



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS
VISITANTES RESPECTO A LA CALIDAD DE SU VISITA
AL PARQUE NACIONAL EL PALMAR, PROVINCIA
ENTRE RÍOS, REPÚBLICA ARGENTINA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

BYRON MAURICIO OJEDA COELLO

**RIOBAMBA-ECUADOR
2018**

Derechos de Autor Copyright

©2018, Byron Mauricio Ojeda Coello

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES RESPECTO A LA CALIDAD DE SU VISITA AL PARQUE NACIONAL EL PALMAR, PROVINCIA ENTRE RÍOS, REPÚBLICA ARGENTINA, de responsabilidad del señor Byron Mauricio Ojeda Coello, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

PATRICIO XAVIER LOZANO RODRÍGUEZ
ASESOR DEL TRIBUNAL

Yo, Byron Mauricio Ojeda Coello, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



BYRON MAURICIO OJEDA COELLO

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy,
en toda mi educación, tanto académica, como de la vida,
por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento se dirige a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de los logros se los debo a ustedes, en los que incluyo este. Me formaron con reglas y ciertas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron con constancia para alcanzar mis anhelos

Agradezco mucho por la ayuda de mis maestros, mis compañeros, y a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en general por todo lo anterior en conjunto con todos los copiosos conocimientos que me ha otorgado.

Tabla de contenido

I. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES RESPECTO A LA CALIDAD DE SU VISITA AL PARQUE NACIONAL EL PALMAR, PROVINCIA ENTRE RÍOS, REPÚBLICA ARGENTINA	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. IMPORTANCIA	1
B. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	3
A. Objetivo general	3
B. Objetivos específicos	3
IV. HIPÓTESIS	4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. PERCEPCIÓN	5
1. Evaluación de la percepción	5
2. Procesos para evaluar la percepción	5
B. DIAGNÓSTICO	7
1. Características del Diagnóstico	7
2. Fases para elaborar un diagnóstico	7
C. VARIABLES E INDICADORES	8
1. Definición Variables	8
2. Tipos de Variables	8
3. Definición de indicadores	9
D. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	11
1. Priorización de Holmes	11
2. Análisis DAFO	12
3. Generación de estrategias	14
VI. MATERIALES Y MÉTODOS	15
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	15
1. Localización	15
2. Ubicación Geográfica	16
3. Límites	16
4. Características climáticas	17
5. Clasificación ecológica	17
6. Características del suelo	18
7. Materiales y equipos	19
B. METODOLOGÍA	19

1. Diagnosticar la situación actual de las actividades y servicios ofertados en el Parque Nacional “El Palmar”	19
2. Identificar variables e indicadores para medir y evaluar la percepción de los visitantes del Parque Nacional “El Palmar” sobre la calidad de los servicios y actividades.	26
3. Establecer líneas estratégicas para elevar el nivel de satisfacción de las visitas al Parque Nacional “El Palmar”	28
VII. RESULTADOS	30
A. DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES OFERTADAS EN EL PARQUE NACIONAL “EL PALMAR”	30
1. Análisis de la condición administrativa-legal del Parque Nacional “El Palmar”	30
2. Descripción general de actividades	32
3. Diagnóstico de actividades	34
4. Matriz fortalezas y debilidades de las actividades	36
5. Diagnostico servicios	37
6. Matriz fortalezas y debilidades de los servicios	39
B. VARIABLES E INDICADORES PARA MEDIR Y EVALUAR LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL “EL PALMAR” SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES.	40
1. Selección de variables e indicadores	40
2. Evaluación de indicadores	43
3. Factores que inciden en la percepción	55
C. LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA ELEVAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL “EL PALMAR”	73
1. Planificación estratégica	73
IX. RECOMENDACIONES	89
X. RESUMEN	90
XI. SUMMARY	91
XII. BIBLIOGRAFIA	92
XIII. ANEXOS	94

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Tarifa de acceso al “Parque Nacional el Palmar”	31
Tabla 2 Descripción actividades.....	33
Tabla 3 Diagnostico de actividades	35
Tabla 4 Matriz de fortalezas y debilidades de las actividades	37
Tabla 5 Diagnostico servicios complementarios	38
Tabla 6 Diagnostico planta turística	38
Tabla 7 Matriz de fortalezas y debilidades de los servicios	39
Tabla 8 Variables	40
Tabla 9 Indicadores de evaluación	42
Tabla 10 Indicadores fin de semana normal	46
Tabla 11 Indicadores Feriado largo 1: Semana Santa	50
Tabla 12 Indicadores Feriado largo 2: Dia del trabajador.....	54
Tabla 13 Matriz comparativa de indicadores	60
Tabla 14 Frecuencias observadas variable nominal infraestructura, información y atención ...	62
Tabla 15 Frecuencias esperadas variable nominal infraestructura, información y atención.....	62
Tabla 16 Cálculo estadístico variable nominal infraestructura, información y atención	62
Tabla 17 Frecuencias observadas variable nominal calidad de los servicios	63
Tabla 18 Frecuencias observadas variable nominal calidad de los servicios	63
Tabla 19 Cálculo estadístico variable nominal calidad de los servicios.....	63
Tabla 20 Frecuencias observadas variable nominal costos de los servicios.....	64
Tabla 21 Frecuencias esperadas variable nominal costos de los servicios	64
Tabla 22 Cálculo estadístico variable nominal costos de los servicios	64
Tabla 23 Matriz DAFO Parque Nacional “El Palmar”	74
Tabla 24 Matriz de confrontación	74
Tabla 25 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia	76
Tabla 26 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia	77
Tabla 27 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia	77
Tabla 28 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia	78
Tabla 29 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia	80
Tabla 30 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia	80
Tabla 31 Matriz de priorización Holmes para estrategias con viabilidad a corto plazo	82
Tabla 32 Matriz de priorización Holmes para estrategias económicamente viables	83
Tabla 33 Matriz de priorización Holmes para estrategias técnicamente viables	85

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Características de los indicadores	10
Figura 2 Matriz de priorización Holmes.....	12
Figura 3 Matriz de confrontación	13
Figura 4 Mapa de ubicación del Parque Nacional El Palmar.....	15
Figura 5 Mapa del Parque Nacional El Palmar	16
Figura 6 Afluencia de turistas en feriados largos	56
Figura 7 Días considerados feriados largos en un año.....	56
Figura 8 Cámaras generadoras de efluentes Sector 3 PNEP.....	66
Figura 9 Capacidad actual de cámara séptica Sector 3 PNEP	67
Figura 10 Cámaras generadoras de efluentes Sector 1 PNEP.....	67
Figura 11 Capacidad actual de cámara séptica Sector 1 PNEP	68
Figura 12 Cámaras generadoras de efluentes Sector 2 PNEP.....	68
Figura 13 Capacidad actual de cámara séptica Sector 2 PNEP	68
Figura 14 Cámaras generadoras de efluentes Sector 4 PNEP.....	69
Figura 15 Capacidad actual de cámara séptica Sector 4 PNEP	69
Figura 16 Cámaras generadoras de efluentes Sector 5 PNEP.....	70
Figura 17 Capacidad actual de cámara séptica Sector 5 PNEP	70
Figura 18 Cámaras generadoras de efluentes Sector 6 PNEP.....	71
Figura 19 Capacidad actual de cámara séptica Sector 6 PNEP	71

Lista de abreviaturas

PNEP. Parque Nacional “El Palmar”

APN. Administración Parques Nacionales

ReNARI. Registro Nacional de autorizaciones, recaudaciones y infracciones

CS. Cámara séptica

I. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES RESPECTO A LA CALIDAD DE SU VISITA AL PARQUE NACIONAL EL PALMAR, PROVINCIA ENTRE RÍOS, REPÚBLICA ARGENTINA

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

Las áreas protegidas han sido siempre incluidas como un sistema de conservación y protección a ecosistemas dentro de regiones importantes, estas además de tener el fin de conservar, persiguen el objetivo de educar, enseñar y concientizar a las poblaciones cercanas, y a su vez a los visitantes sobre lo importante de cuidar estos espacios, siendo las mismas las encargadas de ofrecer una visita de calidad a los turistas que optan por conocer estos sitios.

Dentro de un área protegida existen distintos organismos especializados en encaminar el desarrollo del área protegida de una manera organizada y correcta, analizando todos los aspectos pertinentes para brindar a los visitantes seguridad y calidad en su visita, mientras se conserva un espacio natural representativo. Este es el caso de la gestión de uso público en un área protegida, la misma está vinculada al desarrollo de la actividad turística dentro de los distintos espacios que se pone a disposición de los visitantes, además de ser el organismo encargado de acercar a los visitantes a los valores culturales y naturales, precautelando siempre el cuidado tanto de los recursos como el de los visitantes.

En este contexto, se encuentra el Parque Nacional “El Palmar” perteneciente a la provincia Entre Ríos, la misma que con el objetivo de conservar un sector representativo de los Palmares de Yatay fue creada en 1966 y cuenta con una extensión de 8200 hectáreas. Esta área protegida por medio de la gestión del uso público busca brindar una experiencia de calidad junto a un motivo para conservar la riqueza natural y cultural que esta área protegida posee.

Esta área protegida además pertenece a uno de los sitios RAMSAR de Argentina, condición por la que se incrementa la necesidad de conservar este sitio natural, misma que incrementa significativamente el número de visitantes que puede recibir, siendo una obligación de esta área protegida y directamente de la gestión de uso público mantener los estándares de calidad en la visita. El Parque Nacional “El Palmar” recibe alrededor de 180.000 visitantes anuales, sin embargo, se tiene un desconocimiento de la visión que los visitantes tienen respecto a la calidad que se les brinda en los servicios y actividades ofertadas por esta área protegida.

Es por esto que se requiere conocer sobre la percepción que tienen los visitantes respecto al Parque Nacional “El Palmar” y junto con el las actividades y servicios que esta oferta, motivo por el cual el presente trabajo plantea disímiles variables e indicadores que permitan medir esta percepción de la manera más efectiva y eficaz, tomando puntos fuertes y puntos débiles que se puedan enfocar en una misma dirección que contribuya al mejoramiento de la calidad de las actividades y servicios, debido a que la percepción de una persona se considera relativa puede variar de formas distintas dependiendo del visitante y sus características.

Es por esta razón, que las variables e indicadores evalúan todos los aspectos relacionados con la percepción que pueden tener los visitantes, además de factores que puedan influir en esta, de este modo al conocer dicha percepción se podrá, evaluarlas y analizarlas, haciendo énfasis en aspectos negativos que pueden causar insatisfacción en los visitantes, de igual manera aspectos positivos que causan satisfacción, pues, a partir de esto se pretende definir estrategias que ayudaran a mitigar estos factores mientras se potencia lo positivo desembocando en una satisfacción total de los visitantes.

B. JUSTIFICACIÓN

El Parque Nacional “El Palmar” recibe alrededor de 180.000 turistas anuales, mismos que buscan satisfacer sus necesidades mediante el uso de actividades y servicios ofertados por el parque. De esta manera por el desconocimiento al que se ve expuesto la administración de dicha área protegida sobre la percepción que tienen los visitantes respecto a la calidad de las actividades y servicios ofertados, resulta imperativo conocer y evaluar esta percepción, dado que la percepción de un individuo es subjetiva, selectiva y temporal.

Subjetiva pues las reacciones a un mismo estímulo pueden variar de un individuo a otro, selectiva debido a que la percepción al ser una consecuencia de la naturaleza subjetiva del individuo y pues este selecciona su campo perceptual en función de lo que desea percibir y temporal porque que es un fenómeno a corto plazo, es decir que la forma en que los individuos llevan al cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que se interactúan y cambian sus experiencias, o varían las necesidades y motivaciones de los mismos.

En este contexto se busca contribuir al entendimiento de la percepción de los visitantes en todos sus aspectos y a través de esto y por medio del planteamiento de estrategias se pretende mejorar la calidad de los servicios y actividades, junto con ellas la percepción que los visitantes puedan obtener al momento de realizar actividades turísticas, desembocando así en un adecuado manejo del programa de uso público en el Parque Nacional “El Palmar”.

III. OBJETIVOS

A. Objetivo general

- Evaluar la percepción de los visitantes respecto a la calidad de su visita al Parque Nacional “El Palmar” de la provincia de Entre Ríos, República Argentina.

B. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación de las actividades ofertadas en el Parque Nacional “El Palmar”
- Identificar variables e indicadores para medir y evaluar la percepción de los visitantes del Parque Nacional “El Palmar” sobre la calidad de las actividades que se ofertan
- Establecer líneas estratégicas para elevar el nivel de satisfacción de los visitantes del Parque Nacional “El Palmar”

IV. HIPÓTESIS

Conocer la percepción de los visitantes respecto a la calidad de su visita al Parque Nacional “El Palmar” permite establecer estrategias para incrementar el nivel de satisfacción de la visita.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. PERCEPCIÓN

Una de las principales disciplinas que se ha encargado del estudio de la percepción ha sido la psicología y, en términos generales, tradicionalmente este campo ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. No obstante que la percepción se puede considerar como la capacidad de los organismos para obtener información sobre su ambiente a partir de los efectos que los estímulos producen sobre los sistemas sensoriales, lo cual les permite interactuar adecuadamente con su ambiente. (Melgarejo, 2003, pág. 2)

1. Evaluación de la percepción

La percepción implica el procesamiento activo de la información que llega a través de los diferentes sistemas sensoriales. Este procesamiento comprende un conjunto de pasos interrelacionados y sucesivos, que permiten codificar e integrar los estímulos en conjuntos significativos. Los instrumentos que estudiaremos en este apartado evalúan, además de la percepción, otros procesos como la atención y la memoria, ya que es difícil evaluar separadamente estos procesos. (Amador, Santacana y Kirchner, (Sf), pág. 7).

2. Procesos para evaluar la percepción

Todos los individuos reciben estímulos mediante las sensaciones, es decir, flujos de información a través de cada uno de sus cinco sentidos; pero no todo lo que se siente es percibido, sino que hay un proceso perceptivo mediante el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos, con el fin de adaptarlos mejor a sus niveles de comprensión.

La percepción es un proceso que se realiza en tres fases: Selección, organización e Interpretación.

a. Selección

Los individuos perciben sólo una pequeña porción de los estímulos a los cuales están expuestos. Cuando la percepción se recibe de acuerdo con nuestros intereses, se denomina percepción selectiva. La percepción selectiva se refiere al hecho de que el sujeto percibe aquellos mensajes a que está expuesto según sus actitudes, intereses, escala de valores y necesidades. Es decir, se

opera un auténtico procesamiento de la información por parte del sujeto, mediante el cual el mensaje despierta en el individuo toda una serie de juicios de valor que se traducen en reacciones de muy distinto signo. Por esta razón, se puede decir que el individuo participa directamente en lo que experimenta. Esta intervención no se limita a una simple adaptación, sino que se acompaña de una selección efectuada entre los estímulos propuestos.

El proceso de selección de los estímulos puede estar influido por dos tipos de fenómenos, los cuales se presentan de acuerdo con: la naturaleza del estímulo y los aspectos internos del individuo

b. Organización

Una vez seleccionados, las personas han recogido una cantidad de estímulos de forma conjunta que, en esencia, son sólo una simple colección de elementos sin sentido. Las personas los clasifican de modo rápido asignándoles un significado que varía según cómo han sido clasificadas, obteniéndose distintos resultados. Por tanto, el paso siguiente a la selección es analizar agrupadamente las características de los diversos estímulos. Pero, ¿se perciben en su globalidad los mensajes o, por el contrario, se van descodificando en cada una de sus partes?

Según la escuela de la Gestalt, el contenido de la percepción no es igual a la suma de las cualidades correspondientes a la imagen proyectiva. El organismo produce formas simples. Con lo cual, los mensajes, cuanto más básicos y simples se presenten, mejor serán percibidos y, por tanto, asimilados. Esta escuela estableció algunos principios que registran la forma en la que los individuos estructuran las percepciones:

1) Relación entre figura y fondo

Para que un estímulo se note, debe contrastar con el ambiente. Los individuos organizan los estímulos en forma y fondo:

- La figura, es el elemento central que capta la mayor parte de nuestra atención, porque, en contraste con su fondo aparece bien definida, sólida y en primera plana.
- El fondo, poco diferenciado, se percibe como indefinido, vago y continuo.

c. Interpretación

La interpretación es la última fase del proceso perceptual, que trata de dar contenido a los estímulos previamente seleccionados y organizados. La interpretación depende de la experiencia

previa del individuo, así como de sus motivaciones, intereses personales y su interacción con otras personas. Por ello, la forma de interpretar los estímulos puede variar, a medida que se enriquece la experiencia del individuo o varían sus intereses. Así, la formación de los estereotipos, corresponde en gran parte a la interpretación perceptual que el individuo da a los acontecimientos. Para el marketing es útil conocer las características psicográficas de los consumidores a los que se dirige, como medio de realizar una segmentación por la forma de interpretar los estímulos.

B. DIAGNÓSTICO

El término Diagnóstico tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada enfoque Situacional o Contingencia, que es un término que parte del momento y el contexto en que la organización se encuentra.

1. Características del Diagnóstico

Según la (Comisión Nacional Forestal, 2012) nos menciona las siguientes características del diagnóstico:

- Analítico
- Sencillo
- Participativo
- Incluyente
- Comprometido
- Útil

2. Fases para elaborar un diagnóstico

- Analizar el entorno de la zona
- Recopilar información de fuentes secundarias acerca de la zona que se desea diagnosticar
- Realizar un inventario o enlistar condiciones representativas de la zona en estudio
- Describe las variables, realizar una descripción detallada de cada una de las variables
- Evaluación de la calidad de los recursos
- Planteamiento sobre las causas de los principales problemas identificados
- Redactar las conclusiones del diagnóstico. (Montoya, 2012).

C. VARIABLES E INDICADORES

1. Definición Variables

Se denominan variables a los constructos, propiedades o características que adquieren diversos valores. Es un símbolo o una representación, por lo tanto, una abstracción que adquiere un valor no constante. Son elementos constitutivos de la estructura de la hipótesis, o sea del enunciado de la hipótesis que establece su relación. (Flores, 2007, pág. 4)

Según Mejía en (Flores, 2007) “Las variables no son entes de la realidad, no existen de modo independiente de la conceptualización que de ellas hace el investigador”. En ese sentido son conceptos de mayor o menor grado de abstracción que se elaboran para aproximarse al conocimiento de los hechos o fenómenos de la realidad.

Según Torres Bardales, en (Flores, 2007) “Los conceptos hipotéticos representan a las variables, a las unidades de análisis y a los indicadores de cada variable, en efecto, deben estar relacionados coherentemente y expresar las propiedades concretas del objeto de investigación”. El concepto de variable puede ser definido.

2. Tipos de Variables

a. Variables cualitativas

Las variables cualitativas son aquellas cuyos valores son un conjunto de cualidades no numéricas a las que se le suele llamar categorías, modalidades o niveles – ejemplos: sexo (mujer, hombre), filosofía política (liberal, moderada, conservadora), estado civil (soltero, casado, divorciado, viudo), nivel de estudios (ninguno, primario, medio, universitario), etc. - Una propiedad deseable de las categorías es que sean exhaustivas (proporcionen suficientes valores para clasificar a toda la población) y mutuamente excluyentes (cada individuo se clasifica en una y solo una categoría). A primera vista, la exhaustividad puede parecer muy restrictiva: puede que se desee saber que opinan los liberales y conservadores frente a la legalización del aborto. En este caso, la cuestión se resuelve redefiniendo la población mediante eliminación de los moderados. (Universidad Autónoma de Madrid, 2011, págs. 2-4)

b. Variables independientes

Las variables independientes son las que el investigador mide, manipula o selecciona para determinar su relación con el fenómeno o fenómenos observados. Es una variable que puede

tener su origen en el sujeto o en el entorno del sujeto. Es la variable que el investigador manipula para ver los efectos que produce en otra variable. Es la relación más simple, un investigador estudia que le sucederá a la variable efecto cuando cambia los valores de la variable causa o variable independiente. (Buendia, Colás y Hernandez, 2011, pág. 4)

c. Variables dependientes

La variable dependiente es el factor que el investigador observa o mide para determinar el efecto de la variable independiente o variable causa. Esta variable es el comportamiento resultante de un organismo que ha sido estimulado. Es el factor que parece, desaparece, varia, etc., como consecuencia de la manipulación que el investigador hace de la variable independiente. A la variable dependiente se le considera así porque sus valores van a depender de los valores de la variable independiente. (Buendia, Colás y Hernandez, 2011, pág. 5).

3. Definición de indicadores

De acuerdo a (Pérez, 2002) “No existe una definición oficial por parte de algún organismo nacional o internacional, sólo algunas referencias que los describen como: Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos, son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos, produciendo productos y alcanzando objetivos”.

Un indicador es una herramienta cuantitativa o cualitativa que muestra indicios o señales de una situación, actividad o resultado; brinda una señal relacionada con una única información, lo que no implica que ésta no pueda ser reinterpretada en otro contexto. Imaginemos el caso de un semáforo. Para un automovilista, la luz roja le indica que debe detener el carro; en cambio, para los peatones es una señal de que puede cruzar la calle. (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social de México, 2013, pág. 12).

a. Características de los indicadores

Características Intrínsecas:	
Validez:	Proporciona una medida real y la más directa posible del fenómeno de estudio
Objetividad	No ser influenciado por la persona o por el instrumento que mide los datos

Replicabilidad	Capacidad de reproducir la medición del indicador en distintos momentos
Sensibilidad	Capacidad de localizar a todas las personas o grupos afectados por un riesgo o característica
Especificidad	Capacidad de localizar a las personas no afectadas por el riesgo o característica
Características operativas	
Disponibilidad	Tener acceso al indicador en forma oportuna
Fiabilidad	Depende de la calidad de las fuentes de información, es decir de la exactitud y precisión de los datos y de su representatividad para la población
Simplicidad	De recopilar datos necesarios para obtener el indicador
Comparabilidad	Debe ofrecer la posibilidad de comparación con base a los criterios estandarizados

Figura 1 Características de los indicadores

Nota: INCAP, 2006

b. Selección de indicadores

De acuerdo a (Korn, 1984). La elección de los indicadores de una variable depende también, obviamente, del marco teórico con el que se está trabajando y de una serie de decisiones referidas a las posibilidades técnicas de medición. La cantidad de indicadores requeridos para representar la totalidad del significado de una variable depende a su vez de la cantidad de aspectos discernibles de esa variable, aspectos a los que se da el nombre de “dimensiones” para denotar su propiedad de ser parte de una totalidad mayor y que generalmente se enumeran en la definición real de la variable. Así el proceso lógico en la operacionalización de una variable requiere los siguientes pasos:

1) Definición nominal de la variable a medir

Se encuentra estrechamente relacionada con el cuerpo teórico en el cual está contenida la hipótesis en cuestión o la variable en estudio. En esta etapa del proceso de operacionalización de variables, se establece específicamente el significado que ha de otorgársele a un determinado término dentro de la investigación. Las definiciones nominales, tienen la ventaja de proporcionar una mayor precisión en el establecimiento de los objetivos de la investigación.

2) Definición real: enumeración de sus dimensiones

Dentro del proceso de operacionalización de variables, está relacionado con los enunciados relativos a las propiedades (dimensiones) consideradas esenciales del objeto u hecho referido en la definición. Se trata aquí de descomponer el concepto original en las dimensiones que lo integran.

3) Definición operacional: selección de indicadores

Implica seleccionar los indicadores contenidos, de acuerdo al significado que se le ha otorgado a través sus dimensiones a la variable en estudio. Supone la definición operacional la referencia empírica. Hay que recordar, que es necesario definir las variables teóricas en términos de variables empíricas o indicadores. Esta etapa del proceso de operacionalización de una variable, debe indicar de manera precisa el qué, cuándo y cómo de la variable y las dimensiones que la contienen. Se trata de encontrar los indicadores para cada una de las dimensiones establecidas.

D. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La Planificación Estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, que define los objetivos a largo plazo, identifica las metas y objetivos cuantitativos, desarrolla estrategias para alcanzar dichos objetivos y localiza recursos para llevar a cabo dichas estrategias. En otras palabras, la Estrategia fija 'La Dirección' hacia donde irá nuestra empresa, para la consecución o logro de nuestros objetivos, eliminando la improvisación, disminuyendo la incertidumbre y alineando los recursos para lograr mejores resultados, ahorro de dinero, tiempo y esfuerzo. (Maldonado, 2013, pág. 33).

1. Priorización de Holmes

De acuerdo a (Maldonado, 2013) La matriz de priorización es un cuadro que ayuda a comparar o relacionar un grupo de enunciados entre sí, con el fin de ponderarlos de acuerdo a la importancia que los dueños de empresa o colaboradores consideren. Para explicar de mejor manera esta herramienta, se plantea un ejemplo a continuación el que contempla los siguientes pasos:

- a. Colocamos cada uno de los enunciados en la primera columna de la matriz, uno a continuación de otro.
- b. Colocamos cada uno de los enunciados en la primera fila de la matriz, uno a continuación de otro.

- c. La línea diagonal (color amarillo ejemplo) que forman las intersecciones de los enunciados deben ser llenada con el número 1.
- d. Se relaciona el primer ítem de la columna con el segundo ítem de la fila, si el ítem de la columna es más importante o preponderante que el ítem de la fila, entonces se coloca un “1” en el ítem de la columna y un “0” en el ítem de la fila. Si tienen igual importancia, se coloca el valor de “0.5” a cada factor. Pero si el ítem de la fila tiene mayor importancia que la columna entonces se coloca un “1” en la fila y un “0” en la columna.

Empresa Luxury		1	2	3	4	Sumatoria	Porcentaje	Priorización
1	Productos de calidad	1	1	0.5	1	3	42,9	1
2	Servicio técnico deficiente	0.5	1	1	0.5	2	28,6	2
3	Tecnología de punta	0.5	0	1	0.5	1	14,3	3
4	Variedad de productos	0	0	0.5	1	1	14,3	3
						7	100,0	

Figura 2 Matriz de priorización Holmes

Nota: Maldonado, 2013

2. Análisis DAFO

De acuerdo a la (Universidad de Granada, 2009) El análisis DAFO es una herramienta simple, que consiste en estudiar cuáles son los puntos débiles y fuertes, tanto internos como externos. Este ejercicio nos permite conocer la situación real en la que se encuentra dicha unidad. Los campos de esta matriz son los siguientes:

- **Debilidades:** Son puntos débiles internos, aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la organización.
- **Fortalezas:** Son puntos fuertes internos, capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.
- **Amenazas:** Son puntos débiles externos, toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estratégica o bien reducir su efectividad.
- **Oportunidades:** Son puntos fuertes externos, que pueden suponer una ventaja competitiva para la organización o una posibilidad de mejora de la misma.

Esta matriz consiste en vincular las amenazas y oportunidades con las debilidades y fortalezas, según las relaciones que haya entre ellas. La Matriz de Confrontación se estructura de la siguiente manera:

		Factores externos												
		Oportunidades					Amenazas							
		O1	O2	O3	O4	+	A1	A2	A3	A4	+			Total
Factores internos	Fortalezas	F1	5	5	10	1	21	5	5	10	1	21	42	
		F2	5	10	1	1	17	1	1	1	5	8	25	
		F3	1	10	5	10	26	1	5	1	10	17	43	
		F4	5	1	1	5	12	5	1	5	5	16	28	
			+	16	26	17	17	76	12	12	17	21	62	138
	Debilidades	D1	5	5	1	1	12	5	1	1	5	12	24	
		D2	5	10	5	10	30	10	1	1	5	17	47	
		D3	10	1	5	5	21	1	1	1	1	4	25	
		D4	5	1	1	5	12	5	10	5	5	25	37	
			+	25	17	12	21	75	21	13	8	16	182	257
	Total			41	43	29	38	151	33	25	25	37	244	666

Figura 3 Matriz de confrontación
Nota: Universidad de Granada, 2009

Para valorar cada una de las relaciones se utilizará la siguiente escala:

- Relación alta: 10
- Relación media: 5
- Relación baja: 1
- Sin relación: 0

Para establecer el nivel de relación, las preguntas que nos guían son:

- Si acentúo la fortaleza, ¿puedo aprovechar mejor la oportunidad? ¿En qué medida?
- Si supero la debilidad, ¿puedo aprovechar mejor la oportunidad? ¿En qué medida?
- Si acentúo la fortaleza, ¿estoy minimizando la amenaza? ¿En qué medida?
- Si supero la debilidad, ¿minimizo la amenaza? ¿En qué medida?

Cuando se trasladan estos valores a la Matriz de Confrontación y se suman y analizan todos los valores, se obtienen las debilidades y fortalezas que tienen una mayor relación con el entorno, y por lo tanto a las que habrá que dar prioridad. Del análisis de la matriz podemos obtener información sobre: qué cuadrante sale más valorado; cuál es el aspecto interno o externo más

importante; qué aspecto tendríamos que trabajar para que potencie a más oportunidades o neutralice más amenazas; etc. (Universidad de Granada, 2009, pág. 4)

3. Generación de estrategias

De acuerdo a (Universidad de Granada, 2009) Del análisis de la matriz de confrontación se puede desprender distintos tipos de estrategias

- a. **Estrategia ofensiva (Cuadrante 1: F-O):** es el resultado de la combinación de una fortaleza en el presente y una oportunidad en el futuro. Trata de obtener el máximo partido de una situación favorable en el entorno. Son aspectos a potenciar.
- b. **Estrategia de reorientación (Cuadrante 2: D-O):** es el resultado de combinar una oportunidad de futuro con una debilidad del presente. Trata de aprovechar una situación positiva del entorno para corregir carencias de la organización
- c. **Estrategia defensiva (Cuadrante 3: F-A):** es el resultado de la interacción de una amenaza posible con un punto fuerte trata de dar respuesta a situaciones del entorno no favorables apoyándose en puntos fuertes.
- d. **Estrategia de supervivencia (Cuadrante 4: D-A):** es el resultado de relacionar un punto débil y una amenaza que se dará en el tiempo. Trata de eludir los efectos que las situaciones del entorno pueden tener sobre aspectos internos. Son aspectos a corregir

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACION DEL LUGAR

1. Localización

a. Ubicación Parque Nacional “El Palmar”



Figura 4 Mapa de ubicación del Parque Nacional El Palmar
Nota: Domínguez, 2011

El Parque Nacional El Palmar se ubica en el centro-este de la provincia de Entre Ríos, sobre la margen occidental del río Uruguay. A 54 Km. de la ciudad de Colón y a 60 Km. de la ciudad de Concordia. (Parque Nacional "El Palmar", 2015)

b. Mapa Parque Nacional “El Palmar”

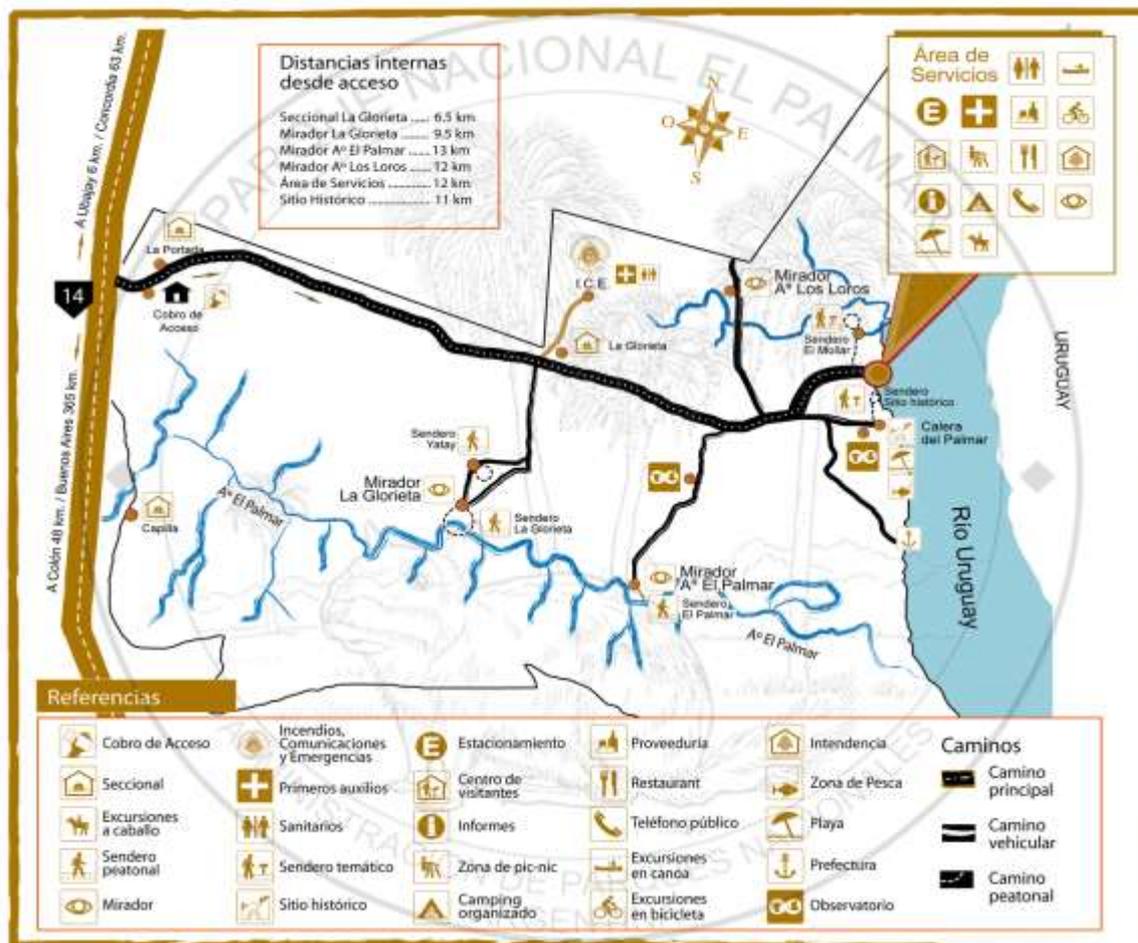


Figura 5 Mapa del Parque Nacional El Palmar

Nota: Parque Nacional El Palmar, 2015

2. Ubicación Geográfica

Coordenadas proyectadas UTM, DATUM WGS 84

Latitud: 31°51'52.25"S

Longitud: 58°15'32.73"O

Superficie: 8.500

3. Límites

Los límites del Área se encuentran demarcados al sur por el arroyo Espino-Sumaca y tres establecimientos privados: estancia El Palmar y establecimientos La Constancia I y II; al norte por la forestación Azcona, la estancia La Calera y el arroyo Ubajay; al este por el río Uruguay y al oeste por la autovía “José Gervasio Artigas” (Ruta N° 14), los establecimientos Paul Forestal y Forestaciones Don Eduardo. (Plan de Gestión del Parque Nacional El Palmar, 2015, pág. 4)

4. Características climáticas

Como se cita en el (Plan de Gestión del Parque Nacional El Palmar, 2015) El clima es templado húmedo de llanura. El ambiente se caracteriza por su condición de planicie abierta sin restricciones a la influencia de los vientos húmedos del nordeste, al accionar de los vientos secos y refrigerantes del sudoeste (causantes de los cambios repentinos en el estado del tiempo) y a los vientos del sudeste –aire frío saturado de humedad- que dan lugar a semanas enteras de cielo cubierto, lluvias y temperaturas estables.

De acuerdo a la Carta de suelos del departamento Colón, INTA, 2002 “La temperatura media anual es de 17.9° C y varía entre 24.8° C en enero y 11.7° C en junio, con una amplitud térmica de 13.1° C. La máxima absoluta registrada fue de 42.4° C en diciembre y la mínima absoluta de -4.2° C en mayo. Heladas extremas pueden ocurrir de mayo a septiembre, con variaciones de entre 51 a 134 días entre la primera y la última. El valor medio anual de las precipitaciones es de 1.200 mm La cuenca se encuentra comprendida entre las isoyetas de 1.000 a 2.000 mm”. Citado en (Plan de Gestión del Parque Nacional El Palmar, 2015, pág. 17)

5. Clasificación ecológica

De acuerdo a la página oficial del (Parque Nacional "El Palmar", 2015), cuenta con 4 zonas de vida, a continuación, se describen las zonas en las cuáles se desarrollará el presente trabajo:

a. Bajos inundables

En las zonas bajas del Parque se observan diversos ambientes acuáticos, en donde se desarrollan una vegetación y una fauna con características propias de tales ambientes. Se encuentran cañadas, que son depresiones que drenan los terrenos altos hacia los ríos o arroyos, y también pequeñas hondonadas donde se acumula el agua, debido a la presencia de suelos arcillosos e impermeables.

En época de lluvias, el agua se acumula formando lagunas temporarias. La evaporación y el drenaje natural del suelo las van achicando hasta desaparecer. Cuando vuelve a llover se repite el ciclo.

b. Bosque xerófilo

Cerca del río Uruguay, entre la selva y los pastizales con palmeras, crece una irregular faja casi paralela al río, de bosques semixerófilos. La vegetación xerófila, propia de climas secos,

presenta adaptaciones como hojas pequeñas, gruesas cutículas, acumulación de agua en sus tallos y resistencia a la sequedad. La especie dominante es el ñandubay, y entre otras especies características están el tala –cuyos frutos son muy apetecidos por las aves-, el molle, diversas cactus, enredaderas y plantas epífitas. Estos bosques rara vez superan los diez m de altura. Son poco densos y se pueden distinguir tres estratos: arbóreo, arbustivo y herbáceo. El terreno es arcilloso-limoso, cubierto por un sedimento llamado loess.

c. Palmar pastizal

El ambiente emblemático del Parque es el de palmar-pastizal. Éste cubre un 60 % de la superficie total del área protegida, y en él se encuentra la mayor diversidad de especies. El suelo es arenoso, húmedo y ácido. La palmera yatay es autóctona y vive en grupos de edades relativamente homogéneas. Tiene flores amarillas en conjuntos densos, y da frutos anaranjados y dulces. Los bosques de yatay son casi puros, es decir que hay gran cantidad de ejemplares de esta única especie, acompañados por diversas hierbas y arbustos (chilca, espinillo y otros) en un terreno cubierto por un denso pastizal.

d. Selva en galería

A lo largo de las márgenes de ríos y arroyos se forma una vegetación densa, producto de una temperatura y humedad constantes en todo el año. Es llamada selva en galería ya que las copas de los árboles de ambas orillas se tocan entre sí creando un microclima particular.

Encontramos enredaderas, plantas epífitas y parásitas, junto a ejemplares de alto porte como el laurel, ingá, espina de corona y otros. La selva se forma al depositarse sobre las márgenes, las semillas y sedimentos que transportan los ríos y sus afluentes (en este caso, el río Uruguay).

Dentro del Parque esta vegetación es considerada continuación de la Selva misionera, típica de la región subtropical, cuyas especies van disminuyendo gradualmente en número a medida que bajan las aguas del río Uruguay. La vegetación de la selva presenta varios estratos o niveles de comunidades arbóreas y arbustivas. Al presentarse la vegetación estratificada y por ser más densa, se manifiesta entre las especies una competencia intensa por la búsqueda de la luz solar.

6. Características del suelo

Los suelos que se encuentran en la región corresponden a los órdenes Entisoles, Molisoles y Vertisoles. El suelo predominante a lo largo de la costa del Río Uruguay en un ancho de 2 a 30 km, es del orden Entisoles, formado sobre las terrazas aluviales antiguas.

Estos últimos, con topografía suavemente ondulada son, por sus características agroecológicas de gran aptitud forestal y citrícola y acompañan en toda su extensión a la Ruta Nacional N° 14, representando el límite occidental de la zona de mayor aptitud para la forestación con eucaliptos. Hacia el Oeste los suelos son más pesados, bajos y con mayor aptitud para los pinos, correspondiendo a los órdenes Molisol y Vertisol.

Los suelos del Parque Nacional El Palmar, correspondientes a la de Entisoles son típicamente Udifluventes, cuyas características principales son una textura arenosa, bien drenado, con baja capacidad de retención de humedad y erosión leve.

7. Materiales y equipos

a. Materiales

- Libreta de campo
- Esferográficos
- Lápiz
- Paquete de hojas de impresión
- Cartuchos de tinta

b. Equipos

- Cámara fotográfica
- Computadora
- GPS
- Flash memory
- Impresora
- Filmadora

B. METODOLOGÍA

1. Diagnosticar la situación actual de las actividades y servicios ofertados en el Parque Nacional “El Palmar”

Para el cumplimiento del primer objetivo se establecieron parámetros para conocer el estado actual en el que se encuentran las actividades (anexo 1) y servicios (anexo 2) que se ofertan en el PNEP, los cuales posteriormente fueron sujetos de evaluación.

Conjuntamente, se realizó una guía de observación para conocer a fondo la realidad de la oferta, dando una primera idea de percepción respecto a la calidad. Para ello se realizaron cuatro salidas de campo en el caso de actividades y senderos (dos entre semana, una en fin de semana normal y una en un fin de semana largo), con esto se pudo constatar el flujo de turistas que visitan los sitios y alguna posible afectación.

En este contexto, la fase de diagnóstico que fue incluida como punto de partida para la evaluación de la percepción de los visitantes respecto a la calidad, se fundamentó en los siguientes parámetros:

a. Actividades: El diagnóstico de las actividades se ejecutó tomando en cuenta los siguientes componentes:

1) Señalética y señalización

Tuvo por objeto evaluar el instrumento que ayudo al visitante a identificar y regular su acceso a los servicios requeridos, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Bueno: La señalización se encontró en buenas condiciones, recibe mantenimiento periódico, posee información precisa y legible, y contó materiales acordes al entorno

Regular: La señalización presentó deterioro, recibe mantenimiento, información poco legible, pero con materiales acordes al entorno.

Malo: La señalización se encontró en malas condiciones, y no recibe mantenimiento, la información que presentó no es precisa y no es legible, además, presentó materiales que alteran el entorno.

2) Accesibilidad

Se evaluó la capacidad que tiene el Parque Nacional “El Palmar” para recibir personas con algún tipo de discapacidad tanto en sus servicios, en sus senderos y en la información que puede recibir, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Bueno: El sendero es accesible para personas con algún tipo de discapacidad debido a que presentó todas las facilidades necesarias en lo que respecta a información equipos y servicios

Regular: El sendero es poco accesible para personas con algún tipo de discapacidad debido a que presentó las facilidades mínimas en lo que respecta a información equipos y servicios

Malo: El sendero es no accesible para personas con algún tipo de discapacidad debido a que no presentó las facilidades necesarias en lo que respecta a información equipos y servicios.

3) Limpieza del entorno

Este parámetro tuvo por objetivo calificar la limpieza del entorno y en las instalaciones del Parque Nacional “El Palmar”. Además, se evaluó el manejo de desechos existente en el sitio, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Adecuado: La limpieza del sitio fue apropiada y no generó impactos visuales al recorrer el sitio, dispone de tachos para desechos ubicados a lo largo del trayecto. Además, se da un manejo adecuado a los desechos.

Inadecuado: La limpieza del sitio fue mala y generó impactos visuales al recorrer el sitio, dispone de pocos tachos para desechos ubicados a lo largo del trayecto. Además, se da un manejo inadecuado a los desechos.

4) Normas de seguridad

Se evaluó las indicaciones, advertencias y/o precauciones que se dio a los visitantes antes de realizar algún tipo de actividad, esta comprendió aspectos de equipos necesarios, algún tipo de experiencia previa y dificultad que pueden presentar los senderos, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Cumple: Los visitantes recibieron toda la información necesaria respecto a normas de seguridad indispensables para realizar sin ningún problema la actividad.

No cumple: Los visitantes no recibieron la información necesaria respecto a normas de seguridad indispensables para realizar sin ningún problema la actividad.

5) Medios interpretativos

En esta categoría se calificó los medios utilizados para transmitir un mensaje al visitante, es decir la manera que llegó la información a los turistas para despertar una emoción positiva, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Bueno: Existieron suficientes medios interpretativos en la zona con información pertinente

Regular: Existieron suficientes medios interpretativos en la zona sin embargo la información presentó falencias

Malo: No existieron suficientes medios interpretativos en la zona con información pertinente

6) Temporalidad

Este parámetro tuvo por objetivo evaluar la información que recibió el visitante respecto a la disponibilidad de servicios y actividades durante las distintas temporadas del año y alguna condición externa que influya en la misma disponibilidad. Además, se detalló los horarios en que pueden estar disponibles las actividades, haciendo énfasis en la capacidad de carga y número de grupos que puede recibir un determinado sitio, los parámetros a calificar fueron las siguientes:

Bueno: El tiempo de espera fue mínimo para realizar la actividad, los horarios, el número de personas que realizan la actividad, y disponibilidad de la actividad fueron informados siempre a los visitantes

Regular: El tiempo de espera fue mínimo para realizar la actividad, pero no se contó con un sistema de información sobre los horarios, el número de personas que realizan la actividad, y disponibilidad de la actividad para los visitantes.

Malo: El tiempo de espera fue demasiado para realizar la actividad y no se contó con un sistema de información sobre los horarios, el número de personas que realizan la actividad, y disponibilidad de la actividad para los visitantes.

7) Condiciones del sendero

En este parámetro se evaluó el estado que tiene el sendero en el que se desarrolló las actividades, haciendo énfasis en el tipo de mantenimiento que se le da al sendero, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Adecuado: El sendero se encontró en buen estado y se realiza un mantenimiento periódico de acuerdo a sus características para preservar su estado.

Inadecuado: El sendero se encontró en mal estado y se realiza un vago mantenimiento periódico para preservar su estado.

8) Características del sendero

Se evaluó todos los aspectos del sendero como el tipo de sendero y el trazado del mismo, además se consideró la delimitación del sendero y su distancia, haciendo énfasis en si existe un impacto en flora o en fauna, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Bueno: El sendero se encontró en óptimas condiciones, con una delimitación adecuada y claramente definida.

Regular: El sendero se encontró en óptimas condiciones, con una delimitación que no estaba claramente definida.

Malo: El sendero no se encontró en óptimas condiciones, y no tiene una delimitación adecuada y claramente definida.

9) Recursos interpretativos/ educativos / recreativos

El parámetro evaluó el recurso utilizado en el sendero que permitió transmitir una sensación positiva al visitante, ese elemento único representativo del sendero que lo hace diferente al resto y que evoca un significado al visitante, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Adecuado: El recurso interpretativo presente en el sitio fue significativo y representó algo único en el sitio.

Inadecuado: El recurso interpretativo presente en el sitio tuvo poca significancia, no representó al sitio.

10) Erosión del suelo

En esta categoría se evaluó la condición del sendero respecto a cuan erosionado este se encontró, haciendo énfasis en las posibles causas que este pudo tener y las posibles medidas preventivas y correctivas que se pueden aplicar al sitio, y los parámetros que se utilizaron para la calificar fueron: Alto, medio y bajo.

11) Facilidades turísticas

Se evaluó todos aquellos elementos que contribuyeron y/o ayudaron al visitante a realizar su visita y mejorar aún más su experiencia, al mismo tiempo que precautela su seguridad, los parámetros a calificar fueron los siguientes:

Bueno: Las facilidades presentes en el sendero fueron suficientes y se encontraron en condición optima, reciben un mantenimiento periódico y están hechas con materiales acordes a la zona.

Regular: Las facilidades presentes en el sendero no fueron suficientes, pero se encontraron en una condición optima, reciben un mantenimiento periódico.

Malo: Las facilidades presentes en el sendero no fueron suficientes y se encontraron mala condición, no reciben ningún tipo de mantenimiento y no están hechas con materiales acordes a la zona.

b. Servicios: El diagnostico de los servicios se ejecutó tomando en cuenta los siguientes componentes:

1) Servicios complementarios

a) Servicio Higiénico

Se evaluó la calidad de los servicios sanitarios que ofrece el Parque Nacional “EL Palmar” a sus visitantes. Entre ellos se consideró la limpieza, la capacidad, disponibilidad de agua para sanitarios y agua caliente para as duchas, los parámetros a ser calificados fueron los siguientes:

Adecuado: El servicio sanitario se encontró en óptimas condiciones tanto en limpieza como en disponibilidad de agua en todos los ámbitos.

Inadecuado: El servicio higiénico no se encontró en las mejores condiciones, se debe mejorar la limpieza y existe interrupciones en el flujo de agua fría o caliente.

b) Feria de artesanos

Se evaluó los productos que se venden a los turistas como recuerdo de su visita al Parque Nacional “El Palmar”, se tomaron en cuenta la variedad de productos, atención del personal y estandarización de los precios, los parámetros a ser calificados fueron los siguientes:

Adecuado: La feria de artesanos oferta productos variados realizados con materiales de la zona, la atención del personal fue adecuada y los precios entre los artesanos tuvieron una estandarización determinada.

Inadecuado: La feria de artesanos oferta productos variados realizados con materiales de la zona, la atención del personal fue regular y los precios entre los artesanos no tuvieron una estandarización determinada.

c) Proveeduría

Se evaluó los productos que se ofrecen en este servicio, que en su mayoría es consumido por los usuarios del camping, los parámetros a ser calificados fueron los siguientes:

Adecuado: La Proveeduría ofertó productos variados y de calidad, la atención del personal fue adecuada y los precios no tuvieron una agregación exagerada en cuanto al original.

Inadecuado: La Proveeduría no ofertó productos variados y no fueron de una buena calidad, la atención del personal fue inadecuada y los precios tuvieron una agregación exagerada en cuanto al original.

2) Planta turística

a) **Alimentación:** Se evaluó la calidad del servicio de alimentación tanto en el restaurante como en el Snack bar, la atención de personal y la disponibilidad para los visitantes los parámetros a ser calificados fueron los siguientes:

Bueno: El servicio fue de calidad, la atención de personal fue adecuada para los visitantes, existió buena disponibilidad de espacio para uso de visitantes.

Regular: El servicio fue de calidad, sin embargo, la atención de personal fue regular en algunos casos, existió buena disponibilidad de espacio para uso de visitantes.

Malo: El servicio no fue de calidad, la atención de personal fue inadecuada para los visitantes, y no existió buena disponibilidad de espacio para uso de visitantes.

b) **Camping:** Se evaluó el servicio de camping, haciendo énfasis en el uso del espacio, las facilidades presentes para este servicio, los parámetros a ser calificados fueron los siguientes:

Bueno: El servicio fue de calidad, presentó un extenso espacio para el uso de los visitantes. Además, contó con las facilidades necesarias para satisfacer las necesidades del visitante, las mismas que se encontraron en óptimas condiciones.

Regular: El servicio fue de calidad, presentó un extenso espacio para el uso de los visitantes. Además, contó con las facilidades mínimas para satisfacer las necesidades del visitante y las mismas no se encontraron en las mejores condiciones.

Malo: El servicio no fue de calidad, presentó poco espacio para el uso de los visitantes. Además, no se contó con las facilidades necesarias para satisfacer las necesidades del visitante.

Además, se ejecutó una revisión en fuentes primarias y secundarias, que ayudaron a conocer el estado actual de la calidad de visita que se les brinda a los visitantes, esto con una visión administrativa, pues se pretendió tener una idea de las adversidades que puede tener una administración de Parque Nacional, haciendo énfasis en las funciones que se desempeñaron para llegar a brindar al visitante una visita de calidad en el PNEP.

2. Identificar variables e indicadores para medir y evaluar la percepción de los visitantes del Parque Nacional “El Palmar” sobre la calidad de los servicios y actividades.

Para el cumplimiento del segundo objetivo se establecieron variables e indicadores que permitieron medir y posteriormente evaluar la percepción de los visitantes al PNEP respecto a las actividades y servicios que utilizan durante la visita.

La selección de las variables e indicadores se fundamentó en el proceso lógico de operacionalización de las variables, tal como lo plantea (Korn, 1984), se siguieron los siguientes procedimientos:

“Definición nominal de la variable a medir”

“Definición real: enumeración de sus dimensiones

“Definición operacional: selección de indicadores”.

Posteriormente mediante una encuesta previamente elaborada con preguntas abiertas y cerradas respecto a aspectos sociográficos, psicográficos, motivacionales y de percepción sobre la visita al PNEP, se levantó la información sobre la percepción de la calidad de servicios y actividades.

Para esto, se determinó el número de visitantes que recibe el Parque Nacional “El Palmar” en los meses abril, mayo y junio del 2017, de quienes se levantó la información, el diseño muestral fue aleatorio al azar, usando la fórmula para el cálculo de la muestra para poblaciones finitas.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

σ = Probabilidad que ocurra hecho

E= Margen de error

Z= Nivel de confianza

De acuerdo a los resultados de la fórmula de cálculo se debieron aplicar 241 encuestas puesto que el universo total de los tres meses fue de 11018, trabajado con un 6 % de margen de error y un nivel de confianza de 1,89. Sin embargo, debido a que muestra se dividió para los tres momentos de levantamiento de información se aplicaron en total 270 encuestas.

- **Fines de semana normal:** 90 encuestas
- **Feriado 1 Semana Santa:** 90 encuestas
- **Feriado 1 Dia del trabajador:** 90 encuestas

Se debe indicar que las variables tomadas en cuenta como factores, se basan en los procesos para evaluar percepciones propuesta por (Korn, 1984), esto por cuanto se pretendió vincular factores que puedan de una u otra manera incidir en la percepción respecto a calidad que tengan los turistas al momento de realizar una visita al PNEP, los factores analizados fueron los siguientes:

- Calidad de visitación en feriados largos
- Tratamiento de efluentes

Conjuntamente, se diseñó una base de datos para la tabulación de la información recolectada, la misma que contribuyó a evaluar el nivel de satisfacción que tiene los visitantes respecto a la calidad de su visita al PNEP. El análisis de los resultados de cada indicador previamente establecido se muestra complementada con tablas y gráficos, mismos que permiten observar de forma fácil el nivel de percepción de los visitantes respecto a la calidad de su visita, así como también las variaciones en los niveles de percepción de los visitantes en los distintos escenarios del área.

Simultáneamente se ejecutó una prueba estadística de Chi cuadrado de homogeneidad para contrastar las variaciones de las tres variables nominales, en medida de las frecuencias observadas, esperadas, grados de libertad y valor crítico, tal como se detalla a continuación:

- 1) **Frecuencias observadas:** Dichas frecuencias se obtuvieron de la información recolectada en campo a los visitantes en los momentos descritos anteriormente.
- 2) **Frecuencias esperadas:** Dichas frecuencias son el resultado de multiplicar la suma de las columnas con la suma de las filas y dividirlo por el número total de observaciones.
- 3) **Grados de libertad:** Son el resultado de multiplicar el número de filas menos uno por el número de columnas menos uno.
- 4) **Valor crítico:** Dicho valor se obtiene de los grados de libertad y del nivel de confianza con el que se trabaja.
- 5) **Estadístico de prueba:** Resultado de la prueba chi cuadrado de homogeneidad, mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

E= Frecuencias observadas

O= Frecuencias esperadas

3. Establecer líneas estratégicas para elevar el nivel de satisfacción de las visitas al Parque Nacional “El Palmar”

Para el cumplimiento del tercer objetivo se determinaron los factores que presentan un nivel bajo de satisfacción en lo que respecta a calidad dentro del Parque Nacional “El Palmar”, para posteriormente elaborar una planificación estratégica en función del siguiente proceso:

- a. **Análisis DAFO:** en este paso se detallaron las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades con las que cuenta el Parque Nacional “El Palmar” entorno a la actividad turística. Identificados los puntos fuertes y débiles de la actividad estableciendo la relación entre las mismas y priorizándolas.
- b. **Generación de estrategias:** en base a la confrontación DAFO y de acuerdo a la evaluación se generaron posibles estrategias de intervención considerando cuatro aspectos:

- 1) **Estrategias ofensivas:** contrastando fortalezas y oportunidades.
- 2) **Estrategias de reorientación:** contrastando oportunidades y debilidades.
- 3) **Estrategias defensivas:** contrastando fortalezas y amenazas.
- 4) **Estrategias de supervivencia:** contrastando debilidades y amenazas.

Finalmente se procedió a priorizar las estrategias a través del método de Holmes citado por (Maldonado, 2013), planteando dos interrogantes:

- a. **¿Qué estrategias tienen viabilidad a corto plazo?**
- b. **¿Qué estrategias son económicamente rentables?**
- c. **¿Qué estrategias tienen viabilidad técnica respecto a la realidad del área protegida?**

VII. RESULTADOS

A. **DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES OFERTADAS EN EL PARQUE NACIONAL “EL PALMAR”**

1. **Análisis de la condición administrativa-legal del Parque Nacional “El Palmar”**

Para entender las implicaciones y perspectiva sobre la calidad de visitación que el Parque Nacional “El Palmar” (PNEP) maneja, se debe abordar dos situaciones, la primera de ellas referente al marco legal de reconocimiento del área protegida como tal y la segunda en relación a la administración del PNEP.

Respecto a la primera condición es necesario hacer alusión a la creación del PNEP, el área protegida se crea con número de ley 16.802 en la ciudad de Buenos Aires del 30 de octubre de 1965 la cual indica que el Parque y Reserva Nacional El Palmar estará ubicado departamento de Colón, provincia de Entre Ríos.

El artículo 3 de esta misma ley, se menciona que, el área estará conformada por 8000 ha. De las cuales, no menos de la mitad serán consideradas Parque Nacional y el resto será destinado a Reserva Nacional, para lo cual el Servicio Nacional de Parques Nacionales ahora Administración de Parques Nacionales (APN) dentro de los seis primeros meses a partir de la vigencia de la declaratoria como área protegida, deberá elevar al Poder Ejecutivo Nacional los límites definitivos tanto de uno y otro.

De este modo, desde que el Parque Nacional “El Palmar” comenzó a funcionar en el año 1971, se construyeron las instalaciones del camping, la proveeduría y el restaurant que funcionan hasta hoy. Así se desarrolló con normalidad durante más de 40 años logrando captar hasta 180.000 visitantes anuales. Sorprendentemente, a partir del año 2015 por interpretación de la ley, y ante el incumplimiento producido en la declaratoria de la delimitación del área protegida como Reserva Nacional dentro del Parque Nacional, derivó en que el funcionamiento de los servicios del Camping, la Proveeduría, el Restaurante y la Sandwuchería, que se adicionó en el año 2008 se consideren irregulares.

De esta manera se infiere la importancia, de que, además de ser nombrada Parque Nacional, esta Área protegida también deba ser declarada como una Reserva Nacional, puesto que se según lo estipulado en la ley N° 22.351 de PARQUES NACIONALES, artículo 5 de las prohibiciones de los Parques Nacionales, específicamente el inciso j prohíbe: *“Construir edificios o instalaciones, salvo las destinados a la autoridad de aplicación, de vigilancia o seguridad de la Nación y a vivienda propia en las tierras de dominio privado, conforme a la reglamentación y*

autorización que disponga el Organismo y a las normas específicas que en cada caso puedan existir, relacionadas con las autoridades de vigilancia y seguridad de la Nación”.

Además, en el artículo 6 de la misma ley menciona: *“La infraestructura destinada a la atención del visitante de los Parques Nacionales y Monumentos Naturales se ubicará en las Reservas Nacionales”.*

Razón por la cual quedaría prohibida la construcción dentro del Área, sin embargo, y tan solo por medio de un decreto singular expedido por el Poder Ejecutivo a propuesta de la APN y siempre y cuando no signifique una modificación substancial del ecosistema del lugar se autoriza la construcción de edificaciones o instalaciones destinadas a la actividad turística.

Por otro lado, la segunda condición de análisis refiere a la administración del Parque Nacional “El Palmar” en lo que respecta al manejo de recursos económicos que tiene el PNEP, por tanto, se debe mencionar dos factores que intervienen directamente.

En primer lugar, la creación del Registro Nacional de Autorizaciones, Recaudaciones e Infracciones (ReNARI) que establece cobros accesos para el PNEP (tabla 1). En segundo lugar, se debe mencionar que en el PNEP se trabaja con concesión con lo que respecta al servicio de restaurante, y el servicio de sandwichería y camping.

Tarifa general:	\$150
Tarifa con bonificación para residentes del MERCOSUR:	\$130
Tarifa con bonificación para residentes nacionales:	\$ 90
Tarifa con bonificación para residentes provinciales:	\$ 40
Tarifa con bonificación para estudiantes secundarios y universitarios:	\$ 40
Tarifa con bonificación para menores de 16 años; residentes locales; jubilados o pensionados nacionales; personas con discapacidad	\$ 0

Tabla 1 Tarifa de acceso al “Parque Nacional el Palmar”

Nota: Ojeda, 2017

Probablemente estos sean los servicios más utilizados por los visitantes dentro del PNEP, resulta importante hacer énfasis en el tema de concesiones, pues una forma de medir la calidad de visitación son los servicios que se prestan al visitante, pero de alguna manera, puede influir en la calidad que los servicios se encuentren en concesión, esto podría casi asegurarse si no se tiene el debido monitorio respecto a este acuerdo.

De este modo para cada concesión presente en el PNEP se establecieron parámetros y condiciones que postulantes a esta concesión deben cumplir. Por lo tanto, se podría asumir que de cierta manera se intenta regular el servicio que se presta teniendo como fin precautelar la calidad del mismo.

Con base a esta información referente a concesiones y tarifas de acceso, es necesario mencionar que ninguno de estos valores que recolecta el PNEP, es un ingreso directo para el mismo, y que de acuerdo a estipulación de ley estas recaudaciones junto a todas las de Parques Nacionales, se dirigen a un fondo conjunto, de este se destina un fondo anual para cada Parque Nacional de la República Argentina. Cabe señalar, que este presupuesto anual no tiene parámetros que rijan su cantidad, es decir cada año el mismo puede aumentar o disminuir según disponga la organización a cargo de esto.

Finalmente, lo necesario de comprender la realidad que la administración de un parque nacional determinado atraviesa, contribuye como punto de inicio para entender las acciones que se puede emprender como Área Protegida para manejar y elevar la calidad de visitación, ciertos puntos tratados anteriormente resultan relevantes para empezar un análisis que ayude a entender mejor esta situación.

2. Descripción general de actividades

En las actividades ofertadas en el Parque Nacional “El Palmar” se destacan las caminatas, mismas que se desarrollan en senderos de acceso peatonal y vehicular con un total de siete senderos con, las actividades se detallan a continuación:

Sendero	Descripción general
El Mollar (Caminatas) Arroyo los Loros	Estos senderos están ubicados en el área de servicios que se encuentra a 12 km de la portada (ingreso). El Sendero el Mollar tiene aproximadamente 1000 metros, se encuentra junto al camping, el mismo inicia en el sector del estacionamiento junto con el sendero Arroyo los Loros de 600 metros, aproximadamente a 400 metros del inicio existe una bifurcación claramente señalizada que da paso a estos dos senderos, además se cuenta con un cartel interpretativo al inicio de cada sendero, mismos que resaltan la belleza paisajística propia del lugar haciendo énfasis en su flora y fauna típica
Calera del Palmar (Caminata)	El sendero se encuentra en el área de servicios. Cuenta con trayecto de 900 metros que accede al sitio histórico del área protegida y posteriormente a la playa, inicia

	<p>en el área de servicios a un costado de la Intendencia del PNEP, por dos senderos diferentes. El primero que lleva directo a las ruinas del sitio histórico, el segundo se da paso por las cañoneras del Palmar lugar donde se desarrolló la Rebelión Jordanista, acto que enfrentaba a Unitarios y Federales en la República Argentina. Este sendero, además, cuenta con 16 carteles interpretativos a través de los cuales se relata la historia del sitio mucho antes de ser creada el Área Protegida haciendo énfasis en el desarrollo de la vida en esa época.</p>
<p>Sendero Yatay (Caminata)</p>	<p>El sendero se ubica a 6 km de la portada (ingreso) y a 6 del área de servicios, tomando el camino de 3 km que dirige al mirador La Glorieta un kilómetro antes del mismo, se evidencia el inicio del sendero que cuenta con un trazado circular y una distancia de 500 metros que atraviesa un bosque denso de palmares con algunos ejemplares del monte y la selva.</p>
<p>Sendero y mirador La Glorieta (Caminata y acceso vehicular)</p>	<p>Ubicado a 9 km de la portada (ingreso) del PNEP y 9 km del área de servicios, el recorrido hacia el mirador cuenta con 3 km hasta su punto más alto, donde se desprende un sendero de 700 metros que conduce por la selva ribereña hasta una pequeña cascada, el mismo continua por el borde del arroyo, a través de pastizales y palmares</p>
<p>Mirador Arroyo los Loros (Accesos vehicular)</p>	<p>Ubicado a 10 km de la portada (ingreso) del PNEP y 3 km del área de servicios, el recorrido hacia el mirador cuenta con 2 km hasta su punto más alto, atravesando por fauna y flora propia del lugar el recorrido promete inmiscuir al visitante en la belleza paisajística de la zona, mirador único donde se perciben en todo su esplendor los palmares extensos y las selvas ribereñas.</p>
<p>Mirador Arroyo el Palmar</p>	<p>Ubicado a 12 km de la portada (ingreso) del PNEP y a 6 km del área de servicios el camino que conduce al sendero cuenta, con 3 km hasta su punto final, en el mismo se puede evidenciar flora y fauna típica de la zona.</p>

Tabla 2 Descripción actividades

Nota: Ojeda, 2017

3. Diagnóstico de actividades

El diagnóstico que determina el estado actual de las actividades parte de la evaluación del sistema de senderos donde se desarrollan las mismas. La evaluación contempla los siguientes parámetros:

- Señalización
- Accesibilidad
- Limpieza del entorno
- Normas de seguridad
- Medios interpretativos
- Temporalidad
- Condición del sendero
- Recursos interpretativos/ educativos/recreativos
- Características del sendero
- Facilidades
- Erosión del suelo

De acuerdo a estos parámetros los senderos serán calificados en categorías de bueno, regular o malo; cumple o no cumple; adecuado o inadecuado, y alto, medio o bajo, según corresponda y de acuerdo a las características evidenciadas en campo, los resultados se detallan a continuación:

a. Sendero

Sendero/ mirador	Señalización	Accesibilidad	Limpieza	Normas de seguridad	Medios interpretativos	Temporalidad	Condición del sendero	Recursos interpretativos	Características del sendero	Facilidades	Erosión
Sendero El mollar	Regular	Mala	Buena	Cumple	Cumple	Bueno	Adecuado	Adecuado	Bueno	Malo	Baja
Sendero Arroyo los loros	Buena	Mala	Buena	Cumple	Cumple	Regular	Adecuado	Adecuado	Regular	Malo	Media
Sendero Calera del palmar	Regular	Mala	Buena	Cumple	Cumple	Regular	Adecuado	Adecuado	Regular	Regular	Media
Sendero Yatay	Regular	Mala	Buena	No cumple	Cumple	Buena	Adecuado	Inadecuado	Regular	Malo	Baja
Sendero La glorieta	Regular	Mala	Buena	Cumple	Cumple	Regular	Adecuado	Adecuado	Regular	Regular	Media
Mirador Arroyo los loros	Buena	Regular	Buena	No cumple	No cumple	Regular	Inadecuado	Adecuado	Regular	Regular	Alta
Mirador la glorieta	Regular	Regular	Buena	No cumple	No cumple	Regular	Adecuado	Adecuado	Regular	Regular	Media
Mirador arroyo el palmar	Buena	Regular	Buena	No cumple	No cumple	Regular	Adecuado	Adecuado	Regular	Regular	Media

Tabla 3 Diagnostico de actividades
Nota: Ojeda, 2017

De acuerdo a la evaluación se debe mencionar que respecto a señalización el 40 % de los senderos cuentan con una buena señalización y el resto se considera regular pues presenta un deterioro. Referente a la accesibilidad más del 60 % de los senderos no cuenta con sistemas que permitan el acceso a personas con algún tipo de discapacidad.

Respecto a limpieza del entorno en el 100 % de los senderos es adecuada pues no se evidencia residuos, en cuanto a las normas de seguridad el 50% de los senderos cuentan con un cartel al inicio del sendero con la información pertinente, el único sendero que cuenta con medios interpretativos suficientes es el sendero Calera del Palmar mientras que el resto de senderos cuenta con uno o dos medios interpretativos.

Referente a temporalidad el 80 % de los senderos presentan un cierre debido a las condiciones climáticas, respecto a las condiciones de los senderos el 90 % de los senderos presentan una condición adecuada pues reciben mantenimiento periódico para mitigar el deterioro, en cuanto a los recursos interpretativos el 90 % de los senderos cuenta con un recurso significativo adecuado pues pone en evidencia las características propias y únicas del sitio a visitar.

Con lo que respecta a las características del sendero el 80 % de los senderos presentan una condición regular, debido a que la mayoría presentan deterioro en el suelo, además de existir tramos en lo que se puede dificultar seguir el trayecto debido a su delimitación, las facilidades existentes en los senderos se consideran como regular en el 75 % de los senderos pues a pesar de la existencia de las mismas se encuentran en un proceso de deterioro significativo que no sido atendido.

Finalmente, la erosión, en el 70 % de los senderos se considera la calificación de media, pues al presentar pendientes pronunciadas y no contar con las facilidades necesarias para mitigar este factor el suelo se ve afectado, a esto se le suma las condiciones climáticas como lluvia que desplaza la capa de rodadura que presentan los senderos dejándolo aún más vulnerable.

4. Matriz fortalezas y debilidades de las actividades

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Los recursos interpretativos presentes en los atractivos cuentan con una significación importante que detalla las características propias del sitio y del área protegida. • La señalización y señalética presentes en los sitios es clara, precisa y adecuada para para cada lugar, las mismas presentan la información necesaria para 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe ningún tipo de información, medios interpretativos o facilidades para personas que presentes algún tipo de discapacidad. • Las facilidades existentes en los sitios, como bancas, puentes y escaleras se encuentran en un proceso de deterioro avanzado, mismo que no ha sido

<p>que los visitantes desarrolles sus actividades sin dificultades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La limpieza en los sitios y en los senderos es adecuada, además en cada uno de ellos se cuenta con contenedores específicos para cada los diferentes tipos de residuos. • Los medios interpretativos presentes en el sendero calera de palmar detallan la historia del área protegida. 	<p>atendido por el personal, dando un mal aspecto en el sitio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con medidas preventivas adecuadas para evitar y reducir la erosión en el suelo causado por la actividad turística y las condiciones climáticas. • El cierre de senderos por inundación y crecimiento de los ríos no siempre es informado de manera oportuna a los visitantes. • Escaso mantenimiento de las vías de segundo y tercer orden, principalmente las que se dirigen a los atractivos.
---	---

Tabla 4 Matriz de fortalezas y debilidades de las actividades

Nota: Ojeda,2017

5. Diagnostico servicios

El diagnostico que determino el estado actual de los servicios se ejecutó en dos instancias, la primera evaluó los servicios complementarios, entiéndase por estos a los servicios higiénicos, feria de artesanos y proveeduría. Mientras que en la segunda instancia se evaluó la planta turística entiéndase por esta a la alimentación y al campin.

De acuerdo a estos parámetros los senderos serán calificados con categorías de bueno, regular o malo, adecuado o inadecuado, según corresponda y de acuerdo a sus características, como se detalla a continuación:

a. Servicios complementarios

Servicios	Ámbito							
Servicio higiénico	Limpieza	Sanitarios	Urinarios	Duchas	Agua fría	Agua caliente	Lavamanos	Utensilios de aseo
	Adecuado	Adecuado	Inadecuado	Inadecuado	Adecuado	Inadecuado	Adecuado	Adecuado
Feria de artesanos	Materiales	Variedad	Precio estándar	Limpieza	Atención del personal			
	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado			
Proveeduría	Productos	Atención del personal	Precios	Limpieza				
	Adecuado	Adecuado	Inadecuado	Adecuado				

Tabla 5 Diagnostico servicios complementarios
Nota: Ojeda, 2017

b. Planta turística

Servicio	Ámbito				
Alimentación: Restorán	Mesas	Sillas	Disponibilidad	Atención del personal	Limpieza
	Buena	Buena	Buena	Buena	Buena
Alimentación: Sandwicheria	Buena	Buena	Buena	Buena	Buena
Camping	Espacio	Limpieza	Complementos	Mesas	
	Buena	Regular	Regular	Regular	

Tabla 6 Diagnostico planta turística
Nota: Ojeda, 2017

Con lo que respecta a los servicios higiénicos, los parámetros que presentan un óbice a lo que a calidad se refiere, son las duchas y urinarios que presentan un deterioro, además de ser escasos para el número de visitantes que recibe el área protegida, a su vez el agua caliente presenta deficiencias. Por otro lado, la feria de artesanos no presentó ninguna calificación de inadecuado en los parámetros establecidos para su evaluación lo que denota calidad al momento de ofrecer el servicio.

La proveeduría sin embargo presenta una deficiencia en lo que a precios se refiere, pues los productos que se ofertan en este servicio pueden presentar un aumento excesivo en su precio considerando el precio original del producto.

Referente al servicio de alimentación del área protegida el 100 % de las mismas han sido calificadas como bueno, debido a que cumplen con los estándares establecidos para su evaluación. Por otro lado, el servicio de camping presenta irregularidades en lo que a limpieza, mesas y complementos se refiere, entiéndase por este último a parrillas, toma corrientes e iluminación. Las mismas presentaron un deterioro avanzado que no ha sido atendido, además que los mismos pueden resultar escasos para el número de visitantes que recibe este servicio.

6. Matriz fortalezas y debilidades de los servicios

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> • El servicio del personal de los servicios es adecuado, eficiente y eficaz a la hora de satisfacer las necesidades de los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La capacidad de los servicios higiénicos no es suficiente cuando el área protegida recibe una alta cantidad de visitantes.
<ul style="list-style-type: none"> • El espacio disponible para el uso de los servicios de alimentación y camping es adecuado, pues se cuenta con amplios espacios que están disponibles para los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • El mal manejo de efluentes en el servicio higiénico, que al presentar un uso excesivo puede causar malos olores en los espacios contiguos.
<ul style="list-style-type: none"> • La limpieza en todos los servicios es adecuada debido a que en cada uno de ellos se cuenta con contenedores específicos para cada los diferentes tipos de residuos 	<ul style="list-style-type: none"> • Las instalaciones y equipos disponibles en los servicios presentan deterioros que no han sido atendidos lo cual puede causar molestia a los visitantes.

Tabla 7 Matriz de fortalezas y debilidades de los servicios

Nota: Ojeda, 2017

B. VARIABLES E INDICADORES PARA MEDIR Y EVALUAR LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL “EL PALMAR” SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES.

1. Selección de variables e indicadores

La selección de las variables e indicadores se fundamentó en el proceso lógico de operacionalización de las variables, tal como lo plantea (Korn, 1984), la misma que sigue los siguientes procedimientos: “Definición nominal de la variable a medir”, “Definición real: enumeración de sus dimensiones y “Definición operacional: selección de indicadores”. Con base a esto se determinó lo siguiente:

a. Variables

Variables	
Variable nominal	Variable real
Infraestructura, información y atención	Estado del camino principal
	Estado del sendero
	Cartelería
	Limpieza
	Sanitarios
	Centro de visitantes
	Folletería
	Atención del personal
	Sitios y atractivos
	Accesibilidad
Calidad de los servicios	Restaurante
	Snack Bar
	Campamento
	Proveeduría
	Feria de artesanos
	Exc. Bicicletas
	Exc. Caballos
Costos de los servicios	Restaurante
	Snack Bar
	Campamento
	Proveeduría
	Feria de artesanos
	Exc. Bicicletas
	Exc. Caballos

Tabla 8 Variables
Nota: Ojeda, 2017

b. Indicadores

De acuerdo a las variables establecidas se plantearon indicadores que permitieron conocer y evaluar la percepción que los visitantes tienen sobre su visita, dichos indicadores fueron establecidos para las tres instancias del levantamiento de la información, como se detalla a continuación:

	Variables	Indicadores
Variable nominal	Variable real	Fin de semana normal, feriado 1: Semana Santa y feriado 2: Día del trabajo
Infraestructura, información y atención	Estado del camino principal	Porcentaje de respuestas por categoría
	Estado del sendero	Número de respuestas de acuerdo a la categoría
	Cartelería	Número de personas que consideran la cartelería muy buena
	Limpieza	Porcentaje de personas que evalúan la limpieza como buena o muy buena
	Sanitarios	Porcentaje de respuestas por categoría
	Centro de visitantes	Cantidad de personas que evalúan el centro de visitantes como muy bueno
	Folletería	Número de respuestas de acuerdo a la categoría
	Atención del personal	Número de personas que consideran que la atención de personal es muy buena
	Sitios y atractivos	Porcentaje de personas que evalúan los sitios como buena o muy buena
	Accesibilidad	Porcentaje de respuestas por categoría
Calidad de los servicios	Restaurante	Número de personas que evalúan el restaurante como bueno
	Snack Bar	Porcentaje de personas que consideran el snack bar como bueno
	Campamento	Porcentaje de respuestas por categoría
	Proveeduría	Número de personas que evalúan la proveeduría como buena
	Feria de artesanos	Porcentaje de personas que utilizan la feria de artesanos
	Exc. Bicicletas	Porcentaje de personas que utilizan las excursiones
	Exc. Caballos	Porcentaje de personas que utilizan las excursiones
Costo de los servicios	Restaurante	Número de personas que consideran el costo de servicio como caro
	Snack Bar	Porcentaje de personas por categoría de costos
	Campamento	Cantidad de personas que consideran el costo del servicio como adecuado
	Proveeduría	Porcentaje de personas que consideran el costo del servicio como adecuado
	Feria de artesanos	Porcentaje de personas que evalúan los costos por categoría
	Exc. Bicicletas	Porcentaje de personas que evalúan los costos por categoría
	Exc. Caballos	Porcentaje de personas que evalúan los costos por categoría

Tabla 9 Indicadores de evaluación

Nota: Ojeda, 2017

2. Evaluación de indicadores

La evaluación de los indicadores establecidos asumen un proceso trabajado durante dos etapas, la primera corresponde a fines de semana normales, y la segunda a fines de semana largos en los que se incluyen semana santa y el día del trabajador, se realizó un levantamiento total de 270 encuestas, subdivididos de forma equitativa en 90 encuestados para cada uno de los periodos de tiempo, se debe destacar que durante la aplicación existió una condición particular respecto a la variable servicios, por cuanto no todos los turistas que arriban al área protegida consumen la totalidad de los servicios registrados, por tanto se evidencia en la evaluación los resultados respecto al total de personas que consumieron cada servicio en forma particular.

a. Indicadores establecidos para fines de semana normales

Variables		Indicadores
Variable nominal	Variable real	Fin de semana normal
Infraestructura, información y atención	Estado del camino principal	El 51 % de las personas encuestadas evalúan el estado del camino como muy bueno, por otro lado, el 47 % y el 2 % lo evaluaron como bueno y regular respectivamente.
	Estado del sendero	38 personas consideran que el estado del sendero es muy bueno, mientras que 50 personas lo evalúan como bueno y tan solo 2 personas calificaron el estado del sendero como regular.
	Cartelería	46 personas equivalente al 51 % consideran la cartelería como muy buena
	Limpieza	El 47 % de las personas encuestadas consideran la limpieza del entorno y de los sitios de visita como muy buena, mientras que el 49 % lo consideran como bueno.
	Sanitarios	El 39 % de las personas encuestadas evalúan los sanitarios como muy bueno, mientras que el 40 % y el 21 % lo evalúan como bueno y regular respectivamente.
	Centro de visitantes	39 personas consideran el centro de visitantes como muy bueno.
	Folletería	48 personas indican que la folletería (tríptico) entregada al ingresar al área protegida es muy bueno, mientras que 41 personas lo consideran bueno y tan solo 1 persona califico la folletería como regular.
	Atención del personal	52 personas consideran que la atención del personal es muy buena.
	Sitios y atractivos	El 57 % de las personas encuestadas evalúan a los sitios y atractivos como muy buenos, mientras que el 43 % los consideran buenos

Calidad de los servicios	Accesibilidad	24 % evalúan la accesibilidad como muy buena, el 28 % como bueno mientras que el 12 % y 36 % lo valoran en las categorías de regular y mala respectivamente.
	Restaurante	34 personas usaron el servicio del restaurante, de esta manera 26 personas equivalente al 76 % consideran el servicio como bueno.
	Snack Bar	56 personas usaron el servicio de snack bar, de esta manera 43 personas equivalente al 77 % consideran el servicio como bueno.
	Campamento	16 personas usaron el servicio de campamento, de esta manera el 13 % consideran el servicio como muy bueno y el 87 % lo consideran como bueno.
	Proveeduría	10 personas usaron el servicio de la proveeduría, en su totalidad consideran el servicio como bueno.
	Feria de artesanos	33 personas visitaron y compraron los productos de la feria de artesanos, del total 32 personas equivalente al 97 % consideran este servicio como bueno.
	Exc. Bicicletas	4 personas usaron el servicio de excursiones en bicicleta, las mismas consideran el servicio como bueno.
	Exc. Caballos	1 persona uso el servicio excursiones a caballos, la misma considera el servicio como bueno.
	Restaurante	De un total de 34 personas que usaron el servicio del restaurante el 15 % considera que el precio del servicio es caro.
	Snack Bar	De un total de 56 personas que usaron el servicio de snack bar el 18 % considera como barato el precio de los productos consumidos, mientras que el 79 % y el 4 % valoraron el precio como adecuado y caro respectivamente.

Costo de los servicios	Campamento	De un total de 16 personas que usaron el servicio de campamento, 13 personas equivalente al 81 % considera el precio del servicio como adecuado.
	Proveeduría	De un total de 10 personas que usaron el servicio de la proveeduría el 90 % considera el precio del servicio como adecuado.
	Feria de artesanos	De un total de 33 personas que visitaron y consumieron los productos de la feria de artesanos, 32 equivalente 97 % considera el precio de los productos como adecuado.
	Exc. Bicicletas	De un total de 4 personas que usaron el servicio de excursiones en bicicleta el 100 % considera el costo del servicio como adecuado.
	Exc. Caballos	1 persona utilizó el servicio de excursiones en caballo considerando el precio del servicio como adecuado.

Tabla 10 Indicadores fin de semana normal

Nota: Ojeda, 2017

En lo que respecta a la evaluación de los indicadores obtenidos del levantamiento de información en fines de semana normales, en la variable nominal infraestructura, información y atención, se evidencia que la percepción de los visitantes en cinco de las diez variables reales evaluadas es más del 50% en la categoría muy bueno, lo que denota la existencia de un grado de satisfacción media por parte de los visitantes (anexo 5).

Además, en la evaluación de la percepción de esta variable nominal se alcanzó un nivel más alto en la atención del personal, pues un mayor número de encuestados la consideraron como muy bueno, seguido por los sitios y atractivos del área protegida que recogen la flora y fauna propia del lugar que con 51 respuestas equivalente al 57 % son evaluados como muy buenos por los visitantes.

Por otro lado, se tiene la variable sanitarios, que presentan un menor número de respuestas de muy bueno y un crecimiento considerable respecto a las demás variables en la categoría de regular (19 personas equivalente al 21 %). Esta condición se puede ver refrendada en el estado de los mismos puesto que pueden resultar escasos respecto a la cantidad requerida por los visitantes. Asimismo, se debe mencionar que en la variable accesibilidad de las 90 personas encuestadas el 28 % evalúa y el 72 % no responde lo que demuestra un desconocimiento de la variable respecto a su definición y correspondencia en el área.

Referente a las demás variables reales de calidad y precio de los servicios y/o productos consumidos se evidencia que en la evaluación de la percepción se alcanza el nivel más alto en el snack bar, seguido del restaurante y la feria de artesanos, pues en relación al número de personas que usan estos servicios, las categorías de bueno y adecuado respectivamente, obtienen evaluaciones sobre el 50 % en todas sus variables reales.

b. Indicadores establecidos para el feriado 1: Semana Santa

Variables		Indicadores
Variable nominal	Variable real	Feriado 1: semana santa
Infraestructura, información y atención	Estado del camino principal	El 47 % de las personas encuestadas evalúan el estado del camino como muy bueno, por otro lado, el 49 % y el 4 % lo evaluaron como bueno y regular respectivamente.
	Estado del sendero	38 personas consideran que el estado del sendero es muy bueno, mientras que 48 personas lo evalúan como bueno y tan solo 3 personas calificaron el estado del sendero como regular.
	Cartelería	34 personas equivalente al 39 % consideran la cartelería como muy buena.
	Limpieza	El 44 % de las personas encuestadas consideran la limpieza del entorno y de los sitios de visita como muy buena, mientras que el 52 % lo consideran como bueno.
	Sanitarios	El 33 % de las personas encuestadas evalúan los sanitarios como muy bueno, mientras que el 35 % y el 29 % lo evalúan como bueno y regular respectivamente.
	Centro de visitantes	34 personas lo consideran el centro de visitantes muy bueno.
	Folletería	33 personas indican que la folletería (tríptico) entregada al ingresar al área protegida es muy bueno, mientras que 46 personas lo consideran bueno y tan solo 2 personas califico la folletería como regular.
	Atención del personal	35 personas consideran que la atención del personal es muy buena.
	Sitios y atractivos	El 52 % de las personas encuestadas evalúan a los sitios y atractivos como muy buenos, mientras que el 48 % los consideran buenos.
	Accesibilidad	24 % evalúan la accesibilidad como muy buena, el 13 % como bueno mientras que el 10 % lo valora en la categoría

		regular.
Calidad de los servicios	Restaurante	31 personas usaron el servicio del restaurante, de esta manera 18 personas equivalente al 58 % consideran el servicio como bueno.
	Snack Bar	51 personas usaron el servicio de snack bar, de esta manera 30 personas equivalente al 59 % consideran el servicio como bueno.
	Campamento	11 personas usaron el servicio de campamento, de esta manera el 9 % consideran el servicio como muy bueno y el 91 % lo consideran como bueno.
	Proveeduría	6 personas usaron el servicio de la proveeduría, de esta manera 4 personas equivalente al 67 % consideran el servicio como bueno.
	Feria de artesanos	8 personas visitaron y compraron los productos de la feria de artesanos, del total 6 personas equivalente al 75 % consideran este servicio como bueno.
	Exc. Bicicletas	3 personas usaron el servicio excursiones en bicicleta, de esta manera el 67 % consideran el servicio como bueno.
	Exc. Caballos	
	Restaurante	De un total de 31 personas que usaron el servicio del restaurante el 6 % considera que el precio del servicio es caro.
	Snack Bar	De un total de 51 personas que usaron el servicio de snack bar el 8 % considera como barato el precio de los productos consumidos, mientras que el 78 % y el 14 % valoraron el precio como adecuado y caro respectivamente.
	Campamento	De un total de 11 personas que usaron el servicio de campamento, el 100 % considera el costo del servicio como

		adecuado.
Costo de los servicios	Proveeduría	De un total de 6 personas que usaron el servicio de la proveeduría el 100 % considera el costo del servicio como adecuado.
	Feria de artesanos	De un total de 8 personas que visitaron y consumieron los productos de la feria de artesanos, el 100 % considera el precio de los productos como adecuado.
	Exc. Bicicletas	De un total de 3 personas que usaron el servicio de excursiones en bicicleta el 100 % considera el costo del servicio como adecuado.
	Exc. Caballos	

Tabla 11 Indicadores Feriado largo 1: Semana Santa
Nota: Ojeda, 2017

En lo que respecta a la evaluación de los indicadores obtenidos del levantamiento de información en el primer feriado de semana santa, en la variable nominal infraestructura, información y atención, se evidencia que la percepción de los visitantes en tan solo dos de las diez variables reales evaluadas es más del 50 % en la categoría muy bueno, lo que denota un grado de satisfacción bajo por parte de los visitantes (anexo 6).

Además, en la evaluación de la percepción de esta variable nominal se alcanzó un nivel más alto son las sitios y atractivos, pues un mayor número de encuestados la consideraron muy bueno, seguido por el estado del camino principal del área protegida que con 42 respuestas equivalente al 47 % son considerados muy buenos por los visitantes, debido que para los visitantes este se encuentra en buen estado conservándose en óptimas condiciones para su uso.

Por otro lado, se tiene la variable sanitarios, que presentan un menor número de respuestas de muy bueno y un crecimiento considerable respecto a las demás variables en la categoría de regular (26 personas equivalente al 29 %). Esta condición se puede ver refrendada por el estado de los mismos puesto que pueden resultar escasos respecto a la cantidad requerida por los visitantes. Asimismo, se debe mencionar que en la variable accesibilidad de las 90 personas encuestadas el 44 % evalúa y el 56 % no responde lo que demuestra un desconocimiento de la variable respecto a su definición y correspondencia en el área.

Referente a las demás variables reales de calidad y precio de los servicios y/o productos consumidos se evidencia que en la evaluación de la percepción se alcanza un nivel más alto en el snack bar, seguido del restaurante y el servicio de campamento, pues en relación al número de personas que usan estos servicios, las categorías de bueno y adecuado respectivamente, obtienen evaluaciones sobre el 50 % en todas sus variables reales.

c. **Indicadores establecidos para el feriado 2: Día del trabajo**

VARIABLES		INDICADORES
Variable nominal	Variable real	Feriado 2: Día del trabajador
Infraestructura, información y atención	Estado del camino principal	El 19 % de las personas encuestadas evalúan el estado del camino como muy bueno, por otro lado, el 71 % y el 10 % lo evaluaron como bueno y regular respectivamente.
	Estado del sendero	17 personas consideran que el estado del sendero es muy bueno, mientras que 69 personas lo evalúan como bueno y tan solo 4 personas calificaron el estado del sendero como regular.
	Cartelería	15 personas equivalente al 17 % consideran la cartelería como muy buena.
	Limpieza	El 19 % de las personas encuestadas consideran la limpieza del entorno y de los sitios de visita como muy buena, mientras que el 74 % lo consideran como bueno.
	Sanitarios	El 18 % de las personas encuestadas evalúan los sanitarios como muy bueno, mientras que el 52 % y el 40 % lo evalúan como bueno y regular respectivamente.
	Centro de visitantes	21 personas consideran el centro de visitantes como muy bueno.
	Folletería	18 personas indican que la folletería (tríptico) entregada al ingresar al área protegida es muy bueno, mientras que 71 personas lo consideran bueno y tan solo 1 persona califico la folletería como regular.
	Atención del personal	28 personas consideran que la atención del personal es muy buena.
	Sitios y atractivos	El 32 % de las personas encuestadas evalúan a los sitios y atractivos como muy buenos, mientras que el 68 % los consideran buenos.
	Accesibilidad	11 % evalúan la accesibilidad como muy buena, el 46 % como bueno mientras que el 43 % lo valora en la categoría mala.

Calidad de los servicios	Restaurante	38 personas usaron el servicio del restaurante, de esta manera 28 personas equivalente al 74 % consideran el servicio como bueno.
	Snack Bar	61 personas usaron el servicio de snack bar, de esta manera 47 personas equivalente al 77 % consideran el servicio como bueno.
	Campamento	25 personas usaron el servicio de campamento, de esta manera el 12 % consideran el servicio como muy bueno y el 88 % lo consideran como bueno.
	Proveeduría	13 personas usaron el servicio de la proveeduría, de esta manera el 85 % consideran el servicio como bueno.
	Feria de artesanos	29 personas visitaron y compraron los productos de la feria de artesanos, del total 27 personas equivalente al 93 % consideran este servicio como bueno.
	Exc. Bicycletas	5 personas usaron el servicio de excursiones en bicicleta, las mismas consideran el servicio como bueno.
	Exc. Caballos	1 persona uso el servicio excursiones a caballos, la misma considera el servicio como bueno.
	Restaurante	De un total de 38 personas que usaron el servicio del restaurante el 18 % considera que el precio del servicio es caro.
	Snack Bar	De un total de 61 personas que usaron el servicio de snack bar el 7 % considera como barato el precio de los productos consumidos, mientras que el 91 % y el 2 % valoraron el precio como adecuado y caro respectivamente.
	Campamento	De un total de 25 personas que usaron el servicio de campamento, 23 personas equivalente al 92 % considera el precio del

		servicio como adecuado.
Costo de los servicios	Proveeduría	De un total de 13 personas que usaron el servicio de la proveeduría el 77 % considera el precio del servicio como adecuado.
	Feria de artesanos	De un total de 29 personas que visitaron y consumieron los productos de la feria de artesanos, el 100 % considera el precio de los productos como adecuado.
	Exc. Bicicletas	De un total de 5 personas que usaron el servicio de excursiones en bicicleta el 100 % considera el costo del servicio como adecuado.
	Exc. Caballos	1 persona utilizó el servicio de excursiones en caballo considerando el precio del servicio como adecuado.

Tabla 12 Indicadores Feriado largo 2: Día del trabajador
Nota: Ojeda, 2017

En lo que respecta a la evaluación de los indicadores obtenidos del levantamiento de información en el segundo feriado del día del trabajo en la variable nominal infraestructura, información y atención, se evidencia que la percepción de los visitantes en ninguna de las variables reales evaluadas es más del 50 % en la categoría muy bueno, sin embargo, en la categoría bueno nueve de las diez variables reales evaluadas obtuvieron más del 50 % lo que denota un grado de satisfacción bajo por parte de los visitantes (anexo 7).

Además, en la evaluación de la percepción de esta variable nominal se alcanzó un nivel más alto en lo que a la categoría muy bueno se refiere en la variable real sitios y atractivos con un 32 %. En lo que concierne a la categoría bueno la percepción obtuvo un nivel más alto en la folletería pues un mayor número de encuestados la consideraron bueno debido a que contiene toda la información pertinente sobre el área protegida, seguido por el estado de los senderos que con 69 respuestas equivalente al 77 % es considerado bueno por los visitantes.

Por otro lado, se tiene la variable sanitarios, que presentan un menor número de respuestas en las categorías de muy bueno y bueno, además de un crecimiento significativo respecto a las demás variables en la categoría de regular (27 personas equivalente al 30 %). Esta condición se puede ver refrendada por el estado de los mismos puesto que pueden resultar escasos respecto a la cantidad requerida por los visitantes. Asimismo, se debe mencionar que en la variable accesibilidad de las 90 personas encuestadas el 31 % evalúa y el 69 % no responde lo que demuestra un desconocimiento respecto a la variable respecto a su definición y correspondencia en el área.

Referente a las demás variables reales de calidad y precio de los servicios y/o productos consumidos se evidencia que en la evaluación de la percepción se alcanza un nivel más alto en el snack bar, seguido del restaurante y la feria de artesanos, pues en relación al número de personas que usan estos servicios, las categorías de bueno y adecuado respectivamente, obtienen evaluaciones sobre el 50 % en todas sus variables reales.

3. Factores que inciden en la percepción

Para desarrollar una evaluación íntegra respecto a la percepción de la calidad de visitación al Parque Nacional “El Palmar” se establecieron factores que pueden afectar dicha percepción, los mismos se detallan a continuación:

a. Temporalidad de acceso

Para entender la implicación que tienen los fines de semana largos dentro del desarrollo de la actividad turística y como factor de incidencia sobre la percepción la calidad, se debe tener en cuenta la relevancia de los feriados largos dentro del periodo de un año. Para ello, se puede evidenciar los siguientes gráficos relacionados a este tema.

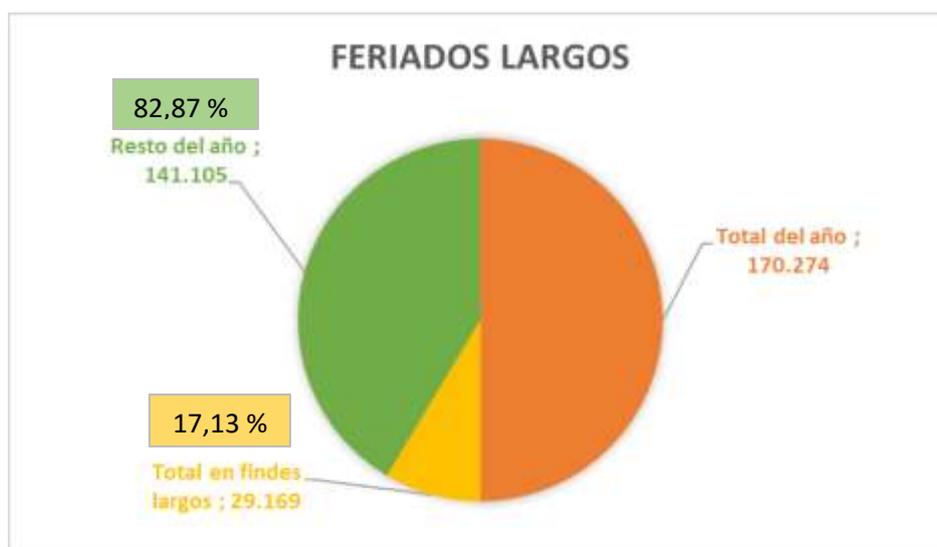


Figura 6 Afluencia de turistas en feriados largos
Nota: Ojeda, 2017

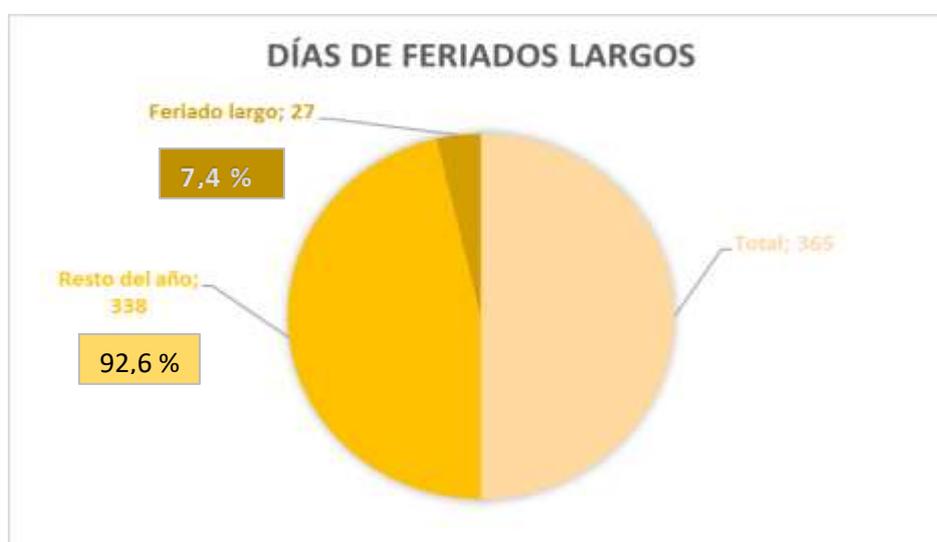


Figura 7 Días considerados feriados largos en un año
Nota: Ojeda, 2017

De esta manera, de un total de 170274 visitantes en un año, 29169 pertenecen a feriados largos correspondiente a un 17,13 %, como demuestra la figura 6, lo que en significancia parece bajo pues es un porcentaje que se puede considerar mínimo dado el total de turistas que recibe el área protegida en un año.

Sin embargo, teniendo como referencia la figura 7, en el cual se detalla que de un total de 365 días del año tan solo 27 son considerados feriados largos representando el 7,40 % de todo el año.

Se puede poner en evidencia la posible afectación a la percepción respecto a la calidad de visita al PNEP, debido a que en tan solo 27 días (figura 7) se recibe 29169 visitantes (figura 6), un número considerablemente alto en función al número de días destinado para feriados, lo que podría provocar saturación tanto en servicios como actividades, además de inducir otras afectaciones como consecuencia de la afluencia masiva de turistas en estos feriados. De este modo, para poder contrastar esta afectación en la percepción de la calidad, se desarrolló una matriz de comparación de los indicadores obtenidos en la etapa de evaluación como se detallan a continuación:

1) Matriz comparativa de indicadores

Variables		Indicadores		
Variable nominal	Variable real	Fin de semana normal	Semana Santa	Día del trabajo
Infraestructura, información y atención	Estado del camino principal	51 % muy bueno	47 % muy bueno	19 % muy bueno
		47 % bueno	49 % bueno	71 % bueno
		2 % regular	4 % regular	10 % regular
	Estado del sendero	38 personas muy bueno	38 personas muy bueno	17 personas muy bueno
		50 personas bueno	48 personas bueno	69 personas bueno
		2 personas regular	3 personas regular	4 personas regular
	Cartelería	46 personas equivalente al 51 % consideran muy buena	34 personas equivalente al 39 % consideran muy buena	15 personas equivalente al 17 % consideran muy buena
	Limpieza	47 % muy buena	44 % muy buena	19 % muy buena
		49 % bueno	52 % bueno	74 % bueno
	Sanitarios	39 % muy bueno	33 % muy bueno	18 % muy bueno
		40 % bueno	35 % bueno	52 % bueno
		21 % regular	29 % regular	30 % regular
	Centro de visitantes	39 personas lo consideran muy bueno	34 personas lo consideran muy bueno	21 personas lo consideran muy bueno
Folletería	48 personas muy bueno	33 personas muy bueno	18 personas muy bueno	
	41 bueno	46 bueno	71 bueno	
	1 persona regular	2 personas regular	1 persona regular	
Atención del	52 personas lo consideran muy	35 personas lo consideran muy	28 personas lo consideran muy	

	personal	bueno	bueno	bueno
	Sitios y atractivos	57 % muy bueno 43 % bueno	52 % muy bueno 48 % bueno	32 % muy bueno 68 % bueno
	Accesibilidad	24 % muy bueno 28 % bueno 12 % regular 36 % mala	77 % muy bueno 13 % bueno 10 % regular	11 % muy bueno 46 % bueno 43 % mala
Calidad de los servicios	Restaurante	26 personas equivalente al 76 % lo consideran bueno	18 personas equivalente al 58 % lo consideran bueno	28 personas equivalente al 74 % lo consideran bueno
	Snack Bar	43 personas equivalente al 77 % lo consideran bueno	30 personas equivalente al 59 % lo consideran bueno	47 personas equivalente al 77 % lo consideran bueno
	Campamento	13 % muy bueno 87 % bueno	9 % muy bueno 91 % bueno	12 % muy bueno 88 % bueno
	Proveeduría	10 personas equivalente al 100% lo consideran bueno	4 personas equivalente al 67 % lo consideran bueno	13 personas equivalente al 85 % lo consideran bueno
	Feria de artesanos	32 personas equivalente al 97 % lo consideran bueno	6 personas equivalente al 75 % lo consideran bueno	27 personas equivalente al 93 % lo consideran bueno
	Exc. Bicicletas	4 personas equivalente al 100% lo consideran bueno	3 personas equivalente al 67 % lo consideran bueno	5 personas equivalente al 100% lo consideran bueno
	Exc. Caballos	1 persona equivalente al 100% lo consideran bueno		1 personas equivalente al 100% lo consideran bueno
	Restaurante	15 % considera el costo del servicio como caro	6 % considera el costo del servicio como caro	18 % considera el costo del servicio como caro

Costo de los servicios	Snack Bar	18 % barato 79 % adecuado 4 % caro	8 % barato 78 % adecuado 14 % caro	6 % barato 92 % adecuado 2 % caro
	Campamento	13 personas equivalente al 81 % lo considera adecuado	11 personas equivalente al 100 % lo considera adecuado	23 personas equivalente al 92 % lo considera adecuado
	Proveeduría	90 % considera el costo del servicio como adecuado	100 % considera el costo del servicio como adecuado	77 % considera el costo del servicio como adecuado
	Feria de artesanos	100 % considera el costo del servicio como adecuado	100 % considera el costo del servicio como adecuado	100 % considera el costo del servicio como adecuado
	Exc. Bicicletas	100 % considera el costo del servicio como adecuado	100 % considera el costo del servicio como adecuado	100 % considera el costo del servicio como adecuado
	Exc. Caballos	100 % considera el costo del servicio como adecuado		100 % considera el costo del servicio como adecuado

Tabla 13 Matriz comparativa de indicadores
Nota: Ojeda, 2017

Respecto a la comparación de los indicadores obtenidos del levantamiento de información en los tres periodos de tiempo evaluados:

En la variable nominal infraestructura, información y atención, se evidencia que en las diez variables reales existe una variación de entre 5 % y 35 % en sus indicadores referente a la percepción de los visitantes, alcanzando un nivel más alto de variación la variable sanitarios, pues existe un decrecimiento en el porcentaje de respuesta en la categoría muy bueno y bueno, y un incremento en la categoría regular lo que pone en evidencia el mal estado de los sanitarios que se hace aún más notorio con mayor afluencia de turistas.

La misma condición se repite en la variable estado del camino principal, pues de igual manera presentó un crecimiento del número respuestas en la categoría regular. A su vez, la variable de cartelería presenta un decrecimiento de respuestas en la categoría muy buena, puesto que en un fin de semana normal alcanzo un 51 % en esta categoría y en los feriados se obtuvo porcentajes de 39 % y 17 % respectivamente en la misma categoría.

Por otro lado, la variable que presento menor variación con respecto a la percepción de los visitantes es sitios y atractivos, debido a que dicha variable junto con la de atención del personal, son las únicas que en ninguna de las instancias han sido evaluadas en la categoría regular.

Referente a la siguiente variable nominal calidad de los servicios, los servicios del snack bar, restaurante, feria de artesanos y el campamento son los más utilizados por los visitantes, evidenciando una leve variación en los tres primeros servicios debido a la existencia de un incremento en el porcentaje de respuestas en la categoría regular. El campamento como uno de los servicios más utilizados es el que reporta una menor variación respecto a la percepción de los visitantes.

Finalmente, en la variable nominal costos de los servicios se demuestra que no existe una variación significativa en la percepción de los visitantes respecto a fines de semanas normales y feriados largos, lo que indica que dichos feriados no tienen ninguna incidencia sobre la percepción que tienen los visitantes sobre los precios de los servicios y/o productos.

b. Prueba chi cuadrado de homegeniedad

Con el objetivo de corroborar la variación de la percepción en los feriados, se desarrolló una prueba de chi cuadrado de homogeneidad en las tres variables nominales descritas anteriormente, de acuerdo a esto se obtuvo lo siguiente:

1) Infraestructura, información y atención

a) Frecuencias observadas

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
Fin de semana normal	403	388	35	9	835
Feriado 1: Semana Santa	358	401	48	3	810
Feriado 2: Día del trabajador	181	583	62	12	838
Total	942	1372	145	24	2483

Tabla 14 Frecuencias observadas variable nominal infraestructura, información y atención
Nota: Ojeda, 2017

b) Frecuencias esperadas

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Fin de semana normal	317	461	49	8
Feriado 1: Semana Santa	307	448	47	8
Feriado 2: Día del trabajador	318	463	49	8

Tabla 15 Frecuencias esperadas variable nominal infraestructura, información y atención
Nota: Ojeda, 2017

c) Cálculo estadístico de prueba

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Fin de semana normal	23,47	11,67	3,88	0,11
Feriado 1: Semana Santa	8,37	4,85	0,01	2,98
Feriado 2: Día del trabajador	58,97	31,08	3,49	1,88

Tabla 16 Cálculo estadístico variable nominal infraestructura, información y atención
Nota: Ojeda, 2017

De acuerdo al cálculo estadístico de prueba de la variable nominal infraestructura, información y atención se obtuvo un valor estadístico de prueba de 150,7.

De esta manera al trabajar con un nivel de confianza del 95 % y un grado de libertad de 6, se obtuvo como resultado un nivel crítico de 12,6.

Es así, que se puede comprobar que en lo que respecta a la variable nominal infraestructura, información y atención, no existe homogeneidad entre los tres momentos evaluados, pues los feriados largos si influyen en la percepción de los visitantes, debido a que el valor estadístico de prueba es mayor al nivel crítico, es decir tomando como referencia el eje de las X este valor se ubica a la derecha del nivel crítico establecido para la evaluación de esta variable nominal.

2) Calidad de los servicios

a) Frecuencias observadas

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
Fin de semana normal	24	130	0	0	154
Feriado 1: Semana Santa	33	70	5	2	110
Feriado 2: Dia del trabajador	27	141	4	0	172
Total	84	341	9	2	436

Tabla 17 Frecuencias observadas variable nominal calidad de los servicios
Nota: Ojeda, 2017

b) Frecuencias esperadas

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Fin de semana normal	30	120	3	1
Feriado 1: Semana Santa	21	86	2	1
Feriado 2: Dia del trabajador	33	135	4	1

Tabla 18 Frecuencias observadas variable nominal calidad de los servicios
Nota: Ojeda, 2017

c) Cálculo estadístico de prueba

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Fin de semana normal	1,08	0,76	3,18	0,71
Feriado 1: Semana Santa	6,58	2,99	3,28	4,43
Feriado 2: Dia del trabajador	1,14	0,31	0,06	0,79

Tabla 19 Cálculo estadístico variable nominal calidad de los servicios
Nota: Ojeda, 2017

De acuerdo al cálculo estadístico de prueba de la variable nominal calidad de los servicios se obtuvo un valor estadístico de prueba de 25,3.

De esta manera al trabajar con un nivel de confianza del 95 % y un grado de libertad de 6, se obtuvo como resultado un nivel crítico de 12,6.

Es así, que se puede comprobar que en lo que respecta a la variable nominal calidad de los servicios, no existe homogeneidad entre los tres momentos evaluados, pues los feriados largos si influyen en la percepción de los visitantes, debido a que el valor estadístico de prueba es mayor al nivel crítico, es decir tomando como referencia el eje de las X este valor se ubica a la derecha del nivel crítico establecido para la evaluación de esta variable nominal.

3) Costos de los servicios

a) Frecuencias observadas

	Adecuado	Barato	Caro	Total
Fin de semana normal	19	127	8	154
Feriado 1: Semana Santa	8	93	9	110
Feriado 2: Día del trabajador	10	153	9	172
Total	37	373	26	436

Tabla 20 Frecuencias observadas variable nominal costos de los servicios
Nota: Ojeda, 2017

b) Frecuencias esperadas

	Adecuado	Barato	Caro
Fin de semana normal	13	132	9
Feriado 1: Semana Santa	2	23	2
Feriado 2: Día del trabajador	4	60	4

Tabla 21 Frecuencias esperadas variable nominal costos de los servicios
Nota: Ojeda, 2017

c) Cálculo estadístico de prueba

	Adecuado	Barato	Caro
Fin de semana normal	2,69	0,17	0,15
Feriado 1: Semana Santa	17,73	206,08	19,94
Feriado 2: Día del trabajador	9,29	142,20	8,36

Tabla 22 Cálculo estadístico variable nominal costos de los servicios
Nota: Ojeda, 2017

De acuerdo al cálculo estadístico de prueba de la variable nominal costos de los servicios se obtuvo un valor estadístico de prueba de 406,6.

De esta manera al trabajar con un nivel de confianza del 95 % y un grado de libertad de 4, se obtuvo como resultado un nivel crítico de 9,5.

Es así, que se puede comprobar que en lo que respecta a la variable nominal costos de los servicios, no existe homogeneidad entre los tres momentos evaluados, pues los feriados largos sí influyen en la percepción de los visitantes, debido a que el valor estadístico de prueba es mayor

al nivel crítico, es decir tomando como referencia el eje de las X este valor se ubica a la derecha del nivel crítico establecido para la evaluación de esta variable nominal.

c. Tratamiento de efluentes

Otro de los factores que predomina al momento de abordar el tema de calidad de visitación en el Parque Nacional “El Palmar”, es el tratamiento de efluentes, se debe señalar que, por la falta de condiciones higiénicas en la evacuación de heces humanas, se puede producir contaminación del suelo y el agua lo cual produce condiciones propicias para el desarrollo de vectores que propagan enfermedades.

De esta manera se puede considerar como obligatorio un sistema adecuado para el tratamiento de efluentes, más aún en un Área Protegida, sinónimo no solo de conservación y protección ambiental sino también de calidad en un ambiente sano para visitantes y turistas. Además, se debe tener en cuenta que las aguas residuales no solo pueden afectar a los turistas del PNEP, sino que, escurriéndose tanto por zanjas, cañadas, arroyos, como por el subsuelo, vuelcan en la ribera de ríos o arroyos mayores, ampliando el área de contaminación y afectando importantes fuentes de agua dulce, situación que es real en el PNEP, pues, al estar colindando con el Río Uruguay se debe tener un más cuidado aun a la hora de tratar con estos sistemas

Si bien los métodos de tratamiento (o pre-tratamiento) utilizados en el área de estudio son de uso habitual, es frecuente que los criterios de diseño usados en las obras, provengan de regiones de diferentes características o hayan sido aplicados sin conocimiento del contexto al que se va a servir o desconociendo aspectos técnicos del método utilizado.

De este modo, y para entender las implicaciones que puede llegar a tener el tratamiento de efluentes en la calidad de visitación, es necesario comprender y analizar la situación referente a este sistema y su desarrollo normal durante jornadas turísticas.

Por esta razón, resulta imperativo remitirse a la tesis realizada por (Sossa, 2012) con el tema “Evaluación de sistema de tratamiento de aguas residuales, del área de uso público y viviendas oficiales del Parque Nacional El Palmar”

En un primer punto se debe conocer las unidades generadoras de efluentes que se encuentran en el PNEP, las cuales se detallan a continuación:

Unidades generadoras de efluentes cloacales, divididas en 6 núcleos o Sectores:

- a) **Sector 1: unidades F, G, H, I** (viviendas oficiales)
- b) **Sector 2: unidades J, K, L** (viviendas oficiales)
- c) **Sector 3: unidades A, B, C, D** (A: intendencia; C: salón de usos múltiples; B y D viviendas oficiales)

- d) **Sector 4: unidades M y N** (restorán y centro de visitantes e informes, respectivamente).
- e) **Sector 5: unidad O** (sanitarios públicos ubicados en el área Sur del camping P. N.: unidad sanitaria principal del camping: sirve también al área de uso público general).
- f) **Sector 6: unidad P** (sanitarios ubicados en el área Norte del camping P. N.: unidad sanitaria complementaria del camping).

Con base en la información respecto a las unidades generadoras de efluentes, y las pruebas de evaluación, se puede emitir el siguiente criterio:

Referencias por colores:

Negro: Cámaras de inspección

Rojo: Tratamiento primario: Cámaras sépticas

Naranja: Otras cámaras (no sépticas): de pre-tratamiento (retención de sólidos obturadores) y de recepción y vuelco común de efluentes

Turquesa: Áreas de aplicación al terreno, como biofiltro de tratamiento secundario

Sector 3 (Área público-institucional): A Intendencia, B viv. dúplex, C salón usos múltiples, D vivienda. Caudal estimativo 3.000 – 4.000 l./día máximo

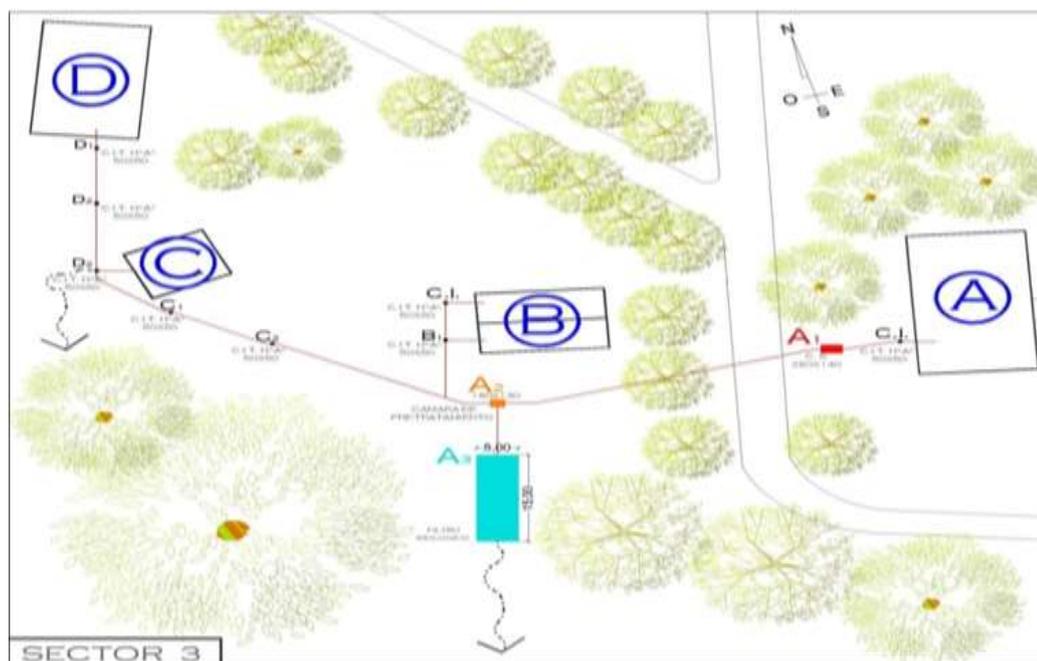


Figura 8 Cámaras generadoras de efluentes Sector 3 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)



Figura 9 Capacidad actual de cámara séptica Sector 3 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

Sector 1 (Área público-institucional): F, G, H, I= viviendas iguales, E = Pozo de captación agua potable. Caudal estimado 3.000 – 4.000 l. /día máximo.

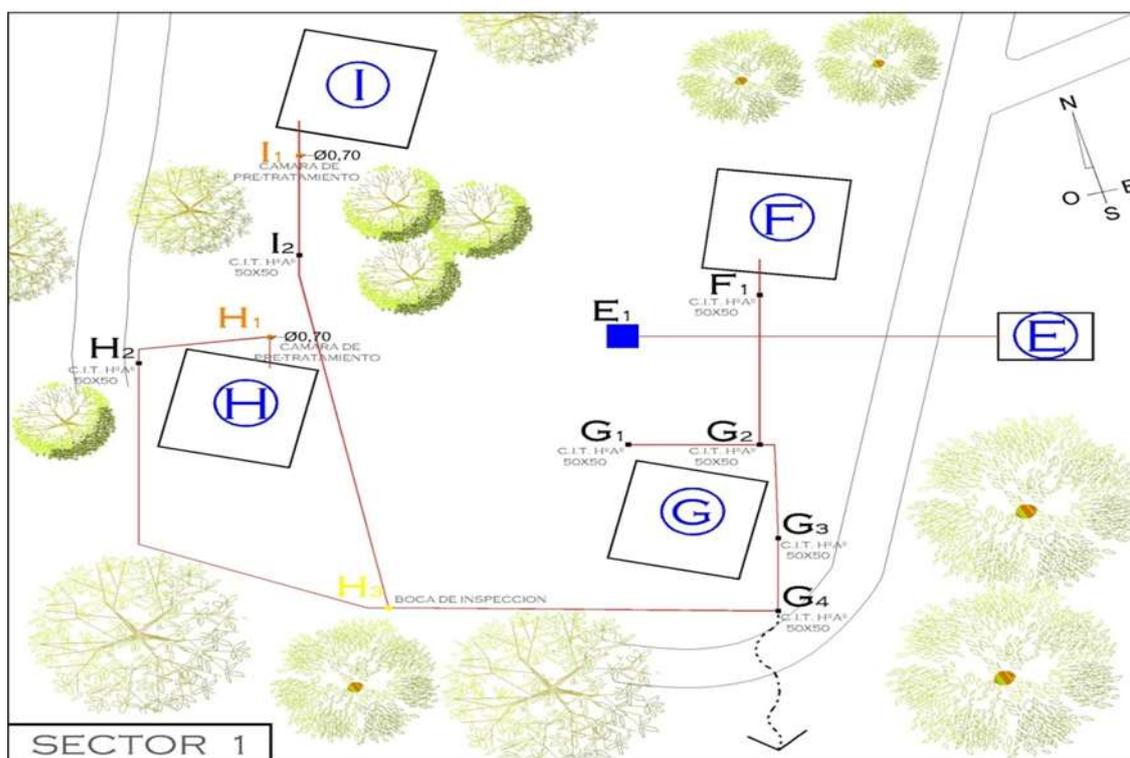


Figura 10 Cámaras generadoras de efluentes Sector 1 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

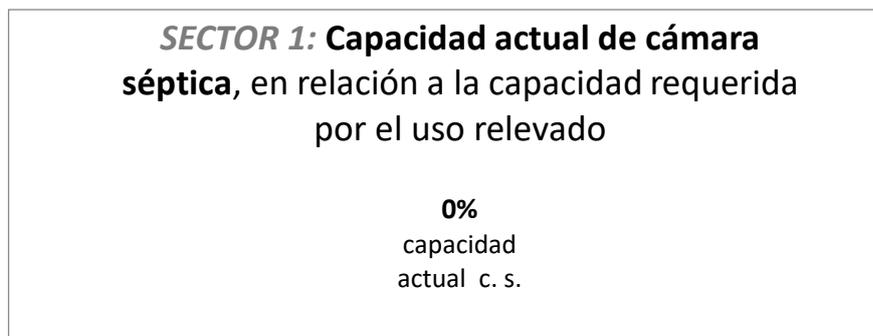


Figura 11 Capacidad actual de cámara séptica Sector 1 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

Sector 2 (Área público-institucional): tres viviendas grandes: J, K y L Caudal estimado 3.000 – 4.000 l./día máximo.

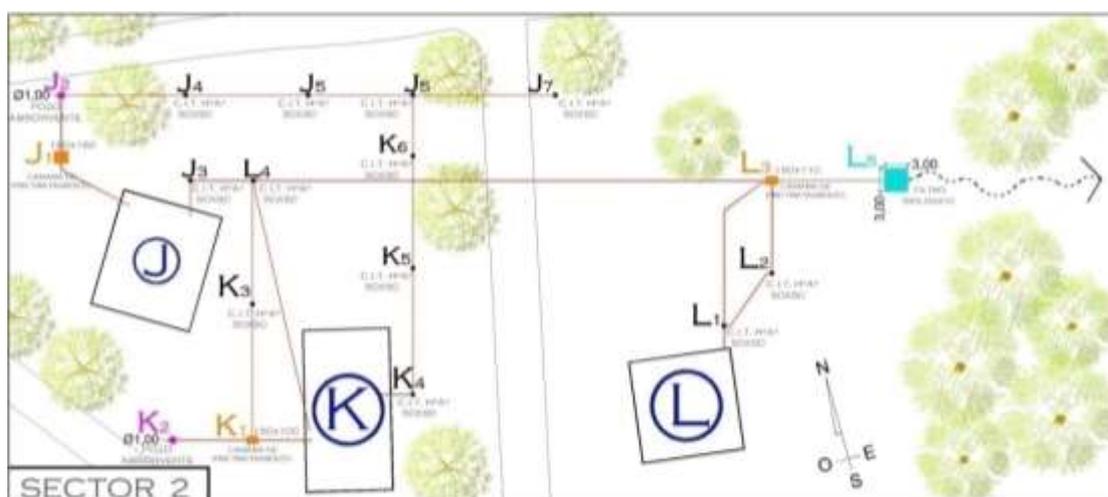


Figura 12 Cámaras generadoras de efluentes Sector 2 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

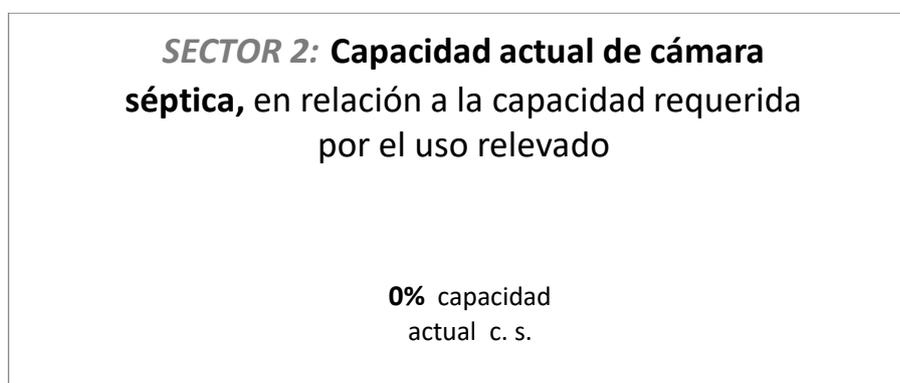


Figura 13 Capacidad actual de cámara séptica Sector 2 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

Sector 4 (Área pública-turística): M restorán, N centro de visitantes e informes

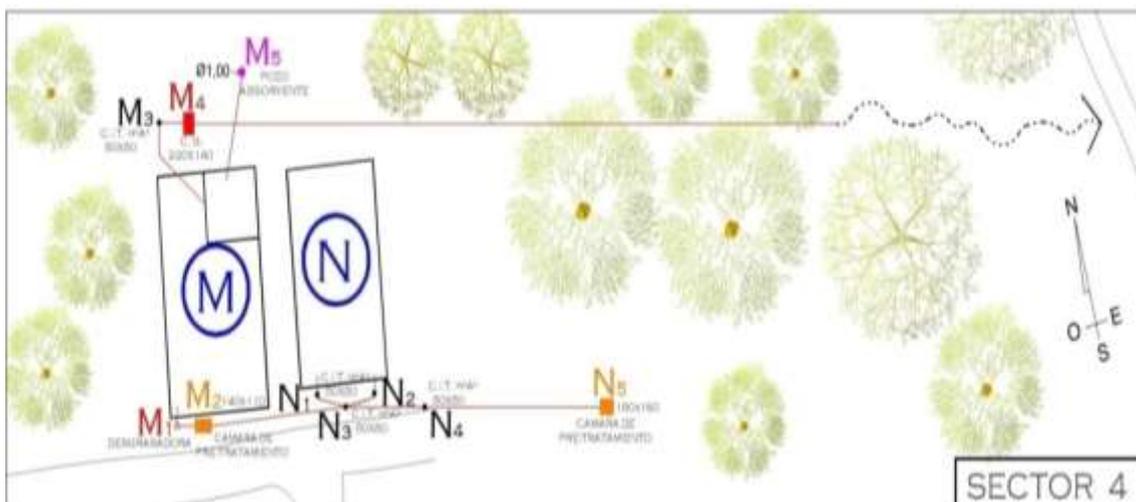


Figura 14 Cámaras generadoras de efluentes Sector 4 PNEP
 Nota: (Sossa, 2012)

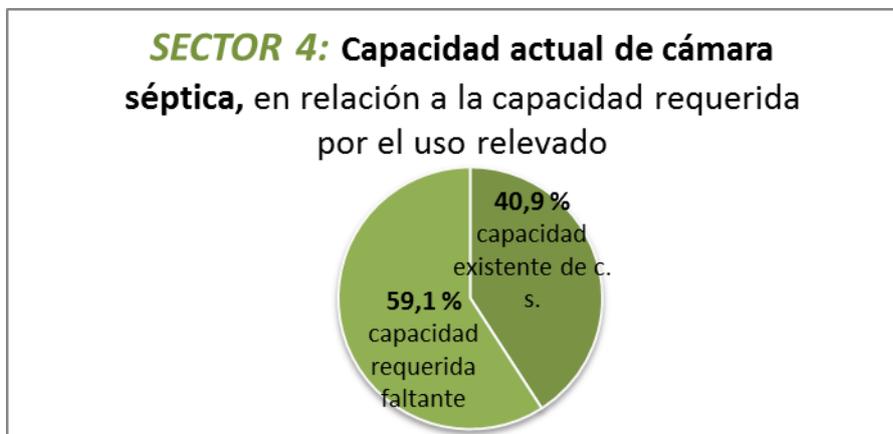


Figura 15 Capacidad actual de cámara séptica Sector 4 PNEP
 Nota: (Sossa, 2012)

Sector 5 (Área pública turística): unidad O, sanitarios públicos principales (camping Sur); caudal estimativo 90.000 l./día en temporada (45.000 c/vuelco aprox.)

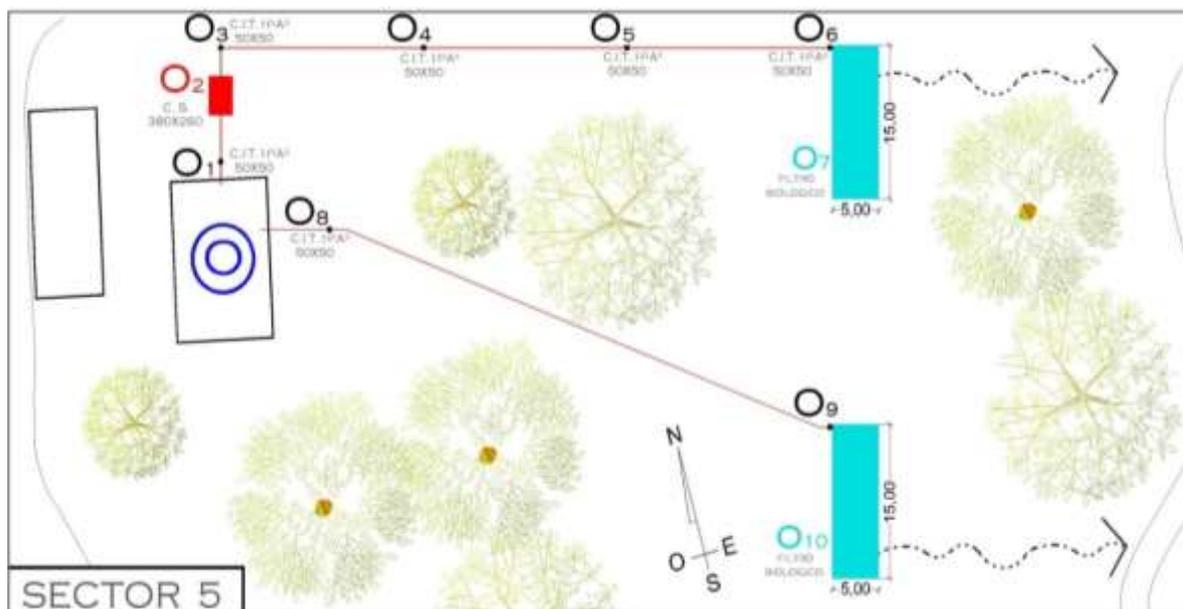


Figura 16 Cámaras generadoras de efluentes Sector 5 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)



Figura 17 Capacidad actual de cámara séptica Sector 5 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

Sector 6 (Área público turística): unidad P, sanitarios camping norte; caudal estimativo 45.000 l./día en temporada

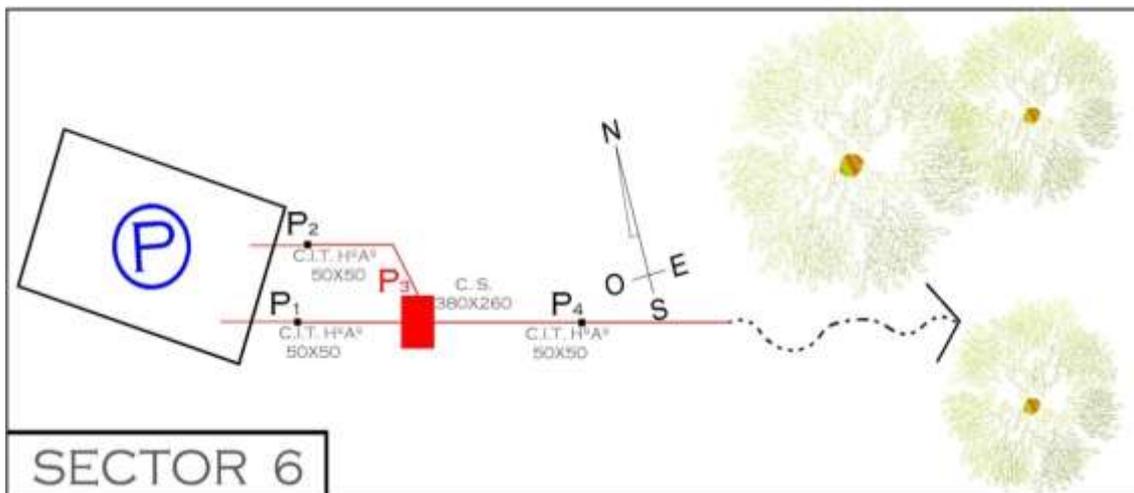


Figura 18 Cámaras generadoras de efluentes Sector 6 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

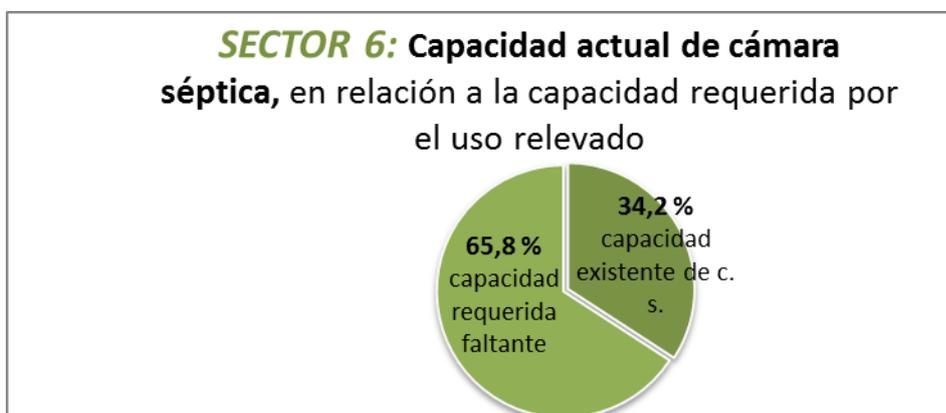


Figura 19 Capacidad actual de cámara séptica Sector 6 PNEP
Nota: (Sossa, 2012)

Dentro del sistema de tratamiento de aguas residuales del Palmar, los vuelcos finales de aguas servidas generados por el uso turístico están centrados en los Sectores N° 4, 5 y 6, donde se ubican el restaurante, centro de visitantes y los cuerpos de sanitarios camping y visitación P.N. Estos edificios junto a la Intendencia ubicada en el Sector 3, y sus instalaciones de tratamiento primario, son de un período anterior al proyecto de ampliación de instalaciones durante el 2003, entre las que se destacan por su ubicación los denominados “biofiltros”; en este mismo año se construyen las cámaras no sépticas A₂, L₃, K₁ y N₅.

En cambio, las unidades generadoras de efluentes de los Sectores 4, 5, y 6; del 1° periodo constructivo; poseen cada una sus respectivas C.S. (cámara séptica), correctamente diseñadas: A₁, M₄, y M₂, O₂ y P₃; aunque escasas en su cantidad-capacidad; dado el desarrollo de la actividad turística actual, según el relevamiento realizado para dimensionar capacidad requerida.

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente sobre el tratamiento de efluentes se puede inferir que es un problema presente dentro del PNEP, pues, como se evidencia en los cinco de los seis sectores generadores de efluentes, la capacidad faltante supera a la capacidad existente, cabe señalar que este problema afecta directamente a la percepción de los visitantes respecto a la localidad de visita al PNEP, aunque puede ser un tema desconocido por los visitantes este sistema con carencias principalmente en lo que respecta a capacidad-cantidad, se ve ampliamente superado por la actividad turística normal del PNEP. Además, presenta un crecimiento durante jornadas extensivas de turismo como son los feriados largos.

Durante los feriados se puede evidenciar un olor fuera de lo común principalmente dentro de las áreas contiguas a la sandwichería y a los baños públicos, la información levantada en los dos feriados descritos anteriormente demuestran que una de las molestias existentes está relacionada con el escaso número de servicios higiénicos y la presencia de malos olores que perciben los visitantes.

Por estas razones, se debe asegurar la condición de efluentes como factor directo en la percepción sobre calidad que tienen los visitantes del PNEP, y de este modo directamente proporcional como factor a mejorar para elevar el nivel de satisfacción de los visitantes, condición por la cual se debe dar paso a la aplicación del proyecto para la gestión de efluentes en el PNEP, aunque el proyecto no se encuentra en ejecución, este busca cambiar el sistema convencional de cámara séptica considerado incompleto, escaso, en tamaño y diseño por el de un sistema natural no convencional de fosa séptica + biofiltro subsuperficial, el mismo no solo cuenta con un menor costo, sino también una capacidad más alta en lo que a operación y mantenimiento se refiere, mientras que ocupa menos energía, causa menor impacto ambiental y genera menor cantidad de residuos, dicho tratamiento se ve enfocado y se sintetiza en la siguiente cita:

“Desde hace unos treintaicinco años los sistemas de humedales construidos se han utilizado en determinadas zonas (centro y norte de Europa) para tratar las aguas residuales de pequeños municipios. En la actualidad estos sistemas se están aplicando de forma creciente en todo el mundo, tanto en los países del Norte como del Sur, para tratar aguas residuales de todo tipo. En los países del Sur los humedales constituyen una alternativa francamente viable para abordar el problema del saneamiento.

Pero ¿cuál es el desencadenante del gran éxito de estas técnicas de tratamiento? Sin duda alguna el cambio de mentalidad progresivo de las sociedades humanas hacia el desarrollo sostenible. En muy pocos años hemos pasado de una gestión del agua desarrollista, a tener mucho más cuidado al analizar los balances de masa y de energía, no sea que estemos intentado resolver problemas generando otros. Los

humedales son tecnologías de tratamiento simples de operar, con baja producción de lodos residuales y sin consumo energético. No requieren de la adición de reactivos químicos y de energía para airear el agua o recircularla. La infraestructura necesaria para su construcción es muy simple y asequible, su mantenimiento es relativamente fácil y económico”. (García Serrano, J. y Corzo Hernández, A., 2008).

Por consiguiente, un área protegida debería ser un sinónimo de conservación y de calidad ambiental. Por lo cual, este proyecto se lo debe tomar como primera instancia, no solo para brindar calidad ambiental en el lugar sino una calidad en su visita al turista, por otro lado, de no ser tomado con la rigurosidad que el tema conlleva, este puede desembocar en un problema aun más grave.

C. LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA ELEVAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL “EL PALMAR”

1. Planificación estratégica

De acuerdo a la evaluación desarrollada en el objetivo anterior, se pudo identificar los puntos débiles que el Parque Nacional “El Palmar” tiene al momento de ofertar una visita de calidad a los turistas y visitantes que optan por esta área protegida, razón por la cual, se pretende mejorar estos puntos débiles mediante el planteamiento de estrategias que ayuden a mejorar la calidad de la oferta a la hora de visitar dicha área protegida.

a. Análisis DAFO

1) Matriz DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Problema ambiental debido a la existencia de especies exóticas que ponen en peligro las especies endémicas. • Deterioro en las vías de segundo y tercer orden para acceder a sitios, atractivos y servicios turísticos. • Escaso mantenimiento en instalaciones y equipos de los servicios y senderos ofertados • Ineficaz manejo de aguas residuales en el área protegida • Inexistencia de un inventario técnico de recursos naturales, culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sobrepoblación de especies exóticas de flora y fauna. • Incendios forestales presentes en la zona, especialmente en la época de verano. • Creciente contaminación por el mal manejo de aguas residuales en el área protegida.

- Escasos estudios de impacto ambiental y capacidad de carga turística.
- El área protegida no cuenta con el reconocimiento como reserva nacional.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos turísticos y diversidad de atractivos. • Oferta de restaurante, camping y artesanías propias del sector. • Diversidad de actividades a realizar como excursiones, caminatas, pesca, etc. • Personal especializado para la ejecución de las actividades ofertadas, así como en el manejo y conservación del área protegida. • Vías de acceso al área protegida en excelente estado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de flujo turístico en los últimos años. • Opciones para el desarrollo de Ecoturismo. • El área protegida y su zona de amortiguamiento se presta para el desarrollo de iniciativas de turismo, investigación, educación.

Tabla 23 Matriz DAFO Parque Nacional “El Palmar”

Nota: Ojeda, 2017

2) Matriz de confrontación

		Factores externos								Total	
		Oportunidades			+	Amenazas			+		
		O1	O2	O3		A1	A2	A3			
Factores internos	Fortalezas	F1	10	10	1	21	0	1	0	1	22
		F2	5	1	0	6	1	0	0	1	7
		F3	10	5	0	15	1	5	0	6	21
		F4	5	5	1	11	0	10	10	20	31
		F5	5	1	1	7	0	0	1	1	8
		+	35	22	3	60	2	16	11	29	89
	Debilidades	D1	5	10	10	25	0	10	0	10	35
		D2	10	5	1	16	0	0	0	0	16
		D3	10	10	1	21	1	0	1	2	22
		D4	5	10	5	20	5	0	0	5	25
		D5	5	10	10	25	1	10	1	12	37
		D6	10	10	10	30	0	0	5	5	35
		D7	0	5	0	5	0	5	10	15	20
		+	45	60	37	142	7	25	17	49	191
	Total	80	82	40	202	9	41	28	78	560	

Tabla 24 Matriz de confrontación

Nota: Ojeda, 2017

3) Generación de estrategias

Con base a lo establecido en la matriz de confrontación se plantearon las siguientes estrategias:

a) Estrategias ofensivas (Cuadrante 1: F-O):

- 1) **Diversificación de actividades y nuevos sitios de visita:** Se busca incorporar nuevas actividades turísticas como: interpretación y educación ambiental, fotografía, pesca deportiva, voluntariado ambiental, entre otras, así como un nuevo sitio de visita “el cementerio tres cruces”, esto con el objetivo de evitar acumulación de visitantes en sitios específicos especialmente en temporadas de alta afluencia, además, para lo cual se debe iniciar convenios con escuelas y colegios como demanda potencial, a su vez con el municipio y museo de Ubajay como alianza estratégica para incorporar al parque como parte de los eventos ambientales, culturales y turísticos que se programan desde estas instancias, con el objetivo de dar a conocer más el área protegida y su creciente interés por procurar un ambiente sano y de calidad para la sociedad.

Presupuesto: De acuerdo a Cabascango, 2017, en su trabajo titulado “Diseño de una réplica del sitio histórico Tres Cruces para la interpretación de patrimonio cultural en el Parque Nacional “El Palmar” estima un presupuesto estimado de 99.275,00 dólares equivalente a 1.722.523,50 pesos argentinos para la creación e implementación del nuevo sitio de visita. Con lo que respecta a nuevas actividades el presupuesto se ha estimado en 10.000,00 dólares equivalente a 173.510,30 pesos argentinos, esto por concepto de equipo necesarios para las actividades propuestas y gastos de logística para convenios.

- 2) **Implementar medios publicitarios sobre el área protegida:** Con el fin de aprovechar la creciente afluencia de turistas que ha obtenido esta área protegida en los últimos años y los recursos turísticos y atractivos únicos que posee, se busca lanzar una difusión masiva de los objetivos y visión del área protegida, atractivos, servicios, proyectos, etc., con la finalidad de dar a conocer más los servicios del Parque Nacional “El Palmar”. La difusión se realizaría en medios locales y nacionales, así como en redes sociales, se propone:

- Publicación trimestral sobre la oferta del parque en periódicos locales y/o nacionales.
- Actualizar de forma permanente la página web y crear redes sociales con imágenes, videos y eventos que promueva el área protegida.
- Promoción y venta de actividades turísticas a través del marketing de compra por correo, para facilitar el proceso de captación de demanda.

- Entrega de productos de regalo a los visitantes del área (feriado largo), como un incentivo y agradecimiento por la visita, y a modo de recordatorio por imagen para motivar una nueva visitación.

Presupuesto:

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario		Valor total	
			Dólares	Peso argentino	Dólares	Peso argentino
Medios publicitarios	Periódico	4	500,00	8.675,52	2.000,00	34.702,08
	Trípticos	1000	0,60	0,035	600,00	10.410,62
	Tarjetas de presentación	1000	0,25	0,014	250,00	4.337,76
Productos de regalo	Artesanías (llaveros)	1000	1,00	17,35	1.000,00	17.351,03
TOTAL					3.850	66.801,47

Tabla 25 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia
Nota: Ojeda, 2017

b) Estrategias de reorientación (Cuadrante 2: D-O):

- 1) Desarrollo de investigaciones y estudios relacionados con biodiversidad y turismo:** Con esta estrategia se pretende fundamentalmente obtener conocimiento sobre diversos aspectos relacionados con el Parque Nacional “El Palmar”, a través de aprovechar la apertura del área protegida como escenario para el desarrollo de pasantías se pueden generar estudios e investigaciones relacionados con: impactos ambientales y culturales, capacidad de carga, sistemas de manejo de visitantes, inventarios turísticos, inventarios de biodiversidad, entre otros.

Presupuesto: Debido a que el programa de pasantías y voluntariado que maneja el Parque Nacional “El Palmar” brinda las facilidades necesarias a los pasantes para el desarrollo de estudios e investigaciones, el único gasto en el que incurriría el área protegida es el equipo necesario para la ejecución de las investigaciones o estudios, por lo que se aproxima un presupuesto de 1.000,00 dólares por pasante equivalente 17.351,03 pesos argentinos.

- 2) Mantenimiento de sitios de visita y servicios turísticos:** Los sitios de visita, así como los servicios turísticos del área protegida presentan un deterioro significativo, lo cual puede causar una mala impresión en los visitantes y la disminución del nivel de satisfacción de la visita. Por esta razón se requiere incorporar un proceso de mantenimiento continuo de las facilidades, equipamiento e instalaciones presentes en sitios de visita y los utilizados para la prestación de servicios, tales como: puentes y banquetas en los senderos y miradores,

mesas, sillas en el caso del área de picnic, restaurante y snack bar, y mesas, sillas, tomacorrientes, iluminación y parillas en el caso del área de camping.

Presupuesto:

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario		Valor total		
			Dólares	Peso argentino	Dólares	Peso argentino	
Mesas y sillas	Madera	20	15,00	260,27	300,00	5.205,31	
	Clavos	Caja (1000)	8,00	138,81	8,00	138,81	
Puentes	Madera	20	15,00	260,27	300,00	5.205,31	
Parrillas	Ladrillos	1000	1,00	17,35	1.000,00	17.351,03	
	Cemento	4 qq	8,00	138,81	32,00	555,23	
	Pintura	5	6,00	104,11	30,00	520,53	
Iluminación	Tomacorrientes	20	3,00	52,05	60,00	1.041,06	
	Focos	30	2,00	34,70	60,00	1.041,06	
Mantenimiento	Mano de obra	2	1.000,00	17.351,03	2.000,00	34.702,06	
TOTAL						3.790,00	65.760,40

Tabla 26 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia

Nota: Ojeda, 2017

- 3) **Implementación y adecuación de señalética:** Esta estrategia pretende que se realice el cambio de la señalética que dirige tanto al área protegida como a los atractivos y sitios del mismo, así como también las que se encuentran en los distintos senderos del parque, debido a que muchos se encuentran deteriorados y pueden causar confusión en los visitantes. Se debe implementar señalética con materiales adecuados a la zona, que contenga información clara y precisa con uso de pictogramas que permita al visitante comprender de mejor forma el mensaje que se requiere transmitir.

Presupuesto:

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario		Valor total		
			Dólares	Peso argentino	Dólares	Peso argentino	
Diseño gráfico de señalética a implementar	Diseñador grafico	1	500,00	8.675,52	500,00	8.675,52	
Señalización	Preventiva	10	15,00	260,27	150,00	2.602,65	
	Dirección	10	15,00	260,27	150,00	2.602,65	
	Ubicación	10	15,00	260,27	150,00	2.602,65	
	Informativa	10	15,00	260,27	150,00	2.602,65	
Mantenimiento	Mano de obra	1	500,00	8.675,52	500,00	8.675,52	
TOTAL						1.600,00	27.761,65

Tabla 27 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia

Nota: Ojeda, 2017

c) Estrategias defensivas (Cuadrante 3: F-A):

- 1) Adecuación de sanitarios:** Incluye el mantenimiento de los inodoros, urinarios, lavamanos, que presentan un leve deterioro, además de una ampliación de este servicio, debido a que en temporada alta y fines de semana largos se puede ver ampliamente superada su capacidad.

Presupuesto:

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario		Valor total	
			Dólares	Peso argentino	Dólares	Peso argentino
Adecuación del terreno	Maquinaria	1	5.000,00	86.755,15	5.000,00	86.755,15
	Ladrillos	1000	1,00	17,35	1.000,00	17.351,03
	Cemento	10 qq	8,00	138,81	80,00	1.388,08
	Mano de obra	2	1.000,00	17.351,03	2.000,00	34.702,06
Ampliación de servicio	Inodoros	10	80,00	1.388,08	800,00	13.880,82
	Urinarios	5	55,00	954,31	275,00	4.771,53
	Lavamanos	6	40,00	694,04	240,00	4.164,25
Mantenimiento	Mano de obra	2	500,00	8.675,52	1.000,00	17.351,03
TOTAL					10.395,00	178.916,66

Tabla 28 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia
Nota: Ojeda, 2017

- 2) Tratamiento de efluentes:** Se propone la implementación del proyecto de tratamiento de efluentes en el PNEP, en el que busca cambiar las cámaras sépticas que presentan mayor uso en las áreas destinadas a la actividad turística, con esta acción se pretende disminuir la presencia de malos olores en áreas contiguas al servicio de sanitarios, así como también la contaminación que esto puede producir en caso de un desbordamiento por acumulación de desechos y emanación de gases contaminantes.

Presupuesto:

De acuerdo a (Andrea Sossa y Aristobulo Maranta, 2015) en su informe de gestión para tratamiento de efluentes del Parque Nacional “El Palmar” menciona que la implantación de la fosa séptica + biofiltro subsuperficial está estimada en 346.000,00 pesos argentinos, lo que equivale a 19.733,00 dólares.

- 3) Reconocimiento del área protegida como Reserva Nacional dentro de sus estatutos legales:** Es necesario el reconocimiento del área protegida como Reserva Nacional dentro del Parque Nacional, debido a que esta categoría de manejo permite cualquier tipo de construcción dentro del área protegida.

Presupuesto: Para la ejecución de esta estrategia, se deberá incurrir en los gastos de los trámites legales pertinentes, así como en los honorarios respectivos para el abogado encargado

de este proceso, de esta manera se ha previsto un presupuesto aproximado de 5.000 dólares equivalente a 86.755,15 pesos argentinos.

d) Estrategias de supervivencia (Cuadrante 4: D-A):

1) Mantenimiento de vías de acceso a los senderos: Con la finalidad de mejorar el nivel de satisfacción de la visita al área protegida, se debe realizar un cronograma de mantenimiento de los caminos que conducen a los sitios de visita y atractivos, mediante la implementación de una capa de rodadura en las vías de acceso y canaletas que ayuden a disminuir las inundaciones producto de las lluvias, debido a que éstas están causando afectaciones al suelo y lo dejan desprotegido, dificultando el acceso a los senderos, miradores, atractivos, etc.

Presupuesto: El presupuesto se consideró de acuerdo a las distancias de los caminos que conducen a sitios y atractivos del área protegida, además del material y el transporte de la capa de rodadura al lugar, por consiguiente, al contar con 12 km de vías principales y 8 km de caminos que conducen a sitios y atractivos se estimó un presupuesto 10.000,00 dólares equivalente a 173.510,30 pesos argentinos, debido a que el precio estimado de la capa de rodadura por km es de 420,00 dólares (valor estimado en Ecuador).

2) Control y monitoreo de especies exóticas presentes en el área protegida: Pretende mantener un registro anual de las especies exóticas que existen en el área protegida, la distribución de las mismas, así como su población y las especies endémicas que pueden sufrir una posible afectación por parte de estas, de este modo también busca implementar un control que consista en reducir la abundancia y/o acotar la distribución de las invasoras con el fin de evitar su expansión a otras áreas del parque, para lo cual se propone lo siguiente:

- **Contención:** Tiene por finalidad restringir la dispersión de la especie invasora y mantener la inversión dentro de los límites geográficos definidos.
- **Fuego controlado:** Consiste en usar incendios controlados para interrumpir la evolución de la vegetación invasora presente en el área protegida.

Presupuesto:

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario		Valor total	
			Dólares	Peso argentino	Dólares	Peso argentino
	Hojas de registro	500	2,50	43,38	5,00	86,76
	Esferos	20	0,30	5,21	6,00	104,11

	Apoya manos	10	3,00	52,05	30,00	520,53
	Linternas	5	10,00	173,51	50,00	867,55
Registro de especies	GPS	2	500,00	8.675,522	1.000,00	17.351,03
	Cámara fotográfica	2	450,00	7.807,96	900,00	15.615,93
	Personal	4	500,00	8.675,522	2.000,00	34.702,06
	Vehículo	2	30.000,00	520.530,90	60.000,00	1.041.061,80
Control de especies	Equipo necesario	1	5.000,00	86.755,15	5.000,00	86.755,15
	Personal	4	500,00	8.675,522	2.000,00	34.702,06
TOTAL					70.991,00	1.230.378,89

Tabla 29 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia
Nota: Ojeda, 2017

- 3) Monitoreo de actividades:** Esto se pretende lograr a través de monitoreos periódicos a los sitios de visita, para lo cual, mediante una hoja de registro se pueda tener constancia de todos los pormenores que puedan surgir en los sitios de visita y en el desarrollo de las actividades, adicionalmente, se pretende que éste mecanismo genere un proceso de comunicación permanente y retroalimentación con los visitantes del área protegida, respecto a afectaciones en los senderos, cierres de los mismos, disponibilidad de actividades y periodos de apertura de senderos de acuerdo a la temporalidad, entre otros.

Presupuesto:

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor unitario		Valor total	
			Dólares	Peso argentino	Dólares	Peso argentino
Registro	Hojas de registro	2 resmas (500 hojas)	2,50	43,38	5,00	86,76
	Esferos	10	0,30	5,21	3,00	52,05
	Apoya manos	4	3,00	52,05	12,00	208,21
	Linternas	2	10,00	173,51	20,00	347,02
	Cámara fotográfica	2	450,00	7.807,96	900,00	15.615,93
	Personal	2	500,00	8.675,522	2.000,00	34.702,06
	Automóvil	2	30.000,00	520.530,90	60.000,00	1.041.061,80
TOTAL					62.940,00	1.092.073,83

Tabla 30 Presupuesto estimado para ejecución de la estrategia
Nota: Ojeda, 2017

b. Matriz de priorización de Holmes

Para desarrollar la priorización según lo plantea (Maldonado, 2013), se debe establecer primero las posibles estrategias a implementar para posteriormente darles prioridad. De esta manera, se estableció seis posibles estrategias con base a la evaluación de indicadores de percepción y el análisis DAFO desarrollado anteriormente, dichas estrategias son:

- Diversificación de actividades y nuevos sitios de visita

- Implementar medios publicitarios sobre el área protegida
- Desarrollo de investigaciones y estudios relacionados con biodiversidad y turismo
- Mantenimiento de sitios y servicios
- Implementación y adecuación de señalética
- Adecuación de sanitarios
- Tratamiento de efluentes
- Reconocimiento del área protegida como reserva nacional dentro de sus estatutos legales
- Mantenimiento de vías de acceso a los senderos
- Control y monitoreo de especies exóticas presentes en el área protegida
- Control y monitorio de actividades

De este modo, con estas posibles estrategias y con el objetivo de evidenciar los problemas con carácter prioritario respecto a la calidad de visita en el Parque Nacional “El Palmar” se elaboró dos priorizaciones basadas en el método de Holmes con las siguientes preguntas.

1) ¿Qué estrategias tienen viabilidad a corto plazo?

Para determinar y priorizar las estrategias propuestas de acuerdo a la matriz Holmes se debe establecer primero el tiempo estimado que se puede considerar corto, mediano y largo plazo para ejecutar las estrategias, para esto se planteó lo siguiente:

- **Corto plazo:** Se considera la ejecución de la estrategia en 1 o 2 años.
- **Mediano plazo:** Se considera la ejecución de la estrategia en 3 a 4 años.
- **Largo plazo:** Se considera la ejecución de la estrategia 5 años o más.

Parque Nacional “El Palmar”		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Sumatoria	Porcentaje	Priorización
1	Diversificación de actividades	1	0	0,5	0	0	0,5	1	0	0	0,5	0	2,5	4,46 %	6
2	Medios publicitarios	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	0,5	9	16,07 %	1
3	Desarrollo de investigaciones	0,5	0	1	0	0	0	0,5	0	0	0,5	0	1,5	2,68 %	7
4	Mantenimiento de sitios y servicios	1	0	1	1	0	0,5	1	0	1	1	0	6,5	11,61 %	3
5	Señalética	1	0,5	1	1	1	1	1	0,5	1	1	1	9	16,07 %	1
6	Adecuación de sanitarios	0,5	0	1	0,5	0	1	1	0,5	0,5	1	0,5	5,5	9,82 %	5
7	Tratamiento de efluentes	0	0	0,5	0	0	0	1	0	0	1	0	1,5	2,68 %	7
8	Reconocimiento legal	1	0	1	1	0,5	0,5	1	1	1	1	1	8	14,29 %	2
9	Mantenimiento de vías de acceso	1	0	1	0	0	0,5	1	0	1	1	1	5,5	9,82 %	5
10	Control y monitoreo de especies	0,5	0	0,5	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1,79 %	8
11	Control y monitorio de actividades	1	0,5	1	1	0	0,5	1	0	0	1	1	6	10,71 %	4
													56	100 %	

Tabla 31 Matriz de priorización Holmes para estrategias con viabilidad a corto plazo
Nota: Ojeda, 2017

Respecto a las estrategias con viabilidad a corto plazo se evidencia una priorización en las estrategias de medios publicitarios y adecuación e implementación de señalética, seguido por el reconocimiento legal del área protegida y mantenimientos de sitios y servicios. Por otro lado, las estrategias que cuentan con una menor viabilidad a corto plazo, es el control y monitoreo de especies exóticas, seguida por el desarrollo de estudios e investigaciones y el tratamiento de efluentes.

2) ¿Qué estrategias son económicamente rentables?

Parque Nacional “El Palmar”		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Sumatoria	Porcentaje	Priorización
1	Diversificación de actividades	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %	8
2	Medios publicitarios	1	1	0	0,5	0	1	1	1	1	1	1	7,5	13,39 %	3
3	Desarrollo de investigaciones	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	9,5	16,96 %	1
4	Mantenimiento de sitios y servicios	1	0,5	0	1	0	1	1	1	1	1	1	8,5	15,18 %	2
5	Señalética	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	9,5	16,96 %	1
6	Adecuación de sanitarios	1	0	0	0	0	1	1	0	0,5	1	1	4,5	8,04 %	5
7	Tratamiento de efluentes	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	3	5,36 %	6
8	Reconocimiento legal	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	6	10,71 %	4
9	Mantenimiento de vías de acceso	1	0	0	0	0	0,5	1	0	1	1	1	4,5	8,04 %	5
10	Control y monitoreo de especies	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,5	1,5	2,68 %	7
11	Control y monitorio de actividades	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	1	1,5	2,68 %	7
													56	100 %	

Tabla 32 Matriz de priorización Holmes para estrategias económicamente viables
Nota: Ojeda 2017

Referente a la priorización de Holmes respecto a la viabilidad económica para la ejecución de las estrategias, se pueden evidenciar las estrategias que resultan más viables son: la implementación y adecuación de señalética y el desarrollo de estudios e investigaciones, las mismas se pueden realizar a bajo costo, debido al costo de materiales en el primer caso y por el programa de pasantías y voluntariado que maneja el área protegida, pues con esto se puede obtener el desarrollo de estudios e investigaciones a costo mínimo por pasante.

Por otro lado, las estrategias que cuentan con una menor viabilidad económica son la diversificación de actividades y sitios de visita, seguido por el control y monitoreo de especies exóticas y de actividades, esto puede verse refrendado en el equipo y talento humano necesario para poner en ejecución dichas estrategias.

3) ¿Qué estrategias tienen viabilidad técnica respecto a la realidad del área protegida?

Parque Nacional “El Palmar”		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Sumatoria	Porcentaje	Priorización
1	Diversificación de actividades	1	1	0,5	0,5	1	0	0	0	0	0	0,5	3,5	6,5 %	6
2	Medios publicitarios	0	1	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0,5	0,9 %	9
3	Desarrollo de investigaciones	0,5	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0,5	4	7,5 %	5
4	Mantenimiento de sitios y servicios	0,5	1	0	1	1	0	0	0	0,5	0	0,5	3	5,6 %	7
5	Señalética	0	0,5	0	0	1	0	0	0	0,5	0	0	1	1,9 %	8
6	Adecuación de sanitarios	1	1	1	1	1	1	0,5	0	1	0,5	0	7	13,1 %	3
7	Tratamiento de efluentes	1	1	1	1	1	0,5	1	0	1	1	1	8,5	15,9 %	2
8	Reconocimiento legal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	18,7 %	1
9	Mantenimiento de vías de acceso	1	1	1	0,5	0,5	0	0	0	1	0	0	4	7,5 %	5
10	Control y monitoreo de especies	1	1	1	1	1	0,5	0	0	1	1	0,5	7	13,1 %	3
11	Control y monitorio de actividades	0,5	1	0,5	0,5	1	0	0	0	1	0,5	1	5	9,3 %	4
													53,5	100 %	

Tabla 33 Matriz de priorización Holmes para estrategias técnicamente viables
Nota: Ojeda 2017

Referente a la priorización de Holmes respecto a la viabilidad técnica para la ejecución de las estrategias, se puede evidenciar que las estrategias que resultan más viables son: El reconocimiento legal del área protegida, seguido por el tratamiento de efluentes y la adecuación de sanitarios, este primero debe ser tomado como punto de partida para la ejecución de cualquier estrategia en el área, mientras que las siguientes estrategias responden a las quejas y agravantes con mayor complejidad en el PNEP, que además, de no ser tomadas las medidas necesarias podrían causar una mayor afectación tanto a la percepción de los visitantes como al área protegida.

Por otro lado, las estrategias que cuentan con una menor viabilidad técnica son la implementación de medios publicitarios y adecuación de señalética, debido a que, aunque son una realidad a ser tomada en cuenta dentro del PNEP, no son de carácter prioritario puesto que existen estrategias que deben ser controladas pues pueden causar una afectación mayor en el área.

VIII. CONCLUSIONES

1. El Parque Nacional “El Palmar” tiene una aceptación importante de la demanda pues recibe alrededor de 180.000 visitantes anualmente, esto debido a los recursos y atractivos naturales y culturales que posee, lo cual ha permitido el desarrollo de actividades turísticas, recreativas y educativas entre otras, además de contar con una excelente ubicación muy cerca de la provincia de Buenos Aires, lo que ha permitido captar una mayor demanda que se ha ido incrementado en los últimos años.
2. El Parque Nacional “El Palmar” a pesar de contar con una afluencia importantes de turistas los mismos que se encuentran relativamente satisfechos con lo ofertado (atención brindada por el personal y la limpieza de los sitios y atractivos del área protegida), aún existen varias dificultades a subsanar el momento de prestar los servicios y ejecución de actividades, se pueden destacar: el deterioro de facilidades en los senderos que puede resultar un foco de peligro a futuro, asimismo los sanitarios han superado su capacidad presentando malos olores por el uso continuo. Estas deficiencias deben ser atendidas de forma inmediata ya que pueden causar un mayor impacto en la percepción respecto a la calidad de la visita.
3. Tanto la temporalidad haciendo referencia a feriados largos como el tratamiento de efluentes, afectan directamente a la calidad de la visita, debido a que en el primer caso se denota una disminución hasta del 35% en la percepción de acuerdo a las variables nominales evaluadas como se detalla a continuación:
 - En la variable nominal infraestructura, información y atención, se evidencia que en las diez variables reales existe una variación en sus indicadores, alcanzando un nivel más alto de variación la variable sanitarios, pues existe un incremento en la categoría regular que pone en evidencia el mal estado de los sanitarios que se hace aún más notorio con mayor afluencia de turistas.
 - Referente a la siguiente variable nominal calidad de los servicios, los servicios del snack bar, restaurante, feria de artesanos y el campamento son los más utilizados por los visitantes, evidenciando una leve variación en los tres primeros servicios debido a la existencia de un incremento en el porcentaje de respuestas en la categoría regular.
 - Finalmente, en la variable nominal costos de los servicios se demuestra que no existe una variación significativa en la percepción de los visitantes respecto a fines de semanas normales y feriados largos, lo que indica que dichos feriados no tienen ninguna incidencia

sobre la percepción que tienen los visitantes sobre los precios de los servicios y/o productos. Además, esta situación se corroboró en la prueba chi cuadrado de homogeneidad realizada para este caso, pues en las tres variables nominales el valor estadístico de prueba es mayor al nivel crítico, lo que en significancia representa una variación en los datos obtenidos de los fines de semana normales con los de feriados largos. En el caso de efluentes la influencia causada en la percepción de los visitantes se relaciona con los seis sectores generadores de efluentes, esto se debe a que la capacidad faltante supera la capacidad existente generando problemas y malestar a los visitantes.

4. Las estrategias establecidas están orientadas al aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades que tiene el Parque Nacional “El Palmar”, la priorización por el método de Holmes demuestra que las estrategias relacionadas con la implementación de facilidades turísticas, publicidad y mantenimiento de sitios y servicios presentan una viabilidad económica de ejecución a corto plazo, a pesar de esto, la estrategia con viabilidad técnica de reconocimiento legal del área protegida como Reserva Nacional se constituye en el punto de inicio para poder ejecutar mejoras que desemboquen en una alta calidad de lo ofertado y por consiguiente una satisfacción íntegra de los visitantes.

IX. RECOMENDACIONES

1. Plantear programas de voluntariado con instituciones educativas del país y del exterior, para captar nuevos segmentos de mercado en medida de los aportes técnicos y de investigación que puedan realizar en torno a la oferta del Parque Nacional “El Palmar”.
2. La administración del área protegida debe realizar alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas del país, con el fin de garantizar que las actividades turísticas realizadas puedan dinamizar la economía local siempre a través de la conservación y protección de los recursos de la zona.
3. Se debe tener un inventario actualizado de todos los recursos turísticos presentes en el área protegida, además de establecer un sistema periódico para su actualización, esto con el objetivo de establecer estrategias de conservación para cada caso en específico y definir las mejoras necesarias para el desarrollo de la actividad turística.
4. Socializar e implementar las propuestas técnicas y operativas de los estudios e investigaciones realizados con todo el personal que labora dentro del área protegida, con el fin de efectuar un trabajo inclusivo con el personal garantizando el cumplimiento organizado y eficiente de los mismos en pro del desarrollo del área protegida y de este modo cumplir con las políticas de conservación y los objetivos del Parque Nacional “El Palmar”.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: evaluar la percepción de los visitantes que recibe el Parque Nacional "El Palmar" ubicado en la provincia Entre Ríos, República Argentina; frente a las actividades y servicios que esta oferta consta: tres etapas, el diagnóstico situacional de las actividades y servicios del área protegida, la evaluación de percepción a través de variables e indicadores haciendo contraste en las percepciones y sus variaciones en un fin de semana normal y un feriado y una planificación estratégica para mejorar la percepción de los visitantes. Se determinó que tanto los servicios como actividades ofertados en el área protegida presentaron falencias que no han sido atendidas por el personal, sin embargo, más del 60 % de los visitantes se encuentra satisfechos con lo ofertado por el Parque Nacional "El Palmar" hasta el momento, con lo que respecta a variables e indicadores se determinó que existe una variación en las percepciones de los visitantes hasta de un 35 % referente a un fin de semana normal y un feriado, situación que se corroboró con una prueba de chi cuadrado pues en las tres variables nominales el valor estadístico de prueba es mayor al nivel crítico, lo que en significancia representa una variación en los datos obtenidos de los fines de semana normales con los de feriados, finalmente se plantearon once estrategias que permitirán elevar el nivel de satisfacción de los visitantes a través de una priorización de Holmes en tres aspectos de viabilidad, a corto plazo, económica y técnica.

Palabras clave: EVALUACIÓN TURÍSTICA– CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS - PARQUE NACIONAL EL PALMAR - ÁREA PROTEGIDA.



XI. SUMMARY

The current investigation proposes to evaluate the perceptions of visitors that receives the National Park “El Palmar” located in the province between Ríos and República Argentina; in the face of the activities and services that this offer. It consists of three stages: the situational diagnosis of the activities and services of the protected area, the evaluation of perception through variables and indicators, contrasting the perceptions and their variations in a normal weekend and a holiday and strategic planning to improve the perception of visitors. It was determined that both the services and activities offered in the protected area presented shortcomings that have not been met by the personnel; however, more than 60% of the visitors are satisfied with what is offered by the National Park “El Palmar” so far. Concerning variables and indicators, it was determined that there is a variation in the perceptions of the visitor up to 35% regarding a typical weekend, and a holiday. A situation that was corroborated with a chi-squared test because in the three nominal variables the statistical test value is higher than the critical level, which in significance represents a variation in the data obtained from the regular weekends with the ones of public holidays. Finally, eleven strategies were proposed which will allow elevating the level of satisfaction of visitors through a prioritization of Holmes in three aspects of viability, short-term, economic and technical.

Key words: TOURISTIC EVALUATION- QUALITY IN TOURISTIC SERVICES- NATIONAL PARK EL PALMAR- PROTECTED AREA

By. Byron Ojeda



XII. BIBLIOGRAFIA

- Amador, Santaana y Kirchner. (Sf). *Repertorios cognoscitivos de atención y percepción*. Recuperado el 13 de septiembre de 2017. Obtenido de Evaluacion de la percepción: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/345/1/144.pdf>
- Sossa, A. y Maranta, A. (2015). *Gestion de obra de tratamiento de elfuentes del parque nacional el palmar, Argentina*.
- Buendía, Colás y Hernandez. (2011). *Variables de investigación*. Recuperado el 13 de mayo de 2017. Obtenido de Métodos de investigación en psicopedagogía: http://www.ugr.es/~ugr_unt/Material%20M%F3dulo%201/variables.pdf
- Comisión Nacional Forestal. (2012). *Diagnostico participativo*. Recuperado el 12 de abril de 2017. Obtenido de Métodos e instrumentos para realizar el diagnóstico participativo comunitario: <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/37/4017Diagn%C3%B3stico%20participativo.pdf>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social de México. (Septiembre de 2013). *Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores*. Recuperado el 14 de abril de 2017. Obtenido de Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México: http://www.coneval.org.mx/Informes/Coordinacion/Publicaciones%20oficiales/MANUAL_PARA_EL_DISENO_Y_CONSTRUCCION_DE_INDICADORES.pdf
- Flores, M. I. (Diciembre de 2007). *Las variables: estructura y función en la hipotesis*. Rceperado el 15 de mayo de 2017. Obtenido de Variables e Hipótesis: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2007_n20/a12v11n20.pdf
- García Serrano, J. y Corzo Hernández, A. (Noviembre de 2008). *Tratamiento de efluentes*. Recuperado el 16 de mayo de 2017. Obtenido de Depuración con humedales construidos: guía práctica de diseño, construcción y explotación de sistemas de humedales de flujo subsuperficial: http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/2474/JGarcia_and_ACorzo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá. (2006). *Indicadores de nutrición para el desarrollo. servicio de planificación, estimación y evaluación de la nutrición*. Recuperado el 11 de abril de 2017. Obtenido de Selección de indicadores: <http://www.incap.int/sisvan/index.php/es/acerca-de-san/condiciones-basicas-de-apoyo-para-sisvan/elementos-de-estructura/797-sin-categoria/497-indicadores>
- Korn, F. (1984). *Conceptos y variables en la investigación social*. Recuperado el 17 de mayo de 2017. Obtenido de Variables e indicadores: <https://metodo3ucab.files.wordpress.com/2016/10/unidad-4-korn-et-al.pdf>
- Maldonado, D. M. (2013). *Modelo de planificación estretégica*. Recuperado el 12 de abril de 2017. Obtenido de Modelo Holmes : <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2084/1/CD-0601.pdf>
- Melgarejo, L. M. (2003). *Sobre el concepto de percepción*. Recuperado el 13 de mayo de 2017. Obtenido de Percepción: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

- Montoya, A. (2012). *Diagnostico Situacional*. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de Pasos para elaborar un diagnostico: <https://es.slideshare.net/angelamontoyat/3-pasos-para-diagnostico>
- Parque Nacional El Palmar. (2015). *Administración del Parque Nacional "El Palmar" Ubajay-Argentina*. Recuperado el 12 de abril de 2017. Obtenido de Sitio web del parque nacional el palmar Ubajay-Argentina : <http://parqueelpalmar.com.ar/>
- Parque Nacional El Palmar. (2015a). *Limites del Parque Nacional "El Palmar". Plan de gestión. Ubajay-Argentina*.
- Pérez, A. R. (2002). *Información y análisis de indicadores*. Recuperado el 15 de mayo de 2017. Obtenido de ¿Qué son los indicadores?: http://www.orion2020.org/archivo/sistema_mec/10_indicadores2.pdf
- Sossa, A. (2012). *Evaluacion del sistema de tratamiento de aguas residuales del area de uso publico y viviendas oficiales del Parque Nacional "El Palmar". Ubajay-Argentina*.
- Universidad Autónoma de Madrid. (2011). *Análisis de variables categóricas*. Recuperado el 10 de mayo de 2017. Obtenido de Variables cuantitativas: <http://www.estadistica.net/ECONOMETRIA/CUALITATIVAS/CONTINGENCIA/tablas-contingencia.pdf>
- Universidad de Granada. (10 de Enero de 2009). *Guía para la confección del plan estratégico*. Recuperado el 15 de abril del 2017. Obtenido de Analisis DAFO: [http://gerencia.ugr.es/pages/recursos_humanos/guiaplanestrategico/!](http://gerencia.ugr.es/pages/recursos_humanos/guiaplanestrategico/)

XIII. ANEXOS

ANEXO 1. Ficha de diagnóstico de actividades

	"EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES RESPECTO A LA CALIDAD DE LAS ACTIVIDADES OFERTADAS"										
	PARQUE NACIONAL "EL PALMAR"										
	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO										
	DIAGNOSTICO SITUACIONAL										
Encargado:	Sendero:			Fecha:							
1. SEÑALIZACIÓN											
1.1 Señalética	CANTIDAD	ESTADO EN FORMA CONJUNTA			1.2 Señalización	CANTIDAD	ESTADO EN FORMA CONJUNTA			Observación	
		Bueno	Regular	Malo			Bueno	Regular	Malo		
	Dirección				Tipo						
	Orientación				Información						
Información											
2. ACCESIBILIDAD					3. LIMPIEZA DEL ENTORNO						
	EXISTENCIA	ESTADO EN FORMA CONJUNTA			Observación	CANTIDAD		MANEJO		Observación	
		Bueno	Regular	Malo				Adecuado	Inadecuado		
Información					Contenedores						
Equipos					Distancia						
Servicios					Personal						
4. NORMAS DE SEGURIDAD					5. MEDIOS INTERPRETATIVOS						
	Cumple	No cumple	Observación			CANTIDAD	ESTADO EN FORMA CONJUNTA			Observación	
Experiencia					Tipo		Bueno	Regular	Malo		
Dificultad					Información						
Equipos											
6. TEMPORALIDAD											
	Características			ESTADO EN FORMA CONJUNTA			Observación				
				Bueno	Regular	Malo					
Tiempo estimado de espera											
Horarios											
Capacidad de carga											
Disponibilidad											
7. CONDICION DEL SENDERO											
	Adecuado	Inadecuado	Observación								
Estado											
Mantenimiento											

8 CARACTERÍSTICAS DEL SENDERO				9. RECURSOS INTERPRETATIVOS / EDUCATIVOS / RECREATIVOS					
	Bueno	Regular	Malo	Observación	Flora		Observación		
Tipo de suelo					Fauna				
Delimitación					Pasajística				
Distancia					Cultural				
Tipo de sendero					Recreativo				
Tipo de recorrido					Sagrado			Otro:	
Trazado del sendero					ESTADO EN FORMA CONJUNTA				
Impacto en flora					Adecuado		Inadecuado		
Impacto en fauna									
10. EROSIÓN EN EL SUELO				11. FACILIDADES					
Nivel		Observación			Existencia	Cantidad	ESTADO EN FORMA CONJUNTA		
Alto							Bueno	Regular	
Medio				Bancas					
Bajo				Pergolas					
Posibles Causas	Corriente de agua		Peatonal	Pendiente	Puentes				
					Pasamanos				
Medidas correctivas y preventivas									

ANEXO 2. Ficha de diagnóstico de servicios

	“EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES RESPECTO A LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFERTADOS”								
	PARQUE NACIONAL “EL PALMAR”								
	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO								
	DIAGNOSTICO SITUACIONAL								
Encargado:					Fecha:				
SERVICIOS COMPLEMENTARIO									
Servicio higienico	Hombres	Cantidad	Adecuado	Inadecuado	Mujeres	Cantidad	Adecuado	Inadecuado	Observación
	Sanitarios				Sanitarios				
	Urinarios				Duchas				
	Duchas				Agua fria				
	Agua fria				Agua caliente				
	Agua caliente				Lavamanos				
	Lavamanos				utilencilos de aseo				
	utilencilos de aseo								
CARACTERISTICAS									
Servicio higienico		Adecuado	Inadecuado	Observación			Adecuado	Inadecuado	Observación
	Flujo de agua						Flujo de agua		
	Limpieza						Limpieza		
	Mantenimiento						Mantenimiento		
Feria de artesanos		Adecuado	Inadecuado	Observación					
	Materiales								
	Variedad								
	Precios estandar								
	Limpieza								
Atencion del personal									
Proveeduría		Adecuado	Inadecuado	Observación					
	Productos								
	Atencion del personal								
	Precios								



9. PLANTA TURISTICA							
A l i m e n t a c i ó n	EXISTENCIA	Cantidad	ESTADO EN FORMA CONJUNTA			Observación	
			Bueno	Regular	Malo		
	Restaurante						
	Mesas						
	Sillas						
	Disponibilidad						
	Atencion del personal						
	Limpieza						
	EXISTENCIA	Cantidad	ESTADO EN FORMA CONJUNTA				
			Bueno	Regular	Malo		
	Sandwicheria						
	Mesas						
	Sillas						
	Disponibilidad						
	Atencion del personal						
Limpieza							
Camping		ESTADO EN FORMA CONJUNTA			Observación		
		Bueno	Regular	Malo			
	Espacio						
	Limpieza						
	Complementos						
Proveduria							

ANEXO 3. Encuesta aplicada en campo



ENCUESTA VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL "EL PALMAR"

ACTUALIZADA MAYO 2012

Fecha: Lugar: Hora: Encuestador:

1 SU VISITA...

Evaluando globalmente, Ud. diría que su visita al Parque Nacional "El Palmar" ...
 Superó sus expectativas Igualó sus expectativas No cumplió con sus expectativas

¿Recomendaría a sus conocidos visitar el P.N. "El Palmar"?

Si lo recomendaría No lo recomendaría Por qué motivos:

DESTINO DE SU VIAJE: Ud. visita el P.N. "El Palmar" porque...

Porque lo eligió como destino de su viaje
 Por cercanía al lugar que visita o va a visitar Cuáles?.....
 Porque está en tránsito por la Ruta Nac. 14 hacia otro destino Cuál?

Porque es residente de la zona De donde?

2 ACTIVIDADES QUE REALIZO DURANTE SU VISITA? (Marcar todas las opciones que se apliquen)

- Excursiones en Bicicleta
- Caminatas
- Cabaigatas
- Excursiones en Canoas.
- Excursiones en Lancha
- Visita a Feria de Artesanos
- Visita por senderos peatonales
- Visita por Senderos vehiculares
- Observatorios de Aves
- Observación de vida silvestre
- Pesca
- Visita sitio histórico
- Actividades de Playa
- Otras (especificar)

¿Tiene pensado realizar otras actividades en el Parque?
 SI NO

Cuáles?.....

3 INFRAESTRUCTURA, INFORMACION Y ATENCION:

4 CALIDAD Y COSTOS DE LOS SERVICIOS:

	CALIDAD DE LOS SERVICIOS				COSTOS							
	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	M	B	R	M	Barato	Adecuado	Caro	No utilizo
Estado del camino principal	<input type="checkbox"/>											
Estado de los senderos	<input type="checkbox"/>											
Cartelería	<input type="checkbox"/>											
Limpieza de los sitios visitados	<input type="checkbox"/>											
Estado de los sanitarios	<input type="checkbox"/>											
Centro de Visitantes	<input type="checkbox"/>											
Folletería que recibió	<input type="checkbox"/>											
Atención/Asistencia brindada por personal del Parque Nacional	<input type="checkbox"/>											
Sitios y Atractivos Visitados en el Parque	<input type="checkbox"/>											
Accesibilidad p/ Personas con Discapacidad o Capacidad Restringida	<input type="checkbox"/>											

5 SU OPINION NOS INTERESA:

Desea hacer alguna observación que nos pueda servir para mejorar la calidad de su visita?

6 DATOS GENERALES DEL VISITANTE:

EDAD: SEXO: F M Nivel de Educación Primario Secundario Superior
 LUGAR DE RESIDENCIA: TIEMPO QUE SE QUEDARÁ EN EL P.N.: Días..... Horas:
 PROPOSITO DE SU VISITA: Turismo Estudio Acampar
 USTED VIAJA Solo/a- En grupo: Familiar- Amigos- Estudiantes- En pareja Otros,especificar-(exc. jubilados,agencias)

Sexo y edad de las personas que integran su grupo:

EDAD	Masc	Fem
0 a 12 años-		
13 a 18		
19 a 30		
31 a 45		
46 a 60		
+ de 60		

COMO SE ENTERÓ SOBRE LA POSIBILIDAD DE VISITAR ESTE PARQUE?

Internet Medios de comunicación: * TV, radio, diarios Comentarios Visita anterior
 Oficina de Turismo de Cultura General * subrayar por qué medio

GRACIAS POR SU COLABORACION...!!!

Observaciones del encuestador:

ANEXO 4. Guía de observación aplicada en campo

Guía de observación

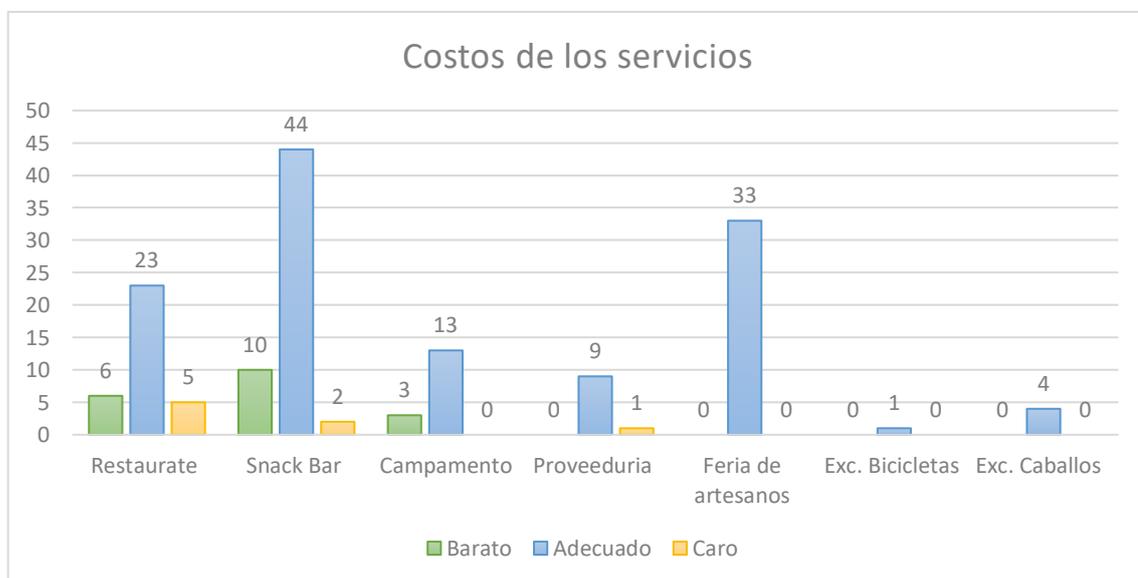
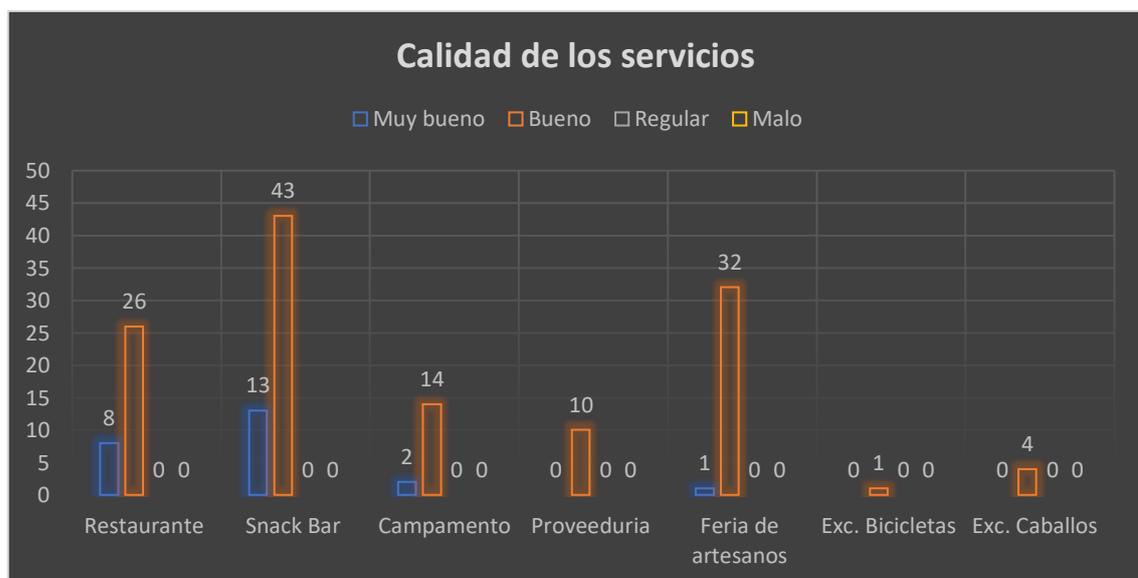
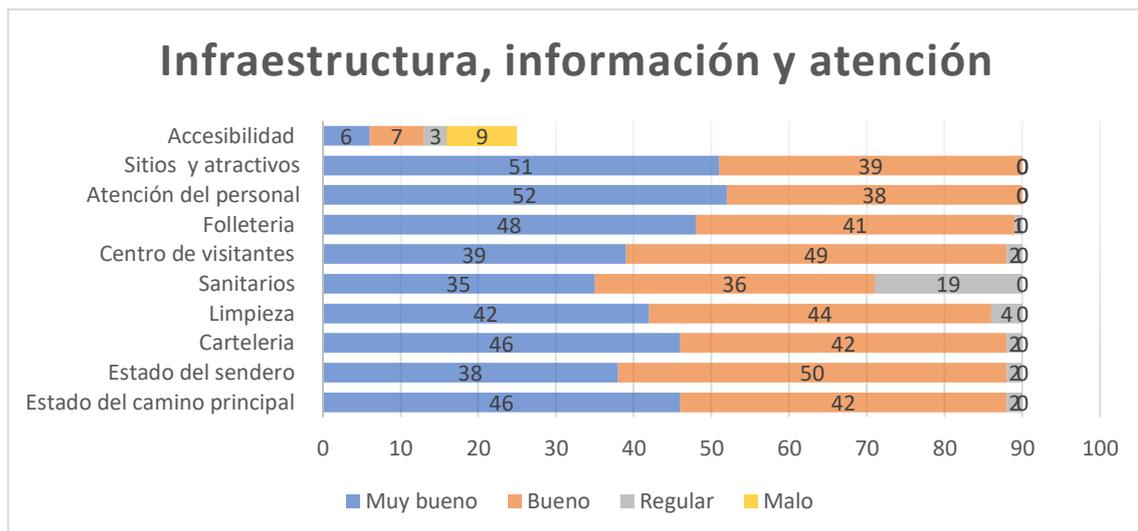
Nombre del Mirador:

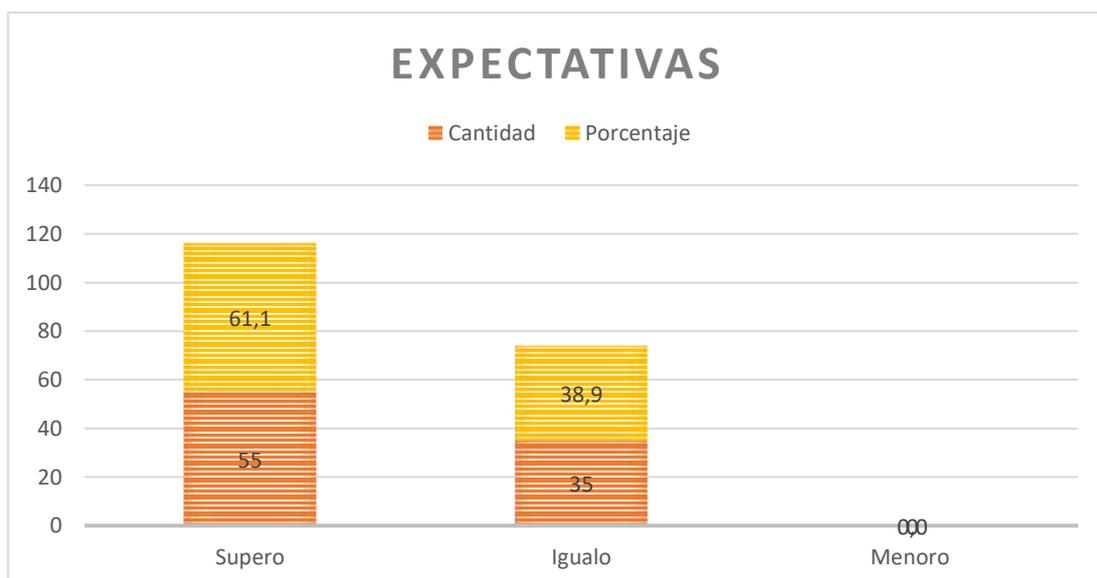
Encargado: Byron Ojeda

Indicadores a evaluar	Cumple	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones
Dimensión 1: Señalética				
a. Información clara y precisa	X			Ninguna
b. Utiliza diferentes modos (táctil, sonoro, escrito, pictográfico) para presentar la información esencial		X		Presenta tan solo escritura y pictogramas para presentar la información al visitante
c. Buen estado		X		Ciertos elementos de señalización presentan un deterioro que no ha sido atendido
d. Materiales adecuados a la zona	X			Ninguna
e. Tipografía adecuada	X			Ninguna
f. Uso de pictogramas	X			Existe el uso de pictogramas en algunos casos específicos
Dimensión 2: Limpieza del Entorno				
a. No se evidencia desechos sólidos en la zona	X			El sendero se encuentra limpio y sin presencia de desechos
b. Los senderos cuentan con basureros	X			En el trayecto al mirador no se evidencia contenedores, pero si en el sitio del mirador se encuentra un contenedor para desechos y otro para botellas plásticas
c. Existe personal de limpieza en la zona			X	No se evidencia personal de limpieza en ninguna de las salidas al sendero.
d. Existe un programa de tratamiento de desechos		X		Existe un programa de desechos planificado sin embargo no se ejecuta.
Dimensión 3: Medios Interpretativos				
a. Existen medios interpretativos personales			X	No existe ningún medio interpretativo en el sendero, sin embargo, su brinda folletería en el centro de visitantes.
b. Existen medios interpretativos no personales			X	
Dimensión 4: Temporalidad				
a. Existe información sobre horarios del sendero	X			La información está a disposición del visitante en el centro de visitantes

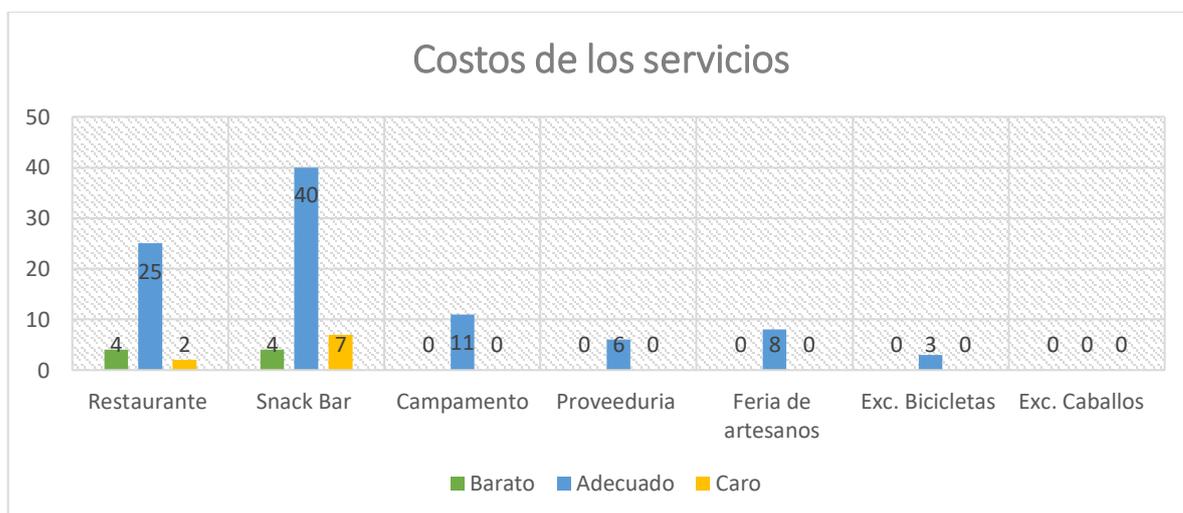
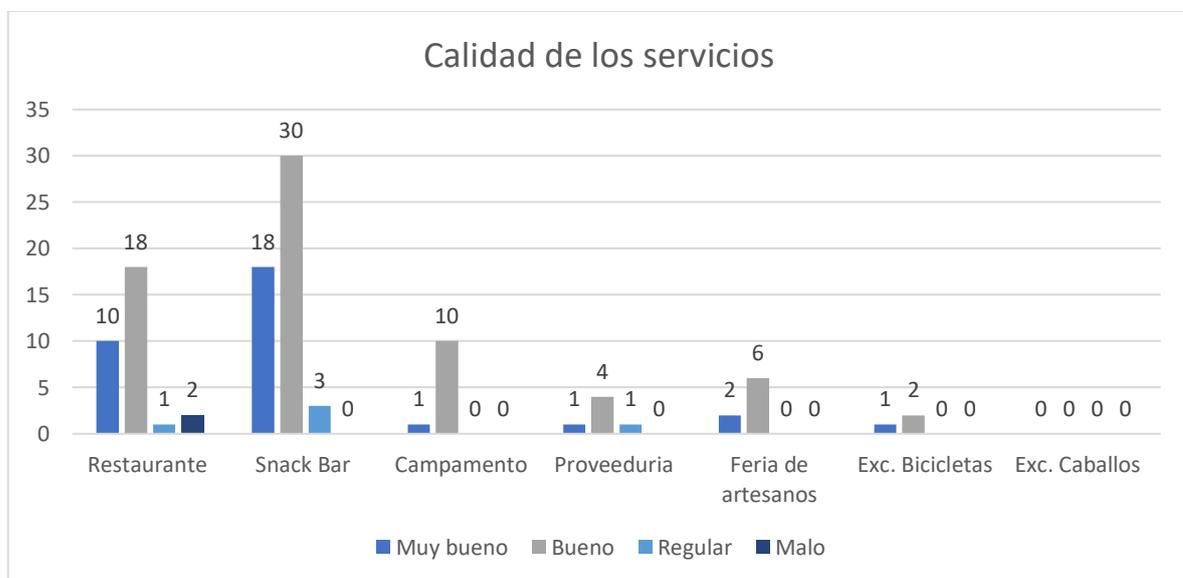
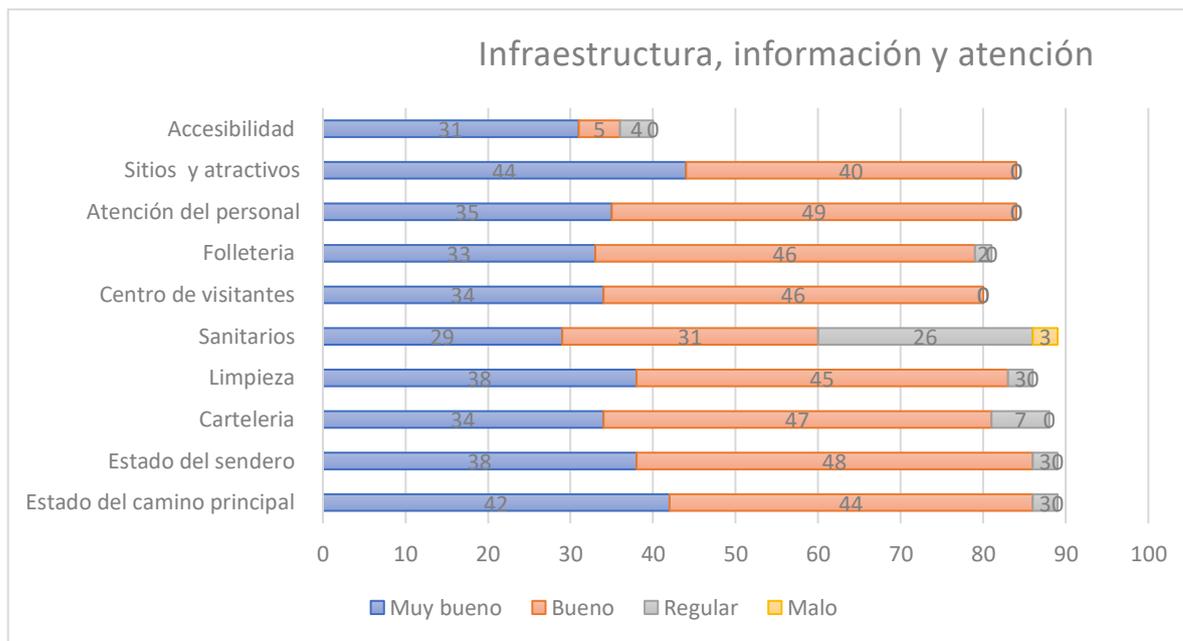
b.	El número de personas por grupo no excede del número permitido			X	No existe un estudio que establezca el número de personas permitidos en el sendero
c.	Existe información sobre disponibilidad de senderos de acuerdo a temporadas	X			La información está a disposición del visitante en la Intendencia del PNEP
Dimensión 5: Características del sendero					
a.	El sendero cuenta con una delimitación adecuada	X			La delimitación del sendero es adecuada y no presenta problemas al realizar el circuito.
b.	El sendero se encuentra en buen estado			X	El sendero hacia el mirador presenta un deterioro significativo incluso con tramos compactados
c.	El sendero tiene un mantenimiento periódico			X	No se evidencia personal de limpieza o de mantenimiento en ninguna de las salidas realizadas al sendero, sin embargo, se encontró la adecuación de canaletas, pero solo al inicio del recorrido.

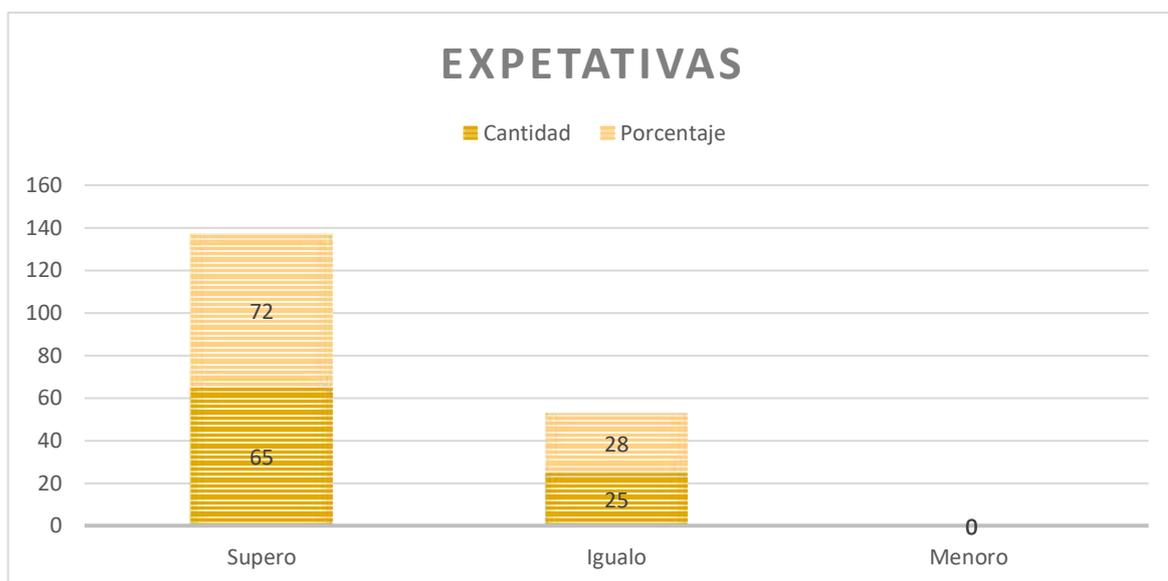
ANEXO 5. Gráficos de percepción fin de semana normal





ANEXO 6. Gráficos de percepción semana santa





ANEXO 7. Gráficos de percepción día del trabajador

