

DL
02
T (92)

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA**

HOTEL EN PUNTA DE MANABIQUE

T E S I S

**Presentada a la Junta Directiva de la Facultad
de Arquitectura de la Universidad de San
Carlos de Guatemala.**



POR

CARLOS FERNANDO LOBOS KLEMP

Facultad de Arquitectura

al conferírsele el título de

Noviembre

1972

A R Q U I T E C T O

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DEPARTAMENTO CENTRAL

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA:

Decano:	Arq. Carlos Asensio Wunderlich
Vocal 1°:	Arq. Lionel Méndez Dávila
Vocal 2°:	Arq. Carlos de León Peláez
Vocal 3°:	Arq. Víctor Cohen Habbié
Vocal 4°:	Prof. Jorge Rousselin S.
Vocal 5°:	Br. Luis Arturo Estrada
Secretario:	Arq. Augusto Vela Mena

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL PRIVADO:

Decano:	Arq. Carlos Asensio Wunderlich
Examinador:	Arq. José Enrique Asturias R.
Examinador:	Arq. Rafael de la Riva Gross
Examinador:	Arq. Víctor Cohen Habbié
Secretario:	Arq. Augusto Vela Mena

DEDICATORIA

A mi Abuelita
CORINA VDA. DE KLEMP.

A mi Madre
ESTELA KLEMP POLANCO.

A mi esposa

A mis hijos

A mi hermano

Guillermo Lobos Bollat y Sra.

A mi padre:

Guillermo Humberto Lobos y Sra.

A mis tíos

Jack Houdaille
Elsa Klemp de Houdaille

A mis primas

Claudine Houdaille Klemp
Catherine Houdaille Klemp

A

Fredy Aparicio
Jaime Russ T.
Fernando Valle A.
Jorge Rosales

Coronel Ricardo A. Porras.
Arq. Arturo Molina.

Agradecimiento:
Arquitecto Carlos Haeusler U.

Asesor



CONSIDERACIONES GENERALES

1. TURISMO. SU IMPORTANCIA

Campos de Turismo:

- a) Turismo Local
- b) Turismo Social
- c) Turismo Receptivo

2. SITUACION ACTUAL

Falta de oferta. Competencia

3. RECURSOS

- a) Naturales
- b) Historia
- c) Clima
- d) Folklore
- e) Situación Geográfica

4. PROBLEMAS EXISTENTES

Migratorios. Aduanales

5. PLANIFICACION

- a) Plan Nacional de Desarrollo Turfstico
- b) Acción Inmediata
- c) Planes Promocionales

6. DESARROLLO DE ZONAS TURISTICAS

- a) Desarrollo de Zonas Turísticas
- b) Clasificación
- c) Características Principales

7. ESTADISTICAS

8. PUNTA DE MANABIQUE

- a) Apreciaciones Generales
- b) Accesibilidad
- c) Importancia Turística
- d) Razones para su Habilitamiento
- e) Localización
- f) Fotografías - Mapa General

9. PROGRAMA DE NECESIDADES DEL HOTEL

10. DESARROLLO DEL PROYECTO

11. CONCLUSIONES

12. FUENTES DE INFORMACION



CONSIDERACIONES GENERALES

1. TURISMO. SU IMPORTANCIA

Su importancia

El inagotable deseo de conocer y viajar, así como las facilidades que actualmente ofrecen los medios de transporte, han dado al turismo su nombre y la importancia que tiene -reconocida mundialmente- como industria de primera categoría.

Está plenamente demostrado que desde el punto de vista estrictamente económico, la actividad turismo resulta altamente productiva: las inversiones requeridas y los costos de producción son relativamente bajos en comparación con el grado de rentabilidad y las utilidades netas obtenidas.

Por otro lado, las actividades industriales conexas y derivadas del turismo son tantas y de tan diversa naturaleza que el turismo puede ser el perfecto acelerador cuando no el generador del desarrollo económico; esto es, que el turismo además de ser un factor decisivo en el equilibrio de la balanza de pagos, que permite un aumento en las reservas de divisas y de oro, es también un incentivo directo de la promoción, fomento y creación de servicios dedicados especialmente al turista, tales como centros de hospedaje, de alimentación, de diversión, de atracción turística, medios de comunicación y transporte, artesanía, industria, etc. (Tomado del Plan Nacional de Desarrollo Turístico -1966-).

CAMPOS DE TURISMO

a) Turismo Local

Debido a la falta de conciencia turística que existe en el guatemalteco, la falta de conocimiento de lo nuestro, debido a la carencia total de campañas dirigidas a la población escolar, la falta de promociones que tiendan a despertar el interés en el guatemalteco por conocer y disfrutar lo suyo, la falta de lugares adecuados que ofrezcan comodidad y diversión al visitante, y la falta de centros vacacionales y de recreación en lugares de interés y con atractivo turístico, es lo que obliga al guatemalteco a buscar fuera de nuestras fronteras lo que no encuentra en su país.

Es lógico pensar que países más adelantados turísticamente le ofrecen, a un costo muy reducido, toda la comodidad y distracción que él solicita, creando con esto una fuga de divisas que afecta directamente a la economía nacional, y para evitar que salga a gastar el quetzal fuera de su tierra sería necesario ofrecerle lo que otros países le ofrecen, ya que Guatemala cuenta con recursos capaces de competir con lo mejor que otros lugares brindan al turista.

b) Turismo Social

Este campo puede considerarse de mucha importancia, ya que afecta directamente a la población de menores recursos económicos del país, razón por la cual es imposible pensar en que la disfruten o conozcan por sus propios medios. Lógicamente el estado no puede cargar con programas de recreación gratuita o proyectos vacacionales de carácter turístico para esta gran población. Será definitivamente hasta cuando la afluencia de turismo extranjero ofrezca un alto ingreso de divisas al país, cuando conjuntamente con el Instituto Gua

temalteco de Turismo y otras entidades estatales contemplen este renglón y planifiquen centros turísticos de distracción para la clase menos pudiente del país. En esto deberá privar la idea de que sea el guatemalteco el primero en conocer y disfrutar su tierra.

c) Turismo Receptivo

La mayor atención que se debe poner es en este campo, ya que representa el ingreso al país de divisas, dinero que viene a Guatemala, dinero que aprovecha el guatemalteco.

Debe considerarse pues, que la meta primordial del organismo estatal relacionado con el turismo (INGUAT) sea la de traer turismo a Guatemala, lo cual se conseguirá con planes promocionales, propaganda y publicidad en el extranjero. Campañas que deben ser planificadas, asesoradas, y realizadas por empresas con experiencia y conocimiento de la materia; es lógico pensar que si se va a publicar un anuncio en los Estados Unidos de Norteamérica, quién mejor que un norteamericano que lo prepare, conocedor de su idioma y modo de pensar.

Esto representa fuertes inversiones y posiblemente no se logre ver inmediatamente los resultados, pero es innegable que cuanto más se anuncia, mejores resultados pueden obtenerse.

Es necesario considerar, y uno de los lugares en el cual se debe desarrollar una campaña intensa de publicidad -quizás el más importante- son los Estados Unidos de América, puesto que su poder adquisitivo es más fuerte y su moneda el Dólar.

Sin embargo, no basta con emprender únicamente campañas promocionales, ya que si ofrecemos algo, tenemos que contar con lo pri

mordial que el consumidor nos exigirá, tenemos que estar preparados para ofrecerles comodidad, distracción, facilidades y seguridad.

Nuestro país cuenta con la materia prima, pero es insuficiente si no lo podemos explotar adecuadamente, por ejemplo: el Lago de Atitlán es considerado como uno de los lugares más bellos del mundo, pero es en realidad un lugar que no ofrece ninguna comodidad al visitante, carece de playas adecuadas, iluminación, servicios adecuados, etc., y por muy bello que sea el Lago, al turista no puede pasarse todo el día admirándolo.

Corresponde al Gobierno central la iniciativa de colaborar con la iniciativa privada en dotar de lo más indispensable (agua potable, energía eléctrica, acceso) a los lugares o zonas turísticas con posibilidad de ser explotados turísticamente, para lo cual se requerirá la participación de entidades como la Dirección General de Obras Públicas, Dirección General de Caminos, quienes deberán ser, con instrucciones del Gobierno Central, las instituciones que harán en el menor tiempo posible, las mejoras necesarias y sin que represente esto el desembolso de grandes sumas de dinero.

Pero no hay que olvidar que la inversión que se hace en Turismo o en proyecto turístico, es reembolsable inmediatamente y con grandes utilidades. Inversiones que el estado puede recuperar con los impuestos que se impongan, tales como peaje en las nuevas rutas de acceso, estacionamientos, arrendamientos, etc.

El turismo receptivo produce, desde el momento en el cual el turista arriba al país, la propina al maletero, el pago de taxi, hospedaje en el hotel, gastos de comidas, bebidas, cigarrillos, propinas a los camareros, meseros, etc., dinero que es ganado y retenido por el guatemalteco, dando lugar a la creación de nuevas fuentes de trabajo.

jo, y creación de nuevas industrias, así como el mejoramiento en el nivel cultural de nuestro pueblo.

(VER TABLA No. 1)

DISTRIBUCION DEL DOLAR TURISTICO

EN QUE SE GASTA		COMO SE GASTA	QUIENES LO RECIBEN			
				%		
ALOJAMIENTO	CUARTOS DE HOTEL	29.6	EMPLEADOS	36.3 %		
ALIMENTACION	COMIDAS RESTAURANTES CAFES	27.6				
ENTRETENIMIENTO	CLUBS NOCTURNOS CAFES TEATROS CINES CLUBS DEPORTIVOS	10.7				
RECUERDOS DE VIAJE	TIENDAS ESPECIALIDADES JOYERIA BOUTIQUE REGALOS OTROS	10.6			LOS QUE PRESTAN SERVICIOS	34.5 %
TRANSPORTE LOCAL	TAXI ALQUILER DE AUTOMOVIL OTROS	6.6			PROPIETARIOS ACCIONISTAS BANCOS COMERCIANTES IMPUESTOS	29.2 %
PROPINAS	SERVICIOS DE HOTEL CENAS ENTRETENIMIENTOS SERVICIOS PERSONALES	4.2				
SERVICIOS PERSONALES	BARBERIA SALON DE BELLEZA LAVANDERIA SERVICIOS PERSONALES LIMPIEZA OTRDS	4				
VARIOS	COMUNICACIONES GUIAS EXCURSIONES	6.7				
		TOTAL	TOTAL	100 %		

Falta de Oferta. Competencia

Se puede decir que nuestro país en el campo de "Turismo" no se ha iniciado, no tenemos ni las más mínimas comodidades que ofrecer, ya que países más pequeños que el nuestro como por ejemplo, El Salvador, tiene mucho más oferta que hacer al visitante. Si analizamos lo que consideramos como nuestras máximas atracciones turísticas, podemos comprobar la falta total de comodidades y atractivos, notamos la falta de centros de hospedaje en lugares fuera de la capital, por ejemplo, Tikal. Tikal no cuenta ni siquiera con un restaurante adecuado, comodidades y atractivos que, de existir, con solo la afluencia del turismo local, permitiría su mantenimiento.

Se dice que no viene turismo a Guatemala, pero honestamente -preguntémonos, a que viene a Guatemala, si no tenemos nada que ofrecer. Cómo vamos a exigirle al guatemalteco que conozca su patria, si no se le ofrece nada a cambio. No podemos exigirle a la iniciativa privada que invierta, si no podemos ofrecerle seguridad.

Consideremos el caso de nuestro país vecino: México, país que ofrece todo lo que se le pide, hoteles, comodidad, distracciones, etc. Es un país que explota al máximo sus recursos históricos, folklóricos, y bellezas naturales (o las crea). Es lógico que la inversión que ha hecho es inmensa, pero asimismo, podemos ver que el renglón de turismo representa, sino el mayor, uno de los principales ingresos en su economía.



RECURSOS

a) Naturales

Guatemala cuenta con lugares y bellezas naturales, inimaginables, desconocidas por el mismo guatemalteco; imponentes lagos, playas, selvas vírgenes, montañas, volcanes en erupción, y todo a distancias relativamente cortas, comunicadas por magníficas carreteras. Bellezas repartidas a través de todo el territorio guatemalteco, estando la mayor parte de ellas inhabilitadas y sin contar con ninguna comodidad.

b) Historia

Guatemala es cuna de una de las más importantes civilizaciones, la civilización MAYA, grande en su cultura y en los monumentos y ciudades que aún se mantienen de pie. Podríamos decir sin temor a equivocarnos que si se realizara la restauración de Tikal, no habría atracción turística más importante en el mundo, ya que a la vez traería a Guatemala visitantes de todas partes.

Contamos con la historia y cultura hispánica; reflejo fiel de nuestros antepasados es la Antigua Guatemala, tesoro colonial mundialmente considerado como "Monumento de América", en donde se encuentran ejemplos de arquitectura, escultura y pintura, todo conservado intacto a través del tiempo.

c) Clima

Factor tan apreciado por el turista, "Guatemala, país de la eterna primavera". Tenemos un clima envidiable, puesto que los cambios de temperatura no son tan bruscos como en otros países.

Estados Unidos, por ejemplo, tiene cambios tan marcados en

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICO-MATEMÁTICAS
LIBRERÍA CENTRAL

las diferentes estaciones del año, que obligan a sus moradores a trasladarse de un lugar a otro en busca de un clima más benigno.

La estación de invierno en el norte de Estados Unidos, ante las fuertes nevadas y el frío inaguantable, hace que sus habitantes se trasladen a lugares como la Florida en busca de sol, creando éstas corrientes humanas, el funcionamiento de centros turísticos por temporada. Condiciones naturalmente por las que no pasa Guatemala, ya que la temporada de turismo debemos y podemos explotarla durante los 365 días del año.

La diferencia de climas, sin llegar a los extremos, podemos encontrarla a pocos kilómetros y en pocas horas, así de la ciudad capital con un clima templado, a solamente 100 kilómetros nos encontramos en el Océano Pacífico con una temperatura cálida, al occidente a 200 kilómetros, dos horas y media de viaje, encontramos clima frío.

d) Folklore

En Guatemala contamos con una inmensa riqueza folklórica, manifestaciones artísticas llenas de fuerza y colorido, artesanía, textiles, cerámica, etc. Todo esto reunido representa un gran atractivo turístico. Y si pensáramos en comercializarlos a gran escala, sin duda alguna podría llegar a representar y convertirse en un renglón importante de la economía nacional.

Debido a la falta de ayuda y estímulo a los artesanos, conjuntos folklóricos, tejedores, etc., se están perdiendo en nuestro país muchas de estas expresiones. Podemos citar concretamente el caso de los artesanos en la Antigua Guatemala.

e) Situación Geográfica

Nuestra situación geográfica nos coloca en un plano de ventaja sobre otros países: colocados en el corazón de América, a dos horas en jet de los Estados Unidos de Norteamérica, vecinos del área del Caribe, vecinos de los Estados Unidos Mexicanos, puerta de entrada a Centro y Sud América, conectados a todos ellos por magníficos medios de comunicación, tierra, aire y mar.

Debemos considerar en este renglón la importancia que tiene el ofrecer el paquete turístico. Para poder interesar al turismo a Guatemala, lo debemos hacer en forma conjunta con los demás países del área centroamericana, debido a la proximidad y bajo costo de transporte, pues si ofrecemos únicamente Guatemala, a una persona que reside en Nueva York, el costo de pasaje es de 351 dólares, pero por 34 dólares más puede conocer El Salvador, por 44 más Honduras, es decir, si al pasaje original le incrementamos 182 dólares más, le vamos a ofrecer cuatro o cinco países en vez de uno.



PROBLEMAS EXISTENTES

Migratorios. Aduanales

El primer contacto que el turista tiene con nuestro país, se lleva a cabo en las Oficinas de Migración de los puestos fronterizos. Es allí en donde el turista recibe la primera impresión y crea en su mente una imagen que perdura más que cualquier otra.

En la mayoría de las fronteras se les recibe en Oficinas incómodas, en las que tiene que hacer, de pie, largas esperas, bajo sol inclemente y sin tener un lugar en donde tomar un refresco o satisfacer sus necesidades más urgentes.

La mayor parte de los funcionarios de estas dependencias no reciben al turista precisamente con una sonrisa o con cierta cortesía, lo más seguro es que el turista se encontrará con una cara amarga, la expresión de una persona que lleva más de ocho horas detrás de un escritorio, escuchando las quejas y problemas de todos los turistas que desfilan ante él; problemas suscitados generalmente por la falta de las comodidades indispensables en esos lugares.

No podemos culpar directamente a esos funcionarios. Queremos creer que ellos hacen todo lo posible por desempeñar en la mejor forma su trabajo, pero, que se puede esperar de una persona que en la mayoría de los casos no ha terminado con la educación secundaria, y que trabaja turnos de doce horas, con sueldos de cien quetzales.

La solución no es sencilla, se requiere un trabajo intenso de entrenamiento para estas personas, darles por lo menos nociones de relaciones humanas y hacerlos que se sientan satisfechos y orgullosos por la importancia que tiene para Guatemala el trabajo que realizan.

Presenta también, un desembolso económico en el acondicionamiento de las Delegaciones de Migración y de Aduanas y en una nueva reglamentación de las horas de trabajo, con lo que además de no sa-crificar al personal con trabajo excesivo, se evitarían las pro-testas del turista, porque es él el que paga las horas extraordinarias de trabajo.

Posiblemente sea éste uno de los problemas más diffciles de resolver, ya que siendo atribución de los Ministerios de Gobernación y Hacienda, siempre existirá el argumento de que no se pueden quitar estas barreras sin poner en peligro la seguridad nacional (contrabando, inmigración ilegal, etc.). Pero con la legislación adecuada a nuestra época y necesidades, si es posible llegar a una solución sa-tisfactoria.



PLANIFICACION

a) Plan Nacional de Desarrollo Turístico

Toda la actividad que implique desarrollo económico de un país, lleva implícita la necesidad de planificar. En el caso del desarrollo turístico es necesario planificar a nivel nacional, abarcando en la programación todos los problemas y condiciones existentes, y resolviéndolos dentro de un período prudencial. Por supuesto que existen problemas que requieren atención inmediata y una inversión relativamente moderada, por lo que será necesario llevar a cabo lo que podríamos llamar "Plan Nacional a Largo Plazo" y simultáneamente planes de acción inmediata.

En todo caso habrá que seguir los pasos fundamentales en toda planificación, a saber:

Investigación
Evaluación
Prioridades
Desarrollo
Habilitamiento
Promoción Turística

Entre los programas a largo plazo se puede mencionar la creación de conciencia turística en la población del país y la creación de grandes centros turísticos internacionales, como el habilitamiento de la zona de Izabal, El Petén, etc. También se puede mencionar la coordinación de los distintos programas de desarrollo que cada dependencia gubernamental lleva a cabo.

b) Acción Inmediata

Comprendidos en un programa de acción inmediata estarían la

construcción de pequeños balnearios como la cueva de "Anda Mirá", aguas amargas, de miradores y parques de recreo, descanso, y la reglamentación urgente de todas las actividades y servicios turfsticos.

c) Planes Promocionales. Publicidad

Podemos tener el país más bello del mundo, el mejor clima y el mejor paisaje, pero nada nos servirá si no se lo contamos al resto del mundo.

Para esto, es necesario hacer fuertes inversiones en publici-dad en el extranjero, la cual deberá ser contratada con compañía especializadas. Es conveniente tomar en cuenta, al considerar las ofertas de publicidad, la investigación efectuada por cada compañía, sus ángulos de enfoque y la motivación propuesta, así como el mercado al cual irá dirigida.

El turismo local es algo muy romántico, pero no trae a Guate- mala un solo dólar de divisas, por lo que es necesario encausar los mayores esfuerzos en traer al turismo extranjero a nuestro país, ya que es lo que económicamente nos interesa.



a) Desarrollo de Zonas Turfsticas

Es necesario antes de tocar este tema, tomar en cuenta ciertas consideraciones previas: Denominaremos "Zona Turfstica", a aquella zona de destino final del turista; es decir, una zona a donde se dirige como destino final, con fines de recreación, vacaciones, salud, descanso, etc., zona en la cual permanecerá por más de veinticuatro horas. Existe asimismo, la zona de paso y estancia obligada, pero que no llena los requisitos necesarios ni las instalaciones completas de una zona turfstica.

b) Clasificación

Existen zonas turfsticas con características y atractivos propios, atractivos suficientes para despertar interés y deseos de ser visitados por grandes corrientes de turistas; atractivos tales como playas, sol, clima, etc., zonas que pueden considerarse como de temporada, o bien que funcionen durante todo el año. Es así como por ejemplo, ciertos países explotan directamente estos atractivos. Consideremos el área del Caribe, y notamos que su principal oferta es playa, sol. Otros lugares explotan otro tipo de atractivo tal como pezca, cacería, etc., para lo cual su movimiento es por grupos y temporadas.

Pero no son suficientes los atractivos propios de la zona, es necesario ofrecer comodidad y servicio de primera. Es así como vemos en la práctica, que lugares menos bellos pero con más comodidad atraen un número mayor de turismo y por el contrario, existen lugares de singular belleza pero la afluencia de turismo es nula.

Para el desarrollo de una zona turfstica, es necesario que se cuente con posibilidades económicas suficientes, que permitan dotar

la con las obras de infraestructura necesarias y básicas, que abran la brecha y permitan el fácil acceso de la iniciativa privada. Entre estas obras podemos mencionar: rutas de acceso, agua, luz y drenajes.

Pero asimismo, no sólo basta con dotarla de todos los servicios sino se requiere también de su mantenimiento a la altura para poder competir con otros países que su explotación principal es el Turismo.

Existen asimismo, zonas turísticas que sus características - propias las colocan en un plano especial, características que provocan una motivación especial en el flujo turístico, siendo éstas de carácter cultural, religioso, deportivo, etc.

Por ejemplo, visitar el Museo de Louvre en París implica ir a Francia. Visitar el Cristo Negro de Esquipulas en Guatemala significa peregrinaciones con destino final Esquipulas.

Existen zonas que por su clima o por temporada crean, y de ello surgen zonas turísticas; podemos citar entre éstos, los deportes de invierno en los cuales esquiar y patinar sobre la nieve con los motivos principales por los cuales gran número de adeptos concurren y se dan cita en ellos.

Consideremos en la Florida a Fort Lauderdale. Es una zona - que no ofrece historia ni cultura, con una belleza natural común, y sin embargo, existen más de 70,000 habitaciones destinadas al turismo siendo una zona de gran desarrollo turístico, porque ha sabido crear ambientes adecuados para todos sus visitantes, ofrece atracciones creadas por el hombre tan diversas y bien logradas, que registra uno de los lugares de mayor estancia por turista (19 días de es

tancia, y con un gasto promedio por estancia de ciento ochenta dólares).

Asimismo, podemos citar lugares con grandes tradiciones, folklore, bellezas naturales maravillosas, climas agradables; sin embargo, con índices de visitantes muy bajos. Nuestra América Latina está saturada de estos sitios, los que podrían catalogarse como zonas turísticas de primer orden, pero lugares a los cuales no llega el turismo.

Una zona turística debe ser creada por acción de la iniciativa humana de acuerdo con las técnicas más avanzadas, exigiendo asimismo, una planificación adecuada y su operación comercial.

c) Características Principales

1. Facilidades de acceso, comunicación que permita el fácil y libre paso al flujo turístico, con buenas y directas vías de acceso.
2. Clima estable que permita asimismo, la práctica de deportes al aire libre.
3. Nivel de precios estables y razonables.
4. Libertad de cambio en el régimen monetario.
5. Nivel medio de cultura en sus pobladores que permita y facilite el trato humano.
6. Seguridad personal.

7. Servicios públicos.
8. Servicios de transporte especiales para el turista.
9. Vida nocturna. Lugares de distracción, calidad en espectáculos públicos.
10. Lugares de interés que ofrezcan atractivos interesantes tales como folklore, historia, artesanía, etc.
11. Alojamientos cómodos y modernos que permitan una estancia grata y placentera.

Es necesario, además de todo lo enunciado anteriormente, contar con amplias leyes y el fiel cumplimiento de las mismas. Es importantísimo considerar la atención adecuada que debe recibir el turista por parte de las autoridades, principalmente las de Migración, Aduanas, y Policía, que son las que están en contacto directo con él. Garantía de inversión y estímulos al inversionista.

AFLUENCIA TOTAL DE TURISTAS A LOS
PAISES DE CENTROAMERICA Y PANAMA

	1965	1966	1967	1968	1969	1970
PAISES DEL AREA	No. de Turistas					
COSTA RICA	84.984	98.907	111.116	118.766	121.939	154.867
EL SALVADOR	116.433	141.579	134.160	137.804
GUATEMALA	153.453	139.307	171.631	174.638	178.331	...
HONDURAS	61.715
NICARAGUA	119.977	115.153	132.000
PANAMA	98.876	114.339	124.800	121.022	134.681	155.055

... SIN DATOS

INGRESOS OBTENIDOS EN CENTROAMERICA
Y PANAMA EN CONCEPTO DE TURISMO

AÑO DE 1970

PAISES	TURISTAS RECIBIDOS	INGRESOS EN PESOS C.A.	TOTAL EN PESOS C.A.
GUATEMALA *	Centroamericanos - 80.973	3.643,785	12.406,005
	Extraregionales - 97.358	8.762,220	
EL SALVADOR	Centroamericanos - 84.279	4.226,895	8.175,465
	Extraregionales - 49.881	3.948,570	
HONDURAS **	Centroamericanos - 32.079	1.443,555	4.110,795
	Extraregionales - 29.636	2.667,240	
NICARAGUA	Centroamericanos - 73.678	3.661,650	8.218,350
	Extraregionales - 41.475	4.556,700	
COSTA RICA	Centroamericanos - 63.747	4.007,835	9.930,195
	Extraregionales - 58.192	5.922,360	
PANAMA	Centroamericanos - 28.607	1.567,170	12.387.780
	Extraregionales -106.074	10.820,610	

* Cifras correspondientes a 1969.

** Cifras correspondientes a 1967.

EVOLUCION DEL TURISMO EN EL CARIBE

TURISTAS

AÑOS	BAHAMAS	BERMUDAS	JAMAICA	PUERTO RICO	TOTAL
1963	398.700	141.600	80.900	925.868	1.547.068
1964	399.900	145.100	107.500	1.072.037	1.724.537
1965	494.552	187.265	189.013	1.254.338	2.125.168
1966	531.167	210.598	228.141	1.445.139	2.415.045
1967	915.273	237.163	235.025	1.594.735	2.982.196
1968	1.072.213	267.442	258.460	1.839.470	3.437.535

INGRESOS POR TURISMO EN EL CARIBE

MILLONES DE DOLARES

AÑOS	BAHAMAS	BERMUDAS	JAMAICA	PUERTO RICO	TOTAL
1963	48,9	35,5	37,8	84,7	206,9
1964	54,3	34,5	43,7	97,5	230,0
1965	60,0	38,5	64,9	119,3	282,7
1966	64,0	40,5	78,4	139,6	322,5
1967	160,0	51,9	79,8	167,8	459,5
1968	190,0	62,6	87,8	291,7	542,1



PUNTA DE MANABIQUE

- a) **Apreciaciones Generales**
- b) **Accesibilidad**
- c) **Importancia Turística**
- d) **Razones para su Habilitamiento**
- e) **Localización**
- f) **Fotografías - Mapa general**

a) Apreciaciones Generales

Punta de Manabique está localizada en el Departamento de Iza-bal y cuenta con una extensión aproximada de 80 kilómetros cuadrados. Tiene como colindancias al Sur Poniente la Bahía de Amatique y al Nor Oriente el Océano Atlántico.

Está en la actualidad completamente desierta y con vegetación vírgen, existiendo pequeños riachuelos y esteros. Cuenta con aproximadamente 20 kilómetros de playa, playa en su totalidad compuesta por fina arena de color gris claro; no existen piedras ni arrecifes. - En las cercanías de la playa puede apreciarse la gran variedad de vida marina que posee a través de clarísimas aguas azul-verde. Las aguas en la playa son tranquilas sin oleaje y fácilmente puede el bañista internarse hasta ochenta metros sin que la profundidad de las mismas sobrepase el metro cincuenta.

Existen pocas construcciones (aproximadamente cinco casitas de veraneo) y 400 ranchos rústicos habitados por familias que su principal fuente de trabajo es la pesca. Puede su población calcularse en unos 2,000 habitantes.

En la misma zona se encuentra el llamado Canal Inglés, canal que comunica la Bahía de Amatique con el Océano Atlántico, lugar de belleza extraordinaria y navegable por embarcaciones de regular tamaño.

Existe también el lugar conocido como Bahía La Graciosa, excelente lugar para la pesca. Además de ofrecer el atractivo principal de pesca mayor en alta mar.

DATOS GENERALES

CLIMA: Cálido, Húmedo Temperatura mínima 25° C
Máxima 35° C.

ALTURA: 1 a 3 metros sobre el nivel del mar.

VIDA VEGETAL: Tropical Húmeda.

SUSCEPTIBILIDAD A LA EROSION: Ninguna

CLASIFICACION DE SUELOS: Arena. Suelos desarrollados sobre depósitos marinos o elevaciones bajas.

PRECIPITACION PLUVIAL: 5,713.9 mil. Promedio anual en 10 años.

DATOS: Atlas Nacional de Guatemala.
Instituto Geográfico Nacional.

b) Accesibilidad

La única forma actualmente de llegar a la punta de Manabique es por mar, ya sea de Puerto Barrios o de Livingston, haciéndose el recorrido en la lancha pequeña en un tiempo aproximado de una hora y media.

Quiere decir con esto que obligadamente se tiene que llegar a Puerto Barrios, situado a 300 kilómetros de la ciudad capital, comunicado por la carretera CA 9 totalmente asfaltada o también puede llegarse por avión, ya que Puerto Barrios cuenta con una pista de aterrizaje, haciendo un tiempo estimado de vuelo de la ciudad capital de 45 minutos aproximadamente.

Es indudable que por los atractivos propios que ofrece este lugar y el área de Izabal para desarrollar allí una zona turística, y con el crecimiento que se puede obtener, tiene que planificarse un Aeropuerto Internacional y construir la comunicación con Puerto Barrios a través de una magnífica carretera, la cual no tendría una distancia mayor de treinta kilómetros la cual pasaría por terreno plano con lo cual se lograría la afluencia en gran escala del turismo nacional y facilitaría el transporte de materiales de construcción y servicios necesarios.

En la actualidad, Manabique no cuenta ni siquiera con los servicios necesarios e indispensables, limitando esto la afluencia del flujo turístico, ya que para poder disfrutar de este lugar es necesario llevar hasta el agua potable. Sin embargo, en temporadas tales como Semana Santa, es visitado por gran número de turistas.

Pero a pesar de esto, Manabique es lugar obligado de visita por los grupos o turistas que llegan a Livingston, Barrios y Río Dulce,

aunque la visita se resume únicamente a disfrutar el baño en sus playas.

c) Importancia Turística

Manabique, actualmente no ofrece ninguna facilidad ni comodidad al turismo. No cuenta con centros de hospedaje, alimentación, ni distracción alguna, más que las que ofrece la naturaleza misma teniendo el visitante que llevar al lugar su comida y alimentación, por lo cual su estancia es únicamente de horas, ya que el que quiere visitar Manabique tiene que pernoctar en Matías de Gálvez, Puerto Barrios o Livingston, y en horas muy tempranas emprender viaje hacia dicho lugar.

Lo único que ofrece es su maravilloso paisaje, sus playas y su sol, características que hacen de él, un paradisíaco lugar, selvas vírgenes. Su playa puede considerarse como una piscina natural, lugares ideales para la pesca y la práctica de deportes tales como buceo, esquiar y la natación.

d) Razones para su Habilitamiento

Todos estos atributos lo hacen sin lugar a dudas el mayor y único lugar, o playas, en toda la República de Guatemala, ya que no existe en el Océano Pacífico y Atlántico sitio similar.

Asimismo, cuenta con una extensión de veinte kilómetros de Playa sobre la Bahía de Amatique, con suave oleaje y con orientación tal que todos los días permite ver las puestas del sol; la playa en el Océano Atlántico conserva en toda su extensión las mismas características, y con fuertes mareas, que permite desarrollar deportes tales como el Surf (tabla hawaiana), pesca en alta mar, etc.

Tiene un ancho aproximado de cuatro kilómetros, con una zona pantanosa relativamente pequeña, lo cual permite pensar en el lugar para desarrollar una zona turística, teniéndose la facilidad debido a que todo el territorio es vírgen, sin ninguna construcción, y en el cual se deberá planificar su acceso por tierra con amplia carretera, zona hotelera, centro comercial y lotificación de viviendas particulares, y localización en el área, de un Aeropuerto Internacional, que sirva a toda el área de la zona turística en Izabal. Vuelvo a mencionar que este lugar es uno de los pocos en la República de Guatemala que cuenta con los atractivos propios necesarios, área suficiente para su crecimiento y localización que permitiera su acceso por tierra, aire y mar, su localización geográfica sobre el Océano Atlántico, permitiera una comunicación con toda el área del Caribe (puerto Rico, Las Bahamas, Jamaica) y con puertos tan importantes como lo son Miami y Nueva Orleans, que permitieran su comunicación a través de grandes cruceros que en la actualidad explotan turísticamente el área del Caribe, y sin lugar a dudas Manabique tiene con que y puede competir con esos grandes emporios turísticos, al estar totalmente habilitado y que brinda los requerimientos básicos. Es importante hacer mención que al pensar en el habilitamiento de esa zona no sólo se piensa en el turismo extranjero y norteamericano, sino también en el turismo nacional y centroamericano.

Es necesario también que el Gobierno central ofrezca la máxima ayuda necesaria a la iniciativa privada, a través de incentivos, leyes, y fieles cumplidores de las mismas; debe de pensarse asimismo, en el área como puerto libre y autorizar el funcionamiento de Casinos de Juego, lo cual representaría un estímulo y un gran atractivo al inversionista y al turismo en general.

El habilitamiento de esta área, estaría creando y desarrollando nuevas fuentes de trabajo, aumentando el modus vivendi de los po

bladores de esa área, e incrementando fuertemente el ingreso de divisas al país.





PROYECTO

HOTEL

Areas Públicas

Vestíbulo

Recepción y Registro

Información

Servicios: Maleteros

Transporte

Servicio de Cuarto

Teléfonos Públicos (Radio teléfono)

Sanitario Hombres

Sanitario Mujeres

Administración

Gerencia General

Secretaría

Contabilidad

Radio

Caja de Valores

Objetos Olvidados

Concesiones

Peluquería

Barbería

Miscelánea

Habitaciones

40 Habitaciones Dobles

10 Suites

Habitaciones

Dormir, Dos Camas

Closet

Servicio Sanitario: Arteza

Inodoro

Lavamanos

Tocador

Terraza

Suites

Dormir. Dos Camas

Estar. 2o. Dormitorio

Closet

Terraza

Vestidor

Baño: Arteza

Inodoro

Lavamanos

Tocador

Todas las habitaciones y suites contarán con teléfono, música in directa, radio (T.V.), aire acondicionado, agua fría y caliente.

Bodega de Piso

Comedor

Vestíbulo

Jefe de Meseros

Area de Mesas. 100 Personas

Ante-cocina: Vajilla

Utilería

Sanitario Hombres

Sanitario Mujeres

Cocina

Area de Preparación

Area de Trabajo

Cocimiento

Bodega General

Cuarto Refrigerado: Carnes

Vegetales

Mariscos

Bodega de Envases

Bodega de Licores

Bodega de Utilería

Sanitarios de Empleados

Lavandería y Planchar

Bodegas

Club Nocturno

Vestíbulo

Barra

Area de Mesas. 100 Personas
Servicio Sanitario Mujeres
Servicio Sanitario Hombres
Pista de Baile
Orquesta

Servicios

Entrada Servicios
Reloj
Encargado de Personal
Locker y Baños Empleados
Sanitarios Mujeres
Sanitarios Hombres
Alojamiento Empleados

Servicios Generales

Piscina Adultos
Piscina Niños
Area de Juegos
Vestidores (Cabanas)
Regaderas Público (Bañistas)
Sanitarios
Embarcaderos
Bodega Artículos Deportivos
Campo de Golf (futuro)
Estacionamiento (futuro)

Instalaciones Generales

Planta Eléctrica

Planta y Tanque de Agua
Calderas
Cuarto de Máquinas





HONDURAS

EL SALVADOR

OCÉANO PACÍFICO

LEYENDA

Carreteras
Ríos
...

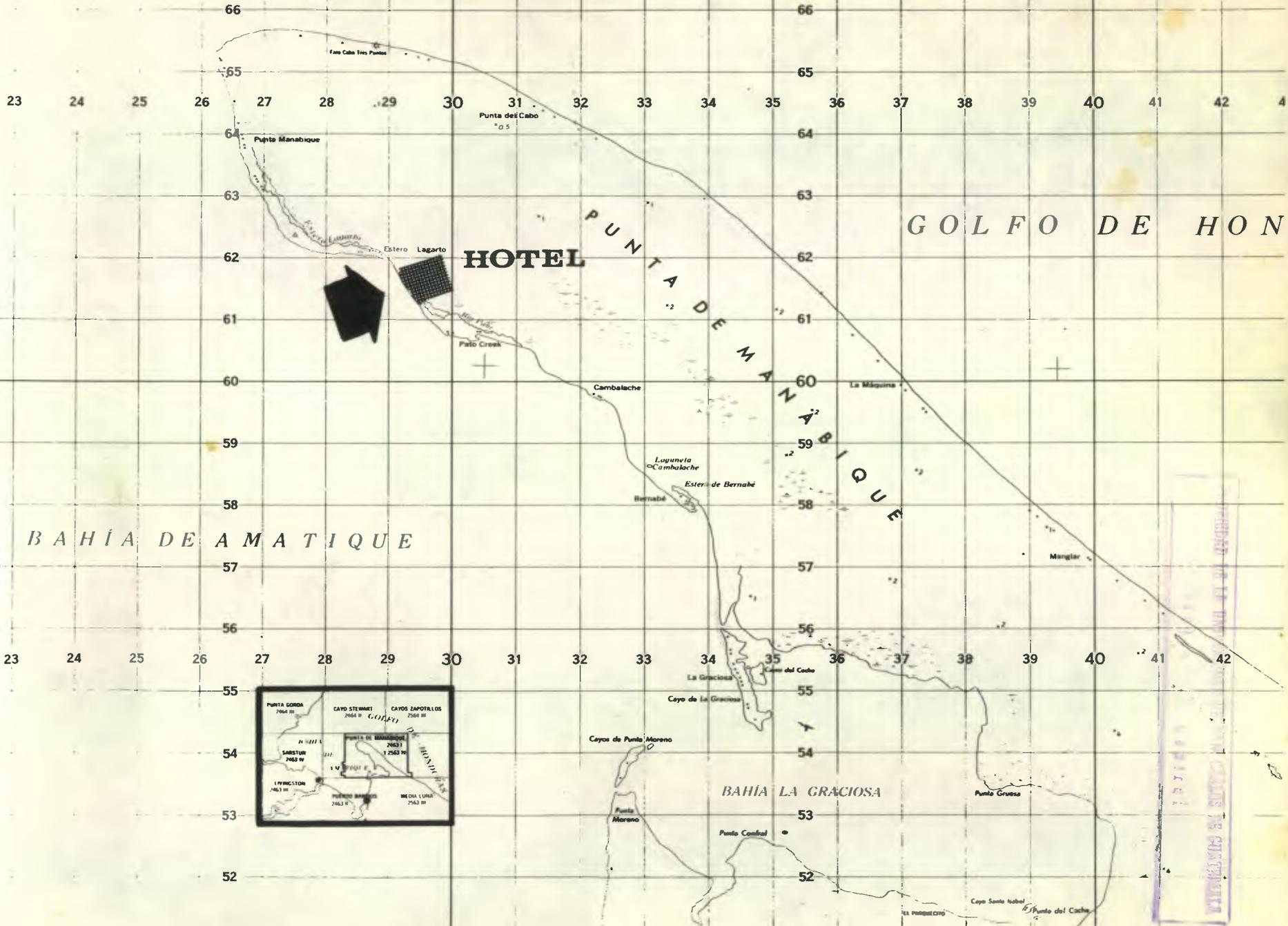


**MAPA PRELIMINAR
DE LA
REPÚBLICA DE GUATEMALA**

Escala 1 : 1 000 000

QUARTA EDICIÓN
1971

MINISTERIO DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS
INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL

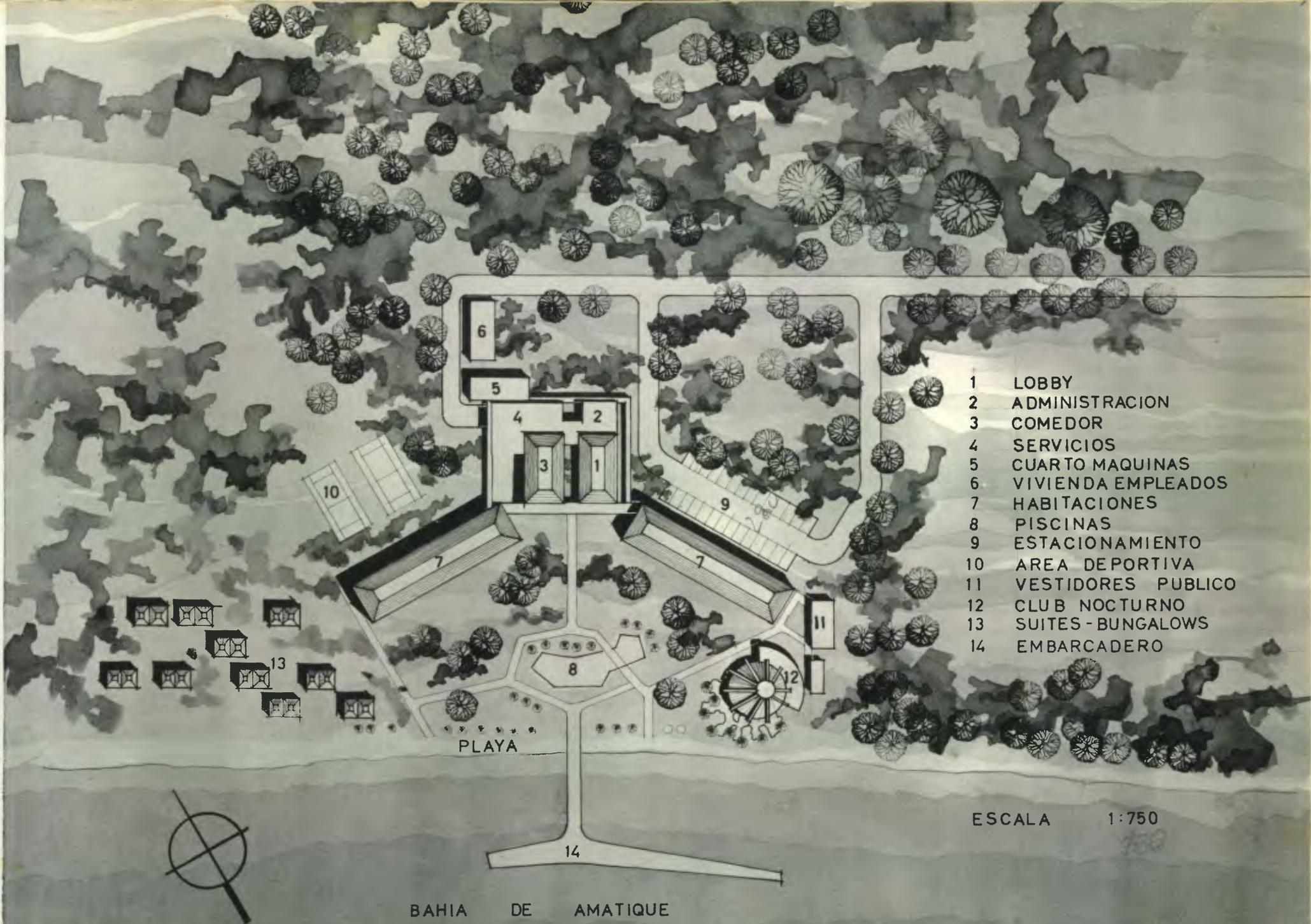


HONDURAS
 DEPARTAMENTO DE OLANCHITO
 MUNICIPIO DE MANABIQUE









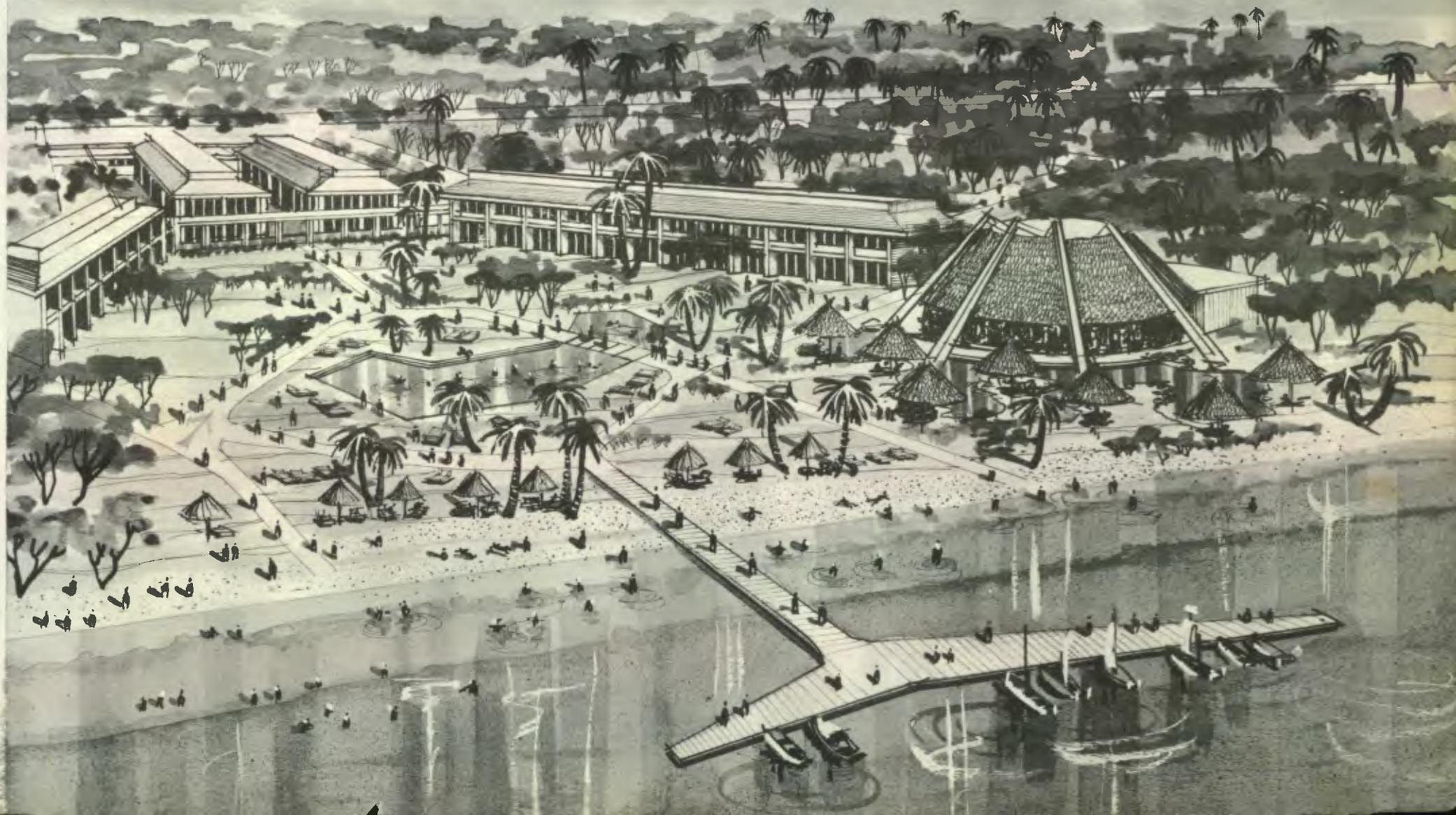
- 1 LOBBY
- 2 ADMINISTRACION
- 3 COMEDOR
- 4 SERVICIOS
- 5 CUARTO MAQUINAS
- 6 VIVIENDA EMPLEADOS
- 7 HABITACIONES
- 8 PISCINAS
- 9 ESTACIONAMIENTO
- 10 AREA DEPORTIVA
- 11 VESTIDORES PUBLICO
- 12 CLUB NOCTURNO
- 13 SUITES - BUNGALOWS
- 14 EMBARCADERO

ESCALA 1:750

BAHIA DE AMATIQUE

PLAYA





- 1 LOBBY
- 2 REGISTRO
- 3 VALORES
- 4 RADIO TELEFONO
- 5 PLANTA
- 6 CONTABILIDAD
- 7 SECRETARIA
- 8 GERENCIA
- 9 BAÑOS HOMBRES
- 10 BAÑOS MUJERES
- 11 COMEDOR
- 12 VESTIBULO
- 13 LAVAPLATOS
- 14 COCINA
- 15 BODEGA
- 16 BODEGA
- 17 CUARTO FRIO
- 18 LAVANDERIA
- 19 CUARTO MAQUINAS
- 20 LOCKERS BAÑOS EMPLEADOS
- 21 " " "
- 22 TIENDAS

21 20 19 19 19



FUTURO ESTACIONAMIENTO

HABITACIONES

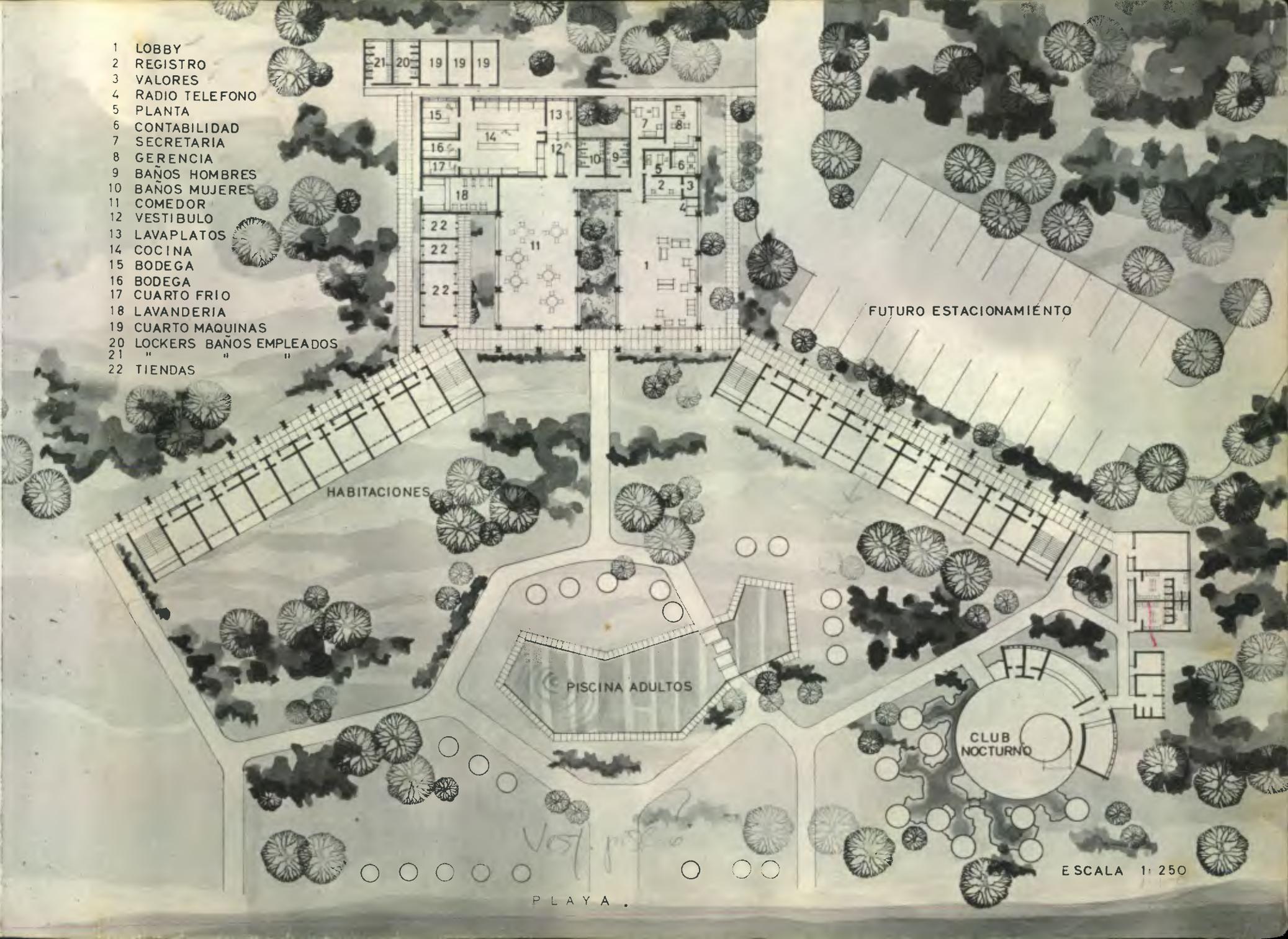
PISCINA ADULTOS

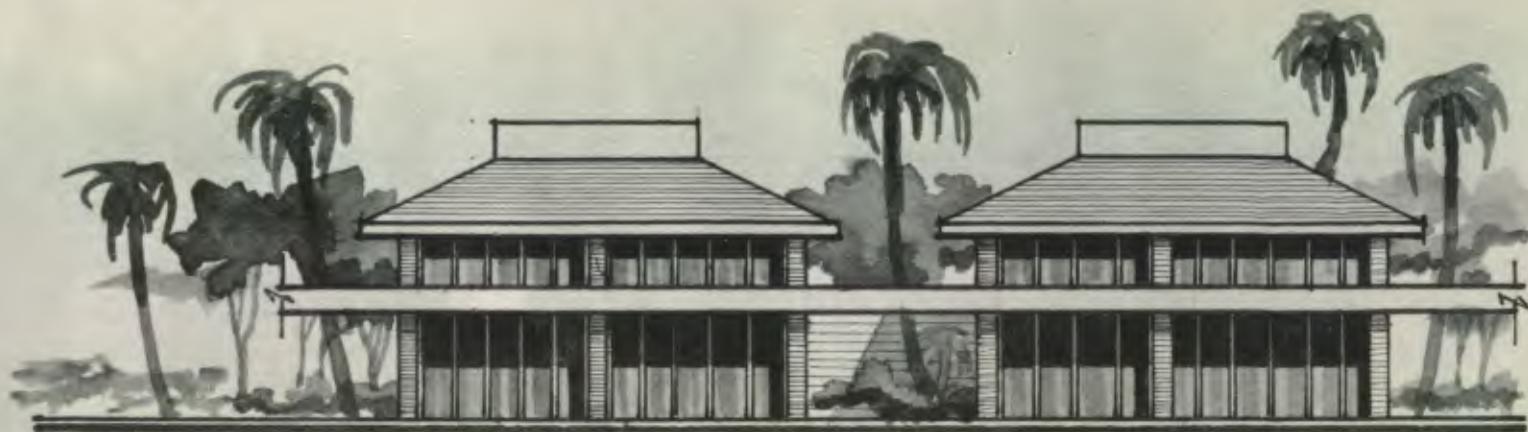
CLUB NOCTURNO

PLAYA

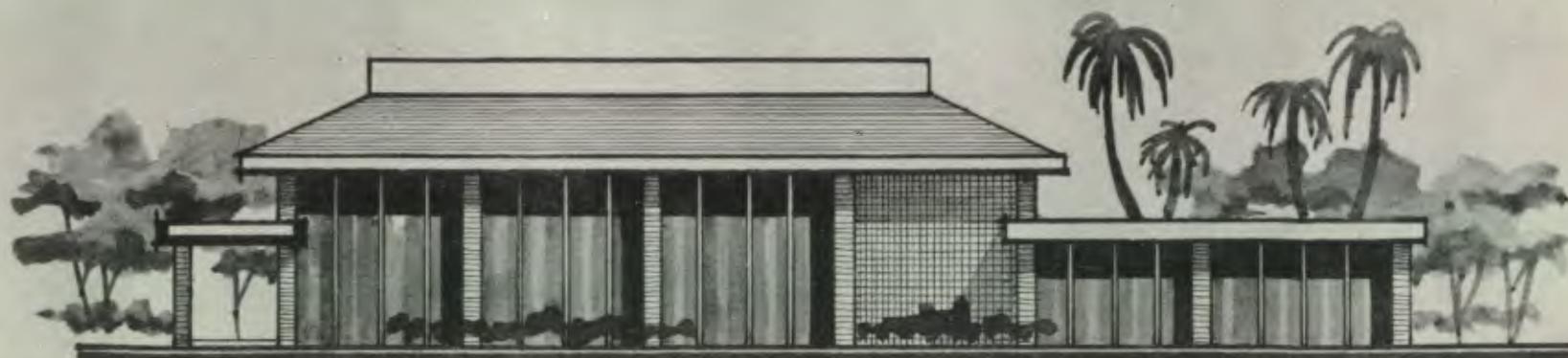
ESCALA 1:250

Vista piscina

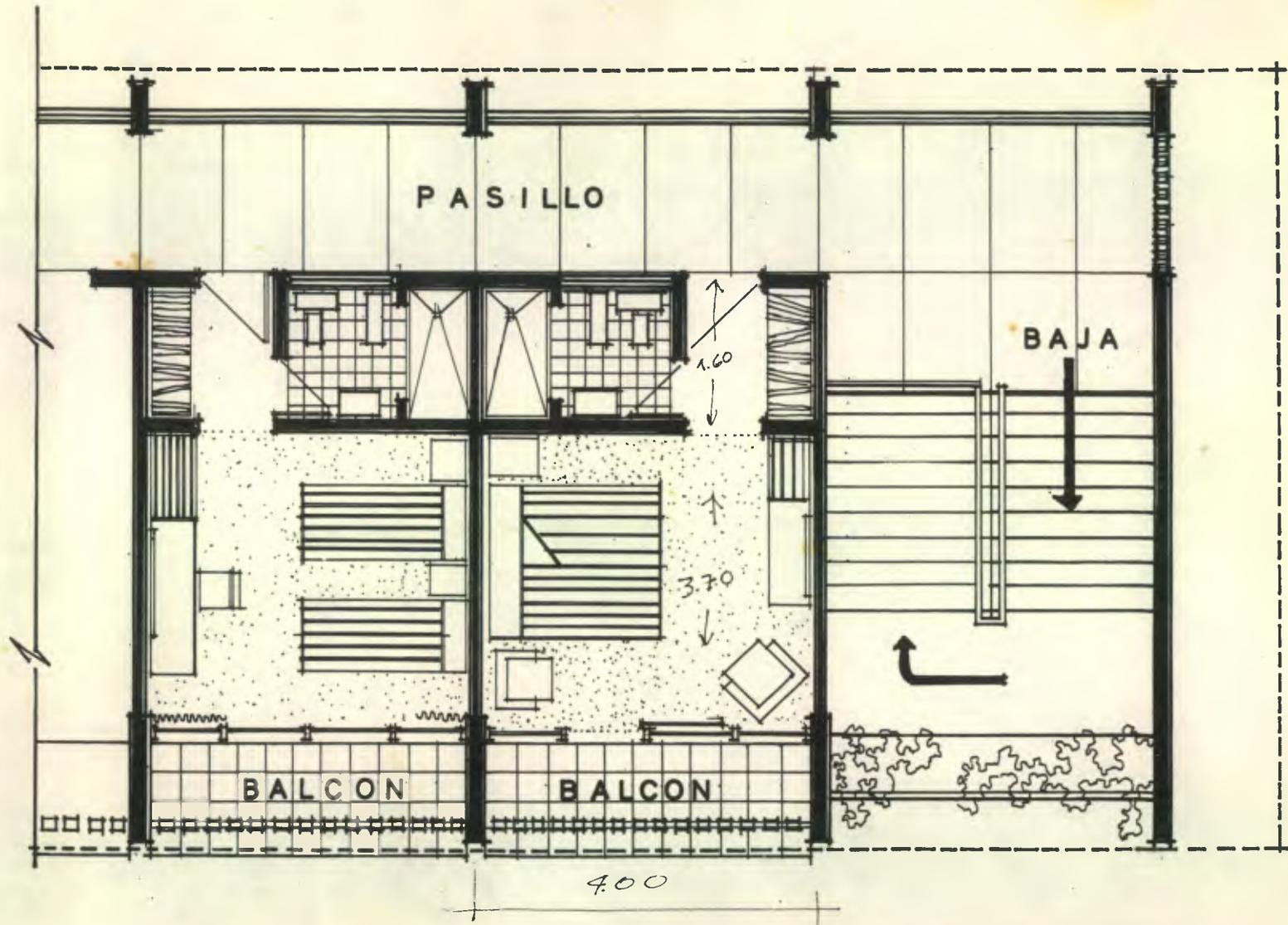




ELEVACION NORPONIENTE

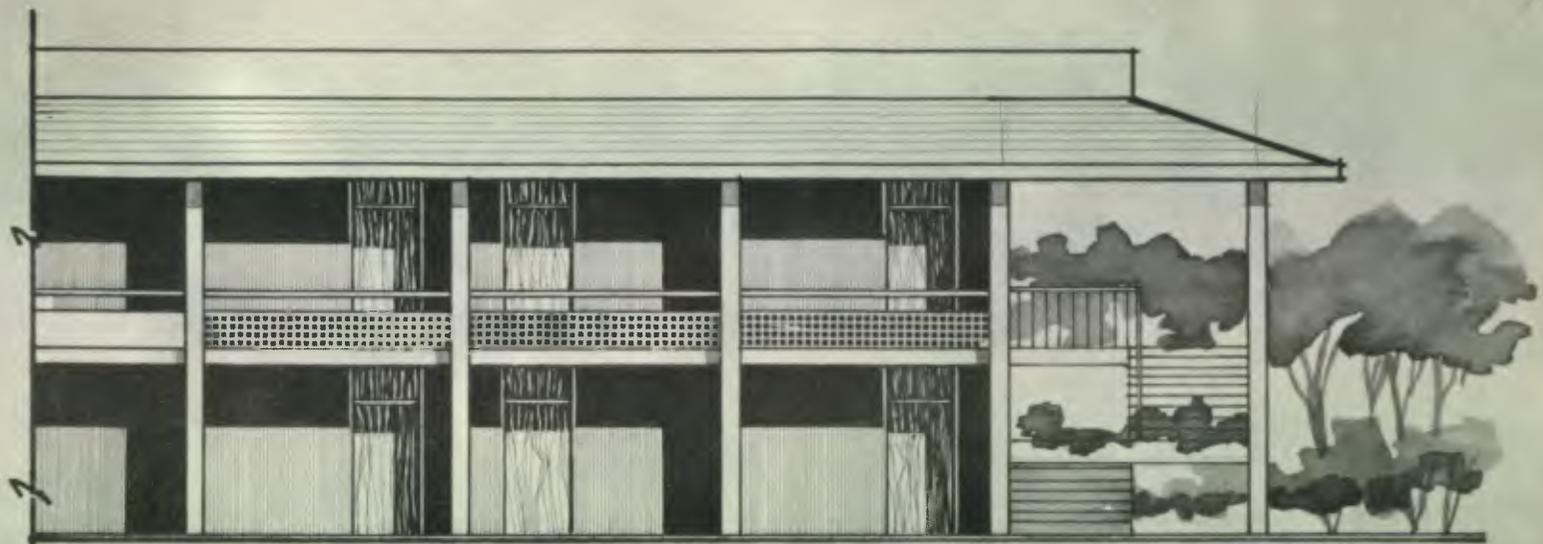


ELEVACION SUR PONIENTE
EDIFICIO CENTRAL

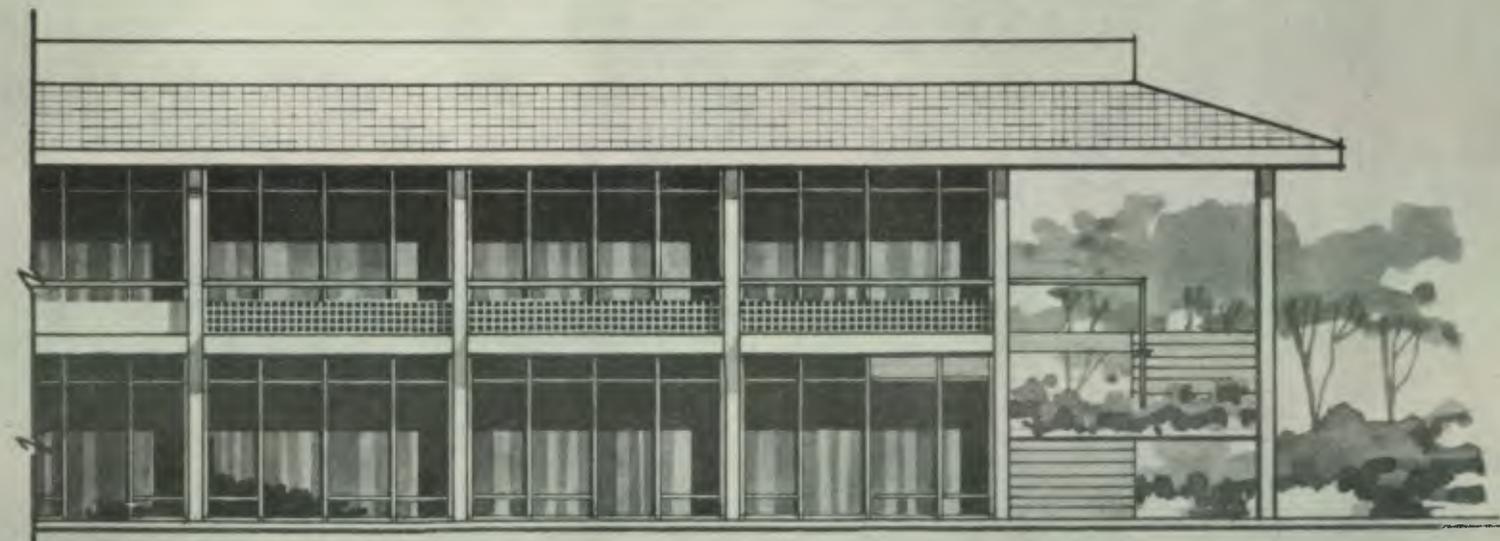


DETALLE HABITACIONES
ESCALA 1: 50

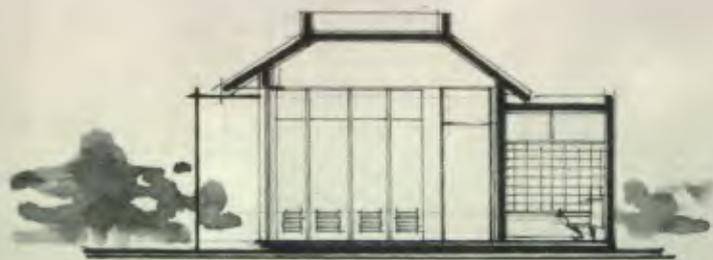
1.75



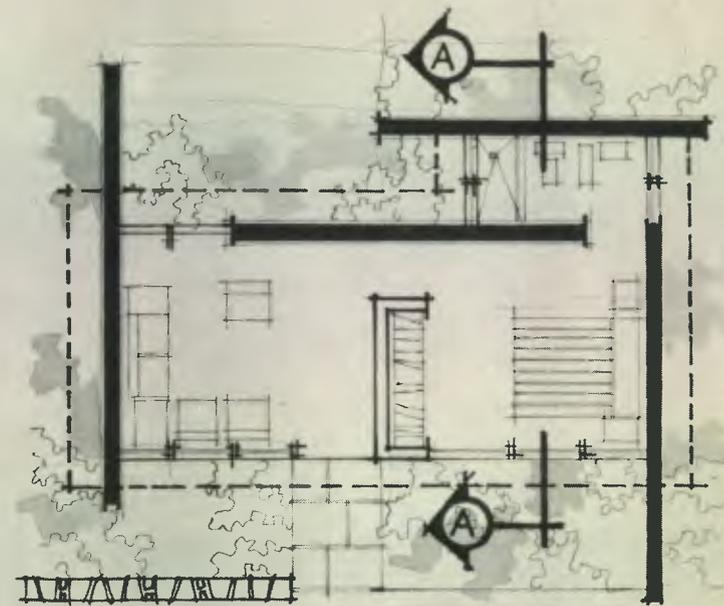
HABITACIONES ELEVACION POSTERIOR



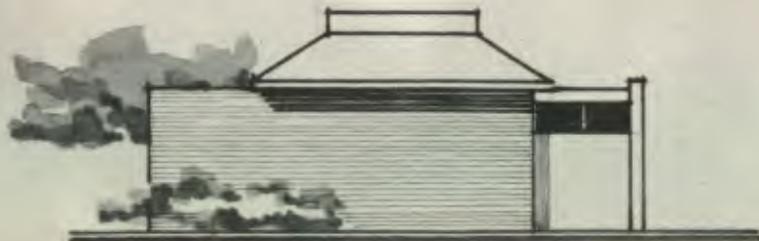
HABITACIONES ELEVACION PRINCIPAL
E S C A L A 1 : 7 5



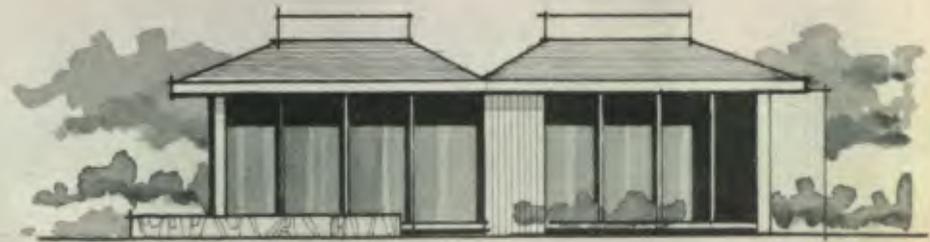
SECCION A-A



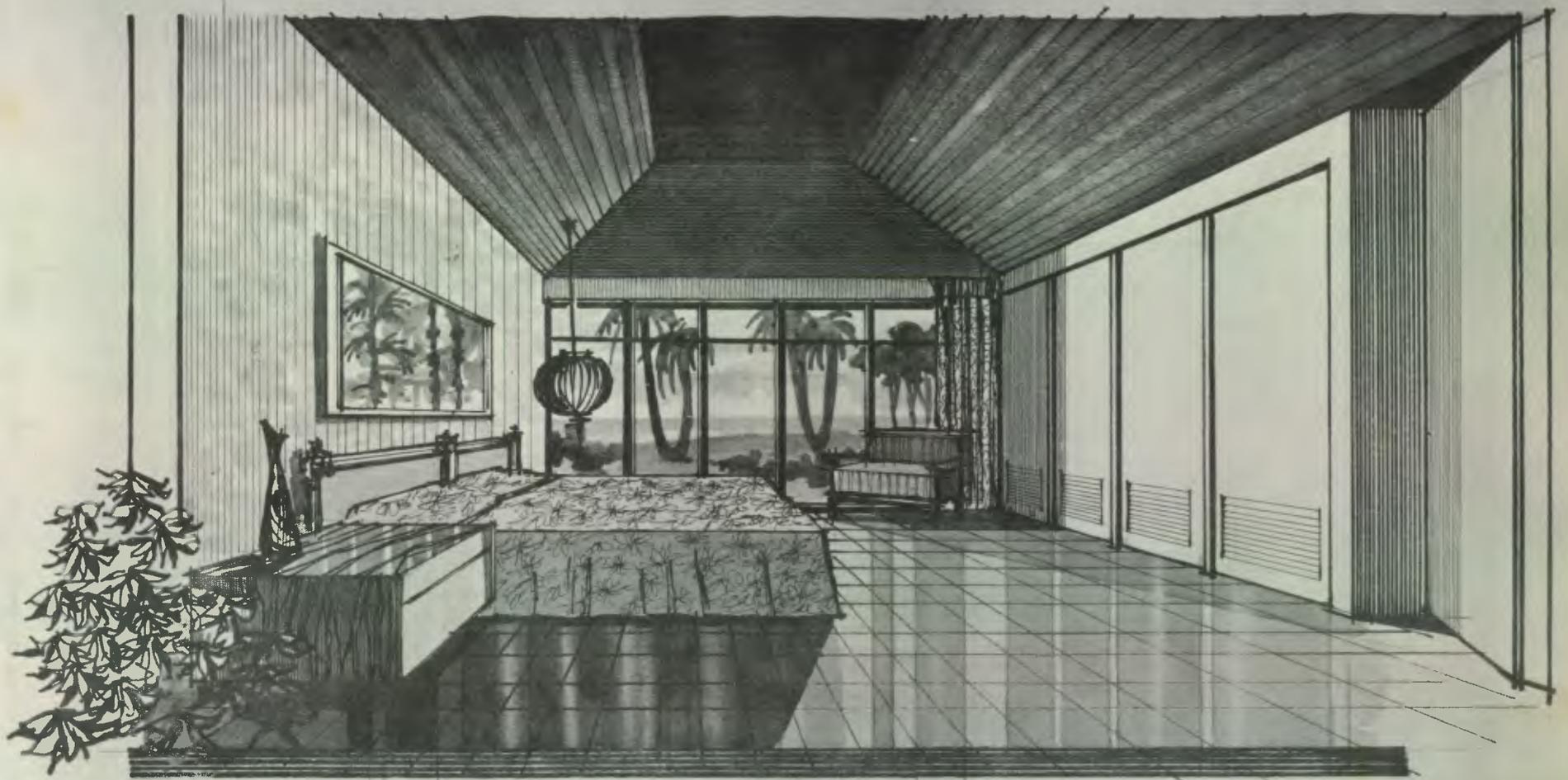
PLANTA



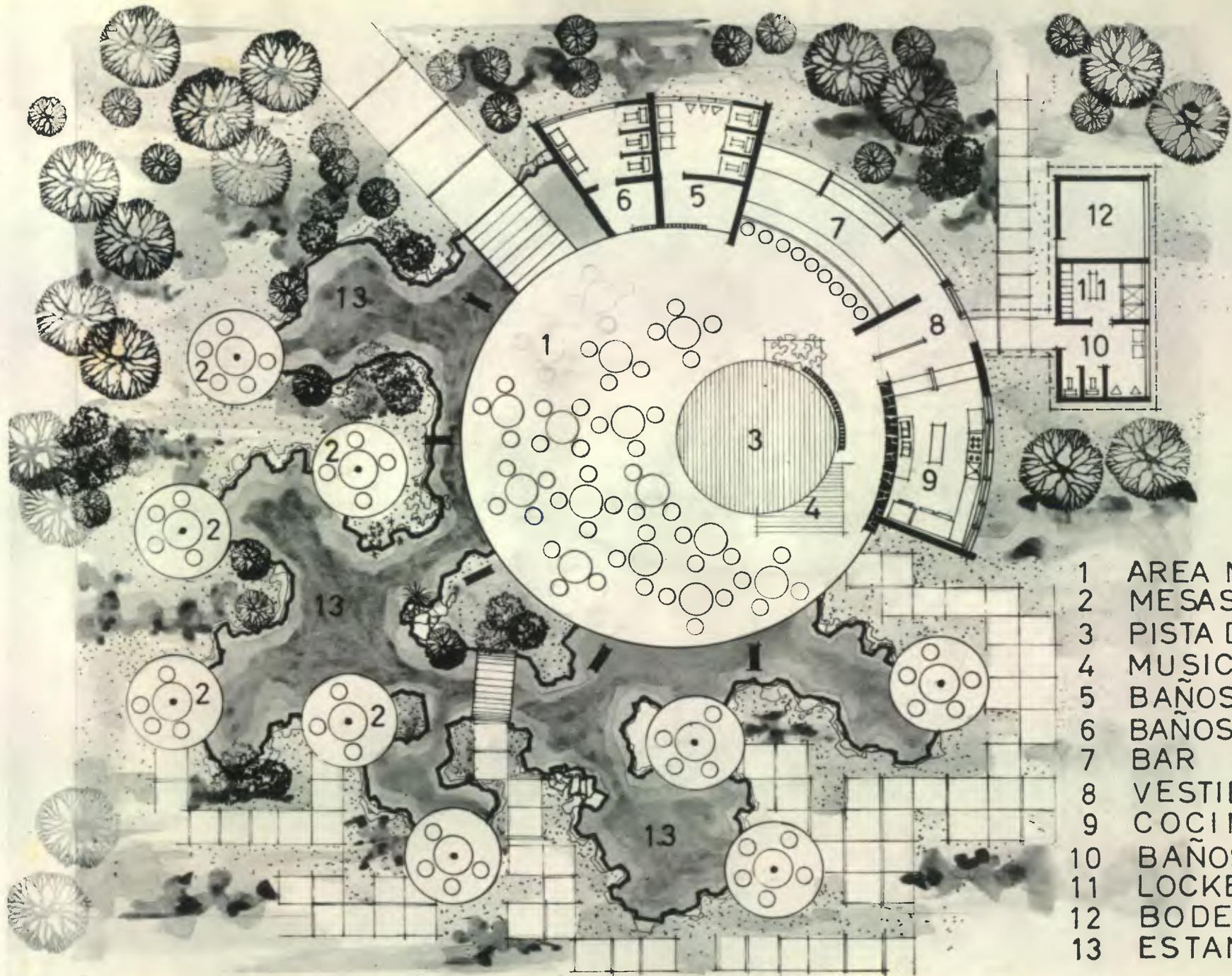
ELEVACION LATERAL



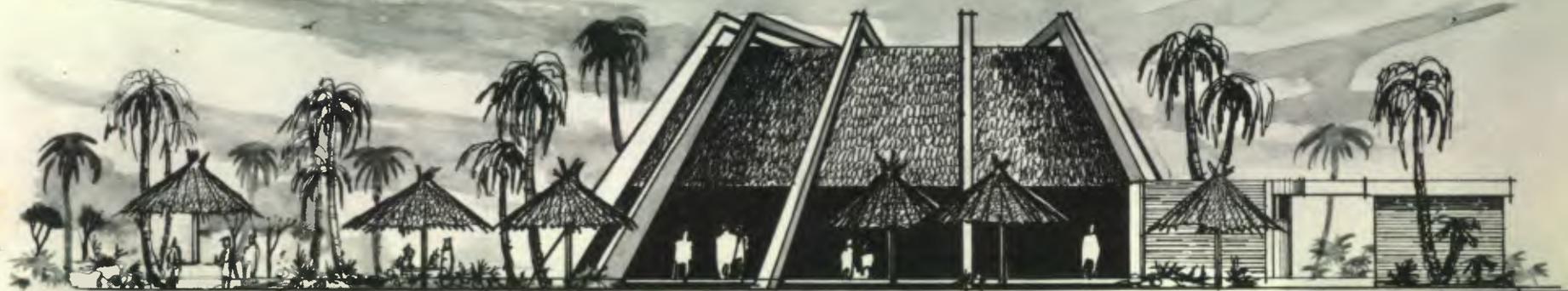
ELEVACION PRINCIPAL
BUNGALOWS



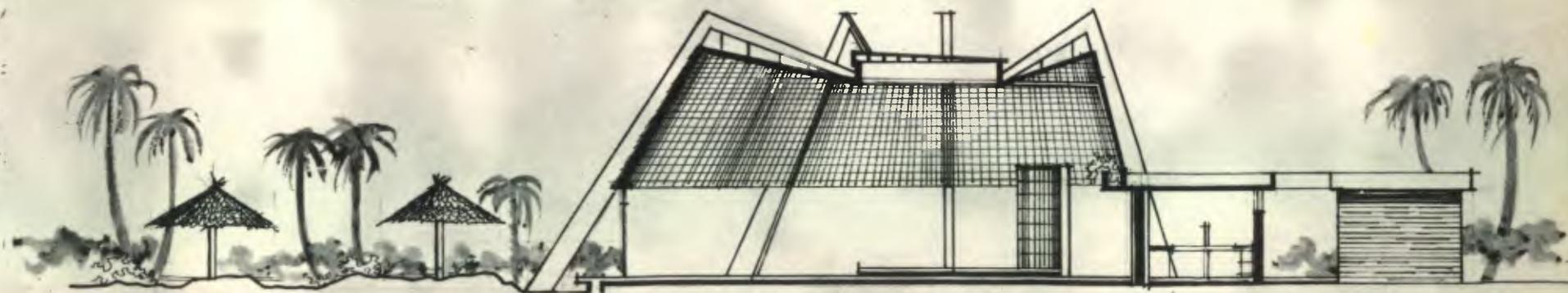
BUNGALOW VISTA INTERIOR



- 1 AREA MESAS
- 2 MESAS-RANCHOS-
- 3 PISTA DE BAILE
- 4 MUSICA
- 5 BAÑOS HOMBRES
- 6 BAÑOS MUJERES
- 7 BAR CAJA
- 8 VESTIBULO SERV.
- 9 COCINA
- 10 BAÑOS SERVICIO
- 11 LOCKERS
- 12 BODEGA
- 13 ESTANQUE

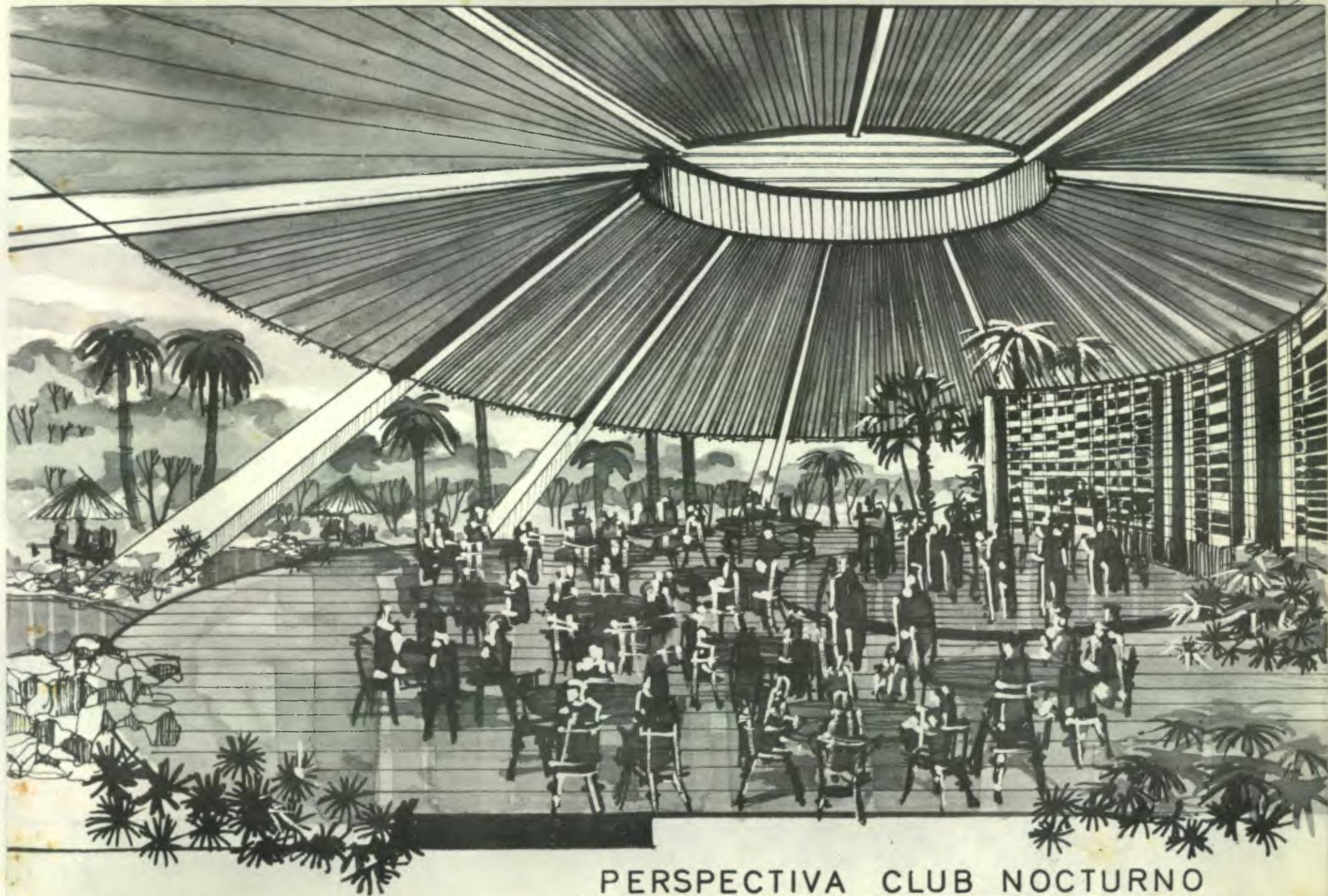


ELEVACION PONIENTE

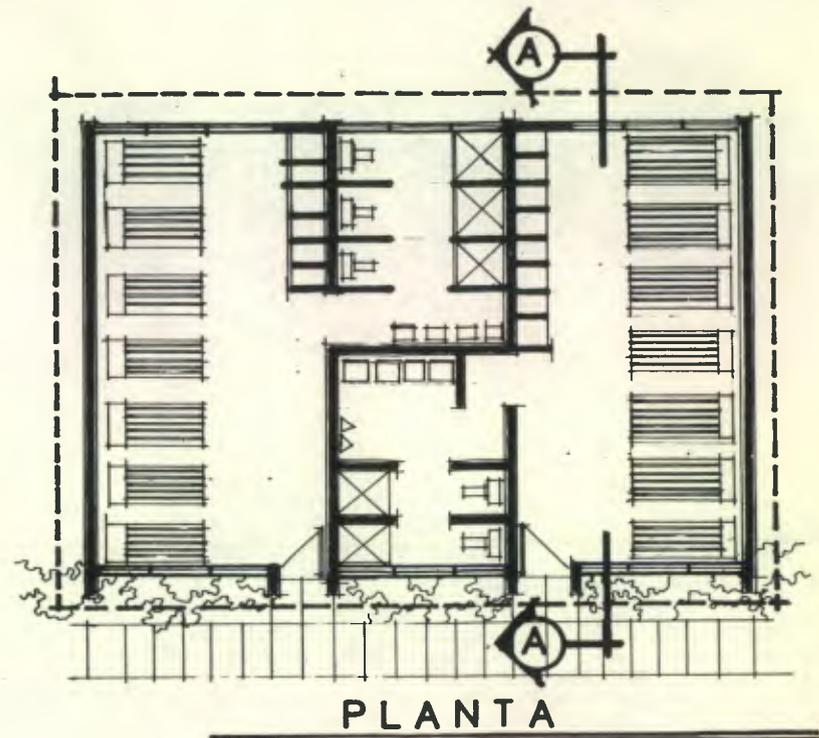


SECCION

A - A,



PERSPECTIVA CLUB NOCTURNO







CONCLUSIONES

- a) Turismo desde el punto de vista económico resulta altamente productivo. Inversiones y costos de producción bajos, en relación al alto grado de rentabilidad y utilidad.
- b) Turismo representa creación de nuevas fuentes de trabajo.
- c) Guatemala en la actualidad carece de oferta para el turismo internacional.
- d) Guatemala cuenta con los recursos naturales para el desarrollo de turismo a gran escala.
- e) Es necesario planificar a nivel nacional el desarrollo turístico de Guatemala con planes de acción inmediata y planes a largo plazo.
- f) Punta de Manabique por su situación geográfica, extensión y recursos naturales, representa una de las principales zonas para desarrollarse turísticamente y a corto plazo.
- g) Para su planificación se deberá aunar todos los esfuerzos de gobierno e iniciativa privada.
- h) El presente trabajo representa una pequeña parte de lo que será el gran complejo turístico de Punta de Manabique y de la zona de Izabal.

FUENTES DE INFORMACION

SECRETARIA INTEGRACION TURISTICA DE CENTRO AMERICA
(SITCA)

DEPARTAMENTO DE FOMENTO INGUAT

SECCION REGISTRO Y ESTADISTICA INGUAT

INSTITUTO GEOGRAFICO NACIONAL

VIAJES DE OBSERVACION A MANABIQUE

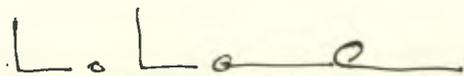
LEGISLACION TURISTICA ESPAÑOLA

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TURISTICO



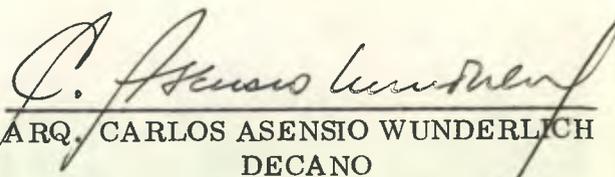
CARLOS FERNANDO LOBOS KLEMP

V°. B°.



ARQUITECTO CARLOS HAESLER
ASESOR

Imprimase



ARQ. CARLOS ASENSIO WUNDERLICH
DECANO