

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
MAESTRIA EN ACONDICIONAMIENTO
TERRITORIAL Y TURISMO
QUETZALTENANGO, GUATEMALA

98157
URL
TE064

DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA Y
SERVICIOS HOTELEROS PARA CAPTAR
TURISMO EN TOTONICAPAN

REALIZADO POR:

HUGO EFRAIN TURNIL MARROQUIN

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

QUETZALTENANGO, FEBRERO DEL 2,001.

MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CAMPUS CENTRAL

Lic. Gonzalo de Villa S.J.	Rector
Licda. Guillermina Herrera	Vicerrectora General
Padre Xavier Gorostiaga AUSJAL	
Dr. Hugo Beteta	Vicerrector Administrativo
Lic. Renzo Rosal	Secretario General
Padre Juan Carlos Nuñez	Coordinador de Sedes
Lic. Gabriel Medrano	Vocal
Licda. Raquel Zelaya ASIES	Vocal
Padre Federico Sanz Liceo Javier	Vocal
Ing. Roberto Gutiérrez	Vocal
Padre Luis Gutiérrez Parroquia San Antonio	Vocal
Dr. Carlos Cabarrús S.J. CEFAS	Vocal
Lic. Richard Aitkenhead Castillo	Vocal
Lic. Manuel Salazar	Vocal
Licda. Pilar Serrano de López	Vocal

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CAMPUS CENTRAL

DECANO:	Lic. José Alejandro Arévalo
VICEDECANO:	Licda. Ligia García
SECRETARIO:	Licda. Anabella de Mota
ADMINISTRACION DE EMPRESAS:	Lic. Víctor Hugo Sánchez(interino)
MERCADOTECNIA:	Lic. Eugenio Valladares
PUBLICIDAD:	Lic. Eugenio Valladares
COMERCIO INTERNACIONAL:	Licda. Ligia García
ECONOMIA:	Licda. Ligia García
CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA:	Lic. Mauricio Morales
MAE. EN FINANZAS:	Ing. Arturo Villagrán

MIEMBROS DEL CONSEJO DE FACULTADES
DE LAS FACULTADES DE QUETZALTENANGO

Doctor Luis Felipe Polo Galvez	Director General
Doctor Orlando Sacasa Sevilla	Vice-Director General
Licenciada Gabriela González	Directora Administrativa
Licenciado José Carmen Morales Veliz	Director Académico
Licenciada Laura Ronquillo de Mazariegos	Secretaria General
Licenciado Rudy Allán Morán	Representante de Catedráticos
Licenciado Manolo Díaz	Representante de Catedráticos
Ingeniero Roberto Gutiérrez	Vocal
Padre Victoriano Castillo	Vocal



Universidad Rafael Landívar

Facultades de Quetzaltenango

**DIRECCION ACADEMICA DE LAS FACULTADES DE
QUETZALTENANGO** doce de enero del dos mil uno..

De acuerdo con el dictamen recibido del Comité de Tesis y del (la) MSc. José Alfredo Castro Loarca, asesor(a) de la Tesis denominada **"DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS HOTELEROS PARA CAPTAR TURISMO EN TOTONICAPAN"**. del(a) estudiante **LIC. HUGO EFRAIN TURNIL MARROQUIN**. La Dirección Académica de las Facultades autoriza la impresión de la misma, previo a su graduación profesional.

**MA José Carmen Morales Véliz
DIRECTOR ACADEMICO.**



JCMV/el.

NOTA: *Únicamente 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 el estudiante: Hugo Efraín Turnil Marroquin, Carnet No. 68-74. Y que se titula "Desarrollo de la infraestructura Hotelera para captar turismo en Totonicapán"

He seguido paso a paso el desarrollo de la investigación y considero que ésta ha sido concluida satisfactoriamente, que el estudiante en mención ha seguido los lineamientos establecidos por las Facultades para la realización de trabajos de investigación y que, la tesis de el alumno Turnil Marroquin, es un considerable aporte para el sector hotelero y turístico de Totonicapán, la cual por su buen enfoque y ser tema de actualidad e innovador en época de cambios y globalización, puede ser una obra de consulta a profesionales, empresarios y estudiantes interesados en el mismo. Por lo que mi función como asesor respecta, sólo me queda solicitarle se autorice la misma.

Atentamente:

Asesor. Msc. José Alfredo Castro Loarca

Lic. MBA José Alfredo Castro Loarca
ASesor ACADÉMICO DE TESIS
Colegiado No. 1807

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN PRIVADO DE TESIS

Director General:

Dr. Alfonso Loarca Pineda

Directora de la unidad Académica:

Licda. Amalia Bethancourt Baidés

Vocal del Consejo
FQURL

Ing. Roberto Gutierrez

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 Mi Esposa:

Sarvelia Floridalma Cutz de Turnil
Con Amor

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.

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:**
Cooperativa de Ahorro y Crédito San Miguel Chuimequená
Por impulsar el desarrollo socio-económico de Totonicapán.

INDICE

PAG.

I. INTRODUCCION	1
1.1. Antecedentes de la industria hotelera	6
1.1.1. Elementos que conforman la infraestructura y servicios hoteleros	7
1.2. Desarrollo turístico	11
1.2.1. Espacio turístico	11
1.2.2. Diagnóstico de componentes turísticos	12
1.2.3. Turismo	25
1.2.4. Beneficios del turismo	26
1.2.5. Impacto del turismo sobre la cultura	27
1.3. Impacto del turismo sobre la cultura	27
1.3.1. Conceptualización	27
1.3.2. Geografía	27
1.3.3. Vías de comunicación	28
1.3.4. Recursos naturales	28
1.3.5. Organización política y social	28
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	29
2.1. Objetivos	30
2.2. Variables	30
2.3. Definición de variables	30
2.4. Alcances	32
2.5. Límites	32
2.6. Aporte	32
III. METODO	33
3.1. Sujetos	33
3.2. Instrumento	33
3.3. Procedimiento	33
3.4. Diseño de la investigación	35
3.5. Metodología	35

IV. RESULTADOS	35
V. DISCUSION DE RESULTADOS	40
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	46
ANEXOS	47
PROPUESTA	48
INSTRUMENTOS	55
Cuadros de variables	61

I. INTRODUCCION

Es indudable que la actividad turística constituye un elemento de cambio en la vida cotidiana, para aportar al ser humano las bases de una recreación acorde con las necesidades de alimentación espiritual y crecimiento cultural obtenibles de otras regiones, otras costumbres y diversos hallazgos a los cuales se aspira llegar con la visita amable, el recibimiento cálido y el intercambio sincero entre turista y anfitrión.

En los países en vías de desarrollo, el turismo es visto como una industria a través de la cual, se hará posible la obtención de mejores divisas y por ende, alcanzar el acrecentamiento de desarrollo social, cultural, económico y comercial de dichas regiones, por lo que se considera oportuno abordar estos temas, tanto por las implicaciones que generan en el presente, como por las expectativas que pueden vislumbrarse para el futuro.

No puede discutirse que todo país tiene regiones que aún no han sido explotadas turísticamente, lo que motiva a pensar que en Guatemala, el departamento de Totonicapán se encuentra en dicha situación y que por lo tanto, es un imperativo nacional dar a conocer no sólo su belleza física, sino su impresionante gama de costumbrismo y su excelente desarrollo, la que goza de fama a nivel nacional e internacional.

La explotación de los recursos naturales, el ambiente cultural y las riquezas del patrimonio ancestral con fines de turismo, requiere que las poblaciones estén preparadas y puedan brindar a los viajeros un mínimo de confort, seguridad y calidez humana. Y si bien es cierto Totonicapán tiene los atractivos que podrían interesar a los turistas, no cuenta con la infraestructura necesaria para albergar a los viajeros, es por ello que es interés de esta investigación establecer las condiciones en que se encuentra la infraestructura hotelera con la finalidad de proponer alternativas que contribuyen a desarrollar la capacidad de alojamiento a fin de que los visitantes que se interesan por esta región no tengan que venir por la mañana y retirarse por la tarde, sino puedan pernoctar en la ciudad.

Por ello el INTECAP (1999) en el documento: Asistencia Técnica en Investigación de Mercados, presenta los resultados de una investigación con la finalidad de establecer las condiciones de factibilidad para la construcción de un hotel de 3 estrellas en la ciudad de Totonicapán; entre los hallazgos de esta investigación se encuentra que visitantes médicos, comerciantes y turistas encuestados refieren que han utilizado algunos establecimientos de hospedaje pero éstos no llenan los requisitos de higiene,

seguridad, carecen de parqueo y además son incómodos.

El INTECAP ha visto la necesidad de mejorar la infraestructura hotelera en Totonicapán puesto que la existente carece, en su mayoría de los aspectos elementales que demanda un visitante y más si éste es extranjero ya que requieren de un buen servicio de telecomunicaciones y restaurante, por estas carencias los visitantes optan por regresar a Quetzaltenango donde estas necesidades en gran parte están satisfechas, además de que la distancia es corta y la carretera es bastante buena, como consecuencia Totonicapán sigue siendo una ciudad con visitantes del día.

Se considera que aunque se llenaran todos los requisitos, se debe contar además con una red de hoteles para dar albergue a quienes se interesan en lo que el Congreso Nacional del Turismo en Guatemala (1996) llama El altiplano indígena vivo que se caracteriza por ser la segunda área turística más visitada por el turismo internacional, a pesar de que el acceso a infraestructura es bajo y la mayoría de oferta hotelera es de categoría media. Esta afirmación es un claro reconocimiento de las limitaciones de la infraestructura hotelera del altiplano, esta limitación es, a juicio del investigador, la que no permite que los recursos naturales y socioculturales se exploten racionalmente en turismo; en el caso de Totonicapán, hay lugares para practicar el ecoturismo pero los visitantes reducen su radio de exploración porque al llegar la noche tendrán problemas para hospedarse así como para trasladarse a Quetzaltenango.

Totonicapán cuenta con las características esenciales para desarrollar un turismo cultural dentro del altiplano de Guatemala, su ubicación le permite estar accesible a otros departamentos que también generan turismo, pero que le aventajan en su infraestructura. Y con respecto a esta situación el mismo documento señala, que una de las debilidades del turismo en Guatemala es que en el interior de la República la estructura es débil.

La debilidad mencionada puede superarse, hasta ahora las políticas estatales y municipales no le han dado la importancia al interior del país; pero un nuevo interés y nuevos profesionales de este campo comienzan a sentar las bases para el desarrollo sostenible del turismo.

Por ello se hace notar que el INCAE (s/a) en la Revista Turismo en Guatemala, el reto de la competitividad; dice que la prosperidad de una nación no es consecuencia inevitable de la abundancia de sus recursos naturales, por el contrario, esto ha evitado que muchos países, en el pasado, sintieran la necesidad de desarrollar destrezas competitivas reales. La prosperidad depende del nivel de productividad y competitividad de sus empresas. En un mundo globalizado, las ventajas comparativas son fácilmente copiadas y mejoradas por los competidores, por ello la ventaja competitiva se determina

por la habilidad de una empresa o grupo de empresas de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios. Por lo mismo Totonicapán está en el punto en que debe decidir renovar e innovar su visión para el desarrollo de la hotelería, volverse competitivos y producir un servicio de calidad; de lo contrario, los departamentos vecinos estarán en ventaja y podrán captar las demandas de hospedaje que generan los visitantes. Esta situación ha dado origen a diversos tipos de investigación entre los que se señala el realizado por el Seminario de Investigación (1978) El Servicio Hotelero en Quetzaltenango; que investigó la eficacia del servicio hotelero y encontró que el más eficiente es Pensión Bonifaz, seguido por el Hotel del campo y Hotel Modelo. En realidad los hoteles mencionados en el estudio realizado en el año 78, se mantienen a la vanguardia y han ampliado y mejorado sus servicios tanto que aunque no son, podrían bien encajar en la clasificación de Hotel de 4 estrellas, esto es una muestra evidente de que brindando un buen servicio, con una buena administración y con proyectos claros hacia mejoras para el futuro, la industria hotelera puede ser rentable y a la vez de calidad y prestigio. Hoy en día han surgido nuevas empresas hoteleras y la competencia hace que se mejoren los servicios.

Sin embargo, en Totonicapán hay hoteles que tienen hasta 20 años de estar funcionando pero siguen igual, no hay cambios; si bien es cierto que la oferta y la demanda son complementarias, la demanda se encuentra en la medida que mejora la oferta, y a éstas, hace referencia Peña (1998) en la tesis La importancia del mercadeo de servicios en la industria hotelera de Quetzaltenango; donde asegura que si bien es cierto que la oferta y la demanda son complementarias, la demanda se encuentra en la medida que mejora la oferta y que en beneficio del mercadeo y la promoción hotelera, se debe tener en cuenta que sin promoción, la competencia arraza cualquier establecimiento, bajan las demandas del servicio y para el caso del presente estudio, el turismo nos incentiva a visitar las regiones.

En Totonicapán los hoteles han descuidado ofertar sus servicios y mejorar sus condiciones por lo mismo su demanda es baja, a pesar de que los hoteles son parte de la extensa red de servicios que se que se han expandido a raíz del desarrollo del turismo; y de los cuales se puede ver variedad en aspectos como clasificación por el espacio físico y la comodidad, de esta manera lo ve Neil (1976) quien dice que la infraestructura hotelera está conformada por los hoteles, moteles, posadas, resorts, casas de huéspedes, etc., pero además indica que no es sólo la infraestructura física, sino que, a la par se desarrolla otra industria llamada hospitalidad que consiste en: “brindar un servicio con cortesía y calidez” o lo que es lo mismo “la recepción y trato amistoso a los extraños”. Este último se considera elemento esencial para obtener el éxito en este campo. Los hoteles se consideran como una industria y conforman parte fundamental de la infraestructura necesaria que favorece el desarrollo del turismo.

Por la importancia de la infraestructura hotelera como parte de la red de servicios que facilitan el desarrollo turístico, es necesario reflexionar en la investigación llevada a cabo por el INTECAP (1999) que indica que en Totonicapán hay 7 establecimientos que brindan hospedaje, algunos con más de 10 años de funcionamiento pero con la limitación más grande que pueden tener, la falta de una visión futurista de servicio al cliente que es la clave del éxito en éste y cualquier otro establecimiento que venda servicios.

MENDOZA (s/a) en el Folleto Desarrollo y Cultura Turística Municipal, asegura que para alcanzar un desarrollo turístico efectivo, es necesario elaborar un diagnóstico para determinar si la región cuenta con elementos turísticos de potencial y variedad suficiente para motivar a todo tipo de demanda turística, lo que comprenderá estudios del medio físico natural (topografía, hidrología, clima, geología y ecología) y el medio físico alterado (infraestructura, equipamiento, vivienda e imagen urbana existente), así como estudio de preservación ecológica, un estudio socioeconómico que medirá el impacto que el proyecto tendrá en la generación de divisas, y al mismo tiempo, un análisis financiero que evidenciará la disposición de recursos para ejecutar cualquier proyecto, con sus respectivos programas de inversión, planes de financiamiento, instrumentos de análisis financieros y metos de evaluación financiera; asegura asimismo, que es importante conocer la leyes, reglamentos y disposiciones en materia turística a todo nivel.

PERUSSINA(1997) en el folleto Programa nacional de Asistencia al Turista, asegura que el papel de los hoteles deberá ser la clave para alcanzar un desarrollo turístico efectivo, por lo que las comodidades hoteleras son un criterio básico para la elección de un destino, es evidente por lo tanto, el importante papel que juegan los hoteles en el éxito de un destino. Entre los servicios básicos que deben ofrecer los hoteles están las facilidades para la realización de congresos y convenciones, facilidades para recreación y descanso, entretenimientos especiales, la oportunidad de experimentar una variedad de comidas y bebidas, seguridad y hospitalidad.

SANDOVAL (2,000) en el artículo El turismo es la solución a la crisis, publicado en el periódico El Regional; asegura que el turismo es la oportunidad más grande que tiene el país para generar ingresos, por lo cual se vislumbra la Estrategia nacional de turismo, en la cual se contempla fundamentar esta industria en la cooperación para la competitividad turística en Guatemala, en donde todos los sectores (sociedad civil, sector público y privado) tienen algo que realizar, para competir a nivel mundial. Aseguró también que se establecerá en Quetzaltenango los circuitos turísticos propuestos, para luego emprender sobre ellos la dinámica del plan, el cual estriba en cuidar el capital

patrimonial turístico del país, administrar en forma eficiente el capital en esta rama, hacer una mejor producción y promoción, además de promover nuevos sitios de recreación.

www.tulane.edu/mari-textiles/totonicapán.html. (2,000) presenta un enfoque académico al afirmar que en Totonicapán reside una galería virtual de tejido y ropas de San Cristóbal y San Miguel, continúa al agregar que la Iglesia de San Andrés Xecul es tan vistosa en la realidad, de tal manera que un viaje por el departamento de Totonicapán ofrece: arte, música, danza y gastronomía, todo lo cual es un atractivo fuerte para el turista.

De esta cuenta, las estrategias de captación turística deben considerar el desarrollo a través de la provisión de una amplia gama de instalaciones y servicios como: transporte, alojamiento, atractivos y servicios auxiliares.

FINGADO(2,000) en el Artículo El Ecoturismo en la región, publicado por el periódico El Regional; asegura que el ecoturismo es una de las fuentes inagotables de los países que tienen la estructura suficiente para desarrollar un atractivo a través de los bosques y montañas, por lo que deben aprovecharse tales recursos ya que constituyen una defensa y protección del medio ambiente y y al mismo tiempo, son altamente saludables para la población actual que mantiene una vida contaminada y con alto stress social. Por ello, en regiones como Quetzaltenango, Totonicapán, Sololá, San Marcos, Huehuetenango y El Quiché, se evidencia un campo muy rico para encajar las nuevas estrategias que el Inguat impulsa, dando así un paso gigantesco en la generación y apoyo al turismo nacional e internacional.

GARCIA (2,000) en la publicación Diagnóstico de los mejores restaurantes de la ciudad de Quetzaltenango, afirma que un restaurante necesita brindar un buen servicio al cliente y su meta es siempre mejorar al campo de atención y seguridad, ofrecer especialidad en comidas así como variedad en las mismas, garantizar una amplia área de parqueo y de teléfonos para facilitar la comunicación. Continúa cuando asegura que si el restaurante es parte de las instalaciones de un hotel, éste debe tener como objetivo principal hacer que el cliente se sienta como en su casa pero con un servicios de calidad y gran altura, así el turista obtiene las satisfacciones que espera y como consecuencia, se aumenta el número de clientes. Toda instalación hotelera y de restaurante, debe tener una visión futurística de instalar sucursales para ampliar no sólo las oportunidades de crecimiento económico, sino para hacer posible la atención a mayor número de turistas.

1.1. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA HOTELERA:

Foster (1994) indica que la industria de la hospitalidad es una de las más antiguas del mundo. Los primeros exploradores, comerciantes y misioneros necesitaron hospedaje, comida y descanso durante sus viajes. En el momento en el que las personas abrieron sus casas y sus cocinas a aquellos cansados viajeros, nació la industria de la hospitalidad. Durante tiempos bíblicos, relata La Biblia, que María y José pasaron la noche en un establo pues no consiguieron hospedaje.

Desde estos tiempos el servicio de hospedaje ya se brindaba, pues la historia bíblica narra que estos viajeros buscaron y buscaron pero todo estaba ocupado por causa de que el desplazamiento de personas que provocó el censo que había abarrotado los lugares existentes.

En la actualidad, los viajeros no se quedarían en cualquier lugar, aunque en los tiempos bíblicos, las posadas apenas ofrecían un poco más que una cama o una banca en el rincón de un cuarto o del establo como narra la historia de María y José; hoy en día los viajeros presentan exigencias que son mayores y éstas incluyen además de comodidad, seguridad. Los lugares donde hospedarse varían ampliamente y los servicios han cambiado y se han expandido en gran manera a través de los siglos, una característica permanece inmutable en la industria de la hospitalidad: Los huéspedes siempre son bienvenidos. Desde un saludo amistoso del portero hasta el servicio de desayuno en la habitación constituyen elementos que ofrecen a los viajeros un servicio así: un hogar fuera de casa. Los cambios son notables en esta industria y de ello nos habla Latter (1994) quien relata que en 1829 el arquitecto Isaia Rogers emprendió la construcción de un gran hotel en Boston, La Tremont House fue el primer hotel de primera clase, ofreció habitaciones con llave, cada habitación con un lavabo, una jarra de agua y una barra de jabón, entre los servicios se incluyó portero uniformado y restaurante francés.

A este hotel, seguramente le siguieron otros de igual o mayor categoría y con alguna que otra innovación capaz de atraer a los usuarios. El tercer hotel más lujoso del mundo fue "Palace Hotel" que ostentaba 800 habitaciones y 7 pisos, su estructura se basa en la de los palacios europeos, pero como es de suponer éste y otros hoteles de esta categoría eran para huéspedes exclusivos, es decir, adinerados.

Pero hay que considerar que no todos los viajeros son lo suficientemente ricos para elegir estos lugares, de lo cual Ellsworth M. Statler sacó el mejor partido creando un nuevo tipo de hospedaje, el hotel comercial, que se inauguró en Búfalo N.Y. el cual contaba con habitaciones con baños privados a un buen precio, que sí podían pagar

los comerciantes y hombres de negocios.

Después de la Primera Guerra Mundial se construyeron muchos hoteles tanto en las grandes ciudades como en las más pequeñas.

Los hoteles como muchos otros rubros de la economía se vieron afectados por la depresión económica de 1929, en USA los hoteles se fueron a la quiebra; la nueva era de la prosperidad para esta industria llegó hasta algún tiempo después de la Segunda Guerra Mundial, época en la que se vio como nunca el desplazamiento de familias completas por todo el país norteamericano y para este tipo de viajeros el hotel tradicional resultó inapropiado, por ello en 1960 surgió el concepto de motor hotel, precisamente porque las familias viajaban en su propio auto.

En Guatemala existen hoteles que pertenecen a las grandes cadenas hoteleras internacionales como el Marriott, Holiday Inn, Hayatt, etc., pero también existen hoteles de menor categoría y de propietarios nacionales. En Totonicapán, los hoteles son de propietarios nacionales y la mayor queja de los usuarios es que los hoteles no brindan comodidad, servicios ni parqueo.

1.1.1. ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS HOTELEROS:

Webster citado por Latter, G. (1994) define un hotel como: "Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público". Los hoteles existen en todo el mundo, aún en ciudades con poblaciones menores a 10,000 habitantes. La industria, el comercio, la recreación y otras múltiples actividades dan origen a la necesidad del hospedaje, el cual ya no sólo consiste en alojamiento sino en otro conjunto de servicios, dentro de los cuales cobra mucha importancia la alimentación.

Los Hoteles:

En estados Unidos se clasifican en: " a) hotel comercial, b) hotel de vacaciones, c) hotel residencial, y d) el motel o motor hotel"

El primero diseñado para las personas que viajan por negocios, es decir que hospedan principalmente a viajeros, ejecutivos y también a los que viajan por placer.

Los hoteles de vacaciones son instituciones que funcionan por temporadas, aunque algunos permanecen abiertos todo el año; los huéspedes de estos hoteles se hospedan desde una semana hasta toda una temporada completa. Son establecimientos por lo

general situados en las montañas, costas o balnearios y su preocupación mayor es la de proporcionar entretenimiento a los usuarios.

Las costumbres norteamericanas le dan sentido a la existencia de los hoteles residenciales ya que se ha desarrollado el hábito de vivir en los hoteles de manera permanente; de forma esencial el hotel residencial se concibe como un edificio de apartamentos que ofrece los servicios de cualquier hotel.

Los moteles o motor hotel pueden ubicarse como hotel comercial o funcionar como el de vacaciones y se usan hoteles como apartamentos.

Peña, F. (1998) dice que los hoteles se clasifican de acuerdo a los servicios que prestan y las comodidades con que cuentan:

Por categoría: hoteles de lujo, de primera, de segunda, de tercera.

Por Tamaño: pequeños, los que tienen menos de 25 habitaciones; regulares de 25 a 100 habitaciones, bastante grande entre 100 y 299 habitaciones y grande el que tiene más de 300 habitaciones.

El acuerdo gubernativo N° 1144-83 del gobierno de Guatemala establece la siguiente clasificación: Hoteles de 5 estrellas, 4 estrellas, 3 estrellas, 2 estrellas y 1 estrella.

Las características del hotel de 5 estrellas son: según el artículo 22 de la sección primera del capítulo III del acuerdo gubernativo N° 1144-83 del gobierno de Guatemala. «los establecimientos que se clasifiquen en esta categoría deben adecuar sus dependencias e instalaciones de uso general a las condiciones siguientes»: Entradas: Tendrán una entrada principal dotada de marquesina o su equivalente y otra para personal; un vestíbulo con sala de estar, recepción, caja, departamento de botones y servicio de teléfonos. También deben poseer elevadores aquellos edificios que son de dos o más niveles; escalera principal alfombrada, pasillos de 1.60 de ancho y alfombrados, bar con todas las comodidades, comedor con comunicación directa con la cocina; baños separados para damas y caballeros y debidamente equipados, piscina, áreas de recreación, sala de estética y estacionamiento. Se señalan además como condiciones para las habitaciones que éstas estén dotadas de baño privado, debe existir escalera de emergencia y de servicio, cocina principal y bodega principal de alimentos, bodega de ropa blanca, local para equipaje y finalmente se señala que el personal de servicio debe contar con instalaciones propias para su uso como sanitarios, comedor, vestidores, etc.

Para los hoteles de cuatro estrellas se indica según el artículo 25, que deben estar contruidos con materiales de primera calidad y que ofrezcan condiciones de confort. Las instalaciones principales del establecimiento y de las habitaciones serán de buena

calidad. Los pisos, paredes y techos de todas las dependencias utilizadas por los usuarios, estarán revistadas con materiales de primera calidad que armonicen con el ambiente y la categoría del establecimiento.

Todas estas comodidades van disminuyendo conforme disminuyen las estrellas, de tal suerte de que cuando se habla de un hotel de 1 estrella se dice que posee entrada para usos múltiples, vestíbulo con sala de estar, recepción, caja, y teléfono. Las habitaciones en un 20% cuentan con baño privado; la mayoría poseen baños generales que se cuentan 1 por cada 5 habitaciones; la dimensión de las habitaciones es 9mts.2 para la sencilla y 12mts2 para las dobles.

Lo anterior constituye una breve referencia de infraestructura, pero los hoteles deben cuidar mucho de los servicios que referidos a la atención del cliente, se prestan y sobre ello Foster (1994) dice que los hoteles deben prestar un excelente servicio de botones ya que son éstos los que muchas veces hacen de relacionistas puesto que se relación más con los huéspedes que cualquier otra área de servicio; ellos escoltan al huésped y sus pertenencias a las habitaciones, dentro de sus funciones también está la de revisar si hay mensajes para los huéspedes, dentro de la habitación; revisan los sistemas de encendido y calefacción y/o aire acondicionado. De hecho los hoteles cuentan con otro tipo de empleados y las características que debe llenar son según Foster, los siguientes: establecer contacto visual con el huésped tan pronto como éste ingrese, con ello se comunica el deseo de servir; un rasgo importante lo considera la postura correcta que debe ser relajada pero alerta, la cabeza levantada totalmente y la mirada, ni en el suelo ni perdida en el espacio; una sonrisa cálida debe considerarse como parte esencial del uniforme, debe inspirar respeto y bienestar; debe saber responder de manera segura, pronta y eficiente. Foster presenta una lista de normas de presentación entre las que incluye el gafete y el uniforme, la higiene personal y sobre todo la sobriedad de presencia.

La hotelería es más que poseer un edificio y rentar las habitaciones de que se dispone; hoy en día las pequeñas comunidades reconocen la conveniencia de tener un buen hotel.

Un análisis de la hotelería internacional actual indica la aparición de las siguientes tendencias básicas. Latter (1994) "1) Cada vez hay más países en el mundo que se están dando cuenta del valor que tienen en dólares el negocio del turismo. Como resultado de ello, se están construyendo hoteles con gran rapidez en muchas naciones. Es tan importante el hotel para atraer a los turistas, que muchos países están ofreciendo ventajas fiscales a los hombres de negocios dispuestos a construir y manejar hoteles. Otros países están financiando la construcción con dinero del gobierno y ofrecen

contratos lucrativos de administración a organizaciones hoteleras extranjeras. 2) Hay un auge creciente en la hotelería internacional. Los enormes avances logrados por la industria de los transportes permiten a los viajeros mundiales cubrir varios miles de kilómetros con tanta rapidez y a tan bajo costo. Los viajes internacionales se han incrementado durante los últimos cinco años sin dar muestras de haber alcanzado su punto máximo.

La infraestructura y servicios hoteleros no se circunscriben únicamente a la parte material y a los servicios de soporte; durante la historia de la hostelería se ha hecho hincapié en las cualidades de la hospitalidad o lo que es lo mismo, el talento administrativo, para ello es necesario hacer uso de los avances en el campo de la mercadotecnia y del análisis de mercado. Las necesidades de los usuarios cada vez se vuelven más complejas, sofisticadas y hasta exóticas y para satisfacerlas se requiere un conocimiento detallado de la ciencia administrativa y se implementen procesos de reingeniería destinados a modificar la forma de enfrentar las demandas así como volverse realmente competitivos.

La industria hotelera se ha acrecentado en forma vertiginosa y los hoteles hoy en día requieren cambiar tácticamente su imagen y los servicios para atraer usuarios.

Neil, A. (1976) dice que por las presiones competitivas, los hoteleros independientes se enfrentan a un reto mayor y los pequeños hoteleros, los hoteles de la comunidad enfrentan un reto doble que consiste en comodidad y excelencia en sus servicios.

Si bien es cierto que los hoteles se benefician directamente del turismo, Neil afirma que por cada dólar que los turistas gastan en un hotel, los turistas gastan 3 en la comunidad, impulsando así otras secciones de la economía.

Para este logro no se necesita un hotel de 5 estrellas o de lujo; los turistas buscan la imagen de un hotel moderno con cierto matiz de atmósfera local, por lo que se vuelve imprescindible desarrollar la infraestructura local. A los turistas les gusta explorar las costumbres, los hábitos y las tradiciones de un pueblo extranjero pero cuando llega la noche prefiere estar seguro y cómodo. La infraestructura hotelera en Totonicapán no cuenta con hoteles que alcancen la distinción de por lo menos una estrella, con excepción del que pronto abrirá sus puertas como un esfuerzo del cooperativismo. Si el aspecto de infraestructura se considera deficiente, aún mayor es el problema del servicio y la higiene.

Cuando se habla de servicios hoteleros tampoco debe reducirse este a lo que es capaz o no de hacer las personas que laboran en la organización, debe considerarse la organización misma como parte del buen servicio y por ello Foster (1994) afirma que en la organización de un hotel debe contar: la ubicación y el mercado, el tipo de administración, el tamaño del establecimiento, tipo de propiedad, servicios al huésped y el capital de trabajo; de todo ello depende cómo habrá de ser la organización y el tipo de personal.

La organización de un hotel de mediana categoría debe contar con un director ejecutivo o gerente general y los servicios que la organización presta deben estar departamentalizados; así, se hacen necesarios departamentos de: recepción, contabilidad, promoción y ventas, higiene, seguridad, alimentación y bebidas, etc; la departamentalización se hace necesaria según se vuelva más compleja la organización.

De hecho en Totonicapán no se cuenta en el momento actual con servicios de hospedería que requieran una departamentalización de funciones porque los que existen se encuentran fuera de la clasificación que se registra a nivel nacional para los hoteles; no se vislumbra en el contexto de la ciudad la posibilidad de mejoramiento debido a que los empresarios no han estimado un capital para inversión y mejoramiento de servicios, también es de hacer notar que hace falta una visión futurista que permita el desarrollo de este sector que participa de los beneficios que genera el turismo.

El hecho de no poder clasificar en ninguna de las categorías que establece el INGUAT se constituye en una limitante para la captación de turistas en este departamento y ello no permite un proceso de desarrollo del cual todos los sectores de la población salgan beneficiados.

1.2. DESARROLLO TURISTICO

1.2.1. Espacio Turístico:

Pearce (1991) considera cuatro elementos básicos que determinan el desarrollo turístico: 1) Los centros turísticos, 2) las redes de transporte, 3) la conducta de los turistas y 4) las actitudes de las autoridades y de la población local.

En la medida que el espacio turístico se extiende, es decir que los centros turísticos son lo suficientemente atractivos y capaces por ende de captar turistas, se amplían las redes de transporte; de la misma forma la conducta del turista cambia con respecto a la apreciación y demanda del lugar; de ahí que las autoridades locales y la población

también pueden modificar su visión con respecto al turismo y si ésta es positiva pondrán empeño en desarrollar proyectos para fortalecer este espacio turístico o pueden rechazarlo porque sólo ven las desventajas.

El desarrollo turístico se compone de varios elementos entre ellos la provisión de una red de instalaciones y servicios en los cuales se integran los atractivos que pueden ser naturales y /o creados por el hombre; culturales y/o monumentales; los sistemas de transportación, alojamiento y alimentación, los servicios auxiliares como telefonía, transacciones monetarias, tiendas, etc. y por supuesto la infraestructura adecuada que es el soporte de los elementos antes mencionados y a los cuales debe agregarse carreteras, estacionamientos, líneas ferroviarias, puertos, servicios públicos, etc.

Pearce 1991) afirma que todo lo que significa infraestructura requiere una fuerte inversión, pero la inversión más cuantiosa la asume el alojamiento. Hay que notar que si la infraestructura dedicada al servicio de alojamiento es la que más inversión requiere, ésta servirá de muy poco si los atractivos tanto naturales como creados por el hombre son mediocres, es decir no llenan las expectativas del turista.

1.2.2. DIAGNOSTICO DE COMPONENTES TURISTICOS:

A) HISTORICO:

Los orígenes de la comunidad primitiva de Totonicapán son difíciles de establecer, porque se pierden en la profundidad del tiempo. El licenciado Jesús Carranza se basa en las investigaciones del arqueólogo Manuel García, quien en su interesante estudio expuesto por Carranza, dice: «La clase noble de la casa Tzikin Nhaib, refiere unos títulos territoriales, se estableció en Totonicapán; de donde puede explicarse la notable inteligencia de estos aborígenes. La ciudad de Totonicapán primitivamente no estaba en su actual ubicación. Primero descansaba extensa y populosa en las fértiles accidentadas planicies de Patzak y Oherkaibal que se forma en las depresiones de las elevadas sierras de Chitinimit, Chui Patán, Paziká, Chi Kuxlikel, Chui Tzamlancho y Chuistoká.

De estas poblaciones ya no existen vestigios visibles y para localizarlos se necesitaría hacer excavaciones arqueológicas, pues todo fue destruido por la acción del tiempo. Hubo un último y definitivo traslado al punto que hoy ocupa la ciudad de Totonicapán, que en aquella época se conocía con el nombre de Chuimkená que quiere decir «sobre o arriba del agua caliente» porque en sus inmediaciones se encuentran baños de aguas sulfurosas y termales.

La palabra Totonicapán es de origen Azteca; viene de Totonille, a Totonilli, a Totonilco, las cuales tienen la misma equivalencia de Chuimekená.

Se ha establecido en los documentos indígenas que después de Gumarcaj, Chuimekená ocupaba el segundo lugar, tanto por su importancia militar y política como por el de ser la residencia de una de las Casas más poderosas del señorío.

La actuación de sus hombres en el discurso histórico, pues al lado de Tecún Umán pelearon contra el conquistador, haciendo lo mismo durante los motines de 1,816 y 1,818 en Santa María Chiquimula y en la histórica sublevación de Atanasio Tzul y Lucas Aguilar en 1,820, acto por el cual se le reconoce la denominación de ciudad y departamento prócer.

En los mismos documentos se dice que este pueblo y esta región fue centro donde también las artes encontraron buena expresión, lo que significa que a pesar de la transculturación originada por la conquista se mantiene casi pues en algunos aspectos de las artesanías que los indígenas cultivan en la actualidad, razón por la que gozan de justa fama.

El municipio 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. ²
Momostenango	305 Kms. ²
San Cristóbal Totonicapán	36 Kms. ²
San Andrés Xecul	17 Kms. ²
San Francisco El Alto	132 Kms. ²
Santa María Chiquimula	80 Kms. ²
Santa Lucía La Reforma	136 Kms. ²
San Bartolomé Aguas Calientes	27 Kms. ²

El clima es generalmente frío pero saludable, pues se encuentra asentado este departamento sobre la Sierra Madre y sólo algunos sectores del norte de San Bartolo, Momostenango, Santa María Chiquimula y Santa Lucía La Reforma, se puede disfrutar de clima templado, que en algunos casos se asemejan a la bocacosta: Con la elevación y la fisiografía varía también el régimen de lluvias.

En este departamento están representados dos divisiones fisiográficas: las montañas Volcánicas, la cual es paralela al litoral del océano pacífico, esta cordillera recibe el nombre de zona sísmica o círculo de fuego del pacífico, que están constituidas por una cordillera que se extiende hacia los departamentos de Chimaltenango y el Quiché y en el cual la mayoría de los lugares están a una altura de 2,400 mts sobre el nivel del mar, el cual recibe el nombre, el cual recibe el nombre de cordillera de los Andes, y la

altiplanicie central que consiste en una llanura con fuertes ondulaciones y que se caracteriza porque existen numerosas barracas fuertemente escapadas.

Los límites actuales del departamento son: Al norte con Huehuetenango, al sur con Sololá, al noroeste con El Quiché y al oeste con Quetzaltenango.

Las mayores concentraciones de la población se encuentran al sur y obedece este fenómeno al hecho que de allí se encuentran las mejores tierras para la agricultura ya que en el norte las condiciones del terreno son menos favorables.

Durante toda la semana hay ventas en el mercado, pero el día de plaza es sábado. Este día muchos visitantes llegan a Totonicapán para vender o comprar diferentes productos.

La ciudad tienen servicios de agua potable y luz eléctrica en casi todas las casas de sus habitantes.

Los servicios de comunicaciones son buenos; hay teléfonos, telégrafo, servicio de correos y radiodifusoras.

Hay gran número de camionetas que entran y salen a toda hora, por lo que la gente puede viajar con mucha facilidad.

LA EDUCACION: La educación en Totonicapán es un hacer, una actividad que tiene como fin formar, dirigir o desarrollar la vida humana para que este llegue a su plenitud. Tomando como concepto fundamental: no es posible dejar éste aspecto cuya omisión significaría dejar al margen una de las actividades humanas más representativas, por la que se conoce la vida de un pueblo; por la educación en parte de la vida de cualquier comunidad y el desarrollo, depende sobremanera del grado de progreso que pueda tener el conglomerado que vive en esos puntos sean sociales y económicos.

EN LO CULTURAL: El idioma oficial es el castellano que es el que habla la población ladina y un alto porcentaje de indígenas, muchos indígenas son bilingües, acentuándose esta característica con el sexo masculino, ya que la mujer por naturaleza es conservadora y por lo tanto, más resistente al cambio. Es importante señalar que las reuniones sociales de los indígenas se caracterizan por el respeto y la ceremonias. **EL MATRIMONIO:** Se verifica de acuerdo a lo proscrito por las leyes de la República es decir ante el alcalde ó utilizando los oficios del abogado. Satisfaciendo los requisitos al matrimonio civil se procede a verificar el matrimonio religioso que está condicionado en su celebración, con normas que la religión dicta. A continuación de este acto religioso, se celebra una fiesta a menizada con marimba un buen almuerzo y regado con regulares cantidades de licor, si los contrayentes son evangélicos la fiesta será más sencilla.

RELIGIÓN: La mayoría de la población es católica, aunque existen fuertes núcleos de evangélicos y mormones. **LA BRUJERÍA:** consiste en una serie de ritos ceremonias que se verifican en quemadores especiales que se encuentran ubicados en las montañas, desfiladeros y barrancos. Estos quemadores son para incinerar Estoraque, Pon, incienso y candelas, con el fin de convocar a una serie de poderes espirituales denominada de diferentes maneras: Dios Mundo, Confesores del Mundo, Juan Noj, dueño de la montaña, etc.

El Tobal Rech: es una costumbre que hacen los brujos para curar a las personas. **Pacaran Mes,** es una costumbre extraordinaria que hacen los brujos para curar es una persona muy enferma. **El Itzibal,** es una costumbre para hacer daño al enemigo.

La Marimba: contaban los mayas quichés con un Dios de música, que recibía el nombre de Tzel. Contaban la leyenda, caminado este Dios por el campo se sentó sobre una roca sobre un tronco de un árbol de hormigo, a pensar en un instrumento que con su sonido diera a conocer la felicidad y la belleza de aquel tiempo, distraído cojió una ramita y con ella tocó el tronco donde estaba sentado, el que produjo un sonido dulce y melodioso. Al oír esto **ATRA** el dios Tzel llevó el tronco a Xelajú donde se hizo la primera marimba. En Totonicapán la marimba que se ejecuta es la Sencilla y ocupa un lugar especial en el panorama musical del departamento de los Altos de Guatemala. Su arribo dentro de la población denota la importancia que recibe ese instrumento Afroamericano, en el contexto cultural de la región.

Esta clase de marimba Sencilla a diferencia de la denominada doble consta de una hilera de teclas colocados sobre una mesa rectangular con sus respectivos cajones. Algunos ejemplares pueden transportar su escala mayor a otra mediante la utilización de pequeñas bolas de cera negra de abejas adheridas a la parte inferior de ciertas teclas, permitiendo así bajar medio tono de notas. Los teclados de estos instrumentos tradicionales hechos de madera de hormigo, varían en el número de unidades, los de menor proporción tienen 25 teclas y los más grandes 42, el tamaño de las mesas oscilan entre 1.11 mts y 2.3 mts. de largo.

LA VESTIMETA: Los vestidos pueden ser de lana, algodón, lino, seda y otros, se utilizan según el clima de cada lugar. En el departamento de Totonicapán hay diferentes grupos de indígenas, ellos tienen una forma especial de vestir. Usan sus trajes por ellos mismos. El traje es diferente en casi todos los municipios. Acostumbran a usar hilos de muchos colores, lo cual los hacen muy vistosos.

ATRATIVOS TURISTICOS: Los lugares que pueden ser visitados turísticamente por su belleza y fácil acceso, son: en **Momostenango** se encuentran los Riscos constituidos por picachos que se han formado por la erosión y que se caracterizan por sostener en su cima una piedra; **Payaxú** es un balneario muy especial cuyas aguas sulfurosas nacen en forma de geiser, formando pozas donde los indígenas se bañaban completamente desnudos, también son famosos los balnearios de **Palá Grande y Palá Chiquito** y el Salitre. En San Francisco El Alto, desde su altura se observan maravillosos paisajes, especialmente la vista que forma el cañón del río Samalá y su

Típico mercado del día jueves y viernes el cual es no de los más grandes de la república y Centroamerica.

En Totonicapán: 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 a la 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, están 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 de que en invierno tiembla mucho, por lo que se cree que es un volcán de agua, se encuentra el kilómetro 149, a la par de paraje las Trojadas. En el kilómetro 152-153 de la carretera mencionada tenemos a la **“Iglesia del Coyote”**, se le llama iglesia porque hay una piedra a la izquierda de la carretera que tiene la forma de un coyote echado, se encontró una piedra redonda en el lugar llamado Setesic que tiene la forma de las que se usaban en los molinos de trigo, queda en el kilómetro 149-250 **Retinibal Quiej** (en el baño de los caballos), porque 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.

RECURSOS NATURALES:

Se señala la existencia de nacimientos de oro, cinabrio y hierro en el municipio de San Bartolo aguas calientes, existen además, varias minas de piedra que son explotadas para la importante industria de piedrín.

También hay minas de metales preciosos, aunque éstas han sido muy poco explotadas. Dentro de los metales que se han encontrado está el plomo de forma muy rudimentaria. Ha sido utilizado en la alfarería y como pintura en tonalidades verde y café.

En cuanto a los recursos hidrográficos, puedo decir que el departamento se encuentra cruzado por innumerables ríos y riachuelos, siendo el más importante el río Samalá.

Por lo que respecta a la flora a pesar de las plagas y la lata inmoderada, todavía quedan recursos forestales que, explorados en forma inteligente y técnica, pueden constituir fuente llamado bálsamo del Canadá que tiene tanta importancia en la fabricación de lacas y barnices, así como el adhesivo para montar preparaciones microscópicas, en aplicaciones industriales.

AGRICULTURA:

Los cultivos esenciales en el departamento son: el trigo de muy buena calidad, el maíz, frijol, papas, avena, cebada y otros.

Los cultivos secundarios son: avena, haba y verduras.

Como cultivos potenciales se citan los frutales de tierra fría: durazno, manzana, pera, guinda, ciruela, frambuesa, mora e incremento de la producción de nueces, anonas, sidra y aguacates en la zona norte.

En San Bartolo, Momostenango y Santa María Chiquimula, además de esas frutas es factible sembrar cebada y aceituna industriales.

PECUARIA:

En Totonicapán existen algunas comunidades lecheras, también crianza de cerdos, y existen numerosas rebaños de ovejas.

INDUSTRIA:

Este municipio cuenta con las siguientes industrias: textiles, alfarería, cerámica, hojalatería, talabartería, carpintería, juguetería en madera y barro.

ALFARERÍA:

Cerámica: tales como: vasijas, ollas, vasos, tasas, alcancías, platos, comales, subales, cuadros decorativos hechos de arcia y barro endurecidas por cocimiento en horno natural. La naturaleza y el tipo de cerámica también es determinado por la composición de arcia y barro, dichos objetos son pintados de diferentes colores llamativos. El método de su preparación la temperatura a la que se han cocido y los barnices que se utilizan lo distinguen de la porcelana por ser porosa y opaca. Como se cuece a temperatura más baja que está no llega a verificar. El término alfarería se suele emplear para designar a la cerámica primitiva o de carácter popular, generalmente de uso doméstico.

La ceramista puede eliminar algunas de las impurezas propias de las arcillas secundarias o mezcladas en diversas proporción para lograr efectos diferentes. Cierta cantidad de impurezas en la arcilla ayuda a que la vasija mantengan su forma durante la cocción y los ceramistas que utilizan arcillas de grano fino suelen "atemperarla" añadiendo materiales burdos como arena, piedra pulverizada, conchas molidas antes de trabajarla.

Para que la arcilla no se rompa al cocerla, primero debe dejarse secar al aire. Si está bien seca, es porosa y relativamente blanda, puede cocerse directamente en un horno abierto a una temperatura de 650-750 °C. La decoración de los objetivos puede efectuarse antes o después de su cocción. Cuando la arcilla está seca a medias y un poco endurecida (consistencia de cuero) pueden incrustarse trocitos de arcilla o pueden hacerse incisiones, estampaciones o líneas y otros motivos.

A lo largo de la historia la cerámica vidriada ha sido menos habitual que la no vidriada. Esta técnica consiste básicamente en aplicar minerales que vitrifican (sílice o boro) combinados con elementos endurecedores (como la arcilla y los fundentes) y agentes mezcladores (como el plomo y la sosa).

CARPINTERÍA: Los trabajos de carpintería incluyen la realización de piezas para la construcción, como armazones, puertas, ventanas y suelos, roperos, mesas, sillas, bancos, cajones y juguetes, como la elaboración de todo tipo de mobiliario en madera común. El arte y la técnica de cortar, trabajar y ensamblar madera para hacer estructura es una de las labores más antiguas del carpintero. Antes de la utilización generalizada del acero y del hormigón en la construcción, el carpintero era el responsable de construir la estructura de los edificios. En los últimos tiempos, la función del carpintero en este terreno se ha centrado en la construcción, de casas pequeñas y en el montaje de armazones para fraguar el hormigón. Las nuevas técnicas de ensamblaje, perfeccionadas en las últimas décadas, han multiplicado las aplicaciones de la madera y el trabajo de los carpinteros. La utilización de estructuras y componentes prefabricadas por un módulo, en vez de productos en bruto, sigue aumentando. En la construcción por módulos, se realizan secciones enteras en las fábricas y se colocan más tarde en la obra.

HERRAMIENTAS PARA EL TRABAJO DE LA MADERA en Tonicapán los artesanos han desarrollado durante siglos herramientas manuales y máquinas para aprovechar las cualidades de la madera. Se han inventado muchos tipos de ensambladuras para unir piezas de madera, y también ceras, lacas y barnices para realzar y proteger su belleza. Como las dimensiones de las piezas de madera pueden variar un poco debido a la humedad y al calor, los carpinteros han de ser capaces de anticiparse a estas variaciones para prolongar lo máximo posible la robustez y la utilidad de los productos finales.

Herramientas manuales: La mayoría de las herramientas manuales que se utilizan en la actualidad han sufrido pocos cambios desde la edad media. La mejora más importante es la utilización de acero en vez de hierro en las superficies de corte. Las herramientas más comunes son la sierra, el cepillo y el formón y otras más generales como martillos y destornilladores, que se utilizan con clavos y tornillos.

Hay varios tipos de sierra para los diferentes tipos de corte. La sierra de corte transversal, o de través, se utiliza para cortar la madera en dirección perpendicular a la veta, y la sierra de cortar al hilo, o de hender, para hacerlo en la dirección de la veta. Los cortes curvos se realizan con la segueta, que es una estructura metálica con forma de U que tensa una hoja fina y delgada. Los cortes precisos de las ensambladuras se hacen con la sierra de chapeado, un serrucho delgado y rectangular forzado por el borde superior con una barra metálica.

Los cepillos se utilizan para suavizar y dar forma. Consisten en una hoja o cuchilla afilada de acero encajada en un soporte metálico o de madera, dispuesta en ángulo con respecto a la superficie a alistar. La profundidad de corte se regula ajustando la distancia que sobresale la cuchilla respecto a la base del cepillo. Hay cepillos de muchos tamaños, incluso unos especiales que se usan para hacer surcos. También se utilizan varios tipos de lima para alisar y dar forma a la madera.

Los formones o escoplos planos y la gubia curva o de media caña se utilizan en algunos casos para vaciar piezas de madera. Las herramientas manuales más utilizadas para perforar son el berbiquí, la barrena y el taladro manual, con sus brocas de varios tipos.

También se utilizan herramientas para medir y comprobar los tamaños y la alineación de los elementos. Estas herramientas son, entre otras, la cinta métrica, el metro plegable y la regla metálica. La escuadra se utiliza para comprobar ángulos rectos, y el nivel para comprobar la alineación horizontal y vertical. En los trabajos en los que hay que pegar las piezas, éstas se sujetan con abrazaderas y cárceles (también llamadas gatos).

TEXTILES:

FIBRAS TEXTILES: lino, lana, algodón, seda, fibras sintéticas.

PRODUCCION TEXTIL: procesado de la fibra, hilado, tejido, telas de punto, teñido y estampado.

TIPOS DE TEXTILES: tejido liso o de tefan, tejido cruzado, tejido de satén, tejido de lizo, tejido de pelos o de hilos levantados.

TALABARTERIA: los trabajos de la talabartería incluyen los siguientes productos: carteras, ganchos de pelo, bolsas típicas, cinturones típicos, bieteras. En casi todos se utilizan el mismo procedimiento de elaboración, generalmente las herramientas utilizadas son: cuchillos, martillos, lijas, trosos de plástico sacabocados, tijeras, máquinas de coser, tronqueladoras, impresoras para cuero, cortadoras de tiras, máquinas desbastadoras de tiras.

HOJALATERIA: Entre los productos más elaborados están: canales, sacabasuras, cartuchos, lámparas, juguetes, adornos navideños. Los instrumentos y técnicas que utilizan para la elaboración de estos fueron heredados por sus antepasados mayas y españoles.

INSTITUCIONES LOCALES

LA MUNICIPALIDAD: De Totonicapán está constituida por: El alcalde, alcaldes auxiliares, consejales, vocales, secretario. La municipalidad es una monumento invaluable ya que ha sido fiel testigo de muchos acontecimientos históricos y de muchos cambios de gobierno democrático y alberga a la máxima autoridad de pueblo. Además de la municipalidad, funcionan otras instituciones que en diferentes áreas coadyuvan al desarrollo del municipio tales como: INGUAT, FUNDAP, INTECAP, PRODETOTO, COOPERATIVA CHIMEQUENA, CEDRO, CASA DE LA CULTURA, COOPERATIVA SAN MIGUEL CHUMEQUENA, COSAMI, HOTEL SAN MIGUEL, HOTEL MEXICO LINDO. Para conocer la situación actual del turismo y de la promoción de las artesanías totonicapences consultamos varias instituciones que tiene relación estrecha con la población artesanal.

INGUAT: Actualmente se dedica a la promoción de algunos productos artesanales por medio de trífolios y de mapas de ubicación de los diferentes talleres de producción, así como la promoción del Festival de Danza Tradicionales más o menos dos otros grupos de turistas holandeses por mes que vienen a conocer y a disfrutar del ambiente acogedor que les ofrece nuestra tierra.

CASA DE LA CULTURA: por falta de ayuda económica se dedica únicamente a informar verbalmente a quién lo requiera, direcciones de algunos artesanos y si se requiere mayor informaciones remitido a Inguat, oficina que alberga en sus instalaciones.

FUNDAP: Es una institución que otorga préstamos a pequeños artesanos asesorándolos en el proceso de fabricación y de venta de sus productos. Se otorgan dichos préstamos con menos requisitos que cualquier otra institución, siempre que demuestre que son para fines de producción, fabricación o comercio de productos artesanales.

COOPERATIVA ARTESANAL CHUIMEKENA: El propósito principal de la cooperativa es reunir tejedores que quiera asociarse a la cooperativa con el fin de abrirles nuevos mercados a nivel regional, nacional e internacional. Actualmente cuenta con 165 asociados en el departamento, generalmente la mayoría de los asociados son de cantones cercanos que se dedican a la fabricación de productos textiles.

CDRO: Tiene como principal objetivo impulsar el desarrollo integral de las comunidades rurales de Totonicapán y de la región Occidental de país, dedicándose por medio de la organización comunal y también a productos textiles, sirviendo como intermediario entre la oferta y demanda de dichos productos. Además brinda préstamos a sus asociados con el fin de ayudarlos en su situación económica, siempre y cuando estén organizados en consejos comunales.

PRODETOTO: Es una institución que tiene como principal objetivo el impulsar proyectos sociales, tales como: drenaje, agua potable, luz eléctrica, saneamiento, entre lo económicos: ayudar a la micro y pequeña empresa con la finalidad de que estos sean autosostenibles, tomando en cuenta que solo brindan el apoyo a las asociaciones formadas.

LUGARES TURISTICOS

Entre los lugares más importantes más importantes a visitar están los siguientes: **cuevas de San Miguel**, que son grandes cavernas que se adentran en la entrañas del monte Kaxtún, se encuentran aproximadamente a la distancia de tres kilómetros de la ciudad. Según dicen los pobladores que muchos sacerdotes mayas llegan a ese lugar a efectuar tiros mayas donde piden por la salud, el bienestar, prosperidad, la paz, aunque no solo llegan para solicitar buenas virtudes sino también para desear males a sus enemigos. **El Campanabaj** (Campana de piedra), se encuentra en la cúspide del cerro Chi-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 a la de una campana. Desde ahí tenemos una vista hermosa del departamento de Totonicapán ya que se pueden observar sus aldeas, caseríos y las montañas que rodean al departamento. **Chi-xajap-xinul** (en el zapato de la señora), es una piedra como de dos metros de alto que tiene estampado un zapato, se encuentran en el kilómetro 157, y es otro punto desde donde se puede apreciar la belleza de la naturaleza ya que dicho lugar está rodeado por un extenso bosque. **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. Cuentan que es otro lugar donde los sacerdotes mayas llegan a quemar copal, inciencio y adejar ofrendas para pedir ayuda a sus diferentes dioses.

Estos lugares son muy importantes tomarlos en cuenta para atraer al turísticas ya que no todos los departamentos de Guatemala poseen lugares como lo anteriormente mencionados. (Los mapas se encuentran en anexos).

PLAN DE SEGURIDAD

OBJETIVOS

GENERAL: brindar seguridad a todo turista que visite el departamento de Totonicapán.

ESPECIFICOS:

- * trabajar conjuntamente con instituciones públicas y privados para brindar seguridad al turista.
- * Darle confiabilidad al turista para que sienta en la plena libertad de visitar los atractivos turísticos.
- * Que el turista a través de la seguridad personal tenga el deseo de volver a visitar la cabecera o Departamento de Totonicapán.
- * Que todo turista sea la mejor fuente de publicidad acerca del eficiente sistema de seguridad.

POLICÍA

Cuerpos y fuerzas que utilizan el Estado para asegurar de modo coactivo el orden, la seguridad y la salubridad públicas, así como para investigar el delito y prevenir la delincuencia.

En este sentido, que es el propio del Derecho administrativo, la actividad de policía es el conjunto de medidas de coacción y represión que puede utilizar una administración pública para que el ciudadano ajuste sus actuaciones a fines de utilidad o de orden público, aunque ello suponga limitaciones a su libertad.

Potestades de la policía, considerando la acepción coloquial del término, y prescindiendo por tanto de la acepción propia del Derecho administrativo (actividades de limitación de la libertad por parte de las administraciones públicas), estas potestades se resumen en la elemental función de asegurar el cumplimiento de la ley, y garantizar el establecimiento de la tranquilidad y el orden público a través de medios coactivos legítimos que la propia comunidad pone a sus manos. A esta función primordial de velar por la seguridad pública debe añadirse, la de la investigación del delito y la prevención de la delincuencia, así como la de vigilar el cumplimiento del reglamento de circulación de vehículos.

El marco de potestades dependerá en cada país de cómo se encuentran organizados los distintos cuerpos y fuerzas de seguridad, por razón territorial o por razón de la materia (cuerpos nacionales o federales, policías regiones, locales, de marina, de puertos, judiciales, policías militares, "patrullas verdes", entre otras variantes posibles). Un dato común a todas las policías en los ordenamientos democráticos es el de la obligación de respeto a los derechos fundamentales de los ciudadanos. Por la aplicación de este

principio, será ilegal la entrada en un domicilio sin contar con la correspondiente autorización judicial o causa de fuerza mayor, la escucha telefónica que se realice sin permiso de juez, la detención prolongada de una persona sin ser puesta a disposición judicial, o el abuso de autoridad, entre otros supuestos.

En Tonicapán existen instituciones que se dedican a promover el turismo y los productos artesanales pero es preocupante que no hayan diseñado un plan de seguridad para proteger la estadia de los mismos en los diferentes atractivos turísticos estando conscientes, de que entre más seguridad exista mayor va a ser la confianza por parte empresas que se dedican a organizar Tour o excursiones diversas a nuestro departamento.

Hasta la fecha no se encuentra registradas en el departamento instituciones que se dediquen a prestar seguridad al turista que visita los diferentes atractivos turísticos. Podemos citar un indirecto de los alcaldes auxiliares que es más dirigido a un empirismo de guías turísticos.

Consideramos que la implementación de seguridad al turista es de mucha importancia ya que viene a beneficiar grandemente a los diferentes sectores de la población participando dentro del mismo sistema desde el guía turístico, alcaldes auxiliares, productores, autoridades militares hasta el ciudadano común y corriente, concientizando cada uno de ellos acerca de la necesidad de los ingresos que representa el aumento de turistas a nuestros departamento.

MECANISMO DE COORDINACIÓN: será un trabajo en donde participarán las fuerzas de seguridad pública del departamento: Policía Nacional Civil, Miembros del Ejercito, Alcaldes Auxiliares, Bomberos Voluntarios, todos ellos bajo la dirección de personal capacitado por la oficina acerca de los diferentes recorridos.

Se implementará un canal de comunicación vía radio o telefonía celular entre: oficina y Policía Nacional Civil, oficina y Bomberos Voluntarios, Policía Nacional Civil y Bomberos Voluntarios a través de canales abiertos.

Se proporcionará a los sectores de seguridad que intervendrán en el procedimiento en mención un itinerario de actividades mensuales y cualquier cambio se les dará a conocer en forma inmediata coordinando reuniones periódicas para poder evaluar los resultados de las diferentes actividades y para implementar logísticamente nuevas estrategias.

Organizar a los alcaldes auxiliares y realizar con ellos actividades de orientación y de capacitación acerca de los servicios que de ellos se van a requerir siendo estos: servir de guías en cada recorrido que se realice, así como la narración histórica que cada recorrido conlleva a demás de realizar reuniones con sus comunidades para la creación de bienvenida a los turistas al momento de que estos los visiten

DIAGNÓSTICO DE HOTELES

TOTONICAPAN: entre los diversos hoteles que se encuentran en el municipio de Totonicapán ofrecen los siguientes servicios:

* Hospedaje, habitaciones sencillas, dobles y triples, y en algunos parqueos de automóviles, baños con agua caliente, T.V. Vía satélite.

QUETZALTENANGO:

* Actualmente cuenta con hoteles de prestigio a nivel Nacional e Internacional caracteriando algunos por su estructura colonial: Pensión Bonifaz, Villa Real, como también de estructura moderna: Hotel del Campo, Bella Luna, contando con todos los servicios: bar, restaurantes, garage, servicio a la habitación, etc., y por ello su tarifa es elevada, oscilando la mínima en \$35.00 y la máxima \$72.00 la noche.

SINTESIS: Por la mayor comodidad y calidad que los hoteles de Quetzaltenango ofrecen, el turista opta por hacer uso de ellos, perdiéndose así el ingreso que representaría el tener uno o dos hoteles de esa categoría.

AGENTES DE DESARROLLO:

Para que el turismo se desarrolle es necesaria la participación de sectores públicos y privados; la participación de las entidades públicas complementadas por los gobiernos locales o municipales es determinante. Los gobiernos del mundo están destinando cantidades cada vez mayores de su presupuesto total para propiciar el desarrollo del turismo que éste es y debe ser considerado como parte del desarrollo global de un país.

Para que éste rubro se desarrolle algunos gobiernos se auxilian del apoyo de organizaciones internacionales como el Banco Mundial, Naciones Unidas , Agencia Internacional del desarrollo, Cooperación Española, etc.

El sector privado tiene también un papel protagónico en el desarrollo turístico apoyando y/o participando en proyectos locales y a mayor escala en proyectos nacionales.

El sector público tiene motivaciones como mejorar la balanza de pagos, impulsar el desarrollo regional o nacional, diversificar la economía, mayores ingresos fiscales y abrir oportunidades de empleo. Las motivaciones no son sólo económicas para el sector público, también hay motivos sociales, ambientales, políticos, etc. sin embargo, lo económico es casi determinante.

Pero el sector privado también tiene motivaciones económicas, pero son de lucro, es

decir busca el máximo de beneficio de las inversiones. Ahora bien la capacidad de inversión de estos dos sectores no es igual, depende de la economía y del desarrollo nacional.

Dentro de los agentes de desarrollo es necesario considerar los elementos de la oferta y de ellos hay que señalar los atractivos, el transporte, alojamiento y servicios necesarios para que el turista se sienta cómodo.

1.2.3.TURISMO:

La actividad del turismo genera un impacto social y económico en las poblaciones visitadas. La movilización de personas conlleva una serie de elementos tales como: mayor demanda en la prestación de algunos servicios, lo que a su vez genera ingresos tanto para quien los presta como para el Estado que cobra impuestos, estas demandas de servicios van desde transporte, comunicaciones, alimentación, transacciones monetarias, comercio, hospedaje, etc.

El turismo sin duda introduce cambios que pueden verse en mejoras en la calidad de vida, mayores oportunidades de empleo, más ingresos, desarrollo, etc., pero también cambios que desestabilizan como aglomeraciones de tráfico, criminalidad y contaminación entre otros; sin embargo el turismo se ha convertido en el objetivo de muchos países porque se tienen evidencias de que resulta rentable.

Según el Manual de Organización y Administración del Turismo (sin año), el turismo tiene dos caras, ya que en áreas bien desarrolladas con atractivos turísticos bien definidos, esta actividad puede enriquecer a los habitantes dando origen a más comercios, teatros, restaurantes, etc., en los países menos desarrollados puede generar conflictos cuando los nativos son sólo observadores, cuando su pobreza los puede conducir a generar conflictos sociales como la prostitución y la violencia.

A pesar de algunas desventajas del turismo, el desarrollo de este rubro es una necesidad, una elección para lugares que como Totonicapán que posee gran belleza natural y además porque se generaría nuevas oportunidades de empleo que se encaminarían al mejoramiento, si no de toda la población de un buen sector.

1.2.4. BENEFICIOS DEL TURISMO

Indudablemente el turismo representa beneficios para el Estado, en términos generales, pero a nivel local se concretizan más ya que benefician a los propietarios de terrenos, al aumentar su valía; los comerciantes, los transportistas, los que prestan servicios de transacciones monetarias, los que expenden comidas y bebidas, los que brindan hospedaje, los constructores y otros segmentos de la población porque la actividad genera los ingresos de la bolsa del turista. El turista gasta en el país visitado dinero que adquirió en otro lado.

Más que los beneficios económicos que genera el turismo, hay que analizar las implicaciones que tiene sobre la sociedad, especialmente en sus aspectos culturales, que pueden llegar a adquirir la categoría de espectáculos; puede generar una autovaloración del patrimonio que se posee o puede infravalorarse tanto que sólo se comercie con la historia, las costumbres, la identidad étnica, etc.

El Manual de Organización y Administración del Turismo presenta el siguiente resumen de coste – beneficio del turismo en una comunidad:

COSTES

Una ampliación de: servicio de alcantarillado, policía, incendios, escuelas, etc.

Posible incremento de todo tipo de crímenes.

Mayor contaminación: aire, agua, más ruidos.

Más problemas por densidad

Una posible limitación en el acceso a los lugares de atractivo

Aumento del coste de la vida: comida, alquileres, transporte, mano de obra.

Impacto en la cultura local.

BENEFICIOS

Más opciones de encontrar empleo y empleos mejor remunerados.

Aumento del valor de las propiedades

Mayores beneficios a través de los impuestos

Una opción más amplia de diversiones

Posible embellecimiento de la zona

Mayor facilidad del transporte para los residentes: más carreteras y transporte público

Mayores posibilidades de educación

Mayor variedad de ofertas en los diferentes rubros del comercio.

1.2.5. IMPACTO DEL TURISMO SOBRE LA CULTURA

Hasta hoy la bibliografía reporta que aspectos como la cerámica, los tejidos, los bordados, la joyería y las artes manuales en general han sido revaloradas por el turismo. Todas las elaboraciones con carácter de autóctono son muy apreciadas por los extranjeros que pagan muy bien por la adquisición de estos artículos.

En Guatemala también sucede este proceso, el cual se observa de manera especialmente en Sololá, sobre todo a orillas del lago, es decir en Panajachel, también sucede lo mismo en Antigua Guatemala; donde los comercios de productos artesanales han florecido y son prósperos. Totonicapán también tiene una producción artesanal envidiable a nivel de ebanistería, tejeduría, bordados, alfarería, hojalatería, modelado en cera que no están siendo utilizados para captación del turismo.

En síntesis se puede afirmar que el turismo tiene aspectos positivos y negativos como casi todas las situaciones o cosas en la vida de un pueblo; pero para una comunidad como la de Totonicapán, que posee potencialmente muchos recursos y considerando que los beneficios son mayores que los costes y que éstos últimos se deben considerar como inversión social, hay que sacrificar algo para obtener mayores oportunidades, por lo mismo la determinación de un cambio en las políticas de desarrollo turístico son impostergables.

1.3 TOTONICAPAN.

1.3.1. CONCEPTUALIZACIÓN.

El departamento de Totonicapán reúne las características más representativas del altiplano centro-occidental del país, entre las cuales se puntualizan las de carácter físico, cultural, económico y humano las cuales le imprimen una fisonomía propia y particular que lo distingue de las demás regiones del país. Es una reunión artesanal, económicamente agrícola, en donde sus habitantes se han distinguido por ser dinámicos y encaminar sus anhelos hacia un desarrollo integral que permita la inserción del departamento, al sistema nacional productivo.

1.3.2 GEOGRAFIA.

Totonicapán se encuentra en el centro de la región del altiplano, colinda al norte con Huehuetenango, al sur con Sololá, al noreste con Quiché y al oeste con Quetzaltenango. Tiene una extensión territorial de 1,061 Km. dividido en 8 municipios: Totonicapán, San Cristóbal, San Francisco el Alto, Momostenango, Santa María Chiquimula, San Lucía la Reforma y San Bartolo. Esta localizado a n altura de 2,857 metros sobre el nivel del mar,

lo que propicia un clima frío durante todo el año.

La Sierra Madre atraviesa el departamento de sur-este a nor-este, observándose pocas planicies y escasos valles, así como una gran cantidad de montañas, cerros, barrancos, etc.

1.3.3 VIAS DE COMUNICACIÓN.

La principal vía de comunicación es la carretera Interamericana que proviene de Sololá y llega al lugar denominado cuatro caminos en el municipio de San Cristóbal, distante 12 Km de la cabecera departamental por carretera asfaltada.

1.3.4. RECURSOS NATURALES:

En primer plano, están los bosques como recurso principal, en los cuales todavía existen grandes extensiones pobladas de árboles, a pesar de la elevada explotación que se ha hecho de los mismos. La madera es utilizada en la industria de muebles, aunque su fabricación carece de dirección técnica, por lo cual su comercialización no está debidamente orientada.

En los bosques mencionados, existe gran cantidad de abetos, cipreses y otros de menor importancia por la calidad de la madera.

1.3.5. ORGANIZACION POLITICA Y SOCIAL:

La historia revela que la evolución de las comunidades indígenas proviene de la antigua cultura Maya, que a pesar de su grandeza, no aporta grandes fuentes informativas, pero es el origen más cercano del indígena guatemalteco.

Se sabe del colapso de los grandes centros mayas, los Toltecas hicieron sentir su presencia en el Altiplano guatemalteco, por medio de expediciones comerciales y de conquista, lo que transformó la sociedad haciéndola girar en torno a la productividad agrícola. Conforme los indígenas fueron tomando confianza y experiencia, se volvieron estados guerreros campesinos que iniciaron un fuerte proceso de ascenso, el cual se vio interrumpido con la llegada de los españoles, que encontraron consolidados tres grupos importantes: Quichés, Cackchiqueles y Tzutuiles.

Al considerar así los antecedentes históricos de los pueblos indígenas de Guatemala, la evolución evidencia actualmente al departamento de Totonicapán como enmarcado dentro de los órganos de gobierno del país. La representación gubernamental es ejercida por la Gobernación Departamental a través de la figura del Gobernador, quien es el encargado de velar por la tranquilidad y el mejoramiento de todos los poblados a través de las alcaldías municipales.

La administración de justicia está a cargo de los Juzgados de Paz que existen en los municipios y del Juzgado de Primera Instancia de la Cabecera.

II – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

A nivel mundial la industria hotelera ha sufrido muchos cambios, éstos vinculados al desarrollo económico, al crecimiento comercial, a la prosperidad de los pueblos, pero sobre todo a la demanda de un sector que viaja por negocios, cultura, educación, recreación, etc. Y que en su desplazamiento demandan varios tipos de servicios, entre ellos el hotelero.

Los hoteles constituyen uno de los sectores, que en particular, se beneficia de la afluencia turística, ésta determinada por muchos factores que se constituyen en atractivo para este tipo de viajero.

Los viajeros estadounidenses y europeos son candidatos potenciales para utilizar los servicios hoteleros, pero los turistas presentan algunas exigencias como son: seguridad, comodidad, confort y tarifas adecuadas. Generalmente al escuchar la palabra confort se piensa en un edificio moderno con todas las comodidades, sin embargo, se puede tener las condiciones señaladas en algo muy típico y local.

Totonicapán es un departamento que cuenta con alto nivel de potencial turístico, y su vecindad con otros departamentos que presentan afluencia de turistas lo hace candidato para desarrollar un turismo que beneficie todos los sectores de la población, pero carece de las condiciones necesarias para hospedar a los visitantes, tanto nacionales como extranjeros.

La infraestructura existente no cuenta con las condiciones básicas de comodidad, seguridad y servicio que se necesita para captar a los turistas que hasta hoy realizan visitas de día (llegan por la mañana y se van por la tarde), esto limita las oportunidades para que otras fuentes de trabajo se desarrollen, como el sector comercial, artesanal y artístico.

Al mantenerse esta situación, Totonicapán, a pesar de su potencial seguirá siendo una ciudad de tránsito o de viajeros de día, condición que no coadyuva al desarrollo, crecimiento y bienestar de la población.

Por lo expuesto se plantea lo siguiente:

¿De qué manera el desarrollo de la infraestructura y servicios hoteleros genera desarrollo de turismo en Tonicapán?

2.1. OBJETIVOS:

GENERAL:

Presentar una propuesta de mejoramiento de la infraestructura y servicios hoteleros en la cabecera departamental de Tonicapán.

ESPECIFICOS:

- * Establecer las condiciones en que se encuentra la infraestructura de Tonicapán.
- * Establecer el tipo de servicios que posee la infraestructura hotelera en Tonicapán.
- * Determinar la calidad de los servicios que se prestan.
- * Proponer alternativas para desarrollar una visión de futuro en los propietarios de servicios de hospedaje de la ciudad.

2.2. VARIABLES:

Infraestructura y servicios hoteleros
Desarrollo turístico

2.3. DEFINICION DE VARIABLES

DEFINICION CONCEPTUAL:

INFRAESTRUCTURA HOTELERA:

- * Conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de establecimientos de hostelería de mayor categoría que la fonda. Para este estudio los términos hotel y hospedaje se utilizarán de manera indistinta.

***SERVICIOS HOTELEROS:**

Taylor,(1977) actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen en venta sin que esto incluya cambio de propiedad. Stanton (1975): son actividades intangibles que satisfacen necesidades cuando se venden a consumidores o usuarios de la hotelería.

DESARROLLO TURISTICO:

Conjunto de fenómenos y relaciones que los turistas producen a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viaje, transportes, espectáculos, guías, interpretes. Afición por viajar. (Fernández, 1985. Enciclopedia del Turismo)

DEFINICION OPERACIONAL:

Infraestructura hotelera se entiende como el conjunto de establecimientos dedicados al servicio del hospedaje y se miden con:

- * Cantidad de hoteles
- * Clase de hoteles
- * Clase de habitaciones.
- * Cantidad de habitaciones
- * Facilidades turísticas.
- * Facilidades existentes en cada hotel
- * Tipo de organización
- * Cantidad y tipo de recursos humanos

Los indicadores de servicios hoteleros

- * Servicios que se brindan
- * Calidad de los servicios
- * Tarifas de los servicios
- * Atención al cliente

Los indicadores de desarrollo Turístico:En esta investigación se entiende por desarrollo turístico la capacidad de captación de turistas que permanezcan por un mayor lapso de tiempo dentro del departamento , haciendo conello uso de los diferentes servicios que se ofrecen, con lo cual se genera mayores ingresos económicos para la población local.

- * Cantidades de restaurantes
- * Tipo de restaurante
- * Atracciones turísticas actuales
- * Comercialización de productos de la región
- * Interés por la cultura local

2.4. ALCANCES:

- * La presente investigación se realiza en la cabecera municipal de Totoncapán.
- * Se investiga las condiciones de la infraestructura y servicios hoteleros del departamento de Totoncapán y presentar alternativas encaminadas a su desarrollo en función del turismo.

2.5. LIMITES:

- * Resistencia de los propietarios de establecimientos que brindan hospedaje a facilitar información para evaluarlos en relación a sus servicios e infraestructura.

2.6. APORTE:

Proponer alternativas para el crecimiento de la infraestructura de la hotelería en Totoncapán, con la finalidad de captar mayor turismo y propiciar otros beneficios económicos a diferentes segmentos de la población del municipio.

La investigación será de utilidad a todos los segmentos de la población que se interesen en este rubro de la economía nacional, además se visualiza como un aporte para otros departamentos que teniendo el potencial turístico no han iniciado su despegue a la conquista de este mecanismo para provocar deliberadamente crecimiento y desarrollo social.

III. METODO

3.1 SUJETOS:

Son sujetos de esta investigación los propietarios o administradores de los hoteles o establecimientos que proporcionan hospedaje, comerciantes, empleados públicos y privados, y artesanos; de ambos sexos y todos vecinos de la cabecera departamental de Totonicapán .

La población estimada de todos estos sectores es de: hoteleros 7, de empleados públicos y privados 1810, artesanos 110. Tomando de referencia la tabla para la determinación de muestras elaborada por Krijce, R. y Morgan, se presenta el siguiente cuadro que contiene los datos de la muestra con la que se trabajó para esta investigación.

CUADRO GENERAL DE LA MUESTRA	
Hoteleros	7
Empleados públicos y privados	310
Comerciantes	92
Artesanos	86
TOTAL	495

3.2. INSTRUMENTO:

El instrumento de trabajo que se utilizó es la encuesta de una muestra de la población de Totonicapán y para conocer su opinión en cuanto al funcionamiento y servicios de los hospedajes que existen actualmente en esta localidad, y también una encuesta a los establecimientos que brindan servicio de hospedaje para conocer su ubicación, afluencia de turistas, servicios que prestan, sus instalaciones y facilidades para el turista, también una entrevista estructurada a los comerciantes , se incluyen aquí los que comercializan productos típicos. Los instrumentos utilizados se conformaron así: encuesta a hoteleros 22 ítems y la que se aplicó a comerciantes, empleados públicos y privados, y artesanos 10 ítems.

3.3. PROCEDIMIENTO:

Los pasos generales que se realizarán en este trabajo de investigación son los siguientes: La aplicación del instrumento, tabulación de datos, interpretación de resultados, discusión de los resultados; con lo cual se realizó conclusiones y recomendaciones, y se diseñó la propuesta.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

La presente investigación es de tipo descriptivo, en ella (según Achaerandio, L. 1995) no se manipulan las variables sólo se recoge la información de los hechos tal y como suceden.

3.5. METODOLOGIA ESTADISTICA

En la parte práctica del trabajo se utilizó para comprobación, la fiabilidad de proporciones así:

- 1) Nivel de confianza 5% = 1.96
- 2) Error típico de las proporciones

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

- 3) Hallar el error muestral máximo

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

- 4) Intervalo confidencial

$$I.C. = p \pm \varepsilon$$

IV. RESULTADOS

A continuación se presentan los cuadros con los estadísticos obtenidos de la boleta administrada a 7 hoteleros de la ciudad de Totoncapán; los resultados se presentan por variable, indicador y pregunta.

Se aplicó el proceso que permite determinar si las proporciones obtenidas son fiables, para ello se indica: la proporción obtenida, su error típico y el error muestral máximo que se acepta, con esto se establecen los intervalos confidenciales los cuales nos brindan los límites entre los cuales queda comprendida la proporción. En los cuadros siguientes también se encuentran los objetivos de la investigación alcanzados.

TABLA No. 1 ENCUESTA A HOTELEROS

P	No.	P	p	σ_p	E	Li	Ls	Fiab	G	1	2	3	4
1.	7	100	0.100	0	0	99.5	100.5	Si	x	x			
2.													
Una Estrella	1	14	0.14	0.03	00.6	0.08	0.22	Si		x			
	6	86	0.86	0.03	0.06	0.80	0.92			x			x
Ninguna													
	3												
Habitacion	5	71	0.71	0.05	0.10	0.61	0.81	Si					
	13	29	0.29	0.05	0.10	0.19	0.39	Si	x				x
4													
Individuales	1	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.20	Si	x				
	Dobles	2	29	0.29	0.05	0.10	0.39	Si		x			
Triple	4	57	0.57	0.05	0.10	0.47	0.67	Si					
	5												
Baños													
	Generales	5	71	0.71	0.05	0.10	0.61	0.81	Si	x			
Privados	2	29	0.29	0.05	0.10	0.19	0.39	Si				x	
	6												
Cable	3	43	0.43	0.05	0.10	0.33	0.53	Si	x				
	Teléfono	2	29	0.29	0.05	0.10	0.39	Si		x			
Cable y T.	2	28	0.28	0.04	0.08	0.20	0.48	Si					
	7												
Reservación													
	Si	1	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.22	Si	x		x	
No	6	86	0.86	0.03	0.06	0.80	0.92	Si					
	8												
Rervación													
	Respeto								x				
Si	6	86	0.86	0.03	0.06	0.80	0.92	Si			x		
	No	1	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.22	Si				
9													
T. de Credit.													
	No	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.1005	Si	x			x
10													
Ampliación													
	No	7	100	0.100	0	0.	0.99.5	0.1005	Si	x			
11													
N. Servicio													
	Si	5	71	0.71	0.05	0.10	0.61	0.81	Si	x	x	x	
No													
	12												

P	Nc.	P	p	σp	E	Li	Ls	Fiab	G	1	2	3	4
Administración Propietario	6	86	0.86	0.03	0.06	0.80	0.92	Si	x				x
Administración 13	1	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.22	Si					
Cantidad Emp. 2	5	71	0.71	0.05	0.10	0.61	0.81	Si	x				
3	2	29	0.29	0.05	0.10	0.19	0.39	Si		x			
14													
Capacitación No 15	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.100.5	Si		x			
At. al Cliente No 16	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.100.5	Si		x			
Lavandería No 17	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.100.5	Si		x			
Paqueo No 18	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.100.5	Si		x			
Cafetería Si 19	1	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.22	Si					
No 19	6	86	0.86	0.03	0.06	0.80	0.92	Si					
Tarifas Relativas Bajas 20	1	14	0.14	0.03	0.06	0.08	0.22	Si					
Altas 20	6	86	0.86	0.03	0.06	0.80	0.92	Si					
Tarifas Altas 21	6	86	0.86	0.03	0.06	0.08	0.22	Si	x				
Bajas 21	1	14	0.14	0.03	0.06	0.80	0.92	Si		x		x	x
Atención al Cliente Buena 22	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.100.5	Si	x		x		x
Prontitud Si	7	100	0.100	0	0	0.99.5	0.100.5	Si	x			x	x

La encuesta administrativa a hoteleras dió resultados fiables en sus proposiciones por lo tanto se alcanzaran los objetivos diseñados, pues ellos se dieron cuenta del estado de sus hoteles la gran necesidadde mejorarlas en todo sentido para atraer el turismo Tonicapán.

**TABLA No. 2 ENCUESTAS A EMPLEADOS PUBLICOS Y PRIVADAS
ARTESANOS y PROPIETARIOS DE RESTAURANTES.**

P	No.	P	p	σp	E	Li	Ls	Fiab	G	1	2	3	4
1													
Afluencia													
Turistas	400	82	0.82	0.04	0.08	0.74	0.90	Si	x	x			
Si	88	18	0.18	0.04	0.08	0.10	0.26	Si					
No													
2													
T. Restaurante	450	92	0.92	0.03	0.06	0.86	0.98	Si	x		x		
Tipico	30	7	0.07	0.02	0.04	0.03	0.10	Si					
Nacional	8	1	0.01	0.01	0.02	0.01	0.00	Si					
Internacional													
3													
No. Hoteles	488	100	0.100	0	0	0.99	0.1005	Si	x	x	x		
7 Hoteles													
4													
Clase Hoteles	0												
3 Estrellas	0												
2 Estrellas	0												
1 Estrella	0												
0 Estrella	488	100	0.100	0	0	0.99	0.1005	Si	x	x		x	
5													
La Cultura													
Si	400	82	0.82	0.04	0.08	0.74	0.90	Si					
No	88	18	0.18	0.04	0.08	0.10	0.26	Si	x				
6													
Sitio, Dirección	450	92	0.92	0.03	0.06	0.86	0.98	Si	x				x
Si	38	8	0.08	0.03	0.06	0.02	0.14	Si					
No													
7													
Ventas													
Artesanía	288	59	0.59	0.05	0.10	0.49	0.69	Si	x				
Ropa Típica	200	41	0.41	0.05	0.10	0.31	0.51	Si	x				
8													

P	No.	P	p	σp	E	Li	Ls	Fiab	G	1	2	3	4
Interés de Vestuario													
	450	92	0.92	0.03	0.06	0.86	0.98	Si	x		x		
	38	8	0.08	0.03	0.06	0.02	0.14	Si					
Interés de Idioma													
	460	94	0.94	0.02	0.04	0.90	0.98	Si	x		x		
	28	6	0.06	0.02	0.04	0.02	0.08	Si					
Interés de Costumbres													
										x			x
	455	93	0.93	0.03	0.06	0.87	0.99	Si					
No	33	7	0.07	0.03	0.06	0.01	0.13	Si					

Las encuestas a los distintos sectores de la población han resultad frábles por lo tanto se llenaron los objetivos propuestos en la tesis, pues mas presentó la opinión sobre los hoteles existes y la necesidad de establecer otro hotel que llene las necesidades, que presenta el turismo.

V. DISCUSION DE RESULTADOS

Para el desarrollo turístico de un lugar se requiere la conjugación de varios elementos que son las condiciones mínimas para provocar el desarrollo, esto es el acceso adecuado, la facilidad de transporte, las redes de comunicación y especialmente los servicios que le brindan al usuario comodidad.

En Tonicapán la infraestructura hotelera y los servicios que se brindan por su medio requieren de un proceso de modernización, sin que por ello necesariamente se entienda que hay que realizar grandísimas inversiones sino realizar acomodaciones y cambios que coadyuven a que esta ciudad no siga siendo una ciudad de tránsito o de viajeros de día sino que puedan y quieran pernoctar en ella.

Con respecto a la variable infraestructura y servicios hoteleros, la investigación permite establecer que la infraestructura hotelera en el departamento es deficiente puesto que no se cuenta hasta la fecha con hoteles que llenen los requisitos de la demanda de un lugar seguro, cómodo e higienizado. Con relación al indicador de cantidad y clase de hoteles se afirma: la ciudad cuenta con 7 hoteles, llamados así en esta investigación pero en realidad, los pobladores y los mismos hoteleros los consideran hospedajes, los que fueron identificados sin estrellas; esto coincide con la investigación realizada por el INTECAP (1999) en la cual se afirma que algunos visitantes médicos, comerciantes y turistas han utilizado estos servicios y que los consideran faltos de higiene y seguridad, sin parqueo e incómodos. En la encuesta se encontró que en la ciudad sólo hay un hotel que se acerca a los de 1 estrella, aunque esto se debe a que falta todavía información porque al iniciar este trabajo se constató que producto del esfuerzo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Miguel Chuimequená, próximamente se inaugurará un hotel de 3 estrellas.

En el indicador clase de habitaciones lo que arroja la investigación es lo siguiente: los establecimientos encuestados cuentan con un promedio de 13 habitaciones y en su mayoría son triples lo que permite que a veces se hospeden en ellas familias completas, las habitaciones dobles escasean, poseen en su mayoría baños generales; las habitaciones cuentan con cable tv, algunas con teléfono y ninguna está alfombrada; estas condiciones no llenan los requerimientos para los establecidos por el INGUAT para hoteles de 1 estrella. Se considera que con lo expuesto se logró en gran parte lo propuesto como objetivos de la investigación ya que a partir de esta información se afirma que se han establecido las condiciones de la infraestructura hotelera en

Totonicapán, también se estima que los servicios que prestan no llenan las exigencias del turista actual.

El problema real de la infraestructura hotelera en el departamento no es en sí misma la deficiente infraestructura sino, la carencia de visión futurista por parte de los propietarios puesto que ninguno de ellos tiene planes de ampliación del espacio físico, es posible que se considere como una inversión no rentable; sin embargo debe considerarse que a no muy largo plazo, el departamento podría ser un centro de captación propia de turistas pues cuenta con atractivos que despiertan la curiosidad y el interés de los viajeros.

Refiriéndonos a la variable facilidades turísticas; se observa en el cuadro de resultados que los hoteleros no tienen servicios que faciliten al turista su permanencia en la ciudad; el poder pagar con tarjeta de crédito para los viajeros de hoy en día es una condición importante, sin embargo, no se cuenta con este servicio. Por otra parte aunque no es necesario hacer reservación, cuando se hace se respeta.

Otro indicador de la presente investigación es: visión futurista y al respecto se afirma que: es necesario que los hoteleros amplíen su visión del servicio no sólo con proyectos sino con realizaciones pequeñas que son las que a la postre le conducirán a realizaciones mayores. Se encontró que la mayoría no tiene planes para ampliar o mejorar el espacio físico. Se considera en esta investigación que el problema de los hoteles encuestados es atribuible en gran parte a falta de visión de futuro, así Latter (1994) afirma: la infraestructura y servicios hoteleros no se circunscriben únicamente a la parte material y a los servicios de soporte; durante la historia de la hostelería se ha hecho hincapié en las cualidades de la hospitalidad o lo que es lo mismo, el talento administrativo, para ello es necesario hacer uso de los avances en el campo de la mercadotecnia y del análisis de mercado. Con esta afirmación se encontró que el indicador de tipo de organización revela que los hoteles de la ciudad, en su mayoría son empresas familiares y son los mismos propietarios o sus hijos y familiares quienes se ocupan de administrarlo y a la vez de prestar servicios para los cuales no están capacitados técnicamente hablando; lo cual se convierte en una desventaja puesto que la hotelería no puede ir sola, tiene que estar acompañada de un servicio de calidad que generalmente y en opinión de los expertos, es lo que conduce al éxito; aquí también queda comprendido el indicador referido a la cantidad y tipo de recurso humano, del que además se estableció no tiene la capacitación ni los conocimientos que se requieren para prestar un adecuado servicio al cliente.

El indicador de los tipos de servicios, que además, ya se han venido explorando en otros indicadores; revela que: ninguno presta servicios de lavandería, además existe

carencia de un parqueo y quedarse en Totonicapán implica arriesgar su propiedad dejándola en las calles, por lo que prefieren regresar a Quetzaltenango. Los hoteles encuestados tampoco prestan servicios de cafetería y menos en las habitaciones; y a este respecto cabe mencionar lo señalado por Foster (1994) quien afirma que hospedaje y comida van de la mano en este tipo de industria.

Al analizar el indicador sobre tarifas de los servicios, los hoteleros de la ciudad respondieron que sus tarifas ni son altas ni son bajas, casi en todos lados las tarifas son estándar; esto hace suponer que la competencia para captar huéspedes debe centrarse en la atención y servicios que se oferten. En cuanto al indicador de atención al cliente los hoteleros afirman que brindan un buen servicio y que se esmeran porque los servicios se realicen con prontitud; a este respecto Foster (1994) señala que los empleados deben inspirar confianza y deseos de servir y su presentación personal debe ser sobria, con ello se garantiza en gran medida la comodidad del cliente quien está pagando por un servicio al que el autor llama un hogar fuera de casa.

El propósito de la investigación que es coadyuvar al desarrollo turístico mejorando la red de servicios hoteleros se encuentra con otras dificultades que el departamento debe superar para ser parte vital del proceso y esto se refiere al hecho de que no existe una entidad especializada que promueva el mejoramiento de los servicios que se ofrecen.

Además de los hoteleros existen otros sectores que en realidad son evaluados por la población misma en cuanto a su servicio y entre ellos se cuenta los restaurantes, los comercios y los propios atractivos del departamento.

Dentro de los otros sectores de la población que fueron encuestados, se encuentran los empleados públicos y privados, los comerciantes y artesanos quienes respondieron a la variable desarrollo turístico y al indicador de restaurantes; calidad y tipo, de la siguiente manera: Se considera que la afluencia turística provoca demanda de cafeterías, que existen restaurantes de comida típica pero no formal ni internacional; como dice Foster (1994), proporcionar comidas y bebidas es uno de los servicios más antiguos y está relacionado con la hospitalidad pero funcionan como parte de la red de servicios que facilitan el desarrollo turístico; el servicio de comidas tanto para pequeños grupos como para grupos grandes es una operación compleja que también requiere de personal especializado. Planear un menú, comprar los alimentos y bebidas y prepararlos son los pasos básicos; luego se hace necesario crear una atmósfera agradable y brindar un servicio provisto de atenciones y cortesía, pueden hacer de un alimento una experiencia memorable que ocasionará que los visitantes vuelvan. A Totonicapán le hace falta por lo menos un buen restaurante de comida internacional,

aunque su carencia no priva de que la afluencia de turistas utilice los servicios de cafetería y otros comercios de comida.

Con respecto a los hoteles coinciden en decir que hay siete y que éstos son sin estrella, lo que pone énfasis en la atención que se debe prestar a este sector de servicios para lograr el desarrollo turístico.

Con relación al indicador de atracciones turísticas, la percepción que este sector encuestado tiene acerca de lo que interesa a turistas es que éstos muestran interés por la cultura en general pero especialmente por el vestuario e idioma local. El turismo cultural y monumental e histórico es una fuente que en el departamento se está desaprovechando por la carencia de una buena red de servicios, sin embargo, puede desarrollarse partiendo de la necesidad de los visitantes y de una visión futurista de los empresarios que todavía no vislumbran la dimensión de un verdadero proyecto turístico para la ciudad.

El desarrollo turístico pone en juego, además de la red de servicios, las estrategias de comercialización de los productos de la región y en este indicador los encuestados se manifestaron así: lo que más se vende entre los turistas es la ropa típica y las artesanías; y no están tan alejados de la realidad ya que las artesanías y la ropa típica del departamento son variadas y vistosas y sobre todo están impregnadas de la cultura local y no constituyen un artículo meramente decorativo sino que entre la producción artesanal existe una variedad de artículos que pueden utilizarse en las actividades culinarias. Totonicapán debe y puede explotar el interés de los viajeros por la cultura, éste interés por todo lo autóctono que se posee debe canalizarse para obtener una captación mayor de visitantes y propiciar el desarrollo turístico del departamento que es un segmento valioso dentro del mercado turístico.

CONCLUSIONES

Totonicapán cuenta con siete hoteles pero de ellos sólo uno se acerca a la clasificación de 1 estrella, esto se constituye en una deficiencia en la infraestructura hotelera en función de la captación de turistas. También cuenta con un hotel de 3 estrellas próximo a inaugurarse, pero este todavía no es reconocido por la población y menos por los turistas.

Los servicios que a nivel hotelero se prestan en el departamento carecen de tecnificación y excelencia, situación que no permite ofrecer al turista comodidad, seguridad e higiene y ese elemento repercute en entorpecimiento del desarrollo turístico puesto que los visitantes optan por regresar a Quetzaltenango para pasar allí la noche.

La red de servicios como comercios, restaurantes y cafeterías también se encuentra deficiente para enfrentar el proceso de desarrollo turístico. No se cuenta con restaurantes de comida internacional que en muchas ocasiones demandan los turistas durante sus viajes.

Los aspectos culturales como el idioma, el traje, la producción artesanal y las formas de vida de los totonicapenses son un elemento que llena los requisitos de atractivo turístico, el cual debe aprovecharse de manera ordenada y racional para provocar el desarrollo turístico.

Se considera que el mejoramiento de la red de servicios que se requieren para atender el desarrollo turístico beneficiará no sólo a los que directamente están involucrados sino también a la población en general.

RECOMENDACIONES

A los hoteleros buscar la asesoría necesaria para mejorar sus servicios a fin de que puedan contribuir de manera efectiva con la captación de turistas para propiciar un desarrollo del cual ellos serán muy beneficiados.

Facilitar las condiciones para que los empleados de hoteles reciban el adiestramiento y capacitación necesaria a fin de tecnificar y cualificar el servicio al cliente.

Motivar a los propietarios de restaurantes y cafeterías para que puedan desarrollar una propuesta de especialización de servicios culinarios a fin de cubrir la carencia de comida internacional.

Educar a la población para la conservación de la identidad étnica que los caracteriza y que atrae la atención de los visitantes, por medio de una campaña de cultura turística.

Que las autoridades locales realicen el acondicionamiento de lugares turísticos, históricos y naturales para facilitar la captación de turistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Acuerdo Gubernativo Instituto No. 1144-83. Gobierno de Guatemala. Palacio Nacional. Guatemala.

Congreso Nacional del Turismo en Guatemala (1996) **Turismo en Guatemala.** Guatemala.

Foster (1994) **Introducción a la industria de la hospitalidad.** México. McGraw Hill.

INCAE (S/A) **Turismo en Guatemala; el reto de la competitividad.** Guatemala. Sin edit.

INGUAT. (1995) **Desarrollo Turístico Sustentable hacia el año 2,005.** Guatemala. Sin Edit.

Instituto Técnico de Capacitación INTECAP (1999) **Asistencia Técnica en Investigación de Mercados.** Región Quetzaltenango. Guatemala.

Latter (1994) **Administración Moderna de Hoteles y Moteles** México. Trillas.

Lundberg (s/a) **Manual de Organización y Administración del turismo.** Sin edit. Sin País.

Neil, A. (1976) **Administración de Hoteles.** México. Macgraw- Hill.

Peña (1998) **La Importancia del Mercadeo de Servicios en la Industria Hotelera de Quetzaltenango.** Tesis. Facultades de Quetzaltenango, Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango, Guatemala.

Pearce (1991) **Hostelería y Turismo.** México. Trillas.

Seminario de Investigación (1978) **El Servicio Hotelero en Quetzaltenango.** Facultades de Quetzaltenango, Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango, Guatemala.

Técnico de Capacitación INTECAP (1999) **Asistencia Técnica en Investigación de Mercados.** Región Quetzaltenango. Guatemala.

ANEXOS

PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS HOTELEROS

EN FUNCION DE LA CAPTACION DE TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE TOTONICAPAN

I. INTRODUCCIÓN:

El desarrollo turístico de los pueblos depende en gran medida de su potencial y habilidad para captar turistas. Del potencial se puede decir que Totonicapán es un departamento con alto nivel potencial de recursos turísticos, se cuenta con recursos naturales como aguas termales, zonas verdes, y un patrimonio cultural en el cual se deja ver la huella de los ancestros; pero no basta con tener y producir recursos como es el caso de las artesanías; es necesario para captar turismo ampliar, desarrollar y fortalecer la red de desarrollo constituida por varios agentes entre los cuales se cuentan los diversos tipos de servicios que se brindan, además de hacer una excelente labor promocional. Pero eso no es todo, uno de los elementos básicos del desarrollo turístico es la infraestructura hotelera.

II: JUSTIFICACION:

La investigación realizada pone de manifiesto varias debilidades en cuanto a la infraestructura hotelera, es decir, la falta de hoteles que llene las condiciones que puede demandar el turismo. A juicio del investigador el mayor problema radica en la falta de visión futurista que manifestaron los propietarios de estos establecimientos puesto que ninguno tiene planes para ampliar el espacio físico aunque si se piensa en mejorar e innovar los servicios de atención al cliente.

Se ha dicho antes que la inversión del sector privado en pro del turismo es muy alta y que los hoteleros son los que mayores inversiones tienen por lo que implica construir o remodelar. La falta de visión es más limitante que cualquier excusa de carestía de la vida o falta de capital, es por ello que se considera necesario que la propuesta inicialmente vaya encaminada a dotar a los hoteleros de otras perspectiva que siendo realista y realizable permita mejorar y fortalecer esta área de servicios en beneficio del desarrollo integral del turismo local y por ende nacional.

III. OBJETIVO.

Presentar los fundamentos teóricos y prácticos que puedan aplicar los hoteleros para ampliar, desarrollar y fortalecer el servicio hotelero en el departamento de Totonicapán.

IV. CONTENIDO.

- a) Integración del sector hotelero en una corporación para el desarrollo de la infraestructura y servicios de hostelería.
- b) Proceso de capacitación para optimizar los recursos disponibles en función de mejorar la infraestructura con base en la adecuada prestación de servicios.

V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Se procederá a la convocatoria a todos aquellos propietarios de servicios de hospedaje en el municipio con la finalidad de hacerles conocer los resultados de la investigación y principalmente de la propuesta presentada.

Con los hoteleros que respondan positivamente a esta iniciativa se procederá a conformar la Corporación de Hoteleros de Totonicapán que tendrá por objetivos fundamentales los siguientes:

- a) Constituir una organización corporativa como alternativa de organización social para alcanzar metas realistas de aspiraciones de progreso económico a través de la captación de turistas en el departamento y que éstos permanezcan más tiempo que el que hasta ahora permanecen.
- b) Constituir una organización corporativa que promueva los recursos turísticos y la cultura como fuente de turismo en el departamento, utilizando para ello una visión intelectual propia y con las realizaciones materiales que la misma organización pueda lograr a partir de la evaluación y medición de su capacidad y potencialidad.
- c) Propiciar el desarrollo del bien común de los Totonicapenses a través del desarrollo del rubro económico que constituye el desarrollo turístico

con la participación activa y representativa del poder local, profesionales y sectores que se benefician del turismo.

- d) Practicar la justa aspiración de progreso económico y social de los hoteleros y la comunidad a partir del mejoramiento de su infraestructura y servicios.

LINEAMIENTOS BASICOS.

Se entiende la Asociación Corporativa de Hoteleros en el departamento de Tonicapán como un instrumento al servicio de los propietarios y trabajadores del ramo de la hotelería principalmente e indirectamente de otros sectores vinculados a esta actividad.

La organización buscará constantemente las alternativas que permitan el desarrollo integral de los totonicapenses a través de la educación, solidaridad y fraternidad para el enfrentamiento de los problemas y demandas de desarrollo que presenta la comunidad.

CARACTERISTICAS:

- Organización destinada a fomentar la productividad y el rendimiento de la empresa para el bien de todos.
- Inculca una actitud de ahorro contra el despilfarro, de trabajo contra la pereza, de habilidad contra negligencia.
- Organización sin compromisos políticos, partidistas, religiosos y su ideología es apoyar la democracia y su participación.
- Propicia los lazos de solidaridad humana y fomenta los principios de la autogestión.
- Se fundamenta en la paz, la equidad, el respeto a la dignidad humana, la propiedad privada, la cooperación, la armonía social y la libertad.
- Los valores económicos no son un fin sino un medio. Se trata de tener más pero ante todo, ser mejores estimulando la superación integral del individuo, uniendo esfuerzos y aspiraciones en la búsqueda de una vida más digna, justa y humana.

Es una organización democrática, cree en la fraternidad, el pluralismo y busca la tolerancia, cree que la única manera de distribuir la riqueza es produciéndola.

ORGANIZACIÓN:

La estructura organizacional de la asociación permitirá un marco adecuado para la consecución de los objetivos propuestos. El primer nivel jerárquico es la Asamblea, el segundo nivel lo conforman la junta directiva y la fiscalía, el tercer nivel está conformado por diferentes comisiones entre ellas: afiliación, actividades socioculturales, educación y promoción del trabajo, etc.

El proceso de capacitación para optimizar los recursos disponibles se hará en función de inducir una visión futurista positiva y real de las posibilidades de desarrollo turístico de Totonicapán, propiciando en este gremio la disponibilidad para cambios de actitud que permitan realizar una reingeniería de los servicios hoteleros.

FUNCIONES EDUCATIVAS DE LA CORPORACION:

A) Modernización hotelera

1. Características de la modernización
2. La administración de calidad
3. Sistemas de planeación estratégica
4. Sistemas de áreas de calidad
5. Administración integral de la calidad del servicio.

B) Servicio al cliente

1. Competencia
2. Conocimiento
3. Apariencia
4. Cortesía

C) Trabajar en equipo con calidad total

1. Círculos de calidad total
2. Trabajo en grupo

D) En búsqueda de la excelencia

1. Secretos del éxito empresarial

- E) Cambios claves de actitud
1. Enfrentar la realidad
 2. No sea administrador, sea líder.
 3. Cambie antes de verse forzado a cambiar
 4. Diseñe su propio proyecto
- F) Desarrollo de la autogestión
1. El poder local
 2. Proceso de desarrollo organizacional
 3. Apoyarse en las estructuras consolidadas
(INGUAT - INTECAP)
 4. Administración hotelera
 5. Motivación para el logro
 6. Elaboración de proyectos.
 7. PLAN PROYECTO DE MARKETING

La oficina, será una empresa que promueva y comercialice productos artesanales en diferentes estilos, diseños y colores; así como dar a conocer los diferentes atractivos que el municipio de Totonicapán ofrece.

OBJETIVOS

GENERAL:

Los objetivos de marketing están en fase de introducción por lo que inicialmente se pretende darse a conocer como oficina modelo de promoción y venta de productos artesanales, así como de orientación a los diferentes atractivos turísticos para luego crear una demanda elevada de productos que implique lograr una fidelidad y una mejor fuente de publicidad por parte de los mismos turistas.

ESPECIFICOS:

- * Que la oficina pueda vender un 40% de los productos en el mercado nacional y un 60% en el mercado Internacional, dentro de los primeros 6 meses de su apertura.
- * Generar un alto ingreso de divisas a través de servicios turísticos que se prestan en la oficina.
- * Que los productos artesanales puedan abarcar nuevos mercados.
- * Que los productos y servicios que la oficina ofrezca sean de calidad, y puedan ser competitivos en los diferentes mercados.
- * Incrementar la productividad entre los artesanos.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

- * PRODUCTO
- * PRECIO
- * PLAZA
- * PROMOCION
- * PUBLICIDAD
- * PAGAGUING (EMPAQUE)

* **PRODUCTO:** los productos reunirán diferentes cualidades que puedan diferenciarse con productos similares que se ubican en los diferentes mercados. Siendo estas cualidades: materia prima de calidad, matices propios de la región, diseñados creativos de nuestros productores. Variedad en los colores, tamaños y diferentes forma de presentación.

* **PRECIO:** los precios de venta y compra que se propondrán en la oficina estarán regidos por medio de la inflación que se viva en el país, basados en el principio de la "Oferta y Demanda", así como estudios de marketing para la fijación de precios.

* **PLAZA:** se utilizarán estrategias de Comercio Internacional para la transportación y envío de las artesanías a los mercados destino, podemos mencionar el FOB, CIF, C&F, DAI, se registrará un procesamiento de pedidos para la fabricación y transportación de los productos.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: se utilizarán los niveles de distribución necesarios en la comercialización de los productos.

NIVELES DE DISTRIBUCIÓN

PROMOCION: dentro de las diversas técnicas de promoción utilizaremos:

- * Promoción de ventas, ubicadas en la oficina a cada mes y en días festivos.
- * Muestras en miniatura
- * Pequeñas exhibiciones de productos artesanales en diferentes partes del país.
- * Promover los productos en diferentes ferias nacionales e internacionales.

- * Se realizarán seminarios de guías turísticas.
- * Se crearán paquetes promocionales.

PUBLICIDAD: Se utilizarán las tres etapas de la publicidad para dar a conocer la oficina, estas son: publicidad informativa, publicidad recordativa, publicidad persuasiva.

- * Se elaborarán trífolios y catálogos que den a conocer las características de los

- productos en varios idiomas.
- * Se creará una página de internet, incluyendo vías de acceso, información turística, mapas de ubicación de los diferentes talleres artesanales y demás datos importantes.
 - * Se colocarán periódicamente afiches en ferias nacionales e internacionales, resaltando la belleza de nuestro departamento, así como en los productos que de estos se produce.
 - * Se elaborarán volantes los cuales se distribuirán en puntos estratégicos como: restaurantes, hoteles, moteles, otros.
 - * Se realizará propaganda en ferias departamentales.

PAGAGUING: (EMPAQUE), el empaque es muy importante en todo producto porque es quién presenta de una forma visible la calidad del producto.

- * Se diseñará un empaque de acuerdo a las características del producto, éste contendrá una etiqueta informativa, descriptiva del producto, así como de colores que despierten atención, interés, deseo y acción. (aida.)
- * Se diseñará un embalaje que proteja los productos, tomando en cuenta tiempo, clima, pero y volumen.

VI. RECURSOS:

La formación y funcionamiento de la Asociación Corporativa de Hoteleros de Totonicapán se sustentará humanamente en sus miembros y un asesor experto en este tipo de organizaciones.

Los recursos económicos procederán de las actividades que para tal fin ejecuten los miembros.

Los recursos técnicos se obtendrán solicitando el apoyo y colaboración de INTECAP e INGUAT.

VII. EVALUACION:

El programa de desarrollo establecerá sus mecanismos de evaluación de tanto del proyecto como de sus resultados, es decir de la organización misma.

FECHA _____
N° _____

DIRIGIDO A:
Hoteleros

OBJETIVOS DE LA BOLETA:

* Obtener información que permita desarrollar un trabajo de investigación encaminado a la presentación de una propuesta para mejorar la infraestructura y servicios hoteleros para la captación de turismo en Totonicapán.

INFORMACION CONFIDENCIAL

INSTRUCCIONES:

Se le ruega que responda con veracidad a las preguntas que se le formulan.

DATOS GENERALES:

SEXO: Masculino Femenino

EDAD: _____

OCUPACION: _____

1. ¿Cuántos hoteles hay en la ciudad?

2. ¿Qué clase de hoteles hay en la ciudad?

Sin estrella De 1 estrella De 2 estrellas
De 3 estrellas

3. ¿Cuántas habitaciones tiene su hotel?

4. ¿Qué clase de habitaciones tiene su hotel ?

Suites

Triples

Dobles

Sencillas

5. ¿ Qué tipo de baños tienen las habitaciones?:

Generales

Privados.

6 ¿Qué comodidades tienen las habitaciones:

Cable TV.

Teléfono

Alfombrado

7. ¿En su hotel es necesario hacer reservación?

SI

NO

8. ¿Si se hace reservación, se respeta?

SI

NO

9. ¿Se puede pagar con tarjeta de crédito. Cuáles?

SI

NO

Cuáles

Credomatic

Visa

Master Card

Bicredit

Otras

10. ¿Planea ampliar o mejorar el espacio físico del hotel?

SI

NO

11. ¿Planea incorporar nuevos servicios en su hotel?

SI
NO

12. ¿Quién realiza las funciones de administración?

Administrador Secretaria
Propietario Contador

13. ¿Qué cantidad de personas laboran en su hotel?

14. Las personas que laboran en su hotel tienen capacitación especial?

SI
NO

15. ¿Su personal posee conocimientos de atención al cliente?

SI
NO

16. ¿Brinda su hotel servicio de lavandería?

SI
NO

17. ¿Cuenta su hotel con un parqueo seguro y amplio?

SI
NO

18. ¿Se brinda servicio de cafetería en habitación.?

SI
NO

19. ¿Las tarifas de su hotel son bajas con relación a las de otros establecimientos de la misma categoría en su localidad?

SI
NO

20. ¿Sus tarifas son altas con relación a las de otros establecimientos de la misma categoría en su localidad?

SI
NO

21. ¿Los empleados del hotel se esmeran en brindar un buen servicio?

SI
NO

22. ¿Los servicios que se prestan se hacen con prontitud?

SI
NO

FECHA _____

N° _____

DIRIGIDO A:

Vecinos, comerciantes, empleados públicos y privados, artesanos.

OBJETIVOS DE LA BOLETA:

* Obtener información que permita desarrollar un trabajo de investigación encaminado a la presentación de una propuesta para mejorar la infraestructura y servicios hoteleros para la captación de turismo en Totonicapán.

INFORMACION CONFIDENCIAL

INSTRUCCIONES:

Se le ruega que responda con veracidad a las preguntas que se le formulan.

DATOS GENERALES:

SEXO: Masculino Femenino

EDAD: _____

OCUPACION: _____

1. La afluencia de turistas provoca la demanda en los restaurantes y cafeterías?

SI

NO

2. ¿Que tipo de restaurantes hay en la ciudad?

- Comida Rápida
Comida Formal
Comida Internacional
Comida Típica

3 ¿Cuántos hoteles hay en la ciudad?

4.¿Qué clase de hoteles hay en la ciudad?

- Sin estrella De 1 estrella De 2 estrellas
De 3 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

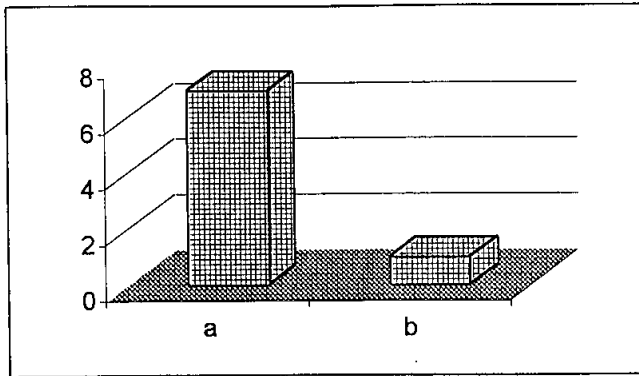
10. ¿Los turistas se interesan por las costumbres de los totonicapenses?

- SI
NO

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
Infraestructura y servicios hoteleros.	Cantidad de hoteles.	¿Cuántos hoteles hay en la ciudad?	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Clase de hoteles	¿Qué clase de hoteles hay en la ciudad?			
	Cantidad de habitaciones <ul style="list-style-type: none"> * Sencillas * Dobles * Total 	¿Cuántas habitaciones tiene su hotel?	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Clase de habitaciones <ul style="list-style-type: none"> * con baños generales. * Con baño privado. * Con cable TV. * Con teléfono. * Alfombradas. 	¿Qué clase de habitaciones tiene su hotel? ¿Qué tipo de baños tienen las habitaciones?: Generales --- Privados. Qué comodidades tienen las habitaciones: Cable TV. Teléfono Alfombrado	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
Facilidades Turísticas: <ul style="list-style-type: none"> * Reservasiones * Pago con tarjeta de crédito. 	¿En su hotel es necesario hacer reservación? ¿Si se hace reservación, se respeta? ¿Se puede pagar con tarjeta de crédito. Cuáles?	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo	

GRAFICA No.1

CANTIDAD Y TIPO DE HOTELES EN LA CIUDAD DE TOTONICAPÁN



REFERENCIAS

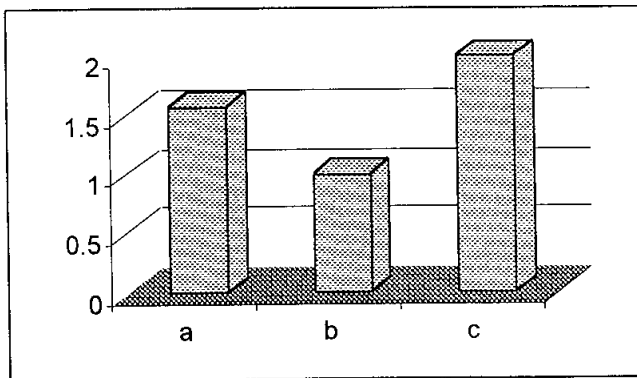
a) Cantidad de hoteles.

b) Tipo de hoteles.

En la gráfica se indica que en la ciudad existen siete hoteles y todos están en la categoría de cero estrellas.

GRAFICA No.2

SERVICIOS QUE SE PRESTAN



REFERENCIAS

a) Se hace reservación.

b) Se respeta la reservación.

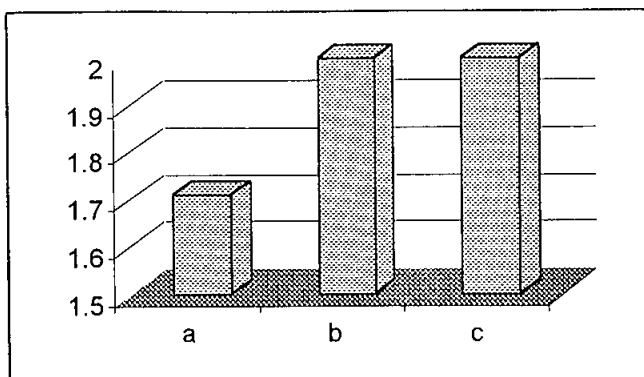
c) Pago con tarjeta.

En los hoteles de la ciudad no es necesario hacer reservación, pero cuando se hace, ésta se respeta; no se puede pagar con tarjeta de crédito.

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	Visión futurista *Ampliación del espacio físico. *Nuevos servicios.	¿Tiene algún proyecto para ampliar o mejorar el espacio físico del hotel? ¿Qué proyectos tiene para incorporar nuevos servicios en su hotel?	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Tipo de organización	¿Es el propietario quien realiza las funciones de administración? ¿Dentro del personal hay un administrador? ¿De qué manera ejerce la administración?.	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Cantidad y tipo de recursos humanos *Capacidad *Conocimientos *Experiencia	¿Qué cantidad de personas laboran en su hotel? ¿Las personas que laboran en su hotel tienen entrenamientos especiales? ¿Su personal posee los conocimientos de atención al cliente?	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Servicios que se brindan *Lavandería *Parqueo *Servicio de cafetería en habitación.	¿Brinda su hotel servicio de lavandería? ¿Cuenta su hotel con un parqueo seguro y amplio? ¿Se brinda servicio de cafetería en habitación.?	Hoteleros	Entrevista estructurada	Cuantitativo

GRAFICA No.3

CANTIDAD Y TIPO DE RECURSO HUMANO



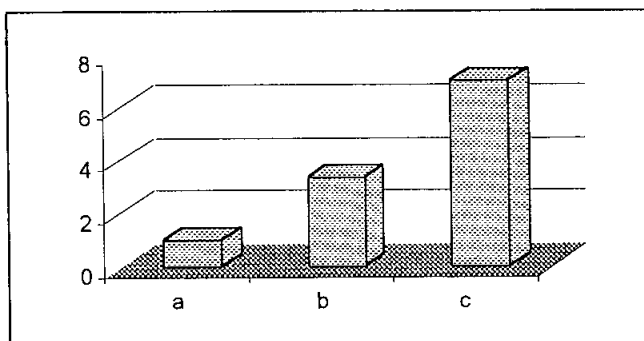
REFERENCIAS

- a) Cantidad de empleados.
- b) Capacitación en manejo hotelero.
- c) Conocimiento de atención al cliente.

Los hoteles cuentan en promedio con 2 empleados y ninguno tiene conocimientos de manejo hotelero ni de atención al cliente.

GRAFICA No.2

SERVICIOS QUE SE PRESTAN EN OPINION DE OTROS SECTORES DE LA POBLACION.



REFERENCIAS

- a) Demanda de turistas.
- b) Tipo de restaurantes.
- c) cantidad de hoteles.

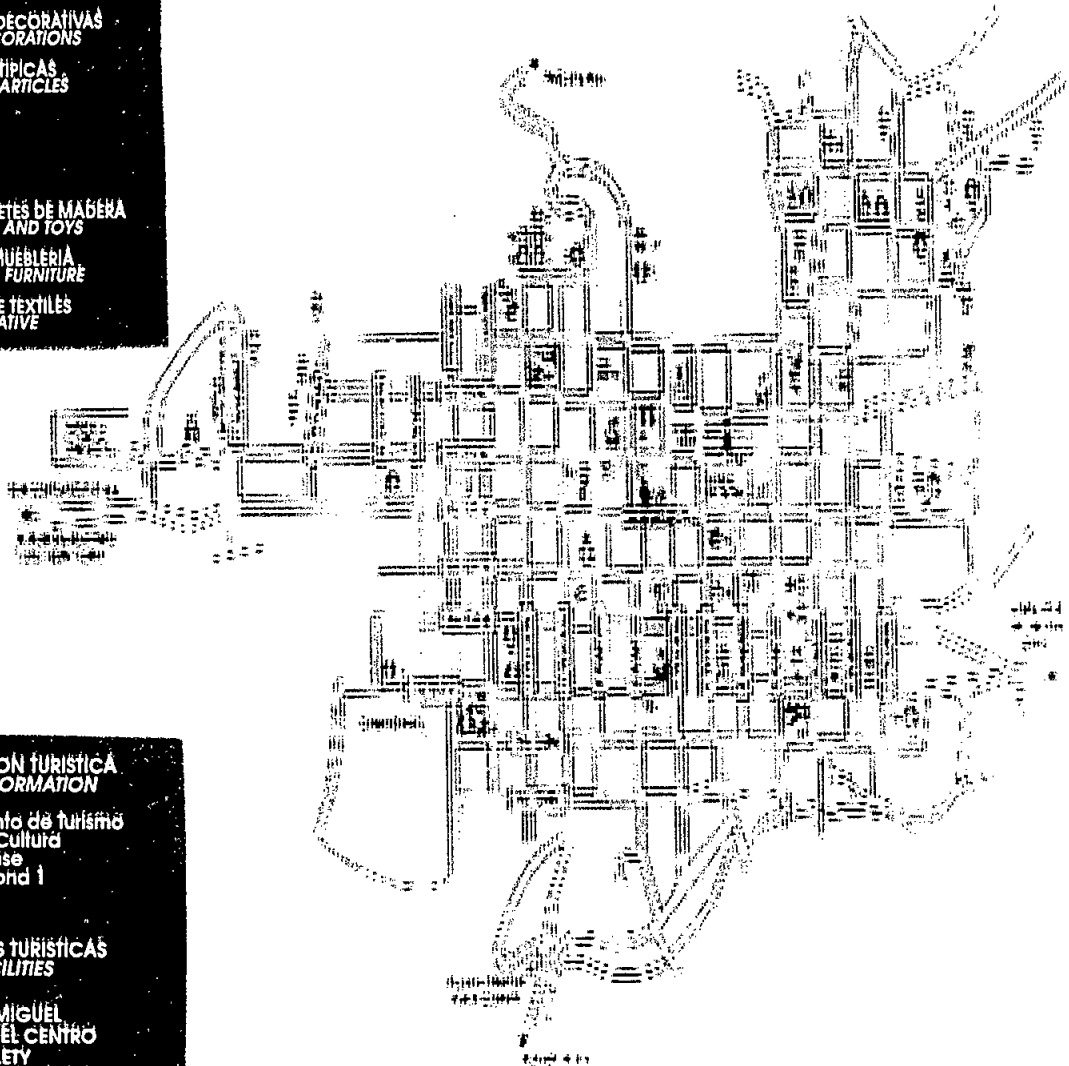
Otros sectores de la población indicaron que la afluencia de turistas provoca demanda de servicios hoteleros y de cafetería. Señalan que el tipo de restaurante que existe en la ciudad es de comida típica y coinciden en identificar la existencia de siete hoteles.

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
Desarrollo turístico	Tarifas de los servicios: * Bajas * Estándar * Altas	¿Las tarifas de su hotel son bajas con relación a las de otros establecimientos de su localidad? ¿Sus tarifas están en promedio? ¿Sus tarifas son altas con relación al resto de hoteles en su localidad?	Hoteleseros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Atención al cliente: * Esmero * Puntualidad	¿Los empleados del hotel se esmeran en brindar un buen servicio? ¿Los servicios que se prestan se hacen con prontitud?	Hoteleseros	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Restaurantes * Cantidad * Tipo de restaurantes	¿La afluencia de turistas provocaría la demanda en los restaurantes y cafeterías? ¿Que tipo de restaurantes hay en la ciudad?	Vecinos comerciantes empleados privados y públicos artesanos etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo
	Atracciones turísticas actuales Culturales Recreativas	¿Los turistas se interesan en conocer las actividades de tipo cultural del departamento? ¿Los turistas buscan sitios para divertirse?	Vecinos comerciantes empleados privados y públicos artesanos etc.	Entrevista estructurada	Cuantitativo

VARIABLE	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPONDENTE	INSTRUMENTO	ANALISIS
	<p>Estrategias de comercialización de los productos de la región:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Artesanías * Comestibles * Vestuario 	<p>¿Promociona por algún medio sus productos?</p> <p>¿Qué es lo que más se vende entre los visitantes?</p> <p>¿Los visitantes consumen comestibles?</p> <p>¿Los visitantes compran vestuario?</p>	<p>Vecinos comerciantes empleados y públicos artesanos etc.</p>	<p>Entrevista estructurada</p>	<p>Cuantitativo</p>
	<p>Interés por la cultura local:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Idioma * Vestuario * Costumbres 	<p>¿Los turistas se interesan por el vestuario de los totonicapenses?</p> <p>¿Los turistas se interesan por el idioma de los totonicapenses?</p> <p>¿Los turistas se interesan por las costumbres de los totonicapenses?</p>	<p>Vecinos comerciantes empleados y públicos, artesanos.</p>	<p>Entrevista estructurada</p>	<p>Cuantitativo</p>

Totonacapan

-  CERÁMICA VIBRIADA
GLAZED CERAMICS
-  CERÁMICA PINTADA
PAINTED CERAMICS
-  TEXTILES
TEXTILES
-  FIGURILLAS DE CERA
WAX FIGURES
-  MANUALIDADES DECORATIVAS
HAND MADE DECORATIONS
-  CONFECCIONES TÍPICAS
MANUFACTURED ARTICLES
-  HOJALATERIA
TINWORK
-  TALABARTERIA
LEATHER WORK
-  CAJETAS Y JUGUETES DE MADERA
WOODEN BOXES AND TOYS
-  CARPINTERIA Y MUÉBLERIA
CARPENTRY AND FURNITURE
-  COOPERATIVA DE TEXTILES
TEXTILE COOPERATIVE



i **INFORMACION TURISTICA**
TOURIST INFORMATION

Departamento de turismo
Casa de la Cultura
Totonacapanse
8 Av. 2-17 Zona 1

- T** **FACILIDADES TURISTICAS**
TOURIST FACILITIES
-  HOTEL SAN MIGUEL
 -  HOSPEDAJE EL CENTRO
 -  COMEDOR LETY
 -  COMEDOR LAS CUMBRES
 -  RESTAURANTE SIAM CENTRO
 -  POLLO CHURCHIL
 -  COMEDORES MUNICIPALES
 -  EDIFICIO MERCADO MUNICIPAL
 -  TERMINAL DE BUSES
 -  GASOLINERA
 -  POLICIA NACIONAL
 -  TELEFONOS
 - CORREOS Y TELEGRAFOS
 - BOMBEROS