

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



**PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA AGENCIA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO  
ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE GUATEMALA, DEPARTAMENTO DE  
GUATEMALA**



LICENCIADO HUGO LEONEL HERNÁNDEZ CHAJ

GUATEMALA, OCTUBRE DEL 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



**PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA AGENCIA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO  
ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE GUATEMALA, DEPARTAMENTO DE  
GUATEMALA**

Trabajo Profesional de Graduación para optar al Grado de Maestro en Artes, con base en el "Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para Optar al Grado Académico de Maestro en Artes", aprobado por la Honorable Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, sub-incisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.



AUTOR: LICENCIADO HUGO LEONEL HERNÁNDEZ CHAJ

GUATEMALA, OCTUBRE DEL 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldán  
Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales  
Vocal Primero: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez  
Vocal Segundo: M.Sc. Byron Giovanni Mejía Victorio  
Vocal Tercero: Vacante  
Vocal Cuarto: BR. CC.LL. Silvia María Oviedo Zacarías  
Vocal Quinto: P.C. Omar Oswaldo García Matzuy

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE  
GRADUACIÓN

Coordinador: Lic. M.Sc. Carlos Humberto Valladares  
Evaluador: Dr. Edilberto Cifuentes Medina  
Evaluador: Lic. M.Sc. Jairo Yuca



ACTA/EP No. 2648

## ACTA No. MFEP-10-2020

De acuerdo al Estado de Emergencia Nacional decretado por el Gobierno de la República de Guatemala y a las resoluciones del Consejo Superior Universitario, que obligaron a la suspensión de actividades académicas y administrativas presenciales en el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ante tal situación la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, debió incorporar tecnología virtual para atender la demanda de necesidades del sector estudiantil, por lo que en esta oportunidad nos reunimos de forma virtual los infrascritos miembros del Jurado Examinador, el Sábado 26 de septiembre de 2020, a las 15:00 horas, para practicar el EXAMEN PRIVADO DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN del Licenciado **Hugo Leonel Hernández Chaj**, carné No. 201022075, estudiante de la Maestría en Formulación y Evaluación de Proyectos de la sección **C** de la Escuela de Estudios de Postgrado, como requisito para optar al grado de **Maestro en Artes** en Formulación y Evaluación de Proyectos. El examen se realizó de acuerdo con el Instructivo, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado -SEP- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

Cada examinador evaluó de manera oral los elementos técnico-formales y de contenido profesional del informe final presentado por el sustentante, denominado "**PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA AGENCIA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE GUATEMALA, GUATEMALA**", dejando constancia de lo actuado en las hojas de factores de evaluación proporcionadas por la Escuela. El examen fue **APROBADO** con una nota promedio de **70** puntos, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante del jurado examinador. El Tribunal hace las siguientes recomendaciones: Que el estudiante atienda las siguientes recomendaciones: Que cada uno de la Terna Evaluadora incorporó en cada documento del Trabajo Profesional de Graduación que se adjunta, para lo cual dispone de cinco (5) días hábiles de acuerdo con el Instructivo para Elaborar Trabajo Profesional de Graduación para optar a la Maestría en Artes.

En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los veintiséis días del mes de septiembre del año dos mil veinte.

Msc. Carlos Humberto Valladares Gálvez  
Coordinador

Dr. Edeliberto Ezequiel Cifuentes Méndez  
Evaluador

Msc. Jairo Gamaliel Yuca Calvillo  
Evaluador

Lic. Hugo Leonel Hernández Chaj  
Postulante



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
MAESTRIA EN ARTES EN FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

**ADENDUM al ACTA No. MFEP-10-2020**

El infrascrito Coordinador del Jurado Examinador CERTIFICA que el estudiante **Hugo Leonel Hernández Chaj**, carné No. **201022075** incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro de la terna evaluadora.

Guatemala, 5 de octubre de 2020.

(f)

Msc. Carlos Humberto Valladares Gálvez  
Coordinador

## **AGRADECIMIENTOS**

- A DIOS:** Por la vida, la sabiduría e inteligencia, por sus infinitas misericordias.
- A MI PADRE:** Por estar siempre orgulloso de tener a un hijo universitario, por motivarme y apoyarme constantemente para alcanzar la meta. Hasta el cielo un enorme abrazo.
- A MI MADRE:** Por ser mi consejera, por motivarme en el momento más oscuro del proceso, por tener las palabras adecuadas en el momento preciso, por ser el ángel que Dios mando para guiarme en este camino.
- A MI HERMANOS:** Por brindarme su apoyo, por ser el soporte que necesitamos cuando los momentos son difíciles.
- A MIS SOBRINOS:** Por ser la alegría de la casa, por ser parte del motor de motivación para alcanzar una meta más.
- A MIS SOCIOS Y AMIGOS DE PLUS KNOWLEDGE:** Por ser ese engranaje fundamental de amistad y encontrar en ustedes el apoyo para continuar luchando por las metas y muchos sueños más.
- A MIS COMPAÑEROS DE EQUIPO DE MAESTRÍA:** Por ser parte de lo que siempre llamamos el mejor equipo del salón, porque a pesar de enojos siempre encontramos apoyo en cada uno y hemos llegado lejos.
- A LA LICENCIADA FRINÉ SALAZAR:** Por ser una excelente catedrática, por su motivación y por ser parte fundamental de este proceso.
- A LOS CATEDRÁTICOS:** Por transmitir su conocimiento y ser guía fundamental en el proceso de aprendizaje de esta maestría.
- A LA ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO:** Por brindarnos la oportunidad de continuar con un nuevo reto y permitirnos llegar aún más lejos.
- A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:** Por brindar la oportunidad a miles de guatemaltecos que desean superarse, por instruir a personas con criterio propio y brindarles las herramientas para desenvolverse en el mundo laboral.

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1. ANTECEDENTES.....	1
1.1 Turismo.....	1
1.2 Origen del ecoturismo.....	2
1.3 Desarrollo del Ecoturismo en el siglo XXI.....	3
1.4 Proyectos para fomentar el ecoturismo.....	5
1.4.1 España, Gijón.....	5
1.4.2 Brasil, Chão Do Rio.....	5
1.4.3 Colombia.....	6
1.4.4 México.....	6
1.4.5 Guatemala.....	7
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Turismo.....	10
2.1.1 Turismo como actividad económica.....	11
2.1.2 Turismo rural.....	11
2.1.2.1 Tipos de turismo rural.....	12
2.2 Ecoturismo.....	12
2.2.1 Objetivos del ecoturismo.....	14
2.2.2 Características del ecoturismo.....	14
2.2.3 Componentes del ecoturismo.....	15
2.2.4 Clasificación del ecoturismo.....	16
2.3 Certificaciones mundiales del turismo y ecoturismo.....	17
2.4 Turismo en Guatemala.....	19
2.4.1 Perfil del visitante del departamento de Guatemala.....	19
2.4.2 Estrategias, planes y políticas turísticas.....	22
2.5 Ecoturismo en Guatemala.....	24
2.5.1 Fundaeco.....	26
2.5.2 Promoción del ecoturismo.....	26
2.5.3 Sitios para la práctica del ecoturismo en Guatemala.....	27
2.6 Proyecto.....	28
2.6.1 Elementos del estudio de mercado.....	29
2.6.1.1 Estrategia de marketing.....	29
2.6.1.2 Mercado.....	30
2.6.1.3 Demanda.....	30
2.6.1.4 Oferta.....	30
3. METODOLOGÍA.....	31
3.1 Definición del problema.....	31
3.2 Delimitación del problema.....	32
3.2.1 Unidad de análisis.....	32
3.2.2 Período histórico.....	32
3.2.3 Ámbito geográfico.....	32
3.3 Universo.....	32
3.3.1 Muestra.....	33
3.4 Objetivos.....	33

3.4.1	Objetivo general .....	33
3.4.2	Objetivos específicos.....	33
3.5	Enfoque.....	33
3.6	Diseño .....	33
3.7	Alcance.....	34
3.8	Método .....	34
3.9	Técnicas de investigación aplicadas .....	34
3.9.1	Técnicas de investigación documental .....	34
3.9.1.1	Ficha bibliográfica .....	35
3.10	Instrumentos.....	35
3.10.1	Encuesta.....	35
3.11	Limitantes de la investigación.....	35
3.12	Variables de exclusión .....	36
4.	RESULTADOS.....	37
4.1	Determinar los gustos y preferencias de la unidad de análisis.....	37
4.2	Establecer geográficamente los parques ecológicos en el municipio.....	39
4.3	Proponer la creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala.....	40
4.3.1	Estudio de Mercado.....	41
4.3.1.1	Información del proyecto .....	41
4.3.1.2	Mezcla de mercadeo .....	42
4.3.1.3	Análisis de la demanda .....	44
4.3.1.4	Análisis de la oferta.....	49
4.3.2	Estudio Técnico .....	52
4.3.2.1	Localización .....	52
4.3.2.2	Tamaño del proyecto .....	56
4.3.2.3	Descripción del proceso .....	57
4.3.2.4	Lista de inversión en activos .....	58
4.3.3	Estudio Administrativo .....	58
4.3.3.1	Organigrama funcional.....	58
4.3.3.2	Costos de operación administrativa .....	59
4.3.3.3	Descripción y especificación de puestos.....	60
4.3.3.4	Normas y reglamentaciones.....	67
4.3.3.5	Planeación estratégica .....	67
4.3.4	Estudio Legal.....	70
4.3.5	Estudio Financiero.....	73
4.3.5.1	Inversión inicial.....	73
4.3.5.2	Proyección de ingresos.....	74
4.3.5.3	Proyección de costos .....	76
4.3.5.4	Flujo de caja.....	79
4.3.5.5	Punto de equilibrio .....	84
4.3.5.6	Estados Financieros.....	84
4.3.5.7	Indicadores Financieros .....	87
4.3.5.8	Análisis de sensibilidad y escenarios .....	88
	CONCLUSIONES.....	90
	RECOMENDACIONES .....	91
	BIBLIOGRAFÍA.....	92

ANEXOS..... 96  
ÍNDICE DE CUADROS ..... 100  
ÍNDICE DE GRÁFICAS ..... 101  
ÍNDICE DE IMÁGENES ..... 101  
ÍNDICE DE ÁNEXOS ..... 102

## RESUMEN

La carencia de proyectos que fomenten la convivencia con el medio ambiente y la protección del mismo, fue motivo para el desarrollo del presente Trabajo Profesional de Graduación denominado “Proyecto para la creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala”, considerando que dentro del municipio de Guatemala existen diversos problemas que afectan a la población entre ellos el deterioro del ambiente es necesario que se busquen alternativas para crear una cultura de convivencia y respeto hacia los recursos naturales como una forma de sostenibilidad y preservación para las generaciones futuras.

El presente trabajo, fue desarrollado considerando como unidad de análisis a los turistas internos del departamento de Guatemala, se consideró como periodo histórico de investigación de 2015 a 2019, también se hizo necesario considerar una muestra calculada de acuerdo a la cantidad de población del departamento de Guatemala según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística; para poder desarrollar el proceso investigativo fue necesario utilizar el método científico en sus tres fases, también fue necesario utilizar técnicas de investigación e instrumentos, derivado a la crisis sanitaria a nivel mundial se tuvieron diferentes limitantes para recabar la información y poder resolver diferentes puntos dentro del proyecto.

Considerando la nula promoción y fomento de una cultura hacia el medio ambiente, este trabajo propone dentro de la propuesta los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero que fundamentan los elementos que deberán desarrollarse para que el proyecto pueda ejecutarse, en el estudio financiero se podrá observar que el proyecto es rentable de acuerdo a una TIR obtenida de 94%.

Por lo anterior se concluye que al implementar el proyecto permitirá contribuir con el fin primordial del fomento del turismo ecológico como una opción alternativa a las actividades tradicionales y de mayor costo ofrecidas por otro tipo de empresas.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años los procesos comerciales han tenido enormes cambios derivado a la globalización y la implementación de nuevas tecnologías para hacer más eficientes a las organizaciones, estos cambios en la mayoría de casos son positivos sin embargo los efectos que tienen sobre el ambiente son desastrosos, parte del crecimiento de las sociedades en un lugar específico conlleva la generación de problemas entre ellos la poca sensibilización con el entorno. Dentro de las actividades económicas que se practican hoy día es el turismo, actividad que tiene como la finalidad promover lugares como puntos de ocio y descanso.

En la actualidad al hablar de turismo se hace referencia a la actividad que contribuye al desarrollo de muchos países que dependen de la misma, esta actividad tiene ventajas y desventajas, en algunas partes del mundo el turismo masivo ha causado que se alteren los ecosistemas y la destrucción de entornos naturales, tal el caso de países en Europa como España, Italia, Holanda, entre otros.

Guatemala posee excelente localización geográfica, cuenta con una naturaleza extensa y singular, así como variedad de lugares observables en un territorio relativamente pequeño. Los recursos con los que cuenta el país como lo son las ruinas de la civilización maya, los vestigios de la época colonial, espacios naturales como ríos y lagos posicionan a Guatemala como una opción para la práctica del turismo.

Sin embargo, a pesar que Guatemala cuenta con un alto potencial para posicionar al país dentro de las primeras opciones dentro del mercado del turismo exterior, en la actualidad son pocas las acciones o proyectos que se han implementado para promover el turismo ecológico, que corresponde a la practica de actividades en ambientes naturales sin que estos tengan impactos negativos, la carencia de este tipo de proyectos influye en la nula sensibilización y conciencia que tiene la población respecto al medio ambiente.

Se debe tomar en cuenta el ejemplo de los países europeos en donde los efectos negativos del turismo masivo han cobrado factura, considerando que es necesario que la sociedad se involucre dentro de las actividades relacionadas con la preservación del entorno, a continuación, se presente el Trabajo Profesional de Graduación que tiene como finalidad el “Proyecto de creación de una agencia que fomente el turismo ecológico en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala”, esta propuesta esta enfocada en ser un pilar que tenga como fin la promoción del ecoturismo entre los turistas residentes del departamento de Guatemala.

Para el efecto, este trabajo se presenta en cinco apartados, iniciando con los Antecedentes, donde se aborda el origen del turismo y ecoturismo, la forma en que se ha desarrollado durante el siglo XXI, también se hace referencia a los proyectos propuestos y ejecutados en algunos países, así como en Guatemala y que tienen relación con el tema. Continuando con el desarrollo del trabajo se encontrará el marco teórico que contiene la exposición de las teorías y enfoques teóricos y conceptuales utilizados en la construcción del trabajo. Seguidamente se podrá encontrar la metodología de investigación utilizada donde se especificará que elementos se tomaron en consideración para ser analizados.

Dentro de la parte más importante del Trabajo se encuentra el de resultados en el cual se abordan las derivaciones de acuerdo a los objetivos planteados, donde el principal objetivo corresponde a la propuesta para crear una agencia de fomento de turismo, en este objetivo se abordaron los estudios de prefactibilidad del proyecto.

En el apartado de conclusiones se abordan las consideradas de acuerdo a los resultados del trabajo propuesto, así como las recomendaciones que podrían desarrollarse en el momento que se desee ejecutar el proyecto. Por último y no menos importante se detallan las consultas bibliográficas y electrónicas realizadas durante el proceso de investigación, así como los anexos que fueron elementos utilizados para obtener mayor información acerca del tema tratado en el informe.

## 1. ANTECEDENTES

El presente Trabajo Profesional de Graduación tiene como objeto fundamental el turismo ecológico también denominado ecoturismo y proyectos relacionados, por tal motivo es necesario establecer el desarrollo histórico de este elemento considerando algunos acontecimientos más importantes, así como la relación con estudios y trabajos desarrollados con el paso del tiempo.

### 1.1 Turismo

Para abordar en primera instancia el ecoturismo y los proyectos que se pueden llevar a cabo a través de él, es necesario identificar que el ecoturismo se desarrolla dentro del turismo que es una actividad económica que ha tenido cambios en los últimos siglos.

En términos generales, gran parte de la doctrina sobre temas turísticos acuerda que el origen de lo que hoy se conoce como turismo, se encuentra en el llamado *Grand Tour*, es decir, los viajes formativos de carácter educativo que los jóvenes aristocráticos realizaban a Europa, especialmente a París e Italia entre los siglos XVII y XVIII. De hecho, el término turismo proviene del francés *tour* y luego fue adaptado al inglés como *tourism*. (Calvo, 2017)

Uno de los fines principales de esa modalidad de turismo era el de formar un cuerpo de diplomáticos, políticos, abogados y militares, bien capacitado. Generalmente, además, los tutores (los tutors) solían ser irlandeses. De acuerdo con el criterio de Gray, Juan Ballester y de Prada, es a finales del siglo XVI, la época que se reconoce como el principio del fenómeno conocido como *Grand Tour*, y la primera mitad del siglo XIX, el inicio del turismo moderno. (Ballesteros, Gray, & De Prada, 2008)

Podría entonces afirmarse que el turismo ha existido por siglos y que durante sus inicios esa actividad, que tal como indica Ballesteros, el objetivo principal de estos viajes era que los estudiantes aprendieran acerca de la historia de los estados europeos modernos y el esplendor de las antiguas civilizaciones griega y romana.

Otra característica es que, en esta época, el turismo era visto más como un método de enseñanza y no una vía de distracción.

Siguiendo el mismo concepto de Carmen de Juan Ballester, de Prada y Grey, a los turistas de finales del siglo XVIII, se les llama turistas neoclásicos y a los de principios del siglo XIX, turistas románticos. Ellos inician el llamado turismo moderno y van a ir cambiando paulatinamente el objetivo de enseñanza del turismo clásico, para convertirlo en una mayor observación de los lugares que se visitan.

Se puede entonces indicar que el turismo dio inicio en Europa y que es una actividad que ha tenido cambios significativos y se ha convertido en una actividad importante para cada país, es una actividad que aparte de brindar experiencias a los turistas es parte de la economía local, su importancia radica en la generación de empleos y bienestar, pero también en la conservación del entorno.

## **1.2 Origen del ecoturismo**

Según Medina (2001) el turismo se mantuvo como la actividad o el hecho de viajar por placer, sin embargo, es hasta en los años 80 donde se empieza a utilizar el término “ecoturismo”, pero es hasta el año de 1990 cuando aparece la primera definición establecida por la Sociedad Internacional de Ecoturismo.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo fue lanzada por el equipo organizado por Megan Epler Wood en la conferencia de 1989 en Florida como la primera organización mundial sin fines de lucro a nivel internacional dedicada al ecoturismo como herramienta para la conservación y el desarrollo sostenible, esta organización pretende fomentar el ecoturismo brindando líneas guía y estándares, entrenamiento, técnicas de asistencia y educación sobre los recursos. (The International Ecotourism Society, 2008)

En 1992 se llevó a cabo la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro, donde los temas principales fueron medio ambiente y desarrollo sostenible, el objetivo principal de esta Conferencia fue introducir un programa extenso y un nuevo plan para la acción

internacional en temas de medio ambiente y desarrollo, que ayudaran a guiar la cooperación internacional y el desarrollo de programas en el siglo XXI.

La Cumbre de la Tierra marcó un hito porque centró la atención mundial en la idea de que los problemas medioambientales del planeta estaban íntimamente relacionados con las condiciones económicas y los problemas de justicia social. Demostró que las necesidades sociales, medioambientales y económicas se deben equilibrar las unas con las otras para obtener resultados sostenibles a largo plazo. La Conferencia también indicó que las acciones o decisiones locales más insignificantes, buenas o malas, tienen repercusiones potenciales a escala mundial. (Generalitat de Catalunya, 2009)

Sin embargo, no es hasta en 2002 que la Organización Mundial del Turismo y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente celebraron la Cumbre Mundial del Ecoturismo, que tuvo lugar en la Ciudad de Quebec Canadá, por ello que a ese año se le cataloga como Año Internacional del Ecoturismo. El propósito de la Cumbre fue congregar a gobiernos, organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales, empresas turísticas, representantes de pueblos indígenas y comunidades locales, instituciones académicas y particulares, con interés en la actividad ecoturística, para brindarles la oportunidad de intercambiar informaciones e identificar algunos principios y prioridades acordados para el futuro desarrollo y gestión del ecoturismo. (Turismo, 2002)

### **1.3 Desarrollo del Ecoturismo en el siglo XXI**

En 2004 la Agencia Española de Cooperación Internacional parte del Ministerio de Asuntos Exteriores en colaboración con el Ministerio de Economía de ese mismo país, publicaron el Plan de Acción para la Promoción del Turismo Sostenible en Centro América bajo el eslogan “tan pequeña... tan grande...”, este plan donde se analiza la situación del turismo en Centroamérica, así como las políticas nacionales y regionales para la promoción del turismo y ecoturismo. El plan propuesto por el Programa de Cooperación Regional con Centroamérica, contempla programas integrales para el desarrollo del turismo sostenible, creación de productos turísticos y acciones de comercialización,

capacitación de recursos humanos y de fortalecimiento institucional. (Programa de Cooperación Regional con CentroAmérica, 2004)

Es de indicar que en las últimas dos décadas los esfuerzos por preservar el medio ambiente y los recursos naturales se han incrementado dando como consecuencia que entidades internacionales se preocupen por impulsar prácticas sustentables, tal es el caso del Banco Interamericano de Desarrollo que ha financiado algunos proyectos, dentro de los que se puede mencionar el manual, “Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo” publicada en junio de 2007, la cual consiste precisamente en ser una guía que fomente a nivel regional la obtención de una certificación de turismo sostenible y ecoturismo. (Bien, 2007)

La guía pretende dar a conocer la importancia de la obtención de una certificación que avale las buenas prácticas del ecoturismo y la sostenibilidad de esa actividad en las diferentes latitudes del planeta, la finalidad de la guía es considerar como punto base la “triple rentabilidad” que es una combinación de los tres parámetros, ambiental, social y cultural, económico. En este sentido la guía trata de impulsar el significado de manejar un negocio, organización o gobierno, de tal forma que no destruya los recursos -naturales, culturales, o económicos- de los que depende. (Bien, 2007)

Durante 2018 la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Organización de los Estados Americanos (OEA), realizaron la publicación “El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas”, el documento que consta de 56 páginas contiene estudio de casos representativos de toda la región de las Américas que demuestran la contribución del turismo al desarrollo sostenible, en consonancia con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible universales, al mismo tiempo que pone de manifiesto la adopción por parte de los interesados de un enfoque común para el desarrollo del turismo incorporando el ecoturismo al sector para impulsar la capacidad en el crecimiento sostenible. (Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos, 2018)

## **1.4 Proyectos para fomentar el ecoturismo**

La promoción y fomento del ecoturismo ha tenido relevancia en los últimos años dando como consecuencia que se generen ideas, se propongan e implementen proyectos que permitan impulsar alternativas amigables para la práctica del turismo, así como permitir que la economía de los lugares pueda crecer, a continuación, se presentan un detalle de algunos proyectos de ecoturismo.

### **1.4.1 España, Gijón**

Certificada en el año 2013 según el estándar “Biosphere World Urban Destination”, otorgado por el Instituto de Turismo Responsable (ITR) y avalado por la UNESCO, la ciudad de Gijón puede presumir de seguir estando a la vanguardia del turismo sostenible, como reflejó Hosteltur en su listado de Destinos del siglo XXI que toman la delantera en sostenibilidad. (Tourism, 2015)

Tras renovar su certificado de sostenibilidad gracias a la fuerte implicación del área de Turismo de Gijón y del desarrollo de un plan de marketing llevado a cabo para dar a conocer la apuesta de la ciudad por el turismo responsable, Gijón continúa abanderando el ejemplo de una ciudad comprometida con el turismo responsable gracias a los múltiples beneficios que ofrece en materia de sostenibilidad tanto a sus visitantes como a sus propios ciudadanos. (Tourism, 2015)

Una amplia cultura y gastronomía que se funden con sus verdes paisajes, un exhaustivo cuidado del medio ambiente, una alta calidad de vida y un modelo turístico que apuesta por la satisfacción de sus visitantes son los puntos fuertes que han convertido a Gijón en una ciudad certificada por el Biosphere World Urban Destination. (Tourism, 2015)

### **1.4.2 Brasil, Chão Do Rio**

Situado en Travancinha, a 12 km del Parque Natural de la Serra da Estrela (Portugal), Chão do Rio contribuye al enriquecimiento de la biodiversidad local y ofrece una experiencia de alojamiento sostenible. A partir del 2000 fue designada un área de 88,291 hectáreas como lugar de interés comunitario y se convirtió en parte de la Red Natura

2000. En su granja de 19 acres, la naturaleza se cuida y se disfruta. Sus confortables cabañas de piedra y techos de paja se encuentran alrededor de una piscina biológica. El desayuno se sirve en cestas e incluye especialidades locales. Se anima a sus huéspedes a explorar sus senderos a pie o en las bicicletas disponibles. Los niños juegan con carretillas, recogen los huevos en el gallinero móvil y juegan al aire libre. A través de socios locales, las comidas son entregadas y los servicios de entretenimiento se proporcionan sin honorarios. (Tourism, 2015)

### **1.4.3 Colombia**

De acuerdo a su autores, Angie Catherine Sánchez de León y Carol Vanegas Hincapié, en su trabajo de grado donde desarrollan el tema Proyecto de Investigación de Requerimientos Logísticos y Estratégicos del Ecoturismo en Colombia publicado en 2018, pretenden brindar herramientas que contribuyan a la implementación de proyectos ecoturísticos en Colombia por medio de un análisis histórico, cadena de suministro y cadena de valor, partiendo de la consideración de que Colombia tiene un incremento en el turismo y que esto permite una oportunidad para el país, sus comunidades, medio ambiente y economía. Además de iniciar con el fortalecimiento del potencial ecoturístico que el país cuenta gracias a la diversidad y riqueza natural y cultural. (Sánchez León & Vanegas Hincapié, 2018)

### **1.4.4 México**

México es un país que al igual que Guatemala comparten similitud de culturas y destinos turísticos, sin embargo, México cuenta con la Norma Mexicana de Ecoturismo, que es una norma voluntaria promovida por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales para incentivar la implementación de buenas prácticas ambientales en empresas de ecoturismo. (Economía, 2014)

La norma codificada bajo la clave NMX-AA-133-SCFI-2013 titulada Requisitos y Especificaciones de Sustentabilidad del Ecoturismo, la cual entro en vigencia en marzo de 2014, tiene como objetivo y campo de aplicación, establecer los requisitos y especificaciones de desempeño ambiental en el ecoturismo, así como establecer el

procedimiento de evaluación de la conformidad para efectos de certificación. (Economía, 2014)

Es por ello por lo que en México se puede encontrar más de 30 empresas comunitarias, indígenas y privadas de ecoturismo que se encuentran certificadas y un número igual de empresas en el proceso para obtener la certificación. Al obtener la certificación las empresas también obtienen una marca de “Ecoturismo Certificado” la cual avala comercialmente el cumplimiento de la norma. (Economía, 2014)

#### **1.4.5 Guatemala**

En 2012 como parte de Tesis de Grado previo a conferírsele el título de arquitecto, el autor Rodrigo Ernesto Montenegro Álvarez aborda la idea del proyecto basado en la construcción de un parque ecoturístico en el municipio San José la Arada, Chiquimula; tal propuesta consta de un parque ecoturístico, con características para dar recreación pasiva, actividades contemplativas, con el fin del disfrute escénico, la salud física y mental para los visitantes y personas del municipio. El objetivo general del trabajo de grado consiste en proponer un objeto arquitectónico que cumpla con la infraestructura adecuada, que sea suficiente para cumplir con las necesidades del municipio y resolver la falta de un parque ecoturístico en el sector. (Montenegro Álvarez, 2012)

En 2015, el Instituto Guatemalteco de Turismo en cooperación con la Organización Mundial de Turismo realizan la publicación del Plan Maestro Sostenible de Guatemala, que pretende ser un plan para establecer y priorizar de manera integral el rubo de la industria turística y que este se constituya en un articulador de esfuerzos, mediante la orientación de acciones y recursos para un modelo consensuado de desarrollo turístico competitivo y sostenible. (INGUAT, OMT, 2015)

De acuerdo con Alba Susana Yani, en el desarrollo de su tesis de grado presentada en 2018, titulada Centro Ecoturístico “Agua Escondida” Tecpán Guatemala, Chimaltenango, aborda la propuesta arquitectónica para la construcción a nivel anteproyecto de un centro ecoturístico, que responda al as necesidades de recuperar e incrementar el turismo,

dando a conocer por medio del proyecto el entorno natural y cultural que el lugar posee, además de contribuir con el desarrollo del municipio generando empleo. (Yani, 2018)

De acuerdo a la base consultada en el portal web de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se pudo obtener un breve resumen de diferentes propuestas de proyectos relacionadas con el turismo ecológico, a continuación, se presentan los proyectos que por su campo de aplicación tienen relación con el tema objeto de estudio de este Trabajo Profesional de Graduación.

**Cuadro 1: Propuestas de proyectos relacionados con Ecoturismo de 2015 a 2019**

Año	Propuesta de Proyecto	Autor
2015	Centro Recreativo Ecoturístico: municipio de Río Bravo, departamento de Suchitepéquez	Sergio Ricardo Leiva España
2015	Parque Ecoturístico Refugio del Quetzal San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos	Ana Marcela Yoc Aguilar
2015	Parque Recreacional Ecoturístico: San Pedro Sacatepéquez, Guatemala	Susan Ivonne Muñoz Castañeda
2016	Fortalecimiento organizativo del comité comunitario (COCO) para el desarrollo turístico sostenible de la Aldea las Mañanitas, Chiquimulilla, Santa Rosa	Blanca Maricela Osorio Tum
2017	Evaluación del potencial turístico del Balneario Agua Caliente, ubicado en jurisdicción de la Aldea San Antonio Nejapa, Acatenango, departamento de Chimaltenango	Heidy Aracely Per Xico
2017	Módulo educativo de ecoturismo dirigido a docentes del área de ciencias sociales de cuarto bachillerato en ciencias y letras con orientación en turismo en el departamento de Zacapa	Irsa del Carme Siguí Archila
2018	Creación de Estrategia de mercadeo digital para FUNDAECO Puerto Barrios, Izabal	Andrea Raquel Morales Pérez
2018	Modelo de negocio para una empresa de ecoturismo en Guatemala	Renato Martínez Rodas
2018	Propuesta arquitectónica para el conjunto ecoturístico y de educación ambiental "Cerro Nimachay-Astillero Municipal", municipio San Bartolomé Milpas Altas, Sacatepéquez	Sandra Judith Castañeda García
2018	Proyecto de desarrollo turístico sostenible para la Finca Sábana Grande	Lanny Ivette Caná Girón
2019	Centro para la recreación ecológica y turística: En Patzún Chimaltenango	Jaime Josué García Mejía

**Fuente:** Elaboración propia con información brindada por sitio web oficial de la Biblioteca de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

GuateValley, idea de proyecto que nace en 2016 con la intención de crear una Aplicación móvil y sitio web que con la finalidad de ayudar a la mayor cantidad de turistas nacionales y extranjeros, así como guías locales y empresas de turismo local en Guatemala con el turismo, ya que el turismo es una gran oportunidad de sacar adelante a Guatemala y salir de la pobreza y que a la vez se disminuyan los índices de migración hacia Estados Unidos y que las personas se queden acá en un país lleno de oportunidades, usando la tecnología y el internet. (Jiménez, 2019)

El proyecto lanzado en 2018, es una aplicación móvil y página web que permite al usuario verificar diferentes opciones para visitar en los diferentes departamentos de Guatemala, la aplicación permite buscar, reservar y encontrar opciones de acuerdo a las necesidades del usuario, este proyecto permite que empresas dedicadas a operar tours y viajes en la Republica Guatemalteca puedan tener un acercamiento con los usuarios y brindar sus servicios. (Jiménez, 2019)

## **2. MARCO TEÓRICO**

A continuación, se expone las teorías y enfoques teóricos y conceptuales utilizados para la elaboración del presente Trabajo Profesional de Graduación.

### **2.1 Turismo**

En 1994 la Organización Mundial de Turismo a través del informe Recomendaciones sobre estadísticas de turismo, precisó el turismo bajo la siguiente definición: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo de 24 horas, con fines de ocio, por negocios y otros.” (RETI, 1999)

El turismo es una gran fuente de ingresos para muchos países del mundo, tanto que de acuerdo con el informe “La competitividad del turismo en 2017” publicado por el Foro Económico Mundial, sitúa en el top 10 de principales potencias turísticas (por el volumen de su industria) y que más de un 7% del PIB está ligado al turismo se encuentran, Estados Unidos, China, Alemania, España, Japón, Reino Unido, Francia, México, Italia y Brasil.

Conforme el turismo se va desarrollando, deberá hacer de la preservación del ambiente, una prioridad. La industria del turismo tendrá que proteger y preservar las atracciones turísticas naturales, el medio ambiente, los ecosistemas frágiles y las culturas vivas de regiones alejadas. De esta manera los turistas continuarán viajando. Es de vital importancia implementar límites de usos para lograr un desarrollo verdaderamente sustentable. (Soto, 2012).

A pesar del incremento económico, el turismo implica también efectos negativos como la destrucción de ecosistemas frágiles, que lugareños trabajen como mano de obra barata para empresas transnacionales, desigualdad en la distribución de la riqueza, así como la pérdida de flora y fauna endémica de las regiones. Tales efectos pueden ser reestructurados a través del turismo sustentable.

### **2.1.1 Turismo como actividad económica**

Las actividades económicas son procesos productivos que a través del uso de factores de producción crean bienes o servicios para satisfacer a una demanda. Estas se clasifican de acuerdo al sector productivo donde se desarrollen; siendo estos el sector primario, sector secundario y sector terciario. (Corzantes, 2018)

Por lo anterior, todos los servicios relacionados con el turismo forman parte de una actividad económica y se les clasifica dentro del sector terciario. Estos servicios (transporte, hospedaje, alimentación, entretenimiento) a través de su gestión fortalecen la economía de cualquier lugar, directa e indirectamente.

Se dice también, que cuando el turismo es externo (internacional) genera divisas para el país anfitrión formando parte del Producto Interno Bruto (PIB), mientras que, el turismo interno (nacional) dinamiza la economía de un lugar a otro, mejorando las condiciones de vida de las personas del lugar receptor. (Corzantes, 2018).

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Para el año 2019 se estimó que la aportación directa del turismo al PIB mundial sería alrededor de 2,849,2 miles de millones de dólares. Al mismo tiempo que se estima que para el 2029 la aportación directa crecerá en 42.67% respecto al 2019. (Statista, 2020)

### **2.1.2 Turismo rural**

El término rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. (Cabrini, 2002)

Considerando la definición anterior para el turismo rural, es necesario hacer una clasificación de los tipos de turismo que son parte de la rama del turismo rural, en el siguiente apartado se aborda los tipos de turismo rural.

### **2.1.2.1 Tipos de turismo rural**

El turismo se puede clasificar de acuerdo a las distintas actividades que motivan a las personas a experimentarlas. Por ejemplo, Arauz (2010) indica que dentro del turismo rural se puede encontrar:

- a. Turismo rural comunitario
- b. Agroturismo
- c. Agro ecoturismo
- d. Ecoturismo
- e. Turismo de aventura

Para el interés de este trabajo profesional se hace un enfoque en el ecoturismo que también es llamado turismo ecológico o ecoturismo, este constituye la máxima concretización del modelo de desarrollo sostenible del turismo actual a nivel mundial. “Este es un subsector del turismo, que se ha implementado en todos los países del mundo donde el turismo es fuente principal en la generación de divisas alcanzado el mayor índice de crecimiento, con un promedio del 15% anual, según la Organización Mundial de Turismo”. (Troncoso, 1999)

Considerando la acepción de Troncoso (1999) se hace necesario abordar las siguientes definiciones del ecoturismo, sus objetivos, características, componentes y clasificación.

## **2.2 Ecoturismo**

Actualmente y a través del tiempo han surgido varias definiciones de lo que realmente significa el término ecoturismo, uno de los más utilizados es el de Ceballos Lascaurin “es aquella modalidad turística que presenta como principal motivación viajar hacia áreas naturales, poco modificadas y libres de contaminación, admirar y disfrutar activamente

de sus paisajes, plantas y animales silvestres, así como las manifestaciones culturales existentes en dichas áreas”. (Lascaurin, 1990)

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, está indica que “el ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local”. (World Tourism Organization, 2019)

La Sociedad Internacional de Ecoturismo define ecoturismo como, un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población. El ecoturismo genuino debe seguir siete principios, para quienes ofrecen los servicios como para sus beneficiarios.

Los principios según la Sociedad Internacional de Ecoturismo son los siguientes:

1. Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y la comunidad, que genera la actividad.
2. Construir respeto y conciencia ambiental y cultural
3. Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones;
4. Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación;
5. Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local;
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones;
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales. (TIES, 2015)

El ecoturismo esencialmente tiene ciertos objetivos, características, componentes y una clasificación, a continuación, se abordan.

### **2.2.1 Objetivos del ecoturismo**

Esencialmente el ecoturismo cumple con los siguientes objetivos:

- Generar ingresos que permitan de forma directa la conservación del medio ambiente en las áreas protegidas donde se desarrolla.
- Fomentar un sistema de desarrollo sostenible, ecológicamente equilibrado de las áreas protegidas
- Fomentar la participación de las comunidades locales en los planes de gestión turística, así como de conservación y mejora de la naturaleza.
- Crear conciencia entre los turistas, turoperadores, guías y la población en general, sobre la importancia y necesidad de la conservación de la naturaleza.
- Concienciar a gerentes, políticos y todas aquellas personas, vinculadas a la toma de decisiones, sobre los beneficios directos e indirectos derivados de las áreas protegidas y su importancia a nivel global para la conservación de la biodiversidad.
- Divulgar a través de todos los medios posibles, los valores naturales, históricos y culturales que conforman el patrimonio regional. (M. Gómez, 1993)

### **2.2.2 Características del ecoturismo**

Las características del ecoturismo se pueden indicar de la siguiente manera:

- El ecoturismo es un viaje que incorpora aspectos como: educación, aprendizaje, responsabilidad, concienciación, honestidad, interactividad, sensibilidad, descubrimiento y la interpretación de los elementos naturales y culturales del medio natural, contribuye así a la conservación y preservación de los ecosistemas y las comunidades locales.
- Las actividades ecoturísticas se desarrollan en un entorno natural, con escasas alteraciones provocadas por la mano del hombre.
- El ecoturismo genera beneficios socioeconómicos para las comunidades locales y regionales, el territorio de destino y las empresas y/o instituciones que gestionan las áreas naturales protegidas.

- El turismo ecológico provoca sinergias favorables entre la industria turística, las comunidades locales y los espacios naturales protegidos, incluye a la propia comunidad local o indígena en la planificación, desarrollo y explotación turística, contribuyendo a su bienestar socioeconómico.
- El ecoturismo es una actividad organizada, pero no únicamente para pequeños grupos mediante el control de los recursos y productos ofertados por pequeñas empresas locales especializadas, si bien, los grandes operadores extranjeros también comercializan circuitos turísticos para grupos restringidos, lo que evita el turismo masificado.
- Es una tipología turística “alternativa” al turismo de masas y al turismo en espacios muy saturados, donde el contacto con la naturaleza en general no se percibe.
- El ecoturismo se reconoce como un turismo que respeta el patrimonio, tanto natural como patrimonial y cultural.
- El turismo ecológico hace referencia a un turismo sostenible, que busca minimizar los impactos negativos sobre el medio natural y cultural, con la finalidad de preservar y conservar los espacios naturales, favoreciendo así una actitud de respeto hacia el medio ambiente y la cultura rural autóctona.
- Los ecoturistas suelen ser un tipo de turista caracterizado por motivaciones especiales.
- El ecoturismo contribuye a mejorar las infraestructuras, los medios de transporte y el sistema de comunicación del destino, siempre que se actúe bajo el principio de sostenibilidad. (M. Gómez, 1993)

### **2.2.3 Componentes del ecoturismo**

Se puede afirmar que los siguientes elementos son los componentes del ecoturismo.

- La demanda ecoturística, son aquellos turistas que desarrollan actividades en contacto con la naturaleza.
- Las actividades ecoturísticas, como son la observación de aves, la observación de ballenas y tortugas marinas, recorridos por la selva, safaris fotográficos, buceo o snorkeling, entre otras.

- Los destinos ecoturísticos o aquellas áreas naturales protegidas que tienen gran belleza natural e interés ecológico.
- La infraestructura ecoturística que suele estar formada por las áreas recreativas, aulas de naturaleza, carril de ciclo-turismo, centro de visitantes, miradores, senderos y observatorios, entre otros.
- Los guías de ecoturismo o personas encargadas de explicar los aspectos naturales y culturales del área natural a los ecoturistas. (Agüera & Catellanos, 2013)

#### **2.2.4 Clasificación del ecoturismo**

El ecoturismo se puede subdividir atendiendo al interés de los visitantes por la naturaleza, en especializado o no. El primer grupo es practicado generalmente por profesionales: ornitólogos, botánicos, zoólogos, geólogos y otros naturalistas que tienen intereses específicos y un conocimiento en general alto en ciencias naturales. El segundo grupo está integrado por un conjunto más amplio de personal, y comprende a visitantes no especializados pero interesados en alguno o varias facetas de la naturaleza, así como deportistas, escritores, pintores paisajistas, entre otros. (M. Gómez, 1993).

La clasificación más aceptada es la de Baraeton V. propuesta en 1991, al año siguiente Salinas Eros y Rosabal P. le realizaron modificaciones dejando como resultado la siguiente clasificación:

- Turismo científico vinculado especialmente a científicos, e investigadores interesados en conocer aspectos ecológicos y ambientales de las áreas protegidas, que por lo general realizan sus actividades en áreas núcleo o de mayor naturalidad. Es un segmento muy limitado en lo que respecta a su comercialización, representa menos del 4% de todos los visitantes de las áreas protegidas a nivel mundial.
- Turismo especializado se vincula a grupos interesados en conocer o desarrollar aspectos específicos en las áreas naturales, tales como: observadores de aves, espeleólogos, aficionados a la flora y fauna silvestre, buceadores y otros.

- Turismo de aventuras o eco aventuras se destina a grupos que prefieren disfrutar de experiencias poco comunes o inusuales en áreas de alta unicidad natural. Este tipo de opción contempla excursiones de varios días de duración, como mínimo 2 días, a campo traviesa y recorriendo sitios de alto interés natural y cultural en un medio “lo más salvaje posible”.
- Ecoturismo casual es uno de los más generalizados y se destina a cualquier tipo de visitante, al cual, como parte de un viaje más amplio con objetivos meramente de esparcimiento, se le ofrecen paquetes opcionales por un día vinculados a la naturaleza, que incidentalmente se desarrollan en determinadas áreas protegidas. Muchos países han comenzado a explotar este sector, mediante opciones de amplio perfil en algunas áreas protegidas, de manera que se gane experiencia en el uso del turismo en las mismas; al mismo tiempo, se promuevan estas áreas para la posterior comercialización de ofertas especializadas. (M. Gómez, 1993)

### **2.3 Certificaciones mundiales del turismo y ecoturismo**

Considerando que en los últimos años la actividad turística y ecoturística ha tenido un crecimiento en los países alrededor del mundo, se ha hecho necesario que las empresas relacionadas con esta actividad recurran a incorporar certificaciones que les permitan demostrar que cumplen con requisitos mínimos estandarizados. La certificación es un procedimiento destinado a que un organismo independiente y autorizado, valide o dictamine la calidad del sistema aplicado por una organización, partiendo y verificando si la misma cumple o no lo dispuesto por un determinado referencial o modelo de calidad, reconocido y oficial. (Wikipedia, 2019)

Dentro del aspecto de certificaciones a nivel mundial relacionadas con las actividades de turismo y ecoturismo existen algunas catalogadas importantes a nivel mundial, a continuación, se presenta en resumen las principales certificaciones relacionadas con el turismo y ecoturismo.

**Cuadro 2: Certificaciones para la promoción del turismo sostenible y ecoturismo**

Certificación	Logo	Entidad	Socio colaborativo
Biosphere Responsible Tourism		Instituto Turismo Responsable	UNESCO, TUI.
EarthCheck		EarthCheck Pty Limited	World Travel & Tourism Council (WTTC), WWF, SECTUR, FONATUR, Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)
Green Destinations		Green Destinations Foundation	EUCC, Slovenia Green, Asian Ecotourism Network, Green Partner
Green Globe		Green Globe	EVVC, GCB, UNWTO, Skai
Green Growth 2050		Green growth 2050	The Global Compact, Travel Forever, The UNEP
Green Key		Foundation of Environmental	UNEP, UNESCO, UNWTO
Green Leaders		Tripadvisor	Rainforest Alliance, Spain Green Building Council, The U.S. Environmental Protection Agency
Green Leaf Eco-Standard		Green Leaf™ Environmental Trust	Wilderness Foundation
ISO		Private Certification Bodies	Figuras nacionales de normalización
Quality Coast		Coastal & Marine Union – EUCC	European Centre for Nature Conservation – ECNC
Travel Life		ABTA y ECEAT Projects	TUI, Thomas Cook, Virgin Holidays, DER Touristik, Rainforest Alliance

**Fuente:** Elaboración propia con información del Blog Visiones del Turismo.

La importancia de las certificaciones a nivel mundial ha permitido impulsar el fomento del turismo ecológico preservando la actividad como una alternativa para los turistas, así como los recursos naturales.

## **2.4 Turismo en Guatemala**

Según, el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- en los últimos diez años la actividad turística ha tenido un crecimiento del 88 por ciento, las cifras por visitas de extranjeros pasaron de 1.27 millones en 2009 a 2.4 millones en 2018, esto representa un escenario positivo porque el turismo es uno de los pilares del desarrollo económico del país. (Sanchez, 2019)

Además, reportó que de 2009 a 2018 viajaron a Guatemala 17 millones de extranjeros, de estos, unos 2 millones visitaron el país en 2018, también los destinos turísticos albergaron a 2 millones en 2017 y en 2016 se contabilizaron más de un1 millón de personas. El reporte anual de 2018 indicó que el 24 por ciento de las visitas provienen de países norteamericanos, el 58 por ciento de naciones centroamericanas, el seis por ciento de Europa.

El Banco de Guatemala a través de informe de indicadores para el año 2018 muestra que el ingreso por divisas por turismo en millones de dólares ascendió a 985.60,

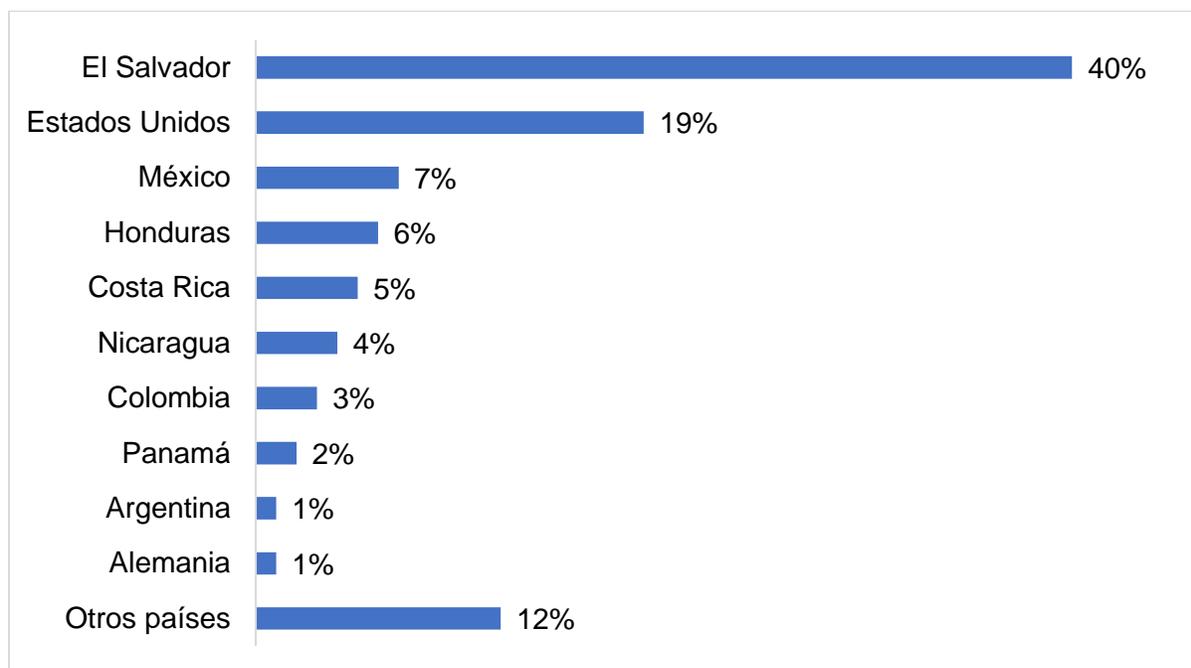
De acuerdo con el boletín estadístico anual de 2019 generado por el departamento de investigación de mercados del INGUAT, se registró la visita de 2,559,599 visitantes de los cuales un 68% fueron turistas y el 32% excursionistas, en relación al 2018, hubo un crecimiento del 6%.

### **2.4.1 Perfil del visitante del departamento de Guatemala**

Según el reporte del Instituto Guatemalteco de Turismo correspondiente al año 2018, generado a través del departamento de Investigación y Análisis de Mercado el cual tiene como título perfil del visitante del departamento de Guatemala correspondiente al año

indicado se tiene que un 40% de visitantes provienen de El Salvador, un 19% de Estados Unidos, a continuación, se muestra la gráfica. (Instituto Guatemalteco de Turismo, 2018)

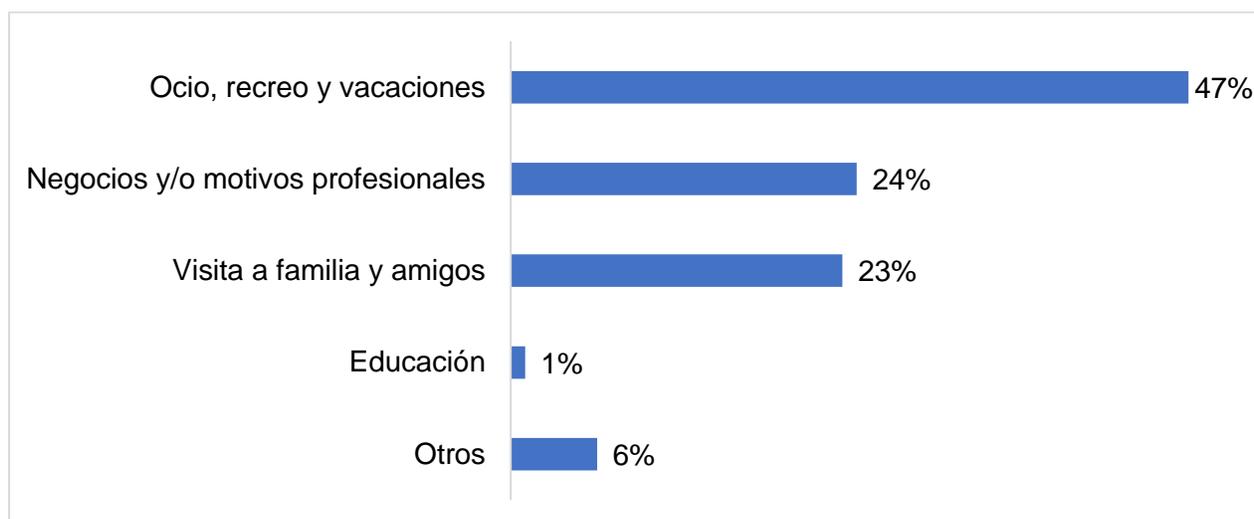
**Gráfica 1: País de residencia del visitante del departamento de Guatemala**



**Fuente:** Elaboración con información del informe Perfil del Visitante del departamento de Guatemala del Departamento de Investigación y Análisis de Mercado del INGUAT 2018.

Es importante mencionar que el 53% de los visitantes ingresaron vía terrestre y un 47% por la vía aérea. Los visitantes del departamento de Guatemala vienen por diferentes motivos, en la siguiente gráfica se detallan.

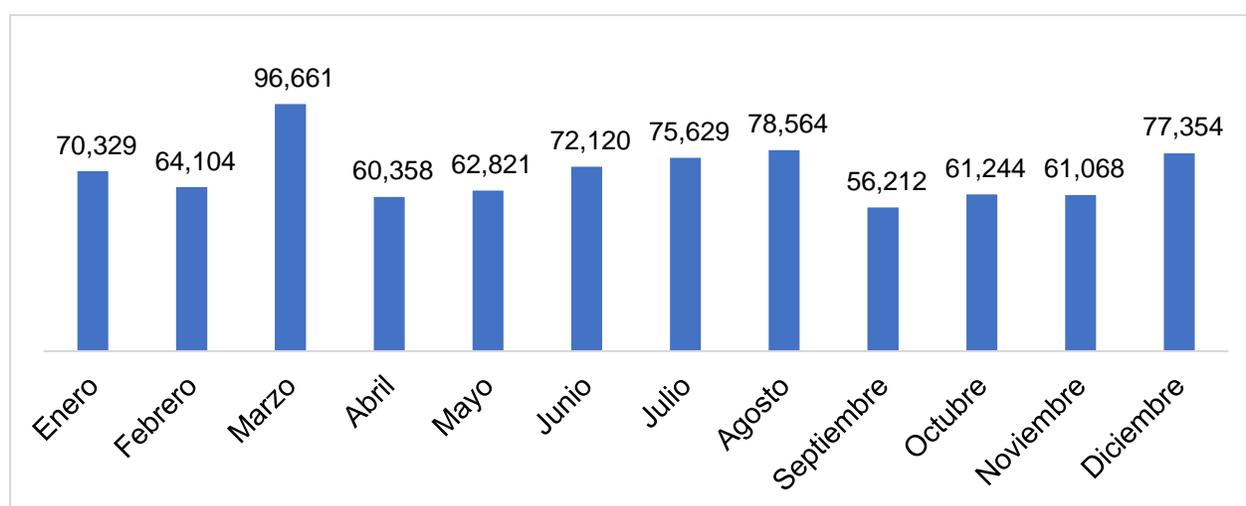
**Gráfica 2: Motivo del viaje del visitante del departamento de Guatemala**



**Fuente:** Elaboración con información del informe Perfil del Visitante del departamento de Guatemala del Departamento de Investigación y Análisis de Mercado del INGUAT 2018.

El mismo informe proporciona datos del comportamiento de los visitantes al departamento de Guatemala, en la siguiente gráfica se puede observar el comportamiento de visitantes al año 2018.

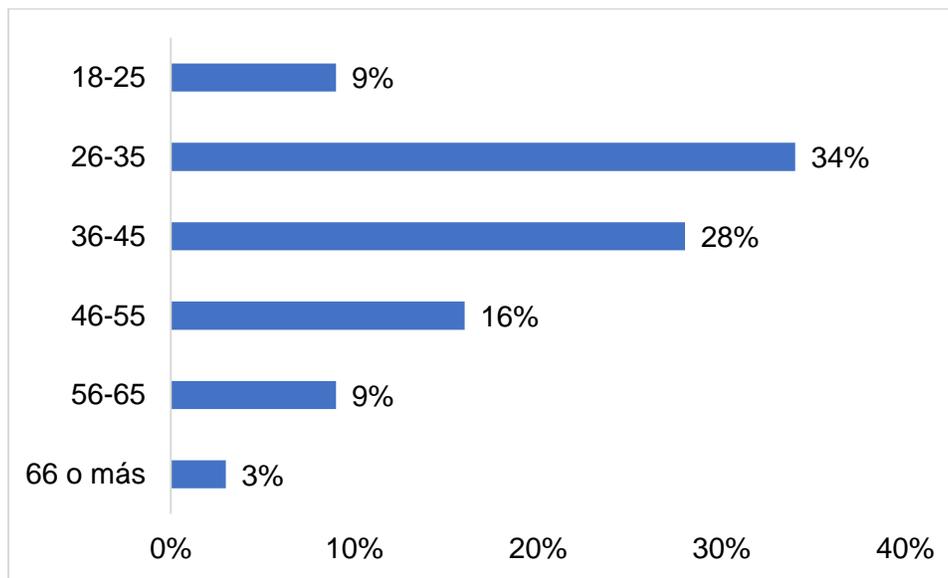
**Gráfica 3: Flujo de visitantes del departamento de Guatemala**



**Fuente:** elaboración con información del informe Perfil del Visitante del departamento de Guatemala del Departamento de Investigación y Análisis de Mercado del INGUAT 2018.

Según el informe al año 2018 el 65% de los visitantes son de género masculino y un 35% del género femenino, estas personas se encuentran dentro de los siguientes grupos de edades.

**Gráfica 4: Edad de los visitantes del departamento de Guatemala**



**Fuente:** elaboración con información del informe Perfil del Visitante del departamento de Guatemala del Departamento de Investigación y Análisis de Mercado del INGUAT 2018.

Estas personas visitan el departamento de Guatemala en tres grupos principales, solo 56%, en familia 30% y en grupo 14%.

#### **2.4.2 Estrategias, planes y políticas turísticas**

En 2000, se publicó la Estrategia Nacional de Turismo -ENT- como una propuesta del INGUAT para el ordenamiento de la actividad turística y su planificación de largo plazo. En el 2003, la Cámara de Turismo de Guatemala -CAMTUR-, con el apoyo de Asociación de Investigaciones y Estudios Sociales -ASIES-, presentó la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014, la cual ha sido actualizada con el paso de los años. (Insituto Guatemalteco de Turismo, 2000)

A nivel de actividades turísticas específicas, el país tiene experiencias previas en planificación, tales como: Política sobre la Actividad Turística en Áreas Protegidas (2000);

Política Nacional de Ecoturismo y Política Nacional de Agroturismo Sostenible (2002), ambas en el marco de la ENT; también en planes territoriales de desarrollo turístico con el Plan integral de Desarrollo de Petén, Plan de Desarrollo Turístico de Sacatepéquez, Plan de Desarrollo Turístico del Reino Kan y Agendas de Competitividad Turística desarrolladas para seis destinos prioritarios.

En 2012, a través del Acuerdo Gubernativo 98-2012 se aprobó la Política Nacional para el Desarrollo Turístico de Guatemala 2012-2022, política generada a través de la Secretaría de Planificación de la Presidencia –SEGEPLAN-; instrumento que da los lineamientos generales para el desarrollo de turismo en el país bajo el cual deben alinearse todos los esfuerzos de planificación territorial y de actividades turísticas. En esta política se plantea la necesidad de formular el Plan Maestro de Turismo Sostenible, para el ordenamiento de la actividad turística, sus regiones, productos, segmentos y mercados prioritarios. (Ministerio de Economía, 2012)

El objetivo superior sectorial de la política es: Consolidar al turismo como eje articulador del desarrollo de la Nación en el marco de la sostenibilidad, de forma que contribuya a generar las condiciones necesarias para mejorar la competitividad del país en el ámbito internacional y a favorecer el acceso de los guatemaltecos a una vida digna.

La política está compuesta por 8 ejes, en donde el segundo eje denominado Desarrollo Turístico Sostenible aborda aspectos importantes considerando principalmente los Criterios Globales de Turismo Sostenible.

Los aspectos tomados en cuenta dentro del eje 2 son:

- a) Conservación y protección de sitios turísticos
- b) Certificación de calidad
- c) Turismo social y Accesible
- d) Códigos de ética
- e) Alianzas con Instituciones y Organismos que impulsen la sostenibilidad

En el Plan Maestro de Turismo Sostenible se encuentra plasmado el objetivo general del mismo, el cual consiste en: Elevar la competitividad turística del país, por medio de la puesta en valor de la oferta turística actual, su diversificación y promoción, con planificación y mercadeo estratégico; a través del ordenamiento del territorio en función turística, así como de la identificación de áreas de desarrollo prioritarias, bajo los Criterios Globales de Sostenibilidad Turística. (INGUAT, OMT, 2015)

Este tipo de políticas y planes van encaminados a constituir herramientas adaptables con la finalidad del incremento de la actividad e ingresos por turismo sin dejar de lado el aspecto ambiental de los destinos turísticos.

En la Política General de Gobierno 2016-2020, se estableció el fomento de las Mipymes, turismo y trabajo digno y decente, dentro de este apartado se establecieron acciones estratégicas que debían realizarse independiente del sector geográfico. En el apartado turismo de esta política se estableció que: “Ejecutar programas de innovación y diversificación turística que permitan desarrollar e incorporar el ecoturismo, turismo cultural, natural, de aventura, entretenimiento y el turismo rural comunitario, especialmente para micro, pequeñas y medianas empresas” (Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, 2016)

## **2.5 Ecoturismo en Guatemala**

Según Ucha (2010) una agencia de viajes es aquella empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores del rubro de viajes, tales como aerolíneas, hoteles, cruceros, entre otros, ofreciéndoles a los primeros mejores condiciones de contratación en los viajes que deseen emprender. La agencia de viajes le vende a su cliente productos y servicios relacionados al viaje que realizará a un precio más bajo y en el marco de unas condiciones tentadoras.

En Guatemala existen diferentes agencias que brindan diferentes servicios, a continuación, se hace referencia a algunas.

**Cuadro 3: Agencias de viaje y tour operadoras de Guatemala**

Agencia	Tipo de servicio	Ubicación
Jaguar Travels	Tour operador y agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Descubre Guatemala	Agencia de turismo alternativo	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Tito Tours	Agencia de Turismo dedicada al Ecoturismo	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Don Q Tours	Tour operador y agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Agencia de Viajes Nissi	Agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Sin Rumbo	Agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
K'Ashem	Turismo de aventura	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Guate Tour	Agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Ktalyt	Tour operador y agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Viajeros GT	Agencia de viajes	Mixco - Guatemala
Life Travel	Agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Aventura Vertical GT	Agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Futura Tours	Agencia de viajes	Ciudad de Guatemala - Guatemala
Maya Tours	Agencia de viajes	Mixco - Guatemala
Guatepassport	Agencia de viajes	Fraijanes - Guatemala
Guatruue	Agencia de viajes	San José Pinula - Guatemala
Agencia de viajes Luna Tours	Agencia de viajes	La Antigua Guatemala - Sacatepéquez
Wild Guatemala	Agencia de viajes	Jocotenango - Sacatepéquez
Travel & Healt Guatemala	Tour operador	Quetzaltenango - Quetzaltenango
Trans-Red-Tours	Agencia de viajes	Quetzaltenango - Quetzaltenango
Adrenalina Tours Guatemala	Toru operador	Quetzaltenango - Quetzaltenango
Explore	Tour operador	Flores - Petén

**Fuente:** Elaboración propia con información de sitio web GuateValley.

Las agencias de viajes se clasifican de distinta manera, en función del tipo de intermediación que llevan a cabo en el sistema de distribución de viajes y turismo, las características de las actividades que desarrollan y la forma de operación del negocio.

1. “En función del tipo de intermediación que llevan a cabo: mayoristas y minoristas
2. De acuerdo con la orientación de sus actividades, emisoras, receptoras o mixtas
3. De acuerdo con la forma como operan el negocio, agencias de viaje físicas, virtuales.” (Acerenza, 2010)

### **2.5.1 Fundaeco**

FUNDAECO es una organización ecologista de carácter privado sin fines de lucro, dedicada a la creación, manejo, protección y conservación de Áreas Protegidas (AP). En sus 25 años de trabajo ha buscado diversas alternativas socio-económicas para alcanzar un desarrollo sostenible de las AP incorporando, como política institucional, a las comunidades anfitrionas de las AP en procesos de desarrollo sostenible y conferirles instrumentos de generación de ingresos propios para aminorar las presiones de depredación biológica en las Áreas Protegidas. (FUNDAECO, 2019)

Esta entidad que ha trabajado por más de 25 en algunas áreas como la Reserva Protectora de Manantiales Cerro San Gil, Parque Nacional Río Dulce, ambos en el departamento de Izabal, Laguna Magdalena y Sitio de Conservación Maxbal en Huehuetenango, Parque Nacional Mirador en Petén, Parque Ecológico y Deportivo Cayalá y Parque Municipal Kanajuyú en Ciudad Capital. (FUNDAECO, 2019)

### **2.5.2 Promoción del ecoturismo**

En el marco del Proyecto “Promoviendo el Ecoturismo para Fortalecer la Sostenibilidad del Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas”, implementado por el Consejo Nacional de Áreas Protegidas- CONAP- con el apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo- PNUD- y financiado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial FMAM (GEF por sus siglas en inglés), el día 16 de marzo se inauguró la edición 2016 del Programa de Capacitación “Manejo de Turismo Sostenible como Herramienta para la Conservación y la Mejora de la Calidad de Vida”. (Guatemala, 2016)

Dirigido a administradores y técnicos de áreas protegidas Municipales y Comunitarias ubicadas en el Altiplano Occidental, así como a personal del Instituto Guatemalteco de Turismo y del propio Consejo Nacional de Áreas Protegidas, el objetivo del Programa se centra en desarrollar capacidades prácticas de planificación, promoción y gestión del desarrollo de turismo sostenible en el interior de áreas protegidas. La meta que persigue el Programa es contar con personal capaz de impulsar un tipo de turismo que dé un paso

más allá de ser únicamente respetuoso con el medio ambiente, y que se convierta en un auténtico promotor de su conservación. (Guatemala, 2016)

“Promover el ecoturismo en las áreas naturales protegidas de las zonas metropolitanas de los departamentos de Guatemala y Sacatepéquez e incentivar a ciudadanos locales y extranjeros a respetarlas, valorarlas y conservarlas es la meta de la campaña “¡Guatemala tiene de todo!”. Las zonas protegidas alrededor de la Ciudad de Guatemala son de suma importancia, ya que cumplen varias funciones. Desde brindar oxígeno hasta el abastecimiento de agua al valle central. Son, además, lugares de recreación y relajación para los pobladores de la zona urbana. (Jirón, 2018)

Con el apoyo de la Autoridad para el Manejo Sustentable de la Cuenca y del Lago de Amatitlán (AMSA), la idea es promover lugares como el Parque Nacional Naciones Unidas, la Cuenca del Lago de Amatitlán, Volcán Pacaya, Volcán de Agua, Cordillera Alux, entre otras. Estas zonas son algunas de las 27 que forman parte de la región metropolitana, distribuidas en los departamentos de Guatemala y Sacatepéquez.

### **2.5.3 Sitios para la práctica del ecoturismo en Guatemala**

En Guatemala no existe un programa integral entre las diferentes instituciones para la promoción del ecoturismo interno y externo, sin embargo, en el departamento de Guatemala existen algunos lugares donde es posible realizar este tipo de actividades, este tipo de sitios en su mayoría son administrados por personas privadas, en otros casos la Municipalidad de Guatemala junto a Fundaeco se encargan de administrar.

A continuación, un detalle de los lugares donde por sus características es posible practicar actividades relacionadas al ecoturismo, como avistamiento de aves, caminatas, talleres educativos, entre otros.

**Cuadro 4: Sitios para la práctica del ecoturismo**

Sitios para la práctica del ecoturismo
Parque Jacarandas de Cayalá
Parque natural Ciudad Nueva
Parque natural Kanajuyú
Parque Ecológico Deportivo Cayalá
Parque Ecoaventura
Parque La Asunción
Parque Natural Calderas
Parque natural Green Rush
Parque Naciones Unidas

**Fuente:** Elaboración propia con información Guatemala.com.

## 2.6 Proyecto

Este Trabajo Profesional de Graduación está relacionado con el proyecto de creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el departamento de Guatemala, es por ello que se hace necesario abordar algunos aspectos importantes de los pasos del proyecto, pero se debe iniciar con contextualizar la definición de proyecto.

El proyecto es considerado como “un plan de trabajo con carácter de propuesta que concreta los elementos necesarios para conseguir unos objetivos deseables, su misión es la de prever, orientar y preparar bien el camino de lo que se va a hacer para el desarrollo del mismo”. (Serrano, 1996).

En la sociedad moderna donde la tecnología y la ciencia se encuentran en constante cambio es necesario evaluar diferentes mecanismos para encontrar soluciones a problemas que afectan la vida cotidiana de las personas, en la búsqueda de la mejora continua se hace necesario que se generen diferentes proyectos, de tipo social, económicos, ambientales, financieros, etc.

Los proyectos están compuestos de algunas fases o pasos secuenciales, existen diferentes concepciones del flujo del proyecto pero todos tienen la finalidad de brindar un producto o servicio, los autores Arturo y José Antonio Morales castro en su libro *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación* abordan los pasos a seguir para proyectos de

inversión, ellos afirman que los siguientes son etapas de un proyecto de inversión (Castro, 2009):

- a) Identificación de la idea
- b) Diagnostico empresarial
- c) Formulación y Evaluación
- d) Prefactibilidad
- e) Factibilidad o proyecto final
- f) Decisión

El estudio de prefactibilidad se construye con información proveniente de fuentes secundarias de información, que aún no es demostrativa, pero es útil para presentar un panorama de la inversión. Los elementos que contiene el estudio de prefactibilidad son los siguientes (Castro, 2009):

- a) Estudio de mercado
- b) Estudio técnico
- c) Estudio administrativo
- d) Estudio financiero

Considerando lo anterior el proyecto relacionado con este trabajo de graduación tendrá un enfoque de mercado, a continuación, breves definiciones de los elementos del estudio de mercado.

### **2.6.1 Elementos del estudio de mercado**

El estudio de mercado incluye toda una fase de evaluaciones partiendo de la premisa de la demanda insatisfecha, pero el estudio se enfoca en mercado, demanda y oferta, a continuación, se abordan de acuerdo a algunos autores.

#### **2.6.1.1 Estrategia de marketing**

La estrategia de marketing de la empresa traza a cuáles clientes atenderá y cómo generará valor para ellos. Las principales herramientas de la mezcla de marketing se

clasifican en cuatro amplios grupos, llamados las cuatro P's del marketing: producto, precio, plaza y promoción. (Armstrong & Kotler, 2013)

1. Producto, la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta.
2. Precio es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto.
3. Plaza incluye actividades de la empresa encaminadas a que el producto esté disponible para los clientes meta.
4. Promoción se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a comprarlo. (Armstrong & Kotler, 2013)

#### **2.6.1.2 Mercado**

Conjunto de compradores y vendedores que a través de sus interacciones reales o potenciales determinan el precio de un producto o de un conjunto de productos. (Pindyck & Rubinfeld, 2009)

#### **2.6.1.3 Demanda**

Cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar de un bien o servicio y su precio. (Pindyck & Rubinfeld, 2009)

#### **2.6.1.4 Oferta**

La oferta es la cantidad que están dispuestos los productores a vender de un bien o servicio a un precio dado, manteniendo constantes los demás factores que pueden afectar a la cantidad ofrecida. (Pindyck & Rubinfeld, 2009)

### **3. METODOLOGÍA**

El presente apartado contiene la metodología de investigación, que de acuerdo con Hernández Sampieri (2014), la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. Por lo que a continuación, se explica en detalle el proceso seguido para resolver el problema de la investigación relacionado con el proyecto de creación de una agencia que fomente el turismo ecológico en el municipio de Guatemala, del departamento de Guatemala.

Este Trabajo Profesional de Graduación ha sido elaborado a través de una investigación documental que se refiere a cuando se recaba la información que procede de documentos como libros, periódicos, revistas, documentos filmados o grabados e internet. (Gómez Bastar, 2012)

Por lo tanto, a continuación, se presenta la definición del problema; objetivo general y objetivos específicos; método científico y, las técnicas de investigación documental y de campo, utilizadas.

#### **3.1 Definición del problema**

Guatemala cuenta con un alto potencial económico y ambiental para el desarrollo de proyectos enfocados en el turismo ecológico, lo cual puede contribuir a mejorar las condiciones socioeconómicas de los habitantes del municipio de Guatemala. Además de crear fuentes de empleo e impulsar la marca turística de Guatemala a nivel nacional e internacional, es de considerar que en el mercado de turismo exterior Guatemala es considerada como destino elegido por personas extranjeras.

El municipio de Guatemala ha sido considerado la Capital Verde Iberoamericana 2019, título concedido en la última Asamblea General de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI); este reconocimiento es por el compromiso adquirido al aplicar políticas públicas sustentadas en la gestión ambiental para la recuperación y restauración de áreas verdes y la consolidación de la biodiversidad urbana, algo que contribuye a la sustentabilidad y al desarrollo de la ciudad. (UCCI, 2019)

A pesar de tener un reconocimiento de gran categoría a nivel latinoamericano, en el municipio de Guatemala aún no se cuentan con proyectos para el fomento del turismo ecológico enfocado a lo interno y externo, esto se suma a una larga cantidad de problemas que durante años siguen sin solución. Al no existir proyectos que fomenten el turismo ecológico en el municipio de Guatemala se pierden oportunidades de desarrollo económico, pero también se le resta importancia a los recursos naturales con los que cuenta el municipio de Guatemala.

Las consecuencias respecto a la falta proyectos o programas de promoción del turismo ecológico pueden ser, incremento de impactos negativos para el ambiente y la comunidad derivados a las actividades de los habitantes del municipio; nula sensibilización hacia el cambio ambiental; pérdidas de beneficios financieros directos para los habitantes y así como la protección y conservación del medio ambiente principalmente de los bosques.

### **3.2 Delimitación del problema**

La investigación se circunscribe a la unidad de análisis, el período histórico y ámbito geográfico presentados a continuación.

#### **3.2.1 Unidad de análisis**

Turistas internos residentes en el departamento de Guatemala.

#### **3.2.2 Período histórico**

Para el desarrollo del Trabajo Profesional de Graduación se consideró el periodo histórico de 2015 a 2020.

#### **3.2.3 Ámbito geográfico**

Municipio de Guatemala, departamento de Guatemala.

### **3.3 Universo**

Para la investigación se optó por consultar la información del Censo Poblacional del 2018 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, de tal informe se consideró como

universo a los residentes de los municipios de Guatemala, quienes conforman una población total de 3,015,081 personas.

### **3.3.1 Muestra**

Para la aplicación de la encuesta a una muestra representativa de la población conformada por 3,015,081 personas, se utilizó un 95% de confianza para realizar el cálculo, donde se obtuvo una muestra de 384 personas.

## **3.4 Objetivos**

El fin último de este Trabajo Profesional de Graduación se desarrolla a continuación.

### **3.4.1 Objetivo general**

Determinar la viabilidad de crear una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala.

### **3.4.2 Objetivos específicos**

1. Determinar los gustos y preferencias de la unidad de análisis.
2. Determinar geográficamente los parques ecológicos en el municipio.
3. Proponer la creación de una agencia para el fomento de turismo ecológico en el municipio de Guatemala

## **3.5 Enfoque**

Para la elaboración del Trabajo Profesional de Graduación se utilizó el enfoque Mixto.

## **3.6 Diseño**

La investigación fue de tipo No Experimental y Transeccional, de acuerdo Hernández Sampieri (2014) refiere a que una investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, así mismo afirma que la investigación transeccional recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único.

### **3.7 Alcance**

El alcance fue documental, porque se recurrió a consultar diferentes documentos físicos y electrónicos, también fue descriptivo porque se procedió a describir la información obtenida de las fuentes consultadas.

### **3.8 Método**

Para la presente investigación se utilizó el método científico en sus tres fases, con la finalidad de darle validez científica al proceso de investigación

En su fase indagadora, se recopiló información de fuentes secundarias, principalmente de documentos universitarios, documentos de diferentes instituciones nacionales e internacionales y páginas web, también se recurrió fuentes primarias por medio de la encuesta a habitantes residentes en el departamento de Guatemala. En la fase demostrativa, se realizó el análisis de la información recopilada para establecer los resultados a la problemática planteada. Por último, se presenta el presente trabajo, el cual será expuesto ante las autoridades y quedará como referencia a estudios posteriores. (Hernández Sampiere, 2014)

Fue necesario utilizar el método auxiliar deductivo-inductivo, considerando que para la realización de esta investigación se partió explicando la realidad de lo general a lo particular, considerando en primera instancia las leyes o teorías generales relacionadas con el tema objeto del trabajo.

### **3.9 Técnicas de investigación aplicadas**

Las técnicas de investigación documental y de campo aplicadas en la presente investigación, se detallan a continuación.

#### **3.9.1 Técnicas de investigación documental**

Se aplicó uso de este tipo de técnicas aplicando al proceso de recopilación de información secundaria, tanto de documentos de tesis, políticas institucionales, políticas de gobierno,

informes de entidades internacionales, publicaciones, así como consultas en páginas web, con información referente al problema estudiado.

### **3.9.1.1 Ficha bibliográfica**

Se utilizaron fichas bibliográficas para anotar los datos bibliográficos y resumen de la información relevante para la investigación.

## **3.10 Instrumentos**

Los instrumentos permitieron recopilar información de manera objetiva estableciendo parámetros de investigación enfocados en la resolución del problema.

### **3.10.1 Encuesta**

Se realizó una encuesta a personas residentes en los municipios de Guatemala para establecer su información demográfica y opinión acerca del tema, así como otras características importantes para dar vida al proyecto. La encuesta se aplicó de forma electrónica utilizando la herramienta Google Forms.

## **3.11 Limitantes de la investigación**

Para el desarrollo de la presente investigación se tuvieron diferentes limitantes derivadas principalmente a la actual crisis sanitaria que se vive desde principios de año, por tal motivo no fue posible profundizar en algunos aspectos importantes para darle mayor fundamentación al proyecto.

Una de las limitantes fue que la información debió ser consultada únicamente a través de documentos electrónicos y páginas webs oficiales de diferentes entidades, esto derivado a las circunstancias salubres por las que se atraviesan y no permiten que se pueda consultar de forma personal con expertos en el tema o con directivos de entidades de interés para este trabajo.

Dentro del proceso de investigación no fue posible tener comunicación con personal encargado de los parques ecoturísticos, respecto a la información relacionada con

registros de visitas. En esta investigación se procedió a indagar respecto a cifras de turismo interno, pero estas no fueron encontradas, de igual manera se trató de consultar con el Instituto Guatemalteco de Turismo, pero únicamente se indicó que la información proporcionada se encontraba en la página web relacionada con los Boletines informativos.

No fue posible consultar las cantidades oficiales por parte de los parques respecto a los visitantes diarios, semanales y mensuales, tampoco fue posible determinar la cantidad de espacios físico por cada parque, esto con la finalidad de poder determinar una capacidad instalada.

### **3.12 Variables de exclusión**

Considerando que el tema propuesto está relacionado con el turismo interno y externo, para la propuesta no se considerará al grupo de turismo externo porque es necesario realizar un estudio de mercado a este parte del mercado para determinar si puede ser considerado dentro del grupo de actores del proyecto.

## 4. RESULTADOS

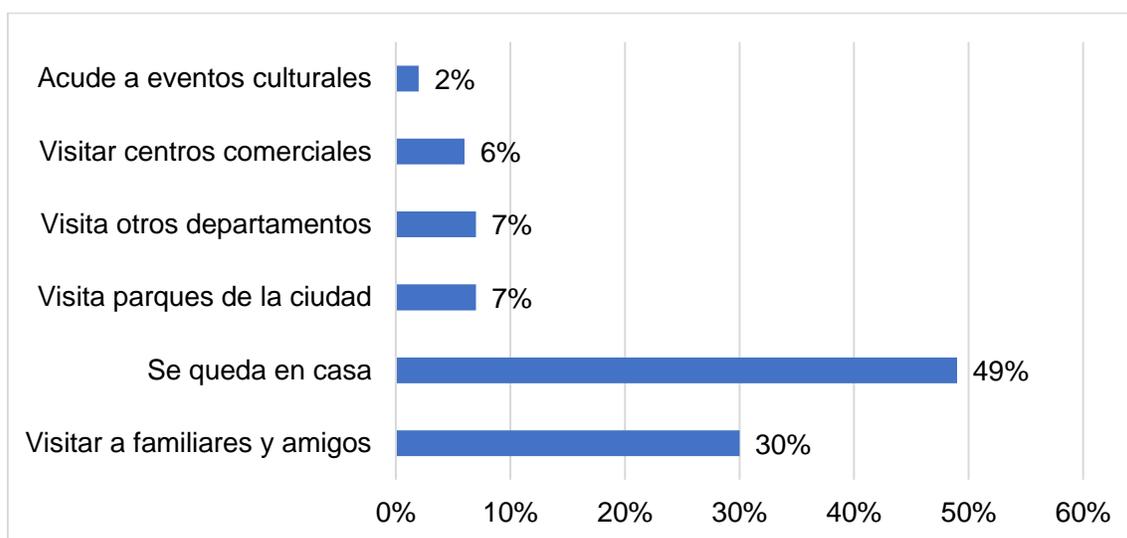
En el siguiente apartado se describen los resultados encontrados luego de realizar el proceso de investigación enfocado en dar una solución a la problemática con la carencia de proyectos que fomenten el turismo ecológico en el municipio de Guatemala. Para lo cual se realizó un proceso investigativo de forma virtual, asimismo, la aplicación de encuestas electrónicas derivado de la emergencia sanitaria provocada por el Covid-19 el cual no permite el trato presencial. No obstante, es importante resaltar que algunos resultados no abarcan el periodo completo de estudio delimitado, señalado en la metodología. Debido a que no se contó con la información correspondiente para su desarrollo.

### 4.1 Determinar los gustos y preferencias de la unidad de análisis

Es de tomar en cuenta que el proyecto está enfocado en ofrecer una opción alternativa a actividades de distracción, por ende, es importante conocer los gustos y preferencias de la unidad de análisis para determinar en primera instancia la existencia de interés en los productos que la agencia pueda ofrecer.

Haciendo uso de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados.

**Gráfica 5: Dedicación del tiempo libre en fin de semana por la unidad de análisis**

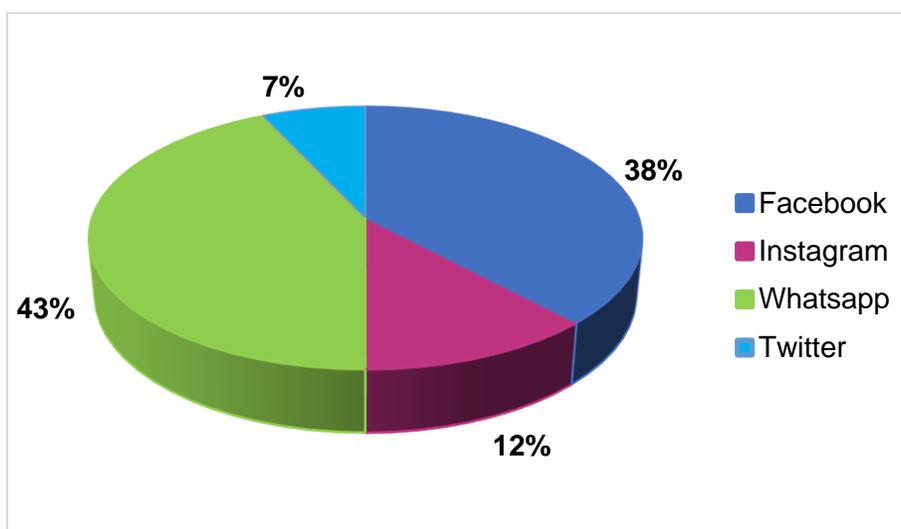


**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Como puede observarse en la gráfica anterior, la tendencia de las personas de la unidad de análisis es principalmente a quedarse en casa durante el fin de semana o bien visitar amigos y familiares, al sumar estos dos resultados supera más del 75%, por lo que considerando la actual crisis sanitaria y que se deben buscar alternativas que permitan a la población unidad de análisis optar por actividades recreativas sin poner en peligro su salud o bien incurrir en gastos fueran de un presupuesto ajustado, se puede inferir que la agencia es una excelente propuesta que permita tanto a estos grupos de la población encontrar actividades que les permitan la distracción en contacto con la naturaleza.

Otro de los aspectos evaluados se refiere a la red social más utilizada,

**Gráfica 6: Red social más utilizada por la unidad de análisis**



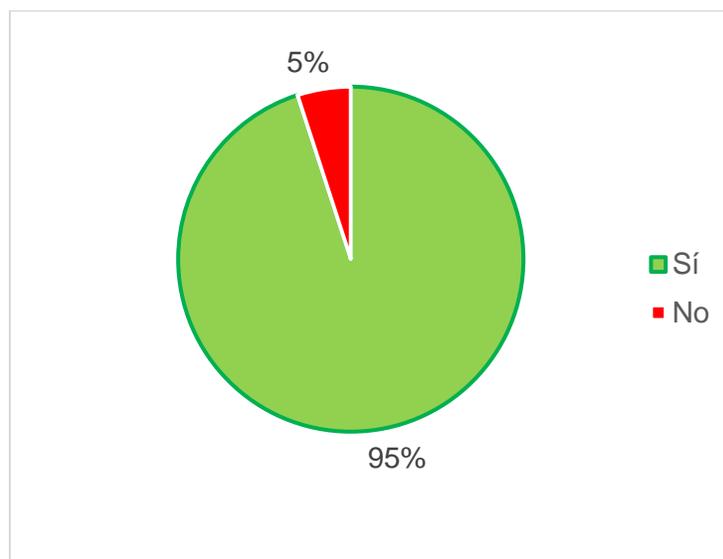
**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Las redes sociales más utilizadas por la unidad de análisis son Facebook y WhatsApp, lo que indica que estas plataformas son excelentes opciones como medio de comunicación.

Otra de las consideraciones para establecer los gustos y preferencias de la unidad de análisis está relacionada con determinar el interés por conocer algún parque ecológico en la ciudad como opción para realizar actividades alternativas, los resultados obtenidos, de donde un 35% indicó que no conoce un parque ecológico en la ciudad se indica que

les interesaría tener mayor información al respecto. Esto significa que de forma inconsciente las personas están comunicando la necesidad de encontrar espacios recreativos.

**Gráfica 7: Interés por conocer algún parque ecológico en la ciudad**



**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

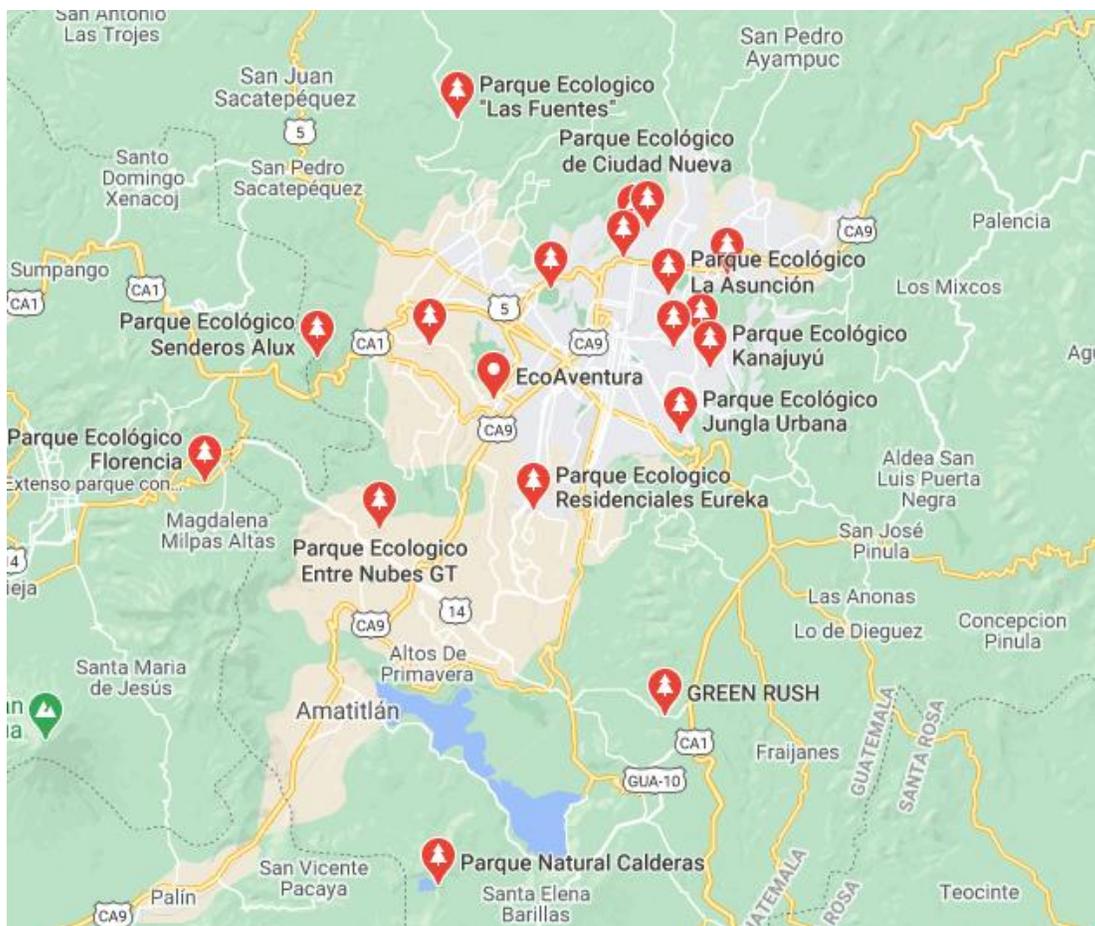
#### **4.2 Establecer geográficamente los parques ecológicos en el municipio**

Para el proyecto el factor principal corresponde a los parques ecológicos que se encuentran en el municipio de Guatemala y sus alrededores y que podrían ser considerados una opción para que el proyecto pueda tener éxito, por lo tanto, haciendo uso de la herramienta de Google Mapas, se procedió a identificar una serie de parques que pueden ser considerados dentro del proyecto. Es importante mencionar que posterior al ser considerados y evaluar con cuentan con los requerimientos específicos para brindar atención al público meta se deberán realizar alianzas conjuntas para obtener beneficios entre los involucrados, esto incluirá que los parques brinden precios especiales a la agencia con el fin de promover el ecoturismo y atraer a más personas.

Dentro de los lugares que se pueden mencionar que se encuentran dentro del municipio están, Parque Ecoaventura, Parque Ecológico la Asunción, Parque Ecológico Kanajuyu, Parque Ecológico Jungla Urbana, Parque Ecológico de Ciudad Nueva, entre otros. Se

debe mencionar que en primera instancia para el proyecto se consideraran únicamente los parques que se encuentren dentro del municipio de Guatemala, posterior a la evaluación del proyecto se podría extender la cantidad de lugares que formen parte del portafolio de productos del proyecto.

**Imagen 1: Parques ecológicos en el municipio de Guatemala**



**Fuente:** Google Maps. Tercer trimestre 2020.

#### **4.3 Proponer la creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala**

De acuerdo con la información recopilada durante el proceso de elaboración de este Trabajo Profesional de Graduación, se pudo identificar que existe poca promoción del turismo ecológico en el municipio de Guatemala, por lo tanto en este apartado se realiza una propuesta en la promoción del ecoturismo con la finalidad de salvar y resguardar

zonas ricas de flora y fauna en el municipio, sensibilizar y promover la educación ambiental entre la población respecto a los beneficios de la práctica de esta actividad. Para tal efecto se presenta a continuación los diferentes estudios realizados que permiten fundamentar la creación de la agencia para el fomento del turismo ecológico.

#### **4.3.1 Estudio de Mercado**

A continuación, se presentan los apartados considerados del estudio de mercado.

##### **4.3.1.1 Información del proyecto**

El proyecto de creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala consistirá en una entidad registrada ante las autoridades correspondientes con la finalidad de brindar en una primera fase productos servicios a los turistas internos residentes en los diferentes municipios de Guatemala.

El proyecto presentará diferentes alternativas de actividades para que las personas pueden realizarlas en parques ecológicos del municipio de Guatemala, estas actividades las podrán realizar acompañados, en grupos de amigos o familiares. Este proyecto se presenta como una opción económica comparada con otras como ir acudir al cine, viajar fuera del departamento de Guatemala, asistir a eventos culturales, visitar centros comerciales, etc.

El fin último del proyecto es promover el ecoturismo ecológico en el municipio de Guatemala principalmente para sembrar la conciencia ecológica dentro de los habitantes de los municipios, así como apoyar en la conservación del medio ambiente.

##### ***Objetivo general***

Ofrecer actividades alternativas a los turistas internos residentes, grupos corporativos, estudiantes de escuelas y colegios en el departamento de Guatemala para la práctica del turismo ecológico.

**a. Objetivos específicos**

- Incrementar el portafolio de clientes en un 5% del mercado meta.
- Presentar paquetes de producto de acuerdo a las características de los clientes.
- Proponer una alianza estratégica interinstitucional para la promoción del turismo ecológico.

***Supuestos***

- Las personas interesadas en realizar actividades relacionadas con la práctica del turismo ecológico que no deseen movilizarse fuera del departamento de Guatemala.
- Las empresas que deseen apoyar en la concientización del turismo ecológico como parte de la Responsabilidad Social Empresarial.

***Plazo de evaluación***

El plazo para evaluar si el proyecto es factible es de un año, tomando en cuenta el crecimiento de la cartera de clientes y los montos en ventas.

**4.3.1.2 Mezcla de mercadeo**

A continuación, se detallan las 7 P desarrolladas para la propuesta del proyecto, con las que se pretende cumplir los objetivos de mercadotecnia.

***Producto***

Los paquetes ecoturísticos de la agencia se diferenciarán por que la tratarse de ecoturismo, la agencia contará con personas capacitadas en ecoturismo y que puedan compartir la motivación por la práctica de actividades que no afecten el ambiente.

Los planes que venderá la agencia ecoturística serán completos, aunque dependerán de cada segmento del mercado, sin embargo, los productos ofrecidos serán acoplados a necesidades, deseos y expectativas, dentro de las opciones de producto inicialmente se tienen contempladas las siguientes.

- Planificación y logística de ecoturismo para grupos corporativos
- Planificación y logística de ecoturismo para familias o grupos de amigos
- Planificación y logística de excursiones ecoturísticas para estudiantes
- Traslados a los diferentes parques ecológicos

Dentro de cada paquete las principales actividades que se podrán ofrecer serán las siguientes:

- Avistamiento de aves
- Acampamiento
- Senderismo
- Flora, fauna, bosque y áreas verdes

### ***Precio***

El precio para los diferentes productos estará en función del cliente que los requiera, sin embargo, se considera que el precio debe ser accesible considerando que existen otras alternativas que podrían mantenerse en el mismo rango de precios. Para el efecto de los productos a ofrecer estos inicialmente se mantendrán en un rango mínimo de Q. 30.00 y un máximo de Q. 75.00, considerando como promedio Q. 50.00, sin embargo, el precio para los grupos de estudiantes estará en función de fomentar el turismo en este grupo objetivo.

### ***Plaza***

Será necesario contar con una oficina donde se puedan desarrollar las actividades propias de la agencia, donde el equipo de trabajo pueda contar con un espacio adecuado para las actividades de promoción, marketing, administración, entre otros, esta oficina deberá estar en un lugar adecuado y céntrico tanto para los colaboradores, clientes, proveedores, interesados en el proyecto. La oficina deberá establecerse en un punto céntrico del municipio.

### ***Promoción***

Para la promoción de la agencia se utilizará las herramientas de marketing digital y marketing de contenidos, para este caso se propone realizar una alianza con las empresas encargadas de las páginas web GuateValley y Guatemala.com, con la finalidad de promocionar los productos de la agencia con los diferentes estratos de la población principalmente del departamento de Guatemala, pero también tener alcance con otros grupos de interés de los departamentos cercanos.

También se pretende utilizar la estrategia de marketing directo para atraer a clientes en general, se utilizará algunos medios de difusión como Ads en Facebook, embajadores de marca, alianzas con influencers, alianzas con empresas que deseen incorporar dentro de su programa de Responsabilidad Empresarial la conservación del ambiente.

### ***Proceso***

Los representantes de la agencia se encargarán de realizar visitas a los diferentes segmentos de interés para ofrecer los productos de la agencia, en el momento que el cliente esté interesado este podrá contactarse con la agencia para la planificación y logística del producto solicitado.

### ***Personas***

Se estima que la agencia deberá contar con 6 personas, que se encargarán de las actividades de administración, marketing, servicio al cliente, ventas, entre otros.

### ***Physical Evidence (Evidencia física)***

La agencia tendrá un espacio físico donde se podrán realizar reuniones con clientes y presentar propuestas a diferentes segmentos del mercado meta, pero la agencia también tendrá evidencia física a través de las plataformas electrónicas.

#### **4.3.1.3 Análisis de la demanda**

Para el análisis de la demanda se procedió a utilizar los resultados del Censo Poblacional 2018 realizado por el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, esto considerando

que no existen datos de turismo interno y se tuvo la limitante de tener registros por parte de las autoridades de los parques ecológicos. Para tal efecto, entonces se consideró la siguiente información.

**Cuadro 5: Residentes del departamento de Guatemala**

Código	Municipio	Hombres	Mujeres	Población total	%
101	Guatemala	438,695	484,697	923,392	30.63%
102	Santa Catarina Pinula	38,174	42,408	80,582	2.67%
103	San José Pinula	38,661	41,183	79,844	2.65%
104	San José del Golfo	3,493	3,736	7,229	0.24%
105	Palencia	34,608	36,365	70,973	2.35%
106	Chinautla	55,265	59,487	114,752	3.81%
107	San Pedro Ayampuc	28,578	30,031	58,609	1.94%
108	Mixco	221,110	244,663	465,773	15.45%
109	San Pedro Sacatepéquez	25,149	26,143	51,292	1.70%
110	San Juan Sacatepéquez	106,748	111,408	218,156	7.24%
111	San Raymundo	15,019	16,586	31,605	1.05%
112	Churranchito	6,326	6,312	12,638	0.42%
113	Fraijanes	30,496	28,426	58,922	1.95%
114	Amatitlán	56,846	59,865	116,711	3.87%
115	Villa Nueva	208,914	224,820	433,734	14.39%
116	Villa Canales	75,968	79,454	155,422	5.15%
117	Petapa	65,153	70,294	135,447	4.49%
<b>Totales</b>		<b>1,449,203</b>	<b>1,565,878</b>	<b>3,015,081</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Elaboración propia con información del Censo Poblacional INE 2018.

Considerando la información anterior la demanda total corresponde a los residentes del municipio de Guatemala, sin embargo, en este aspecto es de denotar que la concentración de los residentes se encuentra en los municipios de Guatemala, Mixco, Villa Nueva y San Juan Sacatepéquez, en el resto de municipios los residentes no superan el 5% del total.

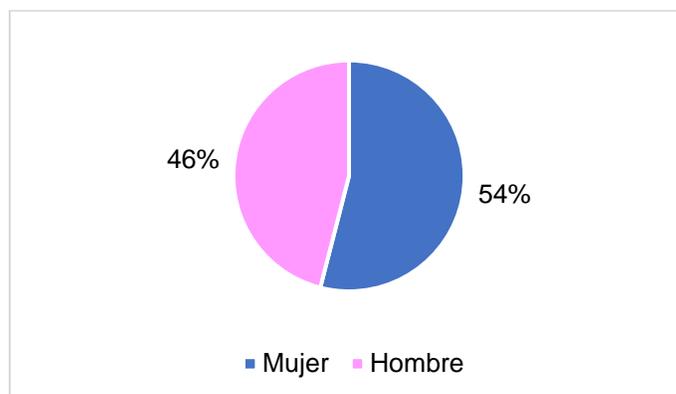
### ***Segmentación de cliente***

En vista de la información proporcionada por el Censo Poblacional 2018, se procedió a calcular una muestra para determinar las variables adecuadas para la segmentación de mercado, haciendo uso de la fórmula estadística (Ver Anexo 2), la encuesta realizada fue

enfocada únicamente para personas de los 17 municipios del departamento de Guatemala que hubiesen practicado alguna actividad relacionada con el turismo.

Al obtener los resultados de la encuesta en línea se obtuvo lo siguiente.

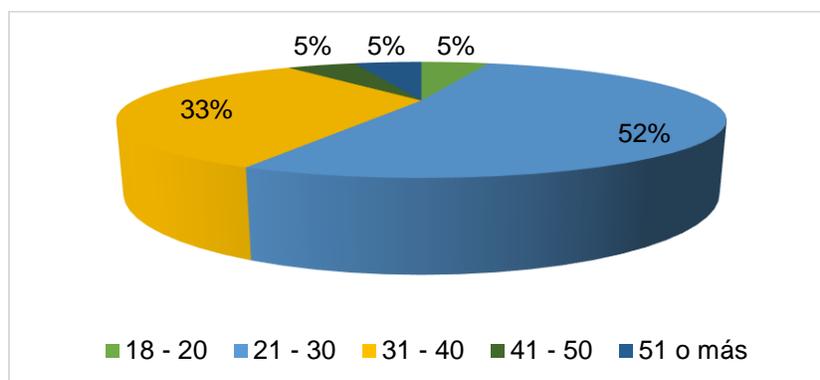
**Gráfica 8: Género de los residentes del municipio de Guatemala**



**Fuente:** Elaboración propia con información de encuesta realizada. Tercer trimestre 2020.

Tal como se observa en para la segmentación los productos de la agencia deberán ir enfocados para hombres y mujeres.

**Gráfica 9: Edad de los residentes del municipio de Guatemala**

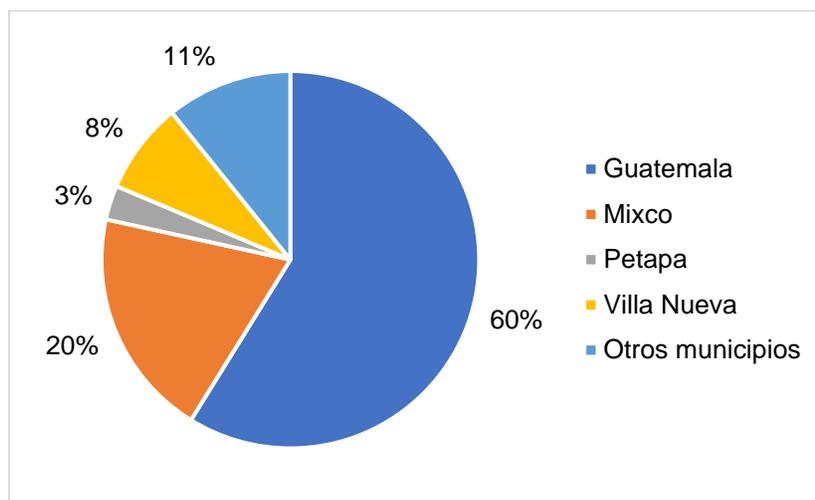


**Fuente:** Elaboración propia con información de encuesta realizada. Tercer trimestre 2020.

De acuerdo al dato obtenido las edades de la unidad de análisis evaluada corresponden principalmente a personas que nacieron entre 1991 y 1999, esto es representativo porque es la generación denominada Milenials con una participación de más del 50%.

Fue de suma importancia evaluar el aspecto del municipio donde residen, esto con la finalidad de poder aplicar una adecuada estrategia de medios digitales de acuerdo a la ubicación de los residentes interesados en actividades alternativas.

**Gráfica 10: Lugar de residencia de los encuestados**



**Fuente:** Elaboración propia con información de encuesta realizada. Tercer trimestre 2020.

Como se observa la concentración para este apartado de segmentación corresponde a personas residentes en más del 50% en el municipio de Guatemala, seguido de Mixco, Villa Nueva y Petapa, seguido del resto de municipios que representan el 11%.

### ***Población objetivo***

Tomando en cuenta los resultados de la encuesta realizada se puede entonces establecer las características de la población objetivo del proyecto.

**Cuadro 6: Población objetivo del proyecto**

Género	Edad	Municipios de residencia
Mujeres	De 21 a 40	Guatemala, Mixco, Petapa, Villa Nueva
Hombres	De 21 a 40	Guatemala, Mixco, Petapa, Villa Nueva

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

El proyecto de la agencia para el fomento del turismo ecológico estará enfocado a una población objetivo que incluye hombres y mujeres en edades de 21 a 40 años, que

principalmente residen en los municipios de Guatemala, Mixco, Villa Nueva y Petapa, esta segmentación permitirá aplicar adecuadamente las herramientas de marketing digital para llegar de mejor manera a este mercado.

### ***Mercado potencial***

Considerando que se pretende ofrecer productos para el fomento del turismo ecológico a un 5% de la población objetivo conformada por los residentes de los municipios de Guatemala, se considera como mercado potencial del proyecto entre un 5% y 15% restante de residentes que pudieran estar interesados en actividades relacionadas con el turismo ecológico.

Este mercado potencial estará conformado por mujeres y hombres de 18 a 40 años, así como de 41 a 59 años, residentes en los principales municipios, que consideren en algún momento recurrir en practicar actividades alternativas para distracción.

### ***Proyecciones***

Tomando en cuenta el precio promedio para el producto de la agencia se presenta a continuación una proyección de ingresos para el año de evaluación del proyecto.

**Cuadro 7: Proyección de ingresos para el primer año del proyecto**

<b>Mes</b>	<b>Mercado segmentado</b>	<b>Mercado objetivo anual</b>	<b>Mercado objetivo mensual</b>	<b>Costo promedio del producto</b>	<b>Total ingresos</b>
Enero	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Febrero	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Marzo	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Abril	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Mayo	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Junio	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Julio	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Agosto	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Septiembre	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Octubre	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Noviembre	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00
Diciembre	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	254,000.00

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

El siguiente cuadro muestra los ingresos mensuales considerando los precios mínimos, promedio y máximos establecidos para los productos que brindará la agencia, es de resaltar que estos precios son individuales. Se debe considerar también que se estima que el mercado objetivo mensual no tendrá variación durante ningún mes, no se está considerando variables que pudieran afectar el incremento o decremento de clientes en un mes.

**Cuadro 8: Proyección de ingresos mensuales a diferentes precios**

Mes	Mercado objetivo mensual	Ingresos a un precio mínimo Q. 30.00	Ingresos a un precio promedio Q. 50.00	Ingresos a un precio máximo Q. 75.00
Enero	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Febrero	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Marzo	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Abril	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Mayo	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Junio	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Julio	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Agosto	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Septiembre	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Octubre	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Noviembre	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00
Diciembre	5,080	152,400.00	254,000.00	381,000.00

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

#### 4.3.1.4 Análisis de la oferta

En los siguientes apartados se encontrará un análisis de la oferta con el fin de establecer quienes son los principales proveedores y competidores para este proyecto.

##### **Competencia directa**

En este enunciado se establecerá la principal competencia directa en el cual se detallan los negocios que ofrecen servicios iguales o similares, lo cual indica que tienen el mismo mercado objetivo.

En el siguiente cuadro se puede encontrar la información de las agencias con sede en Guatemala que pueden ser catalogados como competencia directa, considerando que estas agencias tienen tiempo en el mercado y podrían incursionar en ofrecer el mismo

tipo de servicio para residentes en el municipio de Guatemala, de igual manera los posibles clientes podrían optar por estos competidores considerando que tienen experiencia en la línea de negocio. Actualmente estas agencias de ecoturismo no promocionan ningún producto dentro del municipio de Guatemala.

**Cuadro 9: Competencia directa del proyecto de agencia de ecoturismo**

	<b>Descubre Guatemala</b>	<b>K´Ashem</b>	<b>Sin Rumbo</b>
<b>Tipo de agencia</b>	Agencia especializada en turismo alternativo, viajes privados, asesoría empresarial turística y práctica de deportes extremos, boeltate aéreo dentro de Guatemala.	Agencia de turismo de aventura	Agencia de viajes, propuesta genuina y no convencional
<b>Producto / servicio que ofrece</b>	Acampamiento / agroturismo / avistamiento de aves / avistamiento de ballenas / área de camping / baños en temascal / baños termales / barcos / barranquismo / bodas y lunas de miel / bongiee / bosque / buceo / bungalós ecológicos / cabañas / cabañas con temascal	Acampamiento / alpinismo / avistamiento de ballenas / área de camping / áreas verdes / baños en temascal / baños termales / barranquismo / bungalós o campamentos / bosques / buceo / bungalós ecológicos / cabañas / cabalgatas / camitas / campamentos	Alpinismo / avistamiento de aves / avistamiento de ballenas / bosque / cabañas / caminatas / campamentos / escaladas y montañismo / escalar volcanes / espeleología / fotografía / guía turístico / hiking / turismo comunitario
<b>Precio</b>	Dependiendo el tipo de destino y actividad, el precio por el producto se encuentra entre Q. 250.00 a Q. 800.00	Dependiendo el tipo de destino y actividad, el precio por el producto se encuentra entre Q. 250.00 a Q. 1500.00	Dependiendo el tipo de destino y actividad, el precio por el producto se encuentra entre Q. 250.00 a Q. 1000.00

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

### **Competencia indirecta**

Este tipo de competencia es aquella en la cual los proveedores tienen el servicio o producto que cubren las mismas necesidades, pero de una forma diferente. En este caso se puede mencionar que la competencia directa del proyecto pueden ser las agencias de

viajes que se encargan de realizar alianzas con los directivos de sitios turísticos de igual manera podrían estar interesados en promover actividades alternativas a posibles turistas extranjeros, derivado a la actual crisis salubre estas agencias de viajes podrían optar por cambiar de mercado objetivo y ofrecer un producto para turistas internos.

**Cuadro 10: Competencia indirecta del proyecto de agencia de ecoturismo**

NOMBRE DE LA AGENCIA	NOMBRE DE LA AGENCIA
ADN	MAYALAND S.A.
AGENCIA DE VIAJES ATLANTIS	MUNDITRAVEL´S
AGENCIA DE VIAJES NISSI	NATIONAL TRAVEL
ANGLO S.A.	PARAISO TOURS
BUEN VIAJE	PULLMANTUR
CENTURY TRAVEL	TIKALIA OPERADORA DE TURISMO
CORPORACION DE VIAJES "CTN GROUP"	TURANSA
DISCOVER THE WORLD MARKETING	VIAJES ON-LINE
EXCURSIONES SANTA FE	VIAJES TIVOLI
GRUPO JUVENTUR	ZIVELSA

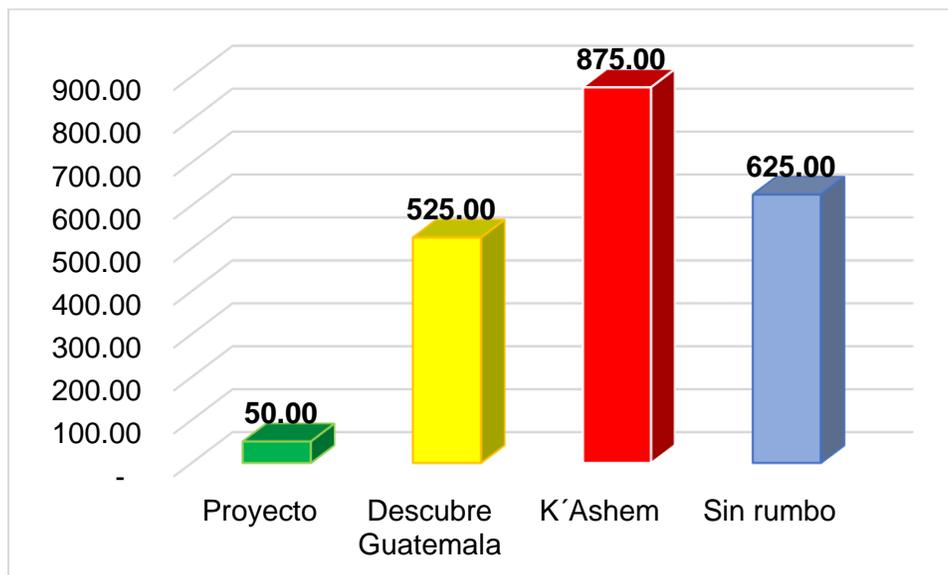
**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Las agencias anteriormente descritas pertenecen a un grupo de 187 agencias prestadoras de servicios en viajes y similares que se encuentran registradas ante el Instituto Guatemalteco de Turismo, estas agencias entre sus productos tienen boletos de avión, estadías en hoteles, traslados entre destinos, entre otros, sin embargo ninguna se dedica a promocionar turismo ecológico en el municipio de Guatemala, por tal motivo se consideran competencia indirecta, se pudiera tener que en algún momento estas agencias decidan incursionar en este tipo de productos. (Instituto Guatemalteco de Turismo, 2019)

### ***Comparación de precios***

Ya se mencionó con anterioridad que existen algunos productos servicios de turismo alternativo o de aventura enfocado a personas que residen en diferentes municipios del país, por tal motivo se realiza una comparación de los precios que los clientes podrían pagar si decidieran elegir alguna opción, es de recordar que algunas opciones incurren traslado a otros sitios y por ende se debe incurrir en otro tipo de gastos como hospedaje, alimentación y esto tendría a incrementar el precio final que el cliente paga.

**Gráfica 11: Comparación de precios entre el proyecto y competencia directa**



**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Como se puede observar en la gráfica anterior, el precio promedio por el producto que los clientes deberán pagar al proyecto de acuerdo al tipo de paquete que elijan, considerando que las actividades se realizarán dentro del municipio de Guatemala y que se propondrán alianzas para poder obtener precios de beneficio para la agencia del proyecto, esto beneficiara a los clientes finales por lo que aparte de realizar una actividad en el municipio no deberán incurrir en traslados hacia otros lugares de la república.

### 4.3.2 Estudio Técnico

En el siguiente estudio se presentan los recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la creación de la agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala.

#### 4.3.2.1 Localización

Para determinar la localización óptima del centro de operaciones que contribuya en mayor medida a lograr una mejor tasa de rentabilidad y obtener un costo fijo mínimo, se consideraron diferentes factores tales como la atención a los clientes, proveedores, interesados en el proyecto y otros, por tal motivo se analizaron ventajas y desventajas a favor del proyecto.

### **Macrolocalización**

Para la ubicación de las oficinas se consideraron comodidades para los: clientes, proveedores, y personas interesadas tales como administradores de parques ecológicos, autoridades gubernamentales entre otros, así como la disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de agua, disponibilidad y costo de la energía eléctrica, infraestructura tecnológica necesaria, costos de arrendamiento e índice delincencial.

Se utilizó el método cualitativo por puntos para determinar la alternativa más conveniente para el proyecto, dando como resultado la zona 4 de la ciudad de Guatemala como la mejor opción.

**Cuadro 11: Matriz de decisión de macrolocalización**

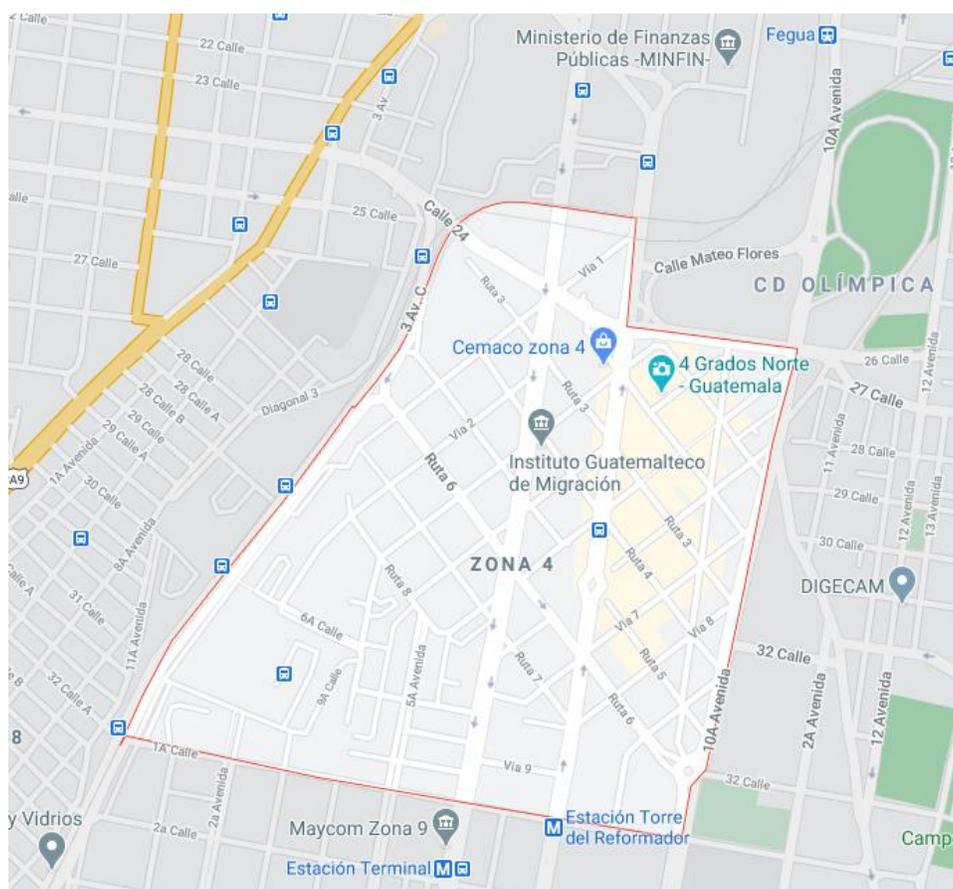
NECESIDADES		Zona 4			Cayalá			Zona 1		
Factores	Peso	Dato	Punteo	Ponderación	Dato	Punteo	Ponderación	Dato	Punteo	Ponderación
Costo de renta mes	30%	4500	5	1.50	6500	3	0.90	5800	4	1.20
Vías de acceso	30%	5	5	1.50	5	4	1.20	5	3	0.90
Índice delincencial	20%	2	4	0.80	1	5	1.00	4	2	0.40
Servicios básicos	10%	5	5	0.50	5	5	0.50	4	4	0.40
Parques disponibles	10%	50	3	0.30	75	5	0.50	50	3	0.30
<b>Totales</b>	<b>100%</b>	<b>4.6</b>			<b>4.1</b>			<b>3.2</b>		

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Considerando los puntos los factores para elegir la ubicación del proyecto se determinó que la mejor opción corresponde a zona 4, por lo que en esta zona es donde se debe ubicar las oficinas de la agencia para el fomento del turismo ecológico, las ventajas de la ubicación de esta zona corresponden precisamente a que es una zona comercial y es un punto estratégico, también se encuentran diferentes lugares de conveniencia y entidades gubernamentales para los trámites correspondientes.

En la siguiente imagen se muestra la ubicación de la macrolocalización de la alternativa seleccionada.

**Imagen 2: Macrolocalización zona 4**



**Fuente:** Google Maps. Tercer trimestre 2020.

## **b. Microlocalización**

Basados en el análisis de costos de la zona 4 de la ciudad de Guatemala, se identifica el edificio TEC como la localidad adecuada para establecer la oficina de desarrollo del proyecto, es el lugar óptimo, ya que se encuentra cercana a telefonías móviles, negocios centros de distracción, oficinas gubernamentales, etc.

Es una localidad de mucho movimiento comercial, excelente transporte desde las demás localidades y los precios de arriendo no son tan altos comparados con otros edificios. En la siguiente imagen se muestra la metodología utilizada para la selección de la microlocalización.

**Cuadro 12: Matriz de decisión de microlocalización**

NECESIDADES		Edificio TEC			Centro comercial Z4			Edificio el Triangulo		
Factores	Peso	Dato	Punteo	Ponderación	Dato	Punteo	Ponderación	Dato	Punteo	Ponderación
Costo de renta mensual	30%	2550	5	1.50	5000	3	0.90	4500	4	1.20
Infraestructura	35%	5	5	1.75	4	4	1.40	5	3	1.05
Dimensiones	20%	4	3	0.60	3	2	0.40	4	2	0.40
Ambiente comercial del edificio	15%	5	5	0.75	4	4	0.60	4	3	0.45
<b>Totales</b>	<b>100%</b>	<b>4.6</b>			<b>3.3</b>			<b>3.1</b>		

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Determinada la zona 4 como alternativa de macrolocalización, se utilizó el método cualitativo por puntos para determinar la alternativa más conveniente para la microlocalización, dando como resultado el Edificio TEC ubicado en la Vía 4 1-00 Zona 4, Edificio Campus TEC I, Guatemala.

**Imagen 3: Microlocalización Edificio TEC, Ciudad de Guatemala**

**Fuente:** Google Imágenes. Tercer trimestre 2020.

### 4.3.2.2 Tamaño del proyecto

Derivado a que el proyecto depende en gran medida de los parques en el municipio, a continuación, se presenta un estimado de visitantes a los espacios ecológicos que son ubicados dentro del municipio de Guatemala.

**Cuadro 13: Estimación tamaño del proyecto**

Sitios para la práctica del ecoturismo	Visitantes diarios	Visitantes semanales
Parque Jacarandas de Cayalá	60	420
Parque natural Ciudad Nueva	30	210
Parque natural Kanajuyú	30	210
Parque Ecológico Deportivo Cayalá	50	350
Parque Ecoaventura	30	210
Parque La Asunción	30	210
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>1610</b>

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Para el efecto se utilizó en consideración experiencias previas por parte del investigador para determinar la cantidad de visitantes observados en alguna de las visitas estos parques ecológicos.

Considerando la información del cuadro anterior, se puede afirmar que el proyecto cuenta con una capacidad instalada de atención a 1600 clientes semanales que traduciéndolo de forma mensual podría indicarse que se podría atender a un promedio de 6440 personas.

#### a. Capacidad de diseño

Tomando en cuenta la proyección de clientes que son parte del mercado objetivo la capacidad de diseño para el primer año corresponde a 60,990 personas.

#### b. Capacidad Instalada

Se puede inferir que los parques que son el punto específico para el desarrollo de las actividades ecoturísticas podrían albergar durante el primer año a un aproximado de 100,000 personas, esta capacidad está calculada en función de observación de experiencias previas por parte del investigador.

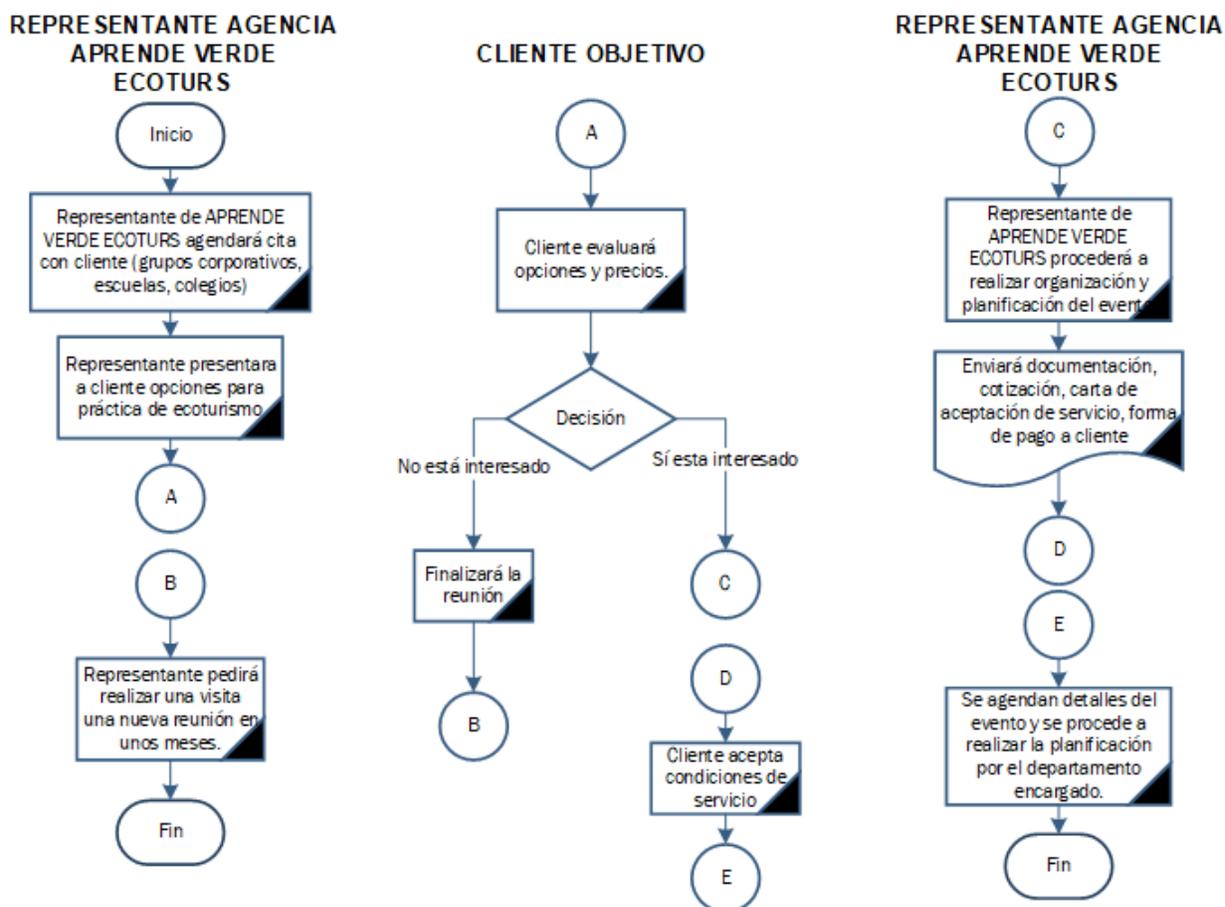
### c. Capacidad utilizada

La capacidad utilizada durante el primer año será del 61% de la capacidad instalada, esto permitiría brindar productos a los clientes, permitiendo que se cumplan los deseos y expectativas de los mismos.

#### 4.3.2.3 Descripción del proceso

Considerando que estos apartados corresponden específicamente a una propuesta, a continuación, se presenta una propuesta del proceso que se deberá seguir respecto al contacto con los clientes para ofrecer los productos que la agencia ofrece. Es de considerar que dentro del proceso los clientes podrán no estar dispuestos a adquirir los productos.

Imagen 4: Descripción del proceso



Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

#### 4.3.2.4 Lista de inversión en activos

A continuación, se presenta los datos de la inversión inicial del equipamiento necesario para poder llevar a cabo la operación normal del proyecto, se cotizó con varios proveedores y fabricantes de este tipo de equipos a manera de minimizar los costos sin sacrificar calidad y eficiencia.

**Cuadro 14: Inversión en activos**  
**Cifras en quetzales**

Inversión fija	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida Útil (años)	Vida Útil técnica	Valor de desecho
Equipo de computo	6	4,900.00	29,400.00	3	5	700.00
Escritorio	6	1,200.00	7,200.00	5	5	200.00
Sillas ejecutivas	6	600.00	3,600.00	5	5	75.00
Teléfono	4	500.00	2,000.00	5	5	50.00
Impresora	2	600.00	1,200.00	3	3	60.00
Archivo pequeño	6	450.00	2,700.00	5	5	50.00
Engrapadora	4	75.00	300.00	1	1	fungible
<b>Total inversión fija</b>			<b>46,400.00</b>			

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

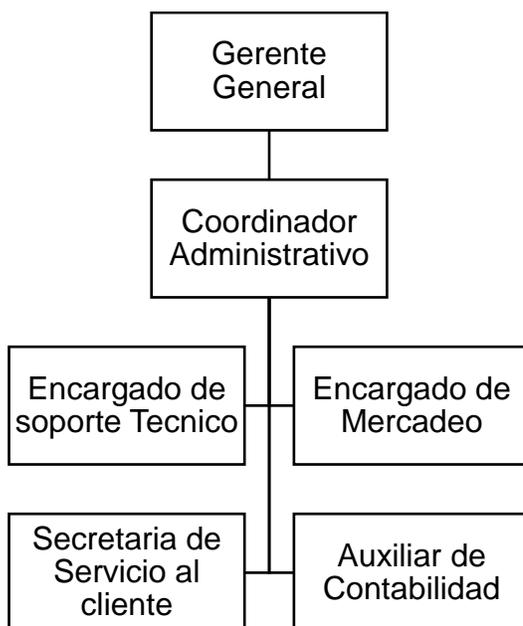
El cuadro anterior muestra las cantidades y los costos unitarios de los activos necesarios para iniciar el proyecto.

#### 4.3.3 Estudio Administrativo

El siguiente estudio administrativo representa un pilar fundamental del proyecto de la agencia para el fomento el turismo ecológico en el municipio de Guatemala, en este se detalla la estructura organizacional, descriptores de puestos, normas y reglamentos y costos administrativos

##### 4.3.3.1 Organigrama funcional

Para el proyecto de la agencia de ecoturismo se realizó un análisis detallado de los puestos importantes con que debe contar el proyecto en su etapa inicial, dando como resultado la propuesta del siguiente organigrama.

**Imagen 5: Propuesta de organigrama funcional**

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

#### **4.3.3.2 Costos de operación administrativa**

Es importante considerar los costos de operación administrativa y estos corresponden directamente a los sueldos que devengarán los trabajadores durante un periodo estimado, sin embargo, dentro de estos costos debe incluirse lo concerniente a los costos por provisiones de prestaciones laborales estipuladas bajo la normativa laboral de Guatemala.

Considerando la estructura propuesta del organigrama funcional se presenta el siguiente resumen ejecutivo con la información de los costos de operación administrativa.

**Cuadro 15: Costos operación administrativa**

Resumen Ejecutivo					
No.	Puesto	Total Sueldo Anual	Cuota patronal anual	Provisión Anual	Costo Anual
1	Gerente General	96,000.00	11,783.16	28,421.64	136,204.80
2	Coordinador Administrativo	72,000.00	8,742.36	21,084.36	101,826.72
3	Encargado de Mercadeo	48,000.00	5,701.56	13,734.96	67,436.52
4	Encargado de Soporte Técnico	48,000.00	5,701.56	13,734.96	67,436.52
5	Auxiliar de Contabilidad	42,000.00	4,941.36	11,915.64	58,857.00
6	Secretaria de Servicio al Cliente	36,000.00	4,181.16	10,084.32	50,265.48
<b>Totales</b>		<b>342,000.00</b>	<b>41,051.16</b>	<b>98,975.88</b>	<b>482,027.04</b>

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

El anterior resumen ejecutivo muestra los salarios estipulados para los puestos necesarios dentro de la estructura del proyecto, por lo tanto, se tiene un estimado de pago anual en sueldos de Q. 342,000.00, es de mencionar que se deberá contar con un flujo de efectivo para el pago de los mismos de Q. 26,928.48 este valor corresponde al líquido mensual de los colaboradores.

En la columna provisión anual corresponde al porcentaje legal de indemnización, bono 14, aguinaldo, vacaciones, este valor no será desembolsado al finalizar el año, sin embargo, es necesario contar con la provisión por alguna baja que pudiese ocurrir en el transcurso del año. Tal como se aprecia en el cuadro estimado del costo anual que corresponde al total de sueldos y provisiones este asciende a Q. 482,027.04, este valor debe ser considerado en los estimados contables.

#### **4.3.3.3 Descripción y especificación de puestos**

Para una adecuada realización de labores dentro del proyecto se realiza la propuesta de los siguientes descriptores de los puestos de acuerdo al organigrama funcional, se debe considerar que se podrá realizar modificaciones o actualizaciones de los mismos de acuerdo a las necesidades propias de los puestos, así como del desarrollo del proyecto.

**Cuadro 16: Descriptor de puesto Gerente General**

<b>Identificación del puesto</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Gerente General
<b>Código</b>	GG-01-2020
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercer en representación de la empresa</li> <li>• Planificar, organizar y supervisar de forma general las actividades de la empresa.</li> <li>• Tomar decisiones críticas de asuntos centrales y vitales de la empresa.</li> <li>• Toma de decisiones de inversión del capital de la empresa.</li> </ul>	
<b>Perfil del puesto</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	Licenciatura en Administración de Empresas, ingeniero industrial o psicología industrial
<b>Requisitos de experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer 3 años como mínimos en puestos similares</li> <li>• Poseer 2 años de como mínimo de coordinador administrativo o similar</li> <li>• Tener conocimiento en tecnología y aplicaciones</li> </ul>
<b>Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajos</li> <li>• Generar y presentar informes de la empresa</li> <li>• Delegar funciones y autoridad al personal bajo su cargo.</li> <li>• Controlar las actividades planificadas y detectar las desviaciones o diferencias</li> <li>• Analizar problemas financieros, administrativo, personal, contable y servicio al cliente</li> <li>• Negociaciones o acercamiento con otras empresas para alianzas y estrategias.</li> </ul>	
<b>Salarios</b>	
Q.8,000.00	

**Cuadro 17: Descriptor de puesto Coordinador administrativo**

<b>Identificación del puesto</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Coordinador administrativo
<b>Código</b>	CA-02-2020
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar los procesos administrativos y operaciones del proyecto</li> <li>• Garantizar el cumplimiento del proceso administrativo y legales del proyecto</li> <li>• Asistir directamente al Gerente General</li> </ul>	
<b>Perfil del puesto</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre de pensum en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o Psicología Industrial</li> </ul>
<b>Requisitos de experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 años de experiencia de coordinador administrativo o puesto similar</li> <li>• Conocimiento en área de procesos administrativos, coordinación de proyectos ecológicos y turísticos.</li> </ul>
<b>Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar y supervisar las actividades del personal</li> <li>• Coordinar y supervisar la adecuada administración del recurso humano</li> <li>• Apoyar la capacitación y asesoría técnica del personal administrativo</li> <li>• Asistir directamente al Gerente General</li> <li>• Realizar un control de las operaciones contables y financieras</li> <li>• Formular planes de gestión y planes operativos que garanticen los objetivos y metas del proyecto</li> <li>• Administrar el recurso humano</li> <li>• Administrar convenios, contratos y todo tipo de acuerdos con organizaciones y programas</li> </ul>	
<b>Salarios</b>	
Q. 6,000.00	

**Cuadro 18: Descriptor de puesto Encargado de Mercadeo**

<b>Identificación del puesto</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Encargado de mercadeo
<b>Código</b>	CM-03-2020

<b>Funciones del puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar y desarrollar estrategias que posicionen y mantengan la presencia de la empresa a nivel nacional.</li> <li>• Definir y establecer las estrategias para actividades de mercadeo y ventas</li> <li>• Coordinar la realización de investigaciones necesarias para establecer los resultados de actualización de los paquetes ofrecidos por la agencia.</li> </ul>

<b>Perfil del puesto</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre de pensum de la Licenciatura en Administración de Empresas o Mercadotecnia</li> <li>• Perito en Mercadotecnia o en administración</li> </ul>
<b>Requisitos de experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 años de experiencia en puestos similares</li> <li>• Conocimientos tecnológicos</li> </ul>

<b>Actividades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el control de costos de acuerdo a los paquetes que brinda la agencia</li> <li>• Investigar y analizar las tendencias de mercado para mejorar el servicio</li> <li>• Contribuir con el desarrollo del proyecto de Marketing</li> <li>• Presentar informes de rendimiento en forma semanal</li> <li>• Implementar campañas de marketing y planes de marketing y publicidad para incrementar el alcance de la marca.</li> <li>• Asistir al gerente general con referencia a plan de mercadeo</li> </ul>

<b>Salarios</b>
Q. 4,000.00

**Cuadro 19: Descriptor de puesto Encargado de soporte técnico**

<b>Identificación del puesto</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Encargado de soporte técnico
<b>Código</b>	CA-04-2020
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades requeridas para la instalación y el mantenimiento de la infraestructura informática, de acuerdo a las políticas y prioridades fijadas</li> <li>• Brindar asistencia al proyecto de acuerdo a las actualizaciones de la aplicación</li> </ul>	
<b>Perfil del puesto</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6to. Semestre en Ingeniería en sistemas</li> </ul>
<b>Requisitos de experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 años en puestos desarrollándose en puestos similares</li> <li>• Conocimiento en gestión de proyectos, creación y mantenimiento de aplicaciones, sistemas operativos, todo lo referente a tecnología</li> </ul>
<b>Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar el soporte técnico y mantenimiento de todos los sistemas que se utilice la aplicación</li> <li>• Participar en la adquisición de software y hardware, elaborando especificaciones y recomendaciones técnicas</li> <li>• Supervisar el monitoreo y optimización del funcionamiento de la aplicación</li> <li>• Implementar las políticas de respaldo y recuperación de información de los usuarios de la aplicación</li> <li>• Generar reportes de los resultados de su gestión</li> <li>•</li> </ul>	
<b>Salarios</b>	
Q. 4,000.00	

**Cuadro 20: Descriptor de puesto Auxiliar de Contabilidad**

<b>Identificación del puesto</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Auxiliar de Contabilidad
<b>Código</b>	CA-05-2020
<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de informes contables</li> <li>• Realizar actividades de contabilidad</li> <li>• Administrar la papelería y elementos</li> <li>• Elaborar nómina y liquidaciones</li> </ul>	
<b>Perfil del puesto</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 años universitarios en Contaduría pública y Auditoría</li> <li>• Ser perito contador registrado en la SAT</li> </ul>
<b>Requisitos de experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un año de auxiliar contable</li> <li>• Poseer experiencia en informática</li> </ul>
<b>Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operar libros contables</li> <li>• Realizar liquidaciones con proveedores del proyecto</li> <li>• Llevar el control de inventarios</li> <li>• Llevar el control de gastos e ingresos del proyecto</li> <li>• Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables</li> <li>• Elaborar nómina y liquidaciones de los colaboradores</li> <li>• Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas</li> </ul>	
<b>Salarios</b>	
Q. 3,500.00	

**Cuadro 21: Descriptor de puesto Secretaria de Servicio al Cliente**

<b>Identificación del puesto</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Secretaria de servicio al cliente
<b>Código</b>	CA-06-2020

<b>Funciones del puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministrar servicios de atención al cliente en una amplia gama de empresas</li> <li>• Resolver necesidades de los usuarios y proveedores de asistencia vial</li> <li>• Asistir directamente a gerente general y demás puestos de trabajo</li> </ul>	

<b>Perfil del puesto</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaria bilingüe</li> <li>• 4to. Semestre en Administración de Empresas</li> </ul>
<b>Requisitos de experiencia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de servicio al cliente</li> <li>• 2 años de experiencia como secretaria o personal de servicio al cliente</li> </ul>

<b>Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar y llevar un registro de correspondencia de la gerencia y actividades del proyecto</li> <li>• Interactuar con clientes, suscriptores y público en general</li> <li>• Auxiliar a los otros puestos de trabajo</li> <li>• Llevar registro de actividades a realizar en el proyecto</li> <li>• investigar y solventar los reclamos acerca de los usuarios hacia la aplicación</li> <li>• Responder las inquietudes, preguntas, reclamos o solicitudes</li> <li>• Recibir pagos con respecto al pago de la aplicación</li> <li>• Hacer seguimiento y realizar modificaciones, de ser necesario, en las cuentas de los usuarios de la aplicación</li> <li>• Ser el punto de enlace entre los usuarios y la aplicación y sucesivamente con el proveedor de asistencia</li> </ul>	

<b>Salarios</b>	
Q. 3,000.00	

#### **4.3.3.4 Normas y reglamentaciones**

Es de suma importancia que el proyecto cumpla con las estipulaciones emitidas por los entes gubernamentales aplicables con la organización, por tal motivo, se sugiere que uno de los aspectos de mayor importancia para toda organización corresponde el siguiente:

- Reglamento Interno de Trabajo

Documento que debe ser aprobado por la Inspección General de Trabajo dependencia del Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MINTRAB), este reglamento es la base importante para el desarrollo de las actividades relacionadas con el personal de la organización, en este se especifican diferentes actividades autorizadas por el MINTRAB que deben realizar los colaboradores de la organización

Dentro de las normas y reglamentaciones se deberá realizar un manual de normas y procedimientos interno, así como manuales de usuario, políticas internas que pudieran ser de utilidad para evitar conflictos internos.

#### **4.3.3.5 Planeación estratégica**

Para un adecuado desarrollo e implementación del plan del proyecto se hace necesario una adecuada planeación estratégica, por lo que considerando la esencia y motivo del proyecto se realiza la siguiente propuesta.

##### ***Nombre del proyecto***

Considerando que el proyecto pretende fomentar el turismo ecológico a diferentes grupos objetivos, se presenta la propuesta para que el nombre del proyecto sea, APRENDE VERDE ECOTOURS

##### ***Logo de la empresa***

Para una adecuada identificación del proyecto con el mercado meta se propone el siguiente logotipo.

**Imagen 6: Propuesta de logotipo del proyecto**



***Slogan del proyecto***

Haciendo mención a la idea original del proyecto se propone el siguiente lema.

***“La naturaleza es parte de nuestro ser, cuidémosla”***

***Misión***

“Somos una agencia que promueve el turismo ecológico como una alternativa a las actividades cotidianas para motivar a nuestros clientes a tomar conciencia de la conservación de la naturaleza.”

***Visión***

"Ser la primera opción en recreación ecológica en el departamento de Guatemala, cumpliendo las expectativas de nuestros clientes y atrayendo el turismo interno y extranjero."

### **Objetivo general**

Ofrecer actividades alternativas a los turistas internos residentes, grupos corporativos, estudiantes de escuelas y colegios en el departamento de Guatemala para la práctica del turismo ecológico.

#### **d. Objetivos específicos**

- Incrementar el portafolio de clientes en un 5% del mercado meta.
- Presentar paquetes de producto de acuerdo a las características de los clientes.
- Proponer una alianza estratégica interinstitucional para la promoción del turismo ecológico.

### **Valores**

Los siguientes valores son creencias compartidas que deberán ser puestas en práctica entre los clientes y colaboradores del proyecto Aprende Verde Ecotours.

- **Integridad:** porque se trabaja con honestidad, así mismo, brindando confianza a los clientes, socios estrategas, entidades gubernamentales y otros.
- **Excelencia:** se trabaja con calidad para brindar un producto que satisfaga los deseos y expectativas del cliente.
- **Trabajo en equipo:** creemos que tenemos objetivos comunes y valoramos tanto a nuestros clientes, nuestros socios y representantes de gobierno.
- **Conciencia Ambiental:** recapacitar y entender que debemos mejorar y cuidar el medio ambiente.
- **Responsabilidad ambiental:** Aceptar que es nuestra obligación realizar acciones en bien del medio ambiente
- **Respeto ecológico:** apreciar y valorar los recursos naturales que tenemos en nuestro entorno.
- **Convivencia ambiental:** convivimos con en armonía y fraternidad con las personas y el medio ambiente.

#### 4.3.4 Estudio Legal

En Guatemala existe un conjunto de normativa legal relacionada con el Ecoturismo en Guatemala, que es importante considerar para el efecto del desarrollo de las actividades que pudieran proponerse en el buen desarrollo del proyecto, de acuerdo con Salazar (2011) en su tesis de grado realiza un análisis de la regulación del ecoturismo en la normativa guatemalteca, en el siguiente cuadro se detallan las regulaciones relacionadas.

**Cuadro 22: Leyes, Reglamentos, Políticas relacionadas con Ecoturismo**

TIPO	DESCRIPCIÓN
CARTA MAGNA	Constitución Política de la República de Guatemala
LEYES ORDINARIAS	Ley de protección y mejoramiento del ambiente, decreto No. 68-86 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas
	Ley de áreas protegidas, decreto No. 4-89 del Congreso de la República de Guatemala
	Ley Forestal decreto No. 101-96 del Congreso de la República de Guatemala
	Ley para la protección del patrimonio cultural de la nación, decreto No. 26-97 del Congreso de la República de Guatemala
	Ley del fomento turístico nacional, decreto No. 25-74 del Congreso de la República de Guatemala
	Ley que promueve el turismo interno, decreto No. 42-2010 del Congreso de la República de Guatemala
	Ley de Educación Ambiental Decreto No. 38-2010 del Congreso de la República de Guatemala
	Ley de Fomento a la Difusión de la Conciencia ambiental decreto No. 116-96 del Congreso de la República
REGLAMENTARIA	Reglamento de la Ley Forestal, resolución No. 4-23-97, Junta Directiva del INAB
	Reglamento de la Ley de Fomento Turístico Nacional Acuerdo Gubernativo No. 23-74
	Reglamento de la Ley de Áreas Protegidas Acuerdo Gubernativo No. 759-90
	Reglamento de Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental, Acuerdo Gubernativo No. 431-2007 y sus reformas Ado. 173-2010
	Regulaciones para la Inscripción y funcionamiento de guías de turismo, Acuerdo No. 187-2007-D INGUAT
NORMATIVAS, POLÍTICAS, GUÍAS INSTITUCIONALES	Política nacional de Ecoturismo en el marco de la Estrategia Nacional de Turismo, INGUAT 2002
	Normativo para el desarrollo de Ecoturismo en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas SIGAP, secretaría Ejecutiva CONAP
	Reglamento para concesiones de servicios ecoturísticos en el Sistema de Áreas Protegidas SIGAP
	Guía para la elaboración de planes de desarrollo ecoturístico en el Sistema de Áreas Protegidas, SIGAP
	Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022, Gobierno de Guatemala
	Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, INGUAT

**Fuente:** Elaboración propia con información de Salazar G. (2011) "Análisis de la Regulación del Ecoturismo en la Normativa Guatemalteca.

Sumado a lo anterior en Guatemala se deben cumplir con una serie de requisitos sin importar la naturaleza de negocio, por tal motivo a continuación se detalla un listado de leyes que deben ser analizadas con apoyo de la asesoría legal para cumplir con las que apliquen al proyecto APRENDE VERDE ECOTOURS.

### **Cuadro 23: Aspectos administrativos y financieros a considerar**

<b>Aspectos Administrativos</b>
• Código de Comercio Decreto 2-70
• Reglamento registro mercantil Acuerdo Gubernativo 30-71
• Código de trabajo Decreto 1441
• Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional Acuerdo Gubernativo 229-2016
• Reglamento de Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental Acuerdo Gubernativo 121- 2018
<b>Aspectos Financieros</b>
• Ley de Actualización Tributaria ISR Decreto 10-2012
• Ley del IVA Decreto 27-92

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

#### **Código de comercio**

Se considera relevante que se tome en consideración el código de comercio ya que este regula en Guatemala la actividad de todas las empresas, la personalidad jurídica, requisitos para ser comerciante, los tipos de sociedades, entre otros.

#### **Reglamento registro mercantil Acuerdo Gubernativo 30-71**

El registro mercantil es la entidad que habilita una empresa y es el lugar donde las empresas deben inscribirse legalmente en Guatemala, esta institución proporciona la patente de comercio, patente de sociedad, así como, los precios que conlleva realizar la inscripción de la empresa o sociedad anónima. Derivado de esto se considera para la formulación del proyecto APRENDE VERDE ECOTOURS.

### **Código de trabajo Decreto 1441 y Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional Acuerdo Gubernativo 229-2016**

Es importante considerar la importancia de cumplir con los aspectos que regulan la relación entre los trabajadores y la empresa, por tal motivo el Código de Trabajo nos brindara los parámetros para permitir una sana relación empleador – empleado. De igual manera debe considerarse el reglamento de SYSO para que se eviten incidentes relacionados a los estipulados por tal reglamento.

### **Reglamento de Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental Acuerdo Gubernativo 121- 2018**

Se debe considerar en este proyecto el estudio de impacto ambiental dado que el proyecto involucra relación directa con el medio ambiente, es importante que se cumpla con este requisito para todo tipo de proyectos por ende se debe establecer qué tipo de efectos negativos podría tener al medio ambiente el desarrollo del proyecto y la forma en que deben ser contrarrestados.

Con respecto a los aspectos financieros se debe tomar en cuenta que la agencia deberá ser constituida como una empresa lucrativa por lo que se deberá considerar que debe cumplir con aspectos importantes como el pago de impuestos como IVA e ISR, cuestiones que deberá manejar propiamente el Gerente Administrativo y en conjunto con el Auxiliar de Contabilidad.

Es imperativo que se deba contar con una asesoría externa en el tema de trámites legales y otro tipo de requerimientos que por ser un campo de aplicación diferente al del giro del negocio no se pueden llevar a cabo por sí solas sin el apoyo de un experto en la rama del derecho, a continuación, se hace un estimado de gastos relacionados con costos legales.

**Cuadro 24: Gastos legales del proyecto**

<b>Concepto</b>	<b>Total</b>	<b>Frecuencia</b>
Asesoría Legal mensual	2,000.00	Mensual
Gastos de constitución	8,500.00	Pago único
Gastos de organización	8,500.00	Pago único
Asesoría legal al iniciar el proyecto	8,500.00	Pago único
<b>Totales</b>	<b>27,500.00</b>	

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

#### **4.3.5 Estudio Financiero**

Considerando la información de los estudios anteriores, a continuación, se presenta la información relacionada con los aspectos financieros que son parte fundamental para la toma de decisiones y la evaluación de realizar o no el proyecto.

##### **4.3.5.1 Inversión inicial**

Para la implementación del proyecto de creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala, se requiere una inversión total de Q. 176,212.79 la cual está representada en un 26% en inversión fija, 14% en inversión diferida y un 60% en capital de trabajo, los montos se detallan en el siguiente cuadro.

**Cuadro 25: Monto de inversión proyecto Aprende Verde Ecotours**

<b>Inversión total</b>	<b>176,212.79</b>
<b>Inversión inicial</b>	<b>71,900.00</b>
<b>Activos Fijos</b>	<b>46,400.00</b>
Equipo de computo	29,400.00
Escritorio	7,200.00
Sillas ejecutivas	3,600.00
Teléfono	2,000.00
Impresora	1,200.00
Archivo pequeño	2,700.00
Engrapadora	300.00
<b>Activos Diferidos</b>	<b>25,500.00</b>
Gastos de organización	8,500.00
Gastos de constitución	8,500.00
Asesoría legal al iniciar el proyecto	8,500.00
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>104,312.79</b>
Energía eléctrica por 3 meses	900.00
Renta de oficina por 3 meses	7,650.00
Servicios generados por 3 meses	10,262.79
Sueldos y salarios por 3 meses	85,500.00

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Con respecto al Capital de Trabajo se utilizó como método de cálculo la proyección de tres meses de gastos a efectuarse en energía eléctrica, renta de oficina, servicios generales, sueldos y salarios. Se decidió que los tres meses proyectados de capital de trabajo serán lo necesario para el desarrollo del proyecto durante el período de evaluación.

#### **4.3.5.2 Proyección de ingresos**

En el estudio de mercado se definió que se consideraría un 5% como mercado objetivo, por lo que conociendo esa información a continuación se presenta la proyección de ingresos para el año de evaluación del proyecto.

**Cuadro 26: Proyección inicial de ingresos del proyecto**

Año	Mercado segmentado	Mercado objetivo anual	Mercado objetivo mensual	Precio promedio del producto	Ingresos anuales
2021	1,219,302.00	60,965.10	5,080	50.00	3,048,255.00

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

### **Escenarios**

Según el Estudio de Mercado realizado previamente se ha considerado dos escenarios para los ingresos, los cuales están en función de un precio mínimo y máximo establecido. En el siguiente cuadro se muestra los ingresos anuales por tipo de escenario considerando el período de un año de evaluación.

**Cuadro 27: Proyección de ingresos por escenario**

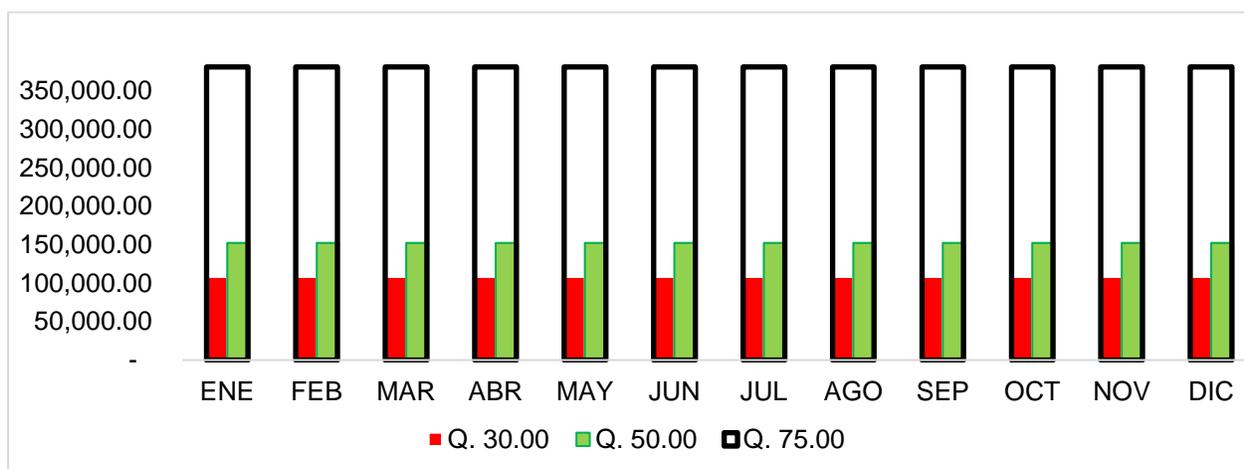
Escenario	Mercado segmentado	Mercado objetivo anual	Mercado objetivo mensual	Precio promedio del producto	Ingresos anuales
PRECIO Q. 30	1,219,302.00	60,965.10	5,080	30.00	1,828,953.00
PRECIO Q. 75	1,219,302.00	60,965.10	5,080	75.00	4,572,382.50

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

En los escenarios propuestos se considera como factor el precio como factor de cambio, no se hace modificación en la el mercado objetivo derivado a que el proyecto pretende que se promueva el ecoturismo como una opción alternativa que tenga impacto en la sociedad sobre la preservación del medio ambiente.

En la siguiente gráfica se muestra la información de los ingresos de la proyección inicial comparado con los escenarios propuestos.

**Gráfica 12: Comparación de ingresos por escenario**



**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Como se puede observar los ingresos de la proyección inicial denominada considerando el precio promedio de Q. 50.00 se encuentra posicionado como segunda opción según la gráfica anterior, se hace mención que la intención del proyecto está enfocada en promover el ecoturismo para que genere impactos positivos en la conciencia de las personas.

#### **4.3.5.3 Proyección de costos**

Para este proyecto la importancia que tienen los costos es relevante por lo que, considerando la información de los estudios de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal a continuación se describe el detalle de los mismos partiendo que serán considerados de forma mensual.

En el caso del pronóstico de los costos se considera que los valores estimados en los estudios previos fueron calculados por un año, estimando que el proyecto tiene duración de un año, los datos serán divididos dentro de 12 meses que corresponde a la cantidad de tiempo en evaluación.

#### **Costos Fijos y Variables**

En el siguiente cuadro se detalla de forma general los costos del proyecto en valores anuales.

### Cuadro 28: Costos fijos y variables

Costos por rubro		
Tipo de costo	Total anual	%
Gastos de Administración	417,371.16	28.26%
Gastos de Operación	124,992.00	8.46%
Gastos Legales	20,000.00	1.35%
Costos Variables	914,400.00	61.92%
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>1,476,763.16</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

### Proyección inicial

A continuación, se muestra la proyección inicial de gastos anuales, es de mencionar que estos gastos serán considerados de forma mensual en el flujo de efectivo presentado más adelante.

### Cuadro 29: Costos por rubro del proyecto

Costos Fijos				
<b>Gastos de Administración</b>			<b>417,371.16</b>	<b>28.26%</b>
Renta de oficina		30,600.00		
Energía Eléctrica		3,600.00		
Insumos y materiales menores		120.00		
Sueldos y salarios		383,051.16		
Sueldos de administración	342,000.00	-		
Cuota Patronal IGSS administración	41,051.16	-		
<b>Gastos de Operación</b>			<b>26,192.00</b>	<b>8.46%</b>
Gastos de publicidad		100,000.00		
Suscripción anual página web		792.00		
Membresía página web		200.00		
Servicio de internet de fibra óptica y telefonía fija ilimitada		24,000.00		
<b>Gastos Legales</b>		20,000.00	<b>20,000.00</b>	<b>1.35%</b>
<b>Total Costos Fijos</b>			<b>463,563.16</b>	<b>38.00%</b>
Costos Variables				
Gastos logísticos		762,600.00	<b>914,400.00</b>	<b>61.92%</b>
Servicios variables tercerizados		152,400.00		
<b>Total Costos Variables</b>			<b>914,400.00</b>	<b>62.00%</b>
<b>Total Costos Fijos y Variables</b>			<b>1,476,763.16</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

### Escenarios

Para el efecto de los costos es importante mencionar que se consideraron los mismos escenarios propuestos para los ingresos, pero cabe resaltar que el elemento más importante corresponde a los costos variables que se generarán por la atención de los clientes y también estarán en función del precio.

Los costos variables corresponden precisamente a gastos de logística y servicios variables tercerizados, dentro de este último se deberá pagar a un experto en el tema de ecoturismo, derivado a que las personas guías deben estar registradas ante el Instituto Guatemalteco de Turismo.

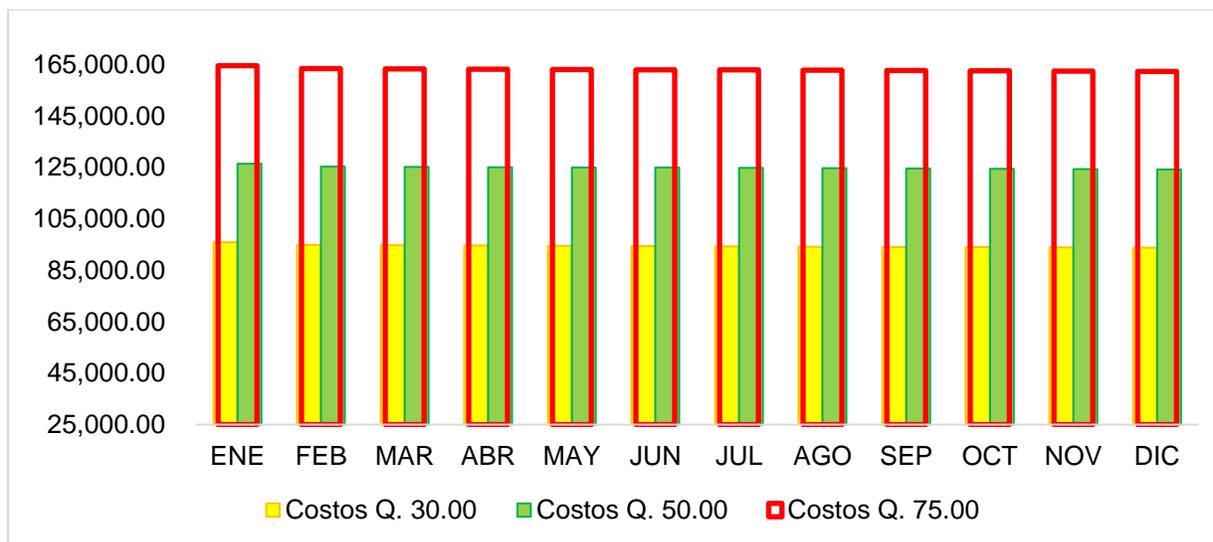
**Cuadro 30: Costos por variables por escenario**

Costos Variables		
Descripción	Q. 30.00	Q. 75.00
Gastos logísticos	457,200.00	1,143,000.00
Servicios variables tercerizados	91,440.00	228,600.00
<b>Total costo variable por tipo de escenario</b>	<b>548,640.00</b>	<b>1,371,600.00</b>

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

En la siguiente gráfica se hace un comparativo de los costos por tipo de escenario.

**Gráfica 13: Comparación pronóstico de costos**



Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

En la gráfica anterior se puede observar que para los 3 escenarios propuestos los costos son constantes esto debido a que los costos variables dependerán de la cantidad de clientes. En cuanto a los costos fijos estos se mantendrán a través del tiempo lo que permitirá obtener mejores ingresos.

#### **4.3.5.4 Flujo de caja**

Como ya se planteó anteriormente en anteriores apartados se estima que se tendrán tres posibles vías de ingresos así con sus respectivas salidas de dinero, en los siguientes apartados se podrá encontrar la información relacionada con este punto.

### Imagen 7: Flujo de caja detallado, escenario Q. 50.00

PROYECTO AGENCIA APRENDE VERDE ECOTOURS  
FLUJO DE FONDOS FINANCIERO  
ESCENARIO Q. 50.00  
(CIFRAS EN QUETZALES)

Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INGRESOS</b>		254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00
Ventas		254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>126,414.59</b>	<b>125,321.30</b>	<b>125,218.32</b>	<b>125,113.63</b>	<b>125,007.19</b>	<b>124,898.98</b>	<b>124,788.96</b>	<b>124,677.11</b>	<b>124,563.39</b>	<b>124,447.78</b>	<b>124,330.24</b>	<b>124,210.75</b>
Costos Fijos		47,772.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93
Gastos de funcionamiento		14,185.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33
Renta de oficina		2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00
Gastos de publicidad		8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33
Suscripción página web		792.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membresía página web		200.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Energía eléctrica		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Insumos y materiales		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Servicio de internet de fibra óptica y telefonía ilimitada		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Sueldos y salarios		33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60
Sueldos de administración		28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00
IGSS		3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93
Servicios legales		1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67
<b>Costos Variables</b>		<b>76,200.00</b>											
Gastos logísticos		63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00	63,500.00
Servicios variables tercerizados		12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00
Depreciación		1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33
Intereses por préstamo		1,333.33	1,232.04	1,129.06	1,024.37	917.93	809.72	699.70	587.85	474.13	358.52	240.98	121.49
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>127,585.41</b>	<b>128,678.70</b>	<b>128,781.68</b>	<b>128,886.37</b>	<b>128,992.81</b>	<b>129,101.02</b>	<b>129,211.04</b>	<b>129,322.89</b>	<b>129,436.61</b>	<b>129,552.22</b>	<b>129,669.76</b>	<b>129,789.25</b>
ISR 25%		31,896.35	32,169.67	32,195.42	32,221.59	32,248.20	32,275.25	32,302.76	32,330.72	32,359.15	32,388.05	32,417.44	32,447.31
<b>Utilidad Neta</b>		<b>95,689.06</b>	<b>96,509.02</b>	<b>96,586.26</b>	<b>96,664.78</b>	<b>96,744.61</b>	<b>96,825.76</b>	<b>96,908.28</b>	<b>96,992.17</b>	<b>97,077.46</b>	<b>97,164.16</b>	<b>97,252.32</b>	<b>97,341.94</b>
Préstamo		80,000.00											
Inversión Inicial		- 71,900.00											
Capital de trabajo		- 104,312.79											
Depreciación		1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33
Pago de capital préstamo		6,077.43	6,178.72	6,281.70	6,386.39	6,492.83	6,601.04	6,711.06	6,822.91	6,936.63	7,052.24	7,169.78	7,289.27
Valor de rescate													33,100.00
<b>FLUJO DE CAJA</b>		<b>96,212.79</b>	<b>90,719.96</b>	<b>91,438.64</b>	<b>91,412.89</b>	<b>91,386.72</b>	<b>91,360.11</b>	<b>91,333.06</b>	<b>91,305.55</b>	<b>91,277.59</b>	<b>91,249.16</b>	<b>91,220.26</b>	<b>91,190.87</b>

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Como puede observarse el flujo de caja del escenario “Q. 50.00” el cual corresponde a la opción a considerar con el precio promedio que los clientes pagarán por los productos que la agencia les brindará, para los otros dos escenarios se considera la misma cantidad de clientes con la diferencia que las variables que tienden a cambiar corresponden a los ingresos y los costos variables.

### Imagen 8: Flujo de caja detallado, escenario Q. 30.00

**PROYECTO AGENCIA APRENDE VERDE ECOTOURS**  
**FLUJO DE FONDOS FINANCIERO**  
**ESCENARIO Q. 30.00**  
**(CIFRAS EN QUETZALES)**

Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INGRESOS</b>		152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00
Ventas		152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00
<b>COSTOS TOTALES</b>		95,934.59	94,841.30	94,738.32	94,633.63	94,527.19	94,418.98	94,308.96	94,197.11	94,083.39	93,967.78	93,850.24	93,730.75
<b>Costos Fijos</b>		47,772.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93
Gastos de funcionamiento		14,185.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33
Renta de oficina		2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00
Gastos de publicidad		8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33
Suscripción página web		792.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membresía página web		200.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Energía eléctrica		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Insumentos y materiales		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Servicio de internet de fibra óptica y telefonía ilimitada		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Sueldos y salarios		33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60
Sueldos de administración		28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00
IGSS		3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93
Servicios legales		1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67
<b>Costos Variables</b>		45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00
Comisión por cobro Visanet		38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00	38,100.00
Cobro antifraude online		7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00	7,620.00
Depreciación		1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33
Intereses por préstamo		1,333.33	1,232.04	1,129.06	1,024.37	917.93	809.72	699.70	587.85	474.13	358.52	240.98	121.49
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		56,465.41	57,558.70	57,661.68	57,766.37	57,872.81	57,981.02	58,091.04	58,202.89	58,316.61	58,432.22	58,549.76	58,669.25
ISR 25%		14,116.35	14,389.67	14,415.42	14,441.59	14,468.20	14,495.25	14,522.76	14,550.72	14,579.15	14,608.05	14,637.44	14,667.31
<b>Utilidad Neta</b>		42,349.06	43,169.02	43,246.26	43,324.78	43,404.61	43,485.76	43,568.28	43,652.17	43,737.46	43,824.16	43,912.32	44,001.94
Préstamo	80,000.00												
Inversión Inicial	- 71,900.00												
Capital de trabajo	- 104,312.79												
Depreciación		1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33
Pago de capital préstamo		6,077.43	6,178.72	6,281.70	6,386.39	6,492.83	6,601.04	6,711.06	6,822.91	6,936.63	7,052.24	7,169.78	7,289.27
Valor de rescate													33,100.00
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	- 96,212.79	37,379.96	38,098.64	38,072.89	38,046.72	38,020.11	37,993.06	37,965.55	37,937.59	37,909.16	37,880.26	37,850.87	70,921.00

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

### Imagen 9: Flujo de caja detallado, escenario Q. 75.00

PROYECTO AGENCIA APRENDE VERDE ECOTOURS  
 FLUJO DE FONDOS FINANCIERO  
 ESCENARIO Q. 75.00  
 (CIFRAS EN QUETZALES)

Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INGRESOS</b>		381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00
Ventas		381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00
<b>COSTOS TOTALES</b>		164,514.59	163,421.30	163,318.32	163,213.63	163,107.19	162,998.98	162,888.96	162,777.11	162,663.39	162,547.78	162,430.24	162,310.75
<b>Costos Fijos</b>		47,772.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93
Gastos de funcionamiento		14,185.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33	13,193.33
Renta de oficina		2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00	2,550.00
Gastos de publicidad		8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33	8,333.33
Suscripción página web		792.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membresía página web		200.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Energía eléctrica		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Insumentos y materiales		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Servicio de internet de fibra óptica y telefonía ilimitada		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Sueldos y salarios		33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60	33,587.60
Sueldos de administración		28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00	28,500.00
IGSS		3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93	3,420.93
Servicios legales		1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67	1,666.67
<b>Costos Variables</b>		114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00
Comisión por cobro Visanet		95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00	95,250.00
Cobro antifraude online		19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00	19,050.00
Depreciación		1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33
Intereses por préstamo		1,333.33	1,232.04	1,129.06	1,024.37	917.93	809.72	699.70	587.85	474.13	358.52	240.98	121.49
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		216,485.41	217,578.70	217,681.68	217,786.37	217,892.81	218,001.02	218,111.04	218,222.89	218,336.61	218,452.22	218,569.76	218,689.25
ISR 25%		54,121.35	54,394.67	54,420.42	54,446.59	54,473.20	54,500.25	54,527.76	54,555.72	54,584.15	54,613.05	54,642.44	54,672.31
<b>Utilidad Neta</b>		162,364.06	163,184.02	163,261.26	163,339.78	163,419.61	163,500.76	163,583.28	163,667.17	163,752.46	163,839.16	163,927.32	164,016.94
Préstamo		80,000.00											
Inversión Inicial		71,900.00											
Capital de trabajo		104,312.79											
Depreciación		1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33	1,108.33
Pago de capital préstamo		6,077.43	6,178.72	6,281.70	6,386.39	6,492.83	6,601.04	6,711.06	6,822.91	6,936.63	7,052.24	7,169.78	7,289.27
Valor de rescate													33,100.00
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>		96,212.79	157,394.96	158,113.64	158,087.89	158,061.72	158,035.11	158,008.06	157,980.55	157,952.59	157,924.16	157,895.26	157,865.87

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Para una mejor consideración de los tres escenarios en los flujos de caja, a continuación, se presenta la imagen con los flujos de caja resumidos.

### Imagen 10: Flujo de caja resumido por escenario

**PROYECTO AGENCIA APRENDE VERDE ECOTOURS**  
**FLUJO DE FONDOS FINANCIERO**  
**ESCENARIOS Q. 50.00, Q. 30.00, Q. 75.00**  
**(CIFRAS EN QUETZALES)**

<b>ESCENARIO Q. 50.00</b>													
Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INGRESOS TOTALES</b>		254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00	254,000.00
<b>COSTOS TOTALES</b>		126,414.59	125,321.30	125,218.32	125,113.63	125,007.19	124,898.98	124,788.96	124,677.11	124,563.39	124,447.78	124,330.24	124,210.75
Costos Fijos		47,772.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93
Costos Variables		76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00	76,200.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>127,585.41</b>	<b>128,678.70</b>	<b>128,781.68</b>	<b>128,886.37</b>	<b>128,992.81</b>	<b>129,101.02</b>	<b>129,211.04</b>	<b>129,322.89</b>	<b>129,436.61</b>	<b>129,552.22</b>	<b>129,669.76</b>	<b>129,789.25</b>
ISR 25%		31,896.35	32,169.67	32,195.42	32,221.59	32,248.20	32,275.25	32,302.76	32,330.72	32,359.15	32,388.05	32,417.44	32,447.31
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>95,689.06</b>	<b>96,509.02</b>	<b>96,586.26</b>	<b>96,664.78</b>	<b>96,744.61</b>	<b>96,825.76</b>	<b>96,908.28</b>	<b>96,992.17</b>	<b>97,077.46</b>	<b>97,164.16</b>	<b>97,252.32</b>	<b>97,341.94</b>
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>- 96,212.79</b>	<b>90,719.96</b>	<b>91,438.64</b>	<b>91,412.89</b>	<b>91,386.72</b>	<b>91,360.11</b>	<b>91,333.06</b>	<b>91,305.55</b>	<b>91,277.59</b>	<b>91,249.16</b>	<b>91,220.26</b>	<b>91,190.87</b>	<b>124,261.00</b>

<b>ESCENARIO Q. 30.00</b>													
Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INGRESOS TOTALES</b>		152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00	152,400.00
<b>COSTOS TOTALES</b>		95,934.59	94,841.30	94,738.32	94,633.63	94,527.19	94,418.98	94,308.96	94,197.11	94,083.39	93,967.78	93,850.24	93,730.75
Costos Fijos		47,772.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93
Costos Variables		45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00	45,720.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>56,465.41</b>	<b>57,558.70</b>	<b>57,661.68</b>	<b>57,766.37</b>	<b>57,872.81</b>	<b>57,981.02</b>	<b>58,091.04</b>	<b>58,202.89</b>	<b>58,316.61</b>	<b>58,432.22</b>	<b>58,549.76</b>	<b>58,669.25</b>
ISR 25%		14,116.35	14,389.67	14,415.42	14,441.59	14,468.20	14,495.25	14,522.76	14,550.72	14,579.15	14,608.05	14,637.44	14,667.31
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>42,349.06</b>	<b>43,169.02</b>	<b>43,246.26</b>	<b>43,324.78</b>	<b>43,404.61</b>	<b>43,485.76</b>	<b>43,568.28</b>	<b>43,652.17</b>	<b>43,737.46</b>	<b>43,824.16</b>	<b>43,912.32</b>	<b>44,001.94</b>
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>- 96,212.79</b>	<b>37,379.96</b>	<b>38,098.64</b>	<b>38,072.89</b>	<b>38,046.72</b>	<b>38,020.11</b>	<b>37,993.06</b>	<b>37,965.55</b>	<b>37,937.59</b>	<b>37,909.16</b>	<b>37,880.26</b>	<b>37,850.87</b>	<b>70,921.00</b>

<b>ESCENARIO Q. 75.00</b>													
Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>INGRESOS TOTALES</b>		381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00	381,000.00
<b>COSTOS TOTALES</b>		164,514.59	163,421.30	163,318.32	163,213.63	163,107.19	162,998.98	162,888.96	162,777.11	162,663.39	162,547.78	162,430.24	162,310.75
Costos Fijos		47,772.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93	46,780.93
Costos Variables		114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00	114,300.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>216,485.41</b>	<b>217,578.70</b>	<b>217,681.68</b>	<b>217,786.37</b>	<b>217,892.81</b>	<b>218,001.02</b>	<b>218,111.04</b>	<b>218,222.89</b>	<b>218,336.61</b>	<b>218,452.22</b>	<b>218,569.76</b>	<b>218,689.25</b>
ISR 25%		54,121.35	54,394.67	54,420.42	54,446.59	54,473.20	54,500.25	54,527.76	54,555.72	54,584.15	54,613.05	54,642.44	54,672.31
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>162,364.06</b>	<b>163,184.02</b>	<b>163,261.26</b>	<b>163,339.78</b>	<b>163,419.61</b>	<b>163,500.76</b>	<b>163,583.28</b>	<b>163,667.17</b>	<b>163,752.46</b>	<b>163,839.16</b>	<b>163,927.32</b>	<b>164,016.94</b>
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>	<b>- 96,212.79</b>	<b>157,394.96</b>	<b>158,113.64</b>	<b>158,087.89</b>	<b>158,061.72</b>	<b>158,035.11</b>	<b>158,008.06</b>	<b>157,980.55</b>	<b>157,952.59</b>	<b>157,924.16</b>	<b>157,895.26</b>	<b>157,865.87</b>	<b>190,936.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

#### 4.3.5.5 Punto de equilibrio

Tomando en cuenta las variables para determinar el punto donde los ingresos cubren los costos a continuación, se presenta el cálculo del punto de equilibrio del proyecto, se hace mención que este punto de equilibrio corresponde al escenario de la proyección inicial.

**Cuadro 31: Punto de equilibrio del proyecto**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
Costos Fijos	562,363.16
Costos Variables Unitarios	15.00
Precio	50.00
PE Clientes	<b>16,067</b>
PE Monetario	<b>803,350.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Como puede observarse el punto de equilibrio para el proyecto indica que durante el primer año se debería atender alrededor de 16,067 clientes, asumiendo que se podrá atender a la totalidad del mercado objetivo se podría indicar que será necesario únicamente atender al 23% de ese objetivo para cubrir los costos del proyecto, a partir de ese punto se podría afirmar que existirá ingresos que podrían considerarse ganancia.

#### 4.3.5.6 Estados Financieros

El proyecto debe cumplir con las obligaciones y requisitos tributarios, por lo que a continuación se presentan los dos elementos importantes de la gestión contable.

##### ***Balance general***

A continuación, se presenta el Balance General del proyecto de creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala, departamento de Guatemala, proyecto denominado APRENDE VERDE ECOTOURS, para el presente Balance General se asume que el proyecto estará en marcha a partir del año 2021.

Imagen 11: Estado de situación financiera del proyecto

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>PROYECTO AGENCIA APRENDE VERDE ECOTOURS</b>			
<b>DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021</b>			
<b>(CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES)</b>			
<b>ACTIVO</b>			
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>33,600.00</b>
Equipo de computo	29,400.00		
Mobiliario y equipo	17,000.00		
(-) Depreciación acumulada	-13,300.00	33,100.00	
Gastos de organización	8,500.00		
Honorarios por constitución de sociedad	8,500.00		
Marcas y patentes	8,500.00		
(-) Amortización acumulada	-25,000.00	500.00	
<b>CORRIENTE</b>			
Caja y bancos			<b>1,224,368.58</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>			<b><u>1,257,968.58</u></b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>			
<b>PATRIMONIO</b>			<b>1,257,968.58</b>
Aporte de los socios		96,212.79	
Ganancia neta del ejercicio		1,161,755.79	
<b>PASIVO</b>			
<b>CORRIENTE</b>			
Préstamo por pagar			-
<b>SUMA DEL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>			<b><u>1,257,968.58</u></b>

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

**Estado de resultados proyectado****Imagen 12: Estado de Resultados proyectado al 2021**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS PROYECTO AGENCIA APRENDE VERDE ECOTOURS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 (CIFRAS EXPRESADAS EN QUETZALES)</b>		
<b>(+) Ingresos por servicios</b>		3,048,000.00
Ventas	<u>3,048,000.00</u>	
<b>(-) Gastos de Operación</b>		1,490,063.16
Gastos de funcionamiento	159,312.00	
Sueldos y salarios	403,051.16	
Costos variables	914,400.00	
Depreciaciones	<u>13,300.00</u>	
<b>Ganancia en operación</b>		<u>1,557,936.84</u>
<b>(+) Ingresos financieros</b>		
<b>(-) Gastos financieros</b>		8,929.12
Intereses sobre préstamo	<u>8,929.12</u>	
<b>Ganancia antes de impuesto</b>		<u>1,549,007.72</u>
<b>(-) Impuesto sobre la renta (25%)</b>		387,251.93
<b>Ganancia después de impuesto</b>		<u><u>1,161,755.79</u></u>

Fuente: Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

En la imagen anterior se puede apreciar el Estado de Resultados Proyectado al año 2021, considerando el escenario inicial (Q. 50.00) del proyecto, se observa que la ganancia después de impuesto asciende a Q. 1,161,755.79.

#### 4.3.5.7 Indicadores Financieros

En el siguiente cuadro se puede apreciar los indicadores financieros correspondiente a los cálculos efectuados para el proyecto Aprende Verde Ecotorus, es importante mencionar que se está considerando el total del mercado objetivo asumiendo un precio de Q. 50.00.

**Cuadro 32: Indicadores financieros**

<b>RUBRO</b>	<b>RESULTADO</b>
TIR	94.64
VAN	312,498.69
Período Recuperación	1.06
Período Recuperación Actualizado	1.23
RELACIÓN B/C	1.54
CAE	74,999.69
VAN / INVERSIÓN	1.77

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Tal como se puede observar los resultados obtenidos pueden ser considerados aceptables para esta evaluación financiera del proyecto, en los siguientes apartados se podrá ampliar la información al respecto.

#### 4.3.5.8 Análisis de sensibilidad y escenarios

A continuación, se presentan los resultados del análisis de sensibilidad para el proyecto APRENDE VERDE ECOTOURS, considerando los 3 escenarios del proyecto "Q. 50.00", "Q. 30.00" y "Q. 75.00". En cada uno se analizó el comportamiento del VAN, TIR, Relación Beneficio / Costo, CAE, Período de Recuperación, VAN/Inversión.

**Cuadro 33: Análisis de sensibilidad por tipo de escenario**

ANALISIS DE SENSIBILIDAD EN ESCENARIOS				CRITERIO DE ACEPTACIÓN Y/O VALIDACIÓN			
RUBRO	Q. 50.00	Q. 30.00	Q. 75.00	RUBRO	Q. 50.00	Q. 30.00	Q. 75.00
TIR	94.64%	38.83%	163.87%	TIR	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA
VAN	312,498.69	75,710.87	608,483.47	VAN	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA
PRI	1.06	2.54	0.61	PRI	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA
PRI Actualizado	1.23	3.44	0.61	PRI Actualizado	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA
RELACIÓN B/C	1.54	1.14	1.88	RELACIÓN B/C	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA
CAE	74,999.69	18,170.61	146,036.03	CAE	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA
VAN / INVERSIÓN	1.77%	0.43%	3.45%	VAN / INVERSIÓN	SE ACEPTA	SE ACEPTA	SE ACEPTA

**Fuente:** Elaboración propia. Tercer trimestre 2020.

Luego de realizar los cálculos para los tres escenarios propuestos, se obtienen los siguientes resultados:

En el caso de la Tasa Interna de Retorno (TIR) se obtuvo un resultado mayor al costo de capital (costo de oportunidad del proyecto) que corresponde al 20%, sin embargo. Con estos resultados se puede afirmar que con los tres escenarios se acepta el proyecto, con la salvedad de considerar el tercer escenario como un análisis más detallado derivado al valor obtenido.

Con relación al Valor Actual Neto (VAN) se estimó que, para los tres escenarios, el VAN es mayor a 0, considerando esto, se puede inferir que el proyecto es rentable, por lo tanto, se acepta el proyecto.

Con respecto a la evaluación beneficio costo, nuevamente los escenarios presentaron un resultado mayor a la unidad, por lo que se puede inferir que los ingresos son mayores a los egresos, en consecuencia, el proyecto generará riqueza para los inversionistas, por lo que se puede asegurar que si el proyecto genera riqueza dará un beneficio social.

Otro indicador evaluado en el proyecto es el Costo Anual Equivalente (CAE), al interpretar los datos obtenidos se puede afirmar que en el supuesto que el proyecto no generara ingresos se debe elegir la opción donde el CAE sea menor, se podría elegir la segunda opción, el escenario "Q. 30.00", en este punto los ingresos cubrirían los costos, pero no se tendría una ganancia.

Al evaluar los resultados del indicador VAN / INVERSIÓN, se puede inferir que, en la primera opción del proyecto, la opción inicial el resultado corresponde a 1.77% esto significa que se obtendrá 1.77 unidades monetarias por cada unidad invertida, en el caso del segundo escenario se obtendrán 0.43 unidades monetarias por cada unidad invertida, y en el último escenario se obtendría 3.45 unidades monetarias por cada unidad invertida.

Por último y no menos importante se ha considerado como indicador de evaluación el Periodo de Retorno de la Inversión (PRI), para la estimación de este indicador que el máximo de recuperación de la inversión es por lo menos al 50% del tiempo de la evaluación del proyecto que corresponde a un año, esto quiere decir que como máximo la Inversión se deberá ser recuperada en 6 meses, considerando esta condición, los escenarios cumplen con ese criterio, la inversión será recuperada en un tiempo promedio del 30% correspondiente a la evaluación, por lo que se procede a aceptar el proyecto considerando las opciones propuestas.

## CONCLUSIONES

1. Se determinó que dentro de las preferencias de la unidad de análisis estudiada la tendencia a utilizar el tiempo libre para quedarse en casa y/o visitar a familiares y amigos predomina, por lo que se puede afirmar que es una generalización dentro de la población, demostrando así que no se realizan actividades relacionadas con la práctica del turismo ecológico, sin embargo, también se puede inferir que existe un alto grado de interés por conocer un parque ecológico en la ciudad; como parte de los resultados se tiene que la unidad de análisis prefiere utilización de la plataforma Facebook y WhatsApp como medios de comunicación electrónica y social.
2. En el municipio de Guatemala existen diferentes parques ecológicos que son importantes para el desarrollo del proyecto, por tal motivo al existir espacios que puedan ser el punto de convergencia para practicar el ecoturismo será considerados opciones relevantes para ser consideradas dentro del establecimiento de la ruta turística como opción de oferta para los clientes del proyecto, también se podrá incorporar en el futuro algún otro parque que pueda ser punto de interés para la práctica de actividades alternativas relacionadas con la naturaleza.
3. Posterior a la realización de los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero como parte fundamental de la propuesta para la creación de una agencia para el fomento del turismo ecológico en el municipio de Guatemala, se pudo determinar que el proyecto es factible en cada uno de los estudios, especialmente en el financiero donde al realizar diferentes cálculos relacionados con indicadores financieros estos superan las condiciones esperadas, indicando así que de realizarse la inversión al proyecto esta retornara ganancias, sumado a lo anterior, en el resto de estudios no existe ninguna limitante por la que el proyecto no pueda implementarse, en general el proyecto es viable.

## RECOMENDACIONES

1. Para determinar si el sector turismo externo puede ser parte del mercado objetivo del proyecto se sugiere que se realice un estudio de mercado con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de este mercado para así incluirlos dentro de la mezcla de marketing presentada dentro del estudio de mercado.
2. Para fundamentar el proyecto e identificar algunas otras características que no pudieron ser abordadas en este trabajo por las limitantes de información ya expuestas, se recomienda que en el momento en el que sea posible realizar acercamientos con expertos e instituciones relacionadas con ecoturismo se realicen entrevistas y foros para indagar mayor información que permita construir una matriz de marco lógico y con esto determinar los aspectos críticos del proyecto así como suministrar la información para la organización y preparación de forma lógica del plan para la ejecución del proyecto.
3. Posterior a contar con la información pendiente del proyecto y una vez que se haya establecido que el proyecto debe ser ejecutado se recomienda realizar el documento Acta de Constitución del Proyecto, la cual entre la información más relevante será la aprobación por parte de los diferentes actores que interactuarán en el proyecto.
4. El proyecto fue desarrollado con la finalidad de promover el ecoturismo en el municipio de Guatemala, por lo que el proyecto también podría considerarse de tipo social sin la intención de obtener ningún lucro, por lo que de ser necesario y tomando en cuenta que se debe concientizar a la población y en especial a las nuevas generaciones se recomienda que se pueda realizar una propuesta en donde los principales encargados de promoción del turismo, Instituto Guatemalteco de Turismo y Municipalidad de Guatemala puedan firmar un convenio en donde sean los responsables de aportar los recursos necesarios para que el proyecto tenga como fin último la promoción de turismo ecológico entre la población sin considerar el factor ingreso como una limitante.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Acerenza, M. A. (2010). *Conceptualización y clasificación de las agencias de viaje*. México: Trillas.
2. Agüera, F., & Catellanos, M. (2013). *Conceptualización y consideraciones en torno al ecoturismo*. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. 6(No. 15), 1-12.
3. Arauz, I. I. (2010). *Análisis del Sistema Turístico del Cantón de Buenos Aires: Insumo para un Diseño de Plan de Desarrollo en Turismo Rural*. Costa Rica.
4. Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundaementos de marketing*. México: Perason Education.
5. Ballesteros, J., Gray, A., & De Prada, C. M. (2008). *Temas de turismo: Manual para la preparación del Certificado Superior de Español del Turismo*. España: Edinumen.
6. Cabrini, L. (2002). *Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad*. En: *Presentación en VII Congreso AECIT*. Jaén, España.
7. Calvo, J. A. (2017). *Los desarrollos inmobiliarios en Costa Rica, dedicado al hospedaje y su posible competencia desleal en contra del sector hotelero, a través de la figura de turismo residencial*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
8. Castro, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw Hill.
9. Corzantes, L. M. (2018). *Diagnóstico de la gestión del turismo rural y su incidencia en el desarrollo económico local del municipio de Salamá departamento de Baja Verapaz, durante el periodo 2012-2016 (Tesis de Postgrado)*. Guatemala: USAC.
10. Economía, S. d. (14 de Abril de 2014). Norma Mexicana NMX-AA-133-SCFI-2013 . México, D.F, México.
11. Gómez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Milenio S.C.
12. Hernández Sampiere, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

13. INGUAT, OMT. (2015). Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala. Guatemala, Guatemala: Inguat.
14. Instituto Guatemalteco de Turismo. (2000). Estrategia Nacional de Turismo.
15. Instituto Guatemalteco de Turismo. (12 de 2018). Perfil del Visitante del Departamento de Guatemala. Guatemala, Guatemala: Departamento de Investigación y Análisis de Mercado.
16. Lascaurin, H. C. (1990). *El turismo en áreas protegidas*.
17. M. Gómez, M. J. (1993). *Turismo y desarrollo regional: el espacio del ecoturismo*. Sevilla: Papers de turisme, 11, 111-132.
18. Ministerio de Economía. (23 de Mayo de 2012). Política Nacional para el Desarrollo Turístico de Guatemala 2012-2022. Guatemala.
19. Montenegro Álvarez, R. E. (Julio de 2012). Propuesta Arquitectónica para Parque Ecoturístico, San José la Arada, Chiquimula. *Tesis de Grado*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala - Facultad de Arquitectura.
20. Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación S.A.
21. Programa de Cooperación Regional con Centroamérica. (2004). Plan de Acción para la Promoción del Turismo Sostenible. Madrid, España.
22. Salazar García, B. (Octubre de 2011). Análisis de la Regulación del Ecoturismo en la Normativa Guatemalteca. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
23. Serrano, G. P. (1996). *Elaboración de Proyectos Sociales*. Madrid: Ediciones Narcea S.a.
24. Soto, N. R. (2012). *Ecoturismo*. México: Red Tercer Milenio.
25. Troncoso, B. (1999). *Turismo sostenible y ecoturismo*. República Dominicana: Lalalu.
26. Yani, A. S. (Octubre de 2018). Centro Ecoturístico "Agua Escondida" Tecpán Guatemala, Chimaltenango. *Proyecto de Graduación*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala - Facultad de Arquitectura.

### Consultas electrónicas

1. Bien, A. (Junio de 2007). Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y El Ecoturismo. Center for Ecotourism and Sustainable Development. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de <https://bit.ly/37Tiddj>
2. Colaboradores, E. d. (s.f.). *Visiones del Turismo*. Obtenido de <https://bit.ly/3kXgB65>
3. FUNDAECO. (23 de Enero de 2019). *Fundaeco*. Obtenido de <https://fundaeco.org.gt/fundaeco.org.gt/about/nosotros.html>
4. FUNDAECO. (23 de Enero de 2019). *FUNDAECO*. Obtenido de <https://fundaeco.org.gt/fundaeco.org.gt/about/area-trabajo.html>
5. Generalitat de Catalunya. (13 de Abril de 2009). La Cumbre de Río (1992). España. Obtenido de <https://url2.cl/82QXx>
6. Guatemala, P. (05 de Abril de 2016). *Promoviendo el Ecoturismo*. Obtenido de El PNUD en Guatemala: <https://bit.ly/2NPOQQM>
7. Instituto Guatemalteco de Turismo. (17 de Enero de 2019). *Inguat.com*. Obtenido de <https://goo.gl/5okhgS>
8. Jiménez, E. (2019). *Guatevalley*. Obtenido de <https://www.guatevalley.com/about/us/>
9. Jirón, C. (16 de Agosto de 2018). *GuateNews*. Obtenido de <https://bit.ly/3iNiyAZ>
10. Medina Miranda, J. R. (2001). Ecoturismo. *Doctrina*. Recuperado el 28 de Octubre de 2020, de <https://bit.ly/320QXWp>
11. Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos. (Marzo de 2018). *UNWTO*. Obtenido de <https://bit.ly/32fZXqX>
12. RETI. (20 de Diciembre de 1999). Actualización de las Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de <https://bit.ly/2E4uMpv>
13. Sánchez León, A. C., & Vanegas Hincapié, C. (2018). Proyecto de Investigación Requerimientos Logísticos y Estratégicos del Ecoturismo en Colombia. *Trabajo de Grado*. Bogota, D.C. Recuperado el 31 de Octubre de 2020, de <https://bit.ly/3oLvpGS>

14. Sanchez, G. (27 de Septiembre de 2019). *Republica*. Obtenido de Republicagt: <https://url2.cl/VmpR9>
15. Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia. (2016). *Política General de Gobierno 2016-2020*. Guatemala. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de <https://bit.ly/3bZOZJN>
16. Statista. (1 de Octubre de 2020). Evolución de la aportación directa del sector turístico al PIB en el mundo de 2013 a 2029. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/640133/aportacion-directa-del-sector-turistico-al-pib-mundial/>
17. The International Ecotourism Society. (2008). *TIES*. Obtenido de <https://ecotourism.org/our-story/>
18. TIES. (2015). *The International Ecotourism Society*. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de <https://bit.ly/35PpmZp>
19. Tourism, B. R. (13 de Mayo de 2015). *Biosphere Tourism*. Obtenido de 22 Ejemplos de Turismo Sostenible: <https://bit.ly/2Lk21n6>
20. Turismo, O. M. (2002). Cumbre Mundial del Ecoturismo: Informe Final. *Cumbre Mundial del Ecoturismo*, (pág. 148). Madrid. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de <https://bit.ly/3oIPYny>
21. UCCI. (05 de Enero de 2019). *Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas*. Obtenido de CiudadesIberoamericanas.org: <https://bit.ly/2SfhEkh>
22. Ucha, F. (Septiembre de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/agencia-de-viajes.php>
23. Wikipedia. (17 de Noviembre de 2019). *Wikipedia.com*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Certificaci%C3%B3n>
24. World Tourism Organization. (2019). Definiciones de turismo de la OMT. Madrid, España. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de <https://bit.ly/2FD357F>

# ANEXOS

## Anexo 1: Encuesta de estudio de mercado

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
 ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSGRADOS  
 MAESTRÍA EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



### ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL FOMENTO DEL TURISMO ECOLOGICO

“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA AGENCIA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO  
 ECOLOGICO EN EL MUNICIPIO DE GUATEMALA, DEPARTAMENTO DE  
 GUATEMALA”

La información recopilada será tratada de forma confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos.

#### PRIMERA PARTE:

##### Preguntas demográficas:

Género: M  F  Otro

##### Edad promedio:

18-20  21-30  31-40  41-50  51 o más

##### Municipio donde reside:

Municipio: \_\_\_\_\_

##### Nivel de educación

Primaria  Básicos  Diversificado  Universidad

##### 1. ¿A cuánto asciende sus ingresos mensuales?

De 1000 a 2000  De 2001 a 3000  De 3001 a 5000  Más de  
 5000

**SEGUNDA PARTE:****2. ¿A qué dedica su tiempo libre los fines de semana?**

Visita centros comerciales  Visita algún parque en la ciudad

Visita a familiares  Acude a eventos culturales

Visita otros departamentos  Se queda en casa

**3. ¿Qué tipo de medio de transporte utiliza frecuentemente?**

Automóvil

Moto

Taxi

Transporte Urbano

**4. ¿Qué tipo de red social utiliza frecuentemente?**

Facebook

Whatsapp

Ninguna de las anter.

Instagram

Twitter

**5. ¿Sabe usted lo que significa turismo ecológico?**

Sí  No

**6. ¿Conoce algún parque ecológico en el municipio de Guatemala? Si su respuesta es SI pase a la pregunta 7**

Sí  No

**6.1 ¿Si su respuesta anterior es NO, le interesaría conocer algún parque ecológico en la ciudad?**

Sí  No

**7. ¿Lo visita con frecuencia?**

Sí  No

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar y realizar actividades en un parque ecológico?**

Entre 25 y 50  Entre 51 y 75  Entre 76 y 100  Más de 100

## Anexo 2: Calculo de la muestra

Para aplicar la encuesta a una muestra representativa de la población conformada por 3,015,081, residentes de los municipios de Guatemala, utilizando un 95% de confianza, se realizó el cálculo de la siguiente manera:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

$$N = 3,015,081$$

$$Q = 0.50$$

$$Z = 1.96$$

$$D = 0.05$$

$$P = 0.50$$

$$n = \frac{2,895,683.79}{7537.70 + 0.9604}$$

$$n = 384$$

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Página</b>
Cuadro 1: Propuestas de proyectos relacionados con Ecoturismo de 2015 a 2019.....	8
Cuadro 2: Certificaciones para la promoción del turismo sostenible y ecoturismo .....	18
Cuadro 3: Agencias de viaje y tour operadoras de Guatemala .....	25
Cuadro 4: Sitios para la práctica del ecoturismo .....	28
Cuadro 5: Residentes del departamento de Guatemala.....	45
Cuadro 6: Población objetivo del proyecto .....	47
Cuadro 7: Proyección de ingresos para el primer año del proyecto .....	48
Cuadro 8: Proyección de ingresos mensuales a diferentes precios .....	49
Cuadro 9: Competencia directa del proyecto de agencia de ecoturismo.....	50
Cuadro 10: Competencia indirecta del proyecto de agencia de ecoturismo .....	51
Cuadro 11: Matriz de decisión de macrolocalización.....	53
Cuadro 12: Matriz de decisión de microlocalización .....	55
Cuadro 13: Estimación tamaño del proyecto .....	56
Cuadro 14: Inversión en activos .....	58
Cuadro 15: Costos operación administrativa .....	60
Cuadro 16: Descriptor de puesto Gerente General .....	61
Cuadro 17: Descriptor de puesto Coordinador administrativo .....	62
Cuadro 18: Descriptor de puesto Encargado de Mercadeo.....	63
Cuadro 19: Descriptor de puesto Encargado de soporte técnico .....	64
Cuadro 20: Descriptor de puesto Auxiliar de Contabilidad .....	65
Cuadro 21: Descriptor de puesto Secretaria de Servicio al Cliente .....	66
Cuadro 22: Leyes, Reglamentos, Políticas relacionadas con Ecoturismo.....	70
Cuadro 23: Aspectos administrativos y financieros a considerar.....	71
Cuadro 24: Gastos legales del proyecto.....	73
Cuadro 25: Monto de inversión proyecto Aprende Verde Ecotours.....	74
Cuadro 26: Proyección inicial de ingresos del proyecto .....	75
Cuadro 27: Proyección de ingresos por escenario .....	75
Cuadro 28: Costos fijos y variables .....	77
Cuadro 29: Costos por rubro del proyecto.....	77

Cuadro 30: Costos por variables por escenario.....	78
Cuadro 31: Punto de equilibrio del proyecto.....	84
Cuadro 32: Indicadores financieros .....	87
Cuadro 33: Análisis de sensibilidad por tipo de escenario .....	88

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

	<b>Página</b>
Gráfica 1: País de residencia del visitante del departamento de Guatemala .....	20
Gráfica 2: Motivo del viaje del visitante del departamento de Guatemala .....	21
Gráfica 3: Flujo de visitantes del departamento de Guatemala .....	21
Gráfica 4: Edad de los visitantes del departamento de Guatemala .....	22
Gráfica 5: Dedicación del tiempo libre en fin de semana por la unidad de análisis .....	37
Gráfica 6: Red social más utilizada por la unidad de análisis .....	38
Gráfica 7: Interés por conocer algún parque ecológico en la ciudad .....	39
Gráfica 8: Género de los residentes del municipio de Guatemala .....	46
Gráfica 9: Edad de los residentes del municipio de Guatemala .....	46
Gráfica 10: Lugar de residencia de los encuestados .....	47
Gráfica 11: Comparación de precios entre el proyecto y competencia directa .....	52
Gráfica 12: Comparación de ingresos por escenario.....	76
Gráfica 13: Comparación pronóstico de costos .....	78

## ÍNDICE DE IMÁGENES

	<b>Página</b>
Imagen 1: Parques ecológicos en el municipio de Guatemala .....	40
Imagen 2: Macrolocalización zona 4 .....	54
Imagen 3: Microlocalización Edificio TEC, Ciudad de Guatemala .....	55
Imagen 4: Descripción del proceso .....	57
Imagen 5: Propuesta de organigrama funcional .....	59
Imagen 6: Propuesta de logotipo del proyecto .....	68

Imagen 7: Flujo de caja detallado, escenario Q. 50.00.....	80
Imagen 8: Flujo de caja detallado, escenario Q. 30.00.....	81
Imagen 9: Flujo de caja detallado, escenario Q. 75.00.....	82
Imagen 10: Flujo de caja resumido por escenario .....	83
Imagen 11: Estado de situación financiera del proyecto .....	85
Imagen 12: Estado de Resultados proyectado al 2021 .....	86

## ÍNDICE DE ÁNEXOS

	<b>Página</b>
Anexo 1: Encuesta de estudio de mercado .....	97
Anexo 2: Calculo de la muestra.....	99