

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ALDEA EL CERRITO DEL
MUNICIPIO DE AMATITLÁN, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA”**



GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2006

**MIEMBROS DE LA HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Decano	Lic. Eduardo Antonio Velásquez Carrera
Secretario	Lic. Angel Jacobo Meléndez Mayorga
Vocal 1º.	Lic. Cantón Lee Villela
Vocal 2º.	Lic. Albaro Joel Girón Barahona
Vocal 3º.	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal 4º.	P.C. Efren Arturo Rosales Alvarez
Vocal 5º.	P.C. José Abraham González Lemus

**PROFESIONALES QUE PRACTICARON
EXÁMEN DE ÁREAS PRÁCTICAS BÁSICAS**

Área Matemáticas-Estadística	Lic. Oscar Haroldo Quiñónez Porras
Área Administración-Finanzas	Lic. Otto René Burgos Ruiz
Área Mercadotecnia-Operaciones	Lic. Rolando de Jesús Oliva Alonzo

**PROFESIONALES QUE PRACTICARON
EL EXÁMEN PRIVADO DE TESIS**

Presidente:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Secretario:	Licda. Sonia Araceli Pacheco Morales
Examinador:	Lic. Mario Baudilio Morales Duarte



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

Edificio "S-8"
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
DOS DE OCTUBRE DE DOS MIL SEIS.**

Con base en el Punto SEXTO, inciso 6.1, subinciso 6.1.1 del Acta 34-2006 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 28 de septiembre de 2006, se conoció el Acta ADMINISTRACION 066-2006 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 24 de mayo de 2006 y el trabajo de Tesis denominado: "DESARROLLO TURÍSTICO EN LA ALDEA EL CERRITO DEL MUNICIPIO DE AMATITLÁN, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA", que para su graduación profesional presentó el estudiante WALTER DAVID RECINOS, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. ANGEL JACOBO MELENDEZ MAYORGA
SECRETARIO



LIC. EDUARDO ANTONIO VELASQUEZ CARRERA
DECANO



Smp.

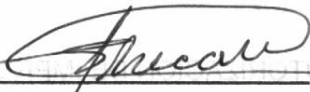
*"Todo Por Ti Carolina Mia"
Dr. Carlos Martínez Durán.
2006: Centenario de su Nacimiento.*

No. 20
Rm
Escuela de Ciencias Sociales
Escuela de Administración de Empresas
DIRECTOR
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
06-09-06

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

f: 

Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Presidente

f: 

Licda. Sonia Aracely Pacheco Morales
Secretaria

f: 

Lic. Mario Baudilio Morales Duarte
Examinador

ACTO QUE DEDICO

A MI PADRE DIOS	Quien me ha guiado y sustentado toda mi vida, por eso yo me debo a él.
A MIS PADRES	Damiana Recinos Méndez J. Charlotte Lindgren, Alvaro y Debie Flores. Por su incansable labor durante toda mi formación profesional y espiritual
A MIS SERES MÁS QUERIDOS	Luis y Melanie Rosales,
A MIS ABUELOS	Vicente y Lucia Tobar Gaspar (+) y Nicolasa Recinos
A MI ESPOSA E HIJA	Darlin Azuceth y Darling Nicole
A MIS HERMANOS	Jorge Eduardo, Evelyn Roxana, Deborah Azucena Recinos, Selvyn, César, David, Karina, Miriam, Dina, José y Jorge.
A MIS AMIGOS	Harold Alexander Cruz, Pedro Díaz, Jairo J. Flores, Evilton Chiguil, Tania, Lorena, Byron y compañeros de estudio.
A	La Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrir sus puertas del saber y todas sus bondades.
A	Todas las personas que en un momento de mi vida, me apoyaron y dieron consejo para terminar con éxito los estudios.

ÍNDICE GENERAL

	Página
INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I	
1.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN GUATEMALA	1
1.2 CONCEPTOS Y ELEMENTOS DEL TURISMO	2
1.2.1 Definición de turismo	2
1.2.2 Elementos de turismo	3
1.2.3 Proyecto	4
1.2.4 Recursos	5
1.2.5 Servicios turísticos	5
1.3 SITUACIÓN LEGAL DEL TURISMO EN GUATEMALA	6
1.4 DEFINICIONES ADMINISTRATIVAS	7
1.4.1 Concepto de Administración	7
1.4.1.1 Concepto Planificación	8
1.4.1.2 Concepto Organización	10
1.4.1.3 Concepto Integración del recurso humano	12
1.4.1.4 Concepto Dirección	13
1.4.1.5 Concepto Control	14
1.5 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	17
1.5.1 Estudio de mercado	17
1.5.1.1 Tamaño del proyecto	18
1.5.1.2 Localización del proyecto	19
1.5.2 Demanda	19
1.5.3 Oferta	20
1.5.4 Sistema de la comercialización	20
1.5.5 Publicidad	20
1.5.5.1 Publicidad de servicios	21
1.5.5.2 Misión	21
1.5.5.3 Metas y objetivos	21
1.5.5.4 Medios de promoción	21
1.6 ANÁLISIS FODA	24
1.6.1 Análisis del ambiente	25
1.6.2 Identificación de oportunidades y amenazas	25
1.6.3 Análisis de los recursos de la organización	25
1.6.4 Identificación de fortalezas y debilidades	25
CAPÍTULO II	
2.1 CONSIDERACIONES SOBRE EL TURISMO	26
2.2 ASPECTOS HISTÓRICOS DE LA ALDEA EL CERRITO	27
2.3 CARACTERÍSTICAS DE LA ALDEA EL CERRITO	29
2.3.1 Localización geográfica	29

2.3.2	Zona de influencia	30
2.3.2.1	Sector productivo	30
2.3.3	Características de turismo	32
2.3.3.1	Cluster turístico de la aldea El Cerrito	33
2.3.3.2	Capacidad instalada del sector turístico de El Cerrito	35
2.3.3.3	Medidas Sanitarias	36
2.3.4	Importancia turística	37
2.3.5	Medio Ambiente	38
2.4	PRINCIPALES ASPECTOS DE LA ALDEA	40
2.4.1	Aspecto demográfico	40
2.4.2	Aspecto de índole natural	43
2.4.3	Infraestructura	46
2.4.4	División administrativa	48
2.5	ANÁLISIS FODA	49
2.5.1	Fortalezas	49
2.5.2	Oportunidades	50
2.5.3	Debilidades	51
2.5.4	Amenazas	52

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE LA GUÍA ADMINISTRATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ALDEA EL CERRITO, MUNICIPIO DE AMATITLÁN

3.1	GENERALIDADES DE LA GUÍA ADMINISTRATIVA	53
3.2	OBJETIVOS	53
3.2.1	Objetivo general de la guía	53
3.2.2	Objetivo específico de la guía	54
3.3	ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ALDEA EL CERRITO	54
3.3.1	Planificación del desarrollo turístico	56
3.3.2	Creación del recorrido turístico	61
3.3.3	Conformación de destinos turísticos y su señalización	66
3.3.3.1	Playas públicas	66
3.3.3.2	Paso del relleno	68
3.3.3.3	Lago de Amatitlán	69
3.3.3.4	La Silla del Niño de Amatitlán	70
3.3.4	Creación del Mirador el Cerrito	70
3.3.5	Creación de galería de fotografías	71
3.3.6	Innovación de nacimientos de agua	74
3.3.7	Transformación del paso del relleno	76
3.3.8	Procedimientos para la atención de turistas	77
3.4	PLANIFICACIÓN DE INVERSIÓN	79
3.4.1	Presupuesto	80

3.5	LA PUBLICIDAD DEL PARAJE TURÍSTICO, ALDEA EL CERRITO	93
3.5.1	Misión	93
3.5.1.1	Metas	94
3.5.1.2	Determinación del mercado	94
3.5.1.3	Mercado objetivo	94
3.5.1.4	Estrategia para publicar el paraje	94
3.6	PUBLICIDAD DIRIGIDA AL TURISTA LOCAL	96
3.6.1	Objetivo de la publicidad	96
3.6.2	Meta de la publicidad	97
3.6.3	Objetivos específicos	97
3.6.3.1	Tema publicitario	97
3.6.3.2	Estrategia de medios	98
3.6.3.3	Duración de la publicidad	98
3.6.3.4	Presupuesto	99
3.7	PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES	100
3.8	PROMOCIÓN DE VENTAS	101
3.8.1	Actividades promotoras	101
3.8.2	Inversión de la promoción	102
3.8.3	Relaciones Públicas	102
3.8.4	Objetivos de Relaciones Públicas	102
3.9	CREACIÓN Y FUNCIONES DEL COMITÉ LOCAL DE TURISMO	104
3.10	CAPACITACIÓN EN EDUCACIÓN AMBIENTAL	110
3.10.1	El agua, la cuenca y sus componentes	110
3.10.2	Elemento a considerarse en la capacitación	112
	CONCLUSIONES	114
	RECOMENDACIONES	116

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	CONTENIDO	PÁGINA
1	Población por sexo y grupo étnico	41
2	Población económicamente activa -PEA-	42
3	Presupuesto estimado para la creación del recorrido turístico de la aldea El Cerrito	80
4	Costo beneficio recorridos turísticos aldea El Cerrito	82
5	Presupuesto estimado para jardinizar y el mantenimiento de las tres playas públicas de la aldea El Cerrito, previo a convertirse en destino turístico	83
6	Presupuesto estimado para reestructurar el paso del relleno de la aldea El Cerrito, previo a considerarlo destino turístico	85
7	Presupuesto estimado para promover el recorrido a la silla del Niño de Amatlán	86
8	Estimación del presupuesto para la creación del mirador, en la aldea El Cerrito, municipio de Amatlán	87
9	Inversión estimada para la creación de la galería de fotografías, aldea El Cerrito, para considerarse como un servicio turístico	88
10	Costo beneficio de la Galería de fotografías	90
11	Costo de inversión para la innovación de nacimientos de agua a orillas del lago de Amatlán, aldea El Cerrito	91
12	Resumen costo de los proyectos que la municipalidad deberá invertir para el desarrollo del turismo en El Cerrito	92
13	Recuperación del costo de inversión	93
14	Presupuesto de la publicación de la Aldea	99
15	Costo de la promoción	102
16	Gastos administrativos de relaciones públicas	104

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA	TÍTULO	PÁGINA
1	Cluster turístico de la aldea El Cerrito, Amatitlán	34
2	Población por género	41
3	Población por grupo étnico	42
4	Población económicamente activa –PEA-	43

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	TÍTULO	PÁGINA
1	Ventajas de ruedas de negocios en el marco de turismo	23
2	Identificación de sectores productivos	31
3	Prestación de servicios, medios de transporte	47
4	Procedimiento para atender al turista	78
5	Programación de actividades	100

INTRODUCCIÓN

Basados en la apertura del mercado turístico y al derecho de la recreación y el descanso de las personas se plantea la siguiente información contenida en la tesis denominada “Desarrollo Turístico en aldea El Cerrito, del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala”, con la finalidad de aportar conocimientos e información que sea de utilidad a las autoridades y organizaciones que velan por el rescate y mejor aprovechamiento del ambiente turístico entorno al desarrollo económico de la Aldea.

El trabajo esta integrado de la forma siguiente:

En el capítulo I, se da a conocer los antecedentes del turismo en Guatemala, conceptos y elementos de turismo que hacen posible el ejercicio de la actividad, así como su base legal y las instituciones que rigen el turismo en el ámbito nacional y local; se hacen definiciones administrativas con aspectos mercadológicos en relación directa al sistema de localización y comercialización de proyectos de desarrollo turístico.

En el capítulo II, se presentan las consideraciones generales del turismo, con un enfoque directo a los aspectos históricos y características de la aldea El Cerrito, específicamente lo correspondiente a su ubicación geográfica y la zona de influencia. Se elabora un análisis FODA de los aspectos administrativos derivados de su infraestructura.

En el capítulo III, se desarrolla una propuesta específica de la guía administrativa para el desarrollo turístico de la aldea El Cerrito del municipio de Amatitlán, presentando los recorridos, conformación de destinos turísticos y señalización, también la innovación de nacimientos de agua y la transformación del paso del relleno. Se presenta la planificación de inversión tomando en cuenta el presupuesto,

la publicidad del paraje turístico, publicidad dirigida al turista local, programación de actividades, promoción de ventas así como la creación y funciones del comité local de turismo.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones así como los anexos para la implantación de la guía turística elaborando para el efecto el formato de requerimientos del plan desarrollo, planos para los destinos turísticos, funciones y organigramas de instituciones que rigen la industria turística en nuestro país y el Código Ético Mundial para el Turismo.

Al final se incluye la bibliografía utilizada para la elaboración del presente trabajo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN GUATEMALA

“Guatemala es uno de los pocos países que no obstante su limitada extensión geográfica, cuenta con recursos naturales extraordinarios, que llegan a ser grandes atractivos mundiales por las condiciones climáticas, bellezas naturales, atractivas playas su abundante vegetación, flora y fauna; impresionantes paisajes, lagos, fuentes termales, ríos, montañas, volcanes y valles.

En Guatemala surge el turismo gracias a la iniciativa de Clark y la empresa Grace Line, cuando realizaron viajes marítimos y embarcaciones que llegaban hasta el Puerto de San José.

Los primeros visitantes que llegaban al país se trasladaban en tren hacia el municipio de Palín, Escuintla, lugar donde salían en automóviles hasta La Antigua Guatemala, algunos viajeros lograban llegar a la ciudad Capital. Los viajeros más audaces aventuraban trasladándose a Chichicastenango, Amatitlán y Atitlán, estos viajes eran difíciles y agotadores por la falta de carreteras de acceso, que impedían la comercialización en estos lugares. Poco después, el señor Alfredo S. Clark entró en negociaciones con la United Fruit Company, que fue una empresa de nacionalidad norteamericana que durante muchos años se dedicó en nuestro país a la exportación de frutas, usando como medio de transporte el ferrocarril, siendo así como los turistas por medio de vapores visitaban varios de los departamentos sin obviar el paso al lago de Amatitlán, llegando hasta Puerto Barrios, lugar donde se organizaron las primeras excursiones hacia la ciudad Capital, Chichicastenango, Antigua, Amatitlán y Sololá. Alfredo S. Clark murió en New Orleans, el 9 de enero de 1937 a la edad de 42 años. Otro pionero del turismo en Guatemala fue don Salvador Herrera,

quién mandó a construir un hotel en la zona 1 de la ciudad capital a principio de 1920, dicha faena la siguió su hijo Jorge Herrera Cordón a quien se le atribuye haber sido el fundador y director del Club Rotario, Club Turista y Club de Leones.

Los primeros guías del país fueron Luis Rivera y Francisco Valdez. El hotel Palace tuvo la iniciativa de adiestrar elementos en la actividad de guías turistas, por la afluencia de turistas que visitaban el país. El primer grupo de guías turistas estuvo conformado por los guatemaltecos: Roberto Ellesingue, Gerardo Fernández, los hermanos Oscar y Carlos Alvarez Orantes, Ramiro Mora, Isidoro Porras, Myrsa Hernández” (17:26).

De esta manera se establece un precedente al turismo guatemalteco.

1.2 CONCEPTOS Y ELEMENTOS DEL TURISMO

1.2.1 Definición de turismo

“Es el desplazamiento hecho por una persona fuera de su domicilio habitual, con fines establecidos y con el propósito de regresar, consiste también en viajar con un fin determinado y por un tiempo limitado, debiendo tener sobre todo la intención de no fijar residencia o buscar fines lucrativos en el país visitado.” (17:5)

El turismo ante todo es un instrumento de desarrollo para comunidades con bajos índices de producción y escasas oportunidades de desarrollo, es una actividad generalmente asociada al descanso, diversión, deporte, acceso a la cultura y a la naturaleza, este debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado para el desarrollo individual y colectivo. Los proyectos y actividades turísticas que se desarrollen en la Aldea deben encaminarse a fomentar el desplazamiento por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural si lo amerita.

“El turismo interior o interno, es aquel que realizan los nacionales de un país, sin salir de su propio territorio, este no aporta divisas, pero difunde el capital nacional por el propio país produciendo un consumo que contribuye al desarrollo económico. Y el receptivo se da cuando corrientes extranjeras entran en un país determinado. Esto significa el ingreso de divisas procedentes de los países de origen de los visitantes.” (17:17)

La ley orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo Decreto No. 1701 del Congreso de La República de Guatemala en su artículo 24 define que turista es:

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

1.2.2 Elementos del turismo

“Para dar origen al turismo se consideran dos elementos principales:

- a) El sujeto que lo realiza.
- b) El lugar donde se realiza.

Al sujeto se le conoce como turista; aquella persona que hace turismo, sea de adentro o afuera de su país de origen, con un propósito determinado. Así el lugar se considera el punto de destino.” (17:6)

En el marco del turismo se considera a toda persona un potencial turista, en el momento en que una persona ejecuta el acto de viajar se convierte en turista. Al regresar a su lugar de origen se convierte en un turista potencial. Para dejar de ser un turista potencial se necesitan dos condiciones principales:

- c) Voluntad: es el ánimo que posee una persona de ir a otro lugar siendo éste el motor del turismo, cuyo despertar puede originarse por diferentes causas simultáneas físicas, intelectuales o morales.
- d) Posibilidad: son los factores externos del individuo, tales como tiempo, dinero, medios de transporte, entre otros.

El Cluster turístico: es la agrupación geográfica de entidades, características locales, comercios e instituciones que permitirán y coadyuvarán en el ejercicio de la actividad turística y permitirá visualizar factores que intervienen en su desarrollo: los que pueden ser la accesibilidad, atractivos naturales y socioculturales, servicios y comercios equivalentes.

1.2.3 Proyecto

“El proyecto se constituye en una propuesta de inversión, que permite evaluar de manera sistemática y técnica las ventajas o beneficios y las desventajas o costos que implica llevar a la realidad convirtiéndola en un riesgo calculado.” (5:13)

El Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social -ILPES- define proyecto como: “La unidad de actividad de cualquier naturaleza que requiere para su realización del uso o consumo inmediato, a corto plazo de algunos recursos escasos o al menos limitados (ahorros, divisas, talento especializado, mano de obra calificada) aún sacrificando beneficios actuales y asegurados en la esperanza de obtener, en un período de tiempo mayor, beneficios superiores a los que se obtienen con el empleo actual de dichos recursos, sean éstos nuevos beneficios financieros, económicos o sociales.” (1:1)

Se entiende como proyecto; la oportunidad de generar un bien o beneficio, para el uso o bienestar del ser humano, para el cual requiere de un análisis, una inversión y la participación de los interesados, en espera de un resultado a corto, mediano y largo plazo.

1.2.4 Recursos

“Se define como recursos a los elementos que representan la riqueza o la potencia de una nación.” (9:826)

“Existen diferentes tipos de recursos, entre éstos:

- a) Recursos naturales: se consideran recursos naturales a los ríos, lagos, litorales, collados, manantiales de agua, termales, cordillera, valles, playas, flora y fauna.
- b) Recursos socioculturales: generados para brindar recreación y esparcimiento; espectáculos, parques de juegos mecánicos y zoológicos.
- c) Recursos de descanso y salud: estos atractivos se apoyan en los recursos socioculturales y naturales que le sirven como marco de referencia, para distinguir su oferta al turista.” (11:13)

1.2.5 Servicios turísticos

Son los que satisfacen las necesidades derivadas del desplazamiento humano temporal, pueden ser primarias (alojamiento y alimentación) y secundarias (transporte, diversión e información). La estructura funcional de servicio al turista se define como las actividades que en su interacción coordinan y cumplen con la satisfacción de las necesidades que plantea la corriente turística. Existe documentación que se proporciona al turista en forma gratuita, proveniente del sector público y privado, siendo éstos: módulos de información turística, mapas, señalización de carreteras, galerías, eventos artísticos y deportivos, servicios en terminales aéreas, terrestres y marítimas.

El sector privado presta asistencia muy específica al turista por medio del pago, ya sea antes o después del beneficio recibido. Por medio de empresas de

alojamiento, transporte, alimentación, agencias intermediarias, comercios, entre otras.

1.3 SITUACIÓN LEGAL DEL TURISMO EN GUATEMALA

La situación legal del turismo surge en el año de 1932 durante el gobierno del general Jorge Ubico, al momento de crear la oficina del Comité Nacional de Turismo, posteriormente pasó a ser la Oficina Nacional de Turismo el 12 de diciembre de 1952, mediante el Decreto 861 durante la gestión presidencial de Jacobo Arbenz Guzmán, el 19 de octubre de 1967, se emite el Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala, donde se crea oficialmente el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- durante la administración del presidente, Licenciado Julio César Méndez Montenegro, con el objetivo de promocionar, desarrollar e incrementar el turismo en Guatemala. (27.5)

Con la creación de la Ley Orgánica del INGUAT, se crea el precedente legal del turismo en Guatemala y todas las actividades orientadas al mismo.

En el año 2004 hubo un auge de iniciativas de parte del gobierno en funciones y del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, de emprender un plan agresivo en pro del turismo guatemalteco, atendiendo actividades y programas de desarrollo económico local, encaminadas a crear fuentes de trabajo que permitan la conservación de los recursos naturales y culturales del área.

Por medio del Ministerio de Relaciones Exteriores, el INGUAT está promoviendo a Guatemala como un país de atracción para el mundo. Los esfuerzos están encaminados en la suscripción de un convenio que permita capacitar a 23 funcionarios diplomáticos como agregados especializados en promoción turística y promoción internacional.

La industria turística del país, se beneficia con las políticas que se están implementando, entre éstas: “La atención a la seguridad del turista, mejora a la infraestructura en los destinos turísticos, la promoción externa e interna y un proyecto de ley que incentiva el crecimiento del sector a través de la concesión de beneficios fiscales. Se han realizado campañas divulgativas en el país, con el objetivo de crear conciencia en la población de la importancia de esta gran industria.

Para alcanzar las metas propuestas, el Instituto Guatemalteco de Turismo trabaja en consenso con entidades nacionales e internacionales que están relacionadas con el turismo nacional; como las líneas aéreas, agencias de turismo, municipalidades y otras.

Actualmente, Centroamérica y México aportan 400 mil turistas anuales, esto significa el 25 por ciento del total que ingresa a Guatemala.” (12.20)

1.4 DEFINICIONES ADMINISTRATIVAS

Es necesario considerar algunos conceptos y definiciones obligatorias que se aplicarán al contexto de la guía administrativa para el desarrollo turístico en la aldea El Cerrito, Amatitlán.

Todas las empresas o proyectos turísticos varían de tamaño, tipo de clientela, carácter, alcance de actividades, diferentes tipos de productos a ofrecer y los que agregan el componente del buen servicio, tienen éxito a lo largo de su trayectoria.

Esto forma parte importante en la administración de servicios turísticos. Para que una organización o entidad promueva el turismo es imprescindible tener claro el objetivo a alcanzar, pues la administración de una empresa turística es muchas

veces una operación de tiempo completo durante todo el año y requiere el conocimiento del proceso administrativo.

1.4.1 Administración

La administración es una ciencia para el conocimiento humano, para efecto de estudio, se conceptualiza como “un proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan objetivos específicos”. (8:6). Ampliándose en las actividades de planeación, organización, integración, dirección y control. La administración es una actividad que convierte los recursos desorganizados en resultados útiles y efectivos.

En todo tipo de organización humana existe alguna forma de administración, ésta contribuye para que los esfuerzos humanos sean más productivos. Aporta a la sociedad mejor equipo, plantas, oficinas, productos, servicios, y relaciones humanas; lleva al orden los esfuerzos, combinando los sucesos aislados y la información desarticulada en relaciones significativas.

Tal es el caso de esta guía de aportar beneficios para la Aldea El Cerrito, en cuanto a los recursos que tiene y puede ofrecer y los objetivos que pueden alcanzar mediante la organización y optimización. La guía propone que el esfuerzo debe ser conjunto para actuar en forma unánime y eficaz mediante objetivos y valores. Estas relaciones se operan después para solucionar problemas y alcanzar los objetivos.

1.4.1.1 Concepto de planificación

“Es un proceso que comienza por los objetivos, define estrategias, políticas y planes detallados para alcanzarlos...” (8:125). La planificación es una función primaria de la administración que consiste en seleccionar información y hacer

suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias que permitan realizar los objetivos organizacionales. Está compuesta de numerosas decisiones orientadas al futuro, muchos objetivos se alcanzan con la planeación, pero en la era de la globalización las tareas se han vuelto complejas, donde se involucra más tecnología, y las personas desean estar informadas y participar en lo que se va a hacer.

El objetivo de este estudio, es determinar lo que puede o debe realizarse en la Aldea para desarrollar el turismo, el curso de acción a seguir y los procedimientos en la secuencia de la operación.

1.4.1.1.1 Elementos de la planificación

- a) **Objetivos:** el punto de partida de la acción administrativa y consecuentemente de la planificación, es la fijación de objetivos. Los objetivos deben ser establecidos cuantitativamente y determinados en un tiempo específico.
- b) **Estrategias:** son cursos de acción general o alternativas, que muestran la dirección y el empleo general de recursos y esfuerzos de una organización.
- c) **Políticas:** son una guía para orientar la acción o criterios a seguir para la toma de decisiones, en problemas que se repiten dentro de una organización.
- d) **Programas:** son planes, los cuales fijan el tiempo para realizar los objetivos, permiten evaluar y predecir el futuro. Por medio de éstos se identifican problemas, se definen objetivos, metas y se proporciona la

información para la selección de estrategias y toma de decisiones.

- e) **Procedimientos:** es una serie de tareas concatenadas que forman el orden cronológico y la forma establecida de ejecutar el trabajo que deba hacerse en forma repetitiva. Son de vital importancia para la planificación y establecen la secuencia de operaciones a seguir. El desarrollo e implementación de procedimientos tanto administrativos como operacionales se puede lograr mediante la elaboración de manuales de organización, de políticas internas, financieros y otros. Los procedimientos dependen de las necesidades de la organización y si no son bien analizados, pueden causar burocracia en lugar de contribuir al logro de las metas y objetivos formulados.

1.4.1.2 Concepto de organización

“La organización consiste en la identificación y clasificación de las actividades requeridas; la agrupación de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos”. (8:246)

Organizar es establecer relaciones efectivas de comportamiento entre las personas de manera que puedan trabajar unánimes, con eficiencia y obtengan satisfacción personal al hacer tareas seleccionadas, bajo condiciones ambientales para el propósito de realizar alguna meta u objetivo. La organización se encarga de determinar qué actividades se realizarán, cómo se agruparán, quién depende de quién y dónde se tomarán las decisiones.

Es de gran importancia debido a que promueve la colaboración y negociación entre los individuos de un grupo y mejora la efectividad y eficiencia de las comunicaciones en la organización. La función organizadora garantiza la realización de actividades requeridas y la adecuada correspondencia entre éstas,

a fin de que los individuos puedan trabajar fluida, eficaz y eficientemente en grupo.

1.4.1.2.1 Elementos de organización

- a) División o especialización del trabajo: Grado en el cual las tareas de una organización están divididas en trabajos separados. En ella no se asigna la realización de todo un trabajo a un solo individuo sino se divide en varios pasos, cada uno de los cuales es llevado a cabo por una persona diferente. Para dividir es necesario seguir una secuencia que abarca las siguientes etapas: La primera; jerarquización que dispone de las funciones del trabajo social por orden de rango, grado o importancia. La segunda; que divide y agrupa todas las funciones y actividades, en unidades específicas, con base en su similitud.
- b) Departamentalización: es la agrupación de actividades de acuerdo con las funciones de una organización, pudiendo ser funcional, por productos, geográfica o por procesos; contando con las personas que desempeñarán los mismos deberes, bajo la supervisión de un administrador.
- c) Cadena de mando: Línea ininterrumpida de autoridad que se extiende desde los niveles más altos de la organización hasta los niveles más bajos y aclara quién debe rendir cuentas a quién. Está comprendida en la autoridad, son los derechos inherentes a un posición administrativa por los cuales la persona puede dar órdenes y esperar que éstas sean obedecidas; responsabilidad, es la obligación o expectativa de lograr un rendimiento determinado; a unidad de mando el que significa que una persona deberá tener un superior y sólo uno, ante quién será directamente responsable y amplitud de control, se refiere a cuántos subordinados puede supervisar un gerente en forma eficiente y eficaz.

- d) Coordinación. Es la sincronización de los pasos y los esfuerzos de un grupo social, con el fin de lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez, en los trabajos desorganizados de los objetivos..

- e) Descentralización y centralización: es la tendencia a distribuir la autoridad de toma de decisiones en una estructura organizada. Supone la cuidadosa selección de cuáles decisiones desplazar a niveles inferiores de la estructura organizacional y cuáles otras retener en la cima, el establecimiento de políticas específicas para orientar la toma de decisiones, la apropiada selección y captación del personal y controles adecuados.

El administrador u operador de servicios turísticos que promueva el turismo en la aldea El Cerrito, debe tener claro la estructura de su organización, al momento de ejecutar las acciones pertinentes de cada proyecto. Considerar los criterios siguientes: las funciones de los puestos, obligaciones, delegación de autoridad, división del trabajo, agrupación de actividades en una estructura lógica, designación de actividades, asignación de recursos, coordinación de esfuerzos, funciones, jerarquías y puestos.

1.4.1.3 Concepto de Integración del recurso humano

Consiste en ocupar y mantener así los puestos de la estructura organizacional, mediante la identificación de los requerimientos de fuerza de trabajo, el inventario de las personas disponibles y el reclutamiento, selección contratación, ascenso, evaluación, planeación de carreras, compensación y capacitación o desarrollo del personal, con el fin de que puedan cumplir eficaz y eficientemente las tareas.
(8:374)

1.4.1.3.1 Etapas de la Integración

- a) Reclutamiento: se refiere a la obtención de los candidatos para ocupar los puestos de la empresa.
- b) Selección de recursos humanos: elegir mediante la utilización de ciertas técnicas, entre los diversos candidatos el más idóneo para el puesto, de acuerdo con los requerimientos del mismo.
- c) Introducción o inducción: articular o armonizar adecuadamente al nuevo elemento con los objetivos de la empresa y con el ambiente organizacional.
- d) Capacitación y desarrollo del personal: lograr el desarrollo e incremento de las capacidades del personal, para lograr su máxima eficiencia.

El administrador de servicios turísticos deberá determinar los procedimientos para dotar a la institución, que realice proyectos de turismo en la Aldea, de los medios necesarios para el eficaz funcionamiento, mediante la selección de técnicas para escoger los elementos o personal necesario. Proceder ante las organizaciones responsables de turismo, desarrollo comunitario y autoridades gubernamentales y locales a brindar asesoramiento y asistencia técnica en actividades turísticas que desarrollen y afecten el medio ambiente para facilitar el desarrollo turístico local.

1.4.1.4 Concepto de dirección

“La función administrativa de la dirección es el proceso consistente en influir en las personas para que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales.” (8:498)

Es la etapa de la administración que impulsa y modera la voluntad de cada elemento, para que realice sus acciones conforme a los planes aprobados. Se encarga de motivar a los subordinados, guiar a otros, seleccionar los canales de comunicación más eficaces y resolver conflictos. Por medio de la dirección, los administradores ayudan a las personas a darse cuenta que pueden satisfacer sus necesidades y utilizar su potencial y contribuir al cumplimiento de los propósitos de la organización manteniendo su integridad.

1.4.1.4.1 Elementos de la dirección

- a) Motivación: se refiere al impulso y esfuerzo por satisfacer un deseo o meta. Los administradores motivan a sus subordinados a realizar actividades con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a estos subordinados a actuar de determinada manera.
- b) Liderazgo: es el proceso de influir en las personas para que se esfuercen voluntaria y entusiastamente en el cumplimiento de metas grupales. La esencia del liderazgo son los seguidores, lo que hace que una persona sea líder es la disposición de la gente a seguirla. Los líderes prevén el futuro, inspiran a los miembros de la organización y trazan la ruta que ésta seguirá.
- c) Comunicación: es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla. Es uno de los medios efectivos de la dirección dentro de cualquier empresa para facilitar la coordinación de las actividades administrativas, sin ella no se pueden intercambiar ideas y experiencias. La efectividad de esta transición de lo que el administrador sabe, piensa y cree determina y condiciona las realizaciones administrativas.

El administrador de servicios turísticos debe asegurar que se cumpla, impulse, coordine y controle las funciones de cada elemento según los proyectos a

realizar; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés en la labor turística que se ejecuta en pro del turismo de la Aldea.

1.4.1.5 Concepto del control

“La función administrativa de control es la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos y los planes ideados para alcanzarlos.”(8:636)

Se entiende como el proceso de la evaluación y corrección de las actividades que ejecutan los trabajadores conforme instrucciones y órdenes de trabajo para asegurarse de lo que se realiza se ajusta a los planes. De este modo mide el desempeño con relación a las metas y proyectos, muestra donde existen desviaciones negativas para corregirlas, contribuyendo a asegurar el cumplimiento de los planes. Aunque la planeación debe preceder al control, los planes no se logran por sí mismos. El plan guía a los administradores para que en el momento oportuno apliquen los recursos necesarios para lograr metas específicas.

La importancia del control radica en que permite medir el desempeño para que los administradores puedan recibir señales de cómo marchan las cosas a fin de que no tengan que vigilar cada paso de la ejecución de los planes, entonces las actividades son medidas para determinar si se ajustan a la acción planeada.

1.4.1.5.1 Elementos del control

- a) Establecimiento de estándares: debido a que los planes son el punto de referencia para la creación de controles por parte de los administradores, se hace necesario el establecimiento de estándares. Dado que los planes

varían en lo que se refiere a su grado de detalle y complejidad, y que por lo general los administradores no pueden vigilarlo todo, es preciso establecer estándares. Los estándares son los puntos seleccionados en un programa de planeación en su totalidad en los cuales habrá de medirse criterios de desempeño, siendo los objetivos específicos frente a los cuales podrá medirse el progreso.

- c) Medición del rendimiento: se debe realizar con fundamento en la previsión, a fin de que las desviaciones puedan detectarse antes de que ocurran y evitarse mediante las acciones apropiadas. El administrador puede predecir en ocasiones, probables incumplimientos de los estándares, al realizar mediciones sobre el rendimiento real. Se debe valer de la observación personal, informes estadísticos, informes verbales y escritos.
- d) Corrección del rendimiento real: el punto donde el control se concibe como parte del sistema total de administración y se pone en relación con las demás funciones administrativas. Los administradores pueden corregir las variaciones del rendimiento al detectar ciertas actividades o acciones de trabajo deficientes y se opte por una acción correctiva. como rediseñar sus planes o modificar sus metas, o bien las pueden corregir al ejercer su función de organización o reasignar o aclarar deberes.
- e) Revisión de estándares: Es posible que la variación haya sido resultado de que se utilizó un estándar que no era realista; es decir, la meta fue demasiado alta o demasiado baja, en este caso el estándar será objeto de corrección y no el rendimiento.

El control se debe ejercer en los proyectos a desarrollar en la Aldea, se basará en el desarrollo de políticas internas para la tomas de decisiones y cumplir las

políticas y disposiciones legales de organizaciones gubernamentales y locales en la conservación y desarrollo de la comunidad y rijan las actividades de turismo.

Para llevar una inspección al cumplimiento de los estándares, desempeño y corrección de desviaciones el administrador de servicios turísticos deberá elaborar, ejecutar programas y objetivos a corto, mediano y largo plazo. Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas. Corregir las desviaciones operativas que surjan en el desarrollo de los productos turísticos como la conformación de puntos turísticos, cambios de infraestructura, promoción de la Aldea, creación de nuevos servicios tal como galería de fotografía entre otros, determinando los procedimientos y métodos específicos de trabajo. Proponer medidas de ajuste a las actividades con la elaboración de tiempos de operación, cuadros de control y la implementación de informes que incluyan el avance del proyecto y el tiempo estipulado para su entrega como producto terminado.

1.5 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

1.5.1 Estudio de mercado

Uno de los factores más importantes en el estudio de proyectos, es la determinación de su mercado, tanto que aquí, se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitos. “El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial.” (20:49)

“Se le conoce también, a la recopilación científica de información afín al área que se desea cubrir, con el objeto de facilitar la toma de decisiones, tiene la finalidad

de proporcionar los datos económicos más relevantes y necesarios, entre los cuales se mencionan el nivel de oferta, precios y comercialización del bien o servicio a prestar". (21:50)

El estudio de mercados requiere de pasos básicos para su investigación tales son el definir el problema y los objetivos, formular un plan de investigación, aplicar el plan e interpretar y presentar los resultados. La fuente de información pueden ser primarios y secundarios y los procedimientos que se pueden usar para recabarla son por medio de la observación, encuestas y experimentos.

El administrador requiere de información veraz y útil en forma constante para cada una de sus pasos, para el análisis, planeación, organización, aplicación y el control, dirección e integración del recurso humano, máxime en el contexto mercadológico donde se requiere estar informado a cambios que afecten las decisiones mercadológicas.

1.5.1.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto se basa en relación al mercado meta, esto mide la relación de la capacidad productiva a cubrir durante un período considerado normal, para las características de cada proyecto en particular. El tamaño está íntimamente ligado con las variables de oferta y demanda del producto y con todos los aspectos del proyecto. La magnitud del proyecto no debe ser mayor que la demanda actual y esperada del mercado, ni la cantidad demandada, menor que el tamaño mínimo económico del proyecto. Al definir el tamaño como una función de la capacidad, se hace necesario diferenciar las capacidades teórica, máxima y normal.

- La capacidad teórica: es el volumen de producción que, con técnicas óptimas, permite operar al mínimo costo unitario.

- La capacidad máxima: es el mayor volumen de producción que se puede lograr sometiendo los equipos a su pleno uso independientemente de los costos de producción que genere.
- La capacidad normal: es aquella que, en las condiciones que se estima regirán durante la ejecución del proyecto ya implementado, permitan operar a un mínimo costo unitario.

1.5.1.2 Localización del proyecto

Hay que concluir que existe más de una solución factible adecuada, al momento de hacer un estudio para la localización del proyecto. Más cuando el análisis se realiza en nivel de prefactibilidad, donde las variables relevantes no se determinan de forma concluyente por el constante cambio de intereses de las comunidades. Por lo tanto, la selección de la ubicación debe considerar su carácter definitivo o transitorio y optar por aquella que permita obtener el mayor rendimiento del proyecto.

1.5.2 Demanda

“La demanda se asocia a distintos niveles de precios y condiciones de venta y se proyecta en el tiempo, independizando claramente la demanda deseada de la esperada.” (20:49)

Se caracteriza por determinar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc., para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

1.5.3 Oferta

“Se define como el volumen de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.” (21:52)

La determinación de la oferta suele ser compleja, por cuanto no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto, la potencialidad real de la ampliación de la oferta al desconocer la capacidad instalada ociosa de la competencia, sus planes de expansión o los nuevos proyectos en curso.

1.5.4 Sistema de la comercialización

“Es el conjunto de relaciones sociales que se establecen mediante de distintos canales de comercialización entre el productor y el consumidor, con el objeto de vender la mercancía en el mercado y así realizar la plusvalía generada en el proceso de producción” (20:23)

También incluye el acopio, transporte, selección, limpieza, tipificación, almacenamiento, empaque, elaboración inicial, la búsqueda de abastecedores y mercado, además del financiamiento de los gastos que ocasiona la conservación del producto desde que se paga al productor hasta que el consumidor lo compra.

1.5.5 Publicidad

La función de la publicidad se refiere a crear conciencia de la marca y preferencia por el producto y ambas son funciones de la comunicación. La publicidad es uno de los instrumentos de comunicación más flexibles y creativos del marketing. La usan casi todas las compañías, independientemente que clientes tengan un

alcance internacional o estén limitados a unas cuadras a la redonda. Esta se usa para resolver gran cantidad de problemas de comunicación de marketing.

1.5.5.1 Publicidad de servicios

Esta se encarga de promover el servicio en lugar de un producto. Debido a que los servicios son básicamente iniciativas personales, la publicidad de servicios casi siempre tiene un fuerte elemento institucional. Las compañías con frecuencia conservan el mismo slogan, tema o marca de identificación durante largos plazos de tiempo a fin de aumentar la conciencia de los consumidores.

1.5.5.2 Misión

Enuncia su principal razón en la que se basarán todos los esfuerzos de la empresa.

1.5.5.3 Metas y objetivos

Son resultados deseados cualitativamente y cuantitativamente en un tiempo determinado.

1.5.5.4 Medios de promoción

Los medios de promoción más eficaces para llegar al grupo meta son:

a) Material promocional

Dirigido al mercado nacional y regional, como afiches, trifoliales e impresos que ofrezcan los productos en su conjunto. El contenido de su información es la siguiente:

- La región y la dirección del lugar donde se ofrecen los servicios

- Un mapa indicando la ubicación geográfica de la Aldea.
- La información debe estar en dos idiomas español e inglés.
- Fotografías de la Aldea y los productos
- Precios de los servicios a prestar.
- Teléfonos de seguridad

b) Internet

Con este medio de comunicación se puede hacer enlaces con menor costo y aumentar el beneficio. Para esto es necesario contar con una página o sitio web, donde se presenten los productos de la Aldea. La dirección electrónica debe ser fácil de escribir para su recordatorio.

c) Participación en ferias de turismo, turismo comunitario y ecoturismo

La participación en ferias de turismo o específicamente en turismo comunitario permitirá dar a conocer y tener un acercamiento con los clientes. Es una promoción que permite lograr enlaces con tour operadores u otras agencias interesadas en combinar paquetes integrados.

d) Organizar eventos turísticos

Organizar eventos en los que se integren servicios, permite posicionar las rutas y lograr un flujo constante de turistas nacionales en épocas bajas de turismo. Los eventos pueden ser combinados con competencias de ciclismo de un punto a otro dentro de la misma comunidad.

e) Organizar viajes de familiarización

Consisten en dar a conocer los nuevos productos y servicios que ofrece la comunidad, a los agentes de turismo, operadores de turismo y medios de

prensa para que ellos sean los protagonistas de la promoción y formen enlaces directos con el mercado objetivo.

f) Paquetes turístico integrados (Servicios + atractivos)

Establecer alianzas entre los prestadores de servicios como: hospedaje, alimentación, guías, atractivos y transporte.

g) Organizar y/o participar en ruedas de negocios

En la ruedas de negocio hay reuniones de compradores y vendedores de diferentes lugares que realiza CAMTUR, en una serie de entrevistas se explora la posibilidad de hacer negocios en un determinado sector, con la ayuda de especialistas en el tema. Se organizan para fomentar el comercio entre sectores que tienen comercio limitado o inexistente y por otro medio sería difícil que obtuviera información necesaria para aumentar sus intercambios. Estas ruedas cumplen su objetivo de ampliar y promover el intercambio comercial.

Se presentan las ventajas de ruedas de negocios a continuación:

**TABLA 1
VENTAJAS DE RUEDAS DE NEGOCIOS EN EL MARCO DE TURISMO**

Para los organizadores	Para los participantes
<ul style="list-style-type: none"> • Transforman las intenciones políticas en comercio real. • Son polifacéticas; abarcan compras, ventas e inversiones de bienes y servicios. • Su impacto es de consideración por los volúmenes que llegan a alcanzar a negociar en tan corto tiempo y a bajos costos. • Credibilidad de las instituciones organizadoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorran tiempo • Ahorro de dinero • Buenos resultados • Oportunidad para comerciantes de introducir sus productos al escenario comercial.

Fuente: Tesis "Como incrementar la comercialización del servicio turístico" año 1999

Las ruedas de negocios brindan la oportunidad de reunir a tour, operadores y productos turísticos en un lugar y tiempo determinado, para organizar un servicio de calidad, de hacer contactos y alianzas.

h) Mercadeo de productos turísticos, servicios y artesanales:

El plan de mercadeo debe motivar la participación en campañas publicitarias a los oferentes de productos, asegurarles que los medios a usar son los más efectivos para promocionar sus productos y se prestan para ser monitoreados según la necesidad. Con esta estrategia se estaría abriendo paso a la comercialización de productos y servicios turísticos con otros sitios turísticos.

El intercambio puede ser otra forma de mercadear; el intercambio de productos artesanales y folletería con otros lugares turísticos de la región, hace que divulgue la información que nos interesa dar a conocer y alcanzar a nuestro segmento de mercado. La forma de hacerlo es intercambiar productos artesanales (trasmallo, mojarra, varas de pescar, pinturas), con otros, para irrumpir interés en lo propio de la Aldea.

La participación en ferias de ecoturismo, es otra forma de promocionar el lugar y productos propios.

1.6 ANÁLISIS FODA

Es el proceso que permite poner en evidencia los factores internos y externos que influyen en el ambiente empresarial y debe ser considerado en la coordinación y toma de decisiones para el logro de los objetivos.

1.6.1 Análisis del ambiente

Es el estudio preciso de lo que está teniendo lugar en su ambiente y está consciente de las tendencias importantes que pudieran afectar sus operaciones.

1.6.2 Identificación de oportunidades y amenazas

Se origina en el análisis de la acción administrativa y después de analizar el ambiente la administración necesita evaluar las oportunidades que la organización puede explotar y de amenazas a las que se enfrentará.

1.6.3 Análisis de los recursos de la organización

Esta se enfoca en la situación fuera de la organización, de mirar hacia dentro de ésta. ¿Cuáles son las habilidades y capacidad de los empleados de la organización? ¿Cuál es la posición de efectivo de la organización? ¿Ha tenido éxito en el desarrollo de productos nuevos e innovadores? ¿Cómo percibe el público la organización y la calidad de sus productos o servicios?

1.6.4 Identificación de fortalezas y debilidades

Esta conduce a una evaluación nítida de fortalezas y debilidades de la organización. Se podrá identificar la competencia distintiva de la organización o las habilidades y recursos únicos que determinan las armas competitivas de la organización.

CAPÍTULO II

2.1 CONSIDERACIONES DEL TURISMO EN AMATITLÁN

El diagnóstico de la aldea El Cerrito, se obtuvo mediante la investigación de campo, donde participaron habitantes y autoridades del lugar. Permitió identificar elementos naturales y culturales, problemas a solucionar y fortalezas y oportunidades que ofrece el turismo, que al momento no son aprovechados para el desarrollo del turismo local.

Se presentan los lugares y actividades del turismo que se desarrollan en Amatitlán, entre los cuales se mencionan:

- a) El lago: atrae en tres aspectos, siendo éstos su panorámica, para los fotógrafos y pintores amantes de admirar los paisajes, sus balnearios, para quienes por distracción o necesidad tienen que bañarse y su plataforma de deportes para los veleristas, esquiadores, remeros y navegantes de lancha de motor.
- b) Baños termales, atractivos por sus aguas sulfurosas.
- c) Su comida y los dulces criollos.
- d) La imagen del Niño Dios de Amatitlán, siendo centro de la fe de muchos guatemaltecos.
- e) El Relleno, que une al municipio de Villa Canales con la aldea El Cerrito.

- f) Nacimientos de agua caliente, ubicadas a la orilla del lago, parte sur, por la cercanía al volcán de Pacaya.
- g) Hotel Posada Don José o del Lago, con instalaciones para actividades religiosas, restaurante y bar, ubicado en la aldea El Cerrito.
- h) Monte Sión, es un campamento para actividades religiosas, cuenta con piscina y cabañas, lugar adecuado para acampar, ubicado en la aldea El Cerrito.

2.2 ASPECTOS HISTÓRICOS DE LA ALDEA EL CERRITO

El paseo fuera de la ciudad Capital a otros lugares del país principalmente a La Antigua Guatemala y Amatitlán en los años 1800 a 1950, era de gran travesía para los turistas, según relatan los textos de Stephe, Jacobo Haefkens, Thomas Gage, Fuentes y Guzmán, coinciden en el bello paisaje que ofrece Amatitlán, su cultura, su gente, cultivo, costumbres, comida criolla y las sub estaciones de tren ubicados en la aldea El Cerrito como el de la cabecera del municipio.

Se considera que los fundadores de la aldea fueron trabajadores de la Internacional Rail of Central América -IRCA- de ferrocarriles, que en tiempos anteriores vivieron y trabajaron en este lugar. La aldea El Cerrito llamada también El Relleno o Estación Laguna, se considera fundada como tal, hace 50 años y sus principales líderes fueron: Domingo Santos, Antonio Guzmán, Justiniano Donis, Ventura Solórzano, Abraham Canizales, Concepción Ardón, Juan Ramón Pineda, Úrsulo Mexicanos, Raimundo Sánchez, las familias Crispín, Moraga, Calito y Gil.

Parte de la Aldea fue vendida a la Empresa Eléctrica, en donde se construyó la Planta Termoeléctrica Laguna, para la generación de electricidad. El 15 de enero de 1957 bajo el gobierno municipal del señor Mariano Mazariegos, se declaró legalmente como aldea este caserío, día en que se celebra la feria de la localidad, teniendo como patrón de la Aldea, al Señor de Esquipúlas.

“El turismo en la aldea El Cerrito, nace en forma empírica, convirtiéndose en una actividad desorganizada donde las personas trabajan por cuenta propia, sin preocuparse por llenar ciertas condiciones indispensables para la atención del turista.” (4:84)

Al turismo no se le considera como alternativa de desarrollo local y al crecimiento económico por parte de los habitantes y autoridades, tal razón los servicios que se prestan son de baja calidad y los puntos de esparcimiento que tiene la Aldea se encuentran en constante deterioro y abandono.

En el año de 1881 la compañía americana Nanne y Asociados comienza la construcción del Relleno, que vendría a ser el atractivo del lugar, con la construcción del paso, el lugar vino a ser un atractivo para los vecinos y los turistas que hacían uso del ferrocarril. Fue así como el lugar empezó a tener apogeo y las personas se interesaron en realizar viajes con el propósito de visitar el lago, las primeras comerciantes que surgieron y vieron la oportunidad para ofrecer sus productos fueron las famosas vendedoras de dulces típicos conocidas como mengalas de Amatitlán, que vestían lindos y coloridos atuendos, convirtiéndose con el pasar de los años en una figura que identifica al pueblo amatitlanéco. El acelerado crecimiento demográfico de la ciudad capital tuvo repercusiones negativas para el Lago, afectando la afluencia de turismo y calidad del mismo, otro acontecimiento que dañó el turismo del lugar fue la desaparición del ferrocarril en el ámbito nacional,

acompañado por la indiferencia del INGUAT, institución que no ha realizado proyectos o generado propuestas a favor de la Aldea, para mejorar sus condición turística.

Con los años la Aldea dejó de ser un atractivo, por lo tanto la clase de turista que visita el lugar con frecuencia, es el nacional de clase media baja, que genera la mayor parte de divisas para la aldea, comparado con la afluencia del turismo receptivo extranjero, que se da en menor escala; y éste en su mayoría hace un recorrido por el lugar sin consumir.

2.3 CARACTERÍSTICAS DE LA ALDEA EL CERRITO

Permiten visualizar los factores que intervienen en el desarrollo competitivo de la Aldea, e identificar los factores que se deben desarrollar para competir con otros destinos turísticos en el ámbito departamental.

2.3.1 Localización geográfica

Tiene una extensión de seis kilómetros cuadrados, está ubicada a orillas del lago de Amatitlán, a 37 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala y a ocho kilómetros de la cabecera municipal de Amatitlán, limita al norte con el lago, al sur con las aldeas los Humitos y El Durazno, al oriente con Tacatón y al occidente con la aldea Llano Largo y finca Panquejochó jurisdicción de Amatitlán.

La altitud de la Aldea es de 1,186 a 1,282 metros sobre el nivel del mar (msnm) en forma inclinada, la parte alta de la Aldea, es escarpada con mesetas planas; la parte media es escarpada a ondulada y la parte baja es ondulada a plana. La precipitación pluvial oscila entre 1,350 a 1,500

milímetros (mm) y la humedad relativa del aire oscila entre 75% y 80% y la temperatura regularmente es de 20° centígrados.

2.3.2 Zona de influencia

La zona de mayor fuerza turística se ubica en la parte del relleno, siendo una vía de paso y unión de los municipios de Villa Canales y Amatitlán, alrededor del paso existen ventas de comida, caña de pescar, trasmallo, servicio de lancha y espacio para realizar alguna actividad de pesca, siendo la plataforma de turismo para el lugar.

Los fines de semana es cuando más frecuentan la Aldea los visitantes provenientes de los municipios que colindan con la misma, muchas personas se desplazan a los puntos complementarios que ofrece la Aldea; las playas de Planta Laguna y Playa Linda frente a la finca La Ceiba, jurisdicción de la Aldea; otros hacen uso del servicio de lancha para dar un paseo hacia el Castillo de Piedra y venerar la Silla del Niño Dios de Amatitlán.

Por la baja calidad de servicios y la mala atención al público, así como el abandono del lugar, ha menguado la afluencia de turistas, sin embargo la Aldea cuenta con un potencial para recrear al turista local.

2.3.2.1 Sector productivo

Los sectores productivos son la base de la economía de todo pueblo, en ellos se desenvuelven las diferentes actividades económicas, generando empleo e ingresos, éstos se dividen por su función que desempeñan.

En la aldea El Cerrito se cuentan con diferentes sectores productivos, se listan a continuación:

TABLA 2
ALDEA EL CERRITO, MUNICIPIO DE AMATITLÁN
IDENTIFICACIÓN DE SECTORES PRODUCTIVOS
AÑO 2004

SECTOR	ACTIVIDADES
Primario	Agrícola y extractivo
Secundario	Industria de transformación
Terciario	Comercio y servicios

Fuente: investigación de campo, 15 abril 2004

El sector primario esta constituido por: siembra de grama, utilizada por los jardineros que trabajan en las colonias ubicadas en el Municipio, para patio y remodelación de jardines y se consume fuera del municipio. Se cosecha tomate, maíz, frijol, hortalizas, chile pimiento, aguacate, fruta, café entre otros, se extrae en cantidades pequeñas pescado, caracol y cangrejo, para consumo familiar.

En el sector secundario, tiene lugar la planta generadora de energía, que distribuye a los municipios aledaños de Amatitlán y Palín, Planta Laguna, donde acoge a un grupo de 40 trabajadores y existe una pequeña maquila de ropa que funciona dentro de la Aldea, en casa particular.

Dentro del sector terciario se encuentra un hotel con restaurante y cuatro campamentos, un campamento religioso, ventas de comida, servicio de lancha, venta de caña de pescar, canastos de tul, una abarrotería con servicio de teléfono y diez tiendas particulares, una organización no gubernamental que presta sus instalaciones para actividades recreativas y realizan seminarios para los pobladores y dos escuelas que funcionan en la Aldea.

Los servicios que se prestan a orillas del lago son de baja calidad, las personas que están a cargo son de escasos recursos y no tienen los conocimientos básicos para brindar al cliente un servicio de calidad con valor agregado. Por otra parte los artesanos de la Aldea no han sido capacitados con técnicas innovadoras para mejorar la presentación de sus productos. No existe organización, ni autoridad que se interese en brindarles apoyo con talleres de capacitación para el manipuleo de comida, prestación de servicios y producción de artesanías.

2.3.3 Características del turismo

Para determinar el potencial turístico de los sitios de la aldea El Cerrito se dividió en atractivo central, complementarios y actividades de apoyo.

- El atractivo central: el paso del Relleno y el lago.
- Atractivos complementarios: el mirador a la ciudad capital, playa pública Planta Laguna, Playa Linda frente a la finca La Ceiba, canchas de papi fut y los nacimientos de agua caliente.
- Las actividades de apoyo que actualmente se ofrecen en el área, la pesca, elaboración de canastos de tul, venta de caña de pescar, ciclismo, comida criolla (El pirrín), actividades infantiles, alimentación, vestuario y estudios; charlas de cuidado del medio ambiente, proporcionados por la organización no gubernamental “Infancia con Futuro” y la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitlán - AMSA -.

En este sentido, el turismo ofrece múltiples opciones de desarrollo económico local por medio de la creación de productos turísticos competitivos, con un enfoque de aventura, concienciación ambiental y respeto a la biodiversidad.

2.3.3.1 Cluster turístico de la aldea El Cerrito

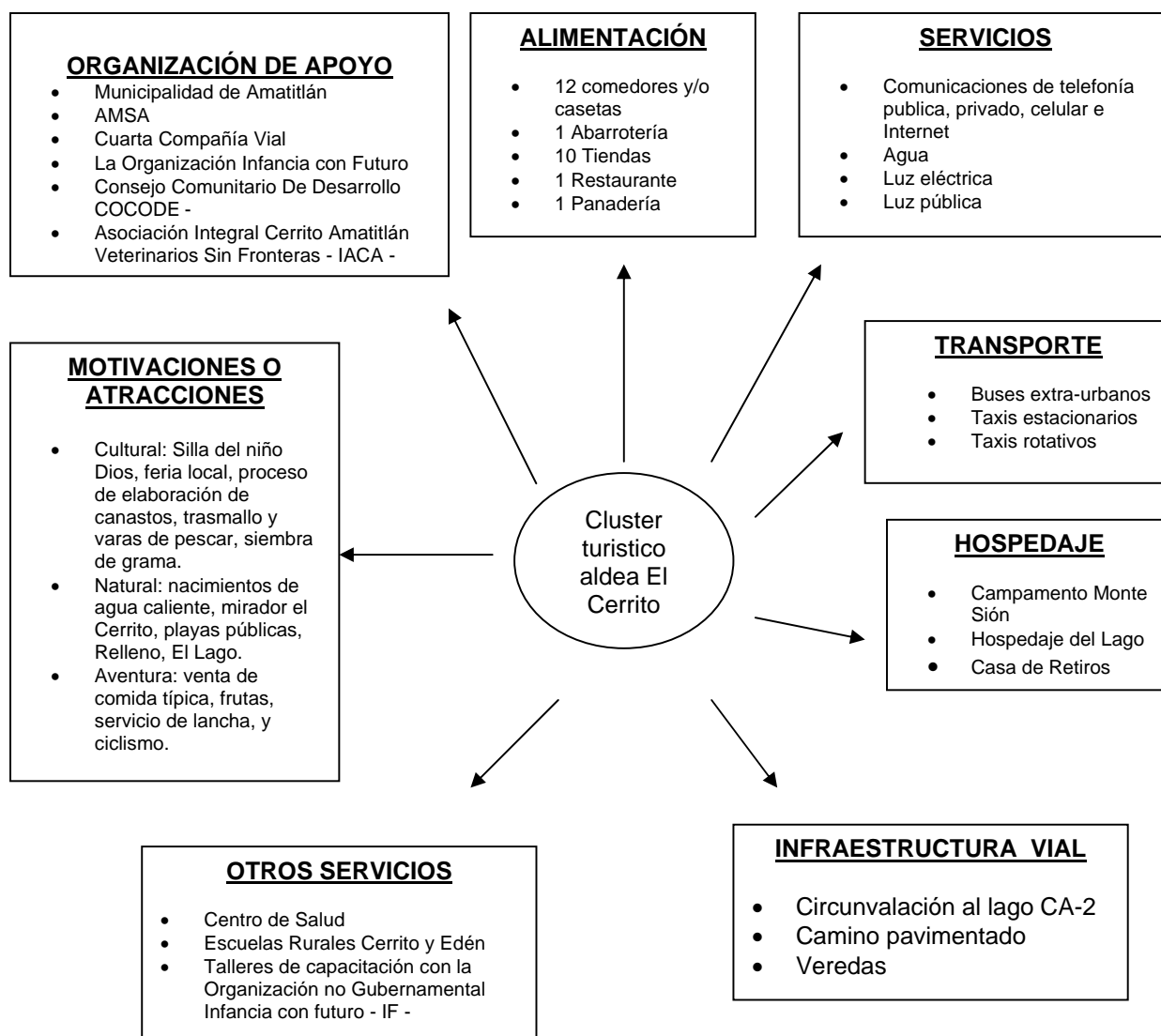
Según la investigación de campo, la aldea El Cerrito cuenta con algunos criterios o preceptos necesarios para el desarrollo turístico como: acceso vial, atractivos naturales, socioculturales y de forma limitada la alimentación e infraestructura en los atractivos y en la comunidad, también bajo nivel de condiciones básicas, como los servicios sanitarios, alquiler de lanchas, hospedaje, drenajes, falta de señalización vial turística y de servicios.

Existe la cuarta compañía vial, encargada del mantenimiento de la circunvalación del lago, como su señalización; la organización no gubernamental “Infancia con Futuro”, donde funciona un molino y una panadería, al servicio de la población, se imparten seminarios de interés para la población y talleres de panadería y repostería. También se encuentra la Asociación Integral Cerrito Amatlán -AICA-, asesorada por, veterinarios sin fronteras; velan por el cuidado animal en propiedad, y el animal ambulante, evitando las enfermedades que puedan afectar a la población y al propio animal.

La población tiene acceso a la comunicación a través, del servicio telefónico, público y privado, servicio de internet satelital, servicio de correo y servicio de cable y a la salud por medio del puesto de salud Cerritos, que funciona para las aldeas de: Humitos, Tacatón, Belén, San José, entre otras. El horario de atención es de 7:00 a 16:30 hrs. de lunes a sábado.

Se presenta la gráfica donde se considera el cluster turístico de la Aldea:

GRÁFICA 1
CLUSTER TURÍSTICO DE LA ALDEA EL CERRITO, AMATITLÁN
AÑO 2004



Fuente: Investigación de campo abril 2004

2.3.3.2 Capacidad instalada del sector turístico de la aldea El Cerrito

Para completar el diagnóstico de la Aldea, se llevó un estudio del sector turístico a propietarios de hoteles y comedores, para determinar la capacidad de albergue.

- a) Hospedajes: en la Aldea operan dos hoteles, el primero Posadas del Lago, que esta dividido en cinco campamentos, el primero tiene dos salones con capacidad de 100 a 150 personas, 1 cancha de basket ball, 2 piscinas, 1 comedor equipado con sus mesas, sillas y manteles, área de fogata, juegos infantiles, baño sauna natural, 10 dormitorios y baño privado; el segundo campamento tiene un salón para actividades con capacidad de 80 a 100 personas, el tercer campamento tiene capacidad para atender a 60 a 80 personas un salón al aire libre, 8 dormitorios equipados, el cuarto campamento tiene la capacidad de albergar a 60 a 80 personas con la mismas características del tercer camapamento, y el quinto campamento tiene un salón con capacidad de albergar a 60 a 80, una mini cancha de basket ball, y cocina equipados, servicios sanitarios colectivos. Por aparte el lugar tiene dos parqueos para 6 buses y 20 vehículos. El hospedaje Monte Sión, tiene tres salones con capacidad para atender a 100 personas en cada salón, 30 cabañas con capacidad de 8 a 10 personas con baños comunitarios y 6 habitaciones con servicios privados. Una piscina, campo de futbol, cancha de basket ball, área para picnic y fogatas.

- b) Comedores: existen 12 comedores o casetas donde se vende comida el las casetas que tienen comedor son 4, tienen la capacidad de atender en mesas a 25 a 35 personas, las demás casetas solo

despacha la comida en bancos y pequeñas mesas, por la clase de comida que vende.

- c) Tarifas: para los hospedajes el costo por persona es de Q. 25.00 por persona, el ingreso y uso de las instalaciones durante el día, sin hospedaje tiene un costo de Q. 15.00 por persona. Los precios de los menús en los hospedajes oscilan de Q. 15.00 a Q. 20.00, teniendo 10 menús diferentes. En los comedores y casetas de la Aldea los precios varían según el tipo de comida a consumir, los precios son de Q. 10.00 a Q. 25.00 según el menú.

2.3.3.3 Medidas sanitarias

Los comedores o expendedores de comida deben seguir varios pasos para su legalización y ser reconocidos salubres por el Ministerio de Salud que funciona para el municipio de Amatitlán.

- El aval de la municipalidad
- Presentar un croquis del negocio
- Fotocopia de cédula
- Tarjeta de salud que extiende el centro de Salud de Amatitlán
- Carnet de tetano
- Exámenes de Heces y VDRL
- Licencia Sanitaria
- Recibir 3 charlas-capacitaciones durante el año sobre el manipuleo de alimentos
- No rehusar la supervisión que realiza el Ministerio de Salud durante el año

- El lugar debe tener ventilación
- Hacer limpieza cuatro veces al día
- Lavar y secar los platos
- Solicitar al centro de Salud, la fumigación del lugar 3 veces al año

Los hospedajes cumplen con los requisitos que pide el Ministerio de Salud en cuanto al manipuleo de alimentos.

2.3.4 Importancia turística

La aldea tiene la cuarta posición en importancia en el contexto de turismo dentro del Municipio, según datos recabados por la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitán -AMSA-

El lugar con más importancia en turismo, es la colonia Las Ninfas, donde se ubica la playa pública del lago de Amatitlán y su parque que lleva el mismo nombre; este lugar anualmente atrae a más de 107,440 turistas según los registros consignados en los libros que presenta el Centro Recreativo, Cáceres Lenhoff ahora conocido como Las Ninfas, ubicado frente al lago. El segundo lugar en atraer turistas es el cantón Contreras, conocido también el Yatch Club o IRTRA, por estar el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la iniciativa privada, en dicho club; los libros han reportado el ingreso de 62,400 personas que entran anualmente a las instalaciones. Y el tercer lugar lo ocupa, la colonia Morlón, donde funciona el centro recreativo Torre Fuerte, donde por muchos años funcionó el faro para la Fuerza Naval de Guatemala, el lugar ha reportado el ingreso de 15,600 personas.

En la aldea El Cerrito dentro de sus atractivos se encuentra, el centro de convenciones Monte Sión y Posada del Lago, éstos han computado un total

de 15,400 personas que hacen uso de sus instalaciones, durante el año. Los turistas que visitan Monte Sión y Posada del Lago, pocas veces hacen uso de los servicios de lancha, comedor, restaurante, teléfonos, entre otros, que ofrece la Aldea.

Geográficamente el lugar está ubicado en un punto estratégico para el municipio de Amatitlán, debido a que une al municipio de Villa Canales con Amatitlán, el tráfico de personas que cruza por la Aldea consume los productos y servicios que se ofrecen en el lugar. Los fines de semana la afluencia del turismo aumenta, a pesar del deterioro del lugar y el mal servicio que se presta al visitante.

Falta un puesto de información al que se pueda acudir, y recabar información que oriente al turista sobre los puntos turísticos de la Aldea y material impreso para la divulgación y promoción del lugar.

2.3.5 Medio Ambiente

Comprende todo lo relacionado con los recursos naturales, sociales y culturales existentes que influyen, física y psicológicamente en la vida de los pobladores, de la aldea El Cerrito, municipio de Amatitlán.

La deforestación que sufre la aldea es alta, a pesar de la producción de café, en pequeñas cantidades y esto hace la preservación de ciertos árboles y vegetación, los árboles frutales que posee el lugar son pocos, el área reforestada con pino y eucalipto se encuentra dentro de la propiedad de la Empresa Eléctrica de Guatemala, donde funciona la planta generadora. La parte sur del centro de la Aldea esta deforestada en su mayoría, esta área es

utilizada para el cultivo del pasto, que posteriormente se vende para alimento de bestias.

Las áreas públicas Playa Limpia, Playa Laguna, El Relleno y orillas de El Cerrito, reverdecen arbustos y las plantas silvestres en tiempo de invierno, significa que en el período de verano, la flora decae y marchita; y no existen acciones encaminadas a mantener una vegetación perenne, por parte de ninguna organización pública o privada. El descuido y la falta de políticas encaminadas al fortalecimiento del turismo por parte de las autoridades, afecta al turismo en su totalidad, vedándole un lugar adecuado y acogedor para recrearse y descansar.

Se percibe el aire fresco y con alto porcentaje de pureza, debido que la parte baja plana al norte de la Aldea, colinda con el Lago de Amatitlán y se encuentra forestada en su totalidad, y existe un torrente de aire que sopla siempre de norte a sur; la contaminación vehicular es poca, manteniendo el ambiente puro y el nivel de ruido aceptable, para las personas que viven en el lugar y lo visitan.

La contaminación es alta a orillas del lago por desechos sólidos (basura) y la ninfa que arrastra el lago, se deposita en las playas públicas de la Aldea, deteriora y amenaza la existencia de las plantas que sobreviven, a inmediaciones del lago. Es muy poca la participación e interés de la población, al momento de ejecutarse campañas de limpieza que esporádicamente realiza AMSA, dentro de la Aldea. La población no mantiene una cultura para la conservación y preservación de los recursos naturales de su localidad. Son pocos los talleres que se imparten a los habitantes del municipio de Amatitlán y escasos para la aldea que tanto lo necesita y pocos los interesados en recibir dichos talleres.

Esto repercute en las personas que visitan el lugar, nacionales y extranjeros, dejándoles una impresión desagradable; desacredita también el servicio y los productos que se consumen en el lugar.

2.4 PRINCIPALES ASPECTOS DE LA ALDEA

Se señalan varios aspectos especiales de la aldea El Cerrito.

2.4.1 Aspecto demográfico

Se refiere a población, sexo, edad y población económicamente activa. La aldea El Cerrito está conformada por una población de 1,723 habitantes, 810 son hombres y 913 mujeres, datos con base al undécimo censo nacional de población del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

2.4.1.1 Población por sexo y grupo étnico

La población de la Aldea, en lo referente al grupo étnico, es indígena el 1.5% y no indígena 98.50%. La indígena esta dispersa en la Aldea, mientras la no indígena se concentra en el centro y en la periferia de la misma, porcentajes estimados sobre la base de una población de 1,723 habitantes de acuerdo con las investigaciones realizadas para este estudio.

En el género de la población, 47.01 % es masculino y 52.99% es femenino, del total de la población. La aldea está habitada por 397 familias, que conforman el 100% de sus habitantes.

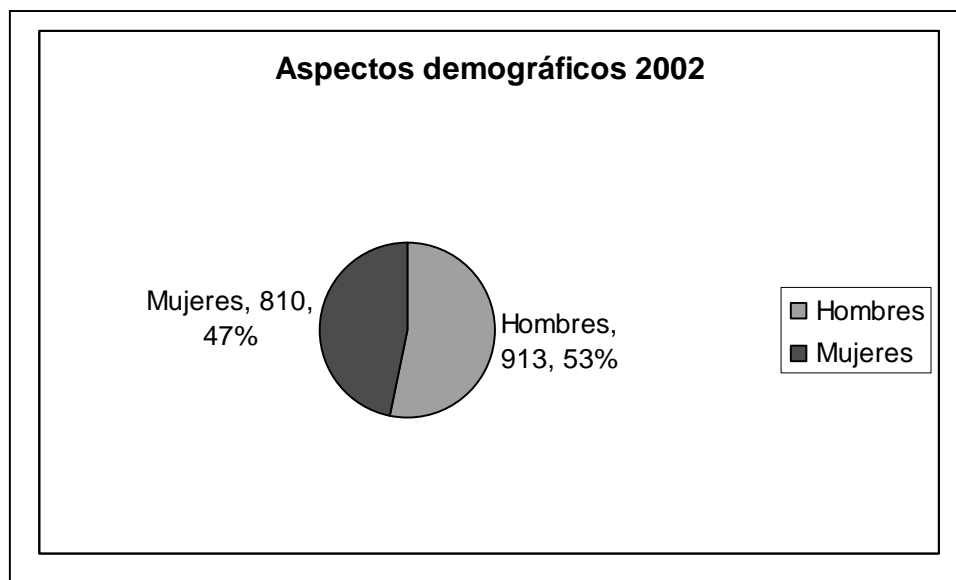
CUADRO 1
ALDEA EL CERRITO, AMATITLÁN,
DEPARTAMENTO GUATEMALA
POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPO ÉTNICO

Total Población	Sexo		Grupo Étnico		No. Familias
	Hombres	Mujeres	Indígena	No Indígena	
1,723	810	913	26	1697	397
100%	47.01%	52.99%	1.5%	98.50%	100%

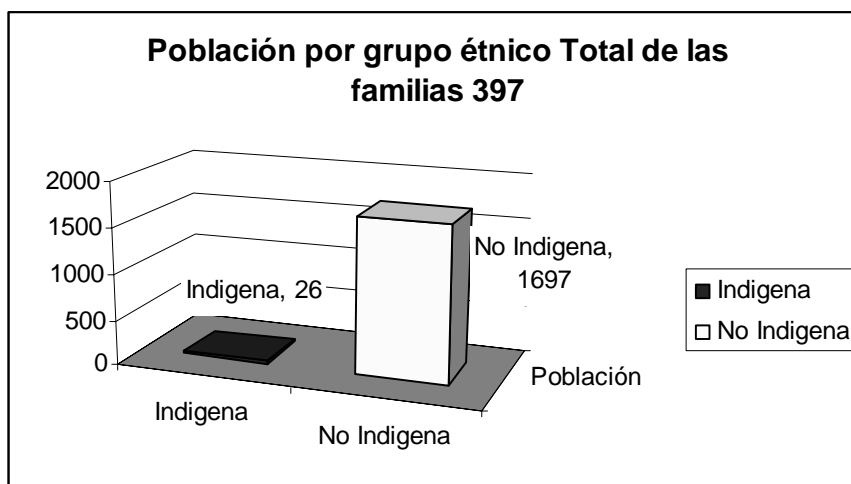
Fuente: Censo XI de Habitantes y VI de habitación 2002 -INE-

El desequilibrio entre la población económicamente activa y el recurso tierra, se considera la causa fundamental del traslado de población de la Aldea al centro del Municipio y otros lugares de la República.

GRÁFICA 2
POBLACIÓN POR GÉNERO



**GRÁFICA 3
POBLACIÓN POR GRUPO ÉTNICO 2002**



2.4.1.2 Población Económicamente Activa -PEA-

Se integra por las personas que están en edad de trabajar y contribuyen activamente al desarrollo de la sociedad en la actualidad.

La PEA de la Aldea, se presenta en el cuadro siguiente:

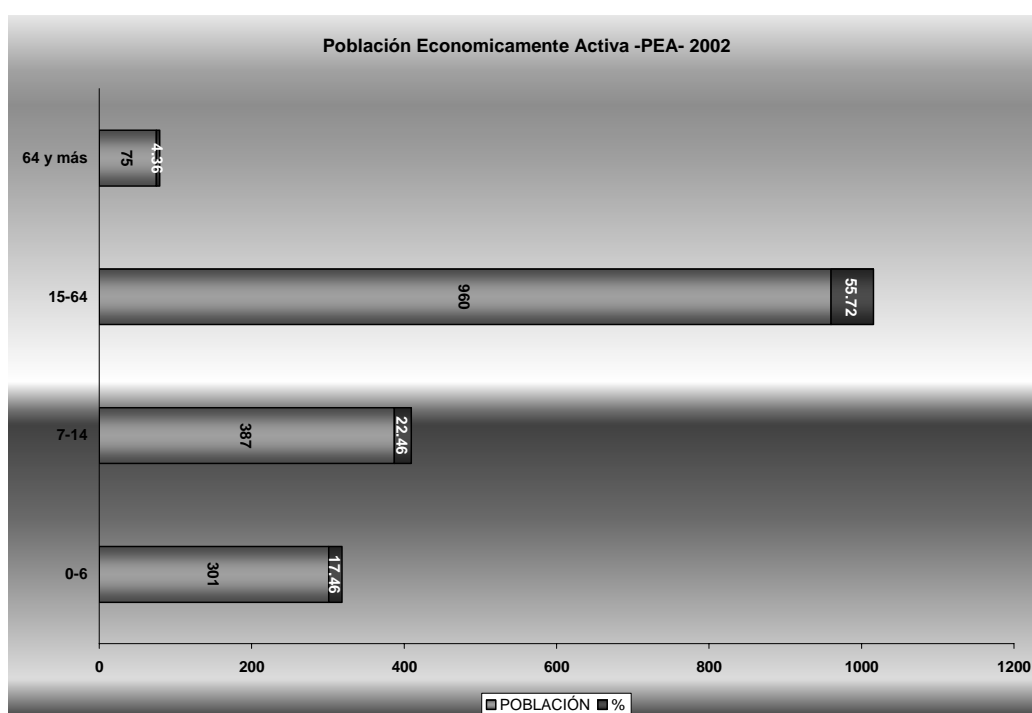
**CUADRO 2
ALDEA EL CERRITO, AMATITLÁN,
DEPARTAMENTO GUATEMALA
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA -PEA-**

GRUPO ETAREÓ	POBLACIÓN	%	PEA
0-6	301	17.46	
7-14	387	22.46	
15-64	960	55.72	636
64 y más	75	4.36	
Total	1723	100	66.25

Fuente: Censo XI de Habitantes y VI de habitación 2002 -INE-

La PEA del cuadro anterior, indica que del 100% de la población (960) con edad de trabajar (15-64 años), el 66.25% se encuentra activa económicamente y el resto forma parte de la población dependiente.

GRÁFICA 4
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
ALDEA EL CERRITO - AÑO 2002



2.4.2 Aspecto de índole natural

a) El paisaje

Amatitlán, San Miguel Petapa, Villa Nueva, Villa Canales, gozan de un paisaje, por colindar con el lago, valles, montañas y volcanes, estos territorios se consideran paisajes naturales agradables a la vista del hombre.

La aldea El Cerrito, forma parte del paisaje que ofrece el municipio de Amatitlán. El gobierno actual, esta realizando una millonaria inversión para salvar el lago de Amatitlán, el mega proyecto que se está impulsando lo lidera AMSA que coordina todas las acciones que se realicen dentro de la cuenca del Lago de Amatitlán. Consiste en la instalación de 28 airadores que tienen la función de apresurar el proceso de purificación del agua. Cada uno de los airadores logra renovar 2000 galones de agua por minuto, mejorar el nivel de oxígeno y la distribución de nutrientes, reduce el crecimiento de algas y evita pestilencias. Estos funcionan con energía solar o eléctrica, uno se encuentra colocado al oeste del lago y funciona con energía solar, el resto esta pendiente de instalación. La municipalidad de Villa Nueva donó una máquina procesadora de ninfas y San Miguel Petapa, donó 20 manzanas de terreno para la instalación de la planta de tratamientos de filtros verdes. Cumpliendo a cabalidad todas estas acciones, el turismo en la aldea El Cerrito vendría a fortalecerse y se rescatarían los paisajes que conforman la cuenca.

b) Los nacimientos de agua caliente

La parte que colinda con el Volcán de Pacaya, posee varios manantiales de agua caliente. El municipio de Amatitlán cuenta con dos pozos municipales de agua caliente, para el servicio de uso doméstico. Debido a que venas volcánicas pasan muy cerca de las aguas subterráneas alterando la temperatura del líquido vital. En la aldea el Cerrito, a orillas del lago, existen varios nacimientos o pequeños manantiales de agua caliente, que se encuentran a la intemperie, sin dárseles un buen uso y mantenimiento, los visitantes de las playas, en ocasiones, llevan huevos y verduras y los depositan para su cocción, Representan también un riesgo para los niños.

c) Playas públicas

Se conoce como “extensión llana, cubierta de arena o guijarros, piedrecillas a orillas de los lagos y ríos.” (9:760) Existen tres playas en la Aldea, una está ubicada a inmediaciones de la finca la Ceiba, Playa Limpia, tiene una extensión de 1950 metros cuadrados y la entrada es de tierra, con capacidad de estacionar 50 vehículos aproximadamente. La otra playa se localiza en la Planta Laguna su extensión es de 650 metros cuadrados y tiene menor capacidad de estacionamiento. Y la playa que se encuentra frente a la escuela Cerrito, su extensión es de 250 metros cuadrados y en todas hay nacimientos de agua caliente, a orillas de la playa se encuentran grandes cantidades de ninfa marchita y desechos sólidos que expulsa el lago, dando el aspecto de un basurero clandestino y reduciendo el área de recreación; y otro aspecto negativo de las playas es la falta de señalización, recipientes para basura y nacimientos de agua desprotegidos.

d) El relleno

Es una obra realizado por el hombre que influyó en los cambios de la Aldea y el lago. Existen leyendas e historias, en cuanto a la creación del mismo.

Durante el gobierno del general Justo Rufino Barrios, en el año de 1881, la compañía estadounidense Nanne & Asociados, dio principio a la construcción del famoso relleno que dividió el lago en dos y en la parte más angosta.

La veneración del niño Dios de Amatitlán, surgió a raíz de la construcción del relleno, que serviría de paso para el ferrocarril, el inicio del comercio de las mengalas de Amatitlán y el turismo del lugar.

Este lugar, que sirvió de estación del ferrocarril, se encuentra en un acelerado y constante deterioro y abandono por parte de los habitantes del lugar, ocasionalmente han hecho intentos de solicitar ayuda a la municipalidad de Amatitlán, INGUAT y AMSA, para la reparación del paso sin obtener una respuesta favorable. Este es un corredor de personas en el transcurso de la semana y paraje de turismo los fines de semana. Las condiciones del lugar son desagradables, contrario a sus años de apogeo, donde el comerciante y el turista realizaban sus transacciones.

No se conoce ningún proyecto de reparación para este paso peatonal, lamentablemente, de lo contrario sería la plataforma que enriquecería el turismo de la Aldea, elevándola a una categoría de paraje turístico para el Municipio y el departamento de Guatemala.

2.4.3 Infraestructura

Constituida por los medios necesarios para el desarrollo de la Aldea, siendo estas vías de comunicación, medios de transporte y educación.

a) Vías de comunicación

El Cerrito, cuenta con una calle debidamente delineada y semi ancha, de dos vías paralelas, cruza la Aldea por completo, se encuentra debidamente señalizada y se le conoce como circunvalación al Lago (CA-2), su trayecto une a los municipios de Villa Canales y Santa Elena Barrillas entre otras aldeas del municipio de Amatitlán; otra ruta se deriva de la carretera (CA-2), que comunica a la aldea El Durazno y es de pavimento por lo quebrado del terreno.

La población está comunicada con todas las fincas y las vías para los diferentes lugares de la Aldea a través de senderos empedrados y terracería.

Estos caminos se encuentran en buenas condiciones de tránsito todo el tiempo y se utilizan para transportar personas y productos de las fincas.

b) Medios de transporte

Los pobladores de la Aldea, utilizan el transporte extraurbano de Amatitlán, constituidos por las líneas: Cootravín, Aurora RL, Princesita y Transporte de Maquila, para el traslado de personas y mercaderías en un horario de 6:00 am a 8:00 pm., las empresas que prestan el servicio, así como las rutas en que se conducen se detallan a continuación:

**TABLA 3
ALDEA EL CERRITO
PRESTACIÓN DE SERVICIOS, MEDIOS DE TRANSPORTE
ABRIL, AÑO 2004**

TRANSPORTE	RUTA
Cootravín	San Vicente, Villa Canales
Aurora RL	Amatitlán, Irtra, Tacatón
Princesita	Amatitlán, Tacatón,
Transporte de Maquilas	Palin, Amatitlán, El cerrito

Fuente: investigación de campo, abril 2004

c) Educación

En la Aldea existen dos centros educativos públicos; la escuela Cerritos y Edén Internacional, no existe un centro que imparta nivel diversificado. Las escuelas atienden a más de 450 alumnos anualmente, en los grados de párvulos a sexto primaria, en los horarios de: 7:00 a 12:00 hrs. Cada escuela

se compone de 9 aulas, una cancha, dos servicios sanitarios, una bodega y sólo la escuela Cerrito cuenta con una cocina, bodega y un salón de usos múltiples, que no ha sido terminado. Por aparte no existen bibliotecas, lugares de lectura e investigación, centros que impartan cursos libres, academias de computación y mecanografía, que motiven la investigación y desarrollo de estudios, por consiguiente toda investigación documental a realizar, se debe acudir a los establecimientos que funcionan en la cabecera del municipio.

2.4.4 División administrativa

La cabecera de la aldea El Cerrito, la forman cinco colonias, Edén Internacional, El Paraíso, Lotificación Laguna Azul, Gloria y Arimani y tres fincas pequeñas, La Ceiba, Hana y Flores, no existe en toda la Aldea una delegación de la policía nacional civil que las resguarde y proteja.

La Aldea está liderada por un alcalde auxiliar, un consejo comunitario de desarrollo -COCODE- y un comité de vecinos, no existe un comité local de turismo y ninguna organización gubernamental o particular vela por el desarrollo y atención del turismo.

Las autoridades de la Aldea no conocen los principios y la ética que rigen a turismo mundial; como los son el medio a contribuir al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades, instrumento de desarrollo personal y colectivo, factor de desarrollo sostenible, de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad, actividad beneficiosa para los países y comunidades de destino, las obligaciones de los agentes del desarrollo turístico entre otros, fundamentales para establecer la base del

desarrollo turístico y encaminar los objetivos de cada proyecto que se piense realizar.

2.5 ANÁLISIS FODA

A continuación se presenta el resumen de los principales problemas y oportunidades en cuanto al desarrollo del sector turístico de la aldea El Cerrito, municipio de Amatitlán, en el ámbito interno y externo.

2.5.1 Fortalezas

- Existe el megaproyecto de limpiar el lago de Amatitlán, a partir del año 2005
- La existencia de recursos naturales y culturales que posibilitan la práctica del ecoturismo y turismo
- Estar vinculado a la Autoridad del Manejo Sustentable de Cuenca y del Lago de Amatitlán y la Unidad de Medio Ambiente de la municipalidad
- La disponibilidad existente de los comités, maestros y población de la limpieza de algunos atractivos del área de estudio
- Los atractivos del área no tienen uso masivo
- El paisaje con los diferentes municipios, bosques y áreas de cultivo que pueden ser disfrutadas en un día
- La distancia y accesibilidad geográfica del lugar, para los municipios que colindan con la Aldea, posibilita la integración a circuitos turísticos de uno o dos días en el ámbito regional y local
- Existencia de una ONG que opera en la Aldea, para desarrollar actividades de servicios y producción para el desarrollo sostenible

- Condiciones óptimas de la calle principal que atraviesa a la Aldea como medio de comunicación
- Existe servicio de transporte todos los días
- La aldea El Cerrito tiene una afluencia de turistas durante todo el año

2.5.2 Oportunidades

- Estimular la economía local por medio del turismo
- Combinar los atractivos naturales con las actividades de producción artesanal
- Atraer la participación del mercado interno del municipio de Amatlán, Villa Canales y San Miguel Petapa en la demanda de los atractivos de la comunidad
- Fomentar la afluencia y estadía del turista, nacional y extranjero que practica el ecoturismo y turismo
- La creación de una oficina turística como extensión en la Aldea, con personal, asesoría y respaldo mediante las comisiones de turismo y relaciones públicas que funcionan en la municipalidad de Amatlán y personal profesional que trabaja en AMSA
- La posibilidad de combinar actividades en la naturaleza, como excursiones, venta de productos y servicios en diferentes ambientes.
- Modificar y mejorar las playas, mediante la jardinería, reforestación y asfaltar o adoquinar el paso del relleno con su debida jardinería y decoración

- Crear un arbitrio por parte de la municipalidad, para el mantenimiento de los sitios turísticos de la Aldea y las sostenibilidad del turismo
- Conocer los principios del Código de ética mundial par el turismo

2.5.3 Debilidades

- Autoridades encargadas para el desarrollo de la Aldea no tienen conocimientos sobre los principios del Código de Ética Mundial para el Turismo
- Los recursos financieros están designados a actividades ajenas al desarrollo del turismo de la Aldea y el Municipio en general
- Condiciones de pobreza extrema en alto porcentaje de la población de la aldea El Cerrito
- Deterioro en la infraestructura de alcantarillado y agua potable, falta servicios sanitarios entre otros
- Prestación de servicios básicos que originan problemas de contaminación ambiental y deterioro al lugar
- Mínimas o nulas facilidades turísticas en los atractivos o sitios turísticos
- Falta de mano de obra calificada para la atención y servicio al turista.
- Pocas empresas que se dediquen a crear alternativas de recreación en el área que permita aumentar la estadía
- Deterioro del paisaje, sitios, atractivos públicos y alrededores de los atractivos turísticos como el relleno y sus playas.

2.5.4 Amenazas

- Inestabilidad política e inseguridad que impera en todo el país provocando aviso de precaución al turista, (forewarning), en los países circunvecinos
- No existe un proyecto de cambio para la Aldea que ofrezca el Instituto Guatemalteco de Turismo
- Alto índice de deforestación
- No existe una política turística para la Aldea, por parte de la municipalidad y del gobierno
- El alto costo de la vida que sufren los guatemaltecos, en el servicio de transporte, combustibles y sus derivados
- Aumento de índices de pobreza sin alternativas de desarrollo y conservación de los recursos naturales, que se destinan para el consumo
- Publicidad negativa por parte del medio televisivo y escrito en el país
- El escepticismo por parte de la población en general hacia la Aldea en lo referente a su servicio, seguridad entre otros

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE LA GUÍA ADMINISTRATIVA, PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ALDEA EL CERRITO, MUNICIPIO DE AMATITLÁN.

3.1 GENERALIDADES DE LA GUÍA ADMINISTRATIVA

Contiene los criterios para desarrollar productos y servicios turísticos en la aldea El Cerrito; como cambios de infraestructura, promoción de la Aldea, propuestas de productos y servicios dirigidos al turista. Enfoca la opción de combinar esfuerzos de la sociedad, el sector público y privado para desarrollar y fortalecer al turismo de la Aldea, con el fin de concertar intereses por parte de los sectores y la participación de la comunidad en el desarrollo de proyectos turísticos. Propone alternativas de cambio para posicionar y promocionar la Aldea como lugar turístico y recreativo, con productos mejorados que compitan dentro del mercado del turismo nacional, principalmente, con los puntos turísticos que ofrece el departamento de Guatemala.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 Objetivo general de la guía

Elaborar una guía administrativa de desarrollo turístico para la aldea El Cerrito, donde la municipalidad reconozca y ayude a identificar los recursos y posibilidades turísticas existentes en el lugar; que defina las características y necesidades, que sirvan de apoyo a los agentes de turismo en sus planes de comercialización de productos, considerando los elementos ambientales, culturales y sociales relevantes del lugar.

3.2.2 Objetivos específicos de la guía

- Crear una guía de turismo para fomentar el desarrollo, a autoridades del Municipio; alcaldes auxiliares del lugar, autoridades involucradas en actividades turísticas, profesionales del turismo, agentes de turismo, concejos municipales, consejos de desarrollo y a comisionados al cuidado del medio ambiente de la cuenca; que contenga los lineamientos básicos de planificación, organización y temas convergentes de turismo.
- Aportar conocimientos técnicos, teóricos y prácticos para la creación de productos turísticos, la promoción de los mismos y resaltar la importancia, el valor de los recursos naturales, sociales y culturales propios de la Aldea, que permitan el aprovechamiento de los recursos naturales y las actividades existentes en la Aldea, para beneficio del turismo.

3.3 ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ALDEA EL CERRITO.

Se propone, la planificación, coordinación de acciones y alternativas para el desarrollo del turismo, que debe considerar la municipalidad de Amatitlán, como el ente responsable de generar desarrollo económico en su territorio según el código municipal (Decreto 12-2002), título III, capítulo I, artículo 33, el cual se puede consultar en los anexos de este trabajo.

El turismo y la creación de nuevos productos y servicios turísticos generarán riquezas a la comunidad y mejorarán gradualmente la calidad de vida de los habitantes, por los aspectos siguientes:

- El turismo apoya el desarrollo y fortalecimiento de las empresas existentes en la comuna, especialmente la de pequeña escala y al desarrollar productos turísticos, se logra el consumo de otros bienes y servicios locales.
- La actividad turística, mejora las condiciones empresariales, a modo de atraer empresas e inversiones y fortalece las micro empresas de servicios tales como comedores, alquiler de lanchas, venta de productos artesanales, guías, excursiones autoguiadas, también los servicios de explicación sobre la elaboración de las artesanías, alimentos procesados, las condiciones de operación de los atractivos turístico; servicios que no requieren mayor inversión.
- El esparcimiento de personas fomenta la integración de sectores sociales, diversificación productiva y de servicios.
- Con el desarrollo de nuevos productos turísticos, se podrá integrar todos los servicios y productos para atender al turista; y por aparte viene a crear un efecto multiplicador en la economía local en forma gradual
- Al llevar a cabo los recorridos turísticos, se promoverá la visita a comunidades y sitios turísticos que son inadvertidos en las actuales operaciones.
- Tales criterios aumentan empleo e ingresos, los ingresos surgirán al momento de involucrar diferentes servicios para el desarrollo del producto. A través de los paseos se logra el empleo directo, al contactar un guía capacitado en la comunidad y los empleos indirectos se dan en los comedores, restaurantes, talleres de artesanías y transporte, entre otros.

- El turismo contribuirá a la comprensión y promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto a la diversidad cultural, moral, filosófica y religiosa, son estas, el fundamento y consecuencia de un turismo responsable.
- La presencia de turistas en la comunidad generará que las autoridades públicas se comprometan a su protección y velará por los bienes que la conforman por su particular vulnerabilidad.

3.3.1 Planificación del desarrollo turístico

a) Objetivos

Proponer el desarrollo del turismo a la municipalidad de Amatitlán, en realizar cambios estructurales en lugares turísticos, servicios turísticos y mejoras en la atención del turista local, plantear oportunidades de desarrollo a los habitantes mediante la creación de oportunidades de turismo dentro del paraje turístico que ofrece la aldea El Cerrito, para desarrollarse durante el 2007-2008.

b) Estrategias

Para generar oportunidades es necesario elaborar estrategias de desarrollo tales como:

- Aumentar y optimizar las potencialidades locales, (recursos naturales y culturales de la comunidad, a través de la creación y mejoramiento de los sitios en productos turístico)

- Procurar el desarrollo equilibrado localmente (establecer alianzas con micro, pequeñas y medianas empresas del sector, como empresas hoteleras, expendedores de comida, artesanos y servicios de sanitarios con actividades que la comuna realice para el fomento del turismo)
- Plantear cambios de infraestructura en puntos turísticos de la Aldea, como el paso del relleno, jardinerización de playas públicas
- Desarrollar nuevos productos y servicios turísticos tales como los recorridos y la modificación de nacimientos de agua caliente y la creación de galerías de fotografías
- Promoción de nuevos productos turísticos mediante la campaña publicitaria
- Plantear los tipos de talleres de capacitación

c) Políticas

- Participar en capacitaciones de reciclaje que la municipalidad de Amatitlán coordina con el Ministerio de Salud y AMSA por medio de las unidades de capacitación de cada institución, para aprovechar recursos, protección del ambiente y la obtención de productos como abonos, reutilización o reciclaje de productos plásticos, papel y vidrio, entre otros que cooperarán en la economía. El tiempo estipulado para esta capacitación debe ser de 250 horas o un mes.
- Reciclar los residuos o desechos sólidos que produce la actividad comercial y actividades diarias de los habitantes, como desechos de papel, aceite, latas, desperdicios alimenticios entre otros.
- Tener personal especializado y capacitado en relaciones humanas, primeros auxilios, manipulación y uso de equipos de comunicación, conocimiento básico de otro idioma, (inglés, francés o idioma maya), para

fungir como guías de turismo que imparte el INGUAT y CAMTUR (idiomas), los servicios son gratuitos para los socios. El tiempo estipulado para esta capacitación debe ser de 450 horas o dos meses, los costos de las capacitaciones no deberán incurrir en gastos para los participantes, son parte de los servicios y beneficios que ofrece el INGUAT a cambio de inscribirse como miembro de la institución.

- Toda persona al servicio del turismo en la Aldea, debe tener conocimientos completos de la región y los riesgos que presenta el lugar. Deberán recibir clases sobre la cultura e historia de la comunidad y del propio departamento, interpretación de paisajes, fauna y flora así como la importancia en la conservación de los recursos; participar en capacitaciones, como los procesos ecológicos en ecosistemas, también en talleres de comunicación para dirigirse al público, dichos cursos serán impartidos por la Unidad municipal de recursos naturales y relaciones humanas, estas capacitaciones son un servicio gratuito que imparte la municipalidad.
- Las personas que presten servicios de alimentación, se capacitarán en temas como: manipulación de alimentos, atención al cliente, cocina, recetas de platillos tradicionales, higiene, buena presentación de alimentos y platillos, conservación de alimentos crudos y cocinados que imparten el Ministerio de Salud y cumplir con las medidas sanitarias que se indican en el II capítulo.
- Recibir cursos en administración de recursos económicos para garantizar la inversión y ésta les permita obtener ganancias, este tipo de temas los imparte CAMTUR, por lo general se delega personal a las comunidades

para realizar dichos eventos, en forma gratuita en apoyo a la comunidades en desarrollo.

- El servicio de hospedaje debe ofrecer, habitaciones acordes a los turistas que practican ecoturismo, deberán tener las condiciones necesarias para proveerles seguridad, privacidad, higiene y confort.
- Toda actividad a realizar en pro del turismo de la Aldea, debe ser de carácter responsable, sostenible y sustentable para la comunidad, con el objeto de garantizar la inversión y ejecución de las propuestas, dar margen al desarrollo local, social y cultural que se pretende alcanzar mediante los cambios.
- El turismo es un factor de desarrollo sostenible y todos los agentes de desarrollo turístico deben actuar responsablemente, salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, mantener una perspectiva de crecimiento económico, constante y sostenible, capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.
- Las actividades turísticas a emprenderse deben perfilarse en la conciliación de economía y ecología, medio ambiente y desarrollo y apertura a los intercambios culturales.
- Crear el Comité Local del Turismo e inscribirse como socio en el INGUAT Y CAMTUR para gozar de beneficios, en cuanto a capacitaciones, talleres apoyo publicitario y acompañamientos en la ejecución de proyectos. Este debe ser conformado de la siguiente manera:

- Un representante de la Gobernación Departamental.
- Un representante del Consejo Municipal.
- Un representante de las gremiales o asociaciones de las actividades debidamente agremiados o asociados en el área que estén involucradas con la actividad turística.
- Representantes de grupos comunitarios y civiles organizados que no respondan a fines políticos.
- Un representante electo por todas las organizaciones no gubernamentales que apoyen proyectos y/o actividades turísticas locales.
- Un representante de la Cámara de Turismo si existiera.
- Un representante de la Cámara de Comercio si existiera.
- Un representante electo de los medios de comunicación local.

d) Planes

Se plantea la posibilidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes, mediante la activación de la economía local a través del turismo. Esta dinámica busca un efecto multiplicador por medio del desarrollo de mercados la vinculación de empresas privadas y la libertad del comercio, que permita la creación de empleos y otros beneficios. La comunidad debe ser un generador de oportunidades para los habitantes, su función, se orienta a articular estrategias de desarrollo que se traduzcan en acciones que beneficien a la comunidad en su conjunto.

El Comité Local de Turismo, deberá negociar la contratación de los guías turistas, lancheros, jardineros que se tienen previstos en este proyecto para su fiel cumplimiento, con la Municipalidad, de preferencia en un renglón 022, para garantizar el buen desempeño del trabajador,

principalmente en turismo y si se pretende que los proyectos lleguen a ser sostenibles.

A continuación se presentan los proyectos que deberá realizar la municipalidad de Amatitlán para generar turismo en la aldea El Cerrito como medio para activar su economía.

3.3.2 Creación del recorrido turístico

Se pretende que el Comité Local de Turismo, principalmente los representantes y asociados en el área que estén involucradas con la actividad turística, grupos comunitarios y civiles organizados que no respondan a fines políticos y apoyen las actividades turísticas, establezcan oficialmente como rutas de paseo los recorridos de Playa Limpia al Castillo de Piedra y El recorrido el Paso del Relleno a la Silla del Niño de Amatitlán, para poderse combinar con otros servicios turísticos.

Las características que se tomaron en consideración para su recorrido son: tiempo de recorrido, hora de salida y llegada, actividades que apoyen su visita y punto de partida.

a) Ruta 1: Playa Limpia – Castillo de Piedra

Los tiempos de salida deben ser los siguientes:

09.30 a 11:30 horas

11:30 a 13:30 horas

13:30 a 15:30 horas

15:30 a 17:30 horas

Los pasos a seguir para el primer recorrido es:

1. La recepción del grupo en la entrada de la playa, el responsable de atender a los turistas es el guía propuesto por el CLT ante la municipalidad.
2. El guía deberá asignar una contraseña a los integrantes al momento que ellos cancelen el viaje.
3. Asignar un lugar en la lancha
4. El guía deberá cerciorarse que el grupo que atenderá no sea menor de diez personas y no mayor de 16, para convenir con la inversión de lanchas.
5. El recorrido debe durar como máximo dos horas, las cuales deben ser distribuidas en tiempos iguales.
6. La actividad de apoyo que se propone es hacer una visita a las instalaciones de la Planta Laguna y para conocer el proceso de transformación de la energía y la importancia en la actividad económica del municipio, tiempo estipulado 45 minutos.
7. Narración de la historia sobre el lago, el municipio, el castillo y los antepasados que ocuparan dichos territorios, duración 30 minutos.
8. Visita del castillo de piedra, tiempo para toma de fotografías, 15 minutos.
9. Regreso debe ser despacio y seguro 15 a 30 minutos.

Recursos a considerar en el recorrido:

1. Una lancha, esta puede ser propia de la municipalidad, o convenir con los lancheros existentes, para realizar este tipo de negocio, siempre con el aval de la municipalidad y éste genere de alguna forma ingresos a la comuna.
2. Un guía adiestrado en turismo
3. Un lanchero
4. 14 Chalecos salvavidas
5. Trifoliales y publicidad del paraje

Esto permitirá la circulación de capital y el comienzo fundamental para el desarrollo del turismo que ofrece el lugar.

b) Ruta 2: Paso el relleno – Silla del Niño

Para el turista que viene de Villa Canales, Santa Elena Barrillas y El Salvador, se presente el siguiente recorrido

Los tiempos de salida deben ser los siguientes:

09.30 a 11:30 horas

11:30 a 13:30 horas

13:30 a 15:30 horas

15:30 a 17:30 horas

Los pasos a seguir para el primer recorrido es:

1. La recepción del grupo en la entrada del Paso, el responsable de atender a los turistas es el guía propuesto por el CLT ante la municipalidad.
2. Se asignará una contraseña a los integrantes al momento que ellos cancelen el viaje con el lancharo.
3. Se conducirá al grupo al abordaje de la lancha.
4. El guía deberá cerciorarse que el grupo que atenderá, no sea menor de diez personas y no mayor de 16, para convenir con la inversión de las lanchas.
5. El recorrido debe durar como máximo dos horas, las cuales deben ser distribuidas en tiempos iguales.
6. La actividad de apoyo que se propone es hacer una visita a las instalaciones de la Planta Laguna y para conocer el proceso de transformación de la energía y la importancia en la actividad económica del municipio, tiempo estipulado 45 minutos.

7. Narración de la historia sobre el lago, el municipio, la silla y los antepasados que ocuparan dichos territorios, duración 30 minutos.
8. Visita del castillo de piedra, tiempo para toma de fotografías, 15 minutos.
9. Regreso debe ser despacio y seguro 15 a 30 minutos.

Recursos a considerarse en el recorrido No. dos:

1. Una lancha, esta puede ser propiedad de la municipalidad, o convenir con los lancheros existentes, para realizar este tipo de negocio, siempre con el aval de la municipalidad y que éste genere al vez ingresos a la comuna.
2. Un guía adiestrado en turismo
3. Un lanchero
4. 14 Chalecos salvavidas
5. Trifoliales y publicidad del paraje

Los tiempos que se presentan en salida y llegada tienen la finalidad de cumplir con los viajes estipulados en el cuadro Costo Beneficio, que apunta este cálculo de inversión, para llegar a un total de cuatro viajes por lancha durante el día.

Aspectos a considerarse durante la trayectoria de los recorridos:

- La información que se brinde a los turistas debe ser verídica y clara tanto de los productos y servicios existentes.
- Se debe contar con información de distribución que incluya el croquis del paraje turístico de la Aldea
- Se deberá contar con un guía debidamente adiestrado en turismo, que acompañe los recorridos.
- La información de distribución debe estar escrita en dos idiomas o más, si lo amerita.

- Las rutas turísticas, deben incluir las reglas necesarias para llevar a cabo verdaderas prácticas de turismo.
- El centro o punto de partida de los recorridos debe contar con personal capacitado con atención al turista, mercadeo y administración de recursos naturales y turísticos.
- Las lanchas que prestarán los servicios deben recibir atención o mantenimiento constante, para garantizar la seguridad de los mismos.
- El centro de visitantes, debe contar con boletas de sugerencias y recomendaciones con el objetivo de mejorar constantemente el servicio.
- Se debe informar al turista, cuáles son los riesgos y esfuerzos previos al iniciar una ruta o visitar un extravío.
- El precio de los boletos debe cubrir los gastos del propietario, si fuere este el caso (Q. 9.00 X persona) el 50% debe pagarse a la comuna con el objeto de promover las visitas al lugar; por el contrario el precio debe considerarse para cubrir la inversión que la municipalidad haya incurrido. (Q. 5.00 X persona) Véase el cuadro No. 3.



3.3.3 Conformación de destinos turísticos y su señalización

Para la creación y conformación de destinos turísticos los puntos deben llevar y ofrecer mejoras al turista, reformar y remodelar áreas con enfoque turístico y socio cultural, apegándose a los lineamientos de conservación de recursos naturales y culturales, esto fortalecerá la conformación de los destinos.

Se presentan propuestas de cambio y transformación en los destinos turísticos para ofrecerse como productos mejorados:

3.3.3.1 Playas públicas

Las playas, se han convertido en una opción para la recreación y relajamiento de las personas, al momento de contar con un espacio agradable, servicios básicos y seguridad. Las playas de la aldea El Cerrito, deben convertirse en una opción de esparcimiento y tener cambios tales como:

La limpieza, se hará con personal existente que ha contratado la municipalidad, específicamente para la limpieza de calles y parques; de este personal, se deberá asignar a dos personas, que se encarguen de la limpieza de las playas y dotarles de implementos de limpieza.

La señalización en las playas consistirá en rótulos que indiquen la entrada y salida del lugar, horario de ingreso y egreso, prohibiciones y reglas en el uso de las playas, este trabajo se debe realizar con los convenios que se tienen con establecimientos educativos de realizar actividades de reforestación, señalización de playas, parques y cuidado del lago, actividades que se desarrollan durante el año con alumnos. La señalización de las playas, se considerará un servicio gratuito e importante para el turista, los anuncios o notas publicadas se usará para informar a los usuarios sobre los beneficios y servicios que se ofrecen en el

lugar, muestran los recorridos que debe elegir el turista y los más importante es que asistirán al turista al momento de encontrarse sin guía o perdido.

La jardinería, consistirá en la siembra de varias plantas oriundas de Amatlán, como palmeras, rosas, lirios, árboles y grama; la jardinería deberá ser ornamental y agradable al visitante, dejando espacio para el descanso y pasadillos para caminar. Presentar un croquis de la jardinería, debe ser parte de los requisitos del candidato a optar por el contrato, que firmarán él y la Municipalidad y deberá cumplir con los requisitos que la ley de compras y contrataciones del Estado demanda para dichos proyectos. Los candidatos posibles para este tipo de proyectos, estarán jardineros del lugar, que conozcan sobre plantas y el ciclo de vida de las mismas, arquitectos con vocación en flora y fauna y decoradores de jardines, con el fin de dar realce a las playas públicas de la Aldea. La contratación de este servicio se hará bajo la ley de compras y contrataciones del Estado.

Organizar y brindar asesoría constante al ambiente de las playas de la Aldea, esto deberá coordinarse con el INGUAT y la Municipalidad, ya que son servicios gratuitos que brinda el Instituto a los lugares turísticos. Y por otra parte la municipalidad tiene la Dirección de Ambiente y Recursos Naturales a quienes deberá girar instrucciones para que realicen actividades de acompañamiento y asesoría en jardinería de las playas.

Entre las obligaciones de la Municipalidad esta gestionar la jardinería y habilitación de playas y parques, deberá entonces establecer acercamientos con el INGUAT y posteriormente hacer convenios de cooperación con viveros regionales y empresas que se dediquen a la siembra de grama, venta y provisión de plantas, firmar cartas de cooperación con empresas establecimientos educativos y universidades que puedan participar y apoyar la jardinería,

brindar material de publicidad como vallas y rótulos que describan el tipo de planta, anuncios en los medios y productos como hierro, block, mallas, alambre entre otros. El fin es promover la participación de la comunidad con sectores productivos y autoridades, y crear un ambiente de solidaridad y futurista.

Es vital e importante equipar las playas con mesas de cemento fundido con su asador, ranchos y definir el espacio de parqueo, características que no se encuentran y hacen falta en las playas de la Aldea, según la investigación estas pueden ser solicitadas a entidades gubernamentales de el FIS, AMSA entre otras.

Servicios Sanitarios, se debe coordinar con empresas que brinden el servicio de sanitarios móviles, al momento que la Municipalidad no tenga fondos asignados, para este rubro, la finalidad es de conservar la playa limpia y el medio ambiente agradable.

3.3.3.2 Paso del relleno

Su reconstrucción contribuirá a valorar, aceptar y cambiar actitudes del público al paso del relleno y otros puntos turísticos de la Aldea.

Se conoce que todo producto o servicio tiene un tiempo de vida y al momento de su caducidad en el mercado, es necesario aplicar estrategias de cambio para reposicionar su lugar en la mente del consumidor, por tal razón se sugiere la mejora del paso del relleno que anteriormente tuvo su apogeo con el paso del tren.

Existe la oportunidad de ofrecer un producto reformado y mejorado, es uno de los criterios principales de la plataforma de turismo para la Aldea, que puede llegar a competir en el mercado turístico y tener una posición aceptable en la mente del

turista. Reforzar la estructura del paso del relleno es obra para la ingeniería, la Municipalidad deberá coordinar con el Fondo de Inversión Social -FIS-, el Ministerio de Caminos Infraestructura y Vivienda -CIV-, Ferrocarriles de Guatemala -FEGUA- y el sector productivo para ejecutar dicho proyecto, este debe ofrecer beneficios para la comunidad, oportunidades económicas para los habitantes y el sector productivo, motivo fundamental para establecer el desarrollo y la creación de recorridos turísticos.

Para empezar a considerar el paso del relleno como atractivo turístico, se debe coordinar actividades deportivas (competencias de carrera, bicicleta, moto, pesca y remo), culturales (bailes, fiestas al aire libre, conciertos y exposiciones artísticas) y cívicas (celebración de la bandera, marimba, 15 de septiembre), y convertirlo como el punto de concentración y convocatoria para las autoridades locales, vecinas y representantes de instituciones que funcionan en la Aldea y cercanías de la misma, con la finalidad de crearle importancia y justificar así su reconstrucción, en este trabajo no se pretende presentar un modelo de reconstrucción, sino despertar la inquietud de rehabilitar el paso en beneficio del turismo local.

3.3.3.3 Lago de Amatitlán

Es un atractivo natural para el turista, pero, las condiciones de producción y estilo de vida de aldeas y municipios vecinos, fueron deteriorándolo, han hecho que pierda su atracción, pero no deja ser un atractivo para el turismo local. Las acciones que se han tomado para salvaguardar el lago harán que fluya el turismo y la realización de proyectos. La colocación de airadores activos, a la vista de los turistas, cambiará la actitud al rechazo del lago y la aceptación del mega proyecto que está impulsando La Autoridad del Manejo Sustentable de la Cuenca y el Lago de Amatitlán -AMSA- para el rescate del mismo. Informar a la población, las funciones, características y tipos de airadores que se instalarán en el lago,

mediante vallas publicitarias, anuncios televisivos, actividades deportivas y culturales, la forma de su funcionamiento para oxigenar el lago, hará que el turista local y extranjero tomen conciencia sobre los cambios y la tecnología que se está aplicando para salvar y sanear el Lago. La creación de un panfleto que señale todas las características del lago y las especies que viven en él, hará que se conozca con mayor precisión y crear más expectativas de interés por parte de los habitantes.

3.3.3.4 La Silla del Niño de Amatitlán

Proponer a los representantes de la aldea El Cerrito, al INGUAT y la Iglesia Católica la remodelación, mantenimiento del lugar y la creación del desfile o caravana acuática, bajo consentimiento de la comunidad, como una actividad recreativa propia de la aldea El Cerrito y ofrecer así un nuevo servicio de calidad al turista que visite la Aldea; esta alternativa debe fomentar la veneración al Niño Dios de Amatitlán, con estas actividades acuáticas, se mantendrá la tradición del pueblo católico, en honor al Niño Dios de Amatitlán, dicha caravana culmina al colocar al Niño Dios en la silla de piedra, que se ubica a un costado del lago. La promoción puede empezar con la venta de postales, distribución de panfletos de esta tradición única en el pueblo guatemalteco, con el objeto de crear una expectativa de visitar el lugar y promover a la Aldea como atracción turística.

La propuesta contribuirá al principio turístico de prestar atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales, la cual se hará en armonía con las peculiaridades de la religión católica.

3.3.4 Creación del Mirador el Cerrito

La municipalidad debe prestar cuantos servicios contribuyan a mejorar la calidad de vida y aspiraciones de la población. Esto incluye la creación o habilitación del

mirador, se encuentra en una ladera alta, al costado de una calle que comunica con la aldea El Durazno, con la dotación de mobiliario apto para ventas, que rente la municipalidad puede llegar a conformarse como punto turístico.

Arriba en el mirador se puede visualizar los valles de Amatitlán, Villa Canales y una parte de la ciudad de Guatemala, con esto se podrá hacer propaganda y promoción del paraje turístico, atraer el turismo local, nacional e internacional, ofrecer un servicio de calidad y agregar valor al paraje.

La instalación mínima de bancas, sillas, mesas y puntos de venta en forma ordenada, convertirá al lugar en un punto de recreo y esparcimiento, beneficiaría a vendedores quienes se pueden ubicar en el lugar y ofrecer sus productos.

Suministrar de accesorios a los miradores es un derecho que se le confiere al turista y fomenta la libertad de desplazamiento turístico.

3.3.5 Creación de galería de fotografías

Las fotografías son los testigos, difusores más fieles y acertados para promover, exponer y conservar los recuerdos más relevantes de cosas o personas, y sirven como ventanas del pasado, en el presente ayudan a la imaginación del ser humano a comprender el concepto teórico sobre cierto elemento o cosa.

La creación del punto estratégico, que exhiba fotografías del lugar con atractivo turístico, será otra opción para generar movimiento económico, atraer turistas y la promoción y divulgación de la Aldea. Se propone la creación de una Galería de fotografías para realizar exposiciones de carácter turístico sobre el lugar, en el salón de la escuela El Cerrito. Se considerará un servicio recreativo para el turista y el acopio de visitantes para la Aldea, a la vez generará datos importantes

para determinar la oferta y demanda del turismo para el municipio de Amatlán y la Aldea específicamente.

Para la creación de la Galería de fotos se debe adaptar el espacio para el fluido de personas, ventilación adecuada para evitar la alteración de la temperatura del medio, iluminación y decoración apropiada, otros aspectos a considerar son los siguientes:

- Un módulo amplio de atención a los visitantes.
- 60 fotografías de 60 X 40" de tamaño, que muestren los atractivos turísticos que ofrece el lugar.
- 10 álbumes de mesa con fotografías de los destinos turísticos de Amatlán y la Aldea con su respectivo podium.
- Un libro de control de visitantes con el objeto de monitorear el total de personas que visitan el lugar.
- Un mapa del Municipio y de la Aldea con sus colindancias, indicando los servicios con que ofrece la comunidad y los circuitos turísticos posibles.
- Servicio sanitario
- Teléfono o servicios de Internet
- Contar con información escrita de turismo relacionada con la Aldea.
- Ventiladores bien instalados o aire acondicionado.
- Iluminación
- Electricidad
- Agua
- Video, Televisor y casetes

Las fotografías a exhibir deben tener un tamaño de 60 centímetros de longitud y 40 centímetros de ancho, debidamente enmarcadas, deben reconocer e ilustrar los nuevos destinos turísticos de la aldea El Cerrito. El punto oportuno para la

creación de la Galería de fotos, se ha considerado en el salón de usos múltiples que tiene la escuela El Cerrito y aún no se le ha dado el uso adecuado por la falta de fondos y se encuentra en abandono.

3.3.5.1 Aspectos a considerar en el proyecto

El horario de atención al público deberá estar de la siguiente manera:

- Atención al público de 12:00 a 19:00 horas, la escuela esta desocupada.
- Los días de atención serán de lunes a domingo
- El personal responsable de atender al público, saldrá de la comisión de turismo que establece el código municipal como obligatorio, para no incurrir en gastos de sueldos y otros.
- Todas las personas que ingresen deberán inscribirse en el libro de registro que otorga el INGUAT, para llevar estadísticas.
- El salón debe pintarse con colores suaves que ayuden a resaltar la galería de fotos, por ejemplo si el salón estuviera de color café claro, los marcos deberán combinar con el matiz de la pared.
- En la entrada deberá ubicarse la mesa de recepción con el libro de registros de personas.
- La apariencia del personal a cargo debe ser jovial y muy amable
- Se colocarán podium sencillos al centro del salón
- Los álbumes de mesa deberán estar sobre los podium y fijarlo al mismo para preservarlos.
- Al a entrada se debe entregar panfletos con publicidad del paraje turístico.

El financiamiento será por parte de la municipalidad, el cual saldrá de la asignación del IVA paz, el cual es asignado para la creación de actividades de desarrollo económico para las comunidades.

3.3.6 Innovación de nacimientos de agua

Para llegar a conformarse en atractivos turísticos, deben ser modificados y adaptados a recrear a los turistas y asegurar ingresos a la comuna.

El turista busca productos innovadores que le representen distracción y seguridad; al combinar el nacimiento con una piscina o equivalente, se estará atendiendo la demanda del turista (relajamiento), este proyecto puede ofrecer el servicio de bañarse y relajarse sin necesidad de tener contacto directo con las aguas del lago y encontrarse a orillas del mismo. Será algo innovador dentro del Municipio, debido que solo existen baños termales encerrados y no a la vista de todos.

Se deberá delimitar el espacio del área que conformará el nacimiento de agua, este debe tener un área espaciosa y se debe construir un portal anticipado al nacimiento de agua, para simular la puerta de ingreso al área, donde se de la bienvenida a los visitantes.

Los nacimientos de agua caliente, serán alternativas de recreación que puedan ofrecerse al turista que visita Amatitlán principalmente la Aldea. Existen numerosos nacimientos de agua caliente, sin causar mayor atracción y relajamiento. Para atraer turismo, es necesario ofrecer un producto con valor agregado que sea innovador y accesible, por tal razón se consideran los siguientes aspectos del nacimiento de agua.

El lugar que se propone para su modificación se encuentra en la primera playa que se conoce como "Playa Limpia" de la Aldea, ideal para descansar, disfrutar de un paseo fuera del pueblo o la ciudad.

El acceso es bastante concurrido por camionetas, motos, bicicletas y buses extraurbanos, se encuentra a tres kilómetros de la cabecera municipal siendo esta una ventaja para llevarse a cabo.

El producto deberá cumplir con los siguientes detalles

La creación de una piscina o cisterna de cemento con las dimensiones siguientes, un metro y treinta centímetros de profundidad (1.30 mts.), cuatro metros de ancho y seis de largo (4 mts. A. y 6 mts L.), no requerirá del impermeabilizante para piscina, se busca con esto la filtración del agua.

La piscina debe llegar a tener a la altura de metro treinta centímetros, dos orificios o desembocaduras de agua, para que circule el agua evitando el estancamiento o rebalse del líquido.

Para el llenado de la piscina, primero, se deberá hacer un cause o cuneta, hacia donde brota el agua a manera que sea el conducto que lleve el agua a la piscina. Se deberá proteger el nacimiento de agua para evitar su deterioro. Una de las ventajas de encausar el agua del nacimiento a la piscina, es no requerir de un sistema eléctrico de bombeo de agua, ni el mantenimiento de la piscina, pues se llenará de agua hasta un metro treinta (1.30 cms.), donde se encuentran los orificios de drenaje y automáticamente drenará el agua. Debe estar circulado ó señalizado el límite del nacimiento de agua caliente, para que cumpla su cometido de relajamiento, completamente independiente de la playa.

La creación de un rancho de paja y madera hará más vistoso y llamativo el lugar, y se utilizará como vestidor; se debe colocar dos bancas de madera o cemento permanentes, para descanso.

El lugar debe estar debidamente señalizado, la entrada, salida, hora de atención, normas de uso y otros que se consideren convenientes para el manejo y cuidado.

Se debe incluir el servicio sanitario, puede ser de alquiler o construir un inodoro con su debido mantenimiento y con productos de calidad. Los servicios son necesarios para elevar los atributos del producto a ofrecer y deben estar al alcance de los turistas. Con estos cambios se espera una mayor afluencia de turistas al lugar.

La Oficina Municipal de Planificación, será la encargada de crear los planos y la construcción del mismo con fondos y recursos propios de la municipalidad, los gastos deberán considerarse dentro del Plan Operativo Anual -POA- para asignarse los fondos necesarios.

3.3.7 Transformación paso del relleno

Se propone la transformación del paso del relleno que al momento no es más que un paso de peatones y trabajadores que no ofrece concluyentes beneficios económicos y sociales.

Para cambiar y mejorar la panorámica del paso, es necesario que la municipalidad de Amatitlán coordine acciones con el INGUAT, el Ministerio de Comunicaciones y Obra Pública, instituciones que están facultadas ha planear la construcción de caminos de accesos, puentes y obras que sirvan para desarrollar el turismo según lo contempla la ley del INGUAT, ver anexos.

- Rellenar el paso simétricamente con material adecuado y resistente
- Adoquinar el paso del relleno
- Instalar alumbrado público (ocho postes de luz) se debe gestionar.

- Instalar veinte bancas de cemento para descansar.
- Sembrar veinte palmeras naturales del lugar
- Jardinizar a lo largo del paso con plantas ornamentales
- Instalar un serenazgo de la PNC para brindar seguridad al turista
- Instalar cabinas de teléfonos públicos (monederos y tarjeteros)
- Señalizar correctamente el paso.
- Extender licencias de venta a los interesados para un mejor ordenamiento.
- Establecer días de venta y actividades recreativas tomando como partida el paso del relleno.
- Establecer las prohibiciones visibles en vallas para su cuidado.
- Contar con la participación del consejo de desarrollo para su mantenimiento y cuidado.

3.3.8 Procedimiento para la atención de turistas

Los procedimientos que se detallan a continuación se refieren específicamente al ingreso y recorrido No. 1 y 2.

Los procedimientos establecidos en este recorrido servirán de base para la aplicación en nuevas rutas en un futuro.

**TABLA 4
PROCEDIMIENTO PARA ATENDER AL TURISTA**

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO PARA ATENCIÓN DE TURISTAS				
Responsable: Comité Local de Turismo El Cerrito y receptor municipal (Personal Asignado)	Procedimiento: Recepción y atención de turistas	No. De pasos 18	Fecha: Día del recorrido	Hoja No. 1/1
No. Pasos	Actividad	Responsable		
1	Recepción de turistas en área de parqueo de Playa Limpia, o entrada del relleno	Guía turista		
2	Palabras de bienvenida	Guía turista		
3	Charla informativa –duración de 10 minutos- <ul style="list-style-type: none"> • Peculiaridades de la zona • Descripción de fauna y flora, presente y pasado • Artesanías y productos agrícolas • Promoción de otros atractivos del paraje • Ofrecer los servicios que se prestan dentro del paraje 	Guía turista		
4	Dar a conocer las normas obligatorias de comportamiento dentro de la zona y concienciar sobre la importancia de su fiel cumplimiento.	Guía turista		
5	Efectuar cobro por ingreso, según la tarifa establecida por el INGUAT <ul style="list-style-type: none"> • Adultos Q. 15.00 • Niños Q. 5.00 • Alquiler de lancha para el recorrido acuático Q 4.00 • Servicio de guía Q. 10.00 	Receptor municipal		
6	Llenado de ticket, entrega contraseñas y cobro	Receptor municipal		
7	Registro en el libro de control	Turista		
8	Entrega de información escrita, trifoliales, bolantes entre otros.	Guía turista		
9	Decisión de recorrido a escoger	Guía y Turista		
10	Inicio de recorrido	Guía turista		
11	Desarrollo del charlas en el recorrido <ul style="list-style-type: none"> • El Guía deberá hacer pausas durante el recorrido y explicar cada pausa la fauna, flora e historia del entorno • Considerar el aspecto físico (cansancio, aburrimiento) para desarrollar los recorridos. 	Guía turista		
12	Explicación del croquis del paraje: Puntos turísticos, mirador entre otros.	Guía turista		
13	Refacción, almuerzo o merienda en la estación	Guía turista		
14	Realizar con el grupo dinámicas ecológicas o pláticas de educación ambiental.	Guía turista		
15	Iniciará el retorno	Guía turista		
16	En la estación de registro llenado del libro de sugerencias y opiniones	Turista		
17	Encaminar al turista hasta el área de parqueo o entrada del relleno	Guía turista		
18	Despedida	Guía turista		

3.4 PLANIFICACIÓN DE INVERSIÓN

La municipalidad debe presentar el proyecto por medio de su Plan Operativo Anual al INFOM, bajo el renglón 4. 06 que se refiere a servicios y turismo, el cuál deberá autorizar la asignación del presupuesto para dichos proyectos según lo presentado. De esta manera se iniciará el financiamiento para cada proyecto contenido en este trabajo.

La oferta de productos turísticos es cada vez mayor en los municipios y departamentos de Guatemala, debido al auge que ha alcanzado el turismo con la práctica de actividades de ecoturismo y aventura que se desarrollan y se están estableciendo en Guatemala. El desarrollo del turismo en la Aldea, se logrará mediante alianzas estratégicas con operadores de turismo, organizaciones no gubernamentales, gubernamentales y el sector productivo, en la prestación de servicios esenciales de atención al turista. El sector productivo deberá prestar los servicios esenciales, como servicios sanitarios, venta de helados, aguas, publicidad, impresiones entre otros, los proyectos se beneficiarán y requerirán de menor inversión si llega haber una buena coordinación por parte de la municipalidad.

Autogestionar los proyectos a través del INGUAT, al momento de no tener los recursos financieros, es el primer paso para su realización, convenir con entidades no gubernamentales y gubernamentales, es el siguiente paso para garantizar la participación activa de la población y la aceptación de cambios a efectuar, esto minimizará los costos de cada proyecto, evitará la pérdida de tiempo, la filtración de activistas políticos y el mal uso de los recursos naturales y financieros entre otros.

El costo de inversión, dependerá de los elementos necesarios para ejecutar los productos que se proponen en este estudio. Al momento de llegar a un acuerdo

con el INGUAT, éste patrocinara algunos de los proyectos, para esto, representantes del INGUAT, realizarán estudios de campo con el objeto de verificar si el proyecto propuesto cumple con los requerimientos del Plan de Desarrollo del Perfil de Proyectos, y la Institución por medio de su División de Desarrollo de Productos, determinará si resulta beneficioso, como se puede apreciar en el organigrama del INGUAT. (Ver en anexos, el formato de los aspectos establecidos y organigrama)

3.4.1 Presupuesto

Se presenta, en el cuadro No. 3 los costos y herramientas estimadas en la creación del recorrido turístico para la aldea El Cerrito, necesarias al momento de realizar el proyecto.

**CUADRO 3
PRESUPUESTO ESTIMADO PARA LA CREACIÓN DEL RECORRIDO
TURÍSTICO DE LA ALDEA EL CERRITO**

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo Unitario	Total por año
<u>Costo</u>				
Lanchas de motor, capacidad de 14 personas	2 unidades		Q. 35,000.00	Q. 70,000.00
Lancheros	2 personas	12 meses	Q. 1000.00	Q. 24,000.00
Guías turísticos	2 personas	12 meses	Q. 800.00	Q.19,200.00
Material de promoción	1000		Q.0.10	Q. 100.00
Mapa del recorrido	1000		Q 0.15	Q. 150.00
Gasolina	20 galones	12 meses	Q 27.00	Q 6,480.00
Chalecos salvavidas	28 unidades		Q 60.00	Q 1,680.00
TOTAL				Q.121,610.00

Fuente: Estudio de campo efectuado a comerciantes de lanchas en la aldea El Cerrito, durante el año 2005.

Los costos iniciales pueden reducirse si se consideran las fuentes de financiamiento para la ejecución del proyecto, a entidades con fines turísticos o sociales, donaciones extranjeras o locales, posibles fuentes de financiamientos que deberá realizar la Municipalidad al implementar proyectos, si se tratare de persona individual, ésta estimará los costos en cuanto a su presupuesto disponible.

Es necesario contar con dos lanchas de motor para 10 o 14 pasajeros y su combustible, 28 salvavidas, dos personas que funjan como guías preparadas en temas de turismo local, dos lancharos, mapas de recorrido para los tripulantes, el costo total para esta inversión es de Q 121,610.00. La inversión al año estaría recuperándose de la siguiente manera:

Costo Beneficio de la inversión por una lancha

14 personas de capacidad

Q. 5.00 por persona

Total por viaje es de $Q\ 5.00 * 14 = Q\ 70.00$

Se estima 4 viajes mínimo por día; $Q\ 70.00 * 4 = Q\ 280.00$ por día

Cinco días a la semana se estaría prestando el servicio.

Días $5 * Q\ 280.00 = Q\ 1,400.00$ (a la semana)

255 días al año por $Q\ 280.00 = Q\ 71,400.00$

$Q\ 71,400.00$ por 2 lanchas = $Q\ 142,800.00$ al año

Ingreso total anual Q 142,800.00

Costo inicial Q 121,610.00 -

Ganancia anual Q 21,190.00

CUADRO 4
COSTO BENEFICIO RECORRIDOS TURÍSTICOS
ALDEA EL CERRITO

A) Inversión total del proyecto	B) Ingreso por persona	C) Estimación de personas al año	D) Total Ingreso anual por dos lanchas	E) Beneficio primer año D-A = E	F) Ingreso segundo año
Q.121,610.00	Q. 5.00	Q.14,280	Q.142,800.00	Q.21,190.00	Q.142.800.00

Se considera rentable dicho proyecto, al cumplirse las estimaciones de prestar el servicio a la cantidad de personas proyectadas en el tiempo preestablecido, sin alterar los costos.

Previo a proyectar el recorrido turístico, a destinos turísticos de la aldea El Cerrito, será necesario realizar cambios y modificaciones radicales, considerables para la promoción y divulgación como destinos.

A continuación se presenta el cuadro No. 4 conteniendo el estimado de inversión a ejecutarse al momento de realizar mejoras en las playas públicas de la Aldea; se estima que para jardinizar las tres playas públicas de la Aldea, es necesario contar con: Mano de obra especializada en jardinería y dotarlos de implementos y herramientas para la realización del proyecto.

CUADRO 5
PRESUPUESTO ESTIMADO PARA JARDINIZAR Y EL MANTENIMIENTO DE
LAS TRES PLAYAS PÚBLICAS DE LA ALDEA EL CERRITO, PREVIO A
CONVERTIRSE EN DESTINO TURÍSTICO

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo Unitario (Cifras en quetzales Q.)	Total por año (Cifras en quetzales Q.)
Mano de obra	3	12 meses	500.00	18,000.00
	Jardineros			
Abono	6qq.	4 meses	150.00	3,600.00
	unidades			
Plaguicida	2 qq	4 meses	225.00	5,400.00
Regaderas	3 unidades		25.00	75.00
Azadones	10		22.00	220.00
	unidades			
Malla para jardín	200 mts.		10.00	2,000.00
Mangueras de 50"	3 unidades		125.00	375.00
Plantas oriundas	1500		8.00	12,000.00
	unidades			
Guía de grama	1500 mts		3.50	5,250.00
Sanitarios y materiales de construcción	4 unidades		775.00	3,100.00
Adoquín	10,000		3.00	30,000.00
	unidades			
Pago del contrato				30.000.00
TOTAL				110,020.00

Fuente: Elaboración propia efectuada durante el estudio de campo en el año 2005.

La jardinería de las playas de la Aldea, les corresponde a las autoridades locales, como servicio a la comunidad y el resguardo de las áreas verdes y de esparcimiento de los ciudadanos. El servicio sanitario, puede ser gestionado o solicitado a organizaciones privadas o de gobierno que presten el servicio, con el objeto de minimizar los recursos financieros de inversión. La mano de obra se calcula para 12 meses como estrategia para su mantenimiento y jardinería, después de este tiempo, se deberá realizar un estudio para considerar la contratación de una o varias personas que prestarán este servicio.

Nota: en el renglón último se presenta el precio del adoquín con el objeto de estimar el costo real de la inversión del proyecto. Para este tipo de productos la autogestión es la vía menos costosa; se puede hacer una solicitud al alcalde municipal en funciones del municipios de Villa Canales o Villa Nueva donde ya no se usa adoquín para las calles el cual puede llegar a tener otro uso; en papel membretado, a través del comité comunitario de desarrollo -COCODE- u otros involucrados en el proyecto, o dirigir la solicitud a empresas que produzcan adoquín, block o material con las mismas características o afines para su donación. El proyecto no requiere de adoquín nuevo, el uso será para delimitar los jardines, por el contrario se vale de los recursos renovables o con doble función, por ejemplo, el decorativo; se recomienda hacer uso de adoquines, que hayan sido levantados de las calles, el cual tiene buena presentación y diferentes usos, con objeto de ahorrar o minimizar los costos de inversión, también se debe procurar reducir el costo de mano de obra, al momento de involucrar la participación de la población beneficiada; por lo tanto, todo proyecto al proponerse en la Aldea, debe ser de carácter sostenible y sustentable para su aceptación inmediata por parte de la población a beneficiar.

El cuadro No. 5 presenta la cantidad total de inversión estimada para remodelar el paso de El Relleno, aldea El Cerrito con fines turísticos. El costo total para realizar la modificación requiere de Q. 342,380. El rubro más alto lo tiene el adoquín un 46.73% que equivale a Q. 160,000 luego sigue el alumbrado público que representa el 30.37% equivalente a Q. 104,000.00 mientras que y la tierra y piedra para relleno es de 10.95% para sumar Q. 37,500.00, estos tres renglones representan el 88.06% de la inversión, mientras el resto representa el 11.94%. El proyecto comprende todos los renglones por lo tanto debe tomarse en consideración el 11.94% del rubro, de lo contrario se estaría derrochando la inversión.

CUADRO 6
PRESUPUESTO ESTIMADO PARA REESTRUCTURAR EL PASO DEL
RELLENO DE LA ALDEA EL CERRITO, PREVIO A CONSIDERARLO
DESTINO TURÍSTICO

No.	Descripción	Unidad	Tiempo	Precio Unitario (Cifras en quetzales)	Precio Total (Cifras en quetzales)
1.	Mano de obra	8 albañiles	2 meses	1,000.00	16,000.00
2.	Alumbrado público	8 postes		13,000.00	104,000.00
3.	Adoquín	80,000 unidades		2.00	160,000.00
4.	Bancas	20 unidades		180.00	3,600.00
5.	Palmeras	20 unidades		50.00	1,000.00
6.	Plantas ornamentales	80		18.00	1,440.00
7.	Mantenimiento	2	12 meses	1500.00	18,000.00
8.	Señalización	3 vallas		280.00	840.00
9.	Relleno- piedra y tierra	500 metros		75.00	37,500.00
TOTAL					342,380.00

Fuente: Elaboración propia efectuada durante el estudio de campo en el año 2005.

A continuación el cuadro No. 6 indica cuáles son los materiales y la cantidad a utilizar para la promoción del recorrido a la Silla del Niño de Amatitlán, como estrategia propia de la Aldea para atraer turismo al lugar. El costo de la inversión suma la cantidad de: Q. 49,350.00, la estrategia se basa en la elaboración y distribución de trifoliales, afiches a color, ampliación de fotografías de la Silla del Niño de Amatitlán, publicaciones sobre el recorrido, elaboración del sitio WEB y elaboración de mantas publicitarias.

CUADRO 7
PRESUPUESTO ESTIMADO PARA PROMOVER EL RECORRIDO A LA SILLA DEL NIÑO DE AMATITLÁN

	Material de promoción	Cantidad	Precio unitario (Cifras en quetzales)	Total (Cifras en quetzales)
1.	Trifoliales a color, con fotografías o folleto	10,000 unidades	0.50	5,000.00
2.	Afiches a en dos colores	1,000 unidades	0.05	50.00
3.	Ampliación de fotografías de la Silla del Niño de Amatitlán	4 fotografías	50.00	200.00
4.	Publicación del recorrido a través de canales locales o programas noticiosos	2 veces al trimestre	4,000.00	32,000.00
5.	Publicación en WEB, con la información del recorrido			6,000.00
6.	Impresión de postales de la procesión acuática	2,000 unidades	1.25	2,500.00
7.	Impresión de mantas vinílicas para la publicación del recorrido	2 unidades	1,800.00	3,600.00
TOTAL				49,350.00

Fuente: Elaboración propia efectuada durante el estudio de campo en el año 2005.

Se considera importante la promoción de la Silla del Niño de Amatitlán, primero es un tradición del pueblo amatitlaneco y luego puede ser un distracción para el turista que visitar el lugar, haciendo uso del recorrido establecido. Las impresiones del material pueden ser realizadas por el INGUAT como lo estipula la ley orgánica, la Unidad de Relaciones Públicas de la municipalidad de Amatitlán y por la -AMSA-, si fuera el caso que la municipalidad e Amatitlán no tuviera presupuesto para ello, al momento de registrar en la Cámara de Turismo, al CLT de la Aldea, podrían gozar de estos beneficios sin costos alguno y el asesoramiento para llegar al consumidor.

El cuadro No. 7, presenta los términos de acción a tomarse en cuenta para la creación del mirador de la Aldea; las dimensiones que debe tener, precio unitario según los ítems planteados y el costo total que requerirá para llevar a la realidad dicho proyecto turístico. El Costo total de la inversión oscila en Q. 12,550.00.

CUADRO 8
ESTIMACIÓN DEL PRESUPUESTO PARA LA CREACIÓN DEL MIRADOR, EN LA ALDEA EL CERRITO, MUNICIPIO DE AMATITLÁN

Descripción	Cantidad	Precio unitario (Cifras en Quetzales)	Total (Cifras en Quetzales)
1. Aplanar el terreno de 14 x 30 mts ²	5 horas	1.000.00	5,000.00
2. Bancas de cemento	10 unidades	150.00	1,500.00
3. Mesas de cemento	5 unidades	150.00	750.00
4. Señalización de los puntos de venta	5	500.00	2,500.00
5. Basureros	5 unidades	50.00	250.00
6. Baño	1 unidad	750.00	750.00
7. Cabina telefónica	1	1,800.00	1,800.00
TOTAL			12,550.00

Fuente: Elaboración propia, durante el estudio de campo en el año 2005.

El servicio de binoculares o telescopio y fotografía puede ser una alternativa de negocio o trabajo para la población, este y otras oportunidades puede llegar a tener la aldea si se amplía la plataforma de turismo. La instalación y provisión de mesas y bancas pueden solicitarse a la Autoridad del Manejo Sustentable de la Cuenca y el Lago de Amatitlán - AMSA– que cuenta con este tipo de recursos por medio de una solicitud dirigida a la institución y firmada por el comité de vecinos o del COCODE.

El cuadro No. 8, presenta el monto total y detallado que deberá invertirse al momento de realizar el proyecto de la Creación de la galería de fotografías en la aldea El cerrito, como estrategia para promover el turismo local.

CUADRO 9
INVERSIÓN ESTIMADA PARA LA CREACIÓN DE LA GALERÍA DE FOTOGRAFÍAS, EN LA ALDEA EL CERRITO, PARA CONSIDERARSE COMO UN SERVICIO TURÍSTICO

Concepto	Cantidad	Precio unitario (Cifras en quetzales)	Total (Cifras en quetzales)
1. Salón de exhibición (15 X 15 mts.)	1 salón	55.000.00	55,000.00
2. Escritorio secretarial	1 unidad	450.00	450.00
3. Silla secretarial	1 unidad	250.00	250.00
4. Modulo de atención	1 unidad	1500.00	1,500.00
5. Iluminación Blanca	16 tubos de luz	35.00	560.00
6. Fotografías ampliadas y enmarcadas (60 X 40")	60 unidades	90.00	5,400.00
7. Álbumes familiares, con fotografías de la Aldea, tomada desde el mirador entre otras.	10 unidades	120.00	1,200.00
8. Libro de 100 páginas, para el control de visitas, foliado por la municipalidad y el INGUAT	5 unidades	45.00	225.00
9. Mapa ampliado del municipio de Amatitlán.	1 unidad	1,800.00	1,800.00
10. Mapa ampliado de la aldea El Cerrito.	1 unidad	1,800.00	1,800.00
11. Servicio de internet – Computadora	1 unidad	8,000.00	8,000.00
12. Ventiladores de ambiente	8 unidades	98.00	784.00
13. Información escrita (de promoción) de turismo.	10,000 unidades	5.00	5,000.00
TOTAL			81,969.00

Fuente: Elaboración propia, según estudio realizado en la aldea El Cerrito, año 2005.

Para la creación de la Galería de fotografías, se debe contar con un salón con las características mencionadas anteriormente y para evitarse la construcción de dicho espacio, se propone el uso del salón, que tiene la escuela del lugar en desuso, para tal motivo, se debe tener el aval de la dirección departamental de educación, de la escuela, supervisión educativa del municipio. La Municipalidad deberá remodelar y hacer los acabados necesarios para hacer funcional el salón para la construcción de la galería de fotos, el total de la inversión se reducirá en la medida que se realicen las actividades de autogestión para el proyecto en entidades como el INGUAT, FIS, entre otras instituciones internacionales relacionadas con el desarrollo de las comunidades.

Las fotografías se pueden recolectar por medio de un concurso, asesorado por el personal de turismo del INGUAT o de la Cámara de Turismo que funciona en nuestro país, por ejemplo "rally de fotos", que busque obtener y enfocar los puntos turísticos que ofrece específicamente la aldea El Cerrito, y exhibirse en los álbumes y se encuentren a criterio, disposición y votación al público para su posterior ampliación con el motivo de exhibirse en el salón.

El cuadro No. 9, nos indica el movimiento que se espera obtener al completarse el proyecto de la galería de fotografías y cuáles son las expectativas del beneficio costo que representa al año dicho proyecto.

COSTO BENEFICIO DE LA GALERÍA DE FOTOS

Se estima que el precio a cobrar por ingreso a la galería es de Q.5.00 por persona, se espera el ingreso de por lo menos diez personas para tener un ingreso diario de Q. 50.00 y al final de la semana un total de Q. 350.00 y al año haber cobrado un total de Q. 126,000 con un total de 3,600 visitas. La rentabilidad del proyecto se estima que será de Q. 44,031.00, si se resta el costo total de inversión Q. 81,969.00

La otra opción que se presenta es, que el precio de entrada sea de Q. 5.00 y el total de visitas sea de 5 personas, el ingreso diario será de Q. 25.00 al finalizar la semana se sumará el total de Q.175.00 para llegar a tener un ingreso anual de Q. 63,000 con un ingreso de 1,800 personas. Esta posibilidad da margen a gestionar el financiamiento para la construcción del salón de la galería. El rendimiento de inversión se calculará de la siguiente forma, se restará al ingreso anual de Q. 63,000.00 los Q. 26,969 del costo del proyecto sin tomar en cuenta el costo de construcción del salón que asciende a Q. 55,000.00, teniendo como resultado una renta de Q. 36,031.00 al final del año. Si no se diera la posibilidad de cubrir los gastos al año este no debe pasar de seis meses.

CUADRO 10
COSTO BENEFICIO DE LA GALERÍA DE FOTOGRAFÍAS

Precio de ingreso al galería	Personas por día	Sub-total (Cifras en Quetzales)	Por semana	Al año en quetzales (360 días)	Total de personas	Rendimiento de inversión al año en quetzales
Q 5.00	10	50.00	350.00	126,000	3600	Q. 126,000 Q. 81,969 - Q. 44,031
Q. 5.00	5	25.00	175.00	63,000	1800	Q. 63,000 Q. 26,969 - Q. 36,031

Fuente: Elaboración propia, según estudio realizado en la aldea El Cerrito, año 2005.

A continuación el cuadro No. 10 presenta conceptos para la creación de la piscina, rancho, portal de entrada y señalización, la cantidad de material a utilizar, el precio unitario de cada material requerido y el total general del proyecto. Rubros necesarios a cumplir para realizar el proyecto de innovación de nacimientos de agua, como estrategia de turismo para la aldea El Cerrito.

CUADRO 11
COSTO DE INVERSIÓN PARA LA INNOVACIÓN DE NACIMIENTOS DE AGUA
A ORILLAS DEL LAGO DE AMATITLÁN, ALDEA EL CERRITO

Concepto	Cantidad	Precio unitario (Cifras en quetzales)	Total (Cifras en quetzales)
<u>Creación de la piscina</u>			
1. Cemento	18 qq.	42.00	756.00
2. Mano de obra	5 albañiles	700.00	3500.00
3. Maestro de obras	1	1500.00	1500.00
4. Hierro	3 qq	158.00	474.00
5. Dragado	1 maquina/5horas	350.00	1750.00
Sub total			<u>7980.00</u>
<u>Rancho</u>			
6. Madera rustica	25 mts	25.00	625.00
7. Paja para rancho	15 mts.	90.00	1350.00
8. Mano de obra	2 albañiles	700.00	1400.00
Sub total			<u>3375.00</u>
<u>Creación de portal</u>			
9. Mano de obra	1 albañil	700.00	700.00
10. Materiales		1200.00	1200.00
Sub total			<u>1900.00</u>
<u>Señalización</u>			
11. Vallas de metal dimensiones 4 x 6` pies	4	120.00	480.00
Sub total			<u>480.00</u>
12. <u>Sanitarios</u>	1	875.00	875.00
13. Mano de obra	1 albañil	700.00	700.00
Sub total			<u>1575.00</u>
TOTAL			<u>15,310.00</u>

Fuente: Elaboración propia, según estudio realizado en la aldea El Cerrito, año 2005.

Los costos para la creación de la piscina son de Q. 7,980.00, representa el 52% del costo del proyecto. El consumo de agua y de energía eléctrica no será necesario, debido a que se hará uso del nacimiento de agua caliente para el llenado de la piscina.

La construcción del portal de entrada tiene un costo de Q. 1,900.00 que representa el 12.41% de la inversión inicial y la construcción del rancho representa el 22% de la inversión y por último la señalización y servicio de sanitario representan el 13.42% de la inversión (Q. 2055.00)

CUADRO 12
RESUMEN COSTO DE LOS PROYECTOS
QUE LA MUNICIPALIDAD DEBERÁ INVERTIR PARA
EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL CERRITO

	PROYECTOS	A. COSTOS DE INVERSIÓN	B. INGRESOS	C. BENEFICIOS/AÑO B-A=C
1.	Creación del recorrido turístico	Q. 121,610.00	Q. 142,800.00 Dos recorridos	Q. 21,190.00
2.	Jardinización de playas	Q. 110,020.00		
3.	Paso del relleno	Q. 342,380.00		
4.	Promoción silla del niño	Q. 49,350.00		
5.	Creación del mirador	Q. 12,550.00		
6.	Creación galería de fotos/ ingreso de 10 personas diarias	Q. 81,969.00	Q. 126,000.00	Q. 44,031.00
7.	Nacimiento de agua	Q. 15,310.00		
	TOTAL	Q. 733,189.00	Q. 268,800.00	Q. 65,221.00

Fuente: Elaboración propia, según estudio realizado en la aldea El Cerrito, año 2006.

NOTA:

La jardinización de playas, el arreglo paso del relleno, promoción de la silla del Niño, creación del mirador y modificación del nacimientos de agua, se consideran servicios que prestará la municipalidad para el desarrollo del turismo en la Aldea, por otro lado se entiende que la creación del recorrido turístico y la creación de la galería de fotos, serán empresas municipales las cuales deben generar beneficios a corto plazo. Se estima que las dos empresas cubrirán los costos de

inversión y al cabo de los tres años, se estaría recuperando la inversión total de los proyectos. Este cálculo se presenta a continuación:

**CUADRO 13
RECUPERACIÓN DEL COSTO DE INVERSIÓN**

Proyecto	A. Ingreso 1er año en quetzales	B. Ingreso 2º año en quetzales	C. Ingreso 3er año en quetzales	D. Ingresos 4o año en quetzales	Total en quetzales
1 Creación de 2 recorridos turísticos	142,800.00	142,800.00	142,800.00	142,800.00	571,200.00
2 Creación galería de fotos/ ingreso de 10 personas diarias	126,000.00	126,000.00	126,000.00	126,000.00	504,000.00
TOTAL Q	268,800.00	268,800.00	268,800.00	268,800.00	1075,200.00
Total acumulado	268,800.00	537,600	806,400	1.075,200	

Fuente: Elaboración propia, según estudio realizado en la aldea El Cerrito, año 2006.

3.5 LA PUBLICIDAD DEL PARAJE TURÍSTICO, ALDEA EL CERRITO

3.5.1 Misión

Dar a conocer el paraje como lugar turístico para los habitantes de Villa canales, Villa Nueva, Amatitlán y San Miguel Petapa, como lugar ideal para el descanso y esparcimiento, que cumple con los términos legales del código municipal en lo concerniente al turismo y facilitar de esta manera el desarrollo turístico local.

3.5.1.1 Metas

Anunciar el paraje mediante la distribución de 1000 afiches y 12,000 trifoliales en lugares estratégicos, donde concurren los turistas potenciales, de los municipios mercado objetivo, teniendo como plazo 1 año a partir del 2007, para incrementar en un 15% las 15,400 visitas actuales que se registran anualmente.

3.5.1.2 Determinación del mercado

Las publicaciones deben, anunciar los productos que se ofrecen, en la aldea El Cerrito, municipio de Amatitlán; deberán estar dirigidos a los turistas nacionales, que viajan en grupos o en forma individual, amantes de la naturaleza y la aventura. Comprendidos entre los 10 a 60 años de edad, provenientes de los municipios de Amatitlán, San Miguel Petapa, Villa Canales y Villa Nueva.

3.5.1.3 Mercado objetivo

El mercado que se busca es aquellos turistas que viajan en grupo, en paquetes organizados por tour operadores, también a turistas nacionales y extranjeros que viajan solos, especialmente los que practican turismo comunitario y turismo de aventura en el departamento de Guatemala.

3.5.1.4 Estrategia para publicar el paraje

Llegar a la mente del turista de forma clara, distintiva y deseable, con los nuevos productos turísticos que se tiene a disposición, a través de la publicación ligera agresiva, tomando en cuenta los siguientes productos:

- El paso del relleno

- Playas públicas
- Nacimientos de agua caliente
- Mirador
- Galería de fotografías
- Recorridos turísticos

Primero se deberá tener material informativo (el mismo será proporcionado por el INGUAT), sobre los productos y posteriormente hacer uso de medios promocionales y medios de comunicación que permitan informar al turista sobre los beneficios de los mismos, siendo los siguientes:

- a)** Material promocional
- b)** Internet
- c)** Participación en ferias de turismo, turismo comunitario y ecoturismo
- d)** Organizar eventos turísticos
- e)** Organizar viajes de familiarización
- f)** Paquetes turístico integrados (Servicios + atractivos)
- g)** Organizar y/o participar en ruedas de negocios
- h)** Mercadeo de productos turísticos, servicios y artesanales
- i)** Medio de escritos como la prensa, revistas, boletines, trifoliales, libros, ediciones especiales etcétera.
- j)** Medios visuales, canal 3, 7, 11, 13 y cable local
- k)** Medios radiales

Para este caso se usará el medio escrito más popular y de acceso para el mercado objetivo que se pretende, siendo estos los boletines y trifoliales, los cuales se distribuirán en forma gratuita y en los lugares mas concurrido por nuestros clientes.

3.6 PUBLICIDAD DIRIGIDA AL TURISTA LOCAL

Se pretende comercializar los lugares de la aldea El Cerrito como lugares de descanso y desplazamiento, haciendo uso de folletos y trifoliales, no representan mayor inversión y dan resultados favorables y se hará uso de la publicidad televisiva local para los municipios.

3.6.1 Objetivo de la publicidad

Alcanzar y dirigir el desarrollo de la publicidad a los siguientes segmentos del mercado, según sean sus características:

a) Ubicación geográfica

Toda persona que viva en los municipios de Villa Canales, San Miguel Petapa, Villa Nueva y Amatitlán incluyendo sus aldeas y caseríos.

b) Características demográficas

Preferentemente personas que tengan un ingreso promedio de Q. 2000.00 a más mensualmente, de ambos sexos, niños, adolescentes, adultos jóvenes y adultos no mayores de 60 años, con una escolaridad de nivel básico, diversificado y universitario; trabajadores o no trabajadores, sin distinción de religión, guatemaltecos preferentemente.

c) Características psicográficas

Personas extrovertidas, entusiastas y sociables. Que lleven un estilo de vida excursionista, amantes de la naturaleza y la diversión por mínima que pueda ser. Exploradores o académicos y dentro de sus valores este la

conservación del ecosistema, medio ambiente y velen por la protección de la naturaleza.

3.6.2 Meta de la publicidad

- a) Dar a conocer en los municipios de Villa Canales, San Miguel Peta, Villa Nueva y Amatitlán la aldea El Cerrito como un paraje turístico.
- b) Atraer al turista a visitar la Aldea y dejar el mensaje, que es el principal paraje turístico para el departamento de Guatemala, cerca de su casa.
- c) Incrementar la oferta turística hacia al Aldea ubicada en el municipio de Amatitlán por medio de distribución de información escrita en lugares estratégicos.

3.6.3 Objetivos específicos

- a) Incrementar de 15,400 visitas de turistas anuales, que llegan a la Aldea, a un 17% más para llegar a obtener 17,710 visitas al año, para comenzar a fomentar el desarrollo del turismo en el lugar.
- b) Llevar la oportunidad a los pobladores en aumentar la captación de ingresos económicos por concepto de las visitas que provengan de la publicidad que se lleva acabo.

3.6.3.1 Tema publicitario

- a) El tema se centrará inicialmente en informar la existencia de los productos turísticos y los beneficios que ofrece la Aldea al turismo local guatemalteco “Ven a disfrutar y descansar cerca de tu casa, el paraje aldea El Cerrito te espera”.
- b) Posteriormente hacer la invitación a conocer el lugar, haciendo hincapié en sus principales atractivos y servicios remodelados. El anuncio televisivo

“Amatitlán el ensueño querido, te invita a visitar la aldea El Cerrito y disfrutes de sus bondades turísticas”, el anuncio debe ser acompañado de música amatitlaneca. El trífoliar debe incluir fotografías y especificaciones del los servicios a prestar. (Ver anexo)

3.6.3.2 Estrategia de medios

- a) El principal medio considerado, por ser el inicio de la promoción del turismo para la Aldea, será a través del cable local de los municipios y luego el medio impreso, que consistirá en la ubicación semestral de 1,000 afiches de 16” x 22 “ a color completo, en distintos puntos estratégicos en el ámbito de los municipios mencionados anteriormente en el mercado objetivo, como el hoteles, restaurantes, comedores, balnearios, estaciones de buses extraurbanos o de taxis, universidades, escuelas, iglesias y otros lugares que concurra la gente tanto nacional como extranjero, pues se considera importante que el turista observe lo que la Aldea ofrece.
- b) Se debe complementar con la entrega de trífoliares a todo color para los visitantes que lleguen a la Aldea, donde se especifique las principales peculiaridades del lugar, normas de comportamiento y servicios adicionales.
- c) Los anuncios que se emitan por medio del cable local, deberán ser publicados durante un mes, los cuales indicarán a los turistas a visitar la Aldea y gozar de los beneficios que en ella están.

3.6.3.3 Duración de la publicidad

Esta tendrá un trimestre de duración, a partir del mes de enero del 2007.

3.6.3.3.1 Presupuesto

Para el desarrollo de la publicidad se considerará adecuada la asignación de presupuesto de acuerdo al método de objetivos y tareas, consistente en fijar gastos con base en lo que se quiere lograr con la promoción. El recurso económico se obtendrá de la cuota de ingreso de cada visitante, al inicio de esta campaña es necesario gestionar con el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, como los estipula la ley orgánica del INGUAT, en el capítulo I, incisos k, q, r, t, x; con el objeto de obtener financiamiento y patrocinio para la puesta en práctica de las actividades de promoción, debido a que los ingresos por concepto de visitas no cubrirán al inicio los costos para la ejecución de las actividades.

CUADRO 14
PRESUPUESTO DE LA PUBLICACIÓN DE LA ALDEA

No.	Actividades	Parciales	Totales
Trifoliales			
1.	Elaboración de 1000 afiches de 16x22" a todo color, incluye trabajos de arte	Q 3.50	Q. 3,500.00
2.	Materiales para colocación de afiches (Tape, engrapadoras, pegamento entre otros)	Q. 100.00	Q. 100.00
3.	Costo de mano de obra, para la colocación de afiches. (dos personas a Q. 40.00 c/u por día, durante 21 días	Q. 80.00	Q. 1680.00
4.	Viáticos para el personal que distribuirá los afiches en lugares estratégicos, Costo por unidad Q. 50.00 por los 21 días	Q. 100.00	Q. 2,100.00
Trifoliales			
5.	Elaboración de 12,000 trifoliales informáticos a todo color, incluye trabajo de arte.	Q 0.50	Q. 6,000.00
6.	Publicación de anuncios de 20 segundos en cable local durante un mes	Q. 1200.00	Q 24,000.00
Costo total de la publicidad			Q. 37,380.00

3.7 PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

**TABLA 5
PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES**

No.	Actividad	Inicio	Termina	Responsable
1.	Colocación de afiches, en 200 hoteles ubicados en los municipios de Villa Canales, Villa Nueva, San Miguel Petapa y Amatitlán	18/1/2007	30/1/2007	Comisión nombrada del Comité Local de Turismo
2.	Colocación de 300 afiches, en restaurantes, comedores y balnearios que funcionan en los municipios seleccionados.	2/2/2007	16/2/2007	Comisión nombrada del Comité Local de Turismo
3.	Colocación de 250 afiches, en las estaciones de buses y paradas de bus en los cuatro municipios meta	18/2/2007	28/2/2007	Comisión nombrada del Comité Local de Turismo
4.	Colocación de 250 afiches, en establecimientos educativos de nivel básico, diversificado y anexos de las universidades privadas, que funcionen en los municipios seleccionados.	2/3/2007	19/3/2007	Comisión nombrada del Comité Local de Turismo
5.	Distribución de trifoliales, a personas que visiten la Aldea	Febrero 2007	Diciembre 2007	Guías turistas
6.	Distribución de trifoliales, a personas en los puestos de venta como tiendas y abarroterías	Febrero 2007	Diciembre 2007	Comisión nombrada del Comité Local de Turismo
7.	Publicación de la Aldea por televisión por cable local	Enero 2007	Febrero 2007	Relaciones Públicas de la Municipalidad/ Cable local de cada municipio

3.8 PROMOCIÓN DE VENTAS

Adicionalmente a las actividades de publicidad y con el fin de incrementar la afluencia de turistas hacia la Aldea, se debe llevar a cabo actividades de promoción de ventas, a través de una estrategia para consumidores, la cual se empezará en el mes de febrero finalizando en junio del año 2007, con el propósito de aprovechar la temporada de turismo local por motivos feriados y vacaciones de los guatemaltecos, e incentivar principalmente al turista local, ha visitar y conocer lo nuevo que ofrece la Aldea. Aumentar a corto plazo la demanda turística hacia el lugar, captar el segmento de turistas a quienes se dirige la campaña publicitaria.

3.8.1 Actividades promotoras

- a) Se estará regalando fotografías debidamente enmarcadas, sobre los lugares más relevantes de la aldea y que promuevan la visita del lugar, a todo turista que provenga de los municipios de Villa Canales, San Miguel Petapa, Villa Nueva y Amatitlán. Se busca con esto impactar de forma favorable en la promoción del paraje turístico.
- b) Distribución de vales de cortesía a turistas que visiten la Aldea durante los meses de promoción, los que consistirán, un paseo en lancha sobre el recorrido de Playa Limpia hacia el altar del niño de Amatitlán.
- c) Se concederá, a dos personas pases de cortesía, cuando se acompañen de 10 personas, que visiten las playas públicas.

3.8.2 Inversión de la promoción

**CUADRO 15
COSTO DE LA PROMOCIÓN**

No.	Actividades	Costo parcial	Costo totales
1.	10 fotografías de 10x15" de promoción	Q. 90.00	Q. 800.00
2.	10 Marcos para protección de fotografías	Q. 45.00	Q. 450.00
3.	75 vales de promoción para recorrido en lancha	Q. 0.33	Q. 25.00
4.	Alquiler de lancha (por 75 vales)	Q. 4.00	Q. 300.00
Costo total de la promoción			Q. 1,575.00

3.8.3 Relaciones Públicas

Para la completar las actividades de promoción del paraje turístico, se propone las siguientes actividades de relaciones públicas, que buscarán lograr un acercamiento con las diversas instituciones tanto gubernamentales como del sector privado, por ejemplo, El INGUAT, Cámara de turismo, Gobernación, AMSA, Municipalidades vecinas, Helados Nestle o Sarita, Cervecería Gallo, Medios radiales, televisivos y escritos; que contribuyan a lograr un crecimiento turístico integrado, sociedad y sector productivo.

3.8.4 Objetivos de relaciones públicas

- a. Crear lazos de amistad con los sectores de la sociedad.
- b. Obtener apoyo económico, financiamiento y patrocinadores de los diversos organismos y empresas privadas que operen dentro de los municipios escogidos, para una precisa promoción de la Aldea.
- c. Crear imagen positiva de la Aldea, como un paraje turístico, apto para el ejercicio del turismo.

3.8.4.1 Actividades

- a. Se realizarán actividades de relaciones públicas con los canales 3,7,11,13, Latitud y Canales locales de Villa Nueva, Villa Canales, San Miguel Petapa y Amatitlán.
- b. Se entablaran relaciones con las empresas Kodak, Quick Photo y Fuji Film, con el objeto de buscar patrocinio, asesoría y apoyo en promoción de ventas que se realizará, donaciones y trabajos de arte a cambio de publicidad gratuita.
- c. Solicitar a la División de Mercadeo del INGUAT, ver organigrama de la página 20 del primer capítulo de esta trabajo, con la finalidad de requerir trífolios, material publicitario y apoyo en la promoción con otros artículos convenientes que pueda proveer el INGUAT.
- d. Empezar una relación directa con la Relaciones Públicas del INGUAT ver página 20, para solicitar a la unidad de Proyectos Específicos un espacio para ofrecernos espectáculos en las inauguraciones de actividades.
- e. Se trabajará en coordinación con AMSA, para planificar y ejecutar con las instituciones que corresponda, temas sobre el cuidado del medio Ambiente y elaboración de reportajes y documentales sobre la aldea El Cerrito y otros trabajos que permitan la prevención, promoción, recuperación y rehabilitación del lugar, dando cumplimiento a su funciones principales, según el decreto 64-96. Ver página 23.

3.8.4.2 Presupuesto

Para la ejecución de las actividades de relaciones públicas, será necesario incurrir los gastos siguientes:

CUADRO 16
GASTOS ADMINISTRATIVOS DE RELACIONES PÚBLICAS

No.	Actividad	Costo
1.	Gastos administrativos para la elaboración de y envío de correspondencia a las distintas instituciones y empresas	Q. 150.00
2.	Viáticos para las personas que realizarán actividades de acercamiento y pláticas con autoridades y directivos de distintas instituciones y empresas del sector privado.	Q. 1,500.00
3.	Elaboración de diplomas y reconocimientos a autoridades o directivos que colaboren con el Comité Local de Turismo, por parte de la Municipalidad, contribuyendo al engrandecimiento de la zona como paraje turístico.	Q. 1,200.00
Total		Q. 2,750.00

El total de inversión que debe gestionar la municipalidad de Amatitlán, para la creación de los puntos turísticos

3.9 CREACIÓN Y FUNCIONES DEL COMITÉ LOCAL DEL TURISMO

El manual de procedimientos para comités locales de turismo del INGUAT en el artículo uno, indica, que para constituirse “Los Comités Locales de Turismo deben constituirse en plataformas de negociación y coordinación y a su vez en canales oficiales para proponer las actividades de planificación y promoción en regiones, departamento y municipios con potencial turístico, enmarcados en la Estrategia Nacional de Turismo. En este sentido deberán formular un plan de desarrollo turístico local y que este pueda ser evaluado, priorizando y negociando en el seno de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural” (24.7). En este trabajo se presentan varios proyectos, los cuales se pueden presentar y someterse a la evolución pertinente.

Por consiguiente la naturaleza de los comités locales de turismo, deben ser instancias que favorezcan la coordinación de la actividad turística, así como instancias de participación, comunicación y coordinación de los sectores claves correspondientes, que representen en momentos oportunos los atractivos turísticos propuestos en función de la importancia que revista y las necesidades que presente.

Para conformar un comité local de turismo es necesario tener presente los principios siguientes:

- a) Respeto al individuo como parte importante de la sociedad.
- b) Respeto a todas las actividades productivas como ejes importantes en el desarrollo de la actividad turística.
- c) El respeto a las diferencias étnicas, culturales, religiosas, generacionales y la equidad de género.
- d) El fomento de la relaciones entre grandes y pequeños empresarios.
- e) El fomento de la relaciones del sector público, privado y civil.
- f) El uso apropiado de los recursos humano, financiero y técnicos.
- g) El respeto al patrimonio natural y cultural.

Estos principios son considerados importantes en el manual de comités del INGUAT.

Al conformarse el comité local de turismo, se debe integrar en el nivel que el INGUAT proponga, puede variar según el nivel regional, departamental o municipal de acuerdo a la cobertura territorial que el atractivo turístico contenga. También se considerarán los nuevos destinos turísticos, su asesoramiento y acompañamiento para el logro del proceso adecuado de desarrollo del atractivo.

Se considera comité local de turismo si su integración es conformada por:

- a) Un representante de la Gobernación Departamental.
- b) Un representante del Consejo Municipal.
- c) Un representante de las gremiales o asociaciones de las actividades debidamente agremiados o asociados en el área que estén involucradas con la actividad turística.
- d) Representantes de grupos comunitarios y civiles organizados que no respondan a fines políticos.
- e) Un representante electo por todas las organizaciones no gubernamentales que apoyen proyectos y/o actividades turísticas locales.
- f) Un representante de la Cámara de Turismo si existiera.
- g) Un representante de la Cámara de Comercio si existiera.
- h) Un representante electo de los medios de comunicación local.

Con el cumplimiento de la integración de los miembros que conformarán el Comité, el INGUAT coordinará posteriormente la participación de asesores e invitados especializados en el tema de turismo, para preparar y encaminar el buen uso de los recursos que estarán administrando y las responsabilidades que hay que cumplir como comité, y en caso especial se encargará de asesorar y acompañar el proceso para que se logre el apropiado desarrollo del atractivo, esto dependerá del nivel de integración que adquiera el comité.

La conformación del órgano del comité local de turismo, deberá contar con:

- Una asamblea general, que será la autoridad máxima del comité y este estará representado por titulares y suplentes de cada organización activa.
- Junta Directiva (presidente, vicepresidente, un secretario, tesorero y dos vocales.)

- Comisiones de apoyo, encargadas de las tareas específicas de acuerdo con las necesidades de cada Comité Local de Turismo. Integrados por miembros de la Asamblea General y otros entes facilitadores. De la cual se destacará la Comisión de Vigilancia para los fondos

Al momento que la aldea El Cerrito tenga un comité legalmente inscrito en el INGUAT, podrá proponer las acciones funcionales como:

- a) Formular el plan de desarrollo turístico basado en el atractivo turístico.
- b) Identificar, priorizar y formular proyectos en función de la actividad turística de forma coordinada con las instancias de apoyo.
- c) Gestionar cooperación técnica y financiera para ejecutar el plan de desarrollo.
- d) Coordinar el apoyo del Ministerio de Ambiente, El Ministerio de Salud Pública, la (s) Municipalidad (es), entidades relacionadas con el medio ambiente para la implementación y ejecución de proyectos en beneficio del lugar.
- e) Coordinar el apoyo con entidades según la naturaleza del proyecto a desarrollar.
- f) Mediar con el INGUAT, INTECAP, los Ministerios, Universidades, Cámaras y otros para atraer la capacitación local y elevar de calidad los servicios que se prestan, como plan de ejecución.
- g) Coordinar acciones de promoción y mercadeo turístico del atractivo, con el apoyo de instancias nacionales e internacionales.

Las ventajas de un comité legalmente reconocido por el INGUAT son beneficiosas por las acciones que el mismo debe cumplir según el marco de la Estrategia Nacional de Turismo y son:

- Ser un facilitador y asesor de las acciones de desarrollo turístico, mercadeo y promoción del atractivo.
- El INGUAT, contratará un promotor turístico para cumplir con su función de facilitador del comité.
- Asesorar la formulación del plan integral de desarrollo turístico en torno al atractivo.
- Apoyar técnicamente el proceso de identificación, priorización y formulación de proyectos y coordinar con otras instancias que tengan conocimientos necesarios para la ejecución de proyectos y programas.
- Asesorar y acompañar al Comité Local de Turismo en la gestión de cooperación técnica y financiera con organismos nacionales e internacionales para la ejecución del plan de desarrollo turístico de la localidad.
- Evaluar el programa o proyecto a fin de respaldar la solicitud de financiamiento presentada por el Comité Local de Turismo, lograr que el proyecto a financiar y avalar que se encuentre contemplado dentro de las prioridades de la Estrategia Nacional de Turismo.
- Efectuar la detección de necesidades de capacitación para los miembros de los comités locales de turismo.
- Asesorar la elaboración de los planes de promoción y mercadeo turístico.

Para que funcione el Comité Local de Turismo en la región; el área o destino deberá cumplir con los requisitos siguientes:

- Contar con atractivos de verdadero potencial turístico de acuerdo con un dictamen técnico.
- Poseer infraestructura básica, (agua, luz, drenajes entre otros)
- Contar con gremiales y/o asociaciones de grupos organizados, sin fines políticos.

- Documentación sobre la región, área o destino.
- Presentar un inventario general incluyendo el listado de atractivos turísticos, empresas relacionadas con la actividad turística, servicios, asociaciones civiles no políticas, agencias de cooperación nacionales e internacionales, organizaciones no gubernamentales, instituciones de gobierno que trabaje en el área, comités en general, grupos comunitarios, entre otros.
- El Concejo Municipal deberá contar con su Comisión de Turismo y facilitar un espacio físico apropiado para el funcionamiento del Comité Local de Turismo.

En el manual interno de procedimientos de Comités Locales de Turismo del Inguat se detallan los criterios a considerarse previo a la creación del Comité Local de Turismo -CLT-, tales como:

- Evaluación técnica del destino: permite determinar el potencial turístico del área, los niveles de organización comunitaria y social, como las condiciones socioeconómicas para determinar la capacidad de gestión de los miembros del Comité.
- Informe de la evaluación técnica del destino: constituye la documentación completa de la región área o destino evaluado, un compendio completo de las organizaciones civiles o comunitarias que se encuentren en la localidad o área objeto de estudio con su respectivo directorio. Sirve para dictaminar la factibilidad de la creación del comité local de turismo y para dar inicio a la formación del mismo, en caso se recomiende.
- Su primera convocatoria, quienes asistirán; su primera reunión y aspectos a considerar para su realización.
- Requisitos para ser miembro del comité local de turismo.

- Instalación del comité local de turismo: significa el espacio físico donde funcionará (Domicilio), montaje, equipamiento y adecuación de la oficina.
- Y las relaciones entre el INGUAT y el Comité Local de Turismo.
- Requisitos para atender solicitudes del CLT al INGUAT, las cuales deberán ser por escrito.
- La coordinación de del CLT la forma de proceder.
- Manejos de fondos.

3.10 CAPACITACIÓN EN EDUCACIÓN AMBIENTAL

3.10.1 El Agua, la cuenca y sus componentes

a) Objetivo general

Que los guías turistas y agentes de turismo conozcan y apliquen bien los conceptos y temas que estén relacionadas con el entorno, en el momento de estar prestando el servicio al turista.

b) Objetivos específicos

Que los turistas obtengan información fidedigna, logren identificar los elementos de una cuenca y sus interrelaciones.

Que los agentes de turismo apliquen los conocimientos adquiridos en actividades prácticas.

c) Desarrollo

En esta unidad se introducirán los conceptos de cuenca hidrográfica y los aspectos geofísicos, climáticos y biológicos relacionados con ella. Se hará una exposición de algunos elementos de la cuenca y posteriormente los

participantes encontrarán otros aspectos relacionados con la misma. Para ello se proponen las siguientes actividades:

Aspectos naturales

CONTENIDOS	ACTIVIDADES		
	1ra.	2da.	3ra.
Uso del diccionario	Investigar en el documento que proporciona AMSA "La cuenca y el Lago de Amatitlán"	Identificación de términos desconocidos relacionados con el agua, la cuenca y sus componentes: hidrología, mineralogía, cuenca, lago, fluvial, ecosistema, hidrográfica, mortalidad, morbilidad, cerro, lago, Maguana monografía, evaporación, transpiración, precipitación, cuenca, flora, fauna, erosión, forestación, sólido, líquido y gaseoso	Trabajo de campo a un bosque o área con fauna y flora y requerir de los participantes que se organicen en grupos de cinco, para que definan los términos nuevos y los que no conozcan, los busque en el diccionario en un tiempo mínimo.
Glosario	Elaboración de glosario que incluya conceptos de: Medio Ambiente, ecosistema, cuenca afluente.	Elaboración de fichas con bibliografía sobre : Agua, cuenca y sus componentes. Dictado de palabras sobre terminología utilizada: hidrología, geología etc.	Organización de un glosario con los términos desconocidos.
Clases de oraciones	Elaboración de oraciones sobre los recursos naturales y sobre las formas de colores de la hojas	Elaboración de diálogo sobre el tema de la unidad, empleando diferentes tipos de oraciones	Trabajo de campo a un bosque o área con fauna y flora y requerir de los participantes escriban oraciones sobre su alrededor
Dramatización	Dramatización sobre el uso, cuidado y beneficios del agua	Utilización racional del recurso agua	La importancia de los árboles
Historia	Presentación de una historia sobre un accidente geográfico	Redacción de un cuento sobre: Cuando ya no exista agua en el planeta	
Investigación	Realizar una investigación sobre los poetas que guatemaltecos que mencionen recursos naturales en su poesías	Investigación sobre los escritores guatemaltecos que tratan el tema de los recursos naturales.	Lectura del texto de autor guatemalteco sobre los recursos naturales de Guatemala y análisis del mismo

Aspectos sociales

CONTENIDOS	ACTIVIDADES		
	1ra.	2da.	3ra.
La comunidad	Origen del nombre del municipio y la Aldea y la conformación legal del mismo	Organización del festival en el ámbito comunitario, resaltando la cultura al medio ambiente	Preparación de mural sobre la importancia de la participación de la comunidad en el proceso de rescate del Lago de Amatitlán
Familia	Preparar un tema sobre la importancia de la participación de la familia en el proceso de rescate de la cultura	Análisis del papel de la familia en el usos racional del agua y residuos	Investigación en la Constitución Política del República de Guatemala, sobre el papel del Estado con relación a la familia y las opciones de descanso.
Accidentes geográficos	Lectura y análisis de la monografía página 5, del municipio de Amatitlán y la tesis sobre el turismo en la Aldea capítulo II	Explicación del origen del Lago de Amatitlán	Origen, forma y localización del lago. Concepto de Cuenca. Dibujo de un mapa con los puntos cardinales
Geografía	Construcción de un maqueta de la cuenca del lago y el paso del relleno que le gustaría tener en grande	Determinación de los accidentes geográficos de la cuenca incluyendo el paso del Relleno	Visita a un área específica de la Aldea El Cerrito, para determinar la importancia económica, turística, cultura de la misma.

3.10.2 Elementos a considerar en la capacitación

- a) Materias: folleto de medio ambiente e historia
- b) Duración: tiempo estipulado de preparación 50 minutos, tiempo de la actividad 50 minutos.
- c) Lugar: el exterior o en un área que no tenga piso resbaloso, como los de cemento, esta actividad puede implicar el uso de agua.

- d) Habilidades a desarrollar: análisis, aplicación y solución de problemas
- e) Programación: Los participantes pueden ser introducidos al empleo que los usuarios hacen del agua mediante al construcción
- f) Pizarrones, marcadores y carteles

CONCLUSIONES

A las que se llegó con el estudio que se realizó en la aldea El Cerrito, municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala, son las siguientes:

1. Las causas por las cuales no se ha fomentado el desarrollo turístico en la aldea El Cerrito son: el desinterés por parte de las autoridades ediles en el fomento del turismo en su localidad, el deterioro constante del lugar por parte de los habitantes.
2. Lo que debe hacerse para fomentar el desarrollo turístico y que éste a la vez genere beneficios socioeconómicos a los pobladores de la aldea El Cerrito en el municipio de Amatitlán, es elaborar una guía administrativa enfocada al turismo que contenga las estrategias que deben implementarse.
3. Para que los vecinos tengan acceso a la información del potencial que posee el lugar, la importancia de conservar y proteger el ambiente, la forma de elevar la calidad de los servicios, es necesario que tengan un documento con las estrategias para el desarrollo turístico del lugar.
4. La aldea el Cerrito tiene una plataforma turística para atraer y recrear al turista local, la cual no ha sido explotada debidamente por parte de los propietarios de negocios, autoridades del gobierno, locales y ediles por carecer de guías administrativas, asesorías y criterios básicos de turismo para realizar proyectos que generen beneficios a la Aldea.
5. No existe un comité local del turismo debidamente legalizado y un grupo gestor que promueva, proponga y vigile el desarrollo turístico.

6. No se tiene ningún proyecto que promueva el desarrollo turístico de la Aldea, por parte de las autoridades y de la sociedad civil.
7. Los microempresarios no cuentan con una entidad que los represente, ni brinde asesoría legal, financiera, técnica y mercadológica. Trabajan en forma individual en condiciones precarias e insalubres esto no permite prestar un servicio de calidad a los turistas.
8. La práctica del turismo genera empleo directo e indirecto, promueve el desarrollo económico, mejora los hábitos y condiciones de vida de los habitantes, impulsa la paz, prosperidad individual y colectiva, responsabilidad en el accionar económico con el ecológico, el medio ambiente y desarrollo. Actividad que no ha sido utilizada como herramienta para generar desarrollo sostenible y sustentable.
9. Las características geofísicas de la Aldea permiten que exista y se mantenga el turismo independientemente de las condiciones precarias en las que se encuentran los puntos turísticos.
10. El deterioro ocasionado a la Aldea , por la falta de mantenimiento en la infraestructura del alcantarillado, conductos de agua y falta de servicios salubres, originan problemas de contaminación ambiental.
11. Por la falta de asignación de recursos financieros para proyectos y actividades que fomente el desarrollo turístico, las autoridades municipales no han podido abarcar y resolver esta problemática que se presenta.
12. El Instituto Guatemalteco de Turismo, no incluye en su planificación de proyecto, uno específico para fomentar el desarrollo turístico en la aldea El Cerrito.

RECOMENDACIONES

Con base al desarrollo de la investigación se sugiere las recomendaciones siguientes:

1. Que las autoridades encargadas de velar por el desarrollo del turismo en la Aldea, tomen en consideración este estudio de investigación, para detener el deterioro del lugar y fomentar el desarrollo.
2. Se debe estudiar y poner en práctica las estrategias enmarcadas en esta guía enfocadas al turismo de la Aldea, para obtener grandes cambios y mejoras.
3. La guía de desarrollo turístico que se presenta, debe duplicarse y repartirse a entidades y grupos interesados en el desarrollo de comunidades, en especial a grupos que velan por el avance de la aldea El Cerrito, en Amatitlán.
4. Que los propietarios de negocios, autoridades de gobierno, locales y ediles que están vinculados en el desarrollo turístico de la Aldea, gestionen guías administrativas, capacitaciones y asesorías ante el INGUAT, CAMTUR, Ministerio de Salud y AMSA sobre los criterios básicos de turismo y aprovechamiento de los recursos.
5. Que los habitantes de la Aldea organicen y legalicen el comité local del turismo y un grupo gestor, que funcionen para promover, propone y vigilar el desarrollo local del turismo y brinde beneficios equitativos para la comunidad.

6. Que las autoridades involucradas y sociedad civil, realicen y ejecuten proyectos o actividades que promuevan el desarrollo turístico local o acudan al apoyo de entidades expertas que hacen usos de esta herramienta, para generar desarrollo en otras comunidades turísticas de Guatemala.
7. Que los microempresarios se asocien a CAMTUR, para poder ser representados y recibir asesorías de tipo legal, financiera, técnica y mercadológica con el objeto de competir en el mercado del turismo.
8. Que los habitantes de la Aldea velen por que la práctica del turismo y todo proyecto o actividad encaminados al desarrollo de la Aldea deben estar ligados a la contribución del turismo, desarrollo personal y colectivo de los habitantes, salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico sano, sostenible y sustentable.
9. Que el comité, la municipalidad y demás personas interesadas aprovechen las características geofísicas de la Aldea, para implementar cambios positivos y fomentar el turismo, la comunidad y desarrollo económico local y cambios estructurales que detengan el deterioro ambiental y la contaminación.
10. Que el comité de vecinos solicite por escrito a la administración municipal el mantenimiento constante de alcantarillado, conductos de agua y la prestación de los servicios de extracción de basura, limpieza de las playas y servicios sanitarios en los puntos turísticos, con el fin de detener la contaminación al ambiente.
11. Que las autoridades ediles incluyan en el Plan Operativo Anual, proyectos de desarrollo turístico en beneficio de la aldea El Cerrito, asignando

responsables y los recursos financieros correspondientes para su financiamiento.

12. La municipalidad deberá realizar varias coordinaciones con el INGUAT, para abarcar y lograr las metas que se traza para con el turismo del municipio en especial con la Aldea.
13. Se debe acudir a la autogestión de proyectos, al momento de no contar con recursos financieros para cada una de las actividades a realizar.

BIBLIOGRAFÍA

1. Calderón HB Rottman, **Notas sobre Formulación de Proyectos, Cuadernos de ILPES**. Serie II No. 12.
2. Folleto Nivel Superior de AMSA, **Educación Ambiental y Ciudadana**.
3. Girón Solórzano, Ricardo Alfredo. Tesis **Estudio de Factibilidad para la Creación del Centro Ecoturístico de Historia Natural Qawachulew, San Marcos La Laguna Sololá**. año 2003, Pág. 116.
4. Guzmán Monasterio, Efraín Alfredo. **Historia De Amatitlán 432**. Editorial impresos Industriales, año1981, Pág.185.
5. Higer, J, Prince G. **Análisis Económico y Proyectos Agrícolas**. Edit. Tecnos Madera.
6. Infante Villareal, Arturo, **Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión**. editorial Grupo Norma. año 1997 decimoquinta impresión, Pág. 400.
7. Kotler, Philip y Gary Armstrong. **Mercadotecnia**. editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. Sexta edición 1994.
8. Koontz, Harold y Heinz Weihrich. **Administración una perspectiva global**. editorial McGraw Hill, 11ª. Edición, año 1998. Pág. 796.
9. Larousse, diccionario manual, año 1992. Pág.1820
10. Ley orgánica INGUAT, **Decreto No. 1701 del Congreso de la República de Guatemala**. Pág. 16
11. Morán López, Reina Eugenia. Tesis **Como incrementar la comercialización del servicio turístico**. Año 1999, Pág. 115.
12. Prensa Libre, **Tema Negocios**. Pág. 19. Fecha 03/03/2003.
Prensa Libre, **Temas Negocios**. Pág. 20 Fecha 20/01/2005
13. Render, Barry y Jay Heizer. **Principios de Administración de Operaciones**. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. Primera edición 1996.
14. Revista **Del Lago Amatitlán**. Coleccionable, Edición 1,2,4 año 2003.
15. Revista **Mengala**. Coleccionable 2003.

16. Robins, Stephen P. **Comportamiento Organizacional**. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. tercera edición. 1996.
17. Seminario **Inadecuada Organización de la Industria Turística**. IECA 1999.
18. Solano Divas, Evelyn Mercedes. **Administración del Área Protegida Parque Nacional Laguna Lachua, Alta Verapaz**. año 2002, p.96.
19. Stoll, Otto. **Etnografía de Guatemala**. 1975, Editorial HP. p.185.
20. Polanco Juárez, Edgar Antonio. **La inversión Privada en Reforestación en Guatemala Características y Desarrollo**, Universidad de San Carlos de Guatemala, marzo 1994, Pág. 20
21. Mendoza, Gilberto. **Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios**, Editorial IICA. San José Costa Rica, 1995 Pág. 50.
22. Decreto número 64-96. **Naturaleza de la Autoridad para el Rescate y Resguardo del Lago de Amatitlán -AMSA-**, Congreso de la República de Guatemala, Página 1, año 1996.
23. Acuerdo Gubernativo Número 186-99. **Creación de la Autoridad para el Rescate y Resguardo del Lago de Amatitlán -AMSA-**, marzo 1999
24. **Manual de Procedimientos Para Comités Locales de Turismo, INGUAT**, Páginas 25
25. Ley de Áreas Protegidas. **Decreto Número 4-89, Congreso de la República de Guatemala**, Páginas 30
26. Código Municipal. **Decreto Número 12-2002**, Páginas 69
27. Revista, **Nuestra historia**. Instituto Guatemalteco de Turismo, Páginas 40, año 1999.

Sitios en internet

28. <http://www.av-asesores.com/documentacion>
29. <http://www.evren.net/turismo.htm/>.
30. <http://www.infocarto.es/id/mariotsp.htm>
31. <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/otros/fondo/fondo/htm>

ANEXOS

FORMATO

Requerimientos del Plan de Desarrollo del Perfil de Proyectos del INGUAT

I. La identificación y ubicación del proyecto

1. Nombre del proyecto
2. Entidad responsable del atractivo turístico
3. Dirección de la entidad responsable
4. Ubicación y localización del proyecto
 - a. Región
 - b. Departamento
 - c. Municipio
 - e. Aldea
 - f. Caserío
 - g. Cantón
 - h. Comunidad
 - i. Otros
5. Distancias
 - a. Desde la Ciudad de Guatemala _____ kms.
 - b. Desde la cabecera municipal _____ kms.
 - c. Desde otro punto a _____ kms.

II. Descripción del proyecto

1. Descripción
2. Antecedentes
3. Objetivos (Descripción)
4. Metas y resultados (Especificar)
5. Problemas a resolver (Enumerar)

III. Presupuesto y financiamiento del proyecto

1. Fuente del financiamiento:
 - a. Municipalidades
 - b. Fondos Sociales
 - c. Préstamo Banco Local
 - d. Préstamo Organismo Internacional
 - e. Comunidad
 - f. Financiamiento mixto
 - g. Otros
2. Costo inicial estimado del proyecto
 - a. Fase Preparatoria
 - b. Fase ejecución
 - c. Costo total (a+b)
 - d. Recurso Internos

- e. Recursos Externos
- 3. Fechas prevista de inicio
 - a. Fase preparatoria
 - b. Fase ejecución
 - c. Duración del proyecto

Luego se deberá llenar el cuadro de forma específica sin dejar celda vacía si no fuera necesario.

4. Presupuesto del proyecto

No.	Descripción del renglón del trabajo	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
1.					
2.					
3.					

IV. Situación actual del proyecto

1. Etapa en la cual se encuentra el proyecto

- | | | |
|--|-------------|----------------------|
| a. Idea | % de avance | Fecha de terminación |
| b. Perfil | % de avance | Fecha de terminación |
| c. Estudios de preinversión | % de avance | Fecha de terminación |
| d. Autorización municipal y/o otra entidad | % de avance | Fecha de terminación |
| e. Trámite de crédito | % de avance | Fecha de terminación |
| f. Ejecución parcial | % de avance | Fecha de terminación |

2. Población a beneficiar

- a. ___ Habitantes Población Total
- b. ___ Niños
- c. ___ Mujeres

3. Nivel de empleo generado

- a. Período de ejecución
- Meses/hombre _____
- Días/hombre _____
- b. Período de operación
- Meses/hombre _____
- Días/hombre _____

4. Impactos

- a. Impacto Ambiental
- Positivo
- Neutro
- Negativo

b. Impacto Socioeconómico

Positivo

Neutro

Negativo

Este espacio lo llena la persona representante del Inguat en oficinas.

5. Responsable de proporcionar la información

a. Nombre

b. Cargo

c. Institución

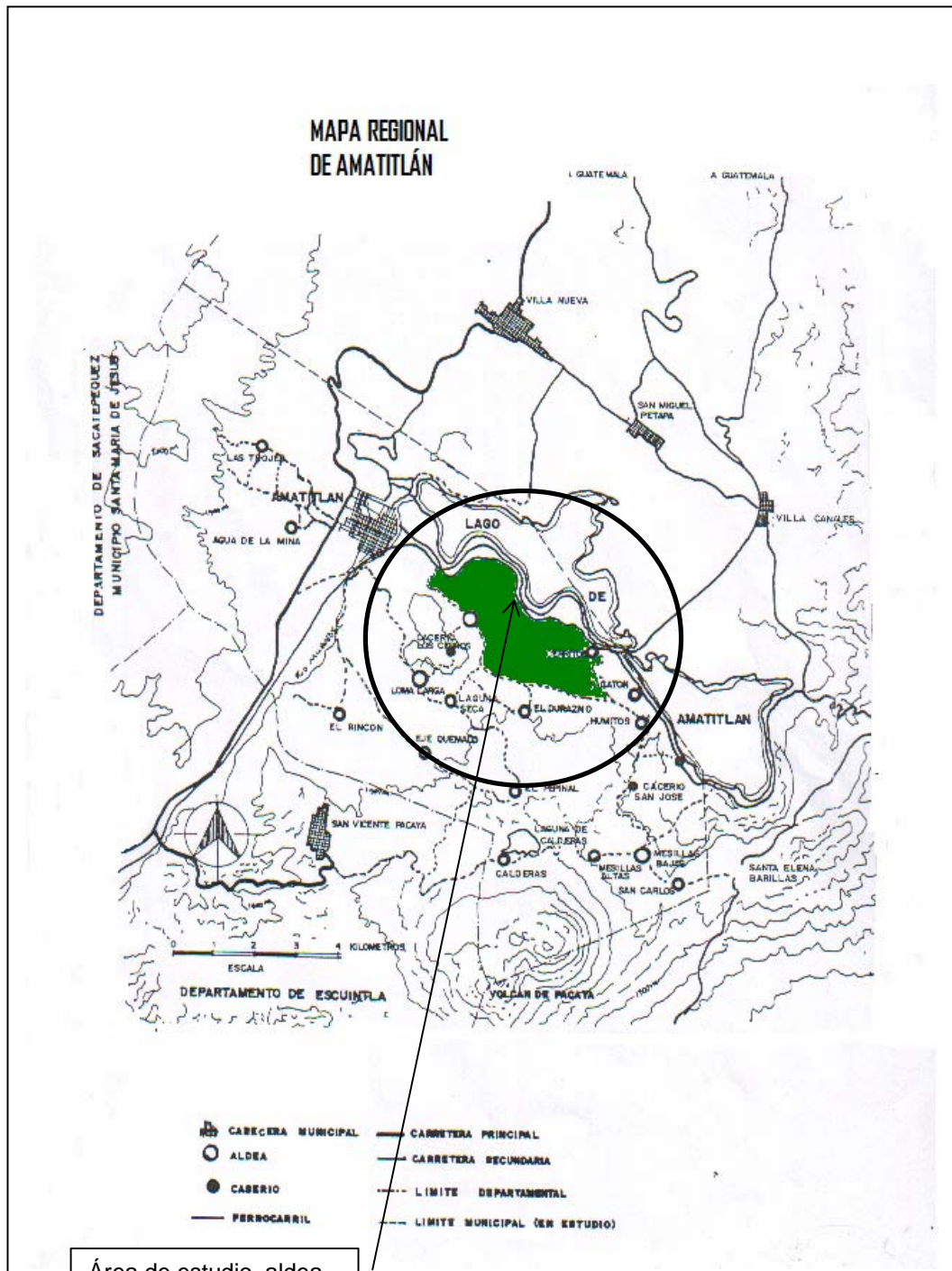
d. Unidad

e. Lugar

f. Fecha

Son datos importantes y básicos a considerar, al momento de empezar un estudio de prefactibilidad, y deben estar contemplados al momento que el INGUAT lo requiera.

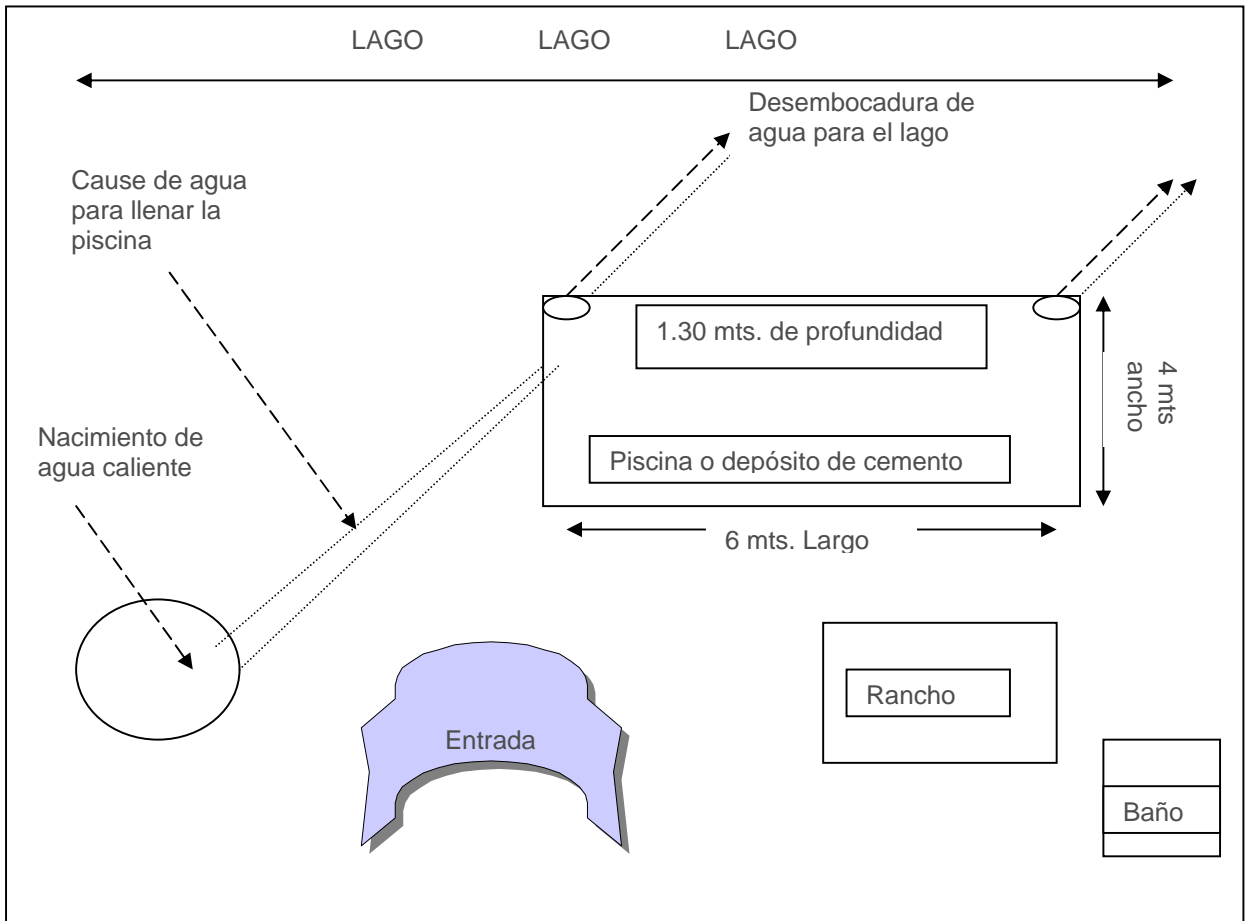
MAPA DEL MUNICIPIO DE AMATITLÁN



PLANOS

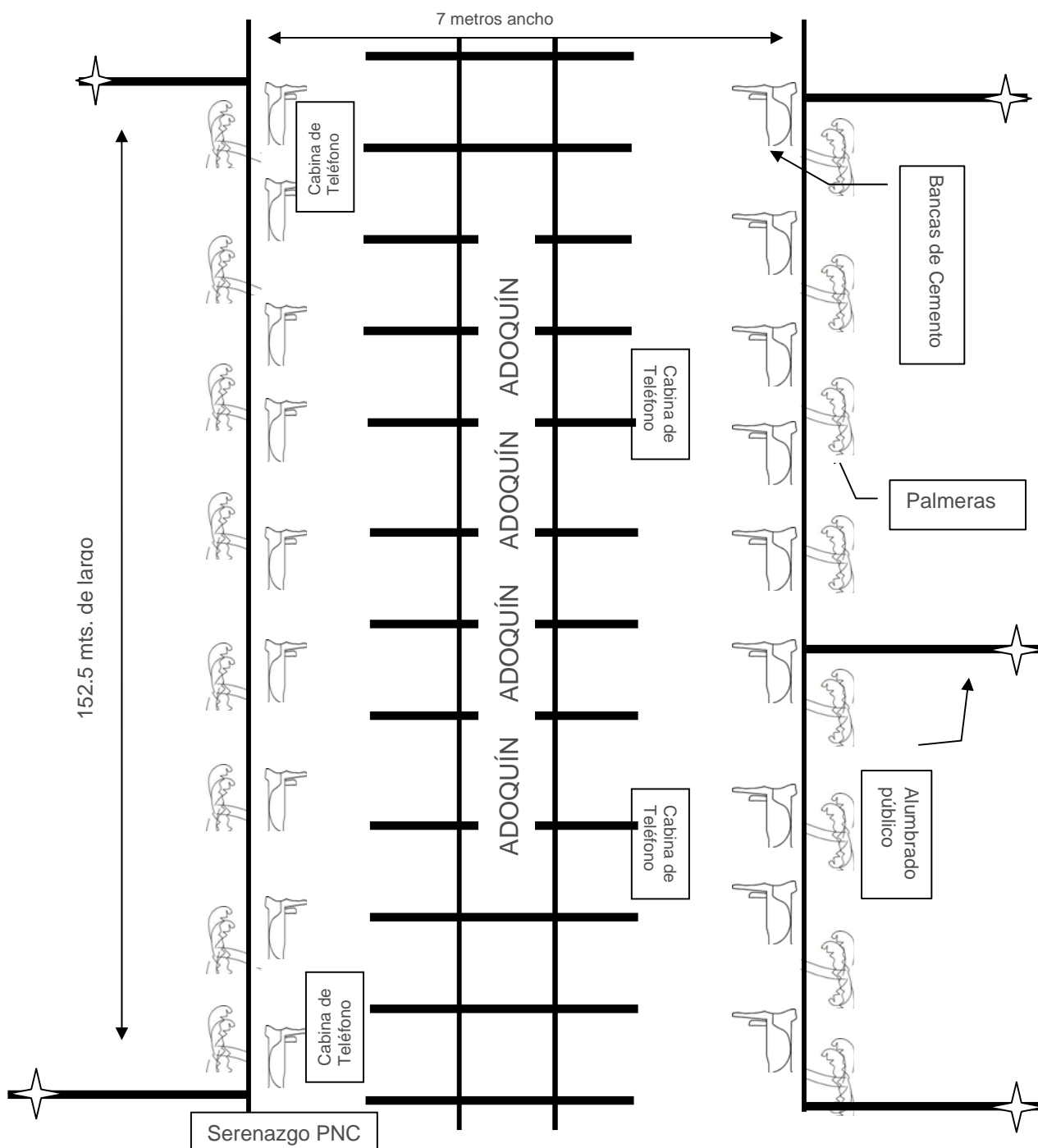
Se presentan los planos sobre las propuestas a aplicar en los nacimientos de agua caliente existentes en las playas públicas de la Aldea y el plano del paso el Relleno.

DISEÑO DEL NUEVO ENFOQUE DE NACIMIENTO DE AGUA ORILLAS DEL LAGO DE AMATITLÁN, ALDEA EL CERRITO



Fuente: Elaboración propia con base a investigación de campo efectuada en la aldea El Cerrito, año 2005.

DISEÑO PASO DEL RELLENO, ALDEA EL CERRITO



Fuente: Elaboración propia con base a investigación de campo efectuada en la aldea El Cerrito año 2005

A Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

De acuerdo con la ley Orgánica del INGUAT existen varias normas que se relacionan con el turismo en Guatemala:

“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” (10.1)

“El INGUAT queda obligado a desarrollar las funciones siguientes encaminadas al fomento del turismo interno y receptivo:

- a) Determinar cuales son los lugares de atracción turística en el territorio nacional, con el objetivo de evaluarlos y desarrollarlos, según su importancia, con apego a las prioridades previamente establecidas;
- b) Cooperar con las instituciones encargadas del mantenimiento, conservación, exhibición, restauración y conocimiento de los tesoros arqueológicos, históricos y artísticos de Guatemala, aportando cuanto sea necesario para que, sin menoscabo de su integridad y pureza, dicha riqueza pueda aprovecharse en los planes de desarrollo turístico;
- c) Elaborar un plan de turismo interno, que permita un mejor conocimiento entre los guatemaltecos, como miembro de la comunidad nacional a la vez que les depare la oportunidad de apreciar las manifestaciones culturales de las distintas regiones y la belleza de sus paisajes;
- d) Fomentar las industrias y artesanías típicas, colaborar en su desarrollo, promover la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales, proporcionar información que pueda beneficiar el mejoramiento de sus

productos y aplicar los medios publicitarios de que disponga, para lograr una mayor demanda de los mismos;

- e) Habilitar playas, jardines, parques, fuentes de aguas medicinales y centros de recreación con sus fondos propios; y colaborar con las municipalidades respectivas, en la dotación de los servicios esenciales y en el embellecimiento y ornamentación de los mismos, cuando tales zonas estén bajo su custodia;
- f) Construir hoteles o albergues, responsabilizándose en todo caso de que tales construcciones respondan a las necesidades del turismo nacional, en cuanto a su funcionalidad y belleza, procurar que la arquitectura de dichas construcciones este en consonancia con el ambiente, uso y tradiciones de la zona. Dichas edificaciones, cuando sean hechas por cuenta propia, deben ser entregadas para su explotación a personas idóneas, en el sentido que se considere conveniente a los intereses de la nación y especialmente al incremento del turismo;
- g) Divulgar las propiedades terapéuticas de las fuentes de agua medicinales, despertando el interés de los guatemaltecos y extranjeros por aprovecharlas;
- h) Organizar o colaborar en la celebración de ferias internacionales, nacionales, departamentales y locales; festivales folklóricos y ceremonias tradicionales;
- i) Divulgar los programas religiosos de los más venerados santuarios de la República y las fechas de las solemnidades más importantes;

- j) Disponer la construcción de aeródromos y vías de acceso a los lugares de interés turístico; y gestionar su ejecución ante el Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas;
- k) Emitir, previa opinión favorable de la Junta Monetaria, del Ministerio Público y llenar los requisitos que establecen las leyes, bonos de turismo para la construcción de obras autofinanciables, tales como hoteles, moteles, turicentros, funiculares y otras obras que tiendan a incrementar el turismo;
- l) Colaborar con el Instituto de Recreación de los Trabajadores en la organización de sistemas de turismo obrero y con los establecimientos de enseñanza en la promoción del turismo escolar, para los cuales el INGUAT, de común acuerdo con los propietarios o arrendatarios de hoteles, debe fijar tarifas especiales en temporadas apropiadas, que permitan el fácil conocimiento de las zonas turísticas al mayor número de personas de escasos recursos;
- m) Fundar por cuenta propia y con la ayuda de las universidades una escuela de turismo, en colaboración con las entidades interesadas en esta materia; abrir centros de capacitación y adiestramiento para el personal al servicio del turismo y otorgar becas para que los guatemaltecos que se distinguen o tengan vocación, puedan asistir a escuelas del extranjero con iguales fines;
- n) Orientar la organización y funcionamiento de las asociaciones, comités y otras entidades que se constituyan con fines de promoción turística;
- o) Inscribir, clasificar e inspeccionar el funcionamiento de las empresas turísticas para que puedan operar en el país;

- p) Autorizar de acuerdo con la clasificación por categorías previamente establecida por el INGUAT, las tarifas máximas de los hoteles, moteles, pensiones, autobuses y taxis dedicados al turismo y controlar la observancia de las mismas. La clasificación podrá ser revisada, a solicitud, tomando en cuenta todas las circunstancias, en cada caso;
- q) Formar y mantener actualizado, bajo su más estricta responsabilidad, el inventario turístico del país;
- r) Proporcionar toda la información que se le solicite, sobre lugares, servicios y cualquier objetivo turístico;
- s) Imprimir el mapa vial de Guatemala, buscando su mejor presentación y calidad, y actualizarlo cada año; editar folletos y guías que contengan información sobre todos los asuntos de interés que se mencionan en el inciso anterior;
- t) Empezar periódicamente campañas publicitarias dirigidas al turismo interior, a fin de que durante los períodos de vacaciones, los guatemaltecos visiten los centros de recreación del país;
- u) Imponer las sanciones correspondientes a las personas que infrinjan esta ley o sus reglamentos;
- v) Solicitar al Ejecutivo que se entreguen las zonas turísticas a su custodia;
- w) Organizar con las entidades encargadas, o especializadas, partidas de caza y pesca, en lugares turísticos empeñándose en crear temporadas y competencias; y,

- x) Fomentar por todos los medios a su alcance, el turismo interior y receptivo.” (10.1)

También se hacen referencia las disposiciones generales del INGUAT que indican:

“El Instituto Guatemalteco de Turismo, de acuerdo con el Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas planeará la construcción de los caminos de acceso, puentes y obras en general, que sirvan para desarrollar el turismo. Dicho Ministerio incluirá en su presupuesto inmediato, las partidas correspondientes a las obras que sean aprobadas y dará preferencia a la realización de las mismas.”(10.13)

Para fomentar y desarrollar el turismo, el INGUAT debe contar con representantes y responsables en toda la República y para ello se citan los artículos siguientes:

“Son delegados departamentales del INGUAT, los gobernadores y los alcaldes, quienes dentro de su jurisdicción quedan obligados a presentar su concurso para el cumplimiento de las finalidades del INGUAT. Tanto los gobernadores como los alcaldes, designarán a uno de sus empleados, para que suministre información a los turistas nacionales y extranjeros y les presten la ayuda correspondiente. El INGUAT, por su parte, debe proveer a las gobernaciones departamentales y a las alcaldías, de folletos, guías, mapas y demás artículos de propaganda que necesiten, para contribuir al fomento turístico.

En los lugares en que el INGUAT considere conveniente por las posibilidades de atracción turística que ofrezca, integrará comités departamentales o municipales de turismo, incluyendo en los mismos a las autoridades superiores del lugar y a

los vecinos calificados por su capacidad e interés en el desarrollo turístico. Estos comités funcionarán ad-honórem.” (10.13)

“Los ministerios, autoridades y dependencias públicas en general tienen obligación de coadyuvar en la consecución de los fines asignados al INGUAT, y dentro de la ley, prestarle colaboración en todo lo que tienda a evitar molestias innecesarias al turista.” (10.14)

B. Ley de áreas protegidas Decreto 4-89

En su primer considerando indica “Que la conservación, restauración y manejo de la fauna y flora silvestre de los guatemaltecos es fundamental para el logro de un desarrollo social y económico sostenido en el país”. (25.1)

En los principios fundamentales, indica es necesaria la educación ambiental y considera factor fundamental la participación activa de todos los habitantes del país, siendo indispensable el desarrollo de programas educativos, formales e informales, que tiendan al reconocimiento, conservación y uso apropiado del patrimonio natural de Guatemala. Por lo que se supedita la coordinación, como lo indica en el artículo 4, toda actividad relacionada con la fauna y flora y para lograr los objetivos de esta ley, se mantendrá la más estrecha vinculación y coordinación con las disposiciones de las entidades establecidas por otras leyes que persiguen objetivos similares en beneficio de la conservación y protección de los recursos naturales y culturales del país.”

En el capítulo III, en su artículo 6 indica que: “... para efectos de la mejor atención de las necesidades locales y regionales en las materias de su competencia, los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural y las Municipalidades coadyuvarán en la identificación, estudio, proposición y desarrollo de áreas protegidas dentro del ámbito de su respectiva región.”

“Son áreas protegidas, incluidas, sus respectivas zonas de amortiguamiento, las que tienen por objeto la conservación, el manejo racional y la restauración de la flora y fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales, que tengan alta significación por su función o sus valores genéticos, históricos, escénicos recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera de preservar el estado natural de las comunidades bióticas, de los fenómenos geomorfológicos únicos, de las fuentes y suministros de agua, de las cuencas críticas de los ríos, de las zonas protectoras de los suelos agrícolas, de tal modo de mantener opciones de desarrollo sostenible.”(25.4)

El título III, capítulo III, Artículo 58 titulado, Turismo: “El Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, el Instituto de Antropología e Historia y el Consejo Nacional de Áreas Protegidas, se coordinarán estrechamente por medio de sus respectivas direcciones, para compatibilizar y optimizar el desarrollo de las áreas protegidas y la conservación del paisaje y los recursos naturales y culturales con el desarrollo de la actividad turística.”

C. Reglamento de la Autoridad del Manejo Sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitlán -AMSA-.

Indica que el Estado, las municipalidades, el sector productivo y los habitantes del territorio nacional están obligados a propiciar el desarrollo social, económico y tecnológico que prevenga la contaminación del ambiente y mantenga el equilibrio ecológico, dictando todas las normas necesarias para garantizar la correcta y racional utilización y aprovechamiento del suelo, aire, flora, fauna y biodiversidad, evitando su depredación.

La Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca del Lago de Amatitlán, fue creada con el fin específico de planificar, coordinar y ejecutar todas las medidas y

acciones del sector público y privado que sean necesarias y que permitan rehabilitar el ecosistema del Lago de Amatitlán y todas sus Cuencas tributarias.

D Decreto Número 12-2002 (Código Municipal)

Apunta, que corresponde con exclusividad al Concejo Municipal, “el ejercicio del gobierno del municipio, velar por la integridad de su patrimonio, garantizar sus intereses con base en los valores, cultura y necesidades planteadas por los vecinos, conforme a la disponibilidad de recursos.” Según Título III, capítulo I, artículo 33. (26.12)

Una de las funciones que tienen las municipalidades es la organización de comisiones de carácter obligatorio para fomentar el desarrollo económico, turístico, ambiental y recursos naturales, según el artículo 36, numeral 4.

La administración municipal, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias puede promover toda clase de actividades económicas, sociales culturales, ambientales y prestar cuantos servicios contribuyan a mejorar la calidad de vida, a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la población del Municipio.

Se mencionan algunas de las competencias propias del Municipio relacionadas con el turismo: Se debe elevar la promoción y gestión de parques, jardines y lugares de recreación y la promoción y gestión ambiental de los recursos naturales.

Las competencias propias deben ser cumplidas por el municipio o por dos o más municipios bajo convenio o por mancomunidad de municipios, si es el caso.

Para toda planificación la municipalidad cuenta con oficinas técnicas, que coordinarán y consolidarán los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del Municipio, según el artículo 95 del Código Municipal.

E INSTITUCIONES QUE RIGEN EL TURISMO

E.1 Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

El INGUAT es la institución oficial encargada de, promover y desarrollar la industria turística, su organización, funciones y base legal. Se presenta a continuación:

a) Organización

Con el propósito de desarrollar las funciones que tiene asignadas el INGUAT y para el logro de sus objetivos y metas, la estructura administrativa organizacional está conformada de la manera siguiente:

- Director: máxima autoridad del INGUAT y representante legal de la institución.
- Subdirector: colabora estrechamente con el Director en el logro de sus objetivos, formulación y ejecución de planes de trabajo y asume el puesto del Director en ausencia de éste.
- Asesorías: Auditoría Interna, contribuye con la Dirección al logro de una gestión más eficiente de las operaciones económico financieras.
- Asesoría Jurídica, su objetivo principal es asesorar a Dirección en todas las acciones legales del INGUAT, así como velar porque se cumplan los principios de legalidad y legitimidad de las leyes y disposiciones en materia de turismo.

- Asesoría de Dirección: Sus funciones son, asesorar, colaborar y fortalecer las relaciones de la Dirección ante el sector público, privado y prensa internacional, asesorarla en las políticas de promoción en el ámbito internacional, participar y orientarla en la determinación e implementación de políticas estratégicas para el desarrollo de las actividades, planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades de las diferentes divisiones del INGUAT.
- Programa Nacional de Asistencia al Turista; coordina y sirve como enlace con las fuerzas de seguridad civil y militar en las acciones tendientes a ofrecer a los turistas extranjeros la seguridad requerida por los operadores.
- División Administrativa, contribuye con la Dirección del INGUAT en la formulación de planes, programas y proyectos de apoyo administrativo y coordina todos los servicios. La integran: Departamento Financiero, que realiza la ejecución presupuestaria del INGUAT y vela por el cumplimiento de los procedimientos que al respecto dicta la ley. Conformada a su vez por seis secciones: contabilidad, caja, cobros, compras, presupuesto, cómputo.
- Departamento de recursos humanos; planifica y ejecuta programas tendientes a mantener las buenas relaciones de trabajo, el desarrollo y superación del personal y su adecuada integración a la Institución. Sus secciones son: reclutamiento y selección, inducción y desarrollo del personal y servicio médico, por último el Departamento Administrativo, suministra el apoyo administrativo a la Institución y los servicios en mantenimiento, transporte y seguridad. Tiene a su cargo las secciones siguientes: seguridad, transporte, mantenimiento y administración del edificio castillo de San Felipe de Lara.
- División de mercadeo; realiza las acciones de mercadeo para incrementar los flujos de turismo hacia el país y posicionar a Guatemala como un destino turístico de primer orden, con una diversidad de atractivos culturales, así como históricos y naturales contribuyendo al crecimiento económico social del

país. Define y propone a la Dirección en el marco general de las políticas nacionales de desarrollo turístico, las acciones específicas de la división de mercadeo, en el corto, mediano y largo plazo. La integran: Operaciones y comercialización, promoción e investigación y análisis de mercados.

- División y Desarrollo del Producto: es la encargada de formular planes, programas y proyectos turísticos, así como emprender la ejecución de los mismos. Promueve la conservación y utilización nacional de los recursos turísticos y fomenta su desarrollo, la integran los departamentos de planeamiento, fomento, oficina regional del Petén y centro de documentación e información turística -CEDITUR-.
- Relaciones públicas: el órgano responsable de coordinar las acciones que realiza el INGUAT, con fines de divulgación de los logros y principales actividades turísticas realizadas en el país y en el extranjero. Sirve de contacto directo con los medios de comunicación nacional e internacional y consolida la imagen institucional. Tiene el apoyo de: proyectos específicos, eventos, espectáculos artísticos, redacción, medios audiovisuales y trajes regionales.

b) Funciones principales

Dentro de las funciones principales del INGUAT, para promover el turismo receptivo se norma:

Artículo 5 y sus literales “a) Fomentar y estimular la inversión de capital guatemalteco o extranjero en hoteles y centros de recreación dedicados al turismo, proporcionando la información en lo relativo a impuestos, tasas, incentivos y demás datos que pueden fundamentar los estudios previos de inversión; b) Realizar campañas de promoción turística en periódicos, revistas, radio, televisión y otros medios que se consideren igualmente adecuados y eficaces del extranjero, que divulguen las bellezas naturales, riquezas arqueológicas, centros de deporte y recreación social, de descanso y esparcimiento con el objeto de atraer a Guatemala la corriente turística de otros países; c) Prestar toda su colaboración y usar su influencia para que las compañías de transporte internacional, agencias de viajes, cadenas de hoteles y empresas de cualquier otra índole, relacionadas con el turismo, hagan campañas de promoción a favor de Guatemala, en el extranjero; d) Proporcionar a los consulados de Guatemala toda clase de propaganda e información para que puedan incrementar el turismo al país y resolver las consultas que se le dirijan; e) Imprimir libros, folletos y carteles sobre Guatemala, producir películas documentales, fotografías y todo el material necesario de cualquier naturaleza, que pueda usarse en la promoción turística; f) Establecer contacto con universidades, centros de enseñanza media, cámaras de comercio e industria y otras entidades o instituciones del extranjero que se interesen en Guatemala, con el fin de promover viajes de negocios, estudio o recreación; g) Integrar con la colaboración de las embajadas y consulados del país, y otras entidades que se considere conveniente, las asociaciones de Amigos de Guatemala, que colaboren con el INGUAT en la divulgación de propaganda turística; h) Organizar y realizar cursillos de orientación y enseñanza, dirigidos a los empleados de

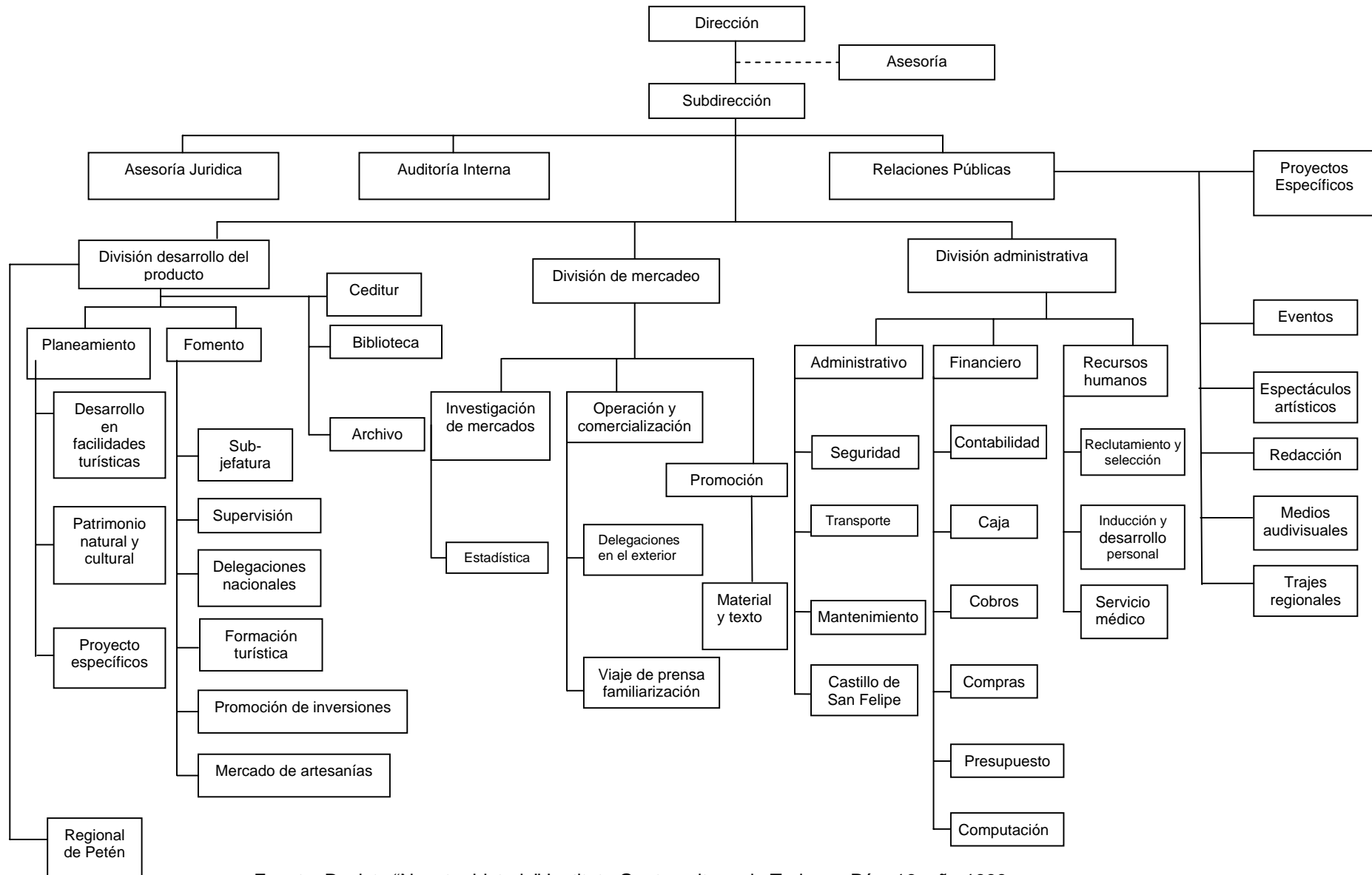
aduanas, migración y policías y otras entidades que tengan contacto con el turismo, para enseñarles formas de trato social al turista; i) Fomentar la integración de conjuntos musicales y de otra índole de guatemaltecos que vistán los trajes típicos de las distintas regiones del país y actúen en bares, restaurantes y lugares públicos, ofreciéndoles el diseño del traje y la ayuda que sea compatible con los propósitos de incremento turístico y las posibilidades del INGUAT; j) Ofrecer en lugares adecuados, representaciones de danza y bailes folklóricos con la mayor periodicidad posible, para lo cual el INGUAT debe preocuparse por integrar los conjuntos que sean necesarios; k) Organizar, colaborar y participar en los eventos nacionales e internacionales relacionados con el turismo; l) Celebrar acuerdo con entidades similares en México, Centroamérica y otros países para el establecimiento de circuitos turísticos que incluyan a Guatemala; m) Ejercer todas las demás funciones que tiendan a crear e incrementar atracción turística para Guatemala.”

c) Base Legal

El INGUAT fue creado por decreto legislativo 1701, en noviembre de 1968 y funciona con distintos departamentos y una Junta Asesora integrada por representantes del sector oficial y de la iniciativa privada con fundamento en el inciso 1º del artículo 170 de la Constitución de la República.

A continuación se presenta el organigrama de la estructura orgánica del INGUAT, todas las direcciones, divisiones y departamentos que lo conforman y la relación que guardan entre ellas, indicando las principales líneas de autoridad y responsabilidad.

GRÁFICA 1 ORGANIGRAMA INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO



F. Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca y el Lago de Amatitlán -AMSA-

Se creó como Organismo al más alto nivel, la Autoridad para el manejo sustentable de la Cuenca y el Lago de Amatitlán, con el fin específico de planificar, coordinar y ejecutar todas las medidas y acciones del sector público y privado necesarias para recuperar el ecosistema del Lago de Amatitlán y sus cuencas tributarias.

F.1 Organización

La Autoridad para el Manejo sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitlán, -AMSA-, adscrita a la Presidencia de la República y para el cumplimiento de sus fines se integrará de la forma siguiente:

- a) Dirección ejecutiva de la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitlán que comprende:
 - Dirección ejecutiva.
 - Subdirección ejecutiva.
 - Asesores.
 - Divisiones técnicos-administrativas.
 - Personal auxiliar y de secretaría.

- b) La representación de los sectores que intervienen en el control del uso de los recursos de la cuenca y del lago de Amatitlán, integrada por los titulares y suplentes, a fin de que mantengan una coordinación interinstitucional que agilice las acciones y aplique las normas y reglamentos. Estará integrada por un representante titular y un suplente, quienes laborarán en forma ad-honórem de las instituciones siguientes:
 - Gobernador departamental de Guatemala, quien presidirá la Autoridad,
 - Vicepresidencia de la República,

- El Comandante de la Región Militar Guatemala Sur,
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social,
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación,
- Procuraduría del Medio Ambiente de la Procuraduría General de la Nación,
- Fiscalía del Medio Ambiente del Ministerio Público,
- Un representante de las municipalidades que estén comprendidas dentro del territorio de la Cuenca Tributaria,
- Comisión Nacional del Medio Ambiente -CONAMA-,
- Comité de Cámaras Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras -CACIF-,
- Las instituciones no gubernamentales legalmente constituidas, cuyos fines, objetivos y funciones estén directamente o indirectamente relacionados con el rescate y resguardo del lago de Amatitlán y sus cuencas tributarias.

Cada representante o su suplente deberán asistir a las reuniones de trabajo, a fin de conocer las acciones que deban ejecutar las instituciones que ellos representan.

- c) Comité de vigilancia, tiene como objetivo coadyuvar en el avance de la ejecución de los proyectos relacionados con el rescate y resguardo del lago de Amatitlán y sus cuencas tributarias, comprendidas dentro del Plan de Manejo Integrado de la Cuenca -PLANDEAMAT-, canalizando gestiones y denuncias a donde corresponda.

Estará integrado por:

- Coordinador,
- Secretario,
- Un vocal.

Electos por organizaciones de vecinos de Amatitlán legalmente constituidas, interesadas e involucradas con el rescate y resguardo del Lago. Los cargos se

desempeñarán en forma ad-honórem por un año y sus funciones estarán regidas por el reglamento de AMSA.

F.2 Funciones principales

De acuerdo con el Decreto 64-96, las atribuciones legales de la Autoridad para el manejo sustentable de la cuenca y del lago de Amatitlán, “queda facultada para planificar, coordinar y ejecutar en coordinación con las instituciones que corresponda, todos los trabajos que permitan rehabilitar el ecosistema de la Cuenca y del lago de Amatitlán, generando los mecanismos necesarios para lograr sus objetivos”. (22.1)

Disposiciones generales de la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca y del lago de Amatitlán -AMSA-.

- a) Dictar y aplicar las disposiciones, ordenanzas y resoluciones de acuerdo con el Plan de manejo integrado de la cuenca y sus áreas de influencia - PLANDEAMAT -, evaluándolo periódicamente.
- b) Planificar y ejecutar en coordinación con las instituciones que corresponda, todos los trabajos que permitan la prevención, promoción, recuperación y rehabilitación del ecosistema de la Cuenca y del lago de Amatitlán.
- c) Frenar y minimizar la degradación ambiental de la cuenca del lago de Amatitlán con énfasis en el recurso hídrico, con el objetivo de mantener el balance hídrico y mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- d) Aplicar el Plan de ordenamiento territorial elaborado, estableciendo en forma conjunta con las municipalidades, así como la aplicación del plan de uso del suelo, en la cuenca del lago de Amatitlán.
- e) Velar por la buena administración, conservación y aprovechamiento en forma sustentable de los recursos renovables y no renovables de las cuencas tributarias, proponiendo y apoyando la creación de áreas protegidas.

- f) Planificar, proyectar, ejecutar planes, programas y proyectos para la construcción de obras que permitan la recuperación, manejo, conservación, aprovechamiento y mejoras de la cuenca y del lago de Amatitlán.
- g) Emitir resoluciones sobre la viabilidad de nuevos proyectos del sector público y privado dentro del territorio de la Cuenca, de acuerdo a los requerimientos institucionales.
- h) Establecer planes, programas y proyectos de educación ambiental, concienciación ciudadana y desarrollo turístico, en coordinación con el Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura y el Instituto Guatemalteco de Turismo.
- i) Establecer planes, programas y proyectos permanentes de conservación y manejo de suelos y reforestación, en coordinación con las instituciones del sector público y privado.

F.3 Base Legal

Por Acuerdo Gubernativo Número 204-93 de fecha 7 de mayo, se creó la Autoridad para el Rescate y Resguardo del Lago de Amatitlán -AMSA-. Es un organismo creado al más alto nivel, dependiente de la Presidencia de la República de Guatemala que planifica, coordina intra e interinstitucionalmente, ejecuta todas aquellas medidas y acciones que dentro de su competencia territorial y material permitan el manejo, la recuperación, conservación y administración de los recursos naturales. Para sus fines y objetivos se rige por la ley de su creación, Decreto 64-96 del Congreso de la República, así también por su reglamento. (23.1)

G. Cámara de Turismo de Guatemala -CAMTUR-

La Cámara de Turismo, es una entidad no lucrativa y auto regulada. Está orientada al servicio de sus asociados desde 1988, propiciando la participación activa de los miembros y líderes. Se constituye como la organización pregonera del sector privado turístico; promoviendo programas y actividades de forma proactiva para

incrementar la afluencia turística, que permitan un crecimiento económico y social en todo ámbito. Contribuye al desarrollo de la identidad nacional y el respeto por el patrimonio cultural y del medio ambiente. Asimismo, se ofrecen plataformas para potenciar el continuo desarrollo de las empresas turísticas.

Tiene como visión hacer del turismo el sector más importante de la economía nacional, siendo el primer generador de ingresos por divisas y posicionar a Guatemala como líder de calidad mundial, siendo el país más competitivo de la región centro americana.

Beneficios que la Cámara de Turismo de Guatemala -CAMTUR- ofrece a sus asociados están:

- Acceder a información estadística, bases de datos, acceso a biblioteca y fuentes de consulta para realizar investigaciones de mercado.
- Proveer de una red de contactos nacionales e internacionales de empresas mayoristas, cadenas hoteleras, líneas aéreas, organizaciones no gubernamentales -ONG´s-, instituciones de turismo mundialmente y expertos internacionales.
- Impartir seminarios y conferencias, ruedas de negocios, paneles entre otros para formación y capacitación de los socios.
- Promocionar al socio mediante la organización de tiendas de pasillos, caravanas, giras de inspección y reconocimiento.
- Brindar seguridad por medio del Comité de Seguridad Turística -COSETUR-, con el apoyo de la Policía Nacional Civil -PNC-, Gobernación y Bases Militares para la custodia de grupos turísticos.

- Contar con información que se publica en el boletín informativo conocido como INFOTUR, con las pesquisas relevantes del sector turístico y de la institución como los acontecimientos nacionales e internacionales.

G.1 Organización

CAMTUR, para el cumplimiento de sus funciones está integrada de la forma siguiente:

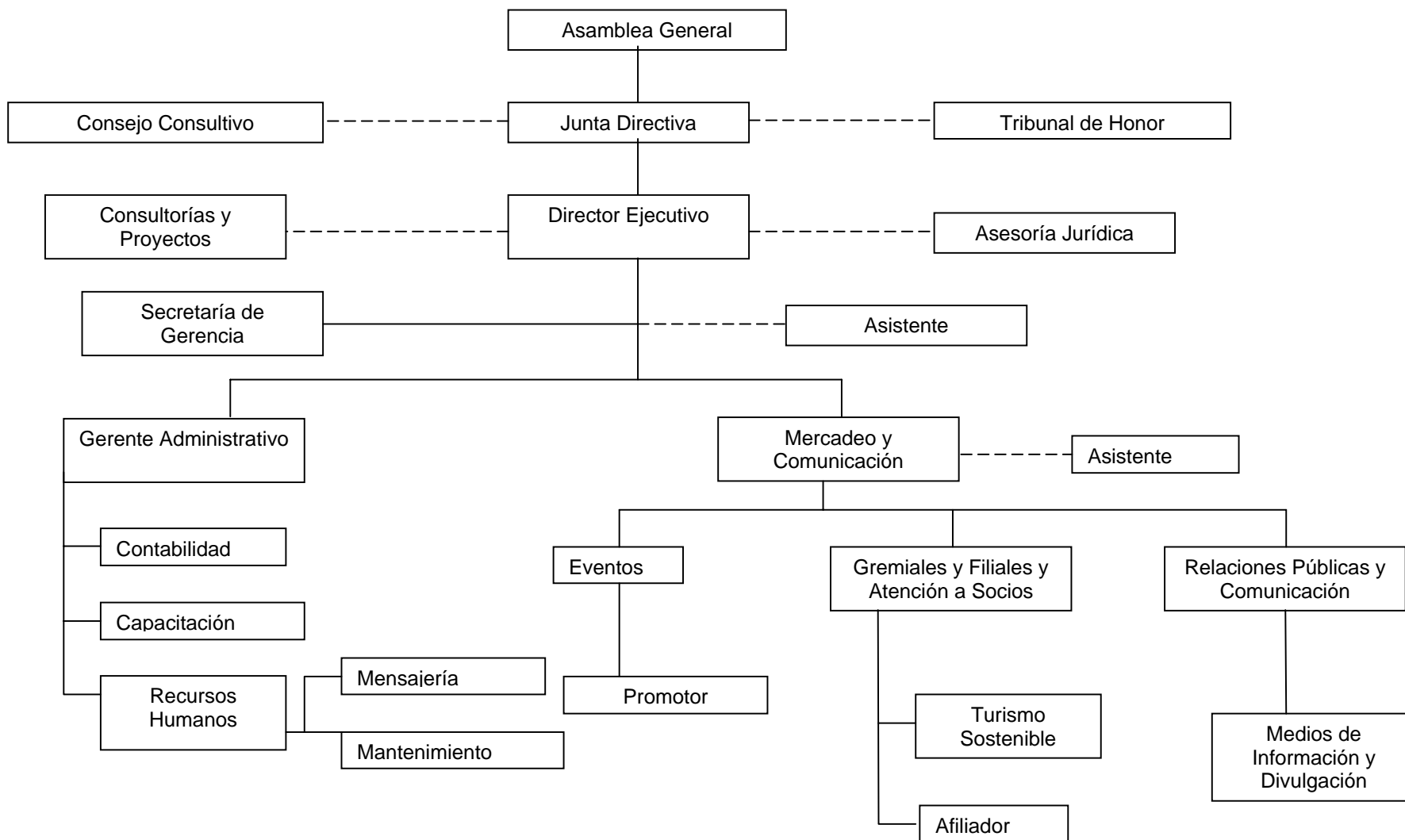
Son órganos directivos y administrativos de la Cámara:

- a) Asamblea General: estará formada por la totalidad de los asociados activos y honorario reunidos conforme lo previsto en los estatutos y es la autoridad máxima de la Cámara.
- b) La Junta Directiva: estará integrada por un presidente, vicepresidente I y vicepresidente II, un secretario, un tesorero, vocal I, vocal II y los suplentes del secretario, tesorero y vocales I y II.
- c) La Junta Ampliada de Presidentes de Gremiales y Filiales: Se integrará con los presidentes y representantes de las gremiales y las filiales de la Cámara, estos tendrán voz y voto.
- d) Director Ejecutivo: es el jefe administrativo de la institución, será nombrado por la Junta Directiva bajo contrato de trabajo, fijándole a la vez la retribución monetaria a sus servicios profesionales y las prestaciones del caso, se ajustará a actuar en el marco de los estatutos y los reglamentos. Será el órgano de comunicación entre la Cámara, sus miembros y el público en general, intervendrá en todas la gestiones que estén relacionadas con los organismos estatales y demás autoridades nacional y extranjeras.

- e) Consejo Consultivo: se conformará con los presidentes y vicepresidentes de las entidades empresariales turísticas en el ámbito nacional, que se encuentren legalmente establecidas cuyos fines y actividades sean compatibles con los de la Cámara. Tiene por objeto tratar los temas de interés nacional, buscar soluciones y desarrollar actividades de interés general.
- f) Comité Ejecutivo o Junta Directiva Petit: se conformará con el presidente y vicepresidente, secretario titular, tesorero titular y director ejecutivo. Resolverá y tratará los temas administrativos que le sean solicitados por la Junta Directiva, siendo sus resoluciones válidas en los temas delegados.
- g) Junta directiva a ampliada de directores: se integrará por los presidentes y representantes de las filiales y gremiales de la Cámara. Participan periódicamente en las reuniones de Junta Directiva con voz y voto.
- h) Tribunal de honor: Organismo de fiscalización, se formará por un presidente titular y un suplente, dos vocales titulares y dos suplentes, los cuales deberán ser electos anualmente por la asamblea general ordinaria.

A continuación se presenta el organigrama de la estructura orgánica de CAMTUR, que la preside la Asamblea General luego la Junta Directiva con el Consejo Consultivo y Tribunal de Honor como apoyo de la misma, Director Ejecutivo con su Consultorías y proyectos y Asesoría Jurídica respectivas, todas las divisiones y departamentos administrativos que lo conforman y la relación que guardan entre ellas, mostrando las principales líneas de autoridad y responsabilidad.

**GRÁFICA 2
ORGANIGRAMA
CÁMARA DE TURISMO DE GUATEMALA**



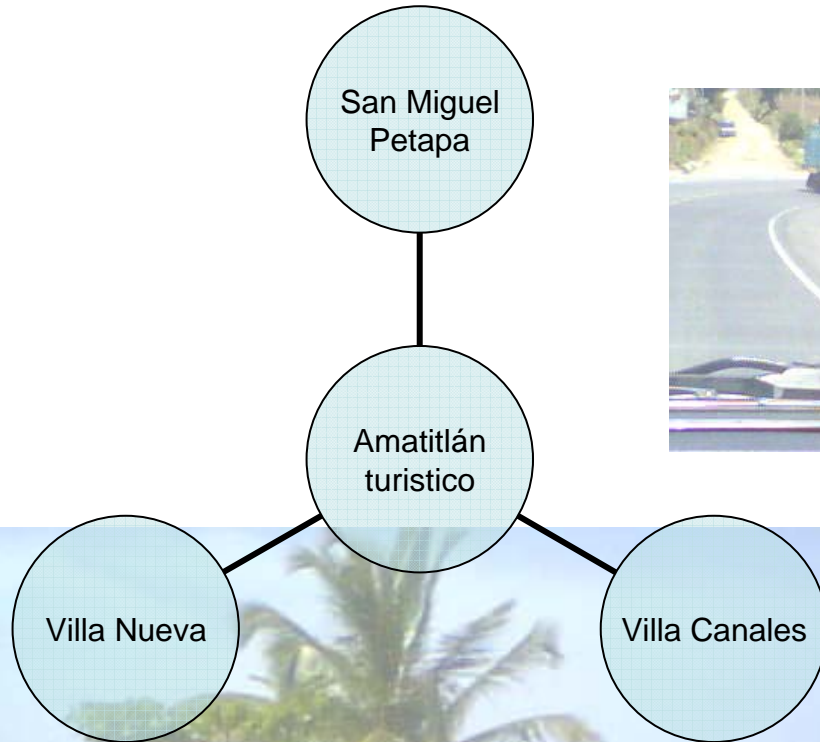
La organización de la Cámara la preside la Asamblea General, que tiene las atribuciones siguientes: elegir en votación secreta, enterarse y aprobar actividades que realizará la junta directiva y dirección ejecutiva, aprobación de cuotas ordinarias y extraordinarias, conocer los estados financieros, aprobar el presupuesto de ingresos y gastos de cada año. Conocer y aprobar el plan anual de trabajo, reformar, parcialmente los estados de la entidad con el setenta y cinco por ciento de votos de los asistentes y representados, tratar otros asuntos que le presente la Junta Directiva, entre otras.

CAMTUR, se encuentra en proceso de reestructuración administrativa que conlleva la incorporación de nuevas áreas de trabajo que impulsen una serie de beneficios para sus socios y el sector turístico en general. Actualmente, cuenta con un Director Ejecutivo, quien es el responsable de dirigir, controlar y administrar el funcionamiento institucional y financiero de la Cámara. Es asesorada por el Consejo Consultivo, quien trata los temas de interés nacional, busca soluciones y desarrolla actividades de interés general. Otra línea de asesoría paralela es el Tribunal de Honor, la asesoría que presta es fiscalizadora y determina cambios necesarios. La autoridad lineal del director ejecutivo es para la secretaría de gerencia, el gerente administrativo y la unidad de mercado y comunicación de la cámara de turismo.

La gerencia administrativa tiene bajo su responsabilidad, las unidades de contabilidad, capacitación y recursos humanos.

La unidad de mercado y comunicación, tiene un asistente e incluye la responsabilidad de dirigir la unidad de eventos, la sección de gremiales, filiales y atención a socios; y la unidad de relaciones públicas y comunicación.

Turismo



a la vuelta



NUEVO PASO DEL RELLENO
El Cerrito, Amatitlán

De tu casa

Ven...

Disfruta y descansa en la nueva imagen

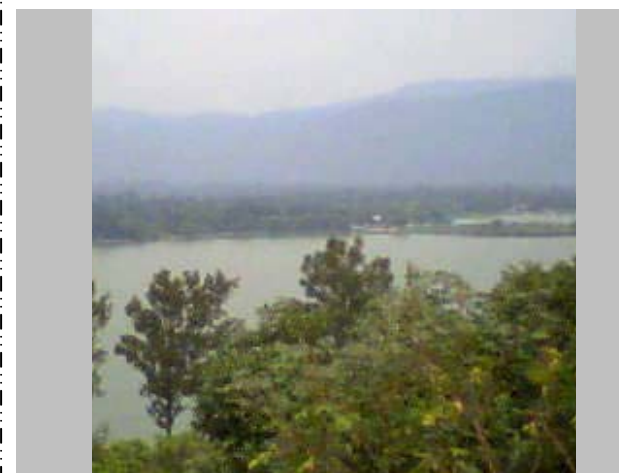
- Lanchas
- Paisajes
- Descanso
- Personas agradables

Amatitlán, se encuentra al sur del departamento de Guatemala, 16 kms de San Miguel Petapa, 04 kms de Villa canales y 08 kms de Villa Nueva

de El Cerrito, Amatitlán de El Cerrito, Amatitlán



- Recorridos acuáticos
- Áreas verdes
- Mirador el Cerrito
- Nacimientos de agua
- Artesanías



- Recorridos a la silla del niño y castillo



Anuncio de televisión

- Paso I: Grabación de oleaje, con un velero de fondo, insertar música de marimba
- Paso II: Mostrar un plato de mojarra frita a la orilla del lago con un personaje famoso guatemalteco. Música de fondo marimba
- Paso III: Al finalizar la presentación debe ir el escudo de Amatitlán con el del INGUAT
- Paso IV: Narración “Disfruta la nueva imagen de El Relleno, Amatitlán en este verano”
- La presentación debe ir con voz masculina y debe durar entre 25-30 segundos.



CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO



NACIONES UNIDAS



ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO



Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas

21 de diciembre de 2001

A/RES/56/212, Código Ético Mundial para el Turismo

La Asamblea General,

Recordando su resolución 32/156, de 19 de diciembre de 1977, en la que aprobó el Acuerdo sobre cooperación y relaciones entre las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo,

Reafirmando el párrafo 5 de su resolución 36/41, de 19 de noviembre de 1981, en la que decidió que la Organización Mundial del Turismo participara, en forma permanente, en los trabajos de la Asamblea General relacionados con los sectores de que se ocupa esa organización,

Recordando también la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, de 10 de octubre de 1980, aprobada bajo los auspicios de la Organización Mundial del Turismo¹, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo² y el Programa 21³ aprobados en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo el 14 de junio de 1992, así como la Declaración de Ammán sobre la Paz mediante el Turismo⁴,

Considerando que la Comisión sobre el Desarrollo Sostenible, en su séptimo período de sesiones, celebrado en abril de 1999, expresó su interés en un código ético mundial para el turismo e invitó a la Organización Mundial del Turismo a considerar la conveniencia de que los principales grupos participaran en la elaboración, la aplicación y la supervisión de su Código Ético Mundial para el Turismo⁵,

Recordando también su resolución 53/200, de 15 de diciembre de 1998, sobre la proclamación del año 2002 Año Internacional del Turismo Ecológico, en la que, entre otras cosas, reafirmó la resolución 1998/40 del Consejo Económico y social, de 30 de julio de 1998, en la que el Consejo reconocía el respaldo que había recibido de la Organización Mundial del Turismo en cuanto a difundir la importancia del turismo ecológico, sobre todo mediante la proclamación del año 2002 como Año Internacional del Ecoturismo en cuanto a mejorar la comprensión entre los pueblos de todo el mundo, a incrementar el conocimiento de la riqueza del patrimonio de las diversas civilizaciones y a mejorar la apreciación de los valores inherentes a las diversas culturas, contribuyendo, así, a afianzar la paz mundial.

Reconociendo la importante dimensión y el papel del turismo como instrumento positivo para aliviar la pobreza y mejorar la calidad de vida de todas las personas, su potencial para contribuir al desarrollo económico y social, especialmente en los países en desarrollo, y su incipiente papel de fuerza vital para la promoción del entendimiento, la paz y la prosperidad a nivel internacional.

1. Toma nota con interés del Código Ético Mundial para el Turismo aprobado en el 13° período de sesiones de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, en el que se enuncian los principios que deben guiar el desarrollo del turismo y que servirá de marco de referencia para los diferentes interesados en el sector del turismo, con el objetivo de reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural al tiempo que se aprovechan al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza, así como el entendimiento entre las naciones;

2. Subraya la necesidad de promover un turismo responsable y sostenible que pueda ser beneficioso para todos los sectores de la sociedad;

3. Invita a los gobiernos y a otros interesados en el sector del turismo a estudiar la posibilidad de introducir, según proceda, el contenido del Código Ético Mundial para el Turismo en las correspondientes leyes, normas y prácticas profesionales y, a este respecto, expresa su reconocimiento por los esfuerzos desplegados y las medidas adoptadas por algunos Estados;

4. Alienta a la Organización Mundial del Turismo a promover el seguimiento eficaz del Código Ético Mundial para el Turismo, con la participación de los interesados en el sector del turismo;

5. Pide al Secretario General que se mantenga informado de las novedades relacionadas con la aplicación de la presente resolución basándose en los informes de la Organización Mundial del Turismo y que le informe al respecto en su quincuagésimo noveno período de sesiones.

¹ A/36/236, anexo, apéndice 1.

² Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el desarrollo, Río de Janeiro, 3 al 14 de junio de 1992 (publicación de las Naciones Unidas, número de venta: S.93.I.8 y correcciones), vol. I: Resoluciones aprobadas por la Conferencia, resolución I, anexo 1.

³ *Ibid.*, anexo II.

⁴ Véase A/55/640.

⁵ Véase Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 1999, suplemento No. 9 (E/1999/29).

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO

adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999).

PREÁMBULO

Nosotros, los Miembros de la Organización Mundial del Turismo (OMT), representantes del sector turístico mundial, delegados de Estados, territorios, empresas, instituciones y organismos reunidos en Asamblea General en Santiago de Chile el 1 de octubre de 1999,

Reafirmando los objetivos enunciados en el artículo 3 de los Estatutos de la Organización Mundial del Turismo, y conscientes de la función "central y decisiva" que reconoció a la Organización la Asamblea General de las Naciones Unidas en la promoción y en el desarrollo del turismo con el fin de contribuir al crecimiento económico, a la comprensión internacional, a la paz y a la prosperidad de los países, así como al respeto universal y a la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales sin distinción de raza, sexo, lengua ni religión,

Profundamente convencidos de que, gracias al contacto directo, espontáneo e inmediato que permite entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas, el turismo es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos,

Ateniéndonos a los principios encaminados a conciliar sosteniblemente la protección del medio ambiente, el desarrollo económico y la lucha contra la pobreza, que formularon las Naciones Unidas en la "Cumbre sobre la Tierra" de Río de Janeiro en 1992 y que se expresaron en el Programa 21 adoptado en esa ocasión,

Teniendo presente el rápido y continuo crecimiento, tanto pasado como previsible, de la actividad turística originada por motivos de ocio, negocio, cultura, religión o salud, y sus poderosos efectos positivos y negativos en el medio ambiente, en la economía y en la sociedad de los países emisores y receptores, en las comunidades locales y en las poblaciones autóctonas, así como en las relaciones y en los intercambios internacionales,

Movidos por la voluntad de fomentar un turismo responsable y sosten-

nible, al que todos tengan acceso en ejercicio del derecho que corresponde a todas las personas de emplear su tiempo libre para fines de ocio y viajes, y con el debido respeto a las opciones de sociedad de todos los pueblos,

Pero persuadidos también de que el sector turístico mundial en su conjunto se favorecería considerablemente de desenvolverse en un entorno que fomente la economía de mercado, la empresa privada y la libertad de comercio, y que le permita optimizar sus beneficiosos efectos de creación de actividad y empleo,

Íntimamente convencidos de que, siempre que se respeten determinados principios y se observen ciertas normas, el turismo responsable y sostenible no es en modo alguno incompatible con una mayor liberalización de las condiciones por las que se rige el comercio de servicios y bajo cuya tutela operan las empresas del sector, y que cabe conciliar en este campo economía y ecología, medio ambiente y desarrollo, y apertura a los intercambios internacionales y protección de las identidades sociales y culturales,

Considerando que en ese proceso todos los agentes del desarrollo turístico –administraciones nacionales, regionales y locales, empresas, asociaciones profesionales, trabajadores del sector, organizaciones no gubernamentales y organismos de todo tipo del sector turístico–, y también las comunidades receptoras, los órganos de la prensa y los propios turistas ejercen responsabilidades diferenciadas pero interdependientes en la valorización individual y social del turismo, y que la definición de los derechos y deberes de cada uno contribuirá a lograr ese objetivo,

Interesados, al igual que la propia Organización Mundial del Turismo desde que en 1997 su Asamblea General adoptara en Estambul la resolución 364(XII), en promover una verdadera colaboración entre los agentes públicos y privados del desarrollo turístico, y deseosos de que una asociación y una coopera-

ción de la misma naturaleza se extiendan de forma abierta y equilibrada a las relaciones entre países emisores y receptores y entre sus sectores turísticos respectivos,

Expresando nuestra voluntad de dar continuidad a las Declaraciones de Manila de 1980 sobre el turismo mundial y de 1997 sobre los efectos sociales del turismo, así como a la Carta del Turismo y al Código del Turista adoptados en Sofía en 1985 bajo los auspicios de la OMT,

Pero entendiendo que esos instrumentos deben completarse con un conjunto de principios interdependientes en su interpretación y aplicación, a los cuales los agentes del desarrollo turístico habrán de ajustar su conducta en los comienzos del siglo XXI,

Refiriéndonos, para los efectos del presente instrumento, a las definiciones y clasificaciones aplicables a los viajes, y especialmente a las nociones de "visitante", "turista" y "turismo" que adoptó la Conferencia Internacional de Ottawa, celebrada del 24 al 28 de junio de 1991, y que aprobó en 1993 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en su vigésimo-séptimo período de sesiones,

Remitiéndonos particularmente a los instrumentos que se relacionan a continuación:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos, del 10 de diciembre de 1948,
- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, del 16 de diciembre de 1966,
- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, del 16 de diciembre de 1966,
- Convenio de Varsovia sobre el transporte aéreo, del 12 de octubre de 1929
- Convenio Internacional de Chicago sobre la Aviación Civil, del 7 de diciembre de 1944, así como las convenciones de Tokio, La Haya y Montreal adoptadas en relación con dicho convenio,
- Convención sobre las facilidades aduaneras para el turismo, del 4 de julio de 1954, y Protocolo asociado,

- Convenio relativo a la protección del patrimonio mundial, cultural y natural del 23 de noviembre de 1972,
- Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, del 10 de octubre de 1980,
- Resolución de la VI Asamblea General de la OMT (Sofía) por la que se adoptaban la Carta del Turismo y el Código del Turista, del 26 de septiembre de 1985,
- Convención sobre los Derechos del Niño, del 20 de noviembre de 1989,
- Resolución de la IX Asamblea General de la OMT (Buenos Aires) relativa a la facilitación de los viajes y a la seguridad de los turistas, del 4 de octubre de 1991,
- Declaración de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, del 13 de junio de 1992,
- Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, del 15 de abril de 1994,
- Convenio sobre la Diversidad Biológica, del 6 de enero de 1995,
- Resolución de la XI Asamblea General de la OMT (El Cairo) sobre la prevención del turismo sexual organizado, del 22 de octubre de 1995,
- Declaración de Estocolmo contra la explotación sexual comercial de los niños, del 28 de agosto de 1996,
- Declaración de Manila sobre los Efectos Sociales del Turismo, del 22 de mayo de 1997, y
- Convenios y recomendaciones adoptados por la Organización Internacional del Trabajo en relación con los convenios colectivos, la prohibición del trabajo forzoso y del trabajo infantil, la defensa de los derechos de los pueblos autóctonos, la igualdad de trato y la no discriminación en el trabajo,

Afirmamos el derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico,

expresamos nuestra voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada, y

Proclamamos solemnemente con ese fin los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.



Artículo 1

Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades

1. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

2. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres.

3. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.

4. Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidos contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos

del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad.

5. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, y productos y sustancias peligrosos o prohibidos por las reglamentaciones nacionales.

6. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.



Artículo 2

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y muje-

res. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.

3. La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero.

4. Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.

5. Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.



Artículo 3

El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equita-

tivamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.

3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.

4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.



Artículo 4

El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

1. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

2. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respecto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. Se fomentará el acceso del público a los bienes y monumentos culturales de propiedad privada con todo respeto a los derechos de sus propietarios, así como a los edificios religiosos sin perjuicio de las necesidades del culto.

3. Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrían de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.

4. La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.



Artículo 5

El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.

3. Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.

4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.



Artículo 6

Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

1. Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia. Además, asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas de los contratos que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio y a la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar como a las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura unilateral de dichos contratos por su parte.

2. En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, los profesionales del turismo velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios. Se preocuparán por la existencia de sistemas de seguros y de asistencia adecuados. Asimismo, asumirán la obligación de rendir cuentas, conforme a las modalidades que dispongan las reglamentaciones nacionales y, cuando corresponda, la de abonar una indemnización equitativa en caso de incumplimiento de sus obligaciones contractuales.

3. En cuanto de ellos dependa, los profesionales del turismo contribuirán al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas y permitirán el ejercicio de sus prácticas religiosas durante los desplazamientos.

4. En coordinación con los profesionales interesados y sus asociaciones, las autoridades públicas de los Estados de origen y de los países de destino velarán por el establecimiento de los mecanismos necesarios para la repatriación de los turistas en caso de incumplimiento de las empresas organizadoras de sus viajes.

5. Los Gobiernos tienen el derecho –y el deber–, especialmente en casos de crisis, de informar a sus ciudadanos de las condiciones difíciles, o incluso de los peligros con los que puedan encontrarse con ocasión de sus desplazamientos al extranjero. Sin embargo, les incumbe facilitar esas informaciones sin perjudicar de forma injustificada ni exagerada el sector turístico de los países receptores y los intereses de sus propios operadores. El contenido de las advertencias eventuales habrá, por tanto, de discutirse previamente con las autoridades de los países de destino y con los profesionales interesados. Las recomendaciones que se formulen guardarán estricta proporción con la gravedad de las situaciones reales y se limitarán a las zonas geográficas donde se haya comprobado la situación de inseguridad. Esas recomendaciones se atenuarán o anularán en cuanto lo permita la vuelta a la normalidad.

6. La prensa, y en particular la prensa especializada en turismo, y los demás medios de comunicación, incluidos los modernos medios de comunicación electrónica, difundirán una información veraz y equilibrada sobre los acontecimientos y las situaciones que puedan influir en la frecuentación turística. Asimismo, tendrán el cometido de facilitar indicaciones precisas y fiables a los consumidores de servicios turísticos. Para ese fin, se desarrollarán y se emplearán las nuevas tecnologías de comunicación y comercio electrónico que, al igual que la prensa y los demás medios de comunicación, no habrán de facilitar en modo alguno el turismo sexual.



Artículo 7

Derecho al turismo

1. La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las

riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.

2. El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

3. Con el apoyo de las autoridades públicas, se desarrollará el turismo social, en particular el turismo asociativo, que permite el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las vacaciones.

4. Se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen minusvalías.



Artículo 8

Libertad de desplazamiento turístico

1. Con arreglo al derecho internacional y a las leyes nacionales, los turistas y visitantes se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.

2. Se reconoce a los turistas y visitantes la facultad de utilizar todos los medios de comunicación disponibles, interiores y exteriores. Se beneficiarán de un acceso rápido y fácil a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales, y podrán ponerse libremente en contacto con las autoridades consulares del país del que sean ciudadanos conforme a los convenios diplomáticos vigentes.

3. Los turistas y visitantes gozarán de los mismos derechos que los ciudadanos del país que visiten en cuanto a la confidencialidad de los datos sobre su persona, en particular cuando esa información se almacene en soporte electrónico.

4. Los procedimientos administrativos de paso de las fronteras establecidos por los Estados o por acuerdos internacionales, como los visados, y las formalidades sanitarias y aduaneras se adaptarán para facilitar al máximo la libertad de los viajes y el acceso de la mayoría de las personas al turismo internacional. Se fomentarán los acuerdos entre grupos de países para armonizar y simplificar esos procedimientos. Los impuestos y gravámenes específicos que penalicen el sector turístico y mermen su competitividad habrán de eliminarse o corregirse progresivamente.

5. Siempre que lo permita la situación económica de los países de los que procedan, los viajeros podrán disponer de las asignaciones de divisas convertibles que necesiten para sus desplazamientos.



Artículo 9

Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

1. Bajo la supervisión de las administraciones de sus Estados de ori-

gen y de los países de destino, se garantizarán especialmente los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas, habida cuenta de las limitaciones específicas vinculadas a la estacionalidad de su actividad, a la dimensión global de su sector y a la flexibilidad que suele imponer la naturaleza de su trabajo.

2. Los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua adecuada. Se les asegurará una protección social suficiente y se limitará en todo lo posible la precariedad de su empleo. Se propondrá un estatuto particular a los trabajadores estacionales del sector, especialmente en lo que respecta a su protección social.

3. Siempre que demuestre poseer las disposiciones y calificaciones necesarias, se reconocerá a toda persona física y jurídica el derecho a ejercer una actividad profesional en el ámbito del turismo, de conformidad con la legislación nacional vigente. Se reconocerá a los empresarios y a los inversores —especialmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa— el libre acceso al sector turístico con el mínimo de restricciones legales o administrativas.

4. Los intercambios de experiencia que se ofrezcan a los directivos y otros trabajadores de distintos países, sean o no asalariados, contribuyen a la expansión del sector turístico mundial. Por ese motivo, se facilitarán en todo lo posible, de conformidad con las legislaciones nacionales y las convenciones internacionales aplicables.

5. Las empresas multinacionales del sector turístico, factor insustituible de solidaridad en el desarrollo y de dinamismo en los intercambios internacionales, no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar. Evitarán convertirse en transmisoras de modelos culturales y sociales que se impongan artificialmente a las comunidades receptoras. A cambio de la libertad de

inversión y operación comercial que se les debe reconocer plenamente, habrán de comprometerse con el desarrollo local evitando que una repatriación excesiva de sus beneficios o la inducción de importaciones puedan reducir la contribución que aporten a las economías en las que estén implantadas.

6. La colaboración y el establecimiento de relaciones equilibradas entre empresas de los países emisores y receptores contribuyen al desarrollo sostenible del turismo y a una repartición equitativa de los beneficios de su crecimiento.



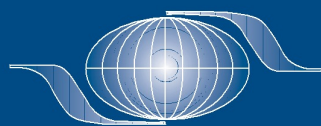
Artículo 10

Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

1. Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva.

2. Los agentes del desarrollo turístico reconocerán el papel de los organismos internacionales, en primer lugar el de la Organización Mundial del Turismo, y de las organizaciones no gubernamentales competentes en los campos de la promoción y del desarrollo del turismo, de la protección de los derechos humanos, del medio ambiente y de la salud, con arreglo a los principios generales del derecho internacional.

3. Los mismos agentes manifiestan su intención de someter los litigios relativos a la aplicación o a la interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo a un tercer organismo imparcial, denominado Comité Mundial de Ética del Turismo, con fines de conciliación.



LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
es la única organización intergubernamental que representa un foro mundial en política y cuestiones turísticas. Entre sus Miembros figuran 144 países y territorios, así como más de 350 Miembros Afiliados de los sectores público y privado. La misión de la OMT consiste en fomentar y desarrollar el turismo como instrumento importante para la paz y el entendimiento mundial, el desarrollo económico y el comercio internacional.

INTERNET: www.world-tourism.org