, con alternativas de respuesta dicotómicas. La validez del instrumento estuvo a cargo de tres (3) expertos del área de geografía. Se realizó un tratamiento estadístico tipo descriptivo-explicativo. Los resultados obtenidos nos conducen a la elaboración de un plan estratégico para la promoción del Balneario, como lugar geoturístico, beneficiando el turismo y la economía el municipio Rosario de Perijá del estado Zulia.

Palabras clave: Geoturismo, Plan estratégico, Balneario, Rosario de Perijá.

Strategic Plan for the promotion of the Spa Agua Hedionda as geotourism potential in Rosario de Perijá

Abstract

The purpose of this research was to propose a strategic plan for the promotion of the Spa Agua Hedionda as geotourism potential of Rosario de Perija. The methodology

Recibido: 15/01/2014

Aceptado: 25/03/2014

is descriptive, projective, with a not experimental field design,. The population consisted of eighty-eight (88) people of Arimpia sector populated area near the Spa Agua Hedionda. The techniques used were observation and a survey made up of (17) items, with dichotomous response alternatives questionnaire. The validity of the instrument was conducted by three (3) experts in the field of geography. A descriptive explanatory type statistical treatment was performed. The results lead us to the development of a strategic plan for the promotion of the spa, as a geotourism place, benefiting tourism and the economy in Rosario de Perijá, Zulia state.

Keywords: Geotourism, Strategic plan, Spa, Rosario de Perijá.

Introducción

El turismo, como industria, es un fenómeno reciente en el mundo, pero tiene una gran significación económica, social y cultural, al buscar satisfacer la necesidad humana de descanso y recreación. A comienzos del siglo XXI, es considerado una actividad económica y social de gran importancia, sin embargo, no libre de amenazas en cuanto a su competitividad y sostenibilidad. Su desarrollo, y por lo tanto, su capacidad de contribuir al bienestar de los actores involucrados, están profundamente interrelacionados con la estructura de nuestras sociedades contemporáneas. Es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal cada persona tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma y por lo tanto, su definición desde el punto de vista general tiene muchas interpretaciones. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) define al turismo como la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo menor a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos.

En otro sentido Cavassa (2006) define al turismo como un fenómeno de desplazamiento temporal, que efectúa un individuo voluntariamente desde su lugar habitual de residencia a otra destino, por motivo de recreación, descanso, salud, entre otros, pero sin que lo mueva un fin de lucro y sin la idea de expatriarse. Asimismo, el autor afirma que el turismo es un fenómeno socioeconómico y cultural que integra al grupo humano y se transforma en un vínculo de interrelación humana.

En lo que se refiere al turismo como actividad económica, en muchos

países lo han tomado como una necesidad por parte de las naciones, por la atracción de ingreso que este proporciona, pero en la actualidad las ganancias del turismo no son solo económicas, pues el intercambio de cultura es muy importante porque permite además involucrar al turista y el anfitrión. De igual manera, cabe recalcar que dos de los principales objetivos del turismo consiste en la paz y la amistad entre los países.

En tal sentido, el estado Zulia cuenta con un potencial de atractivos turísticos y recreacionales, derivados de lugares con diversidad paisajista y climática de su territorio, con valores culturales de su riqueza histórica, étnica, folklórica y artística, así como también en el campo científico, tecnológico y educativo, que permite llevar a cabo estos objetivos planteados hoy con la actividad turística. De esta manera se tiene que la naturaleza ha ofrecido ciertas condicionantes que se deben aprovechar como su posición geográfica, convirtiéndola en una región costera, a su vez este estado está rodeado por el Lago de Maracaibo, que permite ofrecer más de 80 kilómetros de playa a todo lo largo de la península de la Guajira, desde San Carlos hasta Castilletes.

Por otra parte, en el estado Zulia la naturaleza ha ofrecido ciertas condicionantes que se deben aprovechar como su posición geográfica, convirtiéndola en una región costera, a su vez este estado está rodeado por el Lago de Maracaibo, que permite ofrecer más de 80 kilómetros de playa a todo lo largo de la península de la Guajira, desde San Carlos hasta Castillete. Posee municipios de gran importancia turística, caso específico el municipio Rosario de Perijá, que cuenta con espacios turístico que forman el potencial del paisaje que no han sido explotado en su totalidad, esta región posee atractivos que no son reconocidos por las comunidades que lo rodean, ejemplo claro son algunos balnearios, ríos, parques, así como también la serranía de Perijá ubicada en este mismo municipio. Estas comunidades que están alrededor de estos espacios no se sienten identificadas con estos lugares, trayendo así como consecuencia el deterioro y abandono del mismo.

En este orden de ideas Fuenmayor (2005), plantea que el municipio Rosario de Perijá, posee limitaciones destacando la ausencia de infraestructuras desde el punto de vista turístico. Asimismo, señala que existen pequeños balnearios de algunos de sus ríos que aprovechan principalmente los vecinos del municipio; es decir, son lugares que no son conocidos en otros municipios y mucho menos en otros estados haciéndose dificultoso el co-

nocimiento del mismo. Ante esta realidad el problema de investigación es el desconocimiento del potencial geoturístico del Balneario Agua Hedionda ubicado en el municipio Rosario de Perijá.

La ignorancia de potencialidades geoturísticas es un problema que ha sido detectado en otros contextos. Cabe señalar que la problemática del desconocimiento de espacios para el Geoturismo se han reflejado en diferentes lugares como lo demuestra Alvir (2003), donde expone la idea que los nicaragüenses no poseen un total discernimiento sobre lugares turísticos en Managua (Nicaragua), siendo esto causado por falta de conciencia turística que trae como consecuencia el descuido de lugares con alto potencial turísticos en Managua.

En este orden de ideas, en el estado Zulia, resulta oportuno mencionar la importancia de solventar la problemática del desconocimiento del Balneario Rio Agua Hedionda como potencial geoturístico, puesto que de continuar, sería inevitable el deterioro total del mismo y por ende perder un espacio geográfico que da vida a un ecosistema que alimenta directa e indirectamente a las comunidades que lo rodean, especialmente a la comunidad de Arimpia, ubicado en el municipio Rosario de Perijá, por ser la más cercana.

De continuar el desconocimiento de espacios geoturísticos como lo es el Balneario Agua Hedionda, traerá como resultado el no ser reconocido por habitantes de otros municipios aledaños, si no se llevan acabo propuestas que impulsen al municipio, basados en el alto potencial turístico que posee esta región, aunado a los habitantes que ofrecen una calurosa compañía al visitante.

Ante la situación planteada cabe acotar que el desconocer lo que se posee, induce a subestimar el potencial turístico que tiene un pueblo, ocasionando mala información y por ende mal trato al turista. En efecto, es necesario implementar valores a las generaciones futuras de las comunidades de Arimpia, Puentecita y Los Haticos para que preserven el potencial geoturístico que los rodea. De lo anteriormente expuesto, se formula la siguiente interrogante ¿Cuenta el Balneario Agua Hedionda con recursos para ser desarrollado como un potencial geoturístico? Para ello, se propone un plan estratégico para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá.

1. Fundamentos Teóricos

Plan estratégico

Lógicamente, dentro de las herramientas para el desarrollo adecuado de un destino turístico se encuentra la planificación, que Acerenza (2002), define como la selección consciente de determinada línea de acción, que se diferencia de las acciones adoptadas por costumbre, impulsos irracionales e incluso, por ignorancia, ya sea para el avance de un destino turístico o para el diario vivir, la planificación es de vital importancia, puesto que para cualquier circunstancia en la que se desee alcanzar los objetivos y metas propuestos primero se tendrá que trazar un plan que permita adelantarse a futuros eventos y acontecimientos.

La planificación consiste precisamente en determinar los objetivos del trabajo, ordenar los recursos materiales y humanos disponibles, establecer los métodos y técnicas por emplear, y precisamente la forma de organización requerida, así como todas las especificaciones necesarias para que la conducta de la personas o grupo de personas que en un momento dado intervendrán sea causada de manera racional hacia el logro de los resultados que se pretenden.

Asimismo, la planificación estratégica aplicada al desarrollo turístico sostenible en el ámbito local se fundamenta, en un carácter integral, en donde se incorporan contenidos y objetivos pertenecientes al ámbito económico, social, educativo, ambiental, territorial, cultural, institucional, entre otros. Así como, la utilización del Plan Estratégico como instrumento de discusión y unificación de diagnósticos, coordinación y concreción de actuaciones públicas y privadas, y establecimiento de un marco coherente y estable de movilización y cooperación de los agentes sociales. Entendiéndose por plan estratégico de acuerdo Acerenza (2002), como el proceso destinado a determinar los objetivos generales del desarrollo, las políticas y las estrategias guíaran los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin.

De acuerdo con lo anterior, Fristt, 1998 (citado por Bincomo y Serrano, 2005), considera que el plan estratégico es un proceso evolutivo donde los objetivos a conseguir se unen a los alineamientos o normas estratégicas que logren capturar la inversión para el desarrollo de los recursos.

De igual modo Reese, (1999), explica que el plan estratégico es un instrumento de gestión. Su objetivo es servir de herramienta para transformar la realidad a partir de establecer estrategias para promover el desarrollo. Por lo tanto, un plan estratégico representa un proyecto colectivo y global de la ciudad, municipio, parroquia o sector y la gestión, con objetos intersectoriales dirigidos al desarrollo y capaz de convertirse en un espacio de acuerdos y de movilización de la sociedad. Considerando los postulados presentados, la planificación estratégica consiste en desarrollar programas de acción, con plazos de tiempo especificados, medios implementados y responsabilidades en la ejecución.

Elementos conceptuales de un plan estratégico

- Reese (1999), plantea los elementos conceptuales que forman un plan estratégico, esto son los siguientes:
- Directriz general del plan: es el objetivo central, el elemento globalizador de todas las estrategias, en suma, el marco de referencia que evidencia el consenso para avanzar hacia el logro de los cambios.
- Líneas estratégicas del plan: son los temas claves para pasar de la situación actual de la ciudad a la situación deseada, son las aéreas más relevantes que apuntan directamente hacia el logro de la Directriz general.
- Líneas específicas del plan: son los medios para alcanzar el objetivo central dentro de cada una de las líneas estratégicas definidas y se integran de una serie de sub-objetivos.
- Sub-objetivos del plan: son las agrupaciones de las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar cada objetivo específico dentro de cada línea estratégica.
- Acciones del plan: se trata de las medidas o instrumento completo de implementar para contribuir a la realización del plan.

Potencial geoturístico

Un potencial geoturístico es un recurso que tiene posibilidades de ser explotado como un lugar atractivo demostrando las cualidades que este posee.

Promoción

Según Thompson, (2005), la promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para logra objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al publico objetivo, acerca de los productos o servicios que se comercializan.

Asimismo, el diccionario de la Real Academia Española define el término de promoción como el conjunto de actividades cuyo objeto es dar a conocer algo o incrementar sus ventas y en su definición más corta, la define como la acción y efecto de promover. Por consiguiente, la promoción consiste en actividades comunicacionales planificadas y bien fundamentadas para difundir la información sobre un producto, servicio o empresa con la finalidad de motivar o incentivar al receptor hacia la adquisición de estos.

Características geoturísticas del Balneario Agua Hedionda

- Es un espacio natural
- Presenta diversidad en su flora y fauna
- Posee como fuente curativa aguas sulfúricas (aguas de azufre)
- Tiene la representación de un río
- Tiene comunidades a sus alrededor con un alto potencial cultural e histórico
- Su gente es de gran calidez humana y receptiva.
- Posee un espacio físico ambiental de considerable belleza para ser disfrutado y aprovechado geoturísticamente

2. Metodología.

Esta investigación se clasifica como descriptiva, ya que se diagnosticó las condiciones del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico. Arias (2006). Asimismo, se ubica en una investigación proyectiva, se propone plan estratégico como herramienta para promover el balneario. Ferrer (2008), el diseño fue de campo, no experimental. La población objeto de estudio fueron 80 habitantes del sector Arimpia, comunidad ubicada en las proximidades del balneario, parroquia el Rosario del municipio Rosario de

Perijá, estado Zulia. Las técnicas empleadas para la recolección de datos fue la encuesta, con un instrumento de 17 ítems. En cuanto a la aplicación de la técnica documental se emplea una matriz de análisis que a juicio de son instrumentos propios de las técnicas de revisión documental. Sus ítems se basan en un criterio de análisis con el cual es posible interpretar o criticar el evento de estudio descrito en algún documento. La validación estuvo representada por tres expertos en Turismo.

3. Discusión de los resultados

En relación al ítems Conoce usted el Balneario Agua Hedionda, los resultados arrojados a través de la encuesta realizada en la comunidad de Arimpia, en los cuales se puede apreciar que los 88 pobladores que constituyen el 100% de la población, conocen el Balneario Agua Hedionda. Para ítems ¿Cree usted que el Balneario Agua Hedionda servirá de lugar turístico en el municipio Rosario de Perijá?, se muestra el resultado obtenido el 88 pobladores que constituyen el 100% de la población de esta investigación, consideran que el Balneario Agua Hedionda servirá de lugar turístico en el municipio Rosario de Perijá, dejando claro que todos tiene que trabajar en conjunto para que esto suceda, razón por la cual, esta propuesta es de gran relevancia para el desarrollo turístico de esta región ubicada en el estado Zulia. Cabe destacar, que el Balneario Agua Hedionda posee alto potencial geoturístico, área que tiene posibilidades de ser explotado como un lugar atractivo demostrando las cualidades que este posee.

Para el ítems Sabe usted si el Balneario Agua Hedionda presenta elementos contaminantes estas, se puede evidenciar que el 72% de los encuestados opinan que la degradación de la vegetación es relevante en las áreas del balneario, por otro lado el 27% señala que posee contaminación de desechos sólidos cercanos al balneario y que se debe a la ausencia de contenedores para colocar los desechos. En el Ítems ¿Conoce las propiedades naturales que posee el Balneario 43 habitantes encuestados consideró la opción Si, alcanzando un 49% de la población y 46 respondieron que No conocen las propiedades naturales del balneario y curativas. En el análisis de esta propuesta se observa que los habitantes, desconocen las propiedades curativas que poseen las aguas del Balneario.

Autor	
Definición de características Geoturísticas	Lisette López (Enfermera)
<p>María Granadillo (Ama de casa)</p> <p>Según la encuesta señalada señala que las características geoturísticas son las que resaltan y le da belleza a un lugar, como por ejemplo su flora y fauna. Asimismo nos indica que el Balneario posee estas características ya que las mismas predominan en él.</p> <p>Es el conjunto de cualidades que distinguen un lugar por sus rasgos naturales, culturales e históricos. (Definición propia)</p>	<p>Leonardo Sánchez (Chofer)</p> <p>Según su opinión, las características geoturísticas son aquellas que indagán sobre la historia, cultura y el paisaje de un lugar. De igual modo el Balneario posee breves indicadores referentes a características geoturísticas debido a que se observa en el paisaje que lo rodea.</p>
Autor	
Definición de Política Pública	municipio Rosario de Perijá
<p>Pérez (2008) Las políticas públicas es una disciplina de las ciencias políticas que tiene por objetivo el estudio e implementación de los planes en las áreas de desarrollo social como: infraestructura, educación, salud, seguridad, etc.</p> <p>Kraft y Furlong (2006) plantean que una política pública es un curso de acción o de inacción gubernamental, en respuesta a problemas públicos.</p>	<p>Plan de deporte extremo.</p> <p>Proyecto de vialidad, su objetivo es mejorar el camino hacia el Balneario, debido a que se hace complicado llegar hasta él.</p> <p>Proyecto de aventura extrema donde se planteará el lanzamiento de parapente desde la Sierra de Perijá donde está lo más alto del Balneario Agua Hedionda.</p>

Cuadro 1. Matriz de Análisis Fuente: Arencio, Gil y Gouveia (2014).

En relación a los ítems ¿Ha visitado las piscinas de azufre que están en el Balneario Agua Hedionda?, se puede contactar que por las respuestas de los habitantes de la comunidad de Arimpia, en un 100% de los encuestados ha visitado las piscinas de azufre que están en el Balneario Agua Hedionda, aprovechando sus recursos naturales. Para Whittow, (1996) los recursos naturales son aquellas partes del entorno que son capaces de satisfacer las necesidades de sus pobladores. Por ende, es necesario que se preserve y proteja. En relación al ítems ¿Hay establecimiento para alojarse en las inmediaciones del Balneario Agua Hedionda? , se puede evidenciar que el 80% de la población señalan que no hay establecimientos para alojarse en el Balneario Agua Hedionda, el 20% de los encuestados expresa que si hay alojamiento. Lo que demuestra que la infraestructura física en relación al alojamiento es insuficiente para hacer permanencia en el lugar.

Para el ítems ¿Cree usted que si existiera donde alojarse en el Balneario Agua Hedionda crecería el número de turista? , se puede observar como resultado que el 91% piensa que de haber alojamientos en el Balneario Agua Hedionda crecería el número de turista en la zona. Como complemento en el ítems ¿Cree usted que el Balneario Agua Hedionda debería tener un parque para niños? , se puede evidenciar que por las respuestas a las encuestas aplicadas, los habitantes de la parroquia Arimpia en un 94% expresan que balneario debería tener un parque para niños para su recreación y 6% no cree que sea necesario. Por lo que se hace necesaria la construcción de alojamientos y parque para niños que sirvan para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico.

En relación al mantenimiento de las áreas del Balneario y solicitar la opinión en que tiempo determinado debería limpiarse el área de esparcimiento del Balneario Agua Hedionda, se evidencia que el área de esparcimiento debe limpiarse cada 1 mes según el 79%, para evitar algún tipo de contaminación, ya que no posee contenedores para colocar los desechos sólidos dejados por algunos visitantes de la zona. Asimismo, el 22% opina que la limpieza debe ejecutarse cada 3 meses, 2% cada un año. Por otra parte, al formular el ítems, señale si algunas de estas actividades afectan contra los espacios naturales del Balneario Agua Hedionda, el 71% de los habitantes señalan que la explotación forestal es una de las actividades que atenta con los espacios naturales del balneario agua hedionda, seguido la pesca de un 19% y por último extracción de cemento con un 10%.

En consecuencia, se puede observar que este espacio está siendo desasistido por entes gubernamentales y la misma comunidad, en él se hace presente actividades que atenta con los espacios naturales como la explotación forestal. Por lo tanto, el ítems ¿Cree usted que el Balneario Agua Hedionda está deteriorado ambientalmente? , el resultado obtenido muestra que el 75% de los encuestados señalan que el balneario no está deteriorado ambientalmente, y el 25% respondieron que sí. Contradiciéndose, ya que acepta que hay actividades que atentan contra los espacios naturales. Por lo que, se hizo evidente que los pobladores de la comunidad de Arimpia no van continuamente al balneario, no están seguros si existe un deterioro ambiental.

Al formular los ítems relacionados con las potencialidades en relación a la biodiversidad del balneario, preguntando ¿Cuáles animales son comunes en el balneario agua Hedionda?, se puede apreciar que los 88 pobladores expresan, que el mono es el animal más común en el balneario lo que representa el 68 % seguido de la opción, la serpiente con un 11%, la iguana un 6% y la ardilla un 0%. Para el ítems, según su opinión identifique cual es la flora que predomina en el Balneario Agua Hedionda, se puede observar que el 61% de los pobladores identifican como flora predominante a la ceiba, el 24% el musgo, el 14%, el 1% el araguaney y 0% el samán. Para el ítems, cuales animales considera que está en peligro de extinción, se evidencia los resultados arrojados a través de la encuesta realizada en la comunidad de Arimpia, para los cuales se puede apreciar que de la población encuestada, el 71% considera que el animal que está en peligro de extinción es el mono, seguido de la ardilla con un 18%, la iguana con un 10% y el cachicamo con 1%. Colocando como observación que estos animales están en peligro de extinción por la caza continua del mismo.

En relación al ítems, que planta considera que está en peligro de extinción, el resultado arroja que el 69% de la población señala que el cedro es la especie vegetal que está en peligro de extinción por la tala, ya que la están utilizando para madera, en segundo lugar tenemos la ceiba con un 25% y por último el samán con un 6%. En este sentido, los habitantes encuestados señalaron que tanto la flora y fauna están en peligro de extinción producto de la actividad humana.

Finalmente, el ítems referido a las características geoturísticas que posee el balneario Agua Hedionda, se puede observar que el 100% de los habitantes

encuestados, opinan que el balneario cuenta con las siguientes características geoturísticas: diversidad en su flora y fauna, fuente curativa e hidrografía y que las mismas sería explota para impulsar el desarrollo económico de la comunidad de Arimpia y del municipio Rosario de Perijá. Por lo tanto, el balneario cuenta con flora, fauna, fuentes curativas e hidrografía señalándolas como las principales características geoturísticas del lugar. Partiendo de la definición propia, las características geoturísticas es el conjunto de cualidades que distinguen un lugar por sus rasgos naturales, culturales e históricos, para ser considerado como un atractivo turístico.

Luego de analizar los resultados obtenidos, a través de la aplicación del instrumento de recolección de los datos aplicados a los pobladores de la comunidad de Arimpia asentamiento poblacional más cercano al balneario agua hedionda, se reflejan diversas tendencias conformes a los objetivos planteados en la investigación.

Con respecto al objetivo específico 1, en cual es Identificar las características geoturísticas que posee el Balneario Agua Hedionda, se obtuvo como resultado que el 100% de los habitantes considera que el Balneario cuenta con flora, fauna, fuentes curativas e hidrografía señalándolas como las principales características geoturísticas del lugar. Partiendo de la definición propia, las características geoturísticas es el conjunto de cualidades que distinguen un lugar por sus rasgos naturales, culturales e históricos, para ser considerado como un atractivo turístico.

Se puede afirmar que el balneario posee un alto potencial geoturístico, teniendo posibilidades de ser explotado como un lugar atractivo demostrando las cualidades que este posee. Asimismo, la comunidad como los entes gubernamentales son los encargados de salvaguardar este espacio geográfico.

Por otro parte, se pudo obtener fuentes primarias a través de la investigación documental, donde se plantea en una matriz de análisis las políticas públicas aplicadas en el municipio Rosario de Perijá, expresadas en la planificación de programas, proyectos y planes que favorezcan y den soluciones a posibles problemas que presente el municipio, es decir, son las acciones o de inacción gubernamental, en respuesta a problemas públicos según lo definido por Kraft y Furlong (2006) y establece el artículo 32 de las atribuciones de los municipios, en la Ley Orgánica del Turismo, numeral 3: el Municipio está encargado de apoyar, asesorar y acompañar las iniciativas

turísticas de las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular, para el desarrollo turístico en dicho lugar, que da respuesta al objetivo específico 2.

En correspondencia con el objetivo específico 3, se indicó que se hace necesario la construcción de alojamientos y parque para niños según lo señalan los ítems 8 y 9, a través de la elaborando planes estratégicos que sirvan para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá, ubicado en el estado Zulia. Por lo que se hace necesario la formulación de políticas públicas, expresadas en la planificación de programas, proyectos y planes que favorezcan y den soluciones a posibles problemas que presente el municipio, es decir, son las acciones gubernamental, en respuesta a problemas públicos según lo definido por Kraft y Furlong (2006) .

En consecuencia, se puede señalar que nace la necesidad de crear un plan estratégico que promocióne al Balneario Agua Hedionda con la finalidad de resaltar sus características geoturística y que sea reconocido por municipios aledaños. De igual modo es necesario fomentar la participación de la comunidad con respecto a salvaguardar el ecosistema que prevalece allí.

La propuesta

El propósito de esta investigación está enmarcado en promocionar el Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá, estado Zulia, con la intención de aprovechar el espacio geográfico que este posee a través del diseño de un plan estratégico para impulsar el desarrollo económico de la comunidad.

Al respecto, Cavassa (2006) define al turismo como un fenómeno de desplazamiento temporal, que efectúa un individuo voluntariamente desde su lugar habitual de residencia a otra destino, por motivo de recreación, descanso, salud, entre otros, pero sin que lo mueva un fin de lucro y sin la idea de expatriarse. Asimismo, afirma que el turismo es un fenómeno socioeconómico y cultural que integra al grupo humano y se transforma en un vínculo de interrelación humana.

Como resultado de lo antes expuesto, se puede señalar que el turismo es un conjunto de integración que interviene hospedaje, diversión, transporte,

transculturización donde satisface las necesidades que posee el individuo de distraerse. De tal manera, que el sector turis³. Discusión de los resultados

En relación al ítems Conoce usted el Balneario Agua Hedionda, los resultados arrojados a través de la encuesta realizada en la comunidad de Arimpia, en los cuales se puede apreciar que los 88 pobladores que constituyen el 100% de la población, conocen el Balneario Agua Hedionda. Para ítems ¿Cree usted que el Balneario Agua Hedionda servirá de lugar turístico en el municipio Rosario de Perijá?, se muestra el resultado obtenido el 88 pobladores que constituyen el 100% de la población de esta investigación, consideran que el Balneario Agua Hedionda servirá de lugar turístico en el municipio Rosario de Perijá, dejando claro que todos tiene que trabajar en conjunto para que esto suceda, razón por la cual, esta propuesta es de gran relevancia para el desarrollo turístico de esta región ubicada en el estado Zulia.

Cabe destacar, que el Balneario Agua Hedionda posee alto potencial geoturístico, área que tiene posibilidades de ser explotado como un lugar atractivo demostrando las cualidades que este posee. mo es una de las actividades de mayor crecimiento de la economía mundial, así como lo es en Venezuela ya que se ha venido desarrollando políticas públicas referentes a esta actividad para el mejoramiento de la misma. Por eso nace la necesidad realizar un Plan Estratégico para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá, estado Zulia, para permitirle a este ser reconocido por municipios aledaños y que al mismo tiempo genera una actividad económica, permitiendo mejorar el sistema urbano, así como la calidad de vida de los habitantes. Además de crear conciencia ambientalista en la comunidad y que se sienta identificado por lo que poseen en su entorno. Al mismo tiempo, se podrá recuperar este espacio geográfico que cuenta con altas potencialidades geoturística, promoviendo el desarrollo económico de la comunidad y del municipio.

Fundamentación teórica y legal de la propuesta

Teóricamente, la propuesta se desarrolla bajo lo señalado por Reese (1999), donde explica que el plan estratégico es un instrumento de gestión. Su objetivo es servir de herramienta para transformar la realidad a partir de establecer estrategias para promover el desarrollo. Por lo tanto, representa

un proyecto colectivo y global de la ciudad, municipio, parroquia o sector y la gestión, con objetos intersectoriales dirigidos al desarrollo y capaz de convertirse en un espacio de acuerdos y de movilización de la sociedad.

Desde el punto de vista legal, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su artículo 310 expone lo siguiente:

“El turismo es una actividad capaz de generar riquezas económicas, para la nación, por tal razón es considerada de acción prioritaria, en función a la estrategia que desarrolla el estado en ofrecer un destino de múltiples opciones fundamentándose en un desarrollo social, cultural, ambiental, económico eficiente, continuo y perdurable”.

De igual modo, en el artículo 32 de la Ley Orgánica del Turismo señala, que los municipios en ejercicio de su autonomía, fomentarán e integrarán la actividad turística en sus planes de desarrollo local, de conformidad con lo establecido en la ley respectiva. De esta manera, se deja claro que el turismo en una región puede ser la fuente de empleo que prevalezca y que son los entes gubernamentales en los cargados de impulsar el turismo en la zona.

Cabe acotar, que para la elaboración y diseño de este plan fue necesario basar el estudio en el proyecto presentado por la Alcaldía del municipio Rosario de Perijá, siguiendo sus directrices, asimismo se ha tomado como referencias bibliográficas, Trabajos de Grado presentado con anterioridad en la Facultad de Ingeniería de la Universidad del Zulia.

Visión

Implementar líneas de acción para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá; bajo los principios del bienestar social, cooperativismo a corto, mediano y largo plazo, fomentando la participación ciudadana, entes gubernamentales y los actores involucrado, con la finalidad de impulsar el desarrollo geoturístico.

Misión

Promover el Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá, con el fin de ser reconocido por otros mu-

nicipios aledaños, para ofrecer bienestar económico a las comunidades cercanas al Balneario.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

- Promover el Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá.

Objetivos específicos

- Proponer la creación y desarrollo de un plan estratégico para la promoción del potencial geoturístico de la zona.
- Proponer la creación y desarrollo de un plan de estructura vial.
- Proponer la planificación de alojamiento de un programa de posadas.
- Destacar los atractivos geoturístico que posee el Balneario Agua Hedionda.

Análisis F.O.D.A. del Balneario Agua Hedionda

Para Glagovsky, H. (2012), el análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Por ende, para poder realizar el plan estratégico es necesario saber las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se presentan en el Balneario Agua Hedionda, ya que se diseñara en base a lo que posee y necesita el Balneario. Esto se llevara a cabo mediante la observación directa.

Fortalezas

- La diversidad de flora y fauna que predominan en el Balneario, asimismo las aguas sulfúricas.
- Encontramos un camino o vía ya hecha que conduce al balneario. La vía cuenta con espacios en los lados para colocar las señalizaciones.
- Se cuenta con espacio para elaborar posadas en el Balneario.
- Posee con aguas curativas

Oportunidades

- Los visitantes del municipio que van en días de asueto, trayendo ingresos económicos
- La Alcaldía puede contribuir con los materiales para hacer el asfaltado.
- En el municipio se encuentra empresas que elabora asfalto.
- Los medios de comunicación existen en el municipio realizan publicidad positiva referente al Balneario
- Balneario Agua Hedionda es el más reconocido y visitado por los habitantes del municipio Rosario de Perijá.

Debilidades

- La explotación forestal que está acabando con la flora.
- La mayoría de la vía no posee asfaltado. No existen señalizaciones, no hay punto de referencia
- El relieve montañoso
- La caza de los animales para el consumo humano.

Amenazas

- El desorden ambiental existente que puede acabar con el ecosistema que encontramos en el Balneario

- El tipo de relieve existente complica el paso hacia el Balneario y lo estrecho de la carreta. Asimismo Los turistas no dan con la ubicación del Balneario porque no posee señalizaciones.
- No posee un punto de control policial trayendo consigo delincuencia.
- La contaminación de desechos sólidos que dejan los visitantes.

Plan Estratégico para la promoción del Balneario Agua Hedionda como potencial geoturístico en el municipio Rosario de Perijá.

Política de acción

Promover el crecimiento económico de la ciudad a través del desarrollo geoturístico.

Acciones

- Se convoca a la alcaldía del municipio Rosario de Perijá especialmente al Jefe del Departamento del Turismo, con la finalidad de trazar líneas de acción y objetivos para el desarrollo geoturístico del Balneario.
- Gestionar recursos económicos destinados al financiamiento de las estrategias que se llevarán a cabo.
- Realizar campañas publicitarias con la finalidad de promover las líneas estratégicas a desarrollar.
- Creación de páginas Web.

Política de acción

Impulsar el mejoramiento de la infraestructura vial que va hacia el Balneario Agua Hedionda

Acciones

- Establecer un plan de asfaltado según las necesidades que posee la vía.

- Realizar la demarcación horizontal vial según las normativas existentes.
- Instalación de poste de iluminación a lo largo de la vía que conduce hacia el Balneario Agua Hedionda.
- Hacer un poco más ancha la vía que conduce hacia el Balneario Agua Hedionda.
- Realizar un mapa proyectando la ubicación y señalización en la vía hacia el Balneario Agua Hedionda.

Política de Acción

Construcciones de posadas en el Balneario Agua Hedionda

Acciones

- Construcción de posadas, las cuales serán alquiladas para el beneficio del municipio Rosario de Perijá y del Balneario, por lo que se estudiara espacios baldíos en el Balneario Agua Hedionda, pero no deterior el mismo.
- Construir un parque creacional para niños, por lo que se estudiara espacios baldíos en el Balneario Agua Hedionda, pero no deterior el mismo.

Política de Acción

Impulsar los atractivos geoturístico que posee el Balneario Agua Hedionda.

Acciones

- Proponer estrategias donde se resalten la flora que predomina en el Balneario Agua Hedionda y que se evite la extinción de la misma a través de la publicidad.

Reflexiones finales

Después de haber descrito, discutido, analizado e interpretado los resultados, se puede establecer las conclusiones finales que han sido arrojadas

por la investigación con forme a los objetivos planteados. En lo referente al objetivo número 1, el cual es identificar las características geoturísticas que posee el Balneario Agua Hedionda. Se obtuvo como resultado que la comunidad de Arimpia, ubicada en el municipio Rosario de Perijá, estado Zulia, conoce las características geoturísticas que se encuentra en el Balneario, como la flora, fauna y su fuentes curativas, señalando al mismo tiempo que se ha descuidado el lugar y que ellos no se sienten identificado con el mismo.

Asimismo, se hace necesario que los entes gubernamentales que son los encargados de fomentar el turismo en la zona, formulen planes con la finalidad de generar recursos económicos que favorezcan a la comunidad y que al mismo tiempo se realicen talleres o foros desde la escuela con el objetivo de impulsar a los jóvenes a que se sientan identificado con lo que posee y cuiden el medio que los rodea.

En relación con el objetivo número 2, se pudo obtener fuentes primarias, donde se constató que la Alcaldía del municipio Rosario de Perijá tiene planes, proyectos y programas tales como: construcciones de cabañas, mejoramiento de la vialidad, planes sobre deportes extremos, entre otros, que están siendo aprobados para mejorar las condiciones del balneario y que este se convierta en el primer lugar turístico del municipio. De igual modo, estas políticas públicas implementadas por la Alcaldía del municipio Rosario de Perijá, ha quedado en promesas dicho por el mismo habitante de la comunidad de Arimpia, ya que no se ha visto la ejecución de alguna de ellas.

En correspondencia con el objetivo número 3, se pudo constatar que es necesario el diseño de un plan estratégico para la promoción del Balneario Agua Hedionda como lugar Geoturístico en el municipio Rosario de Perijá, para así fortalecer la economía y fundamentalmente el reconocimiento por otros municipios, ya que traerá más turistas al Balneario.

Cabe mencionar que el plan estratégico servirá como promotor ambiental, debido a que tendrá líneas de acción que resalten y favorezca al ecosistema que se encuentra cerca al Balneario como por ejemplo su fauna, flora, fuentes curativas y su propio río.

Referencias bibliográficas

ACERENZA, M. (2002) *Administración del Turismo: Planificación y Direc-*

- ción*. (2a ed.) México: Trillas.
- ALVIR, E. (12, Mayo 2003). *Necesitamos una conciencia turística*. *El Nuevo Diario* [Periódico en línea]. Consultado el 20 de Junio del 2011 en: [http:// archivo.elnuevodiario.com.ni/2003/mayo/12-mayo-2003/opinion/ opinion3. HTML](http://archivo.elnuevodiario.com.ni/2003/mayo/12-mayo-2003/opinion/opinion3.HTML)
- ARIAS, F. (2006). *El proyecto de investigación* (5ª ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- BINCOMO, J. y SERRANO, O. (2005). Diseño de un plan estratégicos para activar al turismo. Difundiendo la relevancia histórica de la arquitectura del casco central del Municipio Maracaibo. Trabajo de grado para técnico superior universitario en turismo no publicado. Instituto Universitario de Tecnología REACIR-UNIR, Zulia.
- CAVASSA, C. (2006). *Visión integral del turismo*. (1ª ed.). México. Editorial Trillas.
- Diccionario de la Real Academia española. [Página en línea]. Disponible en: <http://buscon.rae.es/draeI/>
- FERRER, M. (2003). Estrategia de promoción para el estado Falcón. Trabajo especial de grado para técnico superior universitario en turismo no publicado. Instituto Universitario de Tecnología REACIR-UNIR, Zulia.
- FINOL, M. y CAMACHO, H. (2008). *El proceso de investigación científica*. (2ª ed.). Maracaibo, Venezuela: Ediluz.
- FUENMAYOR, W. (2005). *Atlas del estado Zulia: síntesis socio histórico, cultura y geográfica*. (5ª ed.) Maracaibo: Splanos C.A.
- GLAGOVSKY, H. (2012). F.O.D.A. [Documento en Línea]. Consultado el 28 de junio de 2012 en: <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>
- HERNÁNDEZ, M. (2009). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela: Análisis de sus políticas pública. [Documento en Línea]. Consultado el 15 de mayo de 2012 en: <http://www.monografias.com/trabajos73/constitucion-venezuela-analisis-politicas-publicas/constitucion-venezuela-analisis>.
- KRAFT y FURLONG (2006). Políticas y públicas. [Documento en Línea]. Consultado el 15 de mayo de 2012 en: <http://es.wikipedia.org/wiki/>

Políticas públicas.

REESE, E. (1999). Planes estratégicos: limitaciones y oportunidades. Consultado el 18 de mayo 2012 en: vecinosvalladolid.org/.../Reese_Eduardo-Planes_Estrategicos_limitacione.

THOMPSON, I. Conozca cuál es la definición de promoción desde la perspectiva de diversos autores y expertos en la materia. [Documento en línea]. Consultado el 01 de enero del 2012 en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>