Turismo – Totonicapan

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

MAESTRIA EN ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL Y TURISMO

QUETZALTENANGO, GUATEMALA

88147
URL
TE055

CREACION DE LA OFICINA DE EDUCACIÓN Y TURISMO EN LA MUNICIPALIDAD DE TOTONICAPAN PARA CAPTAR TURISMO

REALIZADO POR:

SARVELIA FLORIDALMA CUTZ DE TURNIL

AL CONFERIRSELE EL GRADO ACADEMICO DE MAGISTER EN ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL Y TURISMO

QUETZALTENANGO, NOVIEMBRE DEL 2,000.

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR

RECTOR:	Lic. Gonzalo de Villa
VICERRECTOR ACADEMICO:	Licda. Julia Guillermina Herrera Peña
SECRETARIO GENERAL:	Lic. Renzo Lautaro Rosal
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:	Ing. Hugo Beteta M.R.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DECANO:	Lic. José Gaitán
VICEDECANO:	Licda. Ligia García
SECRETARIO :	Licda. Anabella de Mota
REP. CATEDRATICOS:	Lic. Luis Ardón
COORDINADOR EN FQURL:	Lic. Joaquín Alfonso Molina
SUB COORDINADOR EN FQURL:	P.E.M. Roberto Mazariegos

CONSEJO DE LAS FACULTADES DE QUETZALTENANGO

DIRECTOR GENERAL:	Dr. Alfonso Loarca Pineda
VICEDIRECTOR:	Lic. Orlando Sacasa Sevilla, S.J.
DIRECTOR ADMINISTRATIVO-FINANCIERO:	Lic. Henning Detlefsen Rivera
SECRETARIA GENERAL:	Licda. Laura Ronquillo de Mazariegos
VOCALES:	Padre Victoriano Castillo Ing. Francisco Roberto Gutiérrez Lic. José Ralón Cruz Lic. Willy Aguirre Higueros
REP. CATEDRATICOS:	Lic. Allan Rudy Morán Lic. Manolo Vidaly Díaz.

DIRECCION ACADEMICA DE LAS FACULTADES DE QUETZALTENANGO *dieciseis de noviembre del dos mil.*

De acuerdo al dictamen recibido del Comité de Tesis y del (la) MSc. José Alfredo Castro Loarca, asesor(a) de la Tesis denominada ***"CREACION DE LA OFICINA DE EDUCACION Y TURISMO EN LA MUNICIPALIDAD DE TOTONICAPAN PARA CAPTAR TURISMO"****, del(a) estudiante* ***LICDA. SARVELIA FLORIDALMA CUTZ SAQUIMUX DE TURNIL.*** *La Dirección Académica de las Facultades autoriza la impresión de la misma, previo a su graduación profesional.*

Licda. Amalia Bethancuort Baides
DIRECTORA ACADEMICA.

Facultades de Quetzaltenango
Dirección Académica
Universidad Rafael Landívar

AEB/el.

NOTA: *Unicamente el autor es responsable del contenido, doctrinas y criterios sustentados en esta* ***TESIS***

Quetzaltenango, 22 de Julio del 2000

Licenciada
Amalia Bethancourth
Dirección Académica URL.
Ciudad.

Estimada Licenciada:

Me permito saludarla respetuosamente y a la vez, informarle que de acuerdo al nombramiento que se me hiciera en su oportunidad, he asesorado el trabajo de tesis realizado por la estudiante: Sarvelia Floridalma Cutz de Turnil, Carnet No. 62-84 Que se titula "Creación de la Oficina de Educación y Turismo en la Municipalidad de Totonicapán".

He seguido paso a paso el desarrollo de la investigación y considero que ésta ha sido concluida satisfactoriamente, que la estudiante en mención ha seguido los lineamientos establecidos por las Facultades para la realización de trabajos de investigación y que, la tesis de la alumna Cutz de Turnil, es un considerable aporte para la municipalidad y la poblacion de Totonicapan , la cual por su buen enfoque y ser tema de actualidad e innovador en época de globalización, puede ser una obra de consulta a profesionales, empresarios y estudiantes a fienes al campo turistico. Por lo que mi función como asesor respecta, sólo me queda solicitarle se autorice la misma.

Atentamente:

Asesor. Mcs. José Alfredo Castro Loarca.

Lic. MBA. José Alfredo Castro Loarca
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
Colegiado No. 1801

TRIBUNAL QUE PRACTICO
EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS

Director General:	Dr. Alfonso Loarca Pineda
Directora de la unidad Académica:	Licda. Amalia Bethancourt
Ingeniero:	Msc. Miguel Angel Chavarria

ACTO QUE DEDICO

A Dios:

Todo poderoso creador del universo, porque siempre me acompaña a donde quiera que voy me alienta en momentos difíciles de mi vida. Gracias Señor Jesús.

A Mis Padres:

Agustin Julián Cutz Batz (Q.E.P.D.)
Flores sobre su tumba.

A Mi Madre

Santos Faustina Saquimux de Cutz
Por su ejemplo de trabajo, humildad y superación que Dios la bendiga.

A Mi Esposo:

Hugo Efraín Turnil
con Amor por su comprensión, apoyo en pro de mi superación.

A Mis Hijos:

Hugo Efraín, Floridalma Faustina, Esaú Roderico, Josué Aminadab.
Con amor por su apoyo comprensión y cariño por motivarme a alcanzar este triunfo que Dios los prosperé.

A Mis Hermanos:

Dr. Miguel Francisco, Ing. Luis Leonardo, Lic. Armando Rafael, Msc. German Roderico, Dra. Julia Cristina, Ing. Otto Rocael, Profa. Rosa Consuelo.
Con amor y que siempre estemos juntos.

A:

Blanqui con cariño.

A:

Hugo Efraín Jr.
Con ternura

TESIS QUE DEDICO:

A:

Universidad Rafael Landívar.
Con gratitud por permitirme formarme dentro de sus aulas y ser útil a la sociedad.

Al:

Proyecto Edumaya
Por apoyarme en mi nueva profesión.

AGRADECIMIENTOS:

A:

Lic. Denis Tecum M.
Por brindarme su apoyo y por permitirme ingresar al proyecto Edumaya que me brindo su apoyo económico.

A:

MSC. José Alfredo Castro Loarca.
Mis sinceros agradecimientos por su apoyo incondicional por este trabajo.

A:

Licda. María Antonieta Oliva.
Con aprecio cariño por su apoyo y amistad.

A:

Mis amigas: Bettia, Aury, Esperancita, Almita, Blanqui, Zoilita, Celia, Conita, Jania, con respeto y cariño.

INDICE

	PAG.
I. INTRODUCCION	1
1.1. Captación de turismo	5
A) Afluencia de Turismo	5
B) Estrategias de captación	7
C) Promoción de Recursos	8
D) La promoción de recursos a partir del mercado	9
E) Difusión de la cultura local	9
F) Actividades publicitarias	10
1.2. Creación de oficinas	11
A) Infraestructura	11
B) Recursos Humanos	13
C) Organización	14
D) Políticas básicas	16
E) Planificación	17
F) Visión -definición	18
G) Necesidad de Alianzas Estratégicas	20
H) Funciones	21
I) Recursos financieros	22
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
2.1. Objetivos	23
2.2. Variables de estudio	24
2.3. Definición de variables	24
2.4. Alcances y límites	25
2.5. Aporte	25
III. METODO	26
3.1. Sujetos	26
3.2. Instrumentos	26
3.3. Procedimiento	26
3.4. Diseño	27
3.5. Metodología estadística	27
IV. RESULTADOS	28
V. DISCUSION DE RESULTADOS	37

CONCLUSIONES 41
RECOMENDACIONES 42
BIBLIOGRAFIA 43

ANEXOS 45
PROPUESTA 46
BOLETAS 57
GRAFICOS 68
CUADROS DE VARIABLES 73

I. INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como finalidad proponer para la municipalidad totonicapense, "La Oficina de Educación y Turismo" ya que el departamento posee grandes atractivos turísticos. También es necesario promover un proceso educativo formativo para que la población desde pequeña vaya despertando su interés por el desarrollo del turismo.
La ciudad de Totonicapán está situada en el altiplano occidental guatemalteco, con una extensión territorial de 1,061 kilómetros cuadrados que se encuentran distribuidos entre los ocho municipios que lo integran de la siguiente forma:

Totonicapán	328 Kms. cuadrados
Momostenango	305 Kms. cuadrados
San Cristóbal Totonicapán	36 Kms. cuadrados
San Andrés Xecul	17 Kms. cuadrados
San Francisco El Alto	132 Kms. cuadrados
Santa María Chiquimula	80 Kms. cuadrados
Santa Lucía La Reforma	136 Kms. cuadrados
San Bartolo Aguas Calientes	27 Kms. cuadrados.

El clima es generalmente frío, pero saludable, pues se encuentra asentado sobre la tierra madre y sólo algunos sectores del norte de San Bartolo, Momostenango, Santa María Chiquimula y Santa Lucía la Reforma, se puede disfrutar de un clima templado, que en algunos casos se asemejan a la boca costa.

En cuanto a sus recursos naturales podemos citar los que por su belleza natural constituyen el atractivo turístico como lo son:
Las cuevas de San Miguel: que son grandes cavernas que se adentran en las entrañas del monte Kaxtún, se encuentran aproximadamente a la distancia de tres kilómetros de la ciudad. El Campanabaj (campana de piedra) se encuentra en la cúspide del cerro Chui-jolón (arriba de la cabeza), sus características son tres piedras, dos que sirven de base para sostener a la otra que es irregular y que al golpearla da un sonido similar al de una campana. Chi-xajap-xinul (en el zapato de la señora), es una piedra como de dos metros de alto que tiene estampado un zapato, se encuentra en el kilómetro 157. El tun-abaj (tambor de piedra) es una piedra que tiene la forma de un tambor el cual mide 20 metros, está entre los kilómetros 158-159.
El cerro Sacbachol, se divisa toda la faja del pacífico y ha sido observatorio del Instituto Geodésico Nacional, tiene la particularidad que en invierno tiembla mucho por lo que se cree que es un volcán de agua, se encuentra sobre el kilómetro 149, a la par del paraje las Trojadas. En el kilómetro 152-153 de la carretera mencionada está la Iglesia del Coyote, se le llama así porque hay una piedra a la izquierda de la carretera que tiene la forma de un coyote echado. Retibinal Quiej (en el baño de los caballos), en este lugar hay varias piedras que tienen la forma de caballos, queda en los kilómetros 144-145. El cerro Muchulic

se cree que antes fue volcán porque en sus alrededores hay cantidad de piedra esparcida, se encuentra entre los kilómetros 140-141. La Piedra María Tecún se encuentra entre los kilómetros 138-139. El Cerro Chipuac (arriba del dinero), se localiza cerca del entronque con la Interamericana. Muchos aseguran que de allí se extrajo plata.

Municipalidad de Totonicapán (1997), en el documento Diagnóstico de Totonicapán, refiere que en cuanto a la participación turística, la Casa de la Cultura ofrece un programa audiovisual para turistas, con el objetivo de compartir el patrimonio cultural con los visitantes. El documento indica que un importante atractivo turístico se encuentra al sur de la ciudad a 1 km sobre la carretera que conduce a «Alaska» y este consiste en baños sulfurosos y de zarza situados al pié de una colina; también señala la existencia de otros lugares como Las Cuevas de San Miguel y el Cerro Campanabaj. Indica además que las leyes guatemaltecas declaran área protegida La Cumbre de María Tecún situada entre las aldeas Barranché y La Esperanza.

La actividad que realiza la Casa de la Cultura de Totonicapán es importante, pero para lograr buen desarrollo turístico hace falta más que solo información; se requiere de políticas definidas en función de la captación de turistas que expandan su radio de acción dentro del departamento; además es una prioridad educar a la población local para la preservación del patrimonio, así como capacitarla para incorporarse al proceso de desarrollo y crecimiento turístico. Es por ello que se requiere de una entidad especializada que facilite el proceso; planifique y ejecute los lineamientos que conducirán al departamento a convertirse en un destino turístico.

Además de los recursos naturales, Totonicapán cuenta con recursos patrimoniales entre los cuales podemos citar por su historia, el Monumento de La Revolución de 1871, batalla que se libró en el paraje Chicruz y Tierra Blanca; la Casa del testimonio donde el General Justo Rufino Barrios delimitó sus estrategias para continuar su lucha liberal; La Torre a Guzmán, la Torre del Ferrocaril de Los Altos, el Tanque de los Dragones,el Reloj más antiguo de Centro América, el Teatro Municipal. Dentro de sus recursos culturales se puede mencionar su artesanía, costumbres, mitos y folklore en general.

Place, I.; Hicks, Ch. y Wilkinson, R: (1980) en la obra Organización de Oficinas, exponen que planificar es preparse para actuar. Desarrollar un plan completo y extenso es un proceso evolutivo y creativo. La estrategia de un plan no surge de concretas acciones planeadas, la estrategia debe crearse a partir de las necesidades del consumidor y deben ser pronosticadas con meses y años de anticipación.

La creación de la Oficina de Educación y Turisno no resolverá de inmediato los problemas que el departamento tiene para convertirse en destino turístico.
Promoverá políticas y estrategias por lo que se debe esperar un proceso de desarrollo y crecimiento para cubrir las demandas de los visitantes y educar a la población para el logro de los objetivos. Ninguna oficina, sea cual sea el servicio que presta puede arriesgarse a esperar confiadamente resultados inmediatistas.

Bolaños, y González (1997) Manual de Organización y Prácticas de Oficina; dicen que la oficina tiene como tarea fundamental la dirección, planificación, actuación, coordinación y control. La Oficina de Educación y Turismo tendrá que apegarse fielmente a estas directrices pues dirigirá en forma oportuna las planificaciones encaminadas a lograr las metas propuestas. Organizará y ejecutará las políticas esenciales y coordinará su realización, así como efectuará el debido control para realizar correcciones que se hagan necesarias.
En la oficina se asignará de acuerdo a los planes trazados, todas las acciones necesarias por ello tendrá un carácter ejecutivo.

Lundberg (s/a) en libro: Manual de Organización y administración del turismo; indica que el desarrollo de los destinos turísticos presenta problemas y retos tales como la urbanización del terreno, una planeación sociológica ya que el turismo, es un elemento generador de cambios y muchas de las aportaciones pueden estar en pugna con los valores establecidos y hasta pueden ir en prejuicio de muchos.

Es innegable que desarrollar un lugar como destino turístico no es un proyecto fácil, requiere de protección de atractivos que se poseen, una logística básica consistente en carreteras, transporte, alojamiento, atracciones, tiendas y hasta abastecimiento de agua potable y servicios de salud. La oficina pretende educar a la población para que a mediano y largo plazo esté preparada para enfrentar estos retos.

Prensa Libre (2,000) en el Artículo Editorial de fecha 31 de enero del 2000, titulado: "Guatemala un país para invertir"; indica que a pesar del pesimismo con que algunos sectores ven la situación económica nacional, han ocurrido nuevas e importantes inversiones, tal es el caso del Banco Cuzcatlán de origen salvadoreño; la duplicación de capital del Lloyds TSB Bank; además en el área de comunicación recientemente entró al mercado nacional Telefónica y la Duke Energy Corporation acordó invertir en proyectos de energía.

Esta es una pequeña muestra de que Guatemala es un lugar donde se puede invertir, el proceso de cambio en la infraestructura general se está produciendo, queda a los guatemaltecos abrir espacios para captar otros inversionistas y promover el desarrollo y para esto, el aprovechamiento de los recursos naturales es esencial, porque se contribuirá en la medida que nuestras comunidades dejan de ser solo consumidores y se convierten en productores.

INCAE (1996) en el documento: Estadísticas de desarrollo Turístico en Centro américa; presenta datos y gráficas del desarrollo turístico incluídos aquí Panamá y Belice; según esta información Guatemala con respecto de la región centroamericana ocupa la segunda posición, después de Costa Rica. "En 1995 Guatemala registró el 22.9% en el número de llegadas y el 18.7% de los ingresos de divisas". (pág. 21)

Así mismo INGUAT (1995) en el Boletín estadístico; presenta una estadística que refleja el proceso de crecimiento del turismo en Guatemala desde 1987 iniciando con 353 mil visitantes, en 1995 el registro asciende a 563,478 turistas; y se espera para el año 2,000 Guatemala capte cerca de 700 mil.

Se conocen desde luego las potencialidades turísticas que posee Guatemala y para cubrir las expectativas de desarrollo turístico es necesario fortalecer la estructura organizacional que se dedica a la promoción y desarrollo de este rubro, ante esta necesidad vista y sentida se han dado ya pasos como el logrado por la municipalidad quetzalteca que en 1999 informa de la creación de la secretaría de turismo, como ente adjunto a la municipalidad, ubicada en la oficina 296 del Palacio Municipal.

La Municipalidad de Quetzaltenango (1999) en el documento: secretaría de Turismo; explica que la secretaría de turismo es la entidad encargada de la concepción de políticas turísticas por supuesto que también de planificación y ejecución; la secretaría cuenta con el apoyo de entidades públicas y privadas con las cuales se trabaja en forma conjunta para impulsar la afluencia y permanencia de turistas en Quetzaltenango.

1.1. CAPTACION DE TURISMO:

El turismo se clasifica básicamente en nacional y extranjero; el nacional o interno es el que realizan los guatemaltecos dentro del territorio nacional, es decir, cuando se desplazan de su lugar habitual de residencia hacia otro en el cual pasa como mínimo una noche. El turismo nacional se realiza a lugares como Tikal, antigua Guatemala, diversos sitios arqueológicos, las playas, los biotopos, etc.

El INCAE (1996) afirma que Totonicapán, Huhuetenango y San Marcos obtuvieron el 89.8% de turismo nacional y 10.2% de turismo extranjero. Indica además, que es necesario emprender cambios significativos en la legislación, redistribución de presupuestos, preparación de personal calificado y ante todo concientizar al guatemalteco para que sea protagonista del cuidado y difusión de los valores culturales del país.

La Cartilla Monográfica de Totonicapán (s/a) indica que el departamento de Totonicapán ofrece, desde cualquier punto, gran riqueza turística, el verde esmeralda de sus montañas, valles y praderas; los municipios se destacan con sus características artesanales propias.

Estas dos indicaciones deberían ser suficiente llamado de atención para iniciar una verdadera tarea de captación de turistas que permita el desarrollo de la población, encaminarla a mejores y mayores niveles de vida utilizando el recurso propio.

A) AFLUENCIA DE TURISMO:

El turismo como se conoce hoy en día se refiere al conjunto de fenómenos que producen los viajes, esto se refiere al andamiaje que se utiliza, es la red de infraestructura y servicios que dan soporte a los viajeros.
El turismo se ve favorecido por las conquistas salariales y laborales que les permiten gozar de tiempo para recrearse o descansar; también por la facilidad de viajar no sólo de forma aérea que es la forma más fácil y rápida sino también por autobus, estas empresas ofrecen viajes bastante económicos. El crecimiento de las ciudades, la vida agitada, la contaminación ambiental, la lejanía de la naturaleza, permiten que las personas deseen escapar de las ciudades en búsqueda de aire puro, naturaleza, tiempo para encontrarse consigo mismo en un marco diferente que le facilite la reflexión y el conocimiento de otros modos de vida dignos de apreciar.

Sernatur (1975) clasifica el turismo de la siguiente manera:

TURISMO DE PLACER: cuando el objetivo es la distracción. Ejemplo: playas, grandes ciudades, discotecas, casinos, etc.

TURISMO DE SALUD: cuando la razón del viaje es hacer descanso o tratarse con algún médico o especialista.

TURISMO CULTURAL: cuando la motivación principal es conocer las manifestaciones culturales de un pueblo.

TURISMO DEPORTIVO: el motivo del viaje es participar u observar la práctica de diversos deportes.

TURISMO DE CONGRESO: se viaja para participar en eventos académicos, cursos o congresos y se hace uso de los servicios como paseos o restaurantes.

TURISMO DE NEGOCIOS: cuando el viaje se hace para contactos comerciales y esto implica el uso de los servicios turísticos.

TURISMO RELIGIOSO: se viaja para participar en eventos religiosos o para conocer lugares importantes dedicados al culto religioso.

No se menciona en esta clasificación algún otro tipo de turismo que es posible no se haya considerado pero que sucede especialmente en Quetzaltenango, donde las escuelas de idioma español están captando visitantes que además de estudiar participan en proyectos de orden comunitario y eligen estas escuelas y no otras porque están presentando la característica de ser entidades conformadas por cooperativas, se cree que este tipo de turismo se hace por parte de personas con una conciencia social más avanzada, pero cualquiera que sea la condición de los viajantes, el cooperativismo en este sector se ha constituido en una verdadera estrategia de captación turística.

El INGUAT (1995), registra que la actividad del turismo se ha incrementado en todo el mundo y así sucede en Guatemala; afirma que el turismo ha llegado a ocupar una posición trascendental en la economía. En 1993 se registró el ingreso por diferentes vías, de 561,917 turistas cuando hace 30 años el ingreso de turistas fue sólo 122,166.

Los registros que lleva el INGUAT se realizan por año, por vías de ingreso; llevando el conteo de los diferentes puntos de ingreso, oficinas de inmigración; los registros por ingreso ha sido hasta ahora la forma más eficaz de llevar control.

Es posible encontrar otras formas de medir la afluencia turística como los registros que llevan los hoteles, es posible que esto no sea tan fiable puesto que algunos visitantes se hospedan en casas de huéspedes o con familiares y amigos. Hasta hoy el registro de entradas de mayor confiabilidad es el que se realiza en los puestos fronterizos y en las entradas de aeropuertos y puertos marítimos. Esto es válido para el turismo real, para el turismo potencial, Hernández (1994) afirma: " Para estimar la afluencia de viajeros por captar habrá que responder a la siguiente pregunta ¿El medio donde se espera captar turistas está desarrollado turísticamente o es nuevo?.

Si este medio se encuentra desarrollado se debe disponer de estadísticas confiables recopiladas a lo largo de cierto tiempo, a partir de ellas se pueden proyectar montos de

demanda respecto a los períodos de afluencia y también con respecto al funcionamiento del ente captor de turistas.

Si el sitio es nuevo los primeros pasos para estimar la demanda de viajeros tendrá que ser diferente puesto que no hay estadísticas confiables para hacer proyecciones.

En los proyectos destinados a captar turistas, Hernándes afirma que es necesario establecer lo siguiente:

DEMANDA HISTORICA: demanda registrada por estadísticas de viajeros o pernoctaciones durante una serie de períodos y datos que pertenecen a levantamientos reales.

DEMANDA FUTURA: Demanda proyectada o prevista con base a la tendencia general mostrada por los datos históricos.

DEMANDA POTENCIAL: demanda que podría ser captada por encima de la demanda futura a condición de que sean habilitados los instrumentos de captación no aplicados anteriormente.

DEMANDA OBJETIVA: es parte de la demanda potencial que ha sido prefijada para ser captada en un horizonte temporal definido.

El mismo autor afirma que cuando un destino turístico no ha sido desarrollado en una proporción al menos parcial respecto a sus posibilidades en atractivo o posición geográfica, deberá dársele tratamiento de sitio nuevo, no obstante haya venido recibiendo pequeños flujos de viajeros durante un lapso histórico prolongado.

Las metodologías de proyecciones para encontrar demanda futura existen con diversos enfoques como el de proyección de mínimos cuadrados, proyección exponencial, parabólica, tasa anual acumulativa, tasa de incremento compuesto, etc.

B) ESTRATEGIAS DE CAPTACION.

Una de las más importantes estrategias de captación de turistas que se utiliza a nivel nacional es la difusión por distintos medios de la identidad "Mundo Maya" (INGUAT 1995), con lo cual se indica que en nuestro territorio "se desarrolló la cultura maya, que dejó vestigios incomparables y únicos en el mundo entero".

De acuerdo con los recursos disponibles el INGUAT ha clasificado los productos turísticos en siete sistemas: "1) Guatemala moderna y colonial, 2) Altiplano indígena vivo, 3) Aventura en el mundo maya, 4) Un caribe diferente, 5) Paraíso natural, 6) Guatemala por descubrir y 7) Costa Pacífico" .

Totonicapán queda ubicado dentro del segundo sistema de productos turísticos, es decir conjuntamente con otros departamentos y municipios entre los cuales se consideran de importante atractivo Sololá, Huhuetenango, Chichicastenango, Quetzaltenango. El Altiplano indígena vivo como producto de oferta turística comprende: "a) contacto con comunidades locales, b) expresiones culturales de la tradición popular (coloridos mercados al aire libre, danzas, ritos, procesiones, etc.); c) naturaleza y paisaje (cultivos y bosques, aguas termales, volcanes); d) historia (prehispánica y colonial); e) compras (artesanías, escuelas de español, " (INGUAT 1995)

La sumatoria de los recursos turísticos, la infraestructura y servicios que presenta el Altiplano indígena vivo se pueden convertir en una oferta comercializable que debe responder a los propósitos de desarrollo de las comunidades y a las necesidades turísticas. Para utilizar nuestros recursos adecuadamente se debe seguir los lineamientos básicos que señala el INGUAT: " conocer la situación y tendencias del mercado, identificar nuevas oportunidades de negocio, coadyuvar en la estructuración de ofertas sostenibles, comercializables y competitivas, influir sobre la demanda, cuantitativa y cualitativamente, elegir opciones estratégicas de mercado".
Las estrategias de captación deben considerar que: " el desarrollo abarca la provisión de una amplia gama de instalaciones y servicios como: transporte, alojamiento, atractivos, servicios auxiliares. Los atractivos inducen al turista a visitar el lugar, el alojamiento y servicios auxiliares proporcionan bienestar al visitante" (Pearce 1991)

Dentro de las estrategias de captación, se debe aprovechar lo que ya se está haciendo a nivel de las páginas WEB, como lo indica Prensa Libre (2,000) que bajo el título de Ciber Totonicapán indica que: Según Yahoo.com y Googles, existen alrededor de 383 páginas en Intenet que hacen alguna referencia a Totonicapán, su cultura, industria e interés turístico. Por ejemplo: Larutanayaonline. com, incluye en su anuncio tours por el departamento, ofrece su arte, música, danza y gastronomía.
En cambio en WWW. tulane.edu/-mari/textiles/totonicapán.html. presenta un enfoque académico afirmando que allí reside una galería virtual de tejido y ropas de San cristóbal y San Miguel.
Por su parte, WWW. casaxela.com contiene una muestra de la arquitectura de Totonicapán, en especial una foto de la iglesia de San Andrés Xecul, tan vistosa en el ciber espacio como en la realidad.
Así como estos, hay cantidad de páginas en el ciberespacio que presentan lo mejor de Totonicapán.

C) PROMOCION DE RECURSOS:

La promoción de recursos turísticos debe partir de su evaluación, ya que ésta ayudará a definir su potencial para la captación; se debe recordar que no todos los sitios son favorables para el desarrollo turístico, evaluar la factibilidad de desarrollar un sitio en particular.

De ahí que no se debe promocionar solo por hacerlo, es tan necesario que la promoción sea parte de un proyecto integral de desarrollo, que defina una visión global acorde a las prioridades locales y nacionales.

"El diagnóstico de un plan global siempre ha de contener un detallado inventario de los atractivos turísticos con que se cuenta en la región a fin de utilizarlo como uno de los elementos indispensables para determinar el tipo y ubicación de las inversiones" (Pearce, 1991) Se dice en síntesis que no debe haber promoción sin inventario y evaluación de los recursos.
En función del inventario es posible establecer las zonas con verdadero potencial turístico; jerarquizarlas a partir de la concentración en calidad y cantidad de los atractivos que contenga cada una, definir la importancia del atractivo para planeación e identificación de un proyecto que permita captar turistas.

D) LA PROMOCION DE RECURSOS A PARTIR DEL MERCADO:

En ocasiones los programas de inversión se originan en zonas en las cuales el elemento de decisión no es la calidad de los atractivos ni las prioridades nacionales de orden socioeconómico, sino las posibilidades que ofrece el mercado consumidor; ya sea por la cercanía de zonas turísticas establecidas, por las facilidades que tiene para la estadía de visitantes o porque los lugares se destacan por sí mismos.

Las estrategias sectoriales son las que determinan la necesidad de reforzar la oferta de servicios incrementándola, mejorándola o integrándola en un circuito de centros que fomenten la llegada y estadía de visitantes. Esto se hace indispensable en Totonicapán que no puede esperar por las estrategias nacionales sino que debe impulsar las estrategias propias sin que por ello sean individuales o autónomas aunque se necesita de urgencia el apoyo del sector privado.

Hasta hoy la promoción de recursos turísticos de Totonicapán se hace sólo por publicidad impresa, en documentos de la municipalidad o de la casa de la cultura.

Es posible que no se haya utilizado otro tipo de recursos de promoción debido a que no se ha efectuado un estudio que permita con certeza establecer la importancia de los mismos.

E) DIFUSION DE LA CULTURA LOCAL:

Las tradiciones y costumbres de un pueblo son un motivo importante para promover turismo, Lundberg (s/a) afirma que: los viajeros sin duda escogen destinos por diferentes razones como el clima, la cultura, los deportes, las diversiones, las posibilidades de compras, etc. pero los atractivos han sido jerarquizados por su importancia de la siguiente manera: 1) belleza del paisaje, 2) carácter de la gente del lugar,3) Alojamiento en buenas condiciones, 4) descanso y relax, 5) tarifas aéreas, 6)interés cultural e histórico, 7) cocina, 8) deportes

acuáticos, 9) diversiones, 10) facilidades para comprar .

Se sabe que el gran atractivo de Gran Bretaña es la historia y la cultura; a pesar de que este elemento ocupa en esta jerarquía el sexto lugar, este país ha sabido explotarlo muy bien. Nuestro país es rico en este rubro por ello la cultura local debe difundirse como un recurso capaz de captar turistas.

Lundberg también afirma que el turismo ha tenido consecuencias favorables para las actividades de orden cultural. En Tunez y Chipre; los tejidos, la cerámica y la joyería ha cobrado mucha importancia. En Malta el turismo ha fortalecido las artes manuales, textiles y cristalería, también se han revitalizado los bailes folklóricos y la música popular.

Los tallados en madera construidos por los Africanos, originalmente muy relacionados con sus ritos, estaban desapareciendo gradualmente, hasta que las compras de los turistas les dieron un nuevo estímulo, respondiendo estos artesanos con el desarrollo de nuevas formas y estilos basados en modelos tradicionales.

Este tipo de ejemplos se encuentran a lo largo de tantos países y una técnica que se ha utilizado para incrementar su demanda es colocar el arte y la artesanía en los vestíbulos de los hoteles y exhibición en restaurantes.

F) ACTIVIDADES PUBLICITARIAS:

La comercialización de los destinos turísticos se puede realizar en bloques compactos como sería: " El altiplano indígena vivo de Guatemala" o bien de ciudades o pueblos de manera específica. "Crear una imagen regional puede añadir más atractivo a sus componentes.

Las promociones regionales pueden ayudar a desarrollar un destino específico o para alcanzar uno o varios segmentos del mercado y para ello muchos países utilizan hoy en día el INTERNET, aunque no dejan de usar los panfletos, revistas especializadas, la televisión y todos los medios posibles.

Las actividades publicitarias se enfrentan con el problema de la identificación de imagen y un mercado concreto para hacer efectiva la publicidad.

1.2. CREACION DE OFICINAS

La creación de una oficina implica la definición clara y objetiva de las estrategias de trabajo a utilizar para el logro de los objetivos; pero estas se desarrollan cuando se define la visión y misión de la oficina que se propone, por lo que para mayor claridad se inicia esta exposición con lo elemental y que por eso mismo muchas veces se descuida como son los elementos concernientes al aspecto físico.

A) INFRAESTRUCTURA:

El montaje de una oficina requiere de un exhaustivo proceso de planeación y definición de las de las actividades a realizar, pero por lógica se inicia considerando los aspectos básicos como los correspondientes a la infraestructura ya que ésta es el soporte donde se asienta todo su quehacer, la infraestructura comprende varios aspectos que se presentan a continuación.

UBICACIÓN Y AMBIENTE FISICO:

Generalmente las oficinas se ubican en lugares que son accesibles a las funciones para las cuales están destinadas; para una fábrica las oficinas pueden estar en el mismo edificio o a un costado, para oficinas de servicios la mejor ubicación resulta en zonas céntricas.

Terry, G.(1975) afirma que las oficinas están ubicadas con referencia a las necesidades a las que sirven.

En realidad para la ubicación de una oficina debe considerarse además de lo señalado por este autor, otras condiciones como: la ubicación de bancos, transportes, otras oficinas que presten servicios que estén relacionados y de los cuales se tenga que hacer uso. Cuando se decide ubicar una oficina para la que no habrá construcción sino acomodación de espacios en un edificio que está en servicio hay que considerar la adaptabilidad del espacio, las entradas y salidas, instalación eléctrica, protección contra incendios, proximidad de centros comerciales entre los que se mencionan: hoteles, restaurantes, servicios como correo y teléfono. También se debe valorar si existe luz natural o artificial, si el edificio donde se ubicará tiene buen nombre y dirección clara, fáciles de pronunciar y recordar, si el área es limpia, tranquila, etc.

El mismo autor señala que para instalar una oficina se debe poner especial atención al espacio disponible, esto en consideración de la distribución de los diferentes ambientes con que contará, a la disposición de sillas, escritorios, máquinas, etc., es decir, debe tener forma y tamaño adecuado, las formas más recomendables son las rectangulares

porque permiten prever necesidades futuras.
Si el espacio a utilizar es rentado hay que considerar los costos y posibles incrementos, también la necesidad de contrato que garantice la continuidad en el servicio que se presta y los servicios que incluye el arrendamiento.

En términos generales, la oficina debe ser un lugar agradable, bien situado, atractivo y cómodo para trabajar, que facilite el trabajo, el acceso, la comunicación y que se localice con facilidad por los usuarios.

Tan importante como la ubicación es el ambiente físico y entre los elementos que permiten un buen ambiente físico González y Bolaños (1997) señalan los siguientes: la temperatura, ventilación, iluminación,color, ruido,decoración, etc.

EQUIPAMIENTO:
Bolaños y González (1997) indican que el arreglo de una oficina debe ser funcional, el mobiliario debe acomodarse simétricamente.
Los muebles de oficina y su disposición en la oficina deben contribuir para que el ambiente físico sea agradable. Son una herramienta esencial para el desarrollo del trabajo. La elección del mobiliario tiene que ser adecuada ya que la comodidad y seguridad influyen en el rendimiento de los empleados al reducir el tiempo en la ejecución de diversas tareas y economiza esfuerzo humano.
El mobiliario de una oficina suele ser un gasto considerable y se usan durante largos períodos, por ello deben seleccionarse con cuidado.
Place, I. (1980) indican que el mobiliario técnicamente elaborado da magnifica presentación y proporciona un efecto benéfico en la productividad del empleado.
Entre los principales muebles de oficina, señala los siguientes: escritorios, sillas, archivadores, muebles para computadoras, mesas para reuniones, amueblados, etc..
Las sillas de una oficina se consideran la instalación física de más importancia, éstas son un artículo casi de uso personal para cada empleado por lo que se debe cuidar algunas condiciones, por lo mismo Terry, G. (1975) indica que las sillas y escritorios son lo más importante de la infraestructura con que se cuenta; las primeras por ello, deben llenar estos requisitos: la altura del asiento tiene que permitir colocar los pies en el suelo fácilmente y la altura del respaldo debe proporcionar apoyo a la región lumbar de la espalda; los escritorios son importantes porque constituyen la superficie para el trabajo y son un almacén temporal de los materiales que se están procesando.

Hoy en día estos instrumentos han alcanzado un desarrollo tecnológico alto, ya que existen en el mercado diseños ergonómicos que disminuyen la tensión de un trabajo tan sedentario como el de la oficina.

La oficina de Educación y Turismo que se creará en la municipalidad de Totonicapán, inicialmente no contará con la tecnología moderna en cuanto a los elementos señalados como esenciales, la OETT se acomodará a las posibilidades del presupuesto municipal. La experiencia y recomendaciones de los expertos tendrá que esperar.

B) RECURSOS HUMANOS IDONEOS:

Curran y Mitchell (s/a), afirman que la selección del recurso humano es uno de los procesos al que debe prestarse mucha atención. El trabajador de oficina puede ser un elemento determinante del éxito de los proyectos o planes que han de ejecutarse. Cuando los empleados se resisten activa o pasivamente a los cambios que se requieren para mejorar el trabajo, lo obstruyen, no coadyuvan al éxito.
De hecho una oficina no será más exitosa que las personas que laboran en ella, por eso es importante que se contrate la mejor persona para cada puesto, la contratación generalmente parte de la definición de un perfil del profesional que ha de ocupar un puesto, pero este perfil no surge de manera caprichosa, es el resultado de un análisis del puesto para el cual se contrata.

Place, I. (1980) dice que hay diferentes medios para contratar personas que laboren en una oficina y presenta un listado de condiciones como son: la solicitud, la entrevista, verificación de créditos y referencias, evaluación técnica y psicológica.

La OETT definirá en sus políticas de contratación los requisitos para los integrantes de esta oficina y para ello se debe considerar los objetivos de la misma pues se requerirá de personal no sólo especializado sino con condiciones y conocimientos específicos como capacidad de planeación y ejecución, así como con poder de convencimiento para el impulso de proyectos que permitan alcanzar las metas. Se considera también que las políticas de personal de la OETT deberá incluir el adiestramiento y capacitación constante del personal.

Place, I. (1980) La función primaria de una oficina es fabricar (procesar) información para diferentes niveles de personal.
Este señalamiento permite reflexionar acerca de que el personal de oficina requiere de un director que sea el encargado de dirigir la gestión administrativa para la ejecución de los planes, por ello deberá ser una persona que además de la especialidad requerida por la oficina, pueda: organizar, dirigir, supervisar y controlar los procesos y los recursos.

La elección de un buen director de la oficina, entre otras, es una de las decisiones de mayor trascendencia para lograr el éxito y por ello se insiste en que es necesario, un análisis de puesto y la elaboración del perfil para poder contratar la persona más adecuada.

Terry, G. (1980) explica que: "El gerente de una oficina pasa la mayor parte del tiempo trabajando con personas, inspirándolas para que alcancen las habilidades y especialidades más altas que puedan lograrse".

Estas palabras indican que además de lo ya mencionado en cuanto a personal, se requiere que éstos tengan características de personalidad tales como: entusiasmo, disposición para logros personales y colectivos. El recurso humano no se parece a ningún otro de que se disponga, ya que además de complicado es difícil de administrar porque no es tan predecible puesto que las personas cambian tanto como varían sus emociones, sentimientos y expectativas. La correcta administración del personal requiere del conocimiento no sólo de la naturaleza humana sino también de la legislación laboral vigente.

Las oficinas, además de un director, requieren como elemento básico una secretaria, un contador, y según la diversificación del trabajo, de otros empleados de diversas posiciones jerárquicas. El tamaño de la oficina en cuanto a personal estará determinado por sus necesidades y recursos.

C) ORGANIZACIÓN:

Dentro de todos los elementos que deben considerarse para la creación de una oficina está la organización y división del trabajo de manera que el equipo de trabajo sea un grupo unificado que opere con efectividad, es aquí donde encaja el aspecto de la autoridad. Toda organización requiere definir los niveles de autoridad.

Terry, G.(1980) afirma que: " la autoridad tiene limitaciones definidas" .

La OETT tendrá un jefe o director de oficina cuya autoridad estará claramente limitada pues es una dependencia supeditada en primer lugar a las disposiciones y políticas del Consejo Municipal de Totonicapán y en segundo lugar a los cambios que se originan como producto de la voluntad popular que es quien decide que partido político asume los cargos públicos y de hecho esta oficina no se escapará de la tradicional situación de que quien gobierna elige a su voluntad al personal que laborará en determinadas dependencias. Por lo expuesto se sabe sin necesidad de mayor análisis que la organización interna dependerá de los cambios políticos nacionales y departamentales; estamos frente a un tipo de oficina pública cuya organización será centralizada.

La organización de una oficina puede presentar dificultades cuando falta delegación de autoridad y la responsabilidad no está bien delimitada o cuando se cuenta con varios jefes para una misma persona, por lo mismo se deben clarificar las líneas de autoridad y

responsabilidad, es decir la política organizacional debe ser clara y exacta con suficientes niveles de control interno.

La organización suele representarse gráficamente y puede responder a las siguientes formas de estructura, es decir, el esqueleto sobre el que los sistemas funcionales crecen.

Place, I. (1980) "Existen tres tipos diferentes de estructuras de organización: lineal (o jerárquica), funcional y mixta (línea y staff). Cada estructura imparte las recíprocas relaciones de autoridad y responsabilidad dentro de una organización. Aunque la estructura mixta es la más utilizada, cada una posee sus ventajas e inconvenientes."

La estructura de línea se reconoce porque la autoridad fluye verticalmente, en línea directa, en otras palabras se puede decir que las decisiones y disposiciones como los controles vienen del ejecutivo de más alto nivel. Todavía se usa en estructuras como las de orden militar.
Tiene como ventajas que es fácil de comprender y es clara en quien da las órdenes y a quien se le entregan cuentas. Place, I. (1980) indica que este tipo de organización puede ser económica porque limita el número de ejecutivos y no requiere de especialistas.

La estructura funcional se basa en la especialización, esto es trabajo planeado y desarrollado sobre una base funcional con especialistas encargados de cada función.

La organización funcional se levanta alrededor de expertos en su especialidad y que como especialista puede trabajar sobre problemas especiales con más eficiencia que un ejecutivo de línea.

Es un hecho que la OETT de por lo menos un especialista por la especificación del campo de trabajo, eso sería como garantía de que esta oficina no se convertirá en una entidad burocrática sino que tendría un carácter ejecutivo en función del objetivo propuesto. Pero en este tipo de organización se presenta el problema de buscar consensos y eso requiere en la mayoría de los casos inversión de tiempo.

También se debe considerar la posibilidad que una oficina tenga una estructura mixta, Place, I. (1980) la describe como aquella en la que una organización lineal desarrolla generalistas, es decir, personas que puedan movilizarse en diferentes áreas. Los directrices son lineales por medio de expertos con suficiente autoridad y responsabilidad. Las actividades funcionales se refieren básicamente a investigación, análisis, interpretación, recomendaciones y coordinación. (Terry, G. 1975)

Las tres formas de organización señaladas tienen sus beneficios y desventajas; para la OETT la organización se perfila como mixta puesto que dependerá en línea del Alcalde municipal y sólo ante ellos tendrá que rendir cuentas y contará en su personal con un director (experto de la rama) que coordinará la realización de las actividades funcionales.

D) POLITICAS BASICAS:

Terry, G. (1975) expone que una política es una guía básica para la acción porque prescribe los límites generales dentro de los cuales se registrarán las actividades.

La existencia de políticas presenta las intenciones de la administración, presenta el marco de trabajo en el cual se basan las acciones, es decir, proporcionan el fondo para entender porque las cosas se hacen como se hacen.

Terry, además afirma que la existencia de políticas presenta las siguientes ventajas: 1) las políticas por escrito exigen que los gerentes mediten sus cursos de acción y determinen qué acciones se emprenderán bajo circunstancias diversas; 2) se proporciona un programa general para muchos asuntos, y sólo los asuntos desusados o excepciones requieren la atención de los gerentes ; 3) se proporciona un marco de referencia dentro del cual puede operar la gente con libertad; y 4) las políticas por escrito ayudan a asegurar un tratamiento equitativo a todos los empleados.

Las políticas que siga la OET tendrán necesariamente que responder a los lineamientos generales determinados por la corporación municipal; sin embargo, se deben definir políticas precisas para los servicios que prestará y para los usuarios de la misma.

Entre las políticas básicas que deben desarrollarse en todas las oficinas y que son aplicables a la OETT se encuentran: un manual de operaciones que informe cómo se va a realizar el trabajo, la descripción de las obligaciones y responsabilidades de los empleados.

También es necesario contemplar un manual de reglamentos de oficina que expliquen las formas de conducta y trabajo que se espera del empleado y además los reglamentos de oficina para los horarios, ausencias, permisos, atención de visitantes, limpieza, etc. Para la OETT es recomendable un manual de propósitos múltiples que contenga como la expresión de los dos manuales señalados anteriormente.

Dentro de las políticas básicas, la OETT debe contemplar un plan de alianzas entre los sectores involucrados en la red de desarrollo turístico; en las cuales deben considerarse sectores privados y públicos que trabajan para lograr el desarrollo turístico sustentable.

Para lograr este propósito el INGUAT (1995) presenta las bases que han de conducir a este logro y sobre ellas deben trabajarse las alianzas institucionales que puedan realizarse.

En general el INGUAT presenta las bases estratégicas a nivel económico-sectoriales orientadas a diiversificar y complementar la oferta turística; propiciar y orientar la inversión en el sector tanto de infraestructura como en los servicios mejorando los recursos humanos, fortalecer la promoción y mercadeo, incorporar a las comunidades receptoras tanto en los esfuerzos como en los beneficios, todo ello con una actividad creciente orientada a la preservación de las culturas y los ecosistemas.
Las alianzas que se efectuen deberán respetar la diversidad de valores culturales y tradiciones, brindar oportunidades para la innovación y renovación intelectual, mantener y reforzar la identidad de las comunidades.

E) PLANIFICACION:

"Planificar es prepararse para actuar" (Place, I. 980)

La planificación es una de las tantas actividades que ejecuta una oficina y como dice Place, es prepararse para la acción. De hecho las planificaciones que se hagan no responden a una idea genial sino, es el producto de un proceso de investigación de las necesidades existentes de la claridad de los objetivos que se pretenden alcanzar.

"Planificar es determinar lo que debería hacerse, cómo debería hacerse, el tiempo que ocupará hacerlo, dónde debería hacerse, quién deberá hacerlo y porqué" (Place, I. 1980).
Planear requiere un conocimiento completo de metas y objetivos, tanto específicos como generales; pensar en lo que se quiere lograr y en qué plazo, corto, mediano y largo.
Se considera que la planificación es una función directiva que involucra recursos materiales, financieros y humanos; además la planeación envuelve tomar decisiones en el curso de la ejecución de un plan.

La planificación constituye una actividad que cada día cobra mayor importancia y que no debe verse como la ruta invariable que conduce hacia el objetivo ya que en el curso del desarrollo pueden presentarse variaciones, alternativas no previstas; sin embargo; cuando un plan es el resultado de una investigación seria y profunda con un análisis acertado, el éxito de la dirección depende de la perfección de la planificación que se realiza.

Terry, G. (1975) refiere que planificar es determinar mentalmente un curso de acción, teniendo en cuenta los factores que influyen en la situación en particular e intentando indicar las futuras condiciones para alcanzar el objetivo deseado.

Según esta explicación todo plan tiene una finalidad concreta, el objetivo que se quiere alcanzar. La determinación del mismo proviene de las necesidades a satisfacer. Para la OETT la necesidad básica es captar turismo y en función de esa necesidad se establecerán los objetivos y de hecho los planes necesarios para su logro. La oficina entonces correrá con la responsabilidad de planificar a corto, mediano y largo plazo las acciones y recursos que han de destinar para la ejecución.

Características de la buena planificación:

Place, I. (1980) indica que un buen plan requiere objetividad, lógica, adaptabilidad, que se base en todos los hechos pertinentes y disponibles.

Un plan objetivo y lógico es necesariamente un trabajo científico de solución de problemas, esto implica procesos mentales como la percepción del problema, la ideación, el juicio, la inferencia, inducción y deducción, sin que por los mismos se convierta en inmodificable sino por el contrario adaptable pero con estabilidad.
Un buen plan debe ser estable a largo plazo y flexible a breve plazo, comprensible como para confiarse a subordinados y ejecutarlo con un mínimo de instrucciones ulteriores.

Place, I. (1980) "un buen plan no es ambiguo. Es perfectamente claro con respecto a las metas, al presupuesto, a la distribución de los recursos. Indica quien es responsable de cada fase y cuando. Es claro para la autoridad en el momento de la toma de decisiones y en el de la rendición de cuentas".

F) VISION – DEFINICION

" La visión consiste en la percepción de un futuro realista, creíble y atractivo que puede ser tan vago como un sueño o tan preciso como una meta" (Vielman, J. 1999)

Cuando se planea la creación de una oficina, independientemente de sus funciones, se hace necesario responder con claridad y objetividad a una sola pregunta ¿qué queremos ser?.

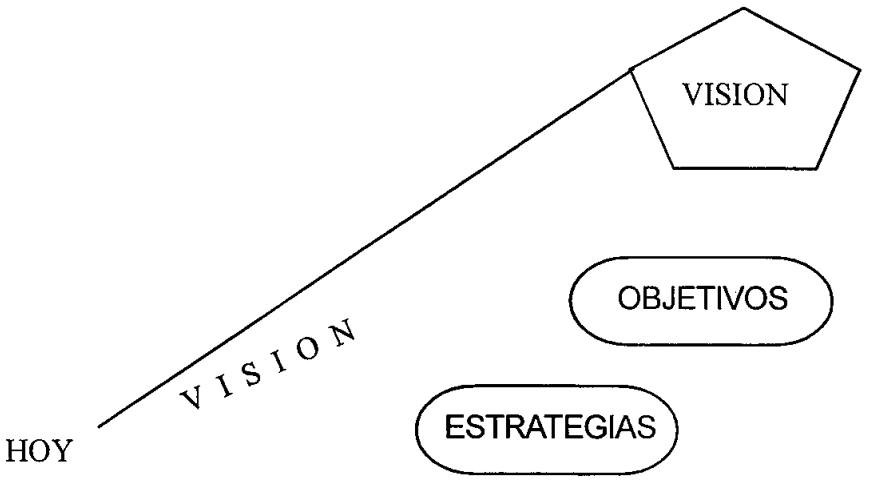
La definición de la visión no es un concepto nuevo, La Biblia citada por Vielman, J. (1999) en el libro de Proverbios 29:18 dice: "Sin una visión, el pueblo perecería".

La visión es una necesidad para cualquier organización, es la que puede dirigir un enfoque, motivar, unificar y conmover a la empresa u organización pueda alcanzar una identificación y proyectarla con eficiencia.

Su naturaleza contempla el análisis pero también la intuición, la experiencia los juicios, las sensaciones del pasado sirven para tomar decisiones, para sobrevivir organizacionalmente a los cambios.
Cuando se puede responder sin ambigüedades a las siguientes preguntas: ¿Qué tenemos? ¿Qué espera la sociedad? ¿Qué debemos tener?

Qugley, J. (1996) dice que para elaborar la visión se requiere partir del escenario actual y ver el escenario futuro, los requerimientos del entorno para dar una respuesta al futuro de la organización.

En realidad entre ambos escenarios hay una considerable distancia, esa brecha ha de disminuir en la medida en que las estrategias que se apliquen sean eficaces y eficientes. El siguiente esquema tomado de Vielman (1999), sintetiza de manera clara lo que se ha expuesto.



La definición de la visión requiere además de la capacidad de romper paradigmas y analizar la capacidad del cambio que nos conduzca a emprender las rutas más recomendables para acortar la distancia entre el presente y el futuro.

La OETT dentro de su visión debe contemplar lo siguiente: para coadyuvar al desarrollo turístico de Totonicapán y desarrollarse como ente especializado no puede ignorar o apartarse de los lineamientos generales que plantea el organismo rector del turismo a nivel nacional y estos lineamientos son claros y contempla estrategias de orden social como: mejorar la calidad de vida de la población, preservar, valorizar y promover el patrimonio natural y cultural de la nación así como generar fuentes de empleo. Las estrategias de orden económico contemplan la integración de sectores así como orientar

el manejo eficiente de los recursos. Es un hecho que el INGUAt también ha conteplado visionariamente elementos de orden político local y regional.

Apegados a estos lineamientos básicos la OETT tenderá a desarrollar sus propias estrategías con la alianza de sectores que en la región se interesan y participan de manera activa en el proceso de lograr un desarrollo turístico para Totonicapán.

G) NECESIDAD DE ALIANZAS ESTRATEGICAS:

El proceso de desarrollo turístico sustentable presentado por el INGUAT (1995), permite visualizar que a nivel del departamento se pueden crear alianzas estratégicas que permitan a la OETT impulsar los procesos metodológicos necesarios para promover la captación de turistas. Se presume que se podrán crear alianzas bien definidas que establescan roles y responsabilidades, tipos de apoyo sectorial, nacional e internacional con instituciones como PRODETOTO, FUNDAP, CEDRO, Cooperativa de Ahorro y crédito San Miguel Chuimekena; que son instituciones que contribuyen a mejorar actividades de producción de bienes y servicios, vivienda, y diversos tipos de proyectos entre ellos salubridad que de manera indirecta condicionan el desarrollo turístico; además estas instituciones también brindan capacitaciones así como algún tipo de asistencia financiera.

PRODETOTO:
Como institución considera y opina que en la municipalidad de Totonicapán debe establecerse cuanto antes la Oficina de Educación y Turismo así como ya existe y funciona en otras ciudades como Quetzaltenango, Antigua, Sololá, Petén; con la finalidad de promover y coordinar el proceso local de desarrollo turístico.

FUNDAP:
Como entidad de apoyo, al ser consultado, manifestaron que están de acuerdo y desean colaborar con el departamento, que pueden proporcionar ayuda para lograr los objetivos de la OETT que son promover el turismo y de preferencia el ecoturismo, ya que FUNDAP considera que éste es el punto fuerte de la región, así lo demuestra la descripción de la región.

CEDRO:
Siendo una entidad que se ubica en Totonicapán, contempla entre sus planes la instalación de un hotel de primera categoría para recibir turistas, también manifiesta esta institución su interés por establecer un plan de educación turística en sus distintas fases cubriendo así las mayores necesidades de educación en este campo. Además exteriorizaron sus inquietudes por el desarrollo artesanal, educativo y cultural de la comunidad.

Diversas instituciones y entidades cívico-culturales manifestaron su disposición a colaborar para lograr que el departamento alcance un nivel de desarrollo turístico que permita mejorar las condiciones de vida de la población.

H) FUNCIONES:

"La función de la oficina en todas partes es examinar y clasificar datos en grupos o categorías significativas y útiles que se denominan información" Place, I. (1980)

Se puede decir que una oficina procesa información para poder tomar decisiones pero esta función conlleva al mismo tiempo otras actividades como papeleo, elaboración de documentos, llevar registros, distribución y archivo. La utilidad de esta función de procesamiento de información es la planificación. La información puede provenir de fuentes internas o externas.

En el caso de la OETT la información fundamentalmente provendrá del exterior, de las investigaciones necesarias para el trabajo que ha de realizarse.

Las funciones que realiza una oficina se puede decir que son genéricas en cuanto a los procesos pero exclusivas en cuanto éstas están en función del logro de objetivos, no serán las mismas funciones de una oficina contable que una de servicios médicos aunque su función genérica es procesar información y ambas elaboran, envían, reciben y archivan documentos; la exclusividad entonces radica en la visión que ha de alcanzarse.

Las organizaciones además deben planificar sus acciones, los planes son una respuesta a las necesidades y éstas a su vez se conocen por la investigación o por procesos de observación y análisis.

Los planes no sirven de mucho si se quedan en papel, esto nos lleva a otra función que consiste en la ejecución de lo planeado. De la ejecución se derivan otras funciones como la supervisión que permite verificar los alcances del plan, prever situaciones especiales y cuando se presenta una situación que no se había considerado, hacer las correcciones pertinentes. Hasta aquí todavía las funciones no alcanzan su punto máximo; es necesario la evaluación de lo ejecutado para valorar en su justa dimensión los aciertos, desaciertos y redefinir las necesidades.

Las oficinas también realizan funciones contables como elaborar presupuestos de funcionamiento, registros de ingresos y egresos, compras, etc.

I) RECURSOS FINANCIEROS:

Para el cumplimiento eficaz de sus funciones, una oficina requiere de la asignación adecuada y administración eficiente de sus recursos financieros.
Los directores de oficina o gerentes requieren saber cuánto cuestan las cosas, como se calculan estos costos, esto es esencial para una organización.
Ahora bien, para las oficinas públicas el panorama cambia, generalmente los empleados justifican con documentos las erogaciones hechas a los presupuestos asignados. Los directores o gerentes en muchos de estos casos no se involucran en este rubro, se limitan a respetar las normas de compras y contrataciones que tiene el Estado.
En cualquiera de los dos campos, público o privado, los directores o gerentes deben conocer sobre los costos directos e indirectos además de los costos ocultos que se generan en las oficinas.

La importancia de los recursos financieros y su administración la define Terry, G. (1975) así: el presupuesto promueve el punto de vista general, ayuda a revelar los puntos fuertes y los débiles de la organización, de la oficina, facilita la toma de decisiones administrativas. Los presupuestos de funcionamiento no sólo se limitan a los gastos de operación sino todos aquellos que van a facilitar el logro de los objetivos y debe prever las emergencias y las variaciones en los costos.

Los recursos financieros de la OETT tienen en este caso un tratamiento especial, y es el que corresponde a la municipalidad de Totonicapán, que es una entidad autónoma.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Guatemala existe el Instituto Guatemalteco de Turismo que es la entidad rectora del desarrollo y promoción turística, sus oficinas con sede en la ciudad capital tienen poca cobertura a nivel departamental y eso no permite que este rubro tan importante de la economía nacional se desarrolle de manera efectiva en departamentos como Totonicapán que cuentan con gran potencial para atraer turistas de todas partes del mundo.

El departamento de Totonicapán posee una ubicación geográfica especial, ya que junto a otros, conforman el altiplano guatemalteco; Totonicapán es un departamento cuyos habitantes se dedican a la alfarería que puede ser un aspecto importante para el turismo, también la madera que es bellamente trabajada por artesanos totonicapenses, no quedándose al margen los tejidos típicos que son muy apreciados por los turistas extranjeros.

En cuanto a la naturaleza, del departamento cuenta con baños termales que son visitados por los habitantes del mismo departamento pero que con un buen acondicionamiento se pueden convertir en Centros Turísticos. Con relación a los recursos naturales cuenta con montañas que están bien resguardadas.

Además de las labores a que cotidianamente se decía la población, las mismas formas de vida, costumbres y riquezas folklórica no se han explotado debido a factores como: La escasa difusión de las riquezas propias del departamento, la inexistencia de una oficina que de manera concreta desarrollándose la actividad turística, la falta de conocimiento de los habitantes de la región sobre los beneficios que genera la actividad turística, la falta de personal entrenado para ejecutar las tareas de información y conducción de los pocos turistas que visitan el departamento hacia lugares que por su belleza natural y cultural ancestral pueden convertirse en centros de desarrollo turístico ya que son de interés para el extranjero.

En esta investigación se pretende responder a la siguiente pregunta como problema de investigación:

¿Qué elementos deben contemplarse en la creación de la oficina de educación y turismo, que permita la captación del turismo en Totonicapán?

2.1 OBJETIVOS:

2.1.1. OBJETIVO GENERAL:

- Presentar una propuesta para la creación de la oficina que promueva el

desarrollo turístico y facilite a sus habitantes la educación en este campo.

2.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Establecer los lineamientos generales y específicos para la organización de una oficina que eduque, promueva y conduzca el desarrollo turístico de Totonicapán.
- Determinar el tipo de recurso humano necesario para las funciones que desarrollará la OETT.
- Definir el recurso financiero necesario para el funcionamiento adecuado de la OETT.
- Indagar sobre las condiciones que debe presentar la cabecera de Totonicapán para desarrollar su potencial turístico.
- Determinar que actividades promueven la Municipalidad y el Instituto Guatemalteco de Turismo, tendientes al desarrollo turístico del departamento de Totonicapán.

2.2. VARIABLES DE ESTUDIO:

- Creación de la oficina de educación y turismo.
- Captación del Turismo.

2.3. DEFINICION DE VARIABLES:

2.3.1. Definición Conceptual:

CREACION DE LA OFICINA DE EDUCACION Y TURISMO:
La Oficina de educación y turismo, será el sitio o lugar en donde trabajan los profesionales especialidados en la rama para la determinación de metas, objetivos, políticas y estrategias de funcionamiento en el ramo de la educación turística y promover la captación de personas que se desplazan con fines de recreación, negocios, estudios, diversisón, etc.

CAPTACIÓN DE TURISMO:
Es recoger personas que viajan por distracción y recreación. Organización desde el punto de vista técnico, financiero y cultural.

2.3.2. Definición Operacional:

Creación de la Oficina de Educación y Turismo:
Es el proceso por el cual se establecen los lineamientos y recursos necesarios para el funcionamiento de una entidad, dependiente de la Municipalidad de Totonicapán, cuya finalidad es educar a la población y captar turistas para propiciar el desarrollo turístico.

Se mide la organización de la oficina a través de los siguientes indicadores:

Infraestructura -Organización idónea
Recursos humanos idóneos
Planificación necesaria
Políticas básicas
Visión-Definición
Proyectos a desarrollar - Funciones

Captación de turismo:

Afluencia de turistas
Estrategias de captación actuales
Promoción actual de recursos
Demanda actual de servicios
Difusión de la cultura local
Actividades publicitarias actuales
Ampliación de sectores comerciales
Protección del patrimonio
Revalorización de expresiones culturales

2.4. ALCANCES Y LIMITES:

ALCANCES:

La investigación tiene una cobertura para todo el departamento de Totonicapán, la investigación en profundidad pretende la creación de una oficina que promueva a corto y largo plazo el turismo en la cabecera municipal de Totonicapán, con la final de que en forma progresiva pueda coordinar este proceso al resto del departamento.

LIMITES:

Para la investigación se presentó como limitaciones las siguientes: Falta de bibliografía nacional, falta de colaboración por parte del INGUAT para facilitar la información.

2.5. APORTE:

El estudio ofrece una propuesta para el desarrollo de dicha oficina. Con esta oficina se logrará promover la afluencia turística en el departamento y como consecuencia el desarrollo económico y social, además se obtendrán benefcios producto del intercambio cultural. Se espera que con el funcionamiento pleno de esta oficina se promueva la apertura de nuevas fuentes de trabajo y la revalorización y desarrollo Artesanal.

III. METODO

3.1. SUJETOS

La población de la investigación la constituye:

SECTOR	HOMBRES	MUJERES	EDAD	TOTAL
El Concejo Municipal	38	0	34 a 53 años	38
Pers.doc. Col.Guat.	22	04	25 a 60 años	26
Alfareros	05	00	35 a 65 años	05
Carpinteros	05	00	28 a 70 años	05
Tejedores	06	04	15 a 65 años	10
Alguaciles de baños ter.	02	00	18 a 25 años	02
Restaurantes	05	00	42 a 60 años	05
Hoteleros	05	00	40 a 65 años	05
Adminis. de empresas	02	01	24 a 45 años	03
Grte. de banc.	02	00	28 a 40 años	02
			TOTAL	92

3.2. INSTRUMENTO:

Se administró una entrevista estructurada diseñada por la investigadora, con respuestas cerradas dicotómicas y de opción múltiple, elaboradas con base a los indicadores señalados, dirigida al Concejo Municipal de Totonicapán y profesionales de la ciudad, además a diversos sectores de la población en la que se comprenden: hoteleros, artesanos, alfareros, tejedores, alguaciles y propitarios de restaurantes.

3.3. PROCEDIMIENTO:

La investigación se realizó de la manera siguiente:

Se aplicó el instrumento, procediendo a visitar a las personas escogidas para la muestra en su domicilio o lugar de trabajo; recolectada la información se tabuló, es decir se ingresó la información al programa Microsoff Excel de donde se obtuvo los estadísticos de tendencia central que se utilizan para discutir los resultados y elaborar conclusiones y recomendaciones. Al completar esta fase se procedió a formular la propuesta que presenta esta investigación.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIVACION

La presente investigación es de tipo descriptivo, en la cual no se manipulan las variables sólo se recoge la información de los hechos tal y como suceden.

3.5. METODOLOGIA ESTADISTICA:

A los datos obtenidos de la investigación de campo se aplicó el proceso estadístico de fiabilidad de proporciones cuyo procedimiento incluye los siguientes pasos:

1. Nivel de confianza del 5% = 1.96
2. Error típico

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{p.q}{N}}$$

3. Error muestral máximo

$$\varepsilon = 5\% \times \sigma_p$$

4. Intervalos confidenciales

$$IC = p \pm \varepsilon$$

IV. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos en la investigación de campo; éstos se presentan en el orden de las variables e indicadores estableceidos para el efecto.

1.- ENCUESTA ADMINISTRADA AL CONCEJO MUNICIPAL Y PROFESIONALES DE LA CIUDAD.

									Objetivos					
OPCIONES		%	p	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
1.														
a		59	0.59	0.04	0.08	0.51	0.67	X						X
b		18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X						X
c		23	0.23	0.03	0.06	0.17	0.29	X						X
2.														
a		12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.11	X	X					X
b		29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X	X					X
c		35	0.35	0.04	0.08	0.27	0.43	X	X					X
d		24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X	X					X
e		100	1.00											
3.														
a		12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X	X					X
b		24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X	X					X
c		28	0.28	0.03	0.06	0.22	0.34	X	X					X
d		18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X	X					X
e		12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X	X					X
f		6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X	X					X
4														
a		53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X		X				X
b		41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X		X				X
c		6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X		X				X

OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
5.														
a	60	35	0.35	0.04	0.08	0.27	0.43	X						X
b	50	29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X						X
c	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X						X
d	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X						X
6														
a	24	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.20	X		X				X
b	20	12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X		X				X
c	60	35	0.35	0.04	0.08	0.27	0.43	X		X				X
d	66	39	0.39	0.04	0.08	0.31	0.47	X		X				X
7														
a	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X						X
b	60	35	0.35	0.04	0.08	0.27	0.43	X						X
c	10	6	0.06	0.02	0.04	0.20	0.10	X						X
d	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X						X
8														
a	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X				X		X
b	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X				X		X
c	20	12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X				X		X
d	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.08	X				X		X
e	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X				X		X
f	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X				X		X
9.														
a	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X						X
b	20	12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X						X
c	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X						X
d	20	12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X						X
e	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X						X
f	50	28	0.28	0.03	0.06	0.22	0.34	X						X

OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
10.														
a	28	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X						
b	33	19	0.19	0.03	0.06	0.13	0.25	X						
c	28	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X						
d	33	19	0.19	0.03	0.06	0.13	0.25	X						
e	32	19	0.19	0.03	0.06	0.13	0.25	X						
f	16	9	0.09	0.02	0.04	0.05	0.13	X						
11.														
a	37	22	0.22	0.03	0.06	0.16	0.28	X				X		
b	47	28	0.28	0.03	0.06	0.22	0.34	X				X		
c	14	8	0.08	0.02	0.04	0.04	0.12	X				X		
d	38	22	0.22	0.03	0.06	0.16	0.28	X				X		
e	20	12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.16	X				X		
f	14	8	0.08	0.02	0.04	0.04	0.12	X				X		
12.														
a	28	16	0.16	0.03	0.06	0.10	0.22	X					X	
b	38	22	0.22	0.03	0.06	0.16	0.28	X					X	
c	28	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X					X	
d	38	22	0.22	0.03	0.06	0.16	0.28	X					X	
e	28	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X					X	
f	10	6	0.06	0.2	0.04	0.02	0.10	X					X	
13.														
a	14	8	0.08	0.02	0.04	0.04	0.12	X						
b	54	32	0.32	0.04	0.08	0.24	0.40	X						
c	42	25	0.25	0.03	0.06	0.19	0.31	X						
d	12	11	0.11	0.02	0.04	0.07	0.15	X						
e	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X						
f	11	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X						

OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
14.														
a	54	32	0.32	0.04	0.08	0.24	0.40	X					X	X
b	64	37	0.37	0.04	0.08	0.29	0.45	X					X	X
c	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X					X	X
d	25	15	0.15	0.03	0.06	0.09	0.21	X					X	X
e	17	10	0.10	0.02	0.04	0.06	0.14	X					X	X
15.														
a	24	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.20				X			X
b	29	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23				X			X
c	20	12	0.12	0.02	0.04	0.06	0.18				X			X
d	46	27	0.27	0.03	0.06	0.21	0.33				X			X
e	24	14	0.14	0.03	0.06	0.18	0.20				X			X
f	27	16	0.16	0.03	0.06	0.10	0.22				X			X
16.														
a	74	43	0.43	0.04	0.08	0.35	0.51	X					X	X
b	74	44	0.44	0.04	0.08	0.36	0.52	X					X	X
c	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X					X	X
d	12	7	0.07	0.02	0.04	0.03	0.11	X					X	X
17.														
a	64	37	0.37	0.04	0.08	0.29	0.45	X					X	X
b	74	44	0.44	0.06	0.12	0.32	0.56	X					X	X
c	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X					X	X
d	15	9	0.09	0.02	0.04	0.05	0.13	X					X	X
e	7	4	0.04	0.02	0.04	0.00	0.08	X					X	X
18.														
a	28	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X					X	
b	19	11	0.11	0.03	0.06	0.05	0.17	X					X	
c	28	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X					X	
d	38	22	0.22	0.03	0.06	0.16	0.28	X					X	

OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
e	24	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.20	X					X	X
f	33	19	0.19	0.03	0.06	0.03	0.25	X					X	X
19.														
a	33	19	0.19	0.03	0.06	0.13	0.25	X					X	X
b	19	11	0.11	0.03	0.06	0.05	0.17	X					X	X
c	5	3	0.03	0.01	0.02	0.01	0.05	X					X	X
d	23	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.20	X					X	X
e	57	34	0.34	0.04	0.08	0.26	0.42	X					X	X
f	33	19	0.19	0.03	0.06	0.13	0.25	X					X	X
20														
a	80	47	0.47	0.04	0.08	0.39	0.55	X					X	X
b	90	53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X					X	X
21.														
a	100	59	0.59	0.04	0.08	0.51	0.67	X					X	X
b	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X					X	X
22.														
a	120	71	0.71	0.04	0.08	0.63	0.79	X					X	X
b	50	29	0.29	0.14	0.08	0.21	0.37	X					X	X
23.														
a	135	79	0.79	0.03	0.06	0.73	0.85	X					X	X
b	35	21	0.21	0.03	0.06	0.15	0.27	X					X	X
24.														
a	90	53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X					X	X
b	80	47	0.47	0.04	0.08	0.39	0.55	X					X	X
25.														
a	50	29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X					X	X
b	120	71	0.71	0.03	0.06	0.65	0.77	X					X	X

OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
26														
a	90	53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X			X			X
b	40	23	0.23	0.03	0.06	0.17	0.29	X			X			X
c	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X			X			X
27.														
a	140	82	0.82	0.03	0.06	0.76	0.88	X					X	X
b	30	18	0.18	0.03	0.06	0.12	0.24	X					X	X

La encuesta pasada al concejo municipal que antecede dió resultados en proporciones fiables por lo que se llenaron los objetivos propuestos.

En el siguiente cuadro se presentan los resultados obtenidos en la investigación de campo; éstos se presentan en el orden de las variables e indicadores establecedos para el efecto.

2.- ENCUESTA ADMINISTRADA A COMERCIANTES, ALGUACILES, HOTELEROS, ALFAREROS, CARPINTEROS,TEJEDORES Y PROPIETARIOS DE RESTAURANTES

									Objetivos					
OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
1.														
a	100	59	0.59	0.04	0.08	0.51	0.67	X			X			X
b	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X			X			X
2.														
a	60	35	0.35	0.04	0.08	0.27	0.43	X			X			X
b	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X			X			X
c	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X			X			X
3.														
a	100	59	0.59	0.04	0.08	0.51	0.67	X				X		X
b	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X				X		X
c	30	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X				X		X
4														
a	90	53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X				X		X
b	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X				X		X
c	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X				X		X
5.														
a	120	71	0.71	0.03	0.06	0.65	0.77	X			X			X
b	50	29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X			X			X

									Objetivos					
OPCIONES	N	%	P	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
6.														
a	90	53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X					X	X
b	80	47	0.47	0.04	0.08	0.39	0.55	X					X	X
7.														
a	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X					X	X
b	30	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X					X	X
c	80	47	0.47	0.04	0.08	0.39	0.55	X					X	X
d	20	12	0.12	0.02	0.04	0.08	0.11	X					X	
e	0	0	0											
8.														
a	120	71	0.71	0.03	0.06	0.65	0.77	X					X	X
b	50	29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X					X	X
9.														
a	90	53	0.53	0.04	0.08	0.41	0.61	X					X	X
b	80	47	0.47	0.04	0.08	0.39	0.55	X					X	X
10.														
a	100	59	0.59	0.04	0.08	0.51	0.67	X					X	X
b	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X					X	X
11.														
a	110	65	0.65	0.04	0.08	0.57	0.73	X					X	X
b	60	35	0.35	0.04	0.08	0.27	0.43	X					X	X
12.														
a	100	59	0.59	0.04	0.08	0.51	0.67	X					X	X
b	70	41	0.41	0.04	0.08	0.33	0.49	X					X	X
13.														
a	120	71	0.71	0.03	0.06	0.65	0.77	X					X	X
b	50	29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X					X	X

									Objetivos					
OPCIONES	N	%	p	σp	ε	Li	Ls	F	1	2	3	4	5	G
14.														
a	130	76	0.76	0.03	0.06	0.70	0.82	X					X	X
b	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X					X	X
15.														
a	120	71	0.71	0.03	0.06	0.65	0.77	X					X	X
b	50	29	0.29	0.03	0.06	0.23	0.35	X					X	X
16.														
a	40	24	0.24	0.03	0.06	0.18	0.30	X		X				X
b	90	53	0.53	0.04	0.08	0.45	0.61	X		X				X
c	10	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.10	X		X				X
d	30	17	0.17	0.03	0.06	0.11	0.23	X		X				X

V. DISCUSION DE RESULTADOS

La captación de turistas es indispensable para propiciar el turismo, se puede contar con los más exquisitos atractivos, la mejor red de servicios auxiliares y hoteles cómodos y modernos pero si no hay visitantes no se puede decir que Totonicapán sea un destino turístico.

El INGUAT a pesar de sus esfuerzos no ha logrado llenar las expectativas en el interior de la República por lo que algunas municipalidades han optado por crear su propia secretaría, tal es el caso de Quetzaltenango.
La Municipalidad de Quetzaltenango (1999) explica que la secretaría de turismo es la entidad encargada de la concepción de políticas turísticas por supuesto que también de planificación y ejecución; la secretaría cuenta con el apoyo de entidades públicas y privadas con las cuales se trabaja para en forma conjunta impulsar la afluencia y permanencia de turistas en Quetzaltenango.

Con el afán de contribuir en el proceso de desarrollo integral, las regiones necesitan y deben encauzar sus esfuerzos para el desarrollo regional optando por dar vida a los propósitos nacionales pero sin descuidar sus características propias; por ello el presente trabajo realiza una propuesta para la municipalidad de Totonicapán a fin de que se apoye la instalación de una oficina de educación y turismo que investigue, planifique y canalice las actividades con el propósito fundamental de captar turistas y educar a la población para hacerlo partícipe del proceso de deesarrollo turístico; para lograr estos propósitos se encuestó al Concejo Municipal y a los profesionales de la ciudad para conocer su opinión acerca de este proyecto. Los resultados de la investigación señalan que el mejor lugar para la ubicación de la OETT es el propio edificio municipal y que congruente resulta esto con la revisión bibliográfica realizada, así lo afirma Terry, G. (1975) cuando indica que las oficinas están ubicas con referencia a las necesidades a las que sirven; y puesto que este edificio es céntrico y totalmente conocido, los principales servicios están accesibles y por supuesto los visitantes lo conocen y los que llegan por primera vez son instruidos por sus guías acerca de las características y la ubicación del mismo; así como la elección del lugar es importante, los ambientes físcos de que esta pueda disponer también lo son, pero los encuestados manifestaron que una sola oficina está bien, lo cierto es que esta formulación tiene su sentido puesto que la municipalidad tiene sus propios ambientes y no se requiere de otros para iniciar el trabajo que realizará la OETT. Sobre el equipamiento se manifestó que todos los señalados en la boleta y esto también es congruente con la teoría puesto que por la visión de esta oficina difícilmente se podría desarrollar con plenitud el trabajo si no se cuenta con el servicio de INTERNET que como bien se le llama es la autopista de comunicación más importante en el mundo entero, así puede notarse en Prensa Libre (2,000) que bajo el título de Ciber Totonicapán indica que: según Yahoo.com y Googles, existen alrededor de 383 páginas en Intenet que hacen alguna referencia a Totonicapán, su cultura, industria e interés turístico. Además se indicó por los profesionales y el Concejo Municipal la necesidad de archivadores, escritorios, máquinas

de escribir, etc.
Como toda oficina ésta necesita del recurso humano y éstos de capacitación y especialización en su campo y así los encuestados determinaron que el director debe tener un grado académico de doctorado y su asistente de licenciatura, para la secretaria se dijo que es necesario que sea secretaria y oficinista; los créditos académicos son importantes pero no lo único que se debe poseer, por lo que los encuestados dieron énfasis al conocimiento de la cultura maya y a la educación y no tanto a la especialización en turismo; al respecto se indica que para el cargo de director es importante una maestría, el doctorado sería como pedir la excelencia y la municipalidad no tendría el presupuesto adecuado para pagar los honorarios de este profesional, asimismo en las especializaciones, se considera en este trabajo que de hecho el profesional que dirija la OETT tiene que ser, en su formación, integral; pero la especialidad es necesariamente turismo ya que bien lo indican Curran y Mitchell (s/a), quienes afirman que la selección del recurso humano es uno de los procesos al que debe prestarse mucha atención. El trabajador de oficina puede ser un elemento determinante del éxito de los proyectos o planes que han de ejecutarse; o obstaculizarlos. En relación con la secretaria parece aceptable que sea sólo secretaria y oficinista pero debe considerarse que el inglés es importante para la comunicación internacional por lo que se considera que aquí si se perdió la visión de los encuestados.

Referente al tipo de organización, efectivamente los entrevistados señalan que la organización debe ser de línea, esto significa que estará sujeta al Concejo Municipal y se sabrá con claridad ante quien se debe presentar informes y entregar cuentas y sobre todo quien avalará el trabajo que realicen los especialistas de la OETT, y como indica Place I. (1980) la autoridad fluye verticalmente, en línea directa y las decisiones y disposiciones como los controles provienen del ejecutivo de más alto nivel.
También se pregunto a los encuestados sobre los contenidos de un plan maestro para captar turistas y ellos identificaron como básico la educación de la población, así como la captación y contacto de turistas; es un hecho que estos contenidos son parte de la misión de la OETT por supuesto que sin descuidar el resto de opciones que se presentan en la propuesta puesto que el planteamiento de trabajo es integral. Se señaló también por parte de los encuestados que entre las funciones se destacan entre las opciones presentadas, el establecimiento de la oferta y la consolidación de la oficina que por supuesto son funciones esenciales, de nada serviría un plan maravilloso y muy realista si no se cuenta con una estructura consolidada, eso es una verdadero reto considerando las fluctuaciones políticas que suelen ocurrir en las estructuras de gobierno, pero sin duda el primer equipo de trabajo tendrá frente a sí una labor ardua, ya que al contar con un organismo desarrollado y tecnificado en su quehacer se logrará la misión que es convertir la OETT en un organismo especializado de apoyo para el desarrollo de la red turística por medio de la captación de turistas.

Con relación a la captación de turistas, los profesionales y el Concejo Municipal, indican que se usan todos los medios propuestos y que entre los elementos que se deben ofertar

están los precios especiales y las vacaciones familiares y los lugares indicados como atractivos turísticos señalan: Las cuevas de San Miguel, la Piedra de María tecún, las aguas termales conocidas como la Giaca, el espacio al aire libre llamado Los Hoyitos, así como La Torre a Guzmán que está dedicado al paso del antiguo ferrocarril de los Altos. Actualmente la cultura según su opinión se difunde principalmente por la radio y la prensa nacionales; en opinión de los encuestados el atractivo turístico que más difusión recibe son las artesanías; las tradiciones también son difundidas por medio de las noches culturales y los bailes folklóricos y las ferias. Las respuestas obtenidas indican que se ha logrado en gran medida el objetivo del INGUAT porque una de las más importantes estrategias de captación de turistas que se utiliza a nivel nacional es la difusión por distintos medios de comunicación, "Mundo Maya" (INGUAT 1995), con lo cual se indica que en nuestro territorio "se desarrolló la cultura maya, que dejó vestigios incomparables y únicos en el mundo entero". También es importante anotar que las tradiciones y costumbres de un pueblo son un motivo importante para promover turismo, Lundberg (s/a) afirma que: los viajeros sin duda escogen destinos por diferentes razones como el clima, la cultura, los deportes, las diversiones, las posibilidades de compras, etc. pero los atractivos han sido jerarquizados por su importancia de la siguiente manera: 1) belleza del paisaje, 2) carácter de la gente del lugar,3) Alojamiento en buenas condiciones, 4) descanso y relax, 5) tarifas aéreas, 6)interés cultural e histórico; entre otros.

Con relación a la demanda de servicios que como ya se dijo es parte de la red de desarrollo turístico se considera que sí se realizan compras en los comercios y los turistas además hacen uso de los servicios como bancos, transportes públicos y telgua. De manera contundente los entrevistados aseguran que los turistas también se hospedan en la ciudad, la cual presenta en este campo una cansiderable deficiencia puesto que aunque los diversos sectores encuestados dicen que existen hoteles de 1 y hasta dos estrellas, no significa de que sea cierto ya que las estrellas indican ciertas normas en cuanto a la infraestructura y los servicios que se proporcionan y los que hay en la ciaudad en realidad no las llenan, se considera que esta aseveración se hace por carecer del conocimiento de los requisitos que debe llenar un hotel para merecer una estrella.

El sector de profesionales y los miemmbros del Concejo municipal consideran que el turismo genera más empleo; informan además que con relación a la conservación del patrimonio, se está produciendo deterioro por falta de medidas de protección y entre las que debieran implantarse señalan: el nombramiento de custodios, el saneamiento ambiental y la educación de la población.

El trabajo de campo realizado abarcó otros sectores de la población entre los que se incluyen a: Comerciantes, alguaciles, propietarios de restaurantes, alfareros, hoteleros y carpinteros; entre este sector se hace notable lo ya señalado con respecto a la apreciación que la población tiene de los servicios hoteleros, ya que como lo indican los resultados donde puede obsrvarse que se afirma la existencia de hoteles de 1 y hasta 2 estrellas, se hace énfasis que ésta es la apreciación popular y que en ningún momento constituye un real asomo a la realidad puesto que ninguno llena las condiciones que establece el INGUAT

para adquirir el privilegio de llevar incorporado a su nombre ninguna estrella. Es más, los diversos sectores a los que se hace mención logran coincidir en cuanto al número de hoteles en la ciudad, los que en realidad son siete, es decir que conocen exactamente cuantos hoteles hay.
Los registros de turistas que frecuentan lugares dentro de su viaje son una herramienta utilizada para hacer proyecciones de futura demanda, con respecto a esto se encontró que los comerciantes y los alguaciles en definitiva no tienen ningún tipo de control, los alfareros, carpinteros y propietarios de restaurantes algunos aseguran llevar un control interno como boleta de visita; el único sector que lleva registros y que se puede decir que su respuesta es confiable son los hoteleros puesto que el INGUAT exige que los hoteles y hospedajes lleven un registro de sus usuarios.

En términos generales se encontró que los encuestados coinciden en manifestar que los turistas se intresan por las actividades de tipo cultural que se promueven en el departamento, que buscan lugares par distraerse y se interesan por el vestuario, el idioma y las costumbres del pueblo. Existe una coincidencia muy alta en cuanto a señalar que lo que más se vende en el departamento entre los turistas son las artesanías.

Los lugares turísticos también son motivo de coincidencia y son los ya señalados cuando se analizó los resultados de la encuesta a profesionales y Concejo Municipal, asimismo sobre las medidas de protección del patrimonio natural e histórico.

En síntesis se afirma que la Oficina de Educación y Turismo de la Municipalidad de Totonicapán es una entidad bien vista por el Concejo Municipal y los profesionales quienes tienen una visión muy acertada de lo que se contempla en la propuesta y se considera como una necesidad; con relación a la captación de turistas los sectores investigados coinciden en casi todos los aspectos y se confirma de que Totonicapán es un departamento con potencial turístico no desarrollado por lo que es urgente que se ponga en práctica la propuesta indicada.

De igual manera se afirma que se alcanzaron los objetivos establecidos en el trabajo, pues todas las proporciones son fiables, lo cual indica que los entrevistados están conscientes y además dispuestos a colaborar, cada uno en su campo, para el establecimiento y funcionamiento de la Oficina de Educación y Turismo en la Municipalidad de Totonicapán, con el fin de capatar e impulsar el turismo, tanto nacional como extranjero.

CONCLUCIONES

1. La creación de la OETT es de acuerdo a los resultados un valioso elemento de apoyo para promover el turismo y la educación turística en Totonicapán.

2. La creación de la OETT es viable desde el punto de vista institucional, humano administrativo y financiero.

3. La municipalidad de Totonicapán y el instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT apoyan la creación y operación de la OETT.

4. La OETT se concibe como el órgano muncipal que se promoverá por todos los medios la captación de turistas en función del desarrollo turístico del departamento.

5. La visión profesional y del concejo municipal para la creación de la oficina de educación es congruente con la testaría manifestada en la propuesta.

6. Las autoridades municipales están conscientes de crear la OETT y tienen la facultad de hacerlo puesto que el código municipal así los establece.

RECOMENDACIONES

1. A la Munciplaidad de Totonicapán que agilice los tramites necesarios para la creación de la oficina de Turismo.

2. Que se efectúen los diálogos necesarios para la integración y participación activa, conformando una alianza estratégica, de las organizaciones del sector privado ONGs, organizaciones que trabajan en los campos ecológico y económicos y cultural para que el proceso sea integral.

3. Organizar a los diversos sectores involucrados en la red de servicios turísticos con la finalidad de incrementar sus conocimientos en el área especifica a fin de mejorar la claridad de los mismos y que se ofertan para la capacitacion de turistas y el desarrollo del turismo en el departamento.

4. Que la Muncipalidad y el INGUAT se ocupen de promover estrategias adecuadas para el incremento de la comercializacion de artesanias y ropa típica ya que estos elementos pueden con la aplicación de políticas bien definidas, convertirse en un atractivo turístico esencial en el desarrollo del sitio, identidad y destino turístico de Totonicapán.

5. Que se incie el proceso de educación en materia ambiental y turismo a fin de que la población de Totonicapán se convierte en un elemento decisivo en la conservación del patrimonio natural y cultural

BIBLIOGRAFIA

Bolaños y González (1997)**Manual de organización y prácticas de Oficina.** Guatemala. Edit. Bolaños.

Curran y Mitchell (s/a) **Administración de Recursos Humanos**. España. España. sin Editorial.

Hernández (1994) **Proyectos Turísticos.** México. Trillas.

Lundberg (s/a) **Manual de organización y administración del turismo.** España. sin Editorial.

Pearce (1991) **Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica.** México. Trillas.

Place, I. Hicks, Ch. y Wilkinson,R. (1980) **Organización de oficinas.** España. Edit. Hispano-europeo.

Qugley, J. (1996) **Visión.** Colombia. Edit. MacGraw Hill

Terry, G. (1975) **Administración Hotelera**. México. Trillas.

Terry, G. (1980) **Administración de Oficina**. México. Trillas.

Vielman, J. (1999) **Planeación estratégica**. Tesis Facultad de Ciencias Económicas. Facultades de Qeuetzaltenango, Universidad Rafael Landívar.

OTRAS FUENTES:

Cartilla Monográfica de Totonicapán (s/a). **Totonicapán.** Municipalidad.

INCAE (1996) **Desarrollo Turístico sustentable hacia el año 2,000**. Guatemala. Sin Editorial.

INCAE (1996) **Estadísticas de desarrollo turístico en Centro América..** Guatemala. Sin Editorial.

INCAE (1996) **Turismo en Guatemala; el reto de la competitividad.** Guatemala. Sin Editorial.

INGUAT (1995) **Boletín estadístico.** Guatemala. Sin Editorial.

INGUAT (1995) **Proceso de crecimiento del turismo en Guatemala.** Guatemala. Sin Editorial.

Municipalidad de Totonicapán (1997) **Diagnóstico de Totonicapán**. Totonicapán. Sin editorial.

Municipalidad de Totonicapán (1997) **Código municipal.** Totonicapán. Sin editorial.

Municipalidad de Quetzaltenango (1999) **Secretaría de turismo.** Quetgo.Guatemala.

Prensa Libre (2,000) Editorial: **Guatemala un país para invertir**. Guatemala. 31-1-200. Prensa libre.

SERNATUR (1975)**Secretaría Nacional de Turismo de Chile**. Chile. Sin Editorial.

ANEXOS

PROPUESTA

I. INTRODUCCION:

Totonicapán es uno de los departamentos que, según la segmentación de productos turísticos realizada por el INGUAT, conforman el Altiplano Indígena Vivo; esto significa que por su pasado histórico y su presente autóctono, cuenta con los recursos que pueden convertirlo en un destino turístico para aquellos sectores de viajeros que se interesan por la cultura y formas de vida de otros pueblos.

El turismo es un rubro que cada día se vuelve más importante dentro del desarrollo económico y social de Guatemala. Se ha considerado que el hecho de que existen políticas generales para dinamizar, optimizar y explotar racionalmente, los atractivos turísticos en general; es necesario entonces aplicar estos lineamientos a la región específica y crear los que se considere convenientes porque ello contribuirá a mediano y largo plazo al logro del objetivo de desarrollo integral y sostenible del país.

II. JUSTIFICACION:

El proceso de desarrollo turístico es complejo, requiere de una multiplicidad de acciones especializadas que como es lógico no se deben ni pueden recargar en cualquier dependencia municipal. La diversificación de los procesos de desarrollo requieren de especialización en la investigación, planificación y ejecución de funciones.

Este requerimiento propio del proyecto turístico es lo que justifica precisamente que la municipalidad de Totonicapán cree la Oficina de Educación y Turismo.

III. CONTENIDOS

3.1. Definición de los objetivos general y específicos para la OETT.
3.2. Establecimiento de la visión de la oficina.
3.3. Estimación de el equipo necesario para su funcionamiento.
3.4. Determinación de las funciones básicas de la OETT
3.5. Criterios para la selección del personal con que se integrará.

3.6. Estimación del presupuesto de funcionamiento.
3.7. Plan maestro de trabajo.
3.8. Determinación de planes complementarios del plan maestro.

IV. DESARROLLO DE LA PROPUESTA:

CREACION DE LA OFICINA DE EDUCACION Y TURISMO DE TOTONICAPAN

4.1. OBJETIVOS:

GENERAL

Coadyuvar en forma conjunta y solidaria con los sectores involucrados en la red de desarrollo turístico para propiciar la captación de turistas en el departamento de Totonicapán.

ESPECIFICOS

- Investigar las necesidades que presenta el departamento para desarrollarse como destino turístico.

- Planificar y ejecutar acciones encaminadas a potenciar los recursos turísticos del departamento.

4.2. VISION:

Desarrollar un organismo de apoyo especializado, capaz de ejecutar proyectos conducentes a lograr avances significativos en el desarrollo turístico del departamento, involucrando a todos aquellos sectores que conforman la red de desarrollo turístico.

4.3. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO:

Se considera conveniente que siendo un organismo municipal, la OETT se ubique en las instalaciones de la municipalidad ya que este edificio es céntrico, público y de muy fácil ubicación.

En cuanto al equipo con que deberá contar se considera necesario al menos 2 computadoras conectadas a INTERNET para facilitar la comunicación y

contactos necesarios en el proceso de captación.

Es necesario además 3 escritorios con sus sillas, 2 de ellos ejecutivos y 1 secretarial, un archivador, un juego de sala típico, una mesa de trabajo colectivo, una máquina de escribir, un aparato de vídeo con TV
La OETT también necesita materiales fungibles como: marcadores de pizarra, pizarra, papel, vídeos, sobres y papel membretados, etc.

4.4. FUNCIONES:

a) De investigación:

La oficina ejecutará investigaciones encaminadas a:

Inventariar los recursos naturales, monumentales y culturales con que cuenta el departamento de Totonicapán.

Determinar la condición actual en que se encuentran los recursos turísticos.

Establecer las necesidades de protección y mantenimiento de los mismos .

Jerarquizar las prioridades que existen en materia de desarrollo turístico y promoción del patrimonio.

Determinar las necesidades que para fortalecer el proceso presentan los diferentes sectores involucrados y así propiciar las condiciones organizativas y de autogestión para solventarlas.

Velar porque se ejecuten los planes específicos existentes para la protección de los extranjeros que visitan el departamento y los sitios de atracción turística con que se cuenta.

b) Planificación:

Con base a los resultados de las investigaciones que se realicen, planificar y ejecutar los proyectos necesarios para brindar alternativas de solución encaminadas al logro de los objetivos. Entre los planes que deberán resultar de la investigación se establece como prioritario: El plan maestro de la OETT, los planes auxiliares del plan principal entre los cuales no deben faltar los planes

de educación turística de la población, los planes de mejoramiento de los servicios que se ofrecen al turista, el plan de protección, promoción y conservación del patrimonio y por supuesto que no pueden faltar planes auxiliares de captación de recursos para hacer de la entidad un proyecto autosuficiente, así como vigilar de cerca la ejecución de los planes establecidos para garantizar la seguridad de los visitantes extranjeros. Debe en la planificación establecerse los proyectos destinados a la captación de fondos con la visión que la oficina sea un organismo autofinanciable, los proyectos podrán elaborarse en función del beneficio de cualquiera de las áreas de la red con la que se trabaje.

c) Ejecución:

La OETT ejecutará los planes elaborados apoyándose en los sectores involucrados en la red de desarrollo turístico y en las personas que reciban la educación turística.

d) Evaluación:

La evaluación del trabajo realizado se hará cada 6 meses para verificar los logros del plan maestro y se hará conforme se pongan en marcha los planes auxiliares, es decir cuando sea necesario para cada proyecto.

e) Información y divulgación:

Dentro de las funciones de la OETT se encuentran la de información y divulgación así como la de brindar asesoría a diferentes sectores cuando éstos lo requieran. Se brindará información a los turistas, a los sectores involucrados y prestadores de servicio. Se divulgara, siguiendo un plan, todos los recursos y atractivos con que cuenta el departamento.

4.5. PERSONAL

DIRECTOR:

Funciones:

El director de la Oficina de Educación y Turismo de Totonicapán es la persona responsable de conducir a la OETT hasta alcanzar la visión propuesta; para

ello se requiere de efectuar de manera eficaz y con la colaboración del asistente de los procesos de investigación, planificación, ejecución, supervisión, control y evaluación de las actividades contenidas en el plan maestro de la OETT y de los planes auxiliares.

Requisitos:
Estudios universitarios a nivel de maestría en turismo.
Conocimientos sólidos de historia y cultura nacional con énfasis en cultura local.
Experiencia demostrable en investigación social.
Experiencia en formulación de proyectos.
Trilingue preferiblemente Quiché, Español e Inglés.
Alta capacidad organizativa y acostumbrado a trabajar por objetivos.
Facilidad para trabajar en ambiente interculturales.

ASISTENTE DE DIRECCION

Funciones:

El asistente de dirección tiene como función principal asistir, brindar ayuda y apoyo al director en los procesos de: investigación, planificación, ejecución, supervisión, control y evaluación de las actividades contenidas en el plan maestro de la OETT y de los planes auxiliares.

Requisitos:

Estudios universitarios a nivel de licenciatura en administración de empresas turísticas.
Con conocimientos de historia y cultura nacional
Preferiblemente con experiencia en investigación social
Experiencia en formulación de proyectos
Dinámico, entusiasta y organizado.

SECRETARIA.

Funciones:

La secretaria es la persona que tiene como principal función resguardar la información que se maneje en la OETT, atender las necesidades secretariales de correspondencia, archivos, agendas de trabajo. También es la persona

encargada de brindar información a los turistas y a quien la solicite.

Requisitos:

Secretaria ejecutiva bilingüe de preferencia con orientación turística.
Excelentes relaciones interpersonales
Habilidad para comunicarse interculturalmente.

4.6 PLAN MAESTRO PARA LA CAPTACION DE TURISTAS EN EL DEPARTAMENTO DE TOTONICAPAN.

4.6.1. OBJETIVO:

Propiciar la captación de turistas en el departamento de Totonicapán para propiciar el desarrollo económico – social de la población.

4.6.2. ACTIVIDADES ESPECIFICAS:

1. **Identificar e inventariar los principales recursos turísticos de Totonicapán.**

   Esto es conceptualizar, delimitar y cuantificar los sitios naturales, recursos arquitectónicos, folklore y museos.

   Plan específico:
   De la cuantificación, conceptualización y delimitación de los recursos turísticos, deberá desprenderse un plan específico que formule aportes ostensibles para la protección, conservación y explotación turística de lo que registre el inventario; para ello será necesario contemplar en el plan los medios sociales, económicos y legales que faciliten la misión. De esta información se obtendrán recursos ya que se hará una edición especial para ser distribuida comercialmente.

2. **Identificar e inventariar los elementos de la red turística que operan en Totonicapán.**

   Plan específico:

   Esta investigación debe estar enfocada a evaluar las condiciones materiales, establecer las deficiencias de la red con la finalidad de propiciar la organización y educación de los proveedores de servicios para la autogestión y mejoramiento de los mismos.

3. **Investigación de demanda turística:**

Plan específico:
Finalidad: establecer la demanda potencial y las características del mercado meta al cual deberá enfocarse la atención y hacia donde deberá dirigirse los procesos de mercadeo y para lo cual es necesario establecer el perfil, características y comportamiento del turista, así como la satisfacción del viaje.

4. **Formulación de una política de promoción y comercialización turística.**

Plan específico:
La formulación de una política de promoción y comercialización deberá tener en cuenta el segmento turístico que Totonicapán representa para lo cual deberá tener una definición estratégica de qué, cuándo, dónde y cómo orientar la promoción: Deberá adentrarse en la elaboración de guías, folletos planos, mapas, centros de información y publicidad audiovisual.

5. **Formulación de una política de educación turística para la población.**

Plan específico:
La población de un lugar que se propone desarrollar como destino turístico debe ser sujeto de ese proceso, no estar al margen; por ello es necesario formular una política de educación turística que dirija un proyecto aplicable en todos los niveles educativos que cubre el departamento par educar a la población en torno a las necesidades y oportunidades que genera el turismo así como la de la participación consciente y organizada de la población para la protección de los recursos disponibles.

6. **Velar por el cumplimiento de los planes de protección al turista.**

Establcer los mecanismos para la coordinación en el departamento del programa de asistencia al turista en la elección de destinos turísticos.

Plan específico:
Instruir a los distintos operadores de turismo sobre la necesidad de elaborar guías instructivas claras de los destinos turísticos y de las medidas que deben cuidar los visitantes

y sus conductores; que se instruya acerca de donde debe buscarse ayuda y orientación para recoridos problemáticos.

Como se observa cada actividad específica debe llevar consigo la formulación de un plan específico de los cuales se brindan las líneas generales que le servirán de directrices.

1. **Captación de recursos económicos.**
   Se procederá a partir de las necesidades de desarollo del turismo en Totonicapán, a elaborar proyectos que permitan a la oficina de Educación y Turismo ser autofinanciable, éstos estarán en función de obtener recursos para mejoramiento, divulgación y conservación de recursos naturales, históricos y culturales, por ejemplo: Captar por medio de un proyecto fondos destinados al desarrollo de la producción de tejidos típicos. Los proyectos se presentarán en un término de 6 meses a diferentes instituciones de financiamiento.

4.7. RECURSOS:

a) Recursos humanos:

Los señalados en el inciso correspondiente como funcionarios de la OETT; el desarrollo del plan maestro y sus planes específicos requieren personal auxiliar que deberá contratarse en forma temporal.

b) Recursos financieros:

La OETT funcionará con el presupuesto de ingresos y egresos descritos en el numeral 4.8, estimación del presupuesto. Pero debera generar su propios proyectos entre los cuales pueden contemplarse los siguientes:

- Proyecto de saneamiento ambiental.
- Proyecto de conservación del patrimonio.
- Proyecto para capacitar artesanos
- Proyecto de edición documental para la coservación y preservación de la flora y fauna de Totonicapán.
- Proyecto de edición y recopilación histórica de la cultura del departamento.

Se espera que los proyecto permitan el financiamiento de la OETT en un plazo no mayor de un año.

v. MONITOREO Y EVALUACION:

Todo proyecto requiere de un proceso de monitoreo y evaluación que permita estimar de manera objetiva los aciertos y desaciertos, que permita trazar nuevas perspectivas conforme vayan cambiando las necesidades del proceso.

4.8. ESTIMACION DEL PRESUPUESTO.

Presupuesto estimado para la oficina de Educación y Turismo de Totonicapán

EGRESOS			
		TOTAL	
EQUIPO			
2 Computadoras	Q. 8,000.00 c/u	Q. 16,000.00	
3 Escritorios	Q. 2,000.00 c/u	Q. 6,000.00	
3 Sillas	Q. 400.00 c/u	Q. 1,200.00	
1 Fax	Q. 1,800.00 c/u	Q. 1,800.00	
2 Archivadores	Q. 1,250.00 c/u	Q. 2,500.00	
2 Teléfonos	Q. 250.00 c/u	Q. 500.00	
1 Impresora	Q. 2,500.00 c/u	Q. 2,500.00	Q. 30,500.00 Inversión única
SUELDO DE PERSONAL	**MENSUAL**	**ANUAL**	
Conserje	Q. 700.00		
Secretaria	Q. 1,200.00		
Asistente	Q. 2,500.00		
Director	Q. 3,300.00	Q. 7,700.00	Q. 92,400.00
PRESTACIONES LABORALES			
Bono 14 y vacaciones	Q. 7,700.00	----------	Q. 15,400.00
GASTOS DE OPERACIÓN			
Local	----------	----------	
Energía eléctrica y Agua	Q. 200.00	Q. 200.00	
Teléfono	Q. 250.00	Q. 250.00	
Insumos			
Papel Bond	Q. 100.00	Q. 100.00	
Lapiceros	Q. 1.00	Q. 6.00	
Grapas	Q. 10.00	Q. 10.00	
Papel Carbón	Q. 30.00	Q. 30.00	
Folders	Q. 0.90	Q. 45.00	
Tinta para	----------	----------	
impresora	Q. 100.00	Q. 100.00	
Papel para fax	Q. 80.00	Q. 80.00	
SUB-TOTAL		Q. 821.00	Q. 9,852.00
TOTAL EGRESOS			Q. 148,152.00

INGRESOS

	MENSUAL	ANUAL
- APORTE MUNCIPAL	Q. 4,000.00	Q. 45,000.00
- APORTE INGUAT	Q. 5,000.00	Q. 60,000.00
- INGRESOS POR SERVICIO		
a) Promoción y publicidad de servicios a nivel de departamental	Q. 2,000.00	Q. 24,000.00
b) Investigaciones para los cuales sea contradada la oficina	Q. 5,000.00	Q. 60,000.00
c) Estudios e investigacion de mercados, promoción de servicios al turismo, estudios socio culturales	Q. 5,000.00	Q. 60,000.00
d) Capacitaciones 4 eventos mesuales para 25 personas a 50.00 por persona	Q. 5,000.00	Q. 60,000.00
TOTAL INGRESOS		Q. 312,000.00
TOTAL INGRESOS		Q. 312,000.00
(-) TOTAL EGRESOS		Q. 148,152.00
INGRESO TOTAL		Q. 163,848.00
INGRESO TOTAL MENSUAL 163,848.00 / 12 = 13,654.00	Q. 13,654.00	

ANEXO 2

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
MAESTRIA EN ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL
Y TURISMO

FECHA_____
No._____
DIRIGIDO A:

Concejo Municipal y Profesionales de la ciudad de Totonicapán.

OBJETIVO DE LA BOLETA:

- Obtener información que permita desarrollar un trabajo técnico profesional conducente a la presentación de una propuesta para la captación de turismo en el departamento a partir de la creación de una oficina de educación y turismo.

INFORMACION CONFIDENCIAL

INSTRUCCIONES:

Marque con una X el (los) cuadro (s) que contenga la (s) respuesta (s) correcta (s). Se le ruega ser claro y específico en sus respuestas, que sea veraz. La información que proporciones será de gran utilidad.

DATOS GENERALES

SEXO: Masculino ☐ Femenino ☐
EDAD:_____
PROFESION:_____

INFRAESTRUCTURA:

1. ¿ Cuál es el mejor lugar para ubicar la Oficina de Educación y Turismo de la Municipalidad de Totonicapán.? ☐
   1. Edificio Municipal ☐
   2. Edificio comercial ☐
   3. Casa particular céntrica ☐

2. Indique los ambientes que considere debe tener la OETT
   1 Sala de espera ☐
   2 Dos oficinas ☐
   3 1 Oficina ☐
   4 Recepción ☐
   5 1 baño ☐

4. Indique qué equipo mínimo deberá tener la OETT

1. 2 Máquinas de escribir ☐
2. 2 escritorios con silla ☐
3. 1 telefax ☐
4. 1 amueblado de sala ☐
5. 2 archivadores ☐
6. 1 computador conectado a INTERNET ☐

Otros:_____

Explique._____

RECURSOS HUMANOS:

5. Que créditos académicos deberá tener el personal según el puesto que desempeñe.

DIRECTOR	**ASISTENTE**	**SECRETARIA**
1. Doctorado	1. Doctorado	1. Sec. Bilingue
2. Maestría	2. Maestría	2. Sec. contara
3. Licenciatura	3. Licenciatura	3. Sec. oficinis.
4. Título de Educ. media.	4. Título de Educ. media.	4. Perito cont.

5. ¿Qué especializaciones se requieren para el personal de OETT?

1. En cultura maya ☐
2. En economía ☐
3. En turismo ☐
4. En educación ☐

6. ¿Qué habilidades personales complementan el perfil para laborar en OETT?

1. Observador ☐
2. Entusiasta ☐
3. Dinámico ☐
4. Creativo ☐

7. ¿ Cuál es el tipo de organización más conveniente para la Oficina de Educación y Turismo de la Municipalidad de Totonicapán?

1. De línea ☐
2. De staff ☐
3. Mixta ☐
4. No sé ☐

PLANIFICACION

8. ¿Qué aspectos generales debe contener un plan maestro para captar turistas?

1. Educación turística ☐
2. Saneamiento ambiental ☐
3. Difusión cultural ☐
4. Protección del patrimonio ☐
5. Publicidad ☐
6. Atención de turistas ☐

Otros:

Explique:

FUNCIONES:

9. Qué funciones le competen a la Oficina de Educación y Turismo de la Municipalidad de Totonicapán?

1. Educación turística de la población ☐
2. Divulgación del patrimonio ☐
3. Captación de turistas ☐
4. Ordenamiento territorial ☐
5. Elaborar y ejecutar proyectos ☐
6. Contactar turistas ☐

Otros:_____

Explique:_____

10. ¿Qué tipo de proyectos deberá impulsar?

1. Captación de fondos ☐
2. Desarrollo comercial ☐
3. Captación de turistas ☐
4. Desarrollo turístico ☐
5. Desarrollo de infraestructura ☐
6. Centros recreativos. ☐

11. ¿Qué funciones tendrá que desarrollar inicialmente la OTT?

1. De investigación ☐
2. Establecimiento de la oferta ☐
3. Búsqueda de recursos económicos ☐
4. Planificación ☐
5. Consolidación de la oficina ☐
6. Contactos internacionales ☐

CAPTACION ACTUAL DE TURISTAS

12. ¿Qué medios y elementos se usan para publicitar los atractivos turísticos de Totonicapán?

1. Radio ☐
2. Prensa ☐
3. Televisión ☐
4. INTERNET ☐
5. Revistas especializadas ☐
6. Ninguna ☐

13. ¿Qué elementos deben ofertarse dentro de un paquete que capte turistas?

1. Tours ☐
2. Precios especiales ☐
3. Vacaciones familiares ☐
4. Créditos ☐
5. Los niños no pagan ☐
6. Ninguna ☐

14. ¿Qué atractivos turísticos de Totonicapán deben utilizarse para captar turistas? Mencione al menos cuatro

_____ _____

_____ _____

15. ¿Cómo se promociona actualmente la cultura de Totonicapán?

1. Radio ☐
2. Prensa ☐
3. Televisión ☐
4. INTERNET ☐
5. Revistas especializadas ☐
6. Ninguna ☐

16. ¿Qué monumentos históricos de Totonicapán reciben promoción, mencione al menos cuatro.?

_____ _____

_____ _____

17. ¿Qué lugares naturales de Totonicapán se están promocionando?, mencione al menos cuatro.

_____ _____

_____ _____

18. ¿Qué medios de publicidad se utilizan para promover las artesanías del departamento de Totonicapán.

1. Radio ☐
2. Prensa ☐
3. Televisión ☐
4. INTERNET ☐
5. Revistas especializadas ☐
6. Ninguna ☐

19. ¿Qué recursos promocionales se están utilizando en Totonicapán para la difusión de las tradiciones?

1. Noches culturales ☐
2. Tardes regionales ☐
3. Conciertos de marimba ☐
4. Ferias ☐
5. Certámenes de baile folklórico ☐
6. Certámenes de belleza indígena ☐

DEMANDA DE SERVICIOS

20. ¿Los turistas realizan compras en los comercios de Totonicapán?

SI ☐ NO ☐

CUALES_____

21. Los turistas hacen uso de los servicios bancarios?

SI ☐ NO ☐

Por qué_____

22. ¿Utilizarán los turistas medios de comunicación como Telgua y Transportes?

SI ☐ NO ☐

Por qué_____

23. ¿Los turistas se hospedan en los hoteles de la ciudad?

SI ☐ NO ☐
Por qué_____

AMPLIACION COMERCIAL:

24. ¿ Considera que el turismo genera más empleo para Totonicapán?

SI ☐ NO ☐

25. ¿ Considera que se ha protegido el patrimonio para que sea punto de atracción turística de Totonicapán?

SI ☐ NO ☐

26. ¿Qué medidas tomaría Ud. para proteger el patrimonio de Totonicapán?

_____ _____

27. ¿Cree Ud. que las expresiones culturales artísticas de Totonicapán (Danza, Música, Pintura) necesitan revalorarse?

SI ☐ NO ☐

Por qué_____
De qué manera?_____

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
MAESTRIA EN ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL
Y TURISMO

FECHA_____
No._____

DIRIGIDO A:

Comerciantes. Alfareros, carpinteros, tejedores, alguaciles, hoteleros y propietarios de restaurantes de la ciudad de Totonicapán.

OBJETIVO DE LA BOLETA:

- Obtener información que permita desarrollar un trabajo técnico profesional conducente a la presentación de una propuesta para la captación de turismo en el departamento a partir de la creación de una oficina de educación y turismo.

INFORMACION CONFIDENCIAL

INSTRUCCIONES:

Marque con una X el (los) cuadro (s) que contenga la (s) respuesta (s) correcta (s). Se le ruega ser claro y específico en sus respuestas, que sea veraz. La información que proporciones será de gran utilidad.

CAPTACION DE TURISTAS

1. ¿Tiene controles actualizados de turistas que lo visitan?

   SI ☐ NO ☐

2. ¿Qué tipo de registros lleva?
   - Registros interno ☐
   - Boletas de visita ☐
   - Libro de visitantes ☐
3. ¿Cuántos hoteles hay en la ciudad? ☐

4. ¿ Qué clase de hoteles hay en la ciudad?
   - De una estrella ☐
   - De dos estrellas ☐
   - De tres estrellas ☐

5. ¿Los turistas se interesan en conocer las actividades de tipo cultural del departamento?
   SI ☐ NO ☐

6. ¿Los turistas buscan sitios para divertirse?
   SI ☐ NO ☐

7. ¿Qué es lo que más se vende entre los visitantes?
   - Abarrotes ☐
   - Licores ☐
   - Artesanías ☐
   - Ropa Típica ☐
   - Otro tipo de vestuario. ☐

8. ¿Los turistas se interesan por el vestuario de los totonicapenses?
   SI ☐ NO ☐

9. ¿Los turistas se interesan por el idioma de los totonicapenses?
   SI ☐ NO ☐

10. ¿Los turistas se interesan por las costumbres de los totonicapenses?
    SI ☐ NO ☐

11. ¿Los turistas realizan compras en los comercios de Totonicapán?
    SI ☐ NO ☐

12. Los turistas hacen uso de los servicios bancarios de Totonicapán?
    SI ☐ NO ☐

13. Los turistas utilizan los medios de comunicación como Telgua y Transportes en el departamento de Totonicapán?
    SI ☐ NO ☐

14. Los turistas se hospedan en los hoteles de la ciudad?
    SI ☐ NO ☐

15. Qué medidas tomaría Ud. para proteger el patrimonio de Totonicapán?
    SI ☐ NO ☐

16. Considera Ud. que Totonicapán tiene potencial turístico?

SI ☐ NO ☐

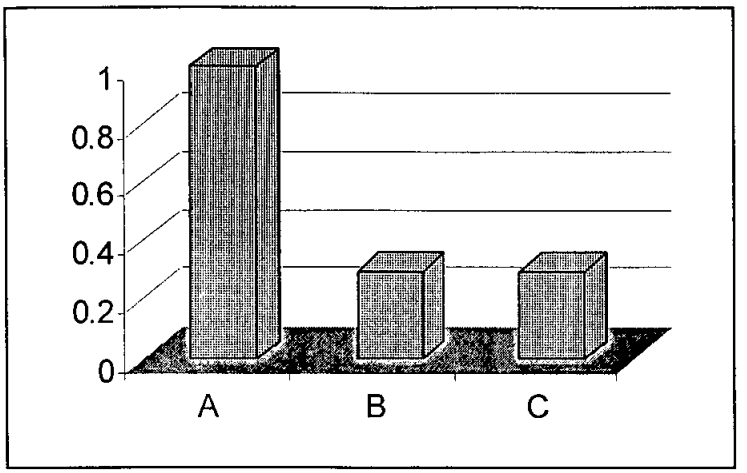
Porqué._____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

GRAFICA No. 1

LUGAR PARA LA OFICINA DE EDUCACION Y TURISMO



REFERENCIAS

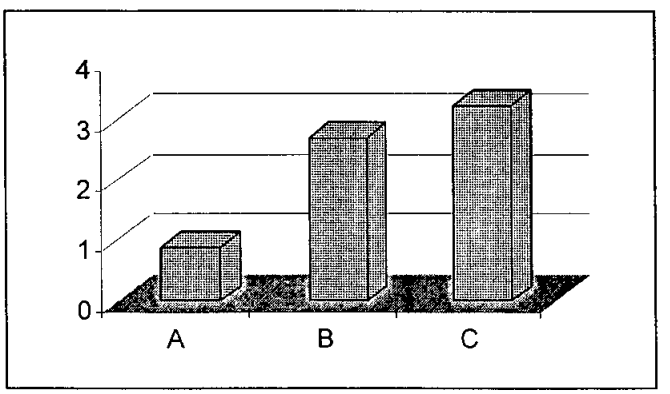
A) EDIFICIO MUNICIPAL

B) EDIFICIO COMERCIAL

C) CASA PARTICULAR CENTRICA.

GRAFICA No. 2

LUGAR PARA LA OFICINA DE EDUCACION Y TURISMO



REFERENCIAS

A) Director

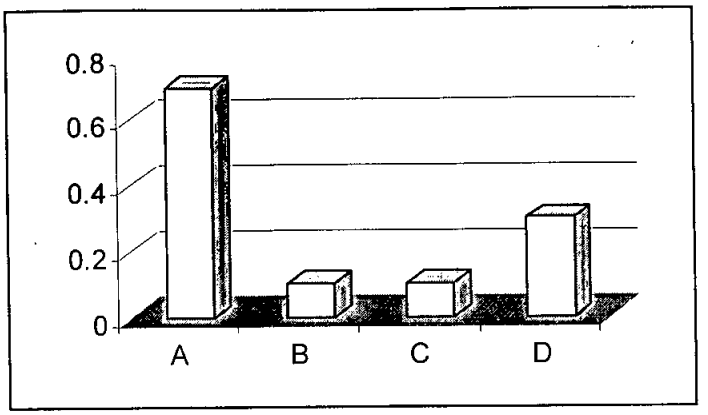
B) Asistente

C) Secretaria

En esta gráfica se describe como cree el Concejo Municipal y los profesionales que deben ser los créditos académicos. Para el cargo de director se debe contar con un doctorado, para asistente licenciatura y la secretaria además de oficinista.

GRAFICA No. 3

TIPO DE ORGANIZACION PARA LA OETT



REFERENCIAS

A) DE LINEA

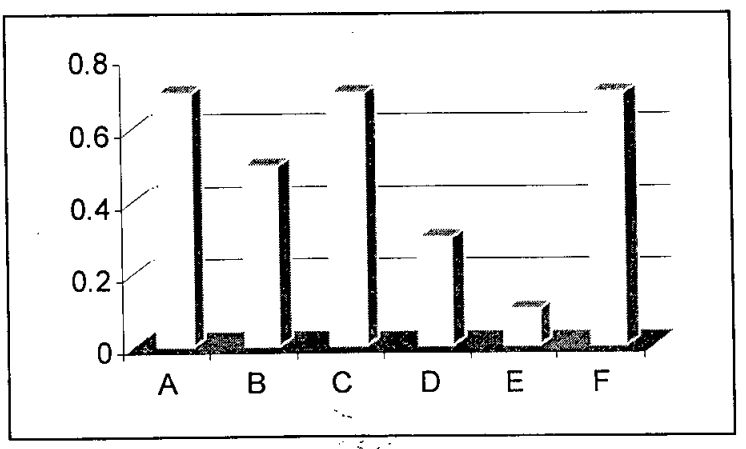
B) DE STAFF

C) MIXTA

D) NO SE

GRAFICA No.4

FUNCIONES DE LA OETT

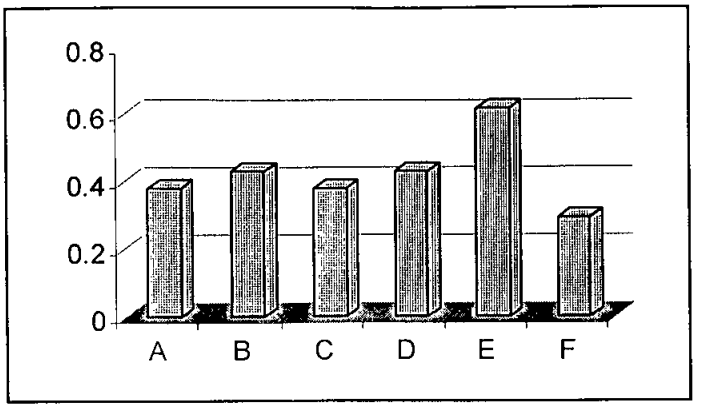


REFERENCIAS

A) EDUCACIÓN TURÍSTICA DE LA POBLACIÓN
B) DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO
C) CAPTACION DE TURISTAS
D) ORDENAMIENTO TERRITORIAL
E) ELABORAR Y EJECUTAR PROYECTOS
F) CONTACTAR TURISTAS

GRAFICA No. 5

PROYECTOS QUE DEBERA IMPULSAR

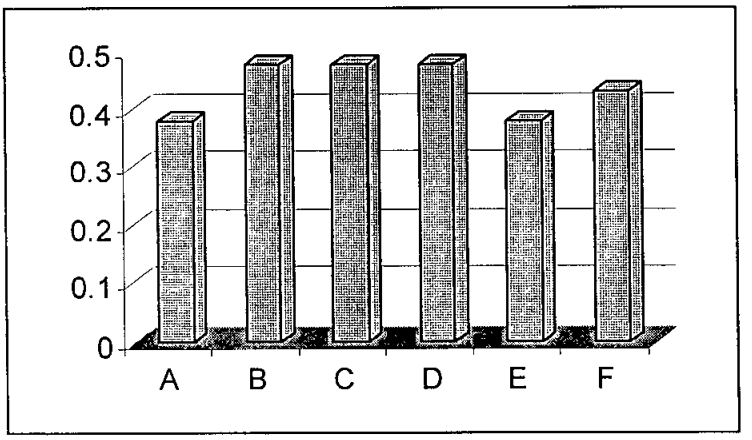


REFERENCIAS

A) CAPTACION DE FONDOS
B) DESARROLLO COMERCIAL
C) CAPTACION DE TURISTAS
D) DESAROLLO DE INFRAESTRUCTURA
E) CENTROS RECREATIVOS

GRAFICA No.6

MEDIOS USADOS EN LA PUBLICIDAD DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE TOTONICAPAN

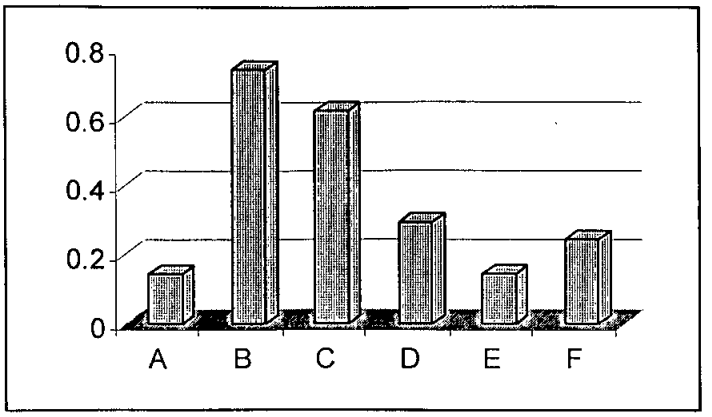


REFERENCIAS

A) RADIO
B) PRENSA
C) TELEVISION
D) INTERNET
E) REVISTAS ESPECIALIZADAS
F) NINGUNA

GRAFICA No. 7

OFERTAS PARA CAPTAR TURISTAS

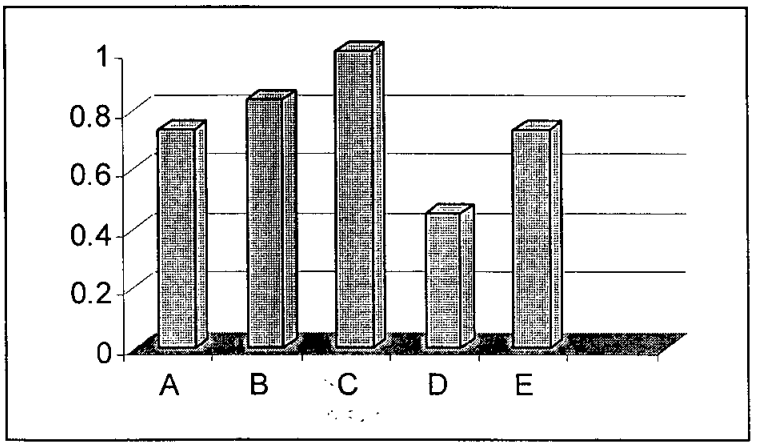


REFERENCIAS

A) TOURS
B) PRECIOS ESPECIALES
C) VACACIONES FAMILIARES
D) CRÉDITOS
E) LOS NIÑOS NO PAGAN
F) NINGUNA

GRAFICA No.8

LUGARES TURISTICOS DE TOTONICAPAN QUE ACTUALMENTE TIENEN DIFUSION



REFERENCIAS

A) LAS CUEVAS DE SAN MIGUEL
B) LA PIEDRA DE MARIA TECUN
C) LA GIACA (AGUAS TERMALES)
D) LOS HOYITOS
E) LA TORRE A GUZMAN
F) NINGUNA

ANEXOS 4

CUADRO DE VARIABLES

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTA	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
Creación de la Oficina de Educación y Turismo.	Infraestructura * Ubicación * Ambientes	¿Cuál es el mejor lugar para ubicar la Oficina de Educación y Turismo de Totonicapán? ¿Qué ambientes y de qué dimensiones deberá tener?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
	Equipamiento. *Computadoras *Internet *Máquinas de escribir *Escritorios y sillas *Telefax *Juego de sala *Archivadores	¿Es necesario para el funcionamiento de la OETT contar con computadoras e internet ? ¿Qué equipo mínimo deberá tener? ¿Se requiere para su funcionamiento de máquinas de escribir? ¿ Cuántos escritorios con su respectiva silla necesita? ¿Es necesario contar con servicio de telefax? ¿Porqué se requiere un juego de sala? ¿Es necesario contar con archivadores?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
	Recursos humanos idóneos. * Créditos académicos. * Conocimintos especializados * Destrezas * Habilidades	¿ Qué créditos académicos deberá tener el personal según el puesto que desempeñe en OETT? ¿Qué especializaciones se requieren para el personal de OETT? ¿ Qué destrezas y habilidades complementan el perfil para laborar en OETT?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
	Organización * de línea * de staff * mixto	¿Qué ventajas y desventajas tendrá que la OETT funcione con organización de línea? ¿Qué problemas presenta para la OETT funcionar con una organización de staff? ¿Es conveniente para la OETT funcionar con una organización combinada de staff y línea?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTA	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	Planes de acción: * Plan maestro para captar turistas. *Planes complementarios. - Educación turística. -Difusión de la cultura. - Saneamiento ambiental. -Protección del patrimonio.	¿Qué aspectos generales y específicos debe contener un plan maestro para captar turistas? ¿ Qué elementos debe contener un plan de educación turística dirigido a la población? Qué elementos de la cultura deberán difundirse según este plan? ¿Qué contenidos tendrá el plan de saneamiento ambiental? ¿ qué medidas para proteger el patrimonio se deben tomar?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta.	Cuantitativo
	Tipos de funciones de la OETT: * Investigación * Proyectiva * Ejecutiva * Evaluativa	¿Qué funciones le competen a la OETT? ¿Sobre qué aspectos debe dirigir su función de investigación? ¿Qué tipo de proyectos debe realizar? ¿Cómo y cuando será útil esta oficina? Con qué frecuencia deberá evaluar su funcionamiento?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
	Definición de la visión: *A corto plazo. *A mediano Plazo. A* Largo plazo.	¿Cuáles deben ser sus pretenciones a corto plazo? ¿Qué se debe esper a mediano plazo? ¿Hasta dónde se puede dirigir la OETT a largo plazo?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo

VARIABLE	IINDICADORES	PREGUNTA	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	Visión - Definición. * Objetivo General. *Objetivos específicos.	¿Cuál debe ser el objetivo general de la OETT ? ¿Cuál debe ser el objetivo específico de la OETT ? ¿ Qué sectores y funciones quedarán involucrados dentro de los objetivos de la OETT?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
	Proyectos	¿Qué proyectos deberá impulsar la OETT para captar turistas ? ¿Qué tipo de proyectos para autogestión deberá impulsar?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
	Funcionamiento: * Inicio * Desarrollo *Consolidación	¿Qué funciones tendrá inicialmente que desarrollar la OETT? ¿De qué manera se logrará su desarrollo? ¿Cuál es el parámetro de consolidación de una oficina de esta naturaleza?	Alcalde Municipal. profesionales.	Encuesta	Cuantitativo
Captación de turismo	Afluencia de turismo. * Nacional * Extranjero	¿Cómo debe medirse la captación de turistas nacionales? ¿Cómo se debe medir el turismo de extranjeros en el departamento?	Alcalde Mpal. Comerciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo

VARIABLE		PREGUNTA	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	Estrategias de captación actuales. *Paquetes turísticos.	¿Qué medios y elementos deben usarse para publicitar los atractivos turísticos de Totonicapán ? ¿ Qué elementos se pueden ofertar dentro de un paquete que capte turistas? ¿Qué atractivos turísticos deben utilizarse para captar turistas?	Alcalde Mpal. Comrciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Promoción actual de recursos: *Culturales *Naturales *Artesanales	¿Cómo se promociona actualmente nuestra cultura? ¿Qué monumentos reciben promoción ? ¿Qué lugares naturales se están promocionando? ¿Qué publicidad reciben las artesanías del departamento?	Alcalde Mpal. Comerciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Difusión de la cultura local: *Tradiciones *Costumbres	¿Qué recursos promocionales se están utilizando en totonicapán para la difusión de las tradiciones? ¿De qué manera se dan a conocer las costumbres de los habitantes de Totonicapán?	Comerciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuatitativo
	Actividades publicitarias actuales: TV nacional. Cable Cine Publicidad impresa.	¿ Qué actividades de publicidad actualmente se usan para la promoción turística del departamento? TV nacional. Cable Cine Publicidad impresa.	Alcalde Mpal. Comerciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo

VARIABLE	IINDICADORES	PREGUNTA	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	Demanda actual de Servicios: *Comercios *Transacciones Monetarias *Comunicación *Hotelería	¿Los turistas harán uso de los comercios? ¿ Necesitarán los turistas servicios bancarios? ¿Utilizarán los medios de comunicación como telgua y transportes? ¿Se hospedan en los hoteles de la ciudad ?	Alcalde Mpal. Comrciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Ampliación de sectores comerciales: * Nuevos Comercios *Más empleos * Facilidad de Transporte	¿La influencia de turistas permitiría abrir nuevos comercios? ¿Al haber más turistas hay oportunidad de más empleos? ¿Se facilitaría el transporte para el interior del departamento?	Alcalde Mpal. Comrciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Protección del patrimonio: *Cultural *Monumental *Natural	¿Cree Usted que para captar turismo hay necesidad de proteger el patrimonio que posee Totonicapán? ¿Qué medidas tomaría Ud. para proteger nuestro patrimonio.?	Alcalde Mpal. Comrciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuatitativo
	Revalorización de las expresiones culturales: *Danza *Música *Pintura	¿ Cree Ud. que nuestras expresiones culturales artíticas (*Danza *Música *Pintura) necesitan revalorarse? ¿De qué manera?	Alcalde Mpal. Comrciantes Profesionales Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo

VARIABLE	IINDICADORES	PREGUNTA	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	Participación Municipal *Ordenanzas *Limpieza y Ornato	¿Para captar turistas será necesario que la municipalidad emita ciertas ordenanzas? ¿Es necesario que la municipalidad ornamente y mantenga limpia la ciudad?	Alcalde Mpal. Comrciantes Artesanos Hoteleros Etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Oferta de servicios. * Hoteles * Restaurantes *Comunicaciones *Transacciones monetarias				