

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias Económicas

BIBLIOTECA USAC
DEPOSITO LEGAL
PROHIBIDO EL PRESTAMO EXTERNO

**RECURSOS TURISTICOS DE QUEZALTENANGO Y
POSIBILIDADES DE SU APROVECHAMIENTO, CON
PROYECCIONES A LA REGION NOR-OCCIDENTAL
DE LA REPUBLICA**

TESIS

presentada a la Junta Directiva de la Facultad de
Ciencias Económicas de la Universidad de San
Carlos de Guatemala

por

LUIS FELIPE SAMAYOA RODRIGUEZ

al conferirsele el título de:

ECONOMISTA

en el grado de:

LICENCIADO

Guatemala, noviembre de 1968.

DL
03
T(210)

JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Decano	Lic. Rafael Piedra Santa A.
Vocal 1º	Lic. César Augusto Díaz Paiz
Vocal 2º	Dr. Luis Eduardo Contreras
Vocal 3º	Dr. Héctor Goicolea Villacorta
Vocal 4º	Br. José Fidelino Tagua Ortiz
Vocal 5º	P.C. Alfredo Morales Taracera
Secretario	Lic. Bernardo Lemus Mendoza

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL

PRIVADO:

Decano	Lic. Rafael Piedra Santa A.
Director de la Esc. de CC.EE.	Lic. Saúl Osorio Paz
Director de la Esc. de CC.EE. de Occidente	Lic. Mario Aníbal González
Examinador	Lic. Arnulfo Parada Tobar
Secretario	Lic. Bernardo Lemus Mendoza

DEDICATORIA

A mi patria Guatemala

A mi tierra natal: Santo Tomás
la Unión. Suchitepéquez

A las Facultades y Escuelas Facultativas de Ciencias Económicas, particularmente a la de Quezaltenango.

A la Honorable Municipalidad
de Quezaltenango

A mis padres :
Francisco Humberto
María Concepción

A mi esposa:
Aldina Isabel

A mis hijos:
Brenda Aldina
Luis Humberto

A mi familia

A mis catedráticos

Al personal docente y administrativo
de la Escuela Facultativa de Ciencias Económicas de Occidente.

DEDICATORIA

A los Licenciados:

Saúl Osorio Paz
Mario González Orellana
José Guillén Villalobos
Bernardo Lemus Mendoza
Julián P. de Heredia
José Luis Díaz Piedrasanta

A Luis F. Morales P., señora e
hijos

A Mario Napoleón Serrano G.
y familia

A mis compañeros y amigos.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
GUATEMALA, CENTRO AMERICA

Calle Mariscal Cruz No. 1-56, zona 10

DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS: Guatemala, veintitrés de Octubre de mil novecientos sesenta y ocho.-----

Con base en el dictamen rendido por el Lic. Mario González Orellana, quien fuera designado Asesor, se acepta el trabajo de tesis denominado "RECURSOS TURISTICOS DE QUEZALTENANGO Y POSIBILIDADES DE SU APROVECHAMIENTO, CON PROYECCIONES A LA REGION NOROCCIDENTAL DE LA REPUBLICA", que para su graduación profesional presentó el señor LUIS FELIPE SAMAYOA RODRIGUEZ, autorizándose su impresión.-----


Lic. RAFAEL PIEDRA-SANTA A.
Decano




Lic. BERNARDO LEMUS MENDOZA
Secretario



NdeM

Quezaltenango, 22 de Octubre de 1968.

Señor Decano de la Facultad
de Ciencias Económicas de Guatemala
Lic. Rafael Piedra Santa Arandi;
Guatemala.

Señor Decano:

En cumplimiento de su oficio No. 404, emitido por el Despacho de su buen cargo con fecha siete de Mayo del año en curso, mucho me honra informar a Ud., que, he prestado toda la asesoría y orientación necesarias al Señor P. C. don Luis Felipe Samayoa Rodríguez a efecto de que pudiera dar feliz término a su trabajo de tesis previo a optar al título de Economista en el grado de Licenciado.

La tesis en cuestión se intitula "RECURSOS TURISTICOS DE QUEZALTENANGO Y POSIBILIDADES DE SU APROVECHAMIENTO, CON PROYECCIONES A LA REGION NOROCCIDENTAL DE LA REPUBLICA". A juicio del suscrito, el Sr. Samayoa Rodríguez ha orientado su trabajo por los canales adecuados y evidencia un alto grado de responsabilidad y, un honesto propósito de investigación al tratar el tema que le fuera discernido por la Decanatura a su digno cargo.

En consideración a las razones expuestas, me permito recomendar dicho trabajo de tesis para que continúe sus trámites legales, por cuanto de parte del suscrito merece toda su aprobación.

Con muestras de distinguida consideración, hago propicia la oportunidad para suscribirme de Ud., muy atento y deferente servidor.

ID Y ENSEÑAD A TODOS.

Lic. MARIO GONZALEZ GRELLANA
ECONOMISTA
CONTADOR-AUDITOR PUBLICO

CONTENIDO

Página

INTRODUCCION	1
------------------------	---

CAPITULO I

EL TURISMO; SU HISTORIA. BREVES CONCEPTOS. SU IMPORTANCIA DENTRO DEL CUADRO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	4
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

Conceptos de turismo	17
--------------------------------	----

Importancia económica del turismo	20
---------------------------------------------	----

a) Turismo y divisas	21
--------------------------------	----

b) Turismo e inversión	24
----------------------------------	----

c) Turismo y empleo	25
-------------------------------	----

d) Turismo, comercio e industria	25
--------------------------------------------	----

e) Turismo e impuestos	25
----------------------------------	----

CAPITULO II

LA INDUSTRIA TURISTICA. CATALOGACION E IMPORTANCIA DENTRO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	27
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Elementos básicos que deben considerarse en la explotación del turismo y factores condicionantes	29
------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

a) Patrimonio turístico	30
-----------------------------------	----

b) Ambiente	32
-----------------------	----

c) Factores estructurales	34
-------------------------------------	----

d) Aspectos míticos de regiones autóctonas	37
------------------------------------------------------	----

e) Salud del turista y salubridad de los centros turísticos	37
-----------------------------------------------------------------------	----

CAPITULO III

PROBLEMAS QUE CONFRONTA EL TURISTA EN GUATEMALA	39
-----------------------------------------------------------	----

Asuntos Consulares	40
Aspectos de migración fronteriza	42
Trámites y cobros de inspección y registro de aduanas.	44
Otras observaciones	46

CAPITULO IV

RECURSOS TURISTICOS DE QUEZALTENANGO Y LA REGION NOR-OCCIDENTAL DEL PAIS

Chimaltenango	47
Sololá	49
Totonicapán	50
San Marcos	52
Huehuetenango	53
El Quiché	54
Quezaltenango	56
a) Cerro Tecún Umán (El Baúl).	61
b) Los Vahos	63
c) Chiquilajá.	63
d) Almolonga.	64
e) Turicentro "Fuentes Georginas".	67
f) Balneario "Aguas Amargas".	68
g) Mirador "El Santiaguito".	69
h) Laguna de Chiquival	71
i) Otros recursos y actividades complementarias.	72

CAPITULO V

NECESIDAD DE UNA OFICINA REGIONAL DE TURISMO

CAPITULO VI

ACTIVIDADES ESPECIFICAS QUE DESARROLLARIA LA OFICINA REGIONAL DE TURISMO	79
Ponderación de los recursos que pueden ser habilitados a corto, medio y largo plazo	79
Capacitación técnica de un cuerpo de guías	79
Orientación y desarrollo de planes publicitarios	82
a) Radio	82
b) Prensa escrita	83
c) Televisión	83
d) Material impreso	84
e) Conferencias, seminarios y mesas redondas	86
f) Otros medios complementarios	87

CAPITULO VII

NECESIDAD DE PROYECTOS ESPECIFICOS	88
Generalidades	88
Qué es un proyecto	88
Criterios que podrían determinar su importancia económica	90
Análisis de factibilidad	91
Evaluación del proyecto	92

CAPITULO VIII

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	95
Fuentes internas	96
a) Gobierno	96

	Página
b) Instituciones bancarias de fomento	97
c) Municipalidades	98
d) Sectores privados	99
e) Otras instituciones bancarias y financieras	99
Fuentes externas	100
a) Banco Mundial	101
b) Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	102
c) Agencia Internacional para el Desarrollo (AID)	103
d) Otras consideraciones sobre financiamiento externo.	104
 CAPITULO IX	
CONCLUSIONES	107
 BIBLIOGRAFIA	110

INTRODUCCION

No es nada fácil pretender llevar a cabo el desarrollo de un tema que, sin ser nuevo, carece de antecedentes serios que ilustren la mejor forma de ampliarlo y darle el giro utilitario que se desea; al menos esto ocurre en nuestro medio. No obstante, acaso esa misma dificultad se convierte en aguijón estimulante, que a final de cuentas, fuerza a su autor a emprender la ruta que le dicta el buen juicio y el sentido eufórico de crear algo útil.

Se nos ocurren estos pensamientos con motivo de nuestro trabajo de tesis, que, sin querer darle la sensación de una dificultad impresionante, sí estimamos que puede aportar nuevas ideas y enfoques de tipo académico en el tratamiento que merece la actividad turística nacional en general, y la regional en particular.

Aspiramos que el presente trabajo pueda aprovecharse en la concreción de un plan piloto para la región nor-occidental de Guatemala; y para que, en base a sus resultados, puedan utilizarse las experiencias logradas para el desarrollo turístico de otras áreas del territorio nacional.

No puede escapar al elevado criterio de los estudiosos de la economía de Guatemala y de sus recursos naturales, ni a los centros de interés del estado, la creciente importancia que conlleva la organización y explotación del turismo como fuente de incremento de nuestras reservas internacionales y como fórmula e-

ficiente de ocupación para muchas empresas nacionales que lograrían un positivo crecimiento al amparo de esta actividad.

Aun cuando no creemos haber agotado el tema, deseamos que nuestro modesto aporte contribuya a estimular la preocupación de profesionales, municipalidades y gente de gobierno, para ahondar este rico filón que, hasta ahora, no ha pasado de ser una mera partida presupuestaria y un remanso burocrático que no logra el avance que muchos de los funcionarios que han tenido bajo su dirección el INGUAT desearían; ello obedece a lo precario de sus asignaciones y a factores de una falsa concepción de lo que significa la autonomía municipal dentro del marco del interés nacional.

Es muy importante también señalar algo que para nosotros - constituyó un obstáculo en la realización del presente trabajo : la escasez bibliográfica y la falta de una organización que constituya una fuente compiladora del material básico para una eficiente estadística sobre turismo. En efecto, la información es aislada, incongruente e imposible de aprovechar como material informativo.

Otro tanto podría decirse de la ausencia de costos efectivos sobre los precarios proyectos a los que se les ha dado realidad.

Los aspectos que se señalan importan mucho, por cuanto son verdaderos indicadores, capaces de iluminar los derroteros a seguir en el desarrollo de los muchos proyectos cuya motivación está latente en nuestro país.

Antes de concluir esta breve introducción al trabajo de tesis que nos fuera discernido por las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guate

mala, deseamos dejar constancia de nuestro agradecimiento a la Honorable Corporación Municipal de Quezaltenango, al Instituto Guatemalteco de Turismo y a la señora Irma Luz Toledo de Ibarra, por la valiosa colaboración que nos prestaran y que contribuyó eficazmente, a darle cuerpo a estas ideas que nos han interesado siempre.

CAPITULO I

EL TURISMO; SU HISTORIA. BREVES CONCEPTOS. SU IMPORTANCIA DENTRO DEL CUADRO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS

A través de la historia los miembros de la sociedad han viajado por múltiples y variadas razones, pues es un fenómeno natural en la humanidad la incesante búsqueda de lo desconocido.

Mucho podría decirse de los viajes y las razones que los motivaron; desde los inicios de la civilización hasta nuestros días, pasando por las grandes cruzadas; los viajes de los Vikingos, - Marco Polo, las aventuras de Enrique el Navegante y el principio de la era de los grandes descubrimientos; la trascendental aventura de Cristóbal Colón; los traslados, las grandes migraciones de un lugar a otro del globo terrestre (ya en busca de mejores tierras o climas, ya por expulsión del conquistador, del más fuerte que se adueñaba de sus bienes), hasta la era del ferrocarril, el automóvil, la aviación y los viajes inter espaciales.

Ha sido el deseo del trato con sus semejantes y el propósito de palpar lo desconocido lo que como fenómeno natural en la vida del hombre, vino dando lugar a los viajes. Desde luego, el desplazamiento del hombre no ha sido necesariamente con un fin específico, utilitario o interesado; tanto se ha movilizado por necesidad como por descanso, placer, estudios, enfermedad, simple curiosidad, etc.

Fue este afán de relacionarse con otros pueblos, de aventura y de conquista en muchos casos, lo que posteriormente, con los avances de la civilización, dió origen a lo que actualmente conocemos como turismo.

Una consecuencia de la evolución social son los progresos alcanzados por la civilización en las distintas ramas de la actividad humana. Así como ha evolucionado la ciencia, la técnica, la agricultura, la industria, etc., se ha venido observando el impulso paralelo en otras actividades que si bien son importantes, anteriormente no merecían atención alguna.

El turismo, como fenómeno social y demográfico, data desde los tiempos del hombre prehistórico y ha venido manifestándose de diferentes maneras; así, una de las formas más antiguas de como se le conoció, fue el llamado "Turismo aventurero", representado por las personas que deciden recorrer pueblos o regiones sin rumbo fijo, sin más objetivo que el placer que les dep^{ar}aba la simple aventura de estar en contacto con lo desconocido, o la evasión de sus propios centros comunitarios tras la búsqueda de una conformidad espiritual. Otra forma de como se conoció fue el llamado "Turismo pedestre o excursionismo", consistente en pequeños grupos que viajaban debidamente equipados, o realizaban recorridos previamente trazados; posteriormente y ya utilizando el caballo como medio de transporte, se conocieron las "caravanas de turistas", especialmente en Palestina.

A medida que la civilización evoluciona, el progreso fue avanzando, introduciéndose innovaciones en el campo del transporte, las vías de comunicación y el alojamiento; así surgió la carabela y la diligencia que fueron substituídos por el vapor, el automóvil, el ferrocarril y el aeroplano; los caminos inⁱⁿaccesibles

bles fueron substituidos por cómodas carreteras y las privaciones del alojamiento se tradujeron en las comodidades de que se disfruta actualmente en modernos hoteles, moteles, pensiones, etc.

Como es de suponer, al principiar a conocerse lo que es la capacidad de atracción turística y la posibilidad de aprovechar los recursos disponibles, se descubrió que esto no basta por sí solo; que se requiere la presencia de factores complementarios, de normas y disposiciones para iniciar el fomento y desarrollo de la industria turística; se reconoció que las vías de comunicación, el transporte, el alojamiento, el ambiente, etc., juegan un papel importante y merecen una especial atención; se determinó que el turismo tiene una relación íntimamente ligada con los fenómenos sociales, económicos, culturales, deportivos, etc., y que en síntesis, con una acertada orientación, podrían derivarse beneficios de su explotación.

Desde luego, a medida que se va conociendo el turismo dentro de las distintas actividades de la sociedad, se plantea una complejidad de problemas, cuya solución amerita un estudio de los aspectos favorables y desfavorables; se llega a conocer que éste no es únicamente atracción; que también supone servicios y prestaciones que conllevan calidad y eficiencia y que se necesita de personal preparado para enfrentar las distintas actividades de un turismo organizado.

Si bien, el viajar surgió inicialmente como una consecuencia en el instinto de buscar un mejor porvenir, de dominación, por el comercio o la religión, posteriormente ha pasado a ser una actividad económico-social y cultural que origina un desplazamiento de las personas dentro y fuera de sus respectivos países.

No obstante haberse practicado el turismo antiguamente, -

ha surgido —como industria y como fuente de explotación dentro de la actividad económica— con gran impulso en los últimos años; ha aparecido en el siglo XX, ya como acontecimiento de hondas repercusiones en muchos sectores de la vida social de un país, al grado que actualmente su aceptación como factor de desarrollo se viene generalizando; son varios los países que han encajado a éste dentro de su política y programación económica con el objetivo de alcanzar un mayor grado de desarrollo.

Un ejemplo de lo dicho nos lo proporciona Europa, la cual está calificada como el mayor mercado turístico; baste decir que durante el año 1963 recibió el "73% del turismo mundial".- (1).

Lamentamos mucho no poder proporcionar cifras más próximas, por no haber podido contar con las fuentes informativas que el caso requiere.

Debe reconocerse que ha sido considerable el aporte de la evolución turística en el intercambio socio-económico y cultural de la humanidad a través de la historia. Baste mencionar algunas de sus diferentes manifestaciones: recreativas, artísticas, religiosas, culturales, etc.; manifestaciones éstas de influencia social, ya sean en el ámbito nacional, regional o mundial, lo que se traduce en un vínculo de acercamiento entre los pueblos y/o eliminación del aislamiento de algunas regiones.

A medida que mejoran las condiciones de desarrollo turístico, surgen los países que aprovechan las experiencias y que con

(1) Revista Conservadora del Pensamiento Centro Americano, Agosto de 1965. Pág. 11.

una acertada visión de lo que ello representa, canalizan para sí los beneficios derivados de los adelantos para impulsar su explotación.

De lo dicho se desprende que el fenómeno turístico no se ha manifestado siempre tal y como se le conoce actualmente; ha habido múltiples etapas que en su desarrollo se diferencian unas de otras.

Según el profesor W. Hunziker (1), la evolución del turismo ha comprendido tres etapas: De la "pre-historia", hasta 1854, o sea cuando los viajes se realizan por razones como necesidad, negocio, salud, etc. "La etapa media", comprendida de 1854 a 1936, o sea el surgimiento de la expansión turística en sus varias manifestaciones y la contemporánea, de 1936 en adelante; o sea "el turismo moderno" ya en forma organizada.

Si bien las dos primeras etapas tienen alguna importancia, no es sino en la última de éstas en que el turismo surge con caracteres empresariales y un futuro promisorio, toda vez que ha sido en los últimos años cuando esta actividad viene siendo objeto de atención por parte de los sectores público y privado, - mismos que han reaccionado favorablemente ante las perspectivas que ofrece el turismo.

A pesar del corto tiempo que dentro del cuadro de actividades económicas tiene el turismo, a partir de la última de las etapas mencionadas se ha venido difundiendo cada vez más; no obstante la inexistencia de una técnica que constituya su marco teórico; mucho de lo que de ello se conoce presenta una ins-

(1) Primera Asamblea Hispano-Luso Americano Filipina de Turismo. Madrid. 1966. Esquema I. Pág.7.

titución originada en la intuición o en la evaluación estadística; es decir, que no se tienen fundamentos teóricos que expliquen su esencia, accidentes, principios y diferentes manifestaciones; o sea la falta de una auténtica filosofía turística que conduzca a conocer su trascendencia e importancia. A pesar de esto, muchas estimaciones futuras han resultado superadas por aquellos países que vienen explotando racionalmente el turismo, lo cual ha dado lugar a la inquietud por parte de algunos gobiernos que vienen adoptando medidas que tienden a resolver los problemas planteados; medidas éstas que pueden ser distintas entre sí, según la calidad y condiciones del país; es decir, que sea receptor o emisor de turismo.

Indudablemente, los logros económicos altamente satisfactorios obtenidos en varios países, han despertado en los demás la preocupación por incorporar esta actividad dentro de sus renglones económicos, toda vez que viene interesando al sector público y privado hasta el punto en que, últimamente, han aumentado sus inversiones en esta industria, considerándola dentro de las variables determinantes de su desarrollo.

Hasta la fecha, a lo que se le ha venido dando más importancia, es al turismo internacional, de ahí que únicamente se disponga a manera de referencia, de algunos datos cuantitativos del desarrollo turístico en grandes regiones donde ha tenido mayor relevancia, desde luego, sin desestimar el papel que pueda jugar el turismo nacional y los beneficios que de éste deriven para la población.

Según informes de la Unión de Organismos Internacionales de Turismo, la corriente internacional alcanzó, durante los años 1962 - 1964, las siguientes cifras:

MOVIMIENTO TURISTICO MUNDIAL

Período 1962 - 1964

Años	Miles de personas	Variación Porcentual
1962	81,400	
1963	90,800	111.55%
1963	90,800	
1964	100,000	110.13%

FUENTE: Primera Asamblea Hispano-Luso Americano Filipina - de Turismo. Madrid, 1966. Esquema I. Pág.11

Según la misma fuente "El volumen de divisas puestas en circulación por esa masa de viajeros se elevó a 10,000 millones de dólares en 1964, habiéndose estimado en 9,000 millones y 7,980 millones de dólares la renta generada en los dos años anteriores".

A continuación pasamos a exponer las cifras porcentuales correspondientes al movimiento turístico mundial, analizadas - por continentes; y a corroborar la preeminencia europea que anunciáramos en párrafos anteriores.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL MOVIMIENTO TURISTICO. POR CONTINENTES

AÑO 1963

Europa	73.0%
América del Norte	18.0%
América del Sur	3.5%
Oriente medio	2.5%
Asia y Australia	2.0%
Africa	<u>1.0%</u>
Total	<u>100.0%</u>

FUENTE: Primera Asamblea Hispano-Luso Americano Filipina de Turismo. Madrid, 1966. Esquema I, pág. 11.

Como podrá observarse, Europa y América comprenden el 95% del turismo mundial, indicador del grado de desarrollo turístico en esas regiones.

Como quiera que consideramos de suma importancia el conocimiento de las cifras representativas del crecimiento medio alcanzado por la actividad turística en el año 1963, nos permiti-

timos insertar a continuación el siguiente cuadro:

RITMO DE CRECIMIENTO MEDIO INTER-ANUAL DEL TURISMO EN LOS GRANDES ESPACIOS

AÑO 1963

Oriente medio	30.0%
Africa	29.0%
Asia	17.0%
Europa	13.0%
América Latina	12.0%
América del Norte	3.0%

FUENTE: Primera Asamblea Hispano-Luso Americano Filipina de Turismo. Madrid, 1966. Esquema I. Pág.11.

Comparando los dos cuadros anteriores puede observarse que aquellas regiones que tienen una mayor participación porcentual en el turismo, registran una menor tasa de crecimiento, tal el caso de Europa, Oriente Medio, etc. Este resultado puede ser vistos de indicador en los alcances del turismo en los países menos desarrollados, toda vez que son éstos precisamente los que registran un mayor crecimiento.

También puede suponerse que aquellas regiones de alto poder receptivo y bajo crecimiento, hayan llegado a un nivel de inversiones y aprovechamiento de sus recursos turísticos que ya no necesitan aumentarlos para atender sus necesidades de receptividad.

En todo caso y cualquiera que sea la interpretación, tendremos que reconocer que aquellos países que anteriormente no veían en el turismo una fuente generadora de ingresos vienen adoptándolo ya con miras a fortalecer sus economías; una prueba de ello nos la da México, un país que entre unos pocos de América Latina viene explotando racionalmente la industria turística. En México nació el turismo como un movimiento posterior a la Revolución de 1910, o más exactamente, "el turismo empieza a surgir en el año 25. Con anterioridad a esta fecha es aventurado afirmar que existiesen siquiera barruntos de turismo" (1).

Es sorprendente el desarrollo y creciente aumento del turismo en México, que por el año 1929 contaba con un volumen receptivo de 14,000 personas y en el año 1963 alcanzó la cifra de 945,731 (2), registrando un incremento porcentual del 575.5 por ciento en 34 años.

Dada la importancia del crecimiento turístico en México, presentamos seguidamente el movimiento registrado en dicho país en el período comprendido de 1959 a 1963.

- (1) "El Turismo a la Vista de los Postulados Político-Doctrinales del Movimiento Revolucionario". Comisión Técnica de Turismo. México. Pág.6.
- (2) Oficina Estadística del Departamento de Turismo. México, y Estudio Regional del Turismo en Centro América. B.C. I.E.

TURISMO RECEPTIVO DE MEXICO
PERIODO 1959-1963

(Base : Año 1959)

Años	No. de turistas	Variación Porcentual
1959	682,126	100.0
1960	690,644	101.2
1961	717,299	105.2
1962	833,898	122.2
1963	945,731	138.6

FUENTE: Estudio Regional del Desarrollo del Turismo en Centro América. B.C.I.E.

Para el caso de Centro América, es curioso advertir - que también se ha venido observando un aumento en el turismo receptivo como lo demuestra el cuadro siguiente:

TURISMO RECEPTIVO EN CENTRO AMERICA
PERIODO 1959-1963

(Base: Año 1959)

Años	No. de Turistas	Variación Porcentual
1959	117,688	100.0
1960	123,438	104.9
1961	126,743	107.7
1962	134,536	114.3
1963	164,156	139.5

FUENTE: Institutos de Turismo y B.C.I.E.

Tal como puede observarse a través de las cifras correspondientes al quinquenio sujeto a comentario, tanto México como Centro América muestran una tendencia francamente creciente; sin embargo y por razones que antes hemos señalado, Centro América ha superado la tasa de crecimiento del turismo mexicano, como que, éste alcanzó el 138.6% en 1963, en tanto la ta sa para Centro América fue del 139.5%.

En lo que respecta al turismo receptivo de Guatemala, el volumen y su tasa de crecimiento pueden apreciarse a continuación:

TURISMO RECEPTIVO EN GUATEMALA
PERIODO 1965 - 1967

(Base : Año 1965)

Años	No. de turistas	Variación Porcentual
1965	153,453	100.0
1966	139,307	90.8
1967	171,631	111.9

FUENTE: Estadísticas de Turismo. INGUAT.

Como podrá observarse, se registró un decremento del 9.2% para el año 1966, esto se debió a que en el año base se realizó en Guatemala el Primer Campeonato Norte, Centro Americano y del Caribe de Foot Ball, evento que atrajo una fuerte cantidad de personas, especialmente de Centro América. No obstante ello, se produjo un aumento del 11.9% en el año 1967.

Lo anterior evidencia que el turismo proveniente del extranjero puede llegar a ser un renglón de apreciable rendimiento e importancia para el país; turismo éste que puede desplazarse a varias regiones de la República si se aprovecha la diversidad de climas, paisajes, tradiciones; la arquitectura colonial; la variedad folklórica, musical y hasta culinaria; en fin, si se aprovechan todos aquellos recursos que pueden ser básicos para el fortalecimiento de la industria turística en Guatemala.

CONCEPTOS DE TURISMO

Uno de los principales problemas en cuanto a definición de esta actividad, ha sido ponerse de acuerdo en qué es el turismo, qué y quién es un turista. Existen varias, unas con algún grado de amplitud, otras bastante restringidas.

Cualquier diccionario nos dice que turismo es "la afición a viajar por gusto de conocer países. Organización de los medios que facilitan estos viajes".

El Dr. Juan José Viola, considera al turismo como "todas aquellas manifestaciones económicas, sociales y políticas que surgen con motivo del traslado de personas de un lugar a otro de la tierra (1).

Por su parte, la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, nos da la siguiente definición:

"Se entiende por turista:

- a) El nacional y el extranjero residente que con fines de recreo, deporte, salud, estudio, vacaciones, religión, misiones y reuniones, se traslade de un lugar a otro de la República; y
- b) El extranjero que con los mismos fines ingrese al país"(2).

(1) Organización, contralor y contabilidad para hoteles. Dr.- Juan José Viola. Gráficas Alfonso Ruíz & Cía. México, - agosto de 1945. Pág.15

(2) Artículo 24. Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. Dto. Leg.1701.

Aunque podrían citarse otros conceptos, se considera como el más recomendable el que oficialmente se acepta por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre turismo y los viajes internacionales, realizada en Roma, Italia, en el año 1963, concepto ratificado por el IX Congreso Interamericano de Turismo, llevado a cabo en 1965, en Bogotá, Colombia, el cual refiere:

"Para los fines estadísticos el término "visitante" describe a cualquier persona que visita un país que no sea el de su residencia habitual, por cualquier razón que no sea la del desempeño de un trabajo remunerado dentro del país visitado".

"Esta definición incluye:

TURISTA: O sean visitantes temporales que permanecen un mínimo de veinticuatro horas en un país, cuyos propósitos de viaje pueden clasificarse así:

- a) Placer: Distracción, vacaciones, salud, estudios, religión y deportes;
- b) Negocios, familia, conferencias y reuniones.

EXCURSIONISTA: Es decir, visitantes temporales que permanecen menos de veinticuatro horas en el país que visitan (incluidos los viajeros que integran parte de una excursión).

Las estadísticas no deben incluir a los viajeros que no ingresan legalmente al país (personas que viajan por vía aérea y que no abandonan el área destinada a los pasajeros en tránsito del aeropuerto y otros casos similares".

Es evidente que de acuerdo con la definición que se adopte,

así será el grado de amplitud o restricción que se confronte para calificar al turismo; el problema indudablemente, radica en la definición de lo que se entiende por turista y no en los datos estadísticos de que se dispone.

Por ejemplo en Guatemala, hasta 1963, aún no se había adoptado la definición de las Naciones Unidas ni la contenida en el Artículo 24 de la Ley Orgánica del INGUAT y como consecuencia de ello todavía no se consideraban como turistas a los romeristas que visitan Esquipulas, Ciudad Pedro de Alvarado y Chiantla, no obstante las numerosas personas que asisten anualmente a dichos lugares tanto de Centro América, como de México.

Prueba de lo anterior es el hecho de que solamente el 16% del total de viajeros llegados al país en 1963, fue clasificado como turista; Guatemala reportó un total de 935 turistas provenientes de los otros cuatro países Centro Americanos para todo el año 1963; en tanto Costa Rica reportó más de 22,000.

Si bien la medición del turismo receptivo exterior tiene una definición bastante amplia, consideramos que para la clasificación del turista interno ésta vendría a abultar las cifras. Baste mencionar las cantidades de estudiantes que radican en ciudades diferentes a su lugar de origen, especialmente en períodos de actividad escolar. O sea que tendría que clasificarse como turista a los residentes temporales o de paso en los internados, - casas de pensionistas, etc.; esto independientemente de quienes se trasladan de un lugar a otro del país por diferentes motivos, cuyo número resultaría sumamente difícil de determinar por carecerse de los instrumentos de control estadístico que permitan su cuantificación.

IMPORTANCIA ECONOMICA DEL TURISMO

La industria turística es una actividad que tuvo su origen en la multiplicidad de viajeros; su desarrollo ha traído consigo el surgimiento de servicios complementarios, los cuales a través de su remuneración, constituyen un factor importante para la vida económica, especialmente en aquellos países receptores de turismo.

El turismo significa para un país receptor una fuente de ingresos, ya que residentes de otros países llegan a él y consumen parte de sus ahorros; son varios los países entre los que se encuentran casos de haber logrado sobrepasar con el turismo a muchas otras partidas de exportación y casos hasta de equilibrar y superar su balanza de pagos. México es un ejemplo, pues de acuerdo con la Balanza de Pagos publicada por el Fondo Monetario Internacional (Tomo XII) en 1959, figuraba a la cabeza de ocho naciones Latino Americanas con saldo favorable de U. S. \$ 612.2 millones, cifra correspondiente a ingresos netos por concepto de turismo.

Por otra parte, adviértese, que existen muchas actividades económicas colaterales que resultan beneficiadas directamente con el turismo, pero para que éste se desarrolle, deben darse ciertas condiciones mínimas, las que podrán servir de base para alcanzar posteriormente un incremento favorable en el turismo receptivo.

Es obvio que un aumento de la corriente turística viene a favorecer a las empresas de transportes (aéreos, terrestres y marítimos); también se benefician los hoteles, pensiones, moteles, etc.; restaurantes, almacenes y establecimientos proveedores de los visitantes, como también aquellos especializados en ar-

tículos que muestran el folklore local; asimismo se benefician centros de diversión, agencias de viajes, guías, etc.

Indirectamente pueden beneficiarse la artesanía, la industria y en general las empresas que proveen de lo necesario a quienes en una u otra forma se relacionan con el turismo. Todo esto sin desestimar los impuestos que en diferentes formas gravan al turista y que representan un ingreso para el erario nacional.

Posiblemente el turismo sea una de las pocas industrias que aportan un beneficio diversificado e inciden favorablemente en las distintas actividades del sistema económico como veremos:

a) Turismo y divisas.

Es un hecho cuya aceptación se ha generalizado, que el potencial económico de un país depende del grado de desarrollo de su economía interna y la importancia del comercio exterior; en nuestro caso, evidentemente estamos urgidos de aumentar el suministro de bienes y servicios a otros países con miras si no a curar, sí a fortalecer en parte o en todo el mal crónico que viene padeciendo la Balanza de Pagos.

El turismo internacional trae consigo un desplazamiento de renta proveniente de otros países, lo cual se traduce en adquisición de divisas; de ahí que su importancia puede apreciarse por la contribución que los gastos del turismo pueden aportar para suavizar el creciente déficit en la Balanza de Pagos.

A manera de referencia y por considerarlo de interés, se presentan a continuación dos cuadros que registran datos de Guatemala durante los últimos años sobre el gasto de los turistas na-

cionales en el exterior y el balance de pagos turísticos del país. -

GASTO DE LOS TURISTAS GUATEMALTECOS EN EL EXTERIOR

PERIODO 1963-1967

Años	No. de turistas	Egreso Miles Dls.	Gastos (per - cápita)
1963	66,964	11,000.9	164.28
1964	87,868	12,672.3	144.22
1965	153,453	16,522.8	107.67
1966	139,307	27,762.5	199.29
1967	171,631	9,917.9	57.79

FUENTE: Departamento de Estudios Económicos del Banco de Guatemala. Dirección General de Estadística y Estadísticas de Turismo del INGUAT.

BALANZA DE PAGOS TURISTICOS DE GUATEMALA
PERIODO : 1963-1968

(Cifras en miles de dólares)

Años	Producto por ingreso de turistas	Gasto por Tu- ristas guatem. al exterior	Saldo
1963	8,146.7	11,000.9	- 2,854.2
1964	9,269.0	12,672.3	- 3,403.3
1965	10,970.4	16,522.8	- 5,732.4
1966	9,864.2	27,762.5	-17,898.3
1967 (1)	11,694.3	9,917.9	1,776.4
1968 (2)	14,000.0	12,000.0	2,000.0

(1) Cifras preliminares.

(2) Estimaciones

FUENTE: Departamento de Estudios Económicos del Banco de -
Guatemala e Instituto Guatemalteco de Turismo.

Naturalmente, los beneficios del turismo internacional en cuanto a la Balanza de Pagos, sólo podrían derivarse de un saldo favorable. El caso particular de Guatemala, como podrá observarse, mejora hasta el año 1967, estimándose un aumento para 1968; los años anteriores demuestran que el sector turístico

estaba siendo utilizado y se prestaba a encubrir la fuga de capitales como veremos.

Anteriormente se asignaban en divisas, U.S. \$500.00 por persona mayor de edad, que viajara a Centro América; U. S. \$ 1,000.00 a México, U. S. \$1,500.00 a Estados Unidos y América del Sur y U.S. \$2,500.00 al resto del mundo correspondiendo un 50% de tales cantidades para los menores de edad.

Posteriormente y como medida tendiente a frenar la creciente fuga de capitales, se adoptó el sistema que rige actualmente, o sea el de asignar U.S. \$50.00 diarios para persona mayor y - U.S. \$25.00 a los menores que viajen a cualquier parte del mundo, con la diferencia que en la actualidad hay que situar un depósito en el Banco de Guatemala, equivalente al monto de divisas que se autorizan a los viajeros que salen del país.

b) Turismo e inversión.

El incremento del turismo nacional e internacional, crea una demanda adicional que incide favorablemente en el nivel de inversiones de un país; a medida que surgen las necesidades se hace indispensable la presencia de nuevas inversiones para satisfacerlas; además de las ya existentes, se invertirá en nuevas instalaciones, hoteles, centros nocturnos, etc. y en todo aquello que pueda enfrentar las necesidades derivadas del contingente de visitantes que llega.

Entre los turistas nacionales que visitan el exterior, existe un fuerte sector de comerciantes e industriales, quienes, al visitar otros países, aprovechan no sólo la distracción y el descanso; también conocen nuevas industrias que les despiertan la in-

quietud de invertir en su país.

c) Turismo y empleo.

Si el turismo estimula la inversión y fortalece muchas de las actividades con que se relaciona, es de esperarse que también constituya un aliciente para combatir el desempleo; la habilitación de centros turísticos y la incidencia del aumento turístico en las ramas del transporte, hostelera, del comercio, la artesanía, los espectáculos, etc., necesariamente crea condiciones favorables y constituye una fuente de ocupación que beneficia al país, de ahí que la industria turística también genere empleo con resultados positivos, pues ello implica oportunidad de trabajo para considerable número de personas y consecuentemente beneficio para la economía del país.

d) Turismo, comercio e industria.

Así como podrían derivarse beneficios de la industria turística para el transporte, los hoteles y otras actividades más, también se favorecen los sectores comercial e industrial.

El incremento en la demanda de bienes y servicios turísticos, conlleva un creciente aumento en los sectores comercial, industrial y agrícola, por lo que esta industria contribuye al fortalecimiento de estas tres importantes actividades.

e) Turismo e impuestos.

Evidentemente, es raro el precio de un bien que no contenga

ga una parte de impuestos en su valor, de ahí que cualquier gasto originado en el turismo (nacional e internacional), constituye en parte, un ingreso que viene a fortalecer el erario nacional.

De todo lo anterior se desprende que el movimiento turístico de un país incide favorablemente en su economía, pues el turista no realiza gastos únicamente de alojamiento, transporte y otros servicios; su permanencia en el lugar que visita constituye un aumento en la demanda efectiva que se traduce en incentivos que tienden a incrementar la producción de bienes y servicios del país.

CAPITULO II

LA INDUSTRIA TURISTICA, CATALOGACION E IMPORTANCIA DENTRO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Dada la importancia que se viene otorgando a la industria turística, no puede considerarse como una actividad aislada. Esta toma forma mediante agregados de diversas partes ordenadas entre sí que como un todo, determinan tal industria.

De acuerdo con la "Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas" adoptada por las Naciones Unidas, no se encuentra definida la división en que podría situarse el turismo como actividad industrial, a excepción de que la podamos incluir dentro de la División 9, "Actividades no bien Especificadas". Sin embargo, el turismo como se dijo, tiene relación con muy raras excepciones, con casi todas las divisiones de la "CIIU", especialmente con las siguientes:

Divisiones 2 y 3:	Industrias Manufactureras;
División 4:	Construcción
División 5:	Electricidad, gas y servicios sanitarios;
División 6:	Comercio (incluyendo banca)
División 7:	Transporte, almacenaje y comunicaciones, especialmente la agrupación 718, que incluye las agencias de turismo.

De lo anterior se desprende que si bien la industria turística no se sitúa como una empresa en particular, está íntimamente ligada con muchas de las demás actividades según la clasificación internacional uniforme; o sea que al lado del fenómeno turístico, existe una serie de actividades que ya de una manera u otra; directa o indirectamente, inciden en éste; sea a través de los distintos servicios (hoteles, transportes, etc.) u otras empresas.

Este tipo de relación ha dado origen a una serie de empresas por un lado, y al ensanchamiento de las ya existentes por el otro, o sea que ha promovido una diversidad de servicios turísticos que intervienen de distinta manera en la preparación y realización de los viajes; es más, el impacto de la explotación racional del turismo puede ser beneficioso hasta en el exterior, pues el turista internacional en sí, no constituye únicamente un mercado de consumo interno, también puede convertirse en un propagandista en el extranjero de aquellos bienes adquiridos en el país; hecho que indudablemente, se traduce en un estímulo para la producción nacional, particularmente la artesanía.

La importancia empresarial dentro de la actividad del turismo para un país receptor, descansa en las maneras o formas en que sea aprovechado el patrimonio de recursos turísticos, sea éste del orden natural, cultural o social; toda vez que del racional aprovechamiento de estos recursos depende en gran parte el incentivo que motive el viaje de los turistas que llegan y la divulgación en el exterior de los recursos turísticos que el país ofrece al visitante.

De las áreas atractivas y accesibles de un país surgen los primeros centros turísticos los cuales, con base en experiencias de

otros países, dan paso a la iniciación de la empresa y su crecimiento que, mediante una orientada promoción, pueda asegurar el éxito deseado.

En Guatemala, la importancia que actualmente se atribuye al turismo dentro de la actividad empresarial, está contemplada en la "Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo", Decreto Legislativo Número 1701, la que además de asignarle importancia dentro del desarrollo del país, contempla varios incentivos que tienden al fomento de la actividad hostelera (Capítulo VII, Arts. 30/36) como servicio determinante en el incremento del turismo.

ELEMENTOS BASICOS QUE DEBEN CONSIDERARSE EN LA EXPLOTACION DEL TURISMO Y FACTORES CONDICIONANTES

Indudablemente, cualquier actividad contiene elementos básicos y factores condicionantes que deberán ser tomados en cuenta, o sean las limitaciones y condiciones determinantes. La industria turística no es una excepción pues hay factores que podrían ejercer en ella una acción limitativa que le afectaría directa o indirectamente, especialmente en países receptivos, aunque no pueden excluirse los emisores de turismo.

A pesar que el turismo ha surgido en algunos países como un fenómeno espontáneo, a medida que ha venido cobrando relevancia y se han conocido los beneficios que puede derivar, tanto a nivel nacional como internacional, ha motivado la adopción de medidas tendientes a encontrar su tecnificación.

Es natural que cualquier país o región que pretenda aprovechar al máximo sus recursos turísticos, tiene que realizar una serie de análisis sobre todos aquellos factores condicionantes y elementos básicos que puedan colocarlo en una situación ventajosa como receptor de turismo con respecto a otros países, con el propósito de atraer el mayor número de visitantes posibles, especialmente del exterior.

En el caso particular de Guatemala que busca iniciarse de manera ordenada en la explotación del turismo, se plantea la situación favorable de poder aprovechar experiencias de otros países; o sea que no habrán de superarse los obstáculos que a los otros se le han presentado en su desarrollo; se trata pues de utilizar aquellas técnicas y adaptar a nuestras necesidades las enseñanzas que se consideren útiles y aplicables a nuestro medio.

Para una mejor comprensión de lo que tratamos de contemplar, citaremos algunos elementos que consideramos condicionantes:

a) Patrimonio Turístico.

Integra el "inventario de recursos turísticos", el conjunto de recursos naturales, museos, monumentos, etc., o sea de atracciones y diversidad de elementos que en una u otra forma contribuyen al esparcimiento, descanso, recuperación de la salud; o a realizar una función relacionada con la motivación de los viajes ya sea individual o colectivamente (familias, excursionistas en grupo, etc.), en zonas urbanas o rurales; lacustres, fluvialbes y litorales marítimos.

Un aspecto importante es la determinación de un inventario de los recursos turísticos disponibles y posibilidad de que, paralelamente, surjan las actividades complementarias que directa o indirectamente se relacionan con el turismo. Todo país interesado en promover la industria turística deberá, necesariamente, principiar por adoptar medidas tendientes a localizar todos aquellos recursos naturales, sociales y culturales, etc. que motiven el viaje de los visitantes; dichos recursos se deberán analizar, clasificar, ponderar y seleccionar en orden jerárquico, de acuerdo con el grado de atracción y aprovechamiento para ser ofrecidos al turista. La localización de estos recursos, desde luego, deberá hacerse acompañar de todas aquellas disposiciones tendientes a la conservación de tales lugares y a la restauración y embellecimiento de los que puedan ser habilitados a corto plazo o de acuerdo con la demanda turística que se deba enfrentar, especialmente en el caso del proveniente del exterior.

En cuanto al fomento del turismo interno, baste saber que determinados lugares históricos y otros han sufrido por fenómenos fortuitos o simplemente por el tiempo, alteraciones de orden natural, sin que muchos nacionales hayan conocido su significado o relación con el pasado histórico. Ruinas, monumentos, etc. - que de ser bien aprovechados, constituirían una atracción que fortalecería especialmente al turismo interno.

Es importante la determinación del conjunto de valores turísticos con que se cuenta y lo que es más, tenerlos en condiciones de ser aprovechados en el momento preciso, para canalizarlos hacia la atracción del visitante que se quiere conquistar, incitándolo a prolongar su estadía.

b) Ambiente.

El ambiente puede definirse como la serie de "circunstancias que rodean la situación de las personas o cosas"(1); es determinante para fomentar la receptividad del turismo; de ahí que como parte del ambiente, haya una serie de factores que entre otros, citaremos los siguientes:

Factor Político:

Para un país, tanto emisor como receptor de turismo, es importante la estabilidad política, ya que de ella depende en gran parte la libre movilidad de sus residentes y visitantes.

Es obvio lo negativo que resulta para un país receptor la presencia continua de golpes de Estado o regímenes que actúan al margen de la constitucionalidad; o en donde los cuerpos encargados de velar por la seguridad de las personas llegan a constituir una amenaza no sólo para los nacionales sino también para los extranjeros.

Las continuas restricciones a las garantías constitucionales se traducen en desaliento para los turistas quienes, si bien por ignorar muchas veces la situación imperante visitan un país, al enterarse de la inseguridad que rodea el ambiente, reducen al mínimo su permanencia.

Otra consecuencia de la inestabilidad política, radica en

(1) Definición de "Ambiente". Diccionario de la Lengua Española "Aristos".

que algunos sectores que piensan en función de la economía personal y no del país, creen amenazados sus intereses y optan por invertir o depositar sus capitales en el exterior, con el consiguiente perjuicio de la descapitalización nacional.

Factor Cultural:

El simple hecho de viajar fuera del país en que se reside, brinda la oportunidad de ponerse en contacto con elementos culturales, tales como museos, teatros, actividades de distinto tipo, etc. que en una y otra forma representan una corriente de alcances que pueden contribuir aunque en forma relativa, a la formación cultural del viajero.

Baste reconocer que aspectos históricos de muchos países están llenos de contradicciones y falsificaciones a los ojos de extranjeros, quienes al visitar el país, cualquiera que éste sea, quedan aclarados mediante el contacto con los elementos conocidos únicamente por referencia personal o bibliográfica.

La existencia de círculos educativos y culturales son de particular importancia para muchos países, especialmente receptores de turismo; de ellos puede depender en algunos casos, la prolongación o reducción de la permanencia en el país por parte de los visitantes.

Factor económico.

Como apuntamos en páginas anteriores, las incidencias positivas o negativas del turismo, están íntimamente ligadas con la economía del país, especialmente en aquellos casos en que se

quiere fomentar la llegada de visitantes extranjeros con miras al fortalecimiento de la Balanza de Pagos.

En cuanto al turismo interno, como se sabe, el gasto turístico y la cuantía de la Renta Nacional de un país, guarda una absoluta correlación; o sea que el factor renta se convierte en un determinante del turismo.

Lo anterior, en el caso de Guatemala, podría ser limitante, toda vez que son pocos los casos en que se cuente con un nivel de renta aceptable entre los distintos sectores de la población.

c) Factores Estructurales.

Vías de Comunicación.

Es de hacer notar que las dificultades de acceso hacia determinado lugar por cualesquiera de las vías conocidas (aérea, fluvial, terrestre), son factores que pueden ser limitantes o constituir un estímulo en el desarrollo de la industria turística; aunque se cuente con un considerable patrimonio de recursos naturales y con la presencia de todos los demás elementos complementarios, no podrá pensarse en la explotación racional del turismo sin antes contar con las vías de acceso como condición necesaria.

Transporte.

Los medios de transporte, conjuntamente con las vías de comunicación accesibles, constituyen la piedra angular del turismo. Es difícil concebir un plan de turismo sin condiciones ade-

cuadas de transporte; independientemente de que el actual turismo de masas es en parte, una consecuencia directa del elevado índice de motorización privada.

Debe considerarse que, según sea el turismo que origina la demanda, así serán las condiciones por satisfacer de parte de los transportistas tratando de atender las solicitudes hacia lugares - pintorescos; recorridos urbanísticos, o al traslado de y para su lugar de origen. En este último caso el más utilizado es el transporte aéreo, el cual reduce en forma extraordinaria el tiempo de viaje; especialmente en el turismo proveniente del exterior.

Hoteles y Servicios Similares.

La oferta turística de un país, está constituida por toda la gama de servicios que dan cuerpo a esta industria; dentro de ella están los hoteles, alojamientos, moteles, etc.

Es de suponer que cuando se pretende promover el turismo - para viajeros nacionales o extranjeros de distintos niveles económicos, deberá contarse con la existencia de servicios de alojamiento de varias categorías para satisfacer la demanda según las posibilidades económicas de cada viajero.

Promoción Turística.

Como en todos los bienes susceptibles de ofrecerse, en el turismo rigen las mismas reglas para incrementar el mercado de este servicio, de ahí que la promoción turística sea requisito indispensable en el desarrollo de esta industria. De los distintos programas que se pongan en marcha dependerá, en gran parte, la

afluencia de visitantes del exterior y el interés de los nacionales por conocer las bellezas naturales del país.

Política Monetaria y Precios.

La estabilidad monetaria puede ser un factor importante dentro de las actividades turísticas; según sean las disposiciones que rigen en un país, así serán las facilidades que confronte el visitante, especialmente el extranjero, el que normalmente se comporta celosamente frente a normas legales que dificulten la libre convertibilidad de su dinero.

En cuanto al nivel de precios, si bien tiene importancia especialmente en el turismo interior, no es decisivo en el desarrollo de la industria turística; no obstante, es conveniente que el país adopte las medidas necesarias tendientes a evitar cobros excesivos lo cual incide como un desaliento en el turismo. La oferta de servicios y bienes producidos en el país a precios inmoderados conduce necesariamente, a una reducción en los ingresos que derivan de esta importante actividad.

A efecto de poner en marcha un control de precios en Guatemala, el INGUAT cuenta con el instrumento legal; basta con que se tenga el propósito e intención de hacerlo en beneficio del turismo nacional y con miras a estimular el extranjero. Para lograr tal objetivo, es suficiente con hacer cumplir el inciso O del Artículo 4, Capítulo II de la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, Decreto Legislativo No. 1701 que dice:

"O). Autorizar, de acuerdo con la clasificación por categorías, previamente establecida por el INGUAT, las tarifas má-

ximas de los hoteles, moteles, pensiones, autobuses y taxis dedicados al turismo, y controlar la observancia de los mismos. La clasificación podrá ser revisada, a solicitud de parte, tomándose en cuenta todas las circunstancias en cada caso".

Otros Servicios.

Además de los enunciados, existen otros servicios complementarios, tales como teléfonos, correos y telecomunicaciones. Asimismo están los servicios aduanales, los de guías, etc. que son auxiliares necesarios en cualquier programa de desarrollo turístico; esto, independientemente de los restaurantes, la existencia de círculos recreativos, centros nocturnos y otras diversiones que en una u otra forma vienen a instrumentar la oferta turística.

d) Aspectos Míticos de Regiones Aborígenes.

El costumbrismo y los ritos paganos que se practican en determinadas regiones del país, constituyen una fuente de atracción turística que puede fortalecer mucho la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros. Para nuestro caso este tipo de prácticas tradicionales y míticas, se observa especialmente, en el altiplano de la República; cuestión que lo sitúa ventajosamente sobre otras zonas del territorio nacional.

e) Salud del Turista y Salubridad de los Centros Turísticos.

El incremento del turismo en un país, pone de relieve la necesidad de adoptar una serie de medidas tendientes a proteger la

salud del viajero; por lo tanto, es natural suponer que las autoridades encargadas de aplicar tales medidas, deberán considerar de algún modo la manera de eliminar los riesgos en las zonas frecuentadas por los turistas. El fomento y expansión de programas sanitarios será una medida tendiente a proteger tanto a los residentes del país, como a sus visitantes. De acuerdo con esta última aseveración es preciso también la severa exigencia de los documentos oficiales que garanticen las buenas condiciones de salud del turista que ingresa al país.

CAPITULO III

PROBLEMAS QUE CONFRONTA EL TURISTA EN GUATEMALA

Dentro de los muchos aspectos que son determinantes en el fomento de la actividad turística, merecen especial mención los trámites de carácter legal que el turista tiene que cubrir tanto en su país de origen, como en el que visita.

Por su misma naturaleza, corresponde a funcionarios de Guatemala en el exterior, establecer el primer contacto con aquellas personas que desean viajar al país; es aquí donde se inicia el proceso de trámites y es aquí precisamente donde debe principiar el esfuerzo por atender al viajero, brindándole la orientación necesaria y las mayores facilidades para su comodidad. Una vez legalizado el ingreso al país, se viaja por la vía elegida, para lo cual deberán cubrirse previamente ciertos requisitos y así legalizar su libre tránsito en el territorio.

Recuérdese que las primeras impresiones del turista dependen de la atención de que sea objeto, desde que éste solicita su ingreso hasta que transponga las fronteras del país que visita.

Guatemala es uno de los países en donde más obstáculos confronta el turista; especialmente el extranjero, lo cual se traduce, indefectiblemente, en molestias que deben y necesitan ser superadas con miras al fomento de esta actividad. Con el propósito de ilustrar lo expuesto, citaremos algunos de los muchos factores que constituyen un obstáculo para el turista que nos llega del exterior.

ASUNTOS CONSULARES

El requisito inicial que debe llenar todo turista extranjero, consiste en la obtención de visa; para nuestro caso se plantea la dificultad de ciertas limitaciones, toda vez que los Cónsules Ad-honorem no tienen la facultad legal sino para extender visas de tránsito directo (48 horas) y tránsito ordinario (15 días); teniendo como condición previa que, para que ésta se otorgue, debe el turista contar con la visa del país a donde se dirige.

Lo anterior, como podrá observarse, constituye un obstáculo para el visitante, toda vez que para poder obtener una visa de turista y permanecer en el país libremente los días que sean permitidos legalmente, tiene que recurrir a un Cónsul de carrera; caso contrario, sólo podrá obtener visa de tránsito directo u ordinario, ya que como se indicara, el Cónsul Ad-honorem de Guatemala en el exterior, no está facultado para extender visas de turismo, permanencia temporal, indefinida, etc., salvo previa autorización del Ministerio de Gobernación o Dirección General de Migración en cada caso. Cualquiera que sea la razón por la que aun conserva vigencia esta disposición, en nada favorece a la actividad turística, ya que de hecho, la limitación anterior, constituye una incomodidad para el visitante. Esta limitación resulta contradictoria, pues si bien el Cónsul Ad-honorem puede expedir visa "en tránsito" hasta por 15 días, no hay razón para que no pueda hacerlo por un período mayor, siempre que enmarque sus actos dentro de los límites legales.

Otro fenómeno negativo que se cieme sobre la actividad turística, es una disposición aún vigente; se trata de la circular 166, girada por el Departamento de Migración a través de la Dirección General de Asuntos Consulares con fecha 15 de Noviembre de 1963, a todos los Consulados de Guatemala en el exte-

rior, referente a la prohibición de extender visa de ingreso a todas aquellas personas que hubieren visitado cualquier país socialista. Quien confronte tal situación y quiera viajar a Guatemala, está sujeto a que se consulte su caso al Departamento de Migración, debiendo aportar para el caso, la siguiente información personal: 1). motivo del viaje; 2). tiempo que desea permanecer en el país; 3). nombre de aquellas personas residentes en Guatemala que puedan dar referencias sobre su filiación política. De no poder cubrir el requisito anterior, se exige al solicitante la presentación de una carta extendida por el Consulado del país donde se origina la solicitud; tal documento deberá contener la información requerida anteriormente; dicho de otra manera, se le exige al solicitante una carta consular con carácter de constancia de que "no es comunista", disposición bastante ingenua por cuanto un Cónsul no puede proceder en tal sentido en todos los casos, si se piensa que la mayoría de aquellas personas que demanden visa, no son conocidos suyos.

Dada la concepción y características del fenómeno turístico es obvio que la práctica de esta actividad y sus consiguientes derivaciones, debe realizarse al margen de toda discriminación, ya sea por raza, color, sexo, religión, o ideología política; de allí que la disposición anterior resulte no sólo impropia sino también anacrónica y perjudicial, además de situarnos a los ojos del extranjero como un país atrasado y estático. No se concibe que el solo hecho de haber viajado a un país socialista, constituya una prohibición de poder visitar cualquier otro país para el turista que así lo desee.

Generalmente el turista que decide realizar un viaje, lo hace por razones ya analizadas en capítulos anteriores; visitan el país que ofrezca atractivos y comodidades, sea éste socialista o no; corrobora lo dicho la circunstancia de que, turistas Norteamericanos, Ingleses, Franceses, Canadienses, etc., viajan

constantemente en vña de paseo tanto a países de Europa Oriental como Occidental. En los rotativos de EE. UU. es común observar los anuncios de empresas turísticas sobre excursiones que incluyen visitas a Moscú, Pekín, Checoslovaquia, Polonia, etc., y otros países del área socialista, sin confrontar cortapisa alguna y sin que por ello las personas que participen en tales excursiones, les sea vedado posteriormente dirigirse a otro país (exceptuando Guatemala) en vña de paseo cuando así lo desee.

Además de los citados, existen otros aspectos consulares - que en una u otra forma inciden desfavorablemente en la actividad turística del país; tal el caso de la disposición discriminatoria de que unicamente a las personas procedentes de EE. UU. y Canadá les sean extendidas tarjetas de turismo, no así a los de nacionalidad diferente - siempre que provengan de países con los que Guatemala sostiene relaciones diplomáticas o comerciales-, a quienes sólo en el pasaporte puede otorgarse la visa.

Lo anterior, constituye una limitación más para el cuerpo consular, aparte de la derivada de la circular 166 ya mencionada; limitaciones que se agudizan si vemos que del total de Cónsules acreditados en el exterior (187), unicamente el 11.0% son de carrera, no así el 89.0% restantes que son Ad-honorem.

ASPECTOS DE MIGRACION FRONTERIZA

Independientemente de la corriente turística que pueda llegar por vña aérea y marítima, es indudable que la primera impresión se tiene en la frontera del país hacia el que se dirige. Por doloroso que ésto sea, debemos reconocer que sobre el particular, Guatemala deja mucho que desear; para citar sólo un ejemplo, baste comparar los edificios fronterizos en El Carmen, don-

de el turista que nos llega puede apreciar objetivamente la dramática diferencia en las estructuras oficiales al servicio del turismo.

Puede suponerse que comparar México con Guatemala, en este sentido, resulte desproporcional dada la magnitud y desarrollo del turismo como la misma dimensión del vecino país, cosa que aunque sería aceptable, no por ello exime al nuestro del descuido de tales fronteras y de la diametral diferencia existente entre los edificios de uno y otro, fenómeno que indudablemente incide de manera directa en la primera impresión del visitante que en muchos casos es determinante.

Es natural que no sólo de edificios adecuados necesiten las instalaciones donde se localizan las oficinas de migración en las fronteras, también la atención que se brinde al visitante constituye un factor de importancia; de ahí que tanto el nivel educativo como la presentación del personal en las oficinas de migración deba ser objeto de atención especial; además se deben organizar los servicios de tal manera que faciliten los trámites a que está sujeto el turista que ingresa al país. Preferentemente uno o dos miembros de este personal deberá cuando menos hablar otro idioma, lo cual resolvería en gran parte, muchos de los problemas que se confrontan por la falta de un traductor.

Sobre el particular en Guatemala constituye una molestia para el turista el cierre de las oficinas en determinadas horas del día, y la falta de un interprete; ello podría ser eliminado mediante una mejor organización en los turnos de tales dependencias; con tal medida se eliminaría la tediosa espera a que se somete al visitante y contribuiría a facilitar en gran parte su ingreso al país.

Un paso importante en cualquier deficiencia que se preten-

da eliminar, se lograría a través de una preparación intensiva de los elementos a quienes se les asignen tales cargos, los cuales deben ser otorgados a personas que tengan conocimientos sobre relaciones humanas y demuestren contar con la capacidad necesaria que el cargo requiere.

TRAMITES Y COBROS DE INSPECCION Y REGISTRO DE ADUANAS

El aeropuerto "La Aurora", situado en la ciudad capital, constituye el único sitio de embarque y desembarque para el turismo que sale y llega al país por la vía aérea, el cual cuenta con los servicios de inspección y registro como de sanidad para atender la corriente turística y a los viajeros en general. Para nuestro caso, tomamos la situación de las aduanas fronterizas en el Carmen y Ciudad Tecún Umán, no sólo por ser éstas las que más ingreso de turistas hacia Guatemala registran por la vía terrestre, sino porque son las que más próximas se encuentran de Quezaltenango y porque en las demás aduanas únicamente cobran los servicios extraordinarios establecidos por los acuerdos y decretos respectivos.

Por medio de Decreto Legislativo 184 del 5 de noviembre de 1945 fueron instituidos varios cobros en las referidas fronteras. El 15 de abril de 1947, mediante Decreto Legislativo 363, se modificó tal disposición, rigiendo desde entonces la tarifa actual de cobros a personas y vehículos que cruzan los puentes que dividen México y Guatemala, ya sea en su ingreso o salida del país, dicho cobro se realiza conforme al detalle siguiente:

Por persona mayor de 5 años	Q.0.20
Por automóvil	2.40

Jeep	Q. 1.40
Pick-up	2.40
Bus	8.80

En cuanto a los cobros por concepto de servicio prestado en horas extraordinarias, éstos fueron autorizados por Acuerdo Gubernativo del 4 de Junio de 1956 para la aduana de Tecún Umán (antes Ayutla) y el 30 de Mayo de 1957 para El Carmen; dichos cobros son exactamente los mismos para ambas aduanas, así:

Por registro de equipaje no afecto o exonerado en el pago de derechos aduanales, por persona, mayor de siete años Q. 0.50; por registro de equipaje afecto al pago de derechos o en que haya necesidad de extender declaración en formularios - No. 57-A-V, por persona mayor de siete años: Q. 2.00 y por registro y marchamo de vehículos que ingresen o salgan del país: Q. 2.50. Los mismos acuerdos autorizan un cobro de Q. 0.50 por persona en concepto de pago extraordinario por servicio en horas inhábiles en las aduanas fronterizas.

Un problema que se confronta en la aplicación de las disposiciones anteriormente citadas, es que algunos de tales cobros resultan alterados, especialmente en el extraordinario por persona que estando autorizado el de Q. 0.50, llega a ser hasta de Q. 2.00. Es de advertir que de acuerdo con el Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centro Americano (CAUCA) el viajero no se encuentra sujeto a cobro alguno en concepto de pago por revisión de equipaje; en cuanto a los otros como pontaje, los consideramos un tanto elevados. Una rebaja en tales cobros representaría un incentivo para la formación de la actividad turística.

Un obstáculo cuya eliminación es urgente, es la falta de a

tención y esperas innecesarias a que se sujeta al turista en muchos casos.

La buena atención y facilidades que se brindan al visitante, constituirían un estímulo que con facilidad se transmite por parte de quienes han llegado en calidad de turistas a nuestro país por cualquier vía, con el consiguiente resultado favorable.

OTRAS OBSERVACIONES

Sería prolijo enumerar los aspectos que dentro de la legislación vigente, constituyen un obstáculo para el desarrollo de la actividad turística en nuestro país; baste señalar que algunas leyes datan de varias décadas atrás y aún se encuentran vigentes. El Decreto 1781, "Ley de Extranjería", por ejemplo, está en vigor desde el 15 de febrero de 1936; el Decreto 2039, "Ley de Pasaportes", rige desde el 1º. de enero de 1938 y el Reglamento de Migración vigente, fue emitido en agosto de 1947.

Finalmente vale la pena considerar que tan importante es la conducta que deben observar los funcionarios y empleados de migración y aduanas en las fronteras, como también la de todos aquellos sectores públicos o privados que en una u otra forma tienen que brindar sus servicios y atenciones a los turistas venidos del exterior; extremos éstos considerados en el artículo 25 de la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo que dice:

"Artículo 25. Todo turista gozará de la protección y prerrogativas de esta ley, sin distinción de raza, sexo, nacionalidad o religión; de consiguiente, las autoridades civiles y militares están obligadas a prestarle atención y auxilio cuando el caso lo requiera".

CAPITULO IV

RECURSOS TURISTICOS DE QUEZALTENANGO Y LA REGION NOR-OCCIDENTAL DEL PAIS

El altiplano nor-occidental de la República lo constituyen siete departamentos: Chimaltenango, Sololá, Totonicapán, San Marcos, Huehuetenango, Quiché y Quezaltenango. Su población es de 1,547,140 habitantes, con una extensión superficial de 25,621 kilómetros cuadrados y una densidad de 60 habitantes por kilómetro cuadrado; la mayor parte de su población económicamente activa se dedica, en su orden, a la agricultura, la ganadería y el comercio; independientemente de algunas industrias que se localizan en sus cabeceras, particularmente en Quezaltenango. Para una mayor ilustración, detallaremos algunos aspectos de los más importantes de cada departamento.

CHIMALTENANGO

Departamento del altiplano nor-occidental que colinda al Norte, con los departamentos de Quiché y Baja Verapaz; al Este, con Guatemala y Sacatepéquez; al Sur, con Escuintla y Suchitepéquez y al Oeste, con Sololá. Cuenta con una extensión superficial de 1,979 kilómetros cuadrados distribuidos en 16 municipios; una población de 161,760 habitantes y con una densidad de 82 habitantes por kilómetro cuadrado. Del total de su población 61,380 (38%) pertenecen al área urbana y 100,380 -

(62.0%) a la rural; 81,300 corresponden al sexo masculino y - 80,460 al femenino; predomina la raza indígena, siendo ésta - de 123,060 (76.0%) y 38,700 (24.0%) los no indígenas; la lengua predominante es el cakchiquel.

El municipio de Chimaltenango, que es la cabecera del departamento, se encuentra a 1,800.17 metros de altura sobre el nivel del mar, con una latitud norte de 14°-39'-20" y una longitud oeste de 90°-49'-20".

Aunque la cabecera goza de un clima templado; como una consecuencia de sus altitudes y topografía variada, su clima es diverso en los distintos municipios del departamento.

La población económicamente activa se dedica más a la agricultura, cultivando, entre otros productos, café, frijol, trigo, maíz, caña de azúcar, etc.; dedicándose, asimismo, al ganado vacuno, lanar, caballar, etc. Existen algunas industrias en la cabecera, especialmente de hilados; aserraderos, fábricas de derivados del barro para la construcción, como también telas primitivos que producen telas típicas.

El municipio de Chimaltenango se encuentra a una distancia de 54 kilómetros de la capital y a 146 kilómetros de Quezaltenango, en carretera totalmente asfaltada. El centro turístico más conocido del lugar, se denomina "Los Aposentos", balneario situado a escasos kilómetros de la cabecera departamental, y que, recientemente ha sido embellecido, cuestión que ha aumentado sensiblemente el flujo turístico.

Debido a su proximidad a la ciudad capital y a la circunstancia que la cabecera es paso obligado para el tránsito que se mueve hacia Quezaltenango, Huehuetenango, El Quiché, Totou

nicapán, frontera con México, etc., puede ser aprovechado el mencionado centro para su explotación turística, ya acondicionando sus instalaciones más adecuadamente, ya con otros arreglos que se consideren pertinentes; esto permitirá, además, aprovechar la producción artesanal. Un complemento lo constituye la red de carreteras que une la cabecera con sus municipios y otros departamentos sureños.

SOLOLA

Departamento que colinda al Norte, con Totonicapán y el Quiché; al Este, con Chimaltenango; al Sur, con Suchitepéquez; y al Oeste, con Quezaltenango y Suchitepéquez. Su extensión superficial es de 1,061 kilómetros cuadrados, distribuidos en 19 municipios; su población es de 108,500 habitantes, con una densidad de 102 habitantes por kilómetro cuadrado. De su población total 54,900 son del sexo masculino y 53,600 del femenino, distribuidos en 8,000 (7.4%) no indígena y 100,500 (92.6%) indígena; localizándose 61,380 (38.0%) en el área urbana y 71,460 (65.9%) en el área rural.

El municipio de Sololá, cabecera del departamento se encuentra a 2,113.50 metros de altura sobre el nivel del mar; con una latitud norte de 14°-46'-26" y longitud oeste de 91°-11'-15". Dista 117 kilómetros de la ciudad capital y 90 de Quezaltenango en carretera asfaltada.

La cabecera departamental se encuentra a 15 kilómetros del paso de la Carretera Interamericana (Ruta Nacional 1) que de la capital conduce a la frontera con México, vía Huehuetenango, además de las rutas nacionales 11 y 15 y las departamentales que la unen con sus municipios.

Su población económicamente activa se dedica más a la agricultura; entre otros productos se cultiva: el trigo, maíz, frijol, verduras, etc. y a la artesanía; además cuenta con algunos molinos productores de harina de trigo.

El departamento de Sololá cuenta con una variedad de recursos turísticos cuya racional explotación, indudablemente resultaría de positivo beneficio para la economía del país, particularmente para el departamento. Cuenta con el Lago de "Atitlán", considerado como una de las bellezas naturales más grandes del mundo. Las costumbres y prácticas ancestrales que aún se observan en los municipios que rodean el lago; la producción típico-artesanal y la variedad de paisajes naturales, constituyen el mejor patrimonio, el cual podría convertirse en una fuente de inapreciable valor turístico.

Para el efecto, el Instituto Guatemalteco de Turismo cuenta con proyectos ambiciosos que de llevarse a cabo, indudablemente constituirán un factor de importancia como parte de un plan de desarrollo turístico a nivel nacional. Baste mencionar el Turicentro "Panajachel" y la carretera de circunvalación del Lago de Atitlán proyectados por el INGUAT; con la realización de estas obras, se habrá dado un gran paso en el desarrollo turístico regional, ya que actualmente un elevado porcentaje del turismo que se desplaza hacia este departamento, únicamente visita Panajachel, desplazamiento que podría prolongarse hacia aquellos municipios que van ofreciendo algunos de sus atractivos y comodidades que demanda el turista nacional y extranjero.

TOTONICAPAN

Departamento que colinda al Norte, con Huehuetenango; -

al Este, con el Quiché; al Sur, con Sololá; y al Oeste con -
Quezaltenango. Cuenta con una extensión superficial de 1,061
kilómetros cuadrados distribuidos en 8 municipios; su población
es de 142,500 habitantes, con una densidad de 134 habitantes -
por kilómetro cuadrado. De su población 69,620 corresponden
al sexo masculino y 72,880 al femenino; distribuido el total en
20,540 (14.4%) en el área urbana y 121,960 (85.6%) en el área
rural; del total 6,620 (4.6%) son no indígenas y 135,880 (95.4
%) indígenas. La lengua predominante es el Quiché.

El municipio de Totonicapán es la cabecera del departamen-
to; se encuentra a 2,495.30 metros de altura sobre el nivel de
mar; con una latitud norte de 14°-54'-39" y una longitud oes-
te de 91°-21'-38". Dista 198 kilómetros de la capital y 28 de
la ciudad de Quezaltenango; a 14 kilómetros entronca con la
Carretera Interamericana que une la frontera mexicana con el
país, via Huehuetenango; además, cuenta con carreteras que
la unen con sus respectivos municipios.

Su población económicamente activa se dedica a la agricul-
tura, ganadería lanar, pequeña industria y artesanía. Los prin-
cipales cultivos son: maíz, frijol, papas, avena, cebada, etc.;
dentro de la industria y la artesanía se dedican a los tejidos de
lana, producción de muebles y a la alfarería; además existen -
grandes rebaños de ovejas.

Totonicapán constituye una fuente de atracción turística, -
no sólo por los pasajes históricos que se han sucedido en su terri-
torio, sino porque cuenta con recursos naturales suficientes que
de ser bien aprovechados podrían convertirse en una fuente de
explotación turística para atraer al visitante nacional y extran-
jero. Baste mencionar los Riscos de Monostenango, los Baños de
Palá Grande, Palá Chiquito y Payexiú en Momostenango, ade-

más de los mercados tradicionales que se observan en San Francisco el Alto, San Cristóbal Totonicapán y otros municipios, los cuales ofrecen atractivos autóctonos, a la vista del turista nacional y extranjero.

SAN MARCOS

Departamento que colinda al Norte con Huehuetenango; al Este, con Quezaltenango; al Sur, con Retalhuleu y el Océano Pacífico y al Oeste con la República de México. Cuenta con una extensión superficial de 3,791 kilómetros cuadrados, distribuidos en 29 municipios; una población de 328,420 habitantes, y una densidad de 87 habitantes por kilómetro cuadrado. De su población 168,120 corresponden al sexo masculino y 160,300 al femenino. 40,700 (12.4%) se localizan en el área urbana y 287,720 (85.6%) en la rural; de este total 129,580 (39.5%) son no indígenas y 198,840 (60.5%) indígenas.

La cabecera departamental está a 2,398 metros de altura sobre el nivel del mar, con una latitud norte de $14^{\circ}-57'-40''$ y una longitud oeste de $91^{\circ}-47'-44''$; se encuentra a 247 kilómetros de la ciudad capital, de los cuales 205 son de carretera asfaltada y 42 de tierra. Dista 52 kilómetros de Quezaltenango, contando además, con carreteras de tierra que la unen con sus municipios, asimismo se comunica con la frontera de México; y su carretera hacia la capital entronca con la Interamericana que conduce a la frontera mexicana, vía Huehuetenango.

Su población económicamente activa se dedica a la agricultura, especialmente al cultivo del café, además de cultivarse trigo, avena, cebada, papas, frijol, arroz, banano, caña de azúcar, cacao, etc.; es el único departamento del Altiplano nor

-occidental que cuenta con servicios de ferrocarril y playas en el Pacífico. En esta área se encuentra el puerto marítimo de Ocosingo; cuenta además con un puerto fluvial y dos terrestres en la frontera con México.

Este departamento, cuenta con recursos naturales que pueden ser canalizados hacia la explotación turística; entre otros, los balnearios conocidos con el nombre de "La Castalia" y "Agua Tibia", los cuales de ser habilitados adecuadamente pueden constituir importantes centros de atracción turística; máxime si se aprovecha la corta distancia a que éstos se encuentran de la cabecera departamental y de cualquiera de los puertos fronterizos que comunican al país con la República de México.

HUEHUETENANGO

Departamento que colinda al norte, con México; al Este, con el Quiché; al Sur, con Totonicapán y San Marcos y al Oeste, con México. Cuenta con una extensión superficial de 7,400 kilómetros cuadrados, distribuidos en 31 municipios; con una población de 285,180 habitantes y una densidad de 39 habitantes por kilómetro cuadrado; su población se haya distribuida en - 45,940 (16.1%) habitantes localizados en el área urbana y - 239,240 (83.9%) en el área rural, de la cual 144,760 son del sexo masculino y 140,420 del femenino; del total 92,560 (32.5 %) corresponde a no indígenas y 192,620 (67.5%) a indígenas.

La mayor parte de su población económicamente activa se dedica a la agricultura, siendo el cultivo de café y maíz los más generalizados; asimismo, el frijol, legumbres y frutas; aunque una parte de ella explota la minería pues en el departamento se localizan muchas minas de plomo, plata, zinc, cobre, man

ganeso y mercurio. La lengua que habla el sector indígena comprende cuatro grupos derivados de la lengua Maya, incluyendo el "choy" de Huehuetenango y el Tzendal.

Huehuetenango es un departamento con un considerable patrimonio de recursos turísticos que de ser bien aprovechados, vendrían a constituir una fuente apreciable de ingresos no sólo para el país sino para el propio departamento, máxime que la carretera Interamericana que conduce a la frontera con México se encuentra a escasos kilómetros de la cabecera departamental; además, Huehuetenango cuenta, actualmente, con una carretera totalmente asfaltada (Ruta 1, o sea la Interamericana) que conduce a la ciudad capital, siendo ésta de 184 kilómetros, misma que desvía hacia Quezaltenango, con una distancia de 104 kilómetros, todo ello independientemente de su red de carreteras de tierra que une la cabecera con sus principales municipios.

Los principales centros turísticos con que cuenta Huehuetenango son: las Ruinas de Zaculeu, el nacimiento del Río San Juan, la Villa de Chiantla (antiguamente cabecera del departamento), Piedras de Capzín y el Mirador en las estribaciones de la Sierra de los Cuchumatanes. Todos estos centros se encuentran situados en lugares susceptibles de ser habilitados y poder a sí, a corto plazo, ser ofrecidos al visitante nacional y extranjero, especialmente si se aprovecha la ventaja indicada: ser un departamento fronterizo con México.

EL QUICHE

Departamento que colinda al Norte, con México; al Este, con Alta y Baja Verapaz; al Sur, con Chimaltenango y Sololá; y al Oeste, con Totonicapán y Huehuetenango. Cuenta con u-

na extensión superficial de 8,378 kilómetros cuadrados distribuídos en 18 municipios; tiene 255,260 habitantes y una densidad de 30 habitantes por kilómetro cuadrado; de la población..... 38,000 (14.9%) pertenecen al área urbana y 217,260 (85.1%) a la rural; del total 126,020 corresponden al sexo masculino y.. 129,240 al femenino; 38,940 (15.3%) son no indígenas y 216,320 (84.7%) indígenas.

La cabecera del departamento se denomina Santa Cruz del Quiché y se encuentra a 2,021.46 metros de altura sobre el nivel del mar; con una latitud norte de 15°-02'-21" y una longitud oeste de 91°-07'-00". Dista 167 kilómetros de la ciudad capital, de los cuales 40 son de tierra. Además cuenta con carreteras de tierra que la unen con sus municipios y está a 40 kilómetros de distancia del entronque con la carretera Interamericana que de Guatemala conduce a la frontera mexicana, vía - Huehuetenango.

En el departamento predominan los climas frío y templado; hay también algunas zonas cálidas. La población económicamente activa se dedica más a la agricultura, preferentemente a los cultivos que su clima variado permite. Merecen cita especial los cereales, cítricos, las pomáceas y otros frutos de gran valor económico. El subsuelo cuenta con minas de hierro, plata, mármoles, plomo, etc.

El Quiché es un departamento rico en recursos naturales para ser aprovechados turísticamente; a escasos kilómetros de la cabecera se encuentran las Ruinas de Utatlán, que pueden ser habilitadas para canalizar hacia ellas la corriente turística nacional y extranjera que llega al país; a 18 kilómetros de la cabecera se encuentra el municipio de Santo Tomás Chichicastenango, bastante frecuentado por turistas del exterior; este mu-

nicipio, no sólo por su atracción turística sino por sus costumbres, ritos y tradiciones que aún se observan en el mismo, constituye un atractivo para los visitantes y puede aumentar su auge mediante nuevas instalaciones; máxime que, recientemente, se inauguró el tramo de carretera que de los Encuentros (entronque de la carretera proveniente de la cabecera con la Interamericana que de Guatemala conduce a la frontera con México vía Huehuetenango) conduce al referido municipio, convirtiéndose lo que anteriormente era de tierra, en una vía debidamente asfaltada para comodidad de los visitantes. Asimismo se tiene conocimiento que el tramo asfáltico inaugurado es una parte del proyecto que incluye asfaltar desde Los Encuentros, hasta la cabecera departamental.

El Quiché cuenta también con paisajes naturales y otras atracciones dignas de ser canalizadas hacia la corriente turística; recursos éstos que debidamente aprovechados y como parte de un programa de desarrollo turístico para el altiplano noroccidental del país, vendría a constituir una fuente de ingresos para Guatemala y el propio departamento, independientemente de las fuentes de trabajo que ello constituiría.

QUEZALTENANGO

Hemos dejado para último este departamento por considerar que existen varios factores que lo sitúan como el más importante del altiplano noroccidental de la República; su situación topográfica, climática y de otros órdenes, pueden convertirlo en el centro piloto del turismo regional, toda vez que son muchas las condiciones ventajosas con que cuenta respecto de los demás departamentos antes descritos.

El departamento de Quezaltenango se encuentra localizado en la parte Sur-occidental de la República. Colinda al Norte con Huehuetenango; al Este con Totonicapán y Sololá; al Sur con Suchitepéquez y Retalhuleu y al Oeste, con San Marcos. Su extensión superficial es de 1951 kilómetros cuadrados distribuidos en 24 municipios; tiene 265,520 habitantes, distribuidos en 94,820 (35.7%) en el área urbana, 170,700 (64.3%) en la rural; del total 122,200 (46.0%) son no indígenas y 143,320 (54.0%) indígenas, distribuyéndose la totalidad en 134,500 del sexo masculino y 131,020 del femenino; su densidad es de 136 habitantes por kilómetro cuadrado.

De acuerdo con observaciones meteorológicas se tiene una precipitación de 826.1 milímetros, temperatura media de 14.0 grados centígrados; 103 días de lluvia al año y una humedad relativa de 79%; la cabecera departamental se encuentra a 2,380 metros sobre el nivel del mar; con una latitud norte de 14°-50' 22" y una longitud oeste de 91°-31'-10".

En términos generales el terreno que cubre la región de Quezaltenango, es quebrado; de condiciones orográficas especiales que influyen en su temperatura y clima, por lo que éste último es variado, particularmente frío; consecuencia de su variedad climatológica es su múltiple producción agrícola y pecuaria; se produce trigo, verduras, frutas, café, ganado vacuno, lanar, etc. Con sus productos agrícolas, especialmente verduras y pomáceas, surte otros mercados del interior y del extranjero, particularmente aquellos del área centro americana.

La población económicamente activa se dedica a la agricultura, el comercio, la industria, la artesanía, etc. La cabecera departamental cuenta con varias industrias, entre las que destacan: producción de harinas de todo tipo, tejidos e hilados va-

riados, cervezas y aguas gaseosas, peletería, plásticos, vidriera, tejidos artísticos y típicos variados, etc.

La cabecera departamental de Quezaltenango, segunda ciudad de Guatemala, se encuentra a 200 kilómetros de la ciudad capital; a 39 del entronque con la carretera que por el Pacífico conduce a la frontera con México vía Huehuetenango. Si a esto agregamos la situación topográfica de este departamento - con respecto a los demás del Altiplano nor-occidental y lo cerca que queda de los del Sur de la República como de las costas del Pacífico, será perfectamente visible la posibilidad anteriormente referida: convertir a Quezaltenango en el epicentro de un programa de desarrollo turístico que, como parte de un plan nacional, abarque la región del altiplano nor-occidental de Guatemala.

Son muchas y variadas las razones que sitúan a Quezaltenango como la región más indicada para canalizar el turismo que se desplaza hacia cualquier lugar del occidente. La cabecera departamental constituye el centro de las actividades económico-sociales del occidente de la República; tanto en el orden de importancia como industrialmente; ocupa el segundo lugar en Guatemala, amén de su larga tradición social, cultural, política y deportiva dentro del ámbito nacional.

Históricamente, Quezaltenango ha sido habitado por el hombre desde antes de contarse con referencias escritas; sin embargo, se conocen antecedentes a partir del siglo XV, desde la existencia del Imperio Maya-Quiché, pasando por el período colonial y por épocas en que Quezaltenango constituía el principal centro comercial entre México y la capital del Reino de Guatemala, como por todos aquellos pasajes políticos y catastróficos que se dieron desde esas épocas; la era del ferrocarril de

los Altos y otras, hasta nuestros tiempos.

Además de lo anterior, Quezaltenango cuenta, a la fecha, con recursos físicos que proporcionan la comodidad requerida por los visitantes, tal el caso de servicios bancarios, transportes, servicios públicos, de hostelería, etc. En la rama del transporte la cabecera departamental cuenta con servicios completos de líneas que cubren casi todos los departamentos de la República; disponiendo para el efecto, de 344 unidades (buses, camionetas mixtas, microbuses, etc.) entre las que se encuentran desde empresas de primera que prestan un servicio eficiente, hasta otras categorías para personas de menores recursos económicos.

La cabecera cuenta con cuatro empresas de transporte interurbano que si bien carecen de eficiencia y comodidad, sus unidades pueden ser renovadas a medida que las necesidades lo requieran; de no lograrse ello con la participación de los empresarios actuales, la solución estaría en permitir la introducción de nuevas empresas que al menos utilicen unidades de acuerdo con las exigencias. Las diferentes rutas de las actuales empresas, cubren casi todos los extremos de la ciudad, lo cual constituye un factor de importancia.

Otra condición favorable, la constituye el servicio de taxis que en esta ciudad es relativamente barato para el visitante. En Quezaltenango no sólo se aprovecha un precio inferior por los recorridos a través de este servicio, sino por que las distancias son bastante cortas para visitar cualesquiera de los centros de atracción local, con lo cual se reduce aún más el costo de tal servicio. Para el efecto, la cabecera departamental cuenta con varias empresas de taxis, con unidades modernas, cuestión que representa una comodidad más para el visitante que dispone de este servicio.

Con respecto al servicio de hostelería, Quezaltenango cuenta con lo necesario para satisfacer las exigencias sobre el particular. La situación al 30 de septiembre del año en curso era la siguiente:

Número de pensiones	15
Número de hoteles	<u>4</u>
Total	<u>19</u>

Establecimientos de primera	5
Establecimientos de segunda	10
Establecimientos de tercera	<u>4</u>
Total	<u>19</u>

Establecimientos con garage	13
Establecimientos sin garage	<u>6</u>
Total	<u>19</u>

TOTAL CUARTOS EN SERVICIO

Con baño privado	148
Sin baño privado	<u>197</u>
Total	<u>345</u>

Cuartos individuales	103
Cuartos de 2, 3 y más camas	<u>242</u>
Total	<u>345</u>
 Número de camas en servicio	 <u>634</u>

De los 19 establecimientos, 3 tienen servicio de bar y los restantes carecen de él. Dentro de los hoteles y pensiones de primera, existen dos que cuentan con pista de baile, salón de recepciones y otros servicios complementarios, destacando uno dentro de éstos, con salones que tienen capacidad para atender hasta 400 personas, con instalaciones calificadas como de las mejores de Centro América. Este último también cuenta con un servicio adicional de "tours", para lo cual dispone de un micro bus, en el que se realizan cortos recorridos con los turistas extranjeros que se hospedan en dicho lugar.

Quezaltenango está considerado como uno de los departamentos con mayores recursos naturales para su explotación turística; con la ventaja que todos los recursos en potencia se localizan muy cerca de la ciudad o a distancias relativamente cortas de la cabecera departamental. Aparte de muchos lugares de extraordinaria belleza con que cuenta el departamento y que no entraremos a mencionar por no contar con vías de acceso ni facilidades de explotación turística, al menos por el momento, merecen cita especial los siguientes:

- a) Cerro Tecún Umán ("El Baúl").

Situado a escasos tres kilómetros de la ciudad; cuenta con

un monumento al héroe nacional del mismo nombre y constituye un sitio que presenta una vista atractiva de toda la ciudad; tiene carretera accesible que, aunque en ciertas épocas se deteriora, con un poco de atención podría tenerse en condiciones aceptables de tránsito en todo tiempo. En dicho centro se localiza un pequeño bosque donde otrora existiera un parque, para ser aprovechado con instalaciones de carácter recreativo para niños y adultos. Este sitio puede permitir ofrecer al público local y visitante, las condiciones de divertimento y expansión requeridas de éstos; es más, la situación topográfica del lugar, permite considerar la posibilidad de instalar en él, un funicular con punto de partida en el lugar de la ciudad que se considere más indicado.

Quezaltenango se ha caracterizado por la falta de centros de distracción para sus habitantes y visitantes que nos llegan; - un atractivo de este tipo, traería una corriente apreciable de turismo, especialmente nacional, ya que no se cuenta con una instalación como tal en la República, amén de la motivación de visita que ello constituiría para los residentes y familias de la ciudad.

Existen en Guatemala fuertes industrias de productos envasados que podrían participar en las instalaciones, tal y como se ha hecho en proyectos de este tipo en otros países; también ello podría realizarse a través de la inversión municipal para arrendar a quienes estén interesados, en la explotación de tales negocios. Desde luego, lo anterior no anula la posibilidad de habilitar otro tipo de instalaciones en el referido lugar, esto como parte de un proyecto regional de turismo en el nor-occidente del país.

b) Los Vahos.

Generalmente el uso de baños turco-rusos, es bastante solicitado en cualquier parte; en tal sentido, Quezaltenango cuenta con este centro de inapreciable valor, no sólo por recogerse los vapores medicinales directamente de los cerros de donde emanan sino porque el aprovechamiento de su caudal puede ser aumentado.

La cumbre donde se localizan los Vahos, dista cuatro kilómetros de la cabecera departamental; no obstante lo accidentado de la carretera, es frecuente observar que muchas personas de la ciudad y fuera de ella, concurren en busca de los vapores medicinales que en dicho lugar encuentran.

Sería conveniente realizar un esfuerzo, a efecto de mejorar las condiciones de transitabilidad en el trayecto que separa el Balneario de la ciudad, a la par que se construyan las instalaciones adecuadas que proporcionen la comodidad requerida por los usuarios del servicio; esto podría lograrse a través de la iniciativa privada o con intervención municipal, cosas que si bien en principio implican gastos, posteriormente se resarcen; luego habrá que aumentar los ingresos que derivan para el municipio, las fuentes de trabajo, así como los beneficios para aquellos sectores participantes del proyecto.

c) Chiquilajá.

Aldea de la cabecera departamental, situada a cuatro kilómetros de la misma; con carretera de tierra bastante plana, a la orilla del río Samalá. Cuenta con un templo donde tradicionalmente se celebran peregrinaciones en enero de cada año, con

considerable afluencia de personas y familias que llegan especialmente de la ciudad.

Complementariamente a las bellezas que en sí representa el hermoso valle en que se encuentra la población, sería de aprovechar el arreglo de todo el curso del Río Samalá que se desliza paralelamente a la carretera que conduce a dicho lugar. Decimos esto porque los playones que forma el Río cuentan con abundantes nacimientos de agua, pastizales y con la decoración de los multicolores trajes de los indígenas que acuden a lavar sus ropas y a pastorear sus ovejas.

Es común observar la falta de centros a donde concurrir los fines de semana, especialmente si se trata de lugares próximos a la ciudad; Chiquilajá es uno de los sitios indicados para canalizar esta corriente de viajeros que buscan una distracción, ya para realizar almuerzos campestres, celebraciones de otra índole o para pasear y aprovechar plácidamente los fines de semana. En todo caso y para atraer este tipo de visitantes, habrá de ofrecérselos la comodidad que requieren, para lo cual deberá contarse con un mínimo de instalaciones. Es de hacer notar que, además de las ventajas enumeradas, en este lugar se observan actitudes que revelan las costumbres autóctonas y un folklore que puede ser de atracción para el visitante.

d) Almolonga.

Municipio que dista cuatro kilómetros de la cabecera departamental. Anteriormente contaba con dos balnearios de aguas sulfurosas; pero en la actualidad, sólo uno de ellos se encuentra en servicio por deterioro del otro; además en el municipio

se localiza un centro de natación; a ambos lugares concurren - frecuentemente muchas personas no sólo del municipio, sino de Quezaltenango y otros lugares. El balneario de aguas medicinales es propiedad de la municipalidad de Quezaltenango y el de natación es particular; dichos centros cuentan actualmente, con las siguientes instalaciones en servicio:

Sulfurosos:

17 baños individuales, de los cuales 11 cuentan con: instalación de agua fría y caliente, y los seis restantes con solamente de agua caliente. Actualmente se realizan algunas ampliaciones en este balneario, tales como la instalación de un tanque de enfriamiento para poder templar el agua al gusto del usuario, además de un lugar para estacionamiento de vehículos que lleguen a dicho sitio.

El agua utilizada en este balneario se recoge a 45 grados - de temperatura; es de origen volcánico, proveniente del Cerro Quemado. Todos los baños cuentan con su correspondiente servicio de alumbrado eléctrico, manteniéndose, actualmente, en condiciones aceptables de higiene en tanto se realizan las ampliaciones; los precios que rigen para el servicio son relativamente bajos, ya que el valor de un baño cubre el importe para toda una familia, siempre que ésta utilice un solo baño, o sea que el cobro se realiza por unidad utilizada y no por persona.

El centro de natación:

Cuenta con lo siguiente: tres piscinas: una grande, una mediana y una pequeña; cuatro vestidores y cuatro pequeños ranchos o champas.

Es de hacer notar que las piscinas se encuentran en la pro-

pia cabecera municipal, no así el balneario de aguas sulfurosas, que se localiza a un kilómetro de ésta. La carretera es de tierra y el vecindario ha venido realizando gestiones ante las autoridades centrales, a efecto de lograr el asfalto del tramo Quezaltenango-Zunil vía Almolonga; de lograrse tal propósito, indudablemente redundaría no sólo en beneficio directo del municipio sino también de los centros turísticos que en el mismo se localizan, facilitando su explotación, ya que contándose con una carretera asfaltada que toque dichos lugares o pase próxima a ellos, la habilitación de las instalaciones complementarias y las comodidades requeridas, se reducirán en costos y tiempo.

El municipio de Almolonga es el principal productor de verduras del departamento; los horticultores de la región, aborígenes en un elevado porcentaje; utilizan procedimientos altamente tecnificados, lo cual les ha permitido alcanzar un alto nivel de productividad y surtir la demanda local y nacional y aún exportar grandes cantidades hacia los países del área centro americana. El minifundismo aún prevaleciente en esta zona se ha conjurado a través de una cooperación comunitaria que sin extremos legalistas de ninguna clase, propende cada vez más a su prosperidad. La observación del desarrollo logrado por los agricultores de este municipio, constituye un importante complemento a los visitantes; aparte de permitirles conocer las costumbres y el folklore de sus moradores.

Para aprovechar el potencial turístico que ofrecen estos centros, será necesario acondicionarlos a efecto de hacerlos más atractivos a la vista del turista; es de hacer notar la falta de restaurantes en tales centros o en sus proximidades, lo cual se hace necesario como un servicio inherente para quienes permanecen al menos unas horas en el lugar que eligen para ser visitado.

e) Turicentro "Fuentes Georginas".

En el departamento, éste es el único centro que cuenta con instalaciones adecuadas; fue inaugurado recientemente y se encuentra localizado en jurisdicción del municipio de Zunil, a 16 kilómetros de Quezaltenango, de los cuales 12 son de asfalto y los 4 restantes de tierra. Las instalaciones inicialmente habilitadas son las siguientes:

- 10 bungalows (apartamentos) con dormitorio, baño, closet, servicio sanitario y chimenea;
- Servicio de bar, con capacidad para 18 personas o más.
- Vestidores;
- Servicios sanitarios;
- Servicio de agua potable y drenajes;
- 2 plantas eléctricas que surten los requerimientos de las instalaciones;
- 4 piscinas: una grande, dos medianas y una pequeña;
- Urbanización: jardines y servicios complementarios.

Este centro fue construido por el INGUAT en colaboración con la Municipalidad de Quezaltenango. Desafortunadamente, hubo ciertas deficiencias de carácter técnico en la construcción, las cuales se han superado por parte de la Municipalidad, continuándose a la fecha con los arreglos necesarios para dejarlo en condiciones que garanticen la comodidad y esparcimiento inicialmente previstos.

El centro turístico como tal, es bastante atractivo, sus aguas medicinales son recogidas directamente de las fuentes donde se originan; a partir de su inauguración fue entregado por el INGUAT a la Municipalidad, a cuyo cargo corre el costo de

mantenimiento y las modificaciones que se le vienen introduciendo. El restaurante del centro lo tiene en arriendo una firma particular, la que atiende al visitante que busca el aprovechamiento de sus aguas sulfurosas; los precios por la utilización del servicio son nomados por la Municipalidad de Quezaltenango.

El complemento necesario para este turicentro, será el logro del asfalto correspondiente a los 4 kilómetros que lo separan del entronque con la carretera asfaltada que de Quezaltenango conduce al Sur de la República; por lo demás, es de considerar que el lugar cuenta con las condiciones necesarias que requiere el visitante nacional y extranjero quienes, por falta de atractivos en la región occidental del país, limitan a unos pocos lugares su desplazamiento en sus visitas o recorridos a Guatemala. Cabe señalar que este Turicentro se encuentra en un lugar poco común en el país, de donde se desprende que además del aprovechamiento de sus aguas, posee un singular atractivo para el visitante.

f) Balneario "Aguas Amargas".

Centro localizado en jurisdicción del municipio de Zunil; situado a 23 kilómetros de Quezaltenango, de los cuales 20 son de asfalto y 3 de tierra; sus aguas de origen volcánico son medicinales y recogidas directamente de la fuente donde se originan. Normalmente es frecuentado no sólo por personas provenientes del occidente, sino también del Sur pues precisamente su carretera entronca con la ruta que de Quezaltenango conduce a Retalhuleu y Mazatenango. Actualmente cuenta con algunas instalaciones que si bien carecen un tanto de la comodidad requerida en un centro turístico, pueden ser acondicionadas para su mejor aprovechamiento.

Las instalaciones del Balneario son propiedad de la Municipalidad de Zunil, y contiguo a éste se encuentra un pequeño hotel de propiedad particular; aprovechando su proximidad al centro se le puede reacondicionar para que preste un eficiente servicio al viajero que llega en busca de baños termales.

Un inconveniente que confronta tal centro, es lo accidentado del tramo que lo une con la carretera que conduce al Sur, cuestión ésta que deberá ser superada como condición necesaria para su incorporación al desarrollo turístico de la región.

Para este balneario es bastante ventajoso encontrarse situado a escasos kilómetros de Santa María de Jesús, donde pueden ser apreciadas las instalaciones de la Empresa Hidroeléctrica del Estado, además, a orillas de la carretera, se cuenta con un mirador habilitado por la Dirección General de Caminos, denominado "María Auxiliadora", que constituye un atractivo adicional para el turista por el panorama que desde éste puede ser apreciado.

Lo corto de la distancia (25 Kms.) al entronque con Retalhuleu y Mazatenango, puede ser un estímulo, pues aporta la posibilidad de canalizar hacia este balneario a los viajeros provenientes del sur del país, como también a los que provengan del exterior, particularmente de México por las fronteras de ciudad Tecún Umán y el Carmen; en todo caso, las condiciones de distancia son favorables, por lo que la habilitación de las instalaciones necesarias, indudablemente canalizará una corriente de viajantes superior a la que actualmente se tiene.

g) Mirador "El Santiaguito".

Posiblemente ninguna otra región de la República posea las

características de este lugar para la explotación turística. Desde tal sitio puede apreciarse el volcán "Santiaguito", - que se mantiene en constante actividad, pudiéndose admirar los hongos de humo que diariamente escapan de su cráter; además, el panorama que se aprecia hacia la costa sur es impresionante, como el continuo desprendimiento de rocas, todo lo cual constituye un singular atractivo; cosas éstas de carácter único en la República. A lo anterior ha brá que añadir que en las cercanías del mirador se localiza una vertiente de agua de origen mineral que puede ser eficientemente aprovechada para uso del centro turístico o para instalar una embotelladora de auténtica agua mineral, sin restar la belleza turística que puede mostrarse a los visitantes de esta maravillosa región.

El mirador "Santiaguito" o mirador de "Magemans" se encuentra situado a 17 kilómetros de la ciudad, de los cuales 15 son accesibles en vehículo, no así los dos restantes que únicamente pueden cubrirse a pie; de los 15 kilómetros que pueden hacerse en vehículo, 7 se mantienen en condiciones transitables; los otros 8 son bastante accidentados, especialmente en época lluviosa.

Para ser aprovechado este mirador deberá ponerse particular interés en mejorar la carretera, especialmente en los 8 kilómetros que se encuentran en malas condiciones; además, deberá habilitarse el tramo de 2 kilómetros que separan el mirador de la carretera, lo cual se facilita toda vez que anteriormente existió libre tránsito de vehículos por tal lugar, según pudimos apreciar.

Ya sea que la habilitación de este atractivo lugar se realice por intermedio de la iniciativa privada o por la - Municipalidad deberá principiarse por mejorar las condiciones de la carretera, comunicándola con el mirador, lugar en que podrían iniciarse las instalaciones requeridas, tales como: pequeños apartamentos, restaurante, telescopios, etc.; y todo aquello que contribuya a la comodidad y esparcimiento del visitante.

Dada la distancia y condiciones en que se encuentra actualmente este lugar, los costos de habilitación serán un tanto elevados, pero con la colaboración estatal, es factible realizarlo a corto plazo pues no se hace necesario un elevado número de instalaciones sino unas pocas, para ser ampliadas a medida que los requerimientos lo exijan; - en todo caso sería valioso elaborar un proyecto que incorpore dicho centro al turismo nor-occidental ya que las particularidades con que cuenta, lo sitúan como fuente de a provechamiento de inapreciable valor.

h) Laguna de "Chiquival".

Esta pequeña laguna se encuentra situada a 28 kilómetros de la cabecera departamental, de los cuales 16 son de carretera y los 12 restantes son de herradura; dicha laguna mide 200 metros de ancho por 300 metros de largo, aproximadamente, y constituye un recurso en potencia dig no de ser aprovechado; las características que ofrece podrían convertirla en un centro de importancia dentro de un

programa para la región.

En los alrededores de la laguna, muchos aborígenes - practican ritos y costumbres, lo cual constituye un atractivo para el visitante. No obstante la carencia total de instalaciones para comodidad del turista, se realizan periódicamente excursiones al referido lugar; éstas se verán-aumentadas cuando hayan sido habilitadas las necesarias, - para ofrecer al turista las comodidades mínimas con que un centro de atracción popular debe contar. De esto se desprende la conveniencia de realizar un estudio de las condiciones actuales del lugar y sus requerimientos para incorporarlo a la explotación turística de la región.

i) Otros recursos y actividades complementarias.

Además de los enumerados, Quezaltenango cuenta con otros sitios que pueden ser aprovechados dentro de un plan regional de desarrollo turístico; así se tiene la Finca Municipal "Zunil", donde se localiza una planta hidroeléctrica de propiedad municipal, lugar que es perfectamente-susceptible de ser habilitado y que cuenta con muchos factores favorables; también podemos mencionar la población de Olinstepeque, con características especiales, localizándose en sus proximidades la "Labor Ovalle", centro de experimentación agrícola de la región que constituye un complemento para el visitante; asimismo están las caídas de Samalá, mereciendo especial mención la que se localiza en El Palmar como la de Zunil, y el Mirador "Cinco - Pueblos", desde donde se domina un panorama impresionan

te que incluye partes de Quezaltenango, Olin-tepeque, Mostenango, San Andrés Xecul y San Cristóbal Totonicapán.

Dentro de los muchos recursos con que cuenta Quezaltenango, también se localizan sitios que pueden aprovecharse para la práctica de ciertos deportes. Así se cuentan no muy distantes de la ciudad cerros y volcanes para la práctica del alpinismo y andinismo; en las proximidades de la ciudad existen bosques que ofrecen características especiales para realizar reuniones campestres y la ciudad misma cuenta con dos piscinas: una propiedad municipal y otra particular, para el fomento de la natación.

Merece especial cita el Teatro Municipal de Quezaltenango, considerado como uno de los mejores en Centro América por su majestuosidad y lo completo de sus instalaciones; además, existen monumentos, parques debidamente ornamentados y calles con características coloniales. Si bien se carece de centros nocturnos dentro de los cinco hoteles de primera se cuenta con dos que tienen pista de baile, de los cuales uno la tiene en servicio durante las noches, ofreciendo al visitante sano esparcimiento.

Valdría la pena que, dentro de los planes de desarrollo turístico, contemplar no sólo los aspectos favorables, sino también los de aquellos servicios que por su misma condición, necesitan ser mejorados, tal el caso de los servicios públicos, incluyendo drenajes, pavimento y alcantarillado; esto vendría a guardar el ornato de la ciudad y

beneficiaria grandemente a la población que tanto necesita de tales servicios.

CAPITULO V

NECESIDAD DE UNA OFICINA REGIONAL DE TURISMO

No obstante el escaso personal con que cuenta el INGUAT para hacer frente a las necesidades turísticas del país, viene realizando una serie de actividades con el propósito de incorporar las distintas regiones al turismo nacional; desafortunadamente las limitaciones presupuestarias como de otro orden, no han permitido un crecimiento acelerado en el fomento de esta actividad; sin embargo, se han realizado algunas obras en los departamentos, pero no en la medida deseable que resulte suficiente para acelerar el desarrollo del turismo nacional.

Como quiera que la descentralización de estas actividades, contribuiría a una mejor orientación del fomento turístico, creemos necesario y urgente la creación de una oficina regional con rango de plan piloto para incrementar en forma positiva el turismo nor-occidental del país. La misma Ley Orgánica del INGUAT considera esta posibilidad, por lo que al sugerirlo no se hace sino enmarcarnos dentro de una disposición legal, además del aporte que ello constituye al turismo del país.

Durante el año 1964 un grupo de personas entusiastas de Quezaltenango, venía realizando gestiones sobre el particular, gestiones que en nada prosperaron por la falta de apoyo de las autoridades centrales, encontrándose el principal obstáculo en la negativa de autorizar la retención de parte de los ingresos provenientes del servicio de hostelería en Quezaltenango para a

tender las necesidades presupuestarias de esa dependencia regional.

Tan obvio es que para satisfacer las necesidades de un plan ambicioso se necesiten los recursos del caso, como justo sería - que parte de los ingresos que genera el turismo en el departamento sean reinvertidos en el fomento regional de esta actividad para su mejor desarrollo. El argumento principal que se consideró para negar la autorización de destinar a la Oficina Regional de Turismo parte del impuesto proveniente de los hoteles de primera categoría de Quezaltenango, fue que se contravenía lo dispuesto por el Artículo 13 de la Ley de Turismo, Decreto 1497, -derogado con el surgimiento del Decreto Legislativo 1701, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo.

Consideramos que actualmente pueden reiniciarse los arreglos para la creación de tal oficina, toda vez que si bien está legislado que los fondos provenientes de los impuestos que gravan al turismo son privativos del INGUAT, pueden realizarse las transferencias necesarias también amparados en la misma ley. Baste mencionar el Artículo 1° del Decreto Legislativo 1701 que dice:

"ARTICULO 1° : Se declara de interés nacional la promoción, desarrollo e incremento del turismo, y por consiguiente, - compete al Estado dirigir estas actividades y estimular al sector privado para la consecución de estos fines".

Por su parte, el inciso "n" del artículo 4 de la misma Ley, referente a las obligaciones del INGUAT, establece lo siguiente:

"n) Orientar la organización y funcionamiento de las aso-

ciaciones, comités y otras entidades que se constiyan con fines de promoción turística."

El Capítulo IV. Régimen financiero de la Ley que venimos comentando, dice en su primer artículo:

"ARTICULO 20. Constituye el patrimonio del INGUAT:

- a) Los bienes propios y los que adquiriera por cualquier título.
- b) Los ingresos originados por la venta, uso, usufructo y arrendamiento de sus bienes y los provenientes de los servicios que preste;
- c) Los impuestos específicos que determina esta ley;
- d) Las asignaciones que se fijan a su favor en el Presupuesto general de gastos de la Nación ; y
- e) Las donaciones y subvenciones que reciba del Estado, de cualquier otra entidad pública o privada, nacional o extranjera, y de las personas particulares".

Como podrá observarse, con la creación de la oficina regional como una dependencia del INGUAT, tal organismo se verá favorecido, considerando la posibilidad de contribuir al fomento del turismo occidental; desde luego, con la salvedad de dedicar la parte ingresos a que antes hemos hecho alusión, para el sostenimiento, mantenimiento y promoción del plan piloto que venimos sugiriendo. Con ello no sólo se descentralizaría la actividad turística, sino que también se contribuiría a su desarrollo; la ley pues no autoriza esta transferencia específicamente, pero tampoco prohíbe que los ingresos de impuestos provenientes de determinada región, puedan reinvertirse o no en la misma

con miras al fomento de la actividad turística en el país.

Sería plausible que bajo la dirección de la Municipalidad y con la colaboración de la Universidad, la Casa de la Cultura, - los Clubs de Servicio y las asociaciones empresariales de Quezaltenango, se integrara un Consejo departamental con alcances a cubrir la actividad turística hacia toda la región Nor-Occidental del país, debiéndose realizar los arreglos necesarios para buscar un justo trato que le permita reinvertir en la misma región - parte de los ingresos que genera; y si a esto se agrega la posible ayuda que la Municipalidad de Quezaltenango y las restantes de la región proporcionen, se estaría en capacidad de poder iniciar un plan de desarrollo regional de turismo a un plazo relativamente corto.

La Municipalidad no vería muy gravados sus intereses si bajo su dirección incorpora dentro de su presupuesto, la habilitación de la oficina, la cual funcionaría dentro de su propio edificio, debidamente asesorada por el Consejo de personas, entidades y agrupaciones representativas, quienes en una u otra forma se relacionan con la actividad turística; ello, aparte de orientar los planes de turismo regional, permitiría contar con una fuente informativa de la que hasta la fecha se carece, proporcionando de tal manera un eficiente y necesario servicio al turismo nacional y extranjero.

CAPITULO VI

ACTIVIDADES ESPECIFICAS QUE DESARROLLARIA LA OFICINA REGIONAL DE TURISMO

PONDERACION DE LOS RECURSOS QUE PUEDAN SER HABILITADOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Para el efecto deberá realizarse un análisis de los principales centros turísticos de Quezaltenango y la región nor-occidental, analizando asimismo las vías de acceso y condiciones de distancia de cada uno; ventajas económicas locales, regionales y nacionales que podrían derivar de su explotación, etc. para llegar al diagnóstico de cada uno y poder iniciar su inmediata incorporación al turismo regional.

CAPACITACION TECNICA DE UN CUERPO DE GUIAS

En todos aquellos países donde se ha llegado a tecnificar el turismo, se ha asignado un cuidado especial a la selección del cuerpo de guías encargados de orientar al turista que requiere sus servicios; de ellos depende en gran parte el interés que tome el visitante y la impresión que lleve de su viaje; sumamente importante lo segundo, toda vez que el turista complacido es el mejor propagandista si sus impresiones son satisfactorias; de ahí que se considere como condición necesaria que además de capacitarse al cuerpo de guías para que sean buenos conductores, tengan habilidad para dar a conocer la importancia económica de

lugar que se visita; que tengan conocimientos sobre historia, costumbres, lengua, religión, artesanía, etc., y todo aquello que en una u otra forma contribuya a satisfacer plenamente al visitante que acompaña en sus recorridos.

ORIENTACION Y DESARROLLO DE PLANES PUBLICITARIOS

La meta principal de un programa de promoción regional, es atraer al turista nacional y extranjero. El paso inicial de su proyección será concretar la imagen de la región, la que deberá proyectarse en la propaganda turística, reflejando el conjunto de características particulares y tradicionales; exponiendo tales características en forma honesta, pues de lo contrario se obtendrán efectos negativos al defraudar al visitante; o en otras palabras, los recursos de la región deberán presentarse en forma atractiva, conservando la mayor objetividad posible y sin alterar o deformar la imagen de la región buscando adaptarla a preferencias o gustos del turista que llega.

Por el propio prestigio del Consejo y seriedad de la oficina, deberán evaluarse realísticamente las instalaciones existentes para luego buscar su plena utilización, tratando de estimular nuevas inversiones que faciliten el fomento del turismo y que deriven beneficios económicos de importancia; base sobre la cual deberá considerarse la evaluación de proyectos; de esta manera se aprovecharán los recursos y se beneficiará toda la región noroccidental de Guatemala.

La mejor, si no la única manera de dar a conocer el patrimonio turístico, es a través de la propaganda; es por los medios publicitarios como se llega a interesar al turista en potencia;

de allí que, en este caso, deban coordinarse esfuerzos con el INGUAT, a efecto de orientar la promoción hacia una propaganda eficiente.

Una propaganda se realiza con el propósito de colocar un producto nuevo o incrementar la demanda de los ya existentes; desde luego, el producto deberá ser aceptable, toda vez que en nada contribuiría una campaña publicitaria, por buena que ésta sea, si el producto ofrecido es malo o de precio excesivamente elevado. Para el caso del turismo debe tomarse en cuenta que el producto a ofrecerse estará encaminado a atraer al turista que viene del exterior y al que radica en el país; ello implica la realización de dos campañas publicitarias; una encaminada a atraer al visitante extranjero y otra para hacer llegar al turista nacional.

La amplitud del término "Propaganda" para fines turísticos, está contenida en su misma definición "Conjunto de actividades y medios encaminados a divulgar los bienes turísticos que integran el patrimonio de un lugar, región o país, con el objeto de captar la atención de turistas potenciales y determinarlos a realizar el viaje" (1).

Para analizar lo expuesto en párrafos anteriores, trataremos brevemente las distintas clases y medios por los que puede realizarse la propaganda turística. Se conocen dos clases de propaganda; la indirecta y la directa.

Se le llama indirecta a la originada en la satisfacción del visitante; en las impresiones derivadas del viaje realizado y que

(1) Primera Asamblea Hispano-Luso Americano Filipina de Turismo. Madrid 1966. Esquema IV. Pág.7.

generalmente son transmitidas al regresar a su lugar de origen. La transmisión de impresiones gratas de un viaje, se traduce en un factor psicológico sumamente importante para la propaganda turística, de carácter eficaz y sin ningún costo.

En cuanto a la propaganda directa u organizada, es aquella originada en planes realizados por anticipado, con el propósito de divulgar en forma técnica y racional, los bienes que integran el patrimonio turístico de la región.

Para los efectos de una propaganda turística que responda a los objetivos de un plan de desarrollo en la región nor-occidental del país y como parte de las actividades de la oficina propuesta, se sugieren los siguientes medios:

a) Radio.

El uso de radio receptores se ha generalizado mucho, de allí que la propaganda radial resulte útil ya que a través de este medio se lograría un doble objetivo: como propaganda propiamente dicha, y como medio informativo en cuanto a las condiciones de distancia, clases de carretera, instalaciones, comodidades, etc. y cuanta información se estime necesaria al turista para llegar al centro que desea visitar; esta propaganda puede realizarse mediante slogans o cuñas, grabaciones en cinta magnetofónica o discos de trozos que contengan una breve descripción del lugar que se ofrece para ser visitado; grabaciones que deberán sacarse al aire preferentemente en las difusoras más populares y en aquellos programas que se consideren de mayor auditorio, independientemente de que puedan organizarse programas radiales específicos, dependiendo ello de los recursos presupuestarios con que se cuente.

b) Prensa Escrita.

Los periódicos y revistas generalmente llegan a todos los rincones del país y fuera de él si se utiliza el servicio extranjero; en tal sentido pueden aprovecharse los órganos de prensa del país para la promoción, por medio de anuncios, reportajes sintéticos e ilustraciones fotográficas; lo mismo podría hacerse a través de revistas o algunos periódicos en el exterior, al menos en aquellos países donde se considere que existe la posibilidad de atraer al residente hacia el país y lograr su desplazamiento hacia la región; la publicidad por este medio deberá ser simple y sugestiva, alejada de la retórica y la ambigüedad; es decir, con informaciones precisas de la recreación que se ofrece, los servicios y complementos que la rodean, etc.

c) Televisión.

Esta es posiblemente una de las propagandas más costosas; sin embargo, tiene la gran ventaja de que en la mayoría de los casos los documentales televisados de los recursos turísticos que se ofrecen, inciden en el interés de muchos televidentes por conocer lo que se les presenta; debido a lo elevado de su costo, esta propaganda deberá introducirse gradualmente y por etapas; a medida que los recursos presupuestarios vayan permitiéndolo.

Dado el desarrollo que viene teniendo la televisión en nuestro medio, es conveniente su utilización en la propaganda turística, ya que ella puede derivar positivos beneficios. Puede haber tres maneras de aprovechar la propaganda televisada: 1) mediante cortos entre programas; 2) con el patrocinio de empresas comerciales, 3) preparando programas de interés turístico - que puedan ser rentables ya que, según sea el interés que des-

pierten y su calidad, pueden ser auspiciadas por las mismas estaciones de televisión con la consiguiente reducción en su costo.

Una manera de iniciar una campaña propagandística a través de la prensa escrita, la radio y la televisión, sería organizando periódicamente excursiones turísticas a los centros que se vayan habilitando, con la participación directa de estos sectores y auspiciadas por la oficina regional o la Municipalidad; ello provocaría en tales entidades la preocupación por la promoción de viajes a los lugares visitados; sería pues un estímulo a la prensa que es la mejor aliada en muchos casos y de lo cual podría depender el éxito de los distintos programas de publicidad.

d) Material impreso.

Este tipo de propaganda es variado y tiene la particularidad de poder hacerse llegar directamente a los sitios interesados en conocer los recursos turísticos que se ofrecen al visitante nacional y extranjero; su edición puede ser de diferentes clases y en los idiomas que se estime conveniente de acuerdo con los países que se pretendan cubrir; entre otras, podemos citar las siguientes modalidades:

Panfletos turísticos:

Factor de importancia en el campo propagandístico; para nuestro caso, éstos deberán editarse con un contenido que ofrezca la mayor información de carácter objetivo y en forma sucinta, a efecto de que el viajero se sienta atraído y posteriormente pueda manifestar su complacencia al no ser sorprendido con propaganda alejada de la realidad.

Los panfletos deberán contener textos de manera simple pero sugestiva, debiendo ilustrarse con fotografías, datos de carácter complementario y mapas que muestren las diferentes rutas del turismo regional que se pretende desarrollar.

Guías:

El propósito de esta modalidad es proporcionar al visitante toda la información que se considere necesaria, debiendo cubrir todo lo relativo a los recursos turísticos con que cuenta la región. La guía para turistas debe contener, particularmente, la información concerniente a hoteles; su localización, servicios que ofrecen, tarifas, etc.; asimismo todo lo relativo a líneas aéreas, empresas de transporte, sus categorías, horarios, etc.; carreteras, distancias, condiciones de las mismas; como todo lo relativo a espectáculos, monumentos, parques, celebraciones, diversiones y todo cuanto pueda ofrecerse al turista, debiendo cuidar de aquellos cambios que vayan surgiendo para introducir las modificaciones necesarias en las nuevas ediciones y ofrecer una guía actualizada.

Una manera de editar guías a bajo costo, sería recurriendo al patrocinio de las empresas que prestan los servicios a que se refiere la información; o en su defecto, pedir su colaboración, a fin de que sean las mismas empresas las que editen sus propias guías; en cuyo caso será más ventajoso por cuanto éstas serán las responsables de la información contenida en la guía. Cualquiera que sea la forma adoptada, un complemento aconsejable sería incluir los establecimientos comerciales, especialmente aquellos que distribuyen artículos típicos o artesanales.

Mapa turístico:

Este es un documento complementario de la guía para turistas y puede editarse conjuntamente con ella, de manera independiente o adicional a los panfletos que antes hemos hecho alusión en todo caso, debe contener la información completa sobre la red de carreteras, centros turísticos que pueden ser visitados, lugares de alojamiento, estaciones de gasolina, etc., debiendo tomar en cuenta la localización de ríos, montañas, volcanes, contorno de las costas, etc., y en fin, todo aquello que pueda ser de utilidad para el turista, dándole una visión exacta de la estructura geofísica de la región.

e) Conferencias, seminarios y mesas redondas.

Sin duda alguna, la educación es determinante en la práctica de cualquier disciplina, de allí la necesidad de organizar un programa con miras a educar al personal de los sectores que en una u otra forma se relacionan con el turista; por otra parte, es necesario discutir periódicamente los problemas que se confrontan, con el propósito de plantear las soluciones pertinentes para cada caso.

Existe una serie de tópicos sobre turismo que merecen ser discutidos, los cuales, de paso, pueden contribuir a hacer conciencia en la población que se relaciona con el turista. Todo ello puede lograrse a través de la celebración de eventos a distintos niveles; así podrían realizarse cursillos, seminarios, conferencias, etc., para conductores de taxi, guías, empleados de hoteles, etc., y discutir en mesa redonda los principales problemas que se confrontan en la región. De esta manera no sólo se crean las condiciones necesarias para el fomento de la receptividad del turismo, sino que los sectores de tal actividad se mantienen en con-

tacto directo con los sectores encargados de atender al visitante, escuchando sus problemas y aportando posibles soluciones.

f) Otros medios complementarios.

Además de los citados, existen otras maneras de realizar propaganda turística, las cuales merecen ser tomadas en cuenta, tales como los documentales cinematográficos, tarjetas postales, matasellos y sellos con leyendas alusivas, etc. Aspecto importante para una promoción bien orientada, sería la selección de las agencias de viajes por conducto de las cuales deba realizarse; es decir que éstas deben seleccionarse, o en su caso solicitar la colaboración de una sola a efecto de centralizar en ella la campaña publicitaria. En muchos casos, la forma adoptada, se realiza a través de las oficinas de Turismo en los países elegidos para la promoción; de todas maneras, cualquiera que sea el procedimiento adoptado (centralizado o descentralizado), éste se determinará por el Consejo y Oficina Regional.

CAPITULO VII

NECESIDAD DE PROYECTOS ESPECIFICOS

GENERALIDADES

El objeto principal de cualquier empresa que se inicia, es la explotación racional de los recursos disponibles, con miras a la obtención de beneficios, sean éstos económicos o sociales, según el caso. Como hemos visto, en la región nor-occidental del país se dispone abundantemente de tales recursos, base principal que nos sitúa ventajosamente para considerar la posibilidad de su explotación.

Los probables beneficios que pueden derivar de la incorporación al desarrollo turístico regional de los recursos en potencia, podrían conocerse mediante la elaboración de proyectos específicos, para ir incorporando gradualmente aquellos centros turísticos que como parte del plan piloto, se vayan habilitando para ser ofrecidos al visitante nacional y extranjero.

QUE ES UN PROYECTO

El desarrollo turístico planificado constituye un proceso a largo plazo del que forman parte varias actividades diferentes, las que, en una u otra forma, tienen relación con el turismo. Dentro del plan para la región, el proyecto vendría a representar una pequeña unidad que bien puede planificarse, analizarse y ejecutarse de manera administrativa e independiente.

El proyecto es pues, un plan de acción para cierta actividad específica (en este caso el turismo) que forma parte de las actividades económicas que intervienen en la consecución de ciertos objetivos.

Así como puede elaborarse un proyecto específicamente para instalar una fábrica que produzca un bien que va a sustituir una importación; para construir una colonia con miras a disminuir el problema de falta de viviendas; para erradicar una epidemia, para regadío y diversificación de cultivos, etc.; de igual manera puede disponerse la elaboración de proyectos específicos de turismo, cada uno de los cuales constituiría una unidad dentro del plan piloto de desarrollo regional.

En el caso del turismo, el orden de gustos, preferencias, aspectos ambientales y condiciones de fácil aprovechamiento de los recursos, fijará el ordenamiento conveniente para la elaboración de un proyecto.

Un proyecto es consecuencia del trabajo en conjunto de un equipo de personas que, mediante la aplicación de procedimientos técnicos, llegan a darle forma al instrumento que servirá para alcanzar ciertos objetivos; decimos que es un esfuerzo de equipo porque indudablemente la preparación de éste no se realiza por una sola persona; se requiere de personal técnicamente capacitado para abarcar todos los extremos que el proyecto deba contemplar; así pueden participar en su elaboración Ingenieros, Economistas, Contadores, Analistas, Administradores de Empresas, Abogados, etc. según los requerimientos que el instrumento a elaborar exija y de acuerdo con la estructura necesaria para llegar al logro de los objetivos que se persigan; todo ello es con el propósito principal de evitar desaciertos que de otra manera

podrían adquirir proporciones alarmantes con la consiguiente pérdida de tiempo, esfuerzos y recursos.

CRITERIOS QUE PODRIAN DETERMINAR SU IMPORTANCIA ECONOMICA

Es obvio que no necesariamente tiene que ser una persona, entidad o dependencia la que ponga en marcha un proyecto previamente elaborado; ello depende, en gran parte, de lo atractivo que éste se presente ante tal o cual sector para que pueda interesarle y se disponga a ejecutarlo. Con miras a tal logro, el proyecto debe enfocarse desde varios puntos de vista, particularmente de tres: 1) De la empresa, entidad o empresario. 2) De la economía en general y 3) De la región. Un buen proyecto será aquel que resulte satisfactorio desde cualquier ángulo que se le aprecie, o sea que aparezca atractivo para cualquiera de las partes que lleguen a interesarse. En términos generales, no debe menospreciarse la importancia que representa el hecho de que el proyecto sea de interés tanto para el empresario, empresa o entidad, como para la economía nacional y regional.

Al efectuar un análisis del proyecto que se pretenda ejecutar, éste puede resultar conveniente desde un punto de vista; no así de los otros, en cuyo caso habrá que modificar el instrumento, aportando esfuerzos a efecto de que los beneficios se orienten hacia el menos favorecido sin perjuicio de los demás participantes. De más estaría indicar que aparte de los beneficios para los participantes y la economía, el proyecto debe ajustarse a los planes a corto, mediano y largo plazo, como también a las necesidades derivadas del turismo en crecimiento.

En nuestro caso, la elaboración del proyecto debe realizar-

se sobre bases concretas y ciertas, analizando las posibilidades de atraer el desplazamiento del turista hacia la región, ofreciendo al visitante aquellas condiciones necesarias de calidad y precio, como medio para conseguir el objetivo inicialmente previsto.

ANALISIS DE FACTIBILIDAD

Dados los aspectos que contiene un proyecto y la necesidad de que su elaboración se realice sobre bases sólidas para llegar al objetivo deseado, es necesario someter éste a un proceso analítico con miras a determinar su factibilidad y sugerir aquellos cambios que, a juicio del analista, se consideren convenientes-previamente a ser ejecutado. Mediante el análisis se trata de determinar las maneras de cómo satisfacer los requerimientos técnicos del centro, manera de disponer un emplazamiento más ventajoso y dimensiones que deban cubrir las instalaciones, como todo lo relativo a servicios complementarios y aquellos aspectos que en una u otra forma contribuyan a proveer una visión clara y objetiva del proyecto como una unidad, determinando su rentabilidad económica y social, de lo cual depende, en gran medida, la decisión final.

Como complemento del análisis se requiere un estudio acucioso de todas y cada una de las partes del proyecto en cuanto a disponibilidad de recursos físicos y económicos, costo, calidad y accesibilidad de todos los bienes y servicios necesarios; el terreno, materiales, energía, agua, mano de obra, etc. y todos aquellos extremos que cubran la totalidad de sus elementos integrantes. Cuando está por aproximarse la decisión final, será porque el o los proyectos han pasado por pruebas satisfactorias, producto de un análisis detallado que concluye con su aprobación,

indicador éste que, de acuerdo con tales resultados, es factible su ejecución.

EVALUACION DEL PROYECTO

Esta es la etapa final y posiblemente tanto o más importante que las precedentes. Generalmente todo proyecto debe evaluarse por varias instituciones o personas por razones que difieren entre sí.

Aunque el propósito de una evaluación puede variar, el objetivo de ésta es el mismo; averiguar si el proyecto no adolece de deficiencias desde el punto de vista técnico, económico, financiero, de dirección y administración, etc. La evaluación presenta una imagen completa del proyecto para concluir con la aceptabilidad o inaceptabilidad del mismo. En resumen, la evaluación consiste en la etapa final, realizada por un grupo de expertos cuyo objetivo es auscultar las posibles deficiencias que presente y llegar a la conclusión objetiva de su aceptación o bien, plantear la introducción de posibles cambios que conduzcan a su aprobación final.

Para los patrocinadores o propietarios del proyecto, la evaluación constituye un factor de particular importancia, toda vez que los organismos a cuyo cargo corre ésta, se encargan de buscar sus imperfecciones y plantear la manera de superarlas.

No siempre se presenta el caso de que se cuente con la totalidad de los recursos para financiar un proyecto; para el efecto habrá de recurrirse a instituciones que puedan otorgarlos. Estos organismos para considerar la posibilidad de asistir crediti-

ciamente el proyecto, también requieren su evaluación; su objetivo es ver si éste se ajusta a las normas trazadas por la institución para conceder la asistencia. En tal caso, un proyecto mejorado interesa tanto a evaluadores como a promotores, ya que de los resultados obtenidos depende su aprobación y asistencia crediticia.

Es natural que la evaluación del proyecto se facilite si en su preparación y análisis existe la suficiente preocupación por lograr una clara presentación de los recursos, propósitos, fines y medios. Si éste se ha preparado y ordenado de manera completa a través de todas las etapas de su investigación, análisis y cálculo, el organismo evaluador, sólo tendrá que recurrir a los instrumentos de que dispone para su comprobación.

Es de suponer que una evaluación implica consumo de tiempo y gastos adicionales; pero, evidentemente, esto es preferible a las posibles pérdidas que podrían derivar de la aprobación de un proyecto deficiente; con errores técnicos o de otra índole que sólo a través de una evaluación bien orientada se podrían prevenir.

En el caso del turismo, si se elabora un proyecto y se recurre a alguna institución financiera para su asistencia, sería conveniente que éste fuera evaluado previamente, por lo menos, por tres personas que tengan conocimiento sobre: a) turismo, b) economía, c) contabilidad y d) ingeniería; no hacerlo implicaría el riesgo de que en el proyecto predominen criterios unilaterales, en tanto se descuidan otros igualmente apreciables.

Las Facultades de Economía y sus Institutos de Investigaciones Económicas y Sociales de Guatemala y Quezaltenango, cuentan con personal cuya participación sería valiosa, tanto en la

preparación, como en el análisis y evaluación de proyectos individuales para el desarrollo turístico regional ya que, como se ha señalado, se cuenta con recursos en potencia que podrían aprovecharse a corto, mediano y largo plazo.

CAPITULO VIII

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Contar con la totalidad de los recursos financieros necesarios, es algo que no siempre se logra en una empresa que se inicia. Evidentemente existen proyectos cuya investigación ha demostrado la conveniencia de llevarlos a la práctica, en los que la falta de capital constituye un obstáculo para su ejecución; otras veces puede confrontarse el problema de no poder continuar la obra por haberse iniciado con insuficiencia de fondos. De allí que si está técnica y económicamente demostrada la rentabilidad y utilidad de un proyecto, deben preverse los requerimientos de financiación necesarios para iniciar su ejecución, con miras a eliminar posteriores obstáculos.

Es obvio que los fondos para financiar proyectos y programas de desarrollo pueden provenir de recursos nacionales y extranjeros o de ambos a la vez.

Para obtener la asistencia financiera requerida en las condiciones que se estimen más convenientes, será necesario, cuando menos, conocer los motivos y tendencias porque una persona, empresa o institución; sea ésta nacional o extranjera, se decide a realizar una inversión o conceder un préstamo; de esta manera habremos evitado el riesgo de dirigirnos al lugar menos indicado o a quien pueda asistirnos en condiciones menos ventajosas.

Dada la importancia que tienen las fuentes de financiamiento para cualquier actividad económica, particularmente en los proyectos que forman parte de un plan general, analizaremos las de origen interno y externo, tan importantes unas como otras en el desarrollo turístico regional como en el financiamiento de todas aquellas empresas conexas con dicha actividad.

FUENTES INTERNAS

Basicamente importante es el hecho de que para interesar al inversionista, sea éste público o privado, deberá principiarse por presentarle planes atractivos y rentables, a manera de garantizar la inversión que se pretende conseguir; de allí que el paso inicial para recurrir a sectores internos en busca de financiamiento, será cuidar que aquellos proyectos a ser considerados, se hayan elaborado de tal manera que puedan interesar al inversionista nacional que en la mayoría, sino en la totalidad de los casos, reacciona celosamente ante el destino que pueda darse a su aportación.

Tanto en el sector público como privado, son varias las fuentes de donde podría provenir el financiamiento para el desarrollo turístico regional; dentro de las más importantes, citaremos las siguientes:

a) Gobierno.

La participación de este sector es sumamente importante por cuanto en sus propósitos deben incluirse todas aquellas actividades que contribuyan al crecimiento de nuestra economía; además,

como se indicara en otra parte de esta tesis, de acuerdo con la ley Orgánica del INGUAT, corresponde al Estado dirigir y estimular las actividades turísticas en el país. Para la consecución de tales fines, sería imprescindible que existiera una partida de gastos permanente, con carácter de subvención estatal a través del Presupuesto de Ingresos y Gastos del Estado, asignando específicamente al turismo regional, las cantidades necesarias para la ejecución de los distintos planes que sean debidamente aprobados; si bien esta partida no financiaría totalmente un proyecto, contribuiría en buena proporción al logro de sus objetivos. Desde luego, habría que recurrir a los instrumentos legales para que, por intermedio del INGUAT, llegaran esos fondos al fin para el que fueron creados.

b) Instituciones Bancarias de Fomento.

En Guatemala existen dos instituciones de este tipo cuya asistencia crediticia podría aprovecharse para llevar a cabo los distintos proyectos de desarrollo turístico regional; son ellas:

Instituto de Fomento Municipal (INFOM).

Como quiera que éste fue creado con el propósito de asistir técnica y financieramente a las municipalidades de la República tanto en el orden administrativo como en las obras que éstas realicen, sería de aprovechar esta fuente; consideramos que el financiamiento del INFOM a través de las municipalidades de la región para la ejecución de proyectos de desarrollo turístico, constituiría un incentivo de mucha valía para tales propósitos. En ese sentido, la Municipalidad de Quezaltenango podría elaborar proyectos que, a juicio del INFOM, sean de importancia;

que demuestren su rentabilidad y que generen impuestos al municipio.

Instituto de Fomento de la Producción (INFOP).

Esta institución cuenta con un Departamento de Fomento, a través del cual podría lograrse el financiamiento de aquellos proyectos que encuadren dentro de las normas y condiciones de la asistencia crediticia que presta; en todo caso, esta posibilidad, podría considerarse por intermedio de la Municipalidad u oficina regional de turismo, las que encaminarían sus gestiones previa e laboración del proyecto que requiera de la asistencia necesaria para su ejecución.

c) Municipalidades.

Evidentemente, además de constituir la o las municipalidades el sector más indicado para tener a su cargo la elaboración de proyectos específicos dentro de sus respectivas comunidades, podrían contribuir en el financiamiento de éstos; ya mediante partidas específicas dentro del presupuesto de ingresos y gastos, o mediante erogaciones globales para aquellos planes importantes en que esté demostrada la conveniencia de su ejecución; en todo caso, las municipalidades deberán interesarse por contribuir al logro de tal propósito, toda vez que con ello contribuyen al fomento del turismo y asisten aquellos proyectos que en una u otra forma vienen a favorecer sus respectivos municipios. En el caso particular de Quezaltenango, esta posibilidad adquiere mayor importancia, por cuanto siendo este Departamento el epicentro de un plan piloto, el desarrollo de planes turísticos,

contribuiría en lograr el arribo a las metas previstas en el desenvolvimiento regional.

d) Sectores privados:

Las empresas o personas particulares, también podrían constituir una fuente de financiamiento digna de ser tomada en cuenta. Debido al celo con que este sector reacciona ante los riesgos que pueda correr su capital, para atraerlo es necesario presentarle proyectos de probada rentabilidad y beneficio. La magnitud e importancia del sector privado, adquiere distintas modalidades, según el proyecto de que se trate; así, el financiamiento puede provenir de una persona individual o mediante la formación de sociedades, particularmente Anónima, tipo de sociedad que por su misma modalidad y estructura, se considera la más ajustada a los requerimientos de una empresa que se dedique a la explotación de un centro turístico.

En todo caso, sería la Municipalidad de la comunidad interesada quien iniciara un proyecto, para posteriormente entregarlo (vendido o en arriendo) al sector privado a cuyo cargo quedaría la explotación o, en su caso, correspondería a la Oficina Regional la elaboración de tales proyectos, cuya rentabilidad y posibilidades de explotación, resulten atractivos como para interesar a quienes se pretende atraer hacia la actividad turística.

e) Otras instituciones bancarias y financieras.

Como quiera que el fomento de la actividad turística plantea la necesidad de servicios complementarios, el surgimiento

de empresas conexas no se hace esperar; es precisamente en tal caso cuando puede surgir la importante participación de los bancos de préstamo para asistir crediticiamente a las que se vayan creando como consecuencia del crecimiento turístico. Los bancos pueden participar con sus propios recursos, o con préstamos a las personas interesadas en explotar las empresas conexas a que hemos hecho referencia. En todo caso, esta fuente de financiamiento es tan importante como las anteriores, ya que de ella puede depender en buena proporción, el desarrollo de las actividades complementarias de que precisan los centros turísticos que se habiliten.

Con respecto a las Instituciones Financieras, en Guatemala funcionan algunas a las que se podría recurrir para interesarlas y que participen en aquellos proyectos que demuestren una probada rentabilidad y, de paso, incorporarlas en las actividades turísticas como en los servicios complementarios, de los que, con una buena orientación, se podrían obtener magníficos resultados. En Guatemala, se conocen: La Financiera, Industrial y Comercial, S.A. FICSA; la Sociedad Financiera Agropecuaria e Industrial, S.A. FIASA; y Valores Guatemaltecos, S.A., las que, si bien no han sido creadas para atender la actividad turística, no por ello debe considerarse imposible su participación en otras empresas que pueden ser igualmente rentables que las que actualmente vienen asistiendo.

FUENTES EXTERNAS

No siempre es posible iniciar una empresa con recursos nacionales; cuando su obtención se imposibilita o son insuficientes, se tendrá que recurrir a fuentes del exterior en busca del fi

nanciamiento que requieren los proyectos a ejecutar. Como quiera que la participación del exterior puede ser mediante la inversión directa o a través de la asistencia crediticia, debemos tener conocimiento sobre aquellos sectores que pueden interesarse en invertir en proyectos turísticos o, en su caso, de aquellas instrucciones que por medio de préstamos, fomenten el desarrollo económico financiando total o parcialmente algunos proyectos que consideren rentables. En el segundo de los casos, deberá centrarse la atención particularmente en las que proporcionen mejores condiciones en cuanto a tasas de interés, plazo, términos de gracia, renovaciones, etc.

La inversión directa podría lograrse atrayendo inversionistas del exterior que se interesen en participar en proyectos de desarrollo turístico en la región, en cuyo caso deberá condicionarse ésta a que tal participación no adquiera proporciones que puedan otorgar el control y dirección de las empresas.

En cuanto a instituciones, existen internacionales, interamericanas e instituciones del gobierno de los Estados Unidos de América, diferenciándose unas de otras no sólo por las áreas que cubren, sino por los objetivos o propósitos que persiguen y fomentan.

En vista de que la misma estructura de las instituciones no permite encuadrar dentro de sus actividades la específica del turismo, únicamente trataremos algunas de las que consideramos importantes como posibles fuentes de financiamiento para proyectos de turismo regional; son éstas, las siguientes:

a) Banco Mundial.

Dentro de los miembros del grupo de esta institución, "el

único que considera propuestas de inversión directa en la industria del turismo es la Corporación Financiera Internacional - (C FI)" (1), la que; no obstante ser miembro del Banco Mundial, - realiza sus operaciones de manera independiente. "Su propósito es el fomento del desarrollo económico en los países miembros, invirtiendo, sin garantía gubernamental, en las empresas productivas junto con el capital, privado, pudiendo ser éste y la dirección nacionales, extranjeros, o una mezcla de los dos" (2). Una característica de esta institución es que sólo invierte en zonas menos desarrolladas del mundo; sin invertir en empresas de carácter estatal, o en las que el gobierno tenga una participación considerable. Los intereses que cobra oscilan entre el 5.5 y el 6% y, aunque en algunos casos ha otorgado préstamos hasta por 35 años plazo, su promedio es de 20 años.

b) Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Institución integrada por miembros que pertenecen a la Organización de Estados Americanos; su actividad la limita a los países que siendo sus miembros, se encuentran en proceso de desarrollo. Dentro de sus propósitos está el de otorgar préstamos específicos, entre los que se cuentan aquellos destinados a proyectos que forman parte de un programa nacional o regional de desarrollo.

- (1) Finanzas y Desarrollo: "Desarrollo del Turismo" de H. David Davis. Publicación del Fondo Monetario Internacional y Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. Volumen IV, No.1. Marzo de 1967. Pág.1.
- (2) Desarrollo Industrial. Murray D. Brice. Ediciones Castilla S.A., España. Pág.192.

Esta institución también otorga los llamados "préstamos globales", a intermediarios financieros o instituciones nacionales para que éstos, a su vez, concedan préstamos a pequeños o medianos empresarios o que canalicen tales recursos hacia empresarios o entidades nacionales encargadas de ejecutar programas concretos de inversión. El tipo de interés que cobra oscila entre el 3 y el 7.5% y los períodos de amortización cubren hasta 30 años, dependiendo ambas cosas de la clase de préstamo que se haya otorgado, como del destino del mismo.

c) Agencia Internacional para el Desarrollo (AID).

Institución del Gobierno de los Estados Unidos de América, autorizada para realizar un programa de préstamos a largo plazo y bajo interés; para cooperación técnica, garantías de inversión, estudios de pre-inversión y de oportunidades de inversión. Los préstamos de AID se otorgan mediante asignaciones anuales previa autorización del Congreso de Estados Unidos y su organización toda, está sometida a la jurisdicción del Departamento de Estado.

Las operaciones que realiza esta institución se verifican en cada país por medio de misiones incorporadas en las embajadas de Estados Unidos, con funciones de supervisión específicas, entre las que se cuentan:

- 1) Cooperar con las autoridades de planificación nacional;
- 2) Colaborar en la preparación y ejecución de estudios de factibilidad para solicitudes de préstamo;
- 3) Orientar al solicitante de préstamos provenientes de los Es

tados Unidos;

- 4) Gestionar y suministrar asistencia técnica;
- 5) Supervisar y administrar la ejecución de los proyectos en que participe el financiamiento de la institución, etc.

Las condiciones mínimas concesionales de los préstamos, son de 2% durante los primeros diez años y 2.5% posteriormente, - hasta 40 años y con un período de gracia de 10 años. Las condiciones normales son de 3.5% de interés; con plazos de 15 a 25 años que incluye un período de gracia de 5 años.

La desventaja de los préstamos otorgados por AID es que en muchos casos, se hayan condicionados a que su importe sea destinado a compras en los Estados Unidos de América. Esto no elimina la posibilidad de que puedan solicitarse recursos para proyectos específicos dentro de las varias actividades económicas, incluyendo el turismo pues dentro de los programas que cubre, - se incluye vivienda, energía, industria, transportes, etc. O sea que si dicha institución considera la posibilidad de asistir con sus recursos actividades como construcción de instalaciones dedicadas a la producción de obras de infraestructura, importación de materiales esenciales y sostenimiento de ciertas instituciones sociales, podría considerarse la posibilidad de que en nuestro caso, se puedan encaminar gestiones para el financiamiento parcial o total de aquellos proyectos de importancia en que se pueda demostrar su factibilidad económica dentro del desarrollo regional de turismo.

d) Otras consideraciones sobre financiamiento externo.

Finalmente, vale la pena señalar que los préstamos concedi

dos por las instituciones del exterior, generalmente tienen que ser amortizados en la moneda en que fueron concedidos, es decir, en dólares; además, es común que estos préstamos (con muy raras excepciones), se concedan a través del gobierno del país prestatario; o sea, con garantía estatal.

Anteriormente hemos señalado tres instituciones de las que podría provenir el financiamiento externo: Una internacional, una Interamericana y una del Gobierno de los Estados Unidos; ello no significa necesariamente que éstas sean las únicas de tal naturaleza. Evidentemente, existen otras muchas cuya participación financiera podría considerarse; casos en que deberá principiarse por conocer sus características principales en cuanto a programas, propósitos y tipos de préstamos para analizar la posibilidad de contar con varias fuentes de financiamiento, entre las que se podría elegir la o las más indicadas en la ejecución de los proyectos que se consideren más importantes.

Como quiera que el desarrollo turístico es un proceso a largo plazo, debe ponerse particular interés en la obtención de préstamos a bajo interés y plazo prolongado, con el propósito principal de que los proyectos ya ejecutados, lleguen a ser auto financiables y que exista una correspondencia entre lo que se debe y lo que se invierte.

CAPITULO IX

CONCLUSIONES

1. No obstante que el desplazamiento de personas de un país a otro es tan antiguo como la humanidad misma; y que tal desplazamiento obedecía a la búsqueda de nuevas fuentes - de satisfacción de las necesidades, al espíritu de aventura o al exilio, no es sino hasta el siglo XX en que el viaje organizado y técnicamente dirigido merece el calificativo de turismo; y no es sino hasta en las últimas décadas de la primera mitad del siglo actual que el turismo ha entrado a formar parte del cuadro de actividades económicas nacionales, con muchas ventajas sobre otras por su definitiva incidencia en la tenencia de las reservas internacionales de los países que la ejercitan.
2. La actividad turística es económicamente importante por la relación directa o indirecta que guarda con otras actividades empresariales; y porque resulta ser factor decisivo al promover el dinamismo de éstas. El crecimiento del turismo adquiere particular importancia por constituir un valioso aporte para el desarrollo económico.
3. Su organización y desarrollo depende de la racional consideración de todos los elementos básicos y factores condicionantes del turismo; de ello dependerá, justamente, el éxito de esta actividad.

4. Para nuestro país representa un imperativo impostergable revisar y reestructurar todas las leyes, normas y disposiciones que en forma directa o indirecta afectan la actividad turística; pues debe propenderse a su actualización y a proveerlas de la necesaria flexibilidad en beneficio del turismo internacional. Particularmente nos referimos a las leyes de migración, de extranjería, pasaportes, disposiciones consulares y reglamentos aduanales.
5. Reconocemos que todo el territorio nacional, incluyendo hasta sus más apartados rincones cuenta con maravillas naturales y con cuadros de un folklore altamente atrayentes; empero como el objetivo de la presente tesis se circunscribe, particularmente, al departamento de Quezaltenango, y en general a la región nor-occidental de Guatemala, precisa particularizar que esta cuenta con centros activos y potenciales que deben ser aprovechados racionalmente con miras a su superación y a su más adecuada explotación.
6. Las condiciones geográficas y socio-económicas de Quezaltenango y de la región nor-occidental de la República son un patrimonio turístico que lo sitúan ventajosamente para convertirlo en plan piloto del desarrollo regional, teniendo como epicentro a la ciudad de Quezaltenango.
7. Concatenando nuestra conclusión anterior que enfatiza la necesidad de la creación de un centro piloto para regionalizar la actividad turística, precisa hacer notar que es de impostergable urgencia la creación de una Oficina Regional de Turismo; misma que estaría bajo la tutela de un Consejo Asesor con actividades específicas y que bien podría funcionar en el seno de la Municipalidad quezalteca.

8. No puede pensarse en lograr un positivo desarrollo turístico sin elaborar de previo proyectos específicos para todos aquellos centros potenciales. Sólo es dable realizarlo adecuadamente mediante procesos técnicos que con un sereno análisis de la situación puedan ejecutarse paulatinamente; para ello es indispensable el concurso de técnicos y expertos en cada uno de los campos que cubre el proyecto en cuestión.

9. No puede escapar al criterio de los funcionarios y cuerpos colegiados que pretendan hacer realidad los proyectos turísticos predeterminados que el elemento básico que juega en su realización, está limitado por los recursos económicos disponibles. El reconocimiento de esta situación, nos fuerza a tocar el importante tema del financiamiento que se requiere. Ha quedado claramente expuesto que éste puede obtenerse en el interior del país o fuera de él; con el concurso estatal y municipal; con instituciones o con el concurso de la iniciativa privada. El ideal es dar cuerpo a un proyecto con la más adecuada combinación de todos estos elementos.

BIBLIOGRAFIA

ANALISIS URBANO DE QUEZALTENANGO. 1964.

Instituciones participantes:

Consejo Nacional de Planificación Económica,
Dirección General de Cartografía,
Dirección General de Obras Públicas,
Agencia para el Desarrollo Internacional.

ALEMAN, MIGUEL.

15 Lecciones de Turismo. Consejo Nacional de Turismo, México, 1965.

BRYCE, MURRAY D.

Desarrollo Industrial; guía para acelerar el crecimiento económico. Edic. Castilla, S.A. Madrid, España.

CENSOS 1964 POBLACION.

Resultado de tabulación por muestreo, Junio /66. Departamento de Censos y Encuestas. Dirección General de Estadística, Ministerio de Economía. República de Guatemala. C.A.

CLASIFICACION INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME -
DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONOMICAS.

Informe estadístico, Serie M. No. 4, Rev. 1. Naciones Unidas.

CONSERVADORA DEL PENSAMIENTO CENTRO AMERICANO
REVISTA.

Vol. 10. No. 59. Agosto 1965. Editada por Publicidad de Ni-

caragua en Editorial Alemana. Managua, Nicaragua.

EL TURISMO A LA VISTA DE LOS POSTULADOS POLITICO-DOCTRINALES DEL MOVIMIENTO REVOLUCIONARIO.
Comisión Técnica de Turismo. México. 1964. —

ESTADISTICAS DE TURISMO. AÑOS 1965/67.
Instituto Guatemalteco de Turismo. Guatemala, C.A.

FINANZAS Y DESARROLLO.

La revista del Fondo y del Banco. Volumen IV, Número 1, Marzo de 1967. Publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. Washington, D.C. U.S.A.

LA SOCIO-POLITICA Y SU TRASUNTO EN LA LEGISLACION COMPARADA.

Consejo Nacional de Turismo, México D.F. 1964.

LEY ORGANICA DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO.

Decreto Legislativo No. 1701. Guatemala. 1967.

LEYES DE MIGRACION DE GUATEMALA.

Publicaciones del Ministerio de Gobernación. Guatemala. 1967.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL DE TURISMO.

República de Venezuela. Ministerio de Fomento. Dirección de Turismo, Mérida, Estado de Mérida, 25 al 29 de Octubre. 1961
Empresa El Cojo, S.A. Caracas 1962.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TURISTICO.

Centro Guatemalteco de Turismo. Guatemala. Diciembre 1966.

PORRES LESSING, CESAR AUGUSTO.

Mercado de Mayoreo y Terminal de Autobuses para la ciudad - de Quezaltenango. Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Arquitectura. Noviembre de 1967.

PRIMERA ASAMBLEA HISPANO-LUSO AMERICANO FILIPINA DE TURISMO.

Esquemas 1/11. Madrid 1966.

RESOLUCIONES DEL CONGRESO C.O.T.A.L. SU TRAMITE Y RESULTADOS.

Confederación de Organizaciones turísticas de la América Latina. Buenos Aires. 1966.

RITCHIE LYELL H., FOTHERGILL WILLIAM R., OLIVER ROBERT R. Y WULFING MADISON E.

Estudio Regional del Desarrollo del Turismo en Centro América. Estudio preparado para el Banco Centro Americano de Integración Económica. Tegucigalpa, D.C. Honduras. Julio 1965.

SOLOMON MORRIS J. Y EDIN OSMAN.

Análisis de Proyectos. Un sistema de formulación y evaluación de proyectos especialmente aplicable a los países en vía de desarrollo. Unión Panamericana. Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos. Washington, D. C. 1965.

TOLEDO PEÑATE DE IBARRA, IRMA LUZ.

El costo de la vida y la actividad turística en Guatemala. Seminario Nacional sobre el alto Costo de la vida. 13-18 de Marzo de 1967. Guatemala.

TURISMO, ARMA DEL PROGRESO, LA CULTURA Y LA PAZ.

Consejo Nacional de Turismo, México. D.F. México. 1964.

VIOLA, DR. JUAN JOSE.

Organización, Contralor y Contabilidad para Hoteles. Gráficos
Alfonso Ruiz y Cía. México. 1945.