



The top section features the AIU logo, which includes a stylized globe icon and the text "AIU Atlantic International University". The background is a light blue world map.



A decorative graphic consisting of three circular globes, each showing a different view of the Earth, arranged along a curved grey line that sweeps across the page.

AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto" A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

Student Publications

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de pode hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.



The bottom left corner features a smaller version of the AIU logo and the website address "www.aiu.edu".

ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS



PROYECTO

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO INTERNO”

ELSA JUDITH SANTIZO JUÁREZ

Guatemala, 7 Mayo del 2008

ABSTRACT

Este documento contiene el “Proyecto para crear una empresa de turismo interno”, que promueva paquetes turísticos de diferentes destinos de Guatemala que por sus riquezas naturales, históricas y culturales, sea una alternativa para que los guatemaltecos conozcan a su país.

El objetivo general del presente estudio fue determinar la demanda, la factibilidad del negocio y la rentabilidad del mismo, dentro del mercado guatemalteco. La investigación documental identifica a Guatemala como un destino turístico de primer orden. El estudio de mercado contempló con información primaria al realizar una encuesta para conocer el perfil del cliente, preferencias de destinos turísticos e información secundaria, de lo cual se identifica un mercado potencial de aproximadamente 3,000 turistas al año. El estudio técnico indica que la empresa operará en el mercado como agencia de viajes con capacidad instalada de acuerdo a los requisitos que exige el Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT. Por otro lado el estudio administrativo legal da como resultado que esta empresa será una sociedad anónima, con una inversión inicial de Q.126,500.00, con un margen de utilidad del 50% y la venta de 3,000 paquetes turísticos con un valor promedio de Q.1,130.00 por persona, que representa un ingreso para el primer año de operaciones de Q.3,392,340.00. Se consideró necesario obtener un préstamo de Q.100,000.00. El punto de equilibrio luego de establecer los costos fijos y variables totales por pasajero y precio de venta se adquiere al vender 2,283 paquetes al año. El período de recuperación de la inversión es 4 meses a una tasa de retorno del 206%. El proyecto es rentable.

ÍNDICE

	Introducción	1
2.	Información del Proyecto	3
2.1	Antecedentes	3
2.2	Problema	8
2.2.1	Árbol de problemas	8
2.2.2	Árbol de objetivos	9
2.2.3	Análisis de alternativas	10
2.3	Objetivos de esta investigación	11
2.3.1	Objetivo general	11
2.3.2	Objetivos específicos	11
2.4	Justificación de esta investigación	11
2.5	Marco Teórico	12
3.	Estudio de Mercado	19
3.1	El producto en el mercado	19
3.1.1	Definición del producto	19
3.1.2	Producto principal y subproductos	19
3.1.3	Productos sustitutos o similares	19
3.1.4	Productos complementarios	20
3.2	El área de mercado	20
3.2.1	Informe estadístico de encuesta sobre turismo interno	20
3.2.2	Población consumidora, contingente actual y futuro	25
3.2.3	Estructura de la población por grupos, edades y segmentos	26
3.2.4	Tasas de crecimiento de población	26
3.2.5	Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento	26
3.2.6	Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso	27
3.3	Comportamiento de la demanda	27
3.4	Comportamiento de la oferta	37
3.5	Comportamiento de los precios	39
3.6	Análisis de la comercialización	40
4.	Estudio Técnico	42

4.1	Tamaño	42
4.2	Localización	42
4.3	Proceso de turismo receptivo	43
4.4	Obras físicas	44
4.5	Organización	45
4.6	Resumen	45
5.	Estudio Administrativo -Legal-	46
5.1	Estructura administrativa legal	46
5.2	Marco legal del proyecto	46
5.3	Requisitos	47
5.4	Estructura administrativa	47
5.5	Descripción y perfil de puestos	49
5.6	Resumen	53
6.	Estudio de Impacto Ambiental	54
6.1	Plan de higiene y seguridad industrial	54
7.	Estudio Financiero	55
7.1	Análisis de costos	55
7.2	Análisis de ingresos	58
7.3	Recursos financieros para la inversión	59
7.4	Punto de equilibrio	61
7.5	Fuentes y uso de fondos	63
7.6	Estados financieros proyectados	63
7.7	Evaluación económica	64
7.8	Sensibilidad	65
7.9	Resumen	65
8.	Conclusiones	67
9.	Recomendaciones	68
	Bibliografía	69
	Anexos	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Árbol de problemas	8
----------	--------------------	---

Figura 2	Árbol de objetivos	9
Figura 3	Pirámide de nivel socioeconómico poblacional	25

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1	Sexo de los visitantes	21
Gráfica 2	Rango de edad visitantes turismo interno	22
Gráfica 3	¿Le gustaría tener la opción de paquetes turísticos todo incluido?	23
Gráfica 4	¿Qué clase de paquete le gustaría?	24
Gráfica 5	Comportamiento del Movimiento de Turismo Interno en Guatemala	29
Gráfica 6	Motivo de Visita	31
Gráfica 7	Comportamiento de Visitantes Nacionales e Internacionales 2,006	33
Gráfica 8	Distribución proporcional del comportamiento de Visitantes a diferentes monumentos en Antigua Guatemala 2,006	35
Gráfica 9	Punto de equilibrio	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Proyección de Inflación Banco de Guatemala	27
---------	--	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Comportamiento de Turismo Receptor de guatemaltecos residentes en Estados Unidos año 2006	30
Cuadro 2	Comportamiento de Visitantes Nacionales e Internacionales al Parque Nacional Tikal 2,005-2,006	32
Cuadro 3	Comportamiento Visitantes Nacionales e Internacionales a los diferentes monumentos de Antigua Guatemala, años 2,005 – 2,006	34
Cuadro 4	Turismo Comunitario perfil del Visitante Nacional e Internacional año 2,006	36
Cuadro 5	Estimación de la demanda	37



CAPÍTULO 1

Introducción

Al considerar la impresionante evolución de la actividad turística que ha tenido Guatemala en el ámbito mundial, que sobrepasa los ingresos generados por las exportaciones como café y otros insumos, este sector constituye actualmente una fuente de generación de empleos e ingresos, su efecto favorable en la conservación de los patrimonios naturales y culturales, así como la alta potencialidad de Guatemala para constituirse en un destino turístico que compite en el mercado internacional como una opción con capacidad de satisfacer las necesidades de los diferentes segmentos, sin descuidar aquellos productos que por sus características particulares captan el turismo interno, representa una alternativa de vida para las comunidades y fortalece la economía del sector turístico.

La Organización Mundial de Turismo en el año de 1937, recomendó una definición de “turista internacional”, por medio de la cual se hacía una diferencia entre los viajeros de un país, sin embargo, queda establecida la existencia de otro grupo de viajeros, quienes los hacían dentro de un mismo país.

La Unión Internacional de Organismos de Turismo aceptó esta definición en el año 1,950, al igual que los términos visitante, turista y excursionista. Posteriormente todas estas definiciones fueron revisadas por las Naciones Unidas, y elaboraron un informe basado en las resoluciones adoptadas por la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo celebrada en Ottawa en junio de 1,991, formulando recomendaciones sobre estadísticas del turismo, en el que incluyeron principales conceptos, formas de turismo, unidades básicas entre otras, en el que se encuentran conceptos específicos sobre el turismo Interno y se le da importancia igual a la del turismo receptivo.

La segunda parte del Informe mencionado, llamada Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CITA) plantea como uno de sus fines y objetivos: “Armonizar las definiciones del turismo internacional con las del turismo interior y turismo nacional, ya que son aspectos complementarios del fenómeno turístico”.

Dentro del barómetro y anuario que elabora la Organización Mundial de Turismo –OMT- año con año, incluye información estadística sobre el movimiento del turismo interno en los países que cuentan con datos sobre el mismo, donde aparece información tanto de turistas movilizadas como de servicios utilizados, lo que refleja su importancia global para las estadísticas de turismo.

Derivado de lo anterior surge la idea de elaborar el proyecto para la creación de una Empresa Turística que se dedique específicamente para captar el turismo interno del país, y fomentar la cultura y sensibilización turística de los guatemaltecos.

La presente investigación, incluyó aspectos técnicos, elaboración de encuestas para determinar la oferta, demanda, inventario de atractivos, e investigación de campo para determinar la capacidad de carga, infraestructura y servicios de los destinos para la elaboración de paquetes turísticos para promoverlos dentro del mercado meta de tres mil clientes al año.

Los resultados de la investigación de mercados, el estudio financiero, y demás factores importantes que se tomaron en cuenta, al final se concluye con recomendar la ejecución e implantación de este proyecto, toda vez, que el mismo cumple con los procedimientos técnicos y legales para su operación.

CAPÍTULO 2

Información del Proyecto

Tomando en cuenta que Guatemala se encuentra en las puertas de un desarrollo del sector turismo sin precedentes, surgió la idea de crear una empresa, dedicada a crear paquetes turísticos, como alternativa en el mercado nacional para impulsar y promover el turismo interno, específicamente para los guatemaltecos que no tienen otras opciones fuera del territorio nacional para conocer diferentes lugares turísticos que incluya un conjunto de servicios y que se puedan adquirir por un precio para disfrutarlo en un lugar, y tiempo determinado; y que permitan además, vivir una experiencia de viaje completo. Para el efecto se desarrolló un estudio de mercado que facilite la elección y promoción de diferentes “Paquetes Turísticos” que incluya el transporte, hospedaje y servicios especializados de guías de turismo. Las expectativas y objetivos, se orientaron para que los guatemaltecos puedan disfrutar de vacaciones en diferentes épocas del año; que genere un satisfactor de necesidades y al mismo tiempo, se obtenga una rentabilidad creciente a corto plazo, con miras al crecimiento y descentralización de los servicios hacia el interior de la república.

2.1 Antecedentes

La Constitución Política de la República de Guatemala, establece como obligación fundamental del estado, entre otras, promover el desarrollo de la nación estimulando la iniciativa en actividades agrícolas, pecuarias, industriales, turísticas y de otra naturaleza.

Guatemala, por ser un país que ocupa una posesión de liderazgo y estrategia a nivel del área centroamericana, presenta en la actualidad un clima favorable a la inversión local y extranjera, la actividad turística ha venido mostrando un crecimiento importante tanto a nivel de los turistas internacionales como de los nacionales, principalmente con la firma de los acuerdos de paz en el año 1,996. El origen de los operadores de turismo data del año 1,935 y es a partir del año 2,005 que el Instituto Guatemalteco de Turismo promueve la venta de paquetes turísticos al turismo nacional.

Se ha observado que aún no se explota en su totalidad este importante sector, en Guatemala quizá en parte porque el atractivo principal es atraer al turista extranjero, sin embargo, el crecimiento poblacional y el creciente interés de las familias por vacacionar, aumentan el potencial en este importante sector.

El proceso de afianzamiento democrático y la plena vigencia de sus instituciones, la firma de los acuerdos de paz, el proceso de reforma económica fundamentada en un mercado libre que asegura una economía estable, el avance en la integración regional, el desarrollo de políticas de fomento y garantía de la inversión del sector turismo, proporcionan el marco indispensable de seguridad jurídica para invertir en Guatemala.

Dentro de la economía nacional es importante que el capital circule dentro del mismo territorio, porque en el momento en que los guatemaltecos visitan otros países, la mayoría de los gastos los hacen en el exterior, lo cual genera un fuerte impacto en la salida de divisas de Guatemala.

Cuando se ejerce el turismo, por sus efectos sobre la salud física y psíquica, aumenta la capacidad de trabajo y de bienestar individual y colectivo. Se tiene entonces, que los beneficios de la actividad turística abarca tanto los sectores económicos como los sociales, razón por la cual se torna como un instrumento ideal para implementar las acciones que contribuyan a lograr la consolidación y transformación de la sociedad guatemalteca en una que genere bienestar para todos los guatemaltecos. Se pretende entonces, que a través de una empresa nacional se ofrezca paquetes para promover el turismo interno, que genere un satisfactor de necesidades para los guatemaltecos y al mismo tiempo, se obtenga una rentabilidad creciente que permita a corto plazo colocar otras agencias en el interior de la república.

El turismo se consolida a principio del siglo XXI como una actividad económica importante, cuando según la Organización Mundial de Turismo – OMT-, se sitúa como categoría de exportación en el cuarto lugar detrás de los combustibles, los productos químicos y los productos de la industria automotriz.

“Durante el año 2,006 se registraron cerca de 842 millones de turistas alrededor del mundo, lo que significó un incremento de 4.5% con respecto al año 2,005; esto demuestra además del dinamismo de la actividad, su resistencia para enfrentar la crisis originada por los atentados y desastres naturales.”

El turismo representa alrededor del 12% del total de la producción bruta mundial, cerca de US\$ 500 mil millones y genera uno de cada diez (10) puestos de trabajo alrededor del mundo. Según estimaciones efectuadas, cada habitación hotelera, crea un total de 2.5 empleos, tanto directos en el sector turístico, como indirectos en otros sectores económicos; por cada 100 turistas en promedio que visitan un país, surgen cinco (5) empleos directos en el sector; y cada US\$ 100,0000 que se invierte en turismo, representa la generación de tres (3) empleos en la economía en su conjunto. El empleo turístico es de rápida generación, implica la capacitación constante del capital humano y permite la incorporación de jóvenes, mujeres y personas de la tercera edad.

En cuanto a los inversionistas de capital que se generan alrededor del mundo, un poco más del 10% del total, corresponde al sector turístico y a industrias relacionadas, las cuales causan un efecto neto positivo sobre importantes sectores en las ramas de comunicaciones, sistema bancario, construcción, artesanías, agricultura y procesamiento de alimentos, entre otros.

Se considera que en los países en desarrollo, como es el caso de Guatemala, el impacto de la actividad turística sobre el empleo podría ser mayor.

Adicionalmente, por medio de la generación de inversión y empleo, el sector constituye un factor de desarrollo económico para el país, debido a que sus operaciones favorecen a las actividades económicas en otros sectores vinculados, tales como transporte, producción de artesanías, telecomunicaciones, servicios generales, entre otros. Asimismo, se ha comprobado que el desenvolvimiento de actividades turísticas enmarcadas bajo criterios de sustentabilidad, contribuye directamente a la conservación y valoración del patrimonio natural y cultural de la

nación; también constituye un factor de desarrollo económico y social para las comunidades anfitrionas del área rural.

Es importante indicar que, en la región centroamericana el turismo ha sido identificado entre las actividades económicas con mayores ventajas absolutas y comparativas naturales para insertarse por esa vía en la economía global, en función de tres elementos:

1. La posición geográfica de Centroamérica como puente entre norte y sudamérica, y entre los océanos Pacíficos y Atlántico, a manera de enlace entre diferentes culturas e idiomas.
2. Diversidad ecológica y los recursos ambientales únicos y la potencialidad agrícola y forestal.
3. Condiciones climatológicas estables (durante todo el año)
4. Civilización maya.

“En el año de 2,007 el Instituto Guatemalteco de Turismo, registra 1, 627,552 visitantes, lo que significa un 8.4% más con respecto al año 2,006, lo cual generó US.1,199.3 millones de dólares con un crecimiento de 18.4%.”¹

El turismo en Guatemala ha evolucionado hasta convertirse en el segundo renglón generador de divisas, después de las remesas familiares y si se le compara con los principales productos de exportación del país.

¹ Instituto Guatemalteco de Turismo Boletín Anual No. 35, 2007

La industria turística guatemalteca cuenta con el siguiente marco regulatorio y legal:

1. Constitución Política de la República de Guatemala.
2. Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2,004 – 2,014.
3. Ley Orgánica del INGUAT, Decreto 1701 del Congreso de la República.
4. Ley de Protección del Medio Ambiente, Decreto 68-86 del Congreso de la República.
5. Ley de Áreas Protegidas, Decreto 4-89
6. Ley de Protección del Patrimonio Cultural, Decreto 26-94
7. Ley Reguladora de las Áreas de Reservas Territoriales del Estado de Guatemala, Decreto 126-97.
8. Política Nacional de Ecoturismo.
9. Código de Ética de la Organización Mundial de Turismo y de la Cámara de Turismo de Guatemala.
10. Agenda Nacional de la Competitividad

Además de las anteriores, se encuentran en discusión en el Congreso de la República las siguientes iniciativas de ley:

1. Reformas a la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-.
2. Ley de Incentivos a la inversión turística.

El desarrollo del sector turístico, requiere de los esfuerzos conjuntos entre los sectores privado y público, pues cada uno de ellos tiene un rol importante que jugar y son complementarios.

En ese sentido, se maneja criterios comunes, para alcanzar acuerdos y desarrollar programas conjuntos que potencializan la utilización de los recursos naturales y culturales, motivando la inversión en infraestructura y servicios; contribuyendo a mejorar el producto turístico.

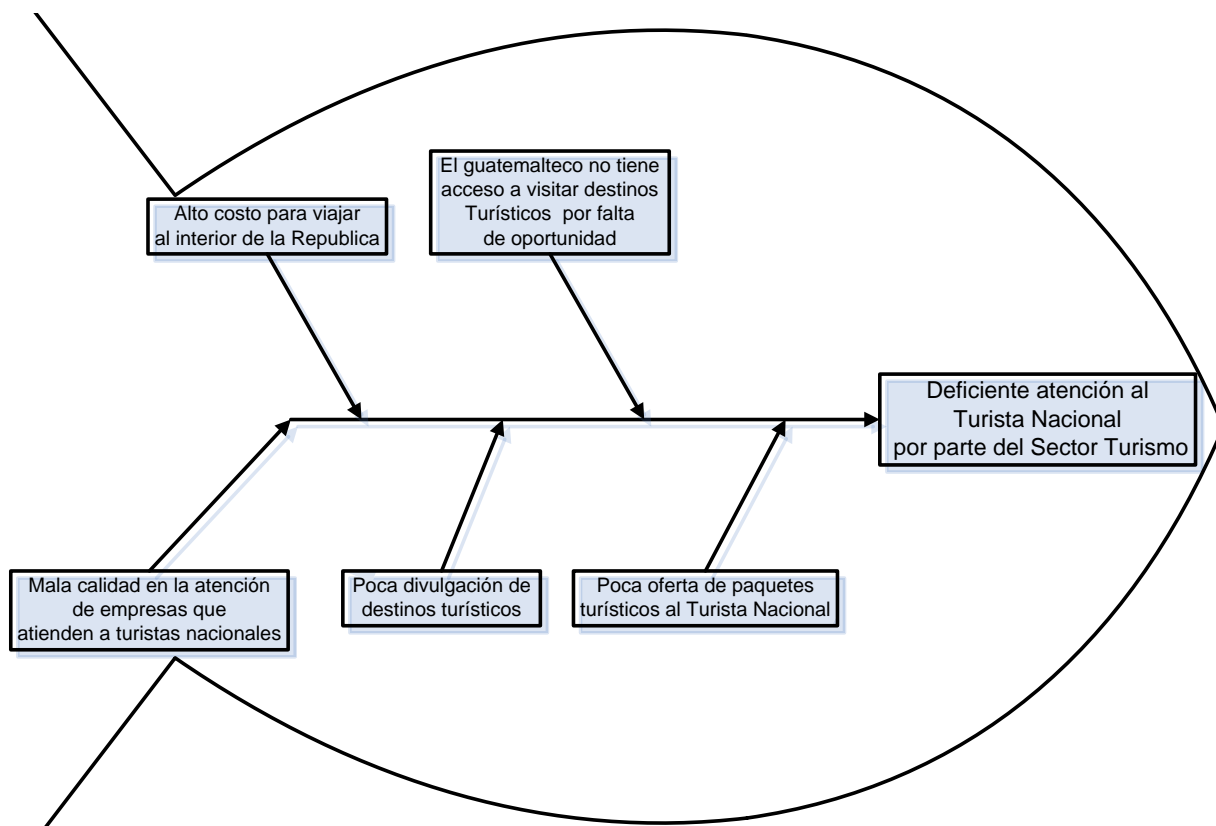
2.2 Problema

En Guatemala, existe deficiente atención al turista nacional, por parte del sector turismo. La poca oferta en brindar servicios de turismo interno, limita al guatemalteco a viajar dentro de la república y visitar los lugares tradicionales que ofrece este país.

La población de Guatemala cuando decide viajar por motivos de vacaciones o de placer, lo hace sin contar con un esquema que le permita optimizar de manera racional su tiempo y recursos; de hecho existen lugares de interés que el turista desconoce por falta de información y promoción, a esto se suma la escasez de empresas que atienden este segmento con calidad y eficiencia.

2.2.1 Árbol de problemas

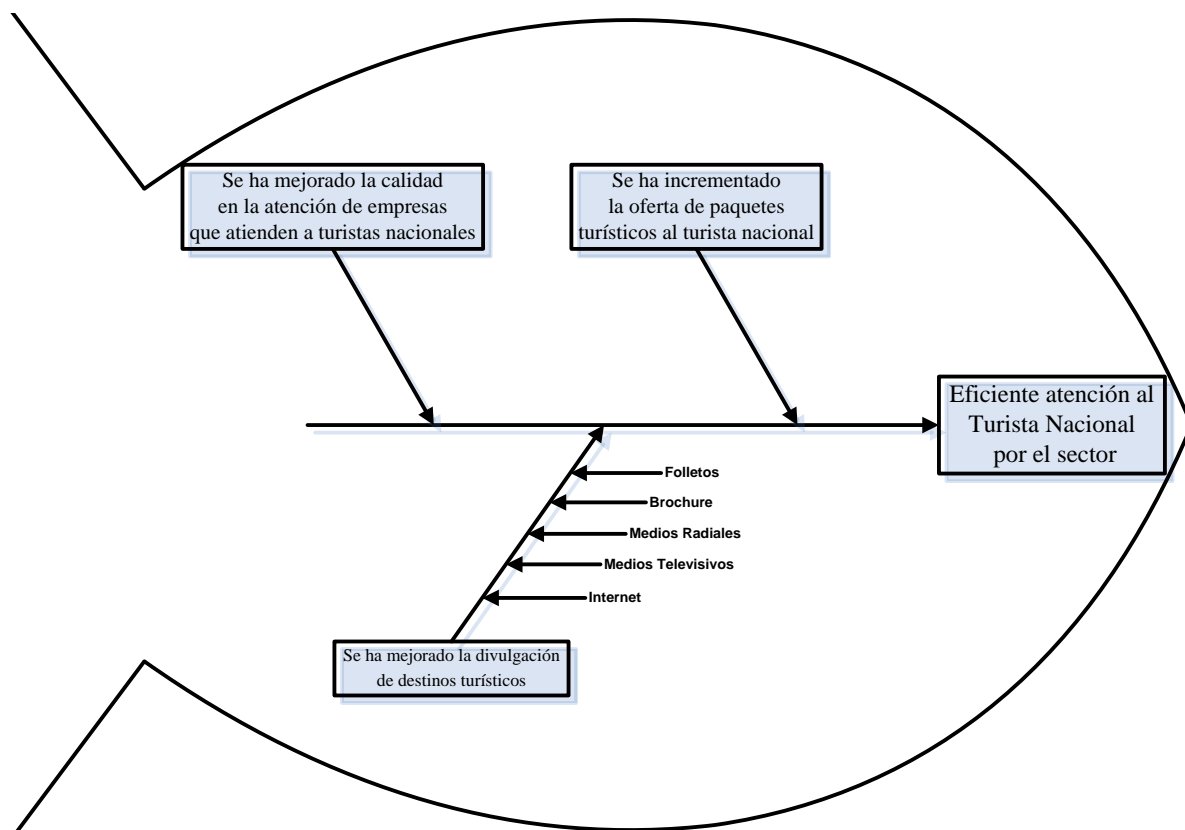
Figura 1



Un esquema como el que se plantea en el presente proyecto, pretende reducir la brecha existente en la actualidad, caracterizada por la poca oferta de paquetes turísticos, falta de divulgación de destinos, mala calidad y poco interés en promocionar el turismo interno. Tal extremo provoca que el guatemalteco, no tenga acceso a visitar destinos turísticos por falta de oportunidad y el alto costo que implica viajar al interior de la república.

2.2.2 Árbol de objetivos

Figura 2



En contraposición a la realidad citada, la empresa de turismo interno plantea un programa de divulgación que de a conocer los valores de Guatemala, citándose entre éstos su diversidad cultural, idiomática, costumbres, tradiciones, fiestas regionales, artesanías, y belleza natural, caracterizada por una amplia variedad de climas, flora, fauna y accidentes geográficos que hacen de este país un verdadero paraíso.

Los medios más idóneos para su promoción serían a través de: folletos, *brochure*, e Internet en los mismos se estaría presentando la información básica sobre servicios de calidad, destino, itinerarios, costos y ofertas de temporada.

2.2.3 Análisis de alternativas

Ante el problema planteado de deficiencia de atención al turista nacional surgen las siguientes alternativas:

- Que los bancos del sistema promuevan créditos a una tasa de interés favorable, para fomentar una cultura de turismo interno dentro de los guatemaltecos.
- Que las tarjetas de crédito debidamente autorizadas en el país, incluyan paquetes de turismo interno para que los guatemaltecos conozcan su país con un bajo interés de recargo.
- Crear una empresa de turismo interno que ofrezca paquetes turísticos todo incluido, para diferentes segmentos turísticos.

Al considerar que Guatemala es un país que brinda oportunidades de inversión, dentro del sector turismo por sus recursos naturales o culturales, atractivo turístico y ventajas competitivas, se consideró conveniente formar una empresa guatemalteca a la cual se le dará el nombre de “Guate-Xplore, S.A.” que ofrezca “Paquetes Turísticos”, como una alternativa para que los guatemaltecos conozcan su país con servicios basados en estándares de calidad y excelencia, que identifique las herramientas necesarias para dar a conocer sitios turísticos no tradicionales.

El objetivo de esta empresa es promover un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a los guatemaltecos para realizar actividades de ocio, ofreciendo beneficios que atraigan a ciertos grupos de clientes, para satisfacer las necesidades y expectativas relacionadas con su tiempo libre.

Para ello será importante conocer:

- Determinar el perfil del visitante para cada sitio.
- Establecer los destinos potenciales.
- Fomentar el interés de los guatemaltecos por conocer y valorar los atractivos que posee Guatemala.
- Diversificar la oferta turística con destinos no tradicionales.
- Brindar a los guatemaltecos, paquetes turísticos para diferentes clases socioeconómicas.

2.3 Objetivos de esta investigación

La empresa “Guate-Xplore, S.A.” pretende alcanzar los siguientes objetivos:

2.3.1 Objetivo general

Crear una empresa de turismo interno que ofrezca “paquetes turísticos” con servicios basados en estándares de calidad y excelencia.

2.3.2 Objetivos específicos

- Valorar el atractivo de los mercados o segmentos.
- Evaluar la situación competitiva de la oferta respecto a la competencia.
- Determinar las bases de segmentación que defina las variables como geográfica, demográfica y motivación del viaje.
- Verificar en qué sitios hay un gran número de personas que tengan los medios y la motivación para disfrutar de ciertos destinos turísticos.
- Obtener la rentabilidad que se genere al promover los sitios o destinos turísticos.
- Demostrar que tecnológicamente es posible realizar el servicio.
- Demostrar la viabilidad técnica y financiera de desarrollar el proyecto de creación de una empresa dedicada específicamente a fomentar el turismo interno.

2.4 Justificación de esta investigación

La Organización Mundial de Turismo -OMT- define el Turismo Interno, como la actividad que realizan los residentes del país, dado que viajan únicamente dentro del mismo.

En la actualidad Guatemala, cuenta con empresas que se dedican a la recepción de turismo internacional, en virtud, de la promoción que realiza en el exterior, tanto el Instituto Guatemalteco de Turismo como operadores de Turismo Nacional, a través de publicidad, ferias de turismo, lo cual genera el incremento de divisas para el país y rentabilidad para el sector turístico. Sin embargo, se conoce que internamente existen pocas empresas que abarcan el

turismo interno local, lo cual genera una insatisfacción del guatemalteco en contar como alternativas para visitar diferentes lugares del país, únicamente en temporadas bajas, debido a la poca capacidad instalada que ofrecen los hoteles y otros servicios que se requieren para brindar satisfacción.

El Instituto Guatemalteco de Turismo cumple con lo normado en su Ley Orgánica de promover el turismo interno, pero éste se ha efectuado pocas veces en época de vacaciones; no así de manera permanente.

A partir del análisis del impacto del turismo, como factor de desarrollo económico de Guatemala, se podrá medir el nivel de interés del guatemalteco por conocer su propio país.

Esta recolección de información sobre la influencia de la actividad turística en áreas específicas, servirá como fuente a las futuras generaciones, y soporte útil para efectuar análisis económicos y financieros, viables para la toma de decisiones en empresas e instituciones públicas y privadas.

2.5 Marco Teórico

El turismo como actividad intrínsecamente ligada a la recreación, es una de las necesidades que debe cubrir todo ser humano, se constituye en un factor determinante para el desarrollo y satisfacción de las personas.

Según la Organización Mundial de Turismo -OMT-, el turismo se define como “el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que los mismos, no estén motivados por una actividad lucrativa” constituyéndose en uno de los fenómenos más significativos socialmente.

“El turismo se asocia también con ocio y vacaciones, por tener similitud en la disposición de tiempo libre, que el ser humano invierte en la actividad que más le place, por lo que es importante definir cada una de éstas, así: ocio es el derecho de todo ser humano de utilizar tiempo disponible dentro de un contexto de tareas realizadas, para desarrollar una actividad placentera, o simplemente para descansar.”

“Por otro lado, vacaciones se refiere a la suspensión de actividades ordinarias, (trabajo y estudio) por un período determinado, que los individuos utilizan para descansar, divertirse, recrearse o viajar.”

El denominador común es el tiempo libre, situación que contribuye al desarrollo del turismo, además constituye un fenómeno social y no un artículo de lujo, pues si dentro de las diversas normas de trabajo mundial, se encuentra la recreación como una necesidad tan importante como la alimentación y vivienda, también el turismo como un ente social asociado a la recreación, se califica como una necesidad que se debe satisfacer.

El turismo, fue considerado como un artículo de lujo, que solamente lo practicaban las personas con suficiente poder adquisitivo, sin embargo, en los años cincuenta surge el turismo en masas y se convierte en una actividad social. Las organizaciones nacionales de turismo observaron que éste era un buen segmento, ya que residentes de un país viajaban dentro de su territorio y al igual que los visitantes procedentes de otros países, utilizaban transporte para desplazarse, establecimientos de hospedaje, restaurantes.

Así al iniciarse los procesos estadísticos para contabilizar a los turistas, surgió un desglose de turistas llamado turismo interno, al cual se le ha dado una especial importancia por ser un segmento y una oportunidad para fomentar el desarrollo de esta industria.

La Organización Mundial de Turismo -OMT- define el turismo interno, como la actividad que realizan residentes de un país, dado que viajan únicamente dentro de su territorio.

El Instituto Guatemalteco de Turismo, es una entidad descentralizada del sector público, que de acuerdo a su Ley Orgánica, aprobada por el Decreto No. 1701 del Congreso de la República, cita en el Artículo 4º. Literal b) “Elaborar un plan de turismo interno, que permita un mejor conocimiento entre los guatemaltecos, como miembro de la comunidad nacional, a la vez que les depare la oportunidad de apreciar las manifestaciones de la cultura de las distintas regiones y la belleza de sus paisajes”.

Este programa de turismo es de mucha importancia para el país, porque beneficia en cierto modo, el desarrollo del turismo, como por ejemplo:

- Aumento de patriotismo: En la medida que una persona conozca más de las costumbres, tradiciones folklore y bellezas de su país.
- Fuente de riqueza: Para las personas que invierten en esta actividad el turismo genera una gran utilidad, conforme crece el número de personas que se desplazan de un lugar a otro.
- Fuente de empleo: esta actividad genera cuatro de cada diez empleos directos.

En comparación con el turismo externo, el turismo interno es más fácil de realizar para las personas, porque no se necesita de trámites legales como pasaporte, visa, impuestos, adquisición de divisas, es más accesible económicamente por el precio que representa viajar al interior de la república, ya que la distancia es más corta y las empresas de transporte que presta este tipo de servicio aplican tarifas para nacionales.

“La Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2,004 - 2,014 contempla elaborar un plan de promoción de turismo interno, reconociendo la Cámara de Turismo que éste representa el mayor generador de ingresos y desplazamientos para aquellos países que han encontrado en la actividad turística una fuente de desarrollo económico y social, que tiene un gran impacto en la redistribución del ingreso; disminuye la estacionalidad y

optimiza el uso de las instalaciones existentes; y que es un medio para fortalecer la identidad nacional, la valorización y conservación del patrimonio natural y cultural del país.”²

2.5.1 Turismo

Es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa.

2.5.2 Turismo interno

Es el que realiza el residente del país, buscando la mejor opción para trasladarse de un lugar a otro.

- Turismo receptor
Es el de los no residentes que viajan dentro del país.

- Turismo emisor
Es el de los residentes de un país, que viajan a otro país.

- Turismo nacional
Es el comprendido por el turismo interno y el emisor.

- Turismo internacional
Es el comprendido por el turismo receptor y el turismo emisor.

² Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014

2.5.3 Visitantes

Este término representa el concepto básico para el sistema general de estadísticas y comprende, todos los tipos de viajeros por motivo de turismo. Un visitante es toda persona que viaja por un periodo no superior a doce (12) meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunera en el país visitado.

El concepto de visitantes se subdivide en dos categorías:

- Visitantes de día (excursionista)

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo privado del país visitado. Esta definición incluyen a los pasajeros en cruceros, que son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días.

- Turista

Visitante que permanece una noche, por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

- Visitantes internacionales

Designa a toda persona que viaja por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia, pero fuera del entorno habitual, y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

- Visitantes internos

Es toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no menor a doce meses a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal no es ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

2.5.4 Hoteles

Son establecimientos hoteleros aquellos que, mediante precio, venden a una clientela indeterminada, alojamiento, servicios de restaurantes además de otros servicios complementarios.

La naturaleza de hotel es independiente del régimen de propiedad de las diferentes áreas y unidades de alojamiento que pueden ser único o compartido entre diversos titulares.

- Hoteles de playa

Son establecimientos situados en primera línea de playa o a una distancia no superior a doscientos cincuenta (250) metros de la playa.

- Hoteles *resort*

Son hoteles de playa con categoría de cinco o cuatro estrellas, situados a primera línea de la playa, con una construcción máxima de tres pisos y una extensión de construcción no superior a 50 habitaciones por hectárea.

2.5.5 Infraestructura turística

Obra básica, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimiento de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos. Estas inversiones a largo plazo mediante plusvalía de terrenos, cuotas o peajes, son el inicio de las tareas a favor del desarrollo turístico y constituyen la base para las estructuras requeridas por los turistas.

2.5.6 Temporada alta

El punto más alto de la temporada turística para un punto particular. Las tarifas, precios y movimientos llegan a su mayor capacidad.

2.5.7 Temporada baja

Expresión que se refiere a la época del año en que el movimiento turístico declina al mínimo. Las temporadas varían según la región y cuando en un lugar es baja, en otro puede ser alta. Durante la temporada baja las tarifas y los precios son bajos.

2.5.8 Desarrollo sostenible

Término aplicado al desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.

CAPÍTULO 3

Estudio de Mercado

3.1. El producto en el mercado

Debido al enfoque del presente proyecto, se trabajó en base a un servicio que proporcionará a la Empresa Guate-Xplore, S.A., con “Paquetes Turísticos” para los guatemaltecos que puedan dirigirse en épocas de vacaciones a diferentes destinos turísticos que ofrece el país.

3.1.1. Definición del producto

El producto consiste en un servicio de propuesta de alternativas de destinos turísticos al turista nacional, que se complementa con el traslado a dicho sitio por medio de un transporte seguro, hospedaje, alimentación y servicios adicionales a bordo del transporte, así como un guía de turista bilingüe; este servicio se define como “paquete turístico”.

3.1.2. Producto principal y subproductos

El producto principal de la empresa es el “paquete turístico” y no existen subproductos relacionados con la actividad principal.

3.1.3. Productos sustitutos o similares

- Excursiones
Viaje organizado por personas individuales, o grupo familiar en el cual cada participante cubre sus gastos personales.
- Viaje (*tour*)
Se refiere a un recorrido por uno o varios destinos turísticos.

En el caso de los paquetes turísticos, debido a la amplia variedad de actividades complementarias que pueden realizarse en Guatemala, se buscaron las características propias de cada lugar además se tomó en cuenta la provisión de oportunidades para la población residente.

3.1.4. Productos complementarios

Sistema de hotelería nacional, restaurantes, balnearios, pensiones.

3.2. El área de mercado

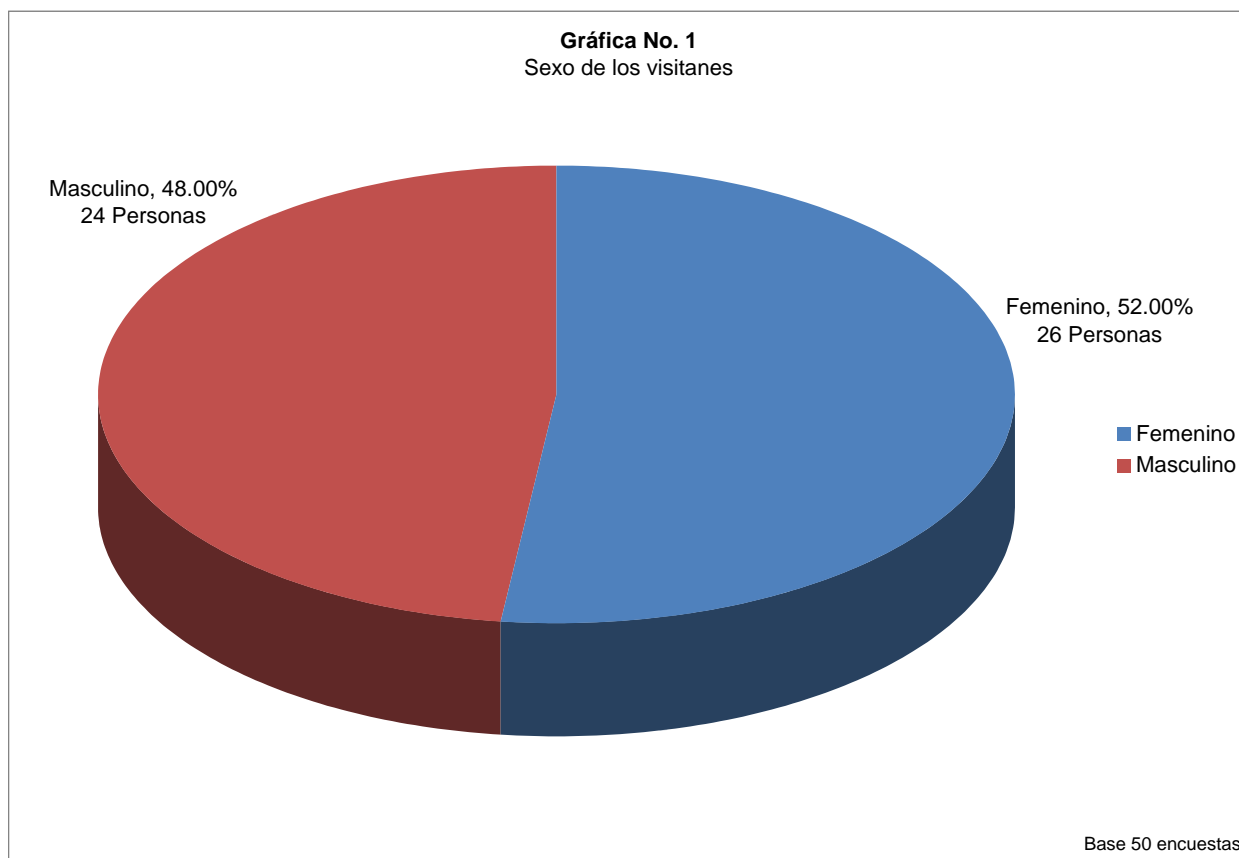
Con el objetivo principal de conocer el perfil del cliente, las preferencias de los lugares turísticos y otros datos relacionados con el turismo interno, se elaboró la “Encuesta sobre Turismo Interno en Guatemala”. La metodología utilizada para llevar a cabo el trabajo de investigación fue a través de Internet, con el propósito de optimizar tiempo y recursos. Se determinó el tamaño de la muestra en cincuenta (50) para realizar las encuestas dirigidas especialmente a guatemaltecos residentes en la ciudad capital. El vaciado de la información reflejaron resultados importantes, los cuales se describen a continuación.

3.2.1 Informe estadístico de encuesta sobre turismo interno en Guatemala

El presente documento contiene los resultados vertidos de la encuesta realizada sobre el segmento de turismo interno en Guatemala el cual tiene como objetivo determinar el perfil y algunas variables de esta actividad turística en el país. No se pretende ser exhaustivo sino solamente que sirva como herramienta de orientación sobre el perfil del visitante así como conocer algunas otras variables que ayuden a estimular la cooperación, la inversión y por ende promover este nicho turístico.

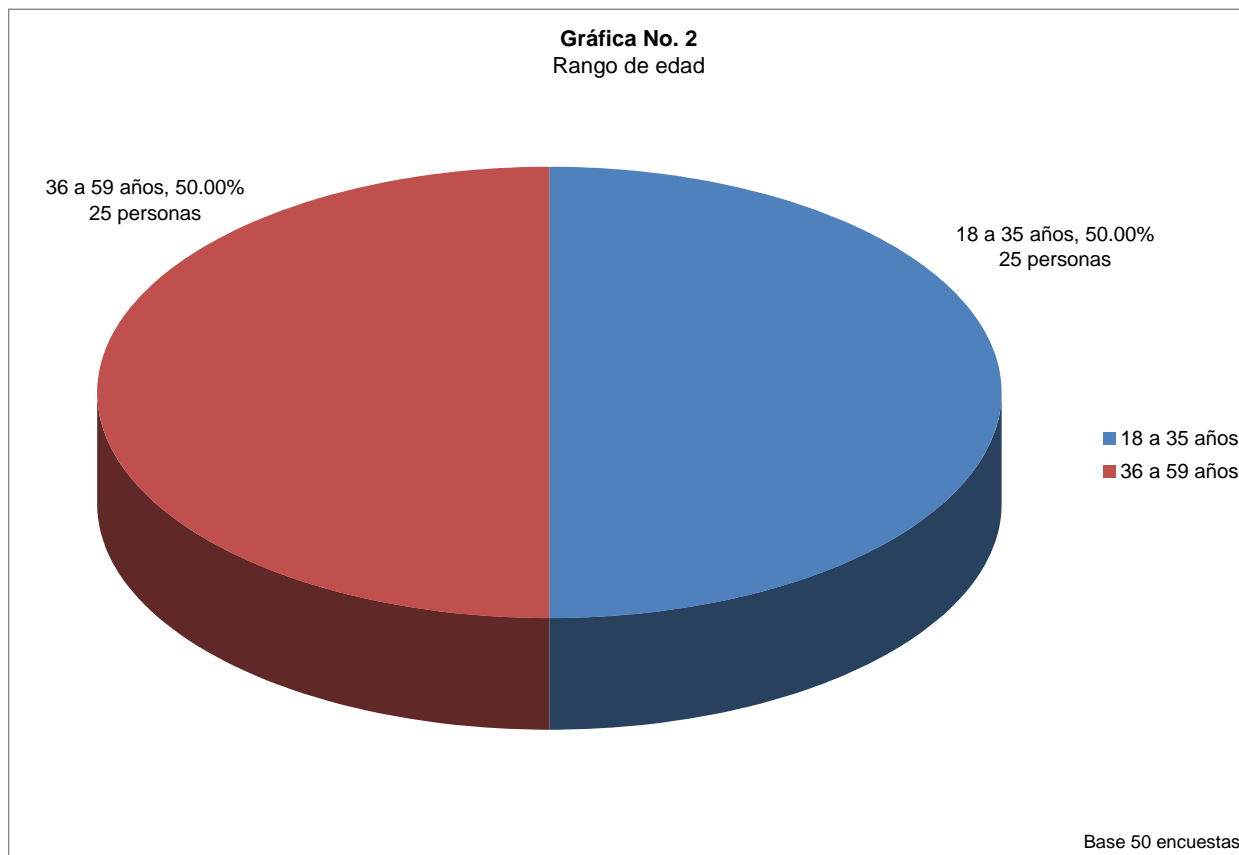
Se obtuvo el resultado de cincuenta (50) encuestas válidas de personas de nacionalidad guatemalteca, que visitan diferentes lugares turísticos de Guatemala de la que se desprenden los siguientes datos.

Resultados



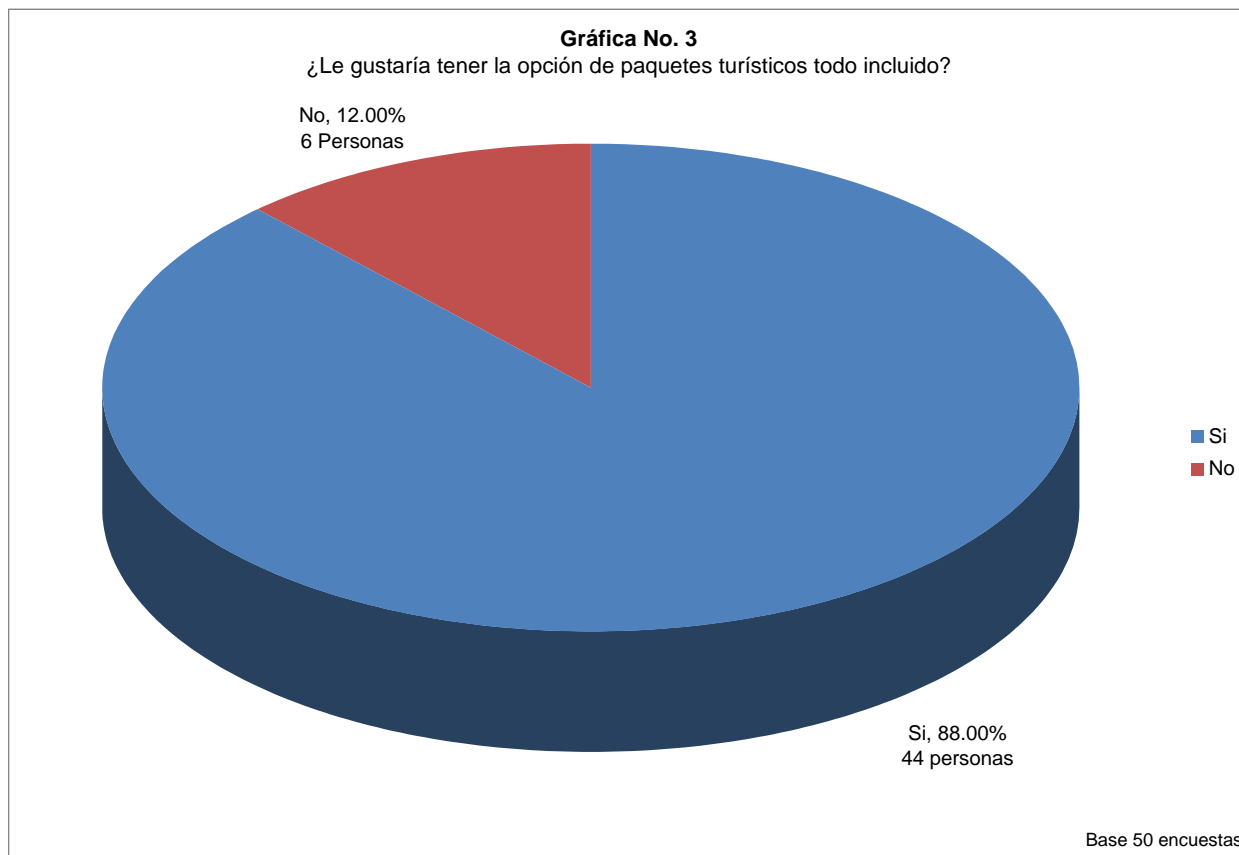
Fuente: elaboración propia

La encuesta aplicada determinó, que 26 personas pertenecen al género femenino el cual representa un 52%, y 24 personas de género masculino con un 48%.



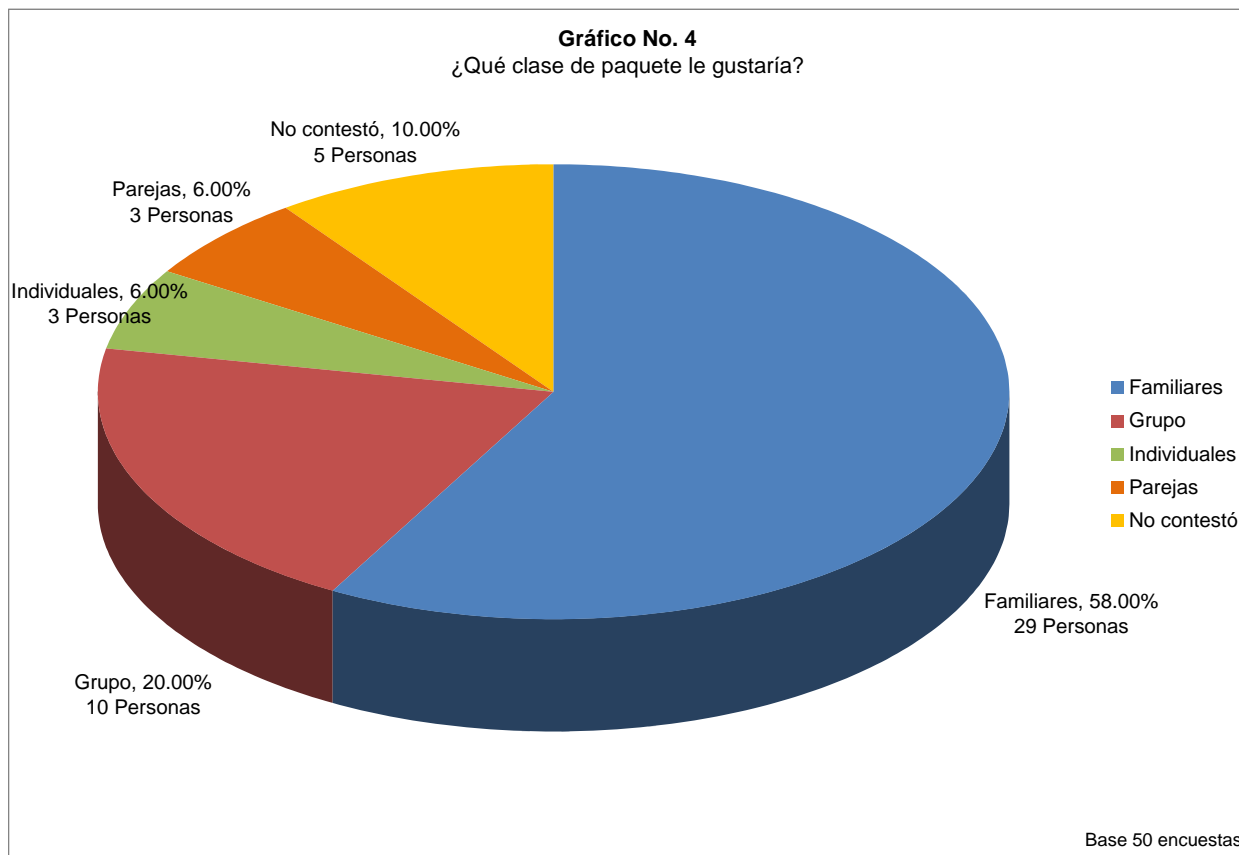
Fuente: elaboración propia

La encuesta aplicada determinó, que 25 personas se encuentran dentro del rango de edad de 18 a 35 años, el cual representa un 50%, y 25 personas dentro del rango de edad de 36 a 59 años con un 50%.



Fuente: elaboración propia

La encuesta aplicada determinó, que 44 personas responden “Si” a la pregunta ¿le gustaría tener la opción de paquetes turísticos todo incluido? el cual representa un 88%, y 6 personas responden “No” con un 12%.



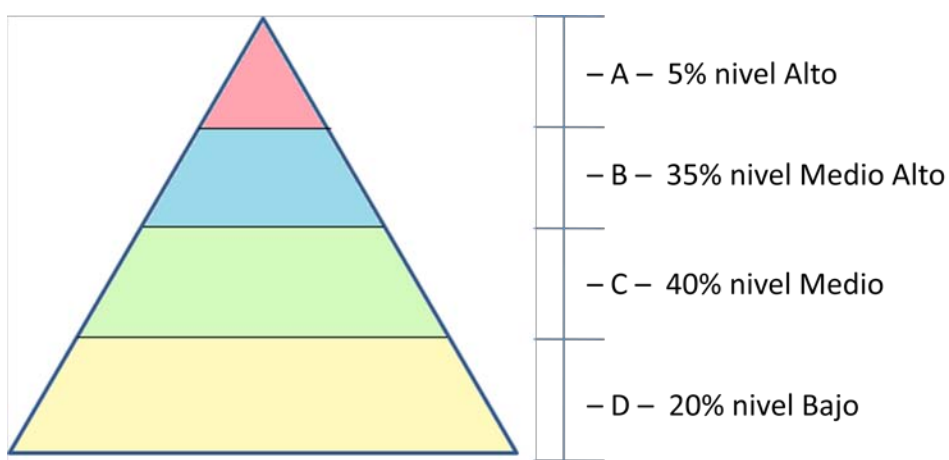
Fuente: elaboración propia

Derivado de la pregunta ¿qué clase de paquete turístico le gustaría? 58% contestó que paquetes familiares, 20% en grupo, 6% individuales, 6% parejas y un 10% no contestó.

3.2.2 Población consumidora, contingente actual y futuro

Se estima que esta empresa orientará los servicios de paquetes turísticos para un porcentaje de los 2.5 millones de habitantes que tiene la ciudad de Guatemala, con un nivel socioeconómico de la clase media alta y media baja.

Figura 3. Pirámide de nivel socioeconómico poblacional



En la actualidad existen pocas empresas turísticas que se dediquen a la actividad de turismo interno, según datos históricos obtenidos en el INGUAT; durante los últimos 3 años en las jornadas de turismo interno han participado aproximadamente 3,000 personas, las cuales en algunos casos son reincidentes.

Estos viajes, inicialmente se realizaban durante la temporada de vacaciones de fin de año. A partir del año 2007 se organizaron viajes en junio, pero esto no es un programa permanente durante todo el año.

Según lo anterior se considera que una vez establecidos los paquetes turísticos con precios atractivos y servicios adecuados para el público en general se podrá contar

con un promedio variable de 3,000 usuarios al año con la expectativa de mejorar las cifras en años subsiguientes.

3.2.3 Estructura de la población por grupos, edades y segmentos

En este proyecto los paquetes turísticos se orientaron a pobladores dentro de los siguientes parámetros de edad:

De 17 a 25	Viajes a sitios de naturaleza en el cual puedan realizar actividades extremas.
De 25 a 35	Viajes a lugares de interés cultural o religioso
De 35 a 60	Viajes a lugares de interés religioso, visitas a plantaciones de café, macadamia, cacao.

3.2.4 Tasas de crecimiento de población

Según el Instituto Nacional de Estadística - INE -, la tasa de crecimiento de la población guatemalteca es de un 2.06 % anual.

3.2.5 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento

El Banco de Guatemala en su informe indica que la economía en el año 2008 crecerá en un 5.3%, tasa inferior al establecido para este año. El banco central pronostica cerrar este año con una inflación arriba de 8.4%, superior a la prevista de 5 puntos porcentuales (+/-1).

El Instituto Nacional de Estadística -INE- en su informe registra que el ingreso promedio por familia mensual esta dividido de la siguiente manera:

- Nivel Rural Q. 2,070.76
- Nivel Nacional Q. 3,220.84
- Nivel Urbano Q. 4,723.35

Según el Instituto Nacional de Estadística -INE- al 31 de marzo del 2008, la inflación se ha determinado que ha aumentado en 1.18% más de lo proyectado.

La siguiente tabla muestra la proyección del Banco de Guatemala para los próximos años.

Tabla 1

Proyección de inflación		
Banco de Guatemala		
AÑO	META	MARGEN
	%	(+/-)
2008	5.50	1.5
2009	5.5	1.5
2010	5	1
2011	4.5	1
2012	4	1

3.2.6 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso

En el año 2,000, Unidata en su informe indica que la distribución de los estratos de los niveles socioeconómicos de la ciudad capital está conformada de la siguiente manera. Para los niveles socio económico A, que son los que tiene los más altos ingresos, representan un 5% de la población. La clase B, o intermedia, esta constituida por un 35%, la C que es la media baja en ingresos, se contempla un 40%, y el resto se distribuyen entre la clase D.

3.3 Comportamiento de la demanda

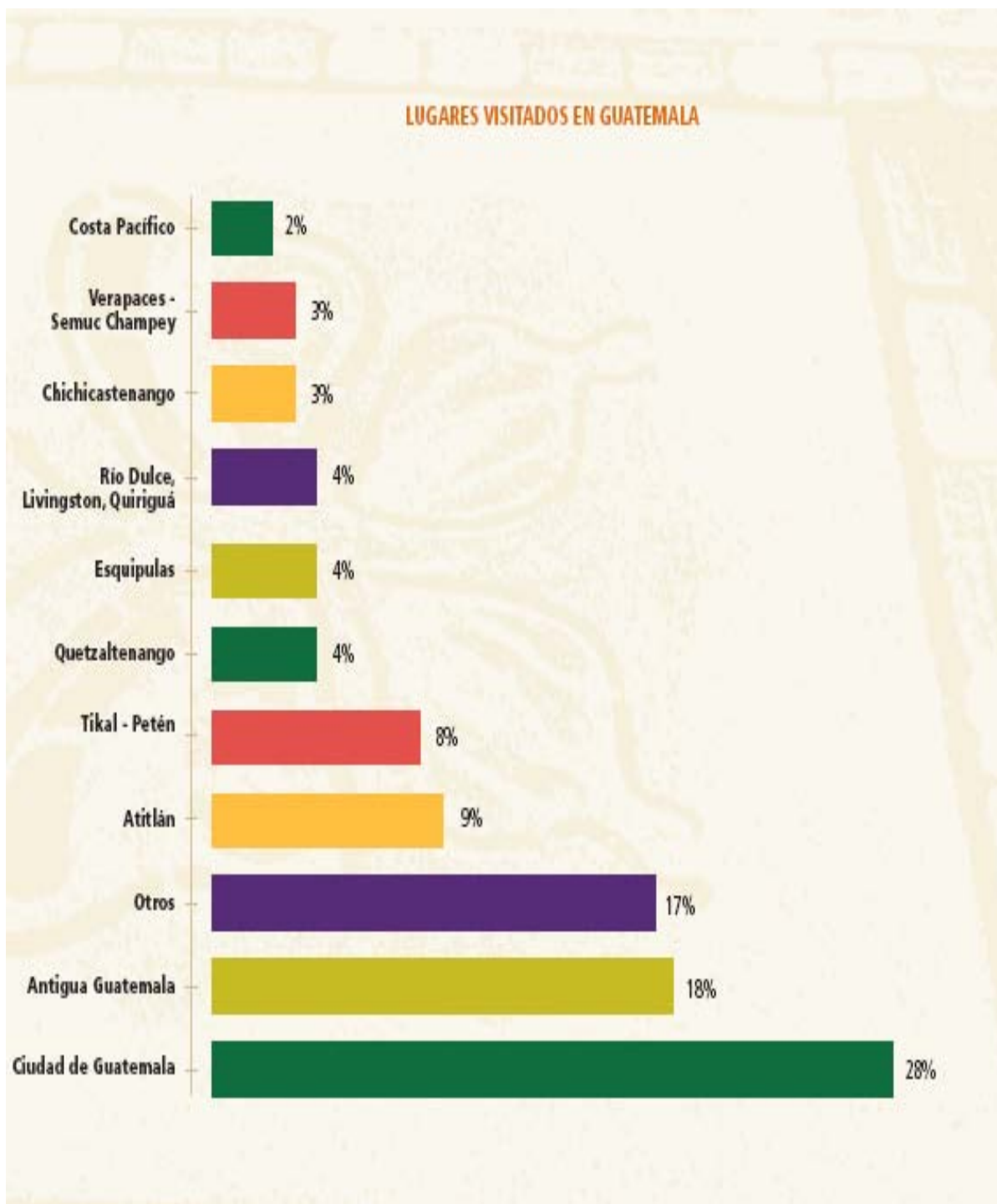
3.3.1 Situación Actual

Según la información proporcionada por el Instituto Guatemalteco de Turismo, entidad que cuenta con un Departamento de Investigación de Mercado y responsable de emitir boletines estadísticos, con información que genera el Banco de Guatemala, el Instituto Nacional de Estadística -INE- y otras entidades del sector público, se reporta la demanda de turismo nacional e internacional en el año 2,006.

En las siguientes gráficas se puede apreciar el comportamiento del movimiento turístico del país. Se hace referencia a los tres tipos de turismo: Receptor, emisor e interior, de los cuales se puede obtener información de la cantidad de visitantes ingresados al país por nacionalidad, vía utilizada, puerto de entrada, incluyendo cifras comparativas con respecto al año anterior, tanto en variables absolutas como relativas. En el caso de Turismo Interior es un segmento donde la información es escasa y poco representativa. En este segmento se muestra la cantidad de visitantes nacionales e internacionales que visitaron los diferentes sitios de interés turístico, siendo éstos: Parque Nacional Tikal, monumentos históricos de Antigua Guatemala, Biotopos identificados como Laguna del Tigre, Dos Lagunas, San Miguel la Palotada, Mario Dary, Chocón Machacas y Cerro Cahuí.

Gráfica 5

Comportamiento del Movimiento de Turismo Interno en Guatemala



Fuente: Boletín Anual No. 35 estadísticas de turismo 2006 – INGUAT –

Cuadro No. 1

Comportamiento de Turismo Receptor de guatemaltecos
residentes en Estados Unidos año 2006

TURISMO RECEPTOR GUATEMALTECOS RESIDENTES EN ESTADOS UNIDOS AÑO 2006

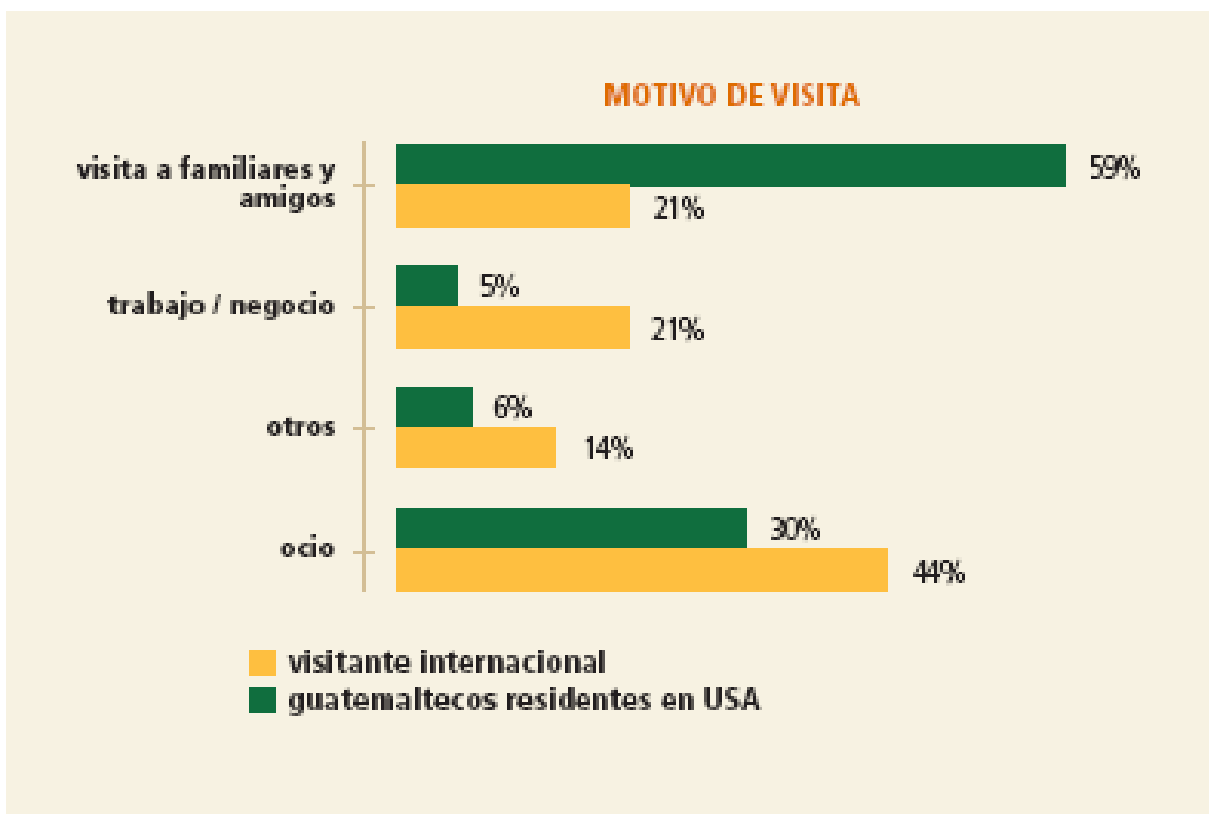
Los resultados del estudio que realiza INGUAT por medio de encuestas en fronteras guatemaltecas muestran que los guatemaltecos residentes en Estados Unidos representan el 26% de los visitantes con nacionalidad estadounidense que llegan a Guatemala. Su perfil comparativo es el siguiente:

VARIABLES	GENERAL	GUATEMALTECOS RESIDENTES EN ESTADOS UNIDOS
GENERO		
masculino	65%	63%
femenino	35%	37%
EDAD		
jóvenes (18-24 años)	13%	6%
adultos (25-44 años)	61%	49%
mayores (más de 45 años)	26%	45%
ESTADO CIVIL		
casado	49%	70%
divorciado	3%	3%
soltero	41%	25%
unido	5%	0%
viudo	2%	2%
GRUPO EN QUE VIAJA		
solo	41%	58%
en familia	34%	37%
con amigos	18%	4%
compañeros de trabajo	7%	1%
MOTIVO DEL VIAJE		
ocio	44%	30%
otros	14%	6%
trabajo / negocios	21%	5%
visita a familiares y amigos	21%	59%
ESTADIA PROMEDIO (1-30 DÍAS)	7 días	13 días
GASTO PROMEDIO (1-30 DÍAS)	US\$ 102.00	US\$ 150.00
ALOJAMIENTO UTILIZADO		
hotel	63%	20%
casa de familia	37%	80%

Fuente: Boletín Anual No. 35 estadísticas de turismo 2006 – INGUAT –

Gráfica No. 6

Motivo de Visita



Fuente: Boletín Anual No. 35 estadísticas de turismo 2006 – INGUAT –

Cuadro No. 2

Comportamiento de Visitantes Nacionales e Internacionales
al Parque Nacional Tikal 2,005-2,006

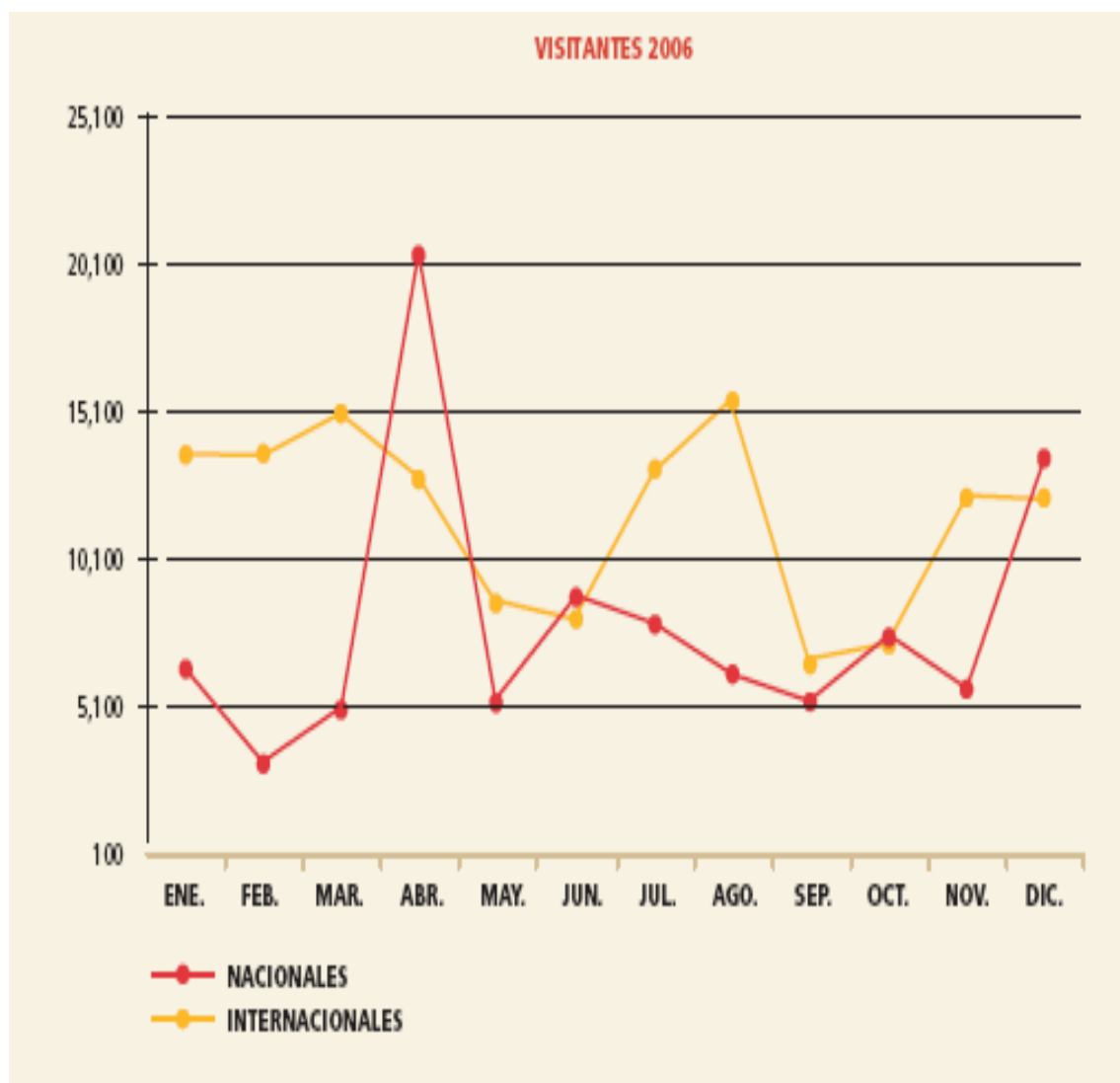
**VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES
INGRESADOS AL PARQUE NACIONAL TIKAL 2005-2006**

MESES	VISITANTES 2005 NAC.	VISITANTES 2005 INT.	TOTAL 2005	VISITANTES 2006 NAC.	VISITANTES 2006 INT.	TOTAL 2006
TOTALES	58,771	142,479	201,250	100,315	144,897	245,212
Enero	4,610	13,261	17,871	7,596	14,221	21,817
Febrero	2,243	13,629	15,872	3,859	14,389	18,248
Marzo	10,372	15,462	25,834	5,172	15,678	20,850
Abril	4,000	15,000	19,000	21,560	13,450	35,010
Mayo	2,648	8,187	10,835	5,384	8,867	14,251
Junio	5,484	8,935	14,419	9,057	8,596	17,653
Julio	5,114	11,305	16,419	8,095	13,827	21,922
Agosto	4,900	18,050	22,950	6,340	16,117	22,457
Septiembre	4,100	8,650	12,750	5,449	6,671	12,120
Octubre	2,450	8,150	10,600	7,744	7,564	15,308
Noviembre	3,750	10,800	14,550	5,882	12,819	18,701
Diciembre	9,100	11,050	20,150	14,177	12,698	26,875

FUENTE: Instituto de Antropología e Historia IDAEH.

Gráfica No. 7

Comportamiento de Visitantes Nacionales e Internacionales 2,006



Fuente: Boletín Anual No. 35 estadísticas de turismo 2006 – INGUAT –

Cuadro No. 3

Comportamiento Visitantes Nacionales e Internacionales a los diferentes monumentos de Antigua Guatemala, años 2,005 – 2,006

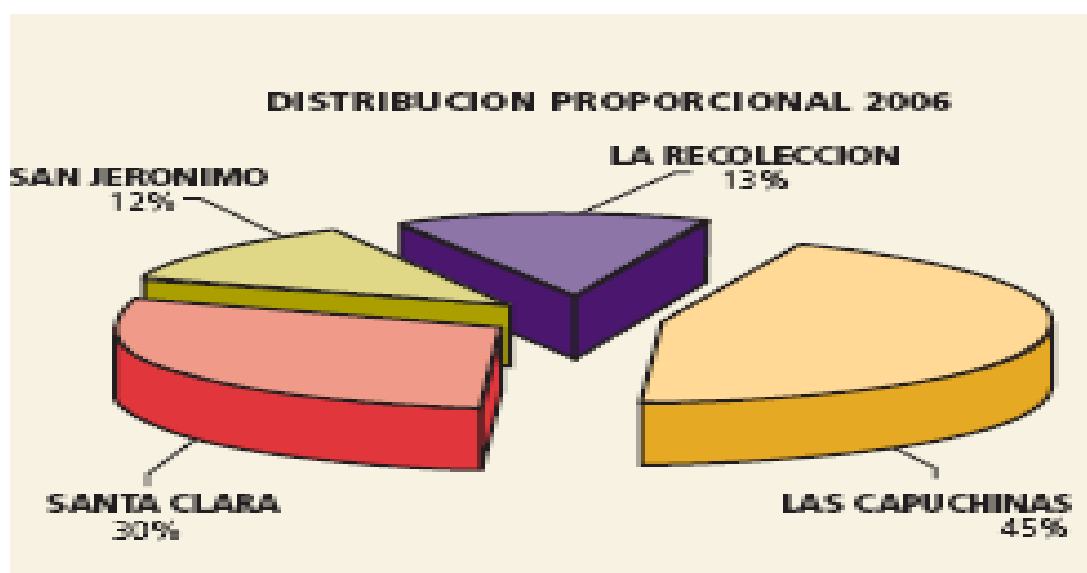
**VISITANTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LOS
DIFERENTES MONUMENTOS DE ANTIGUA GUATEMALA, AÑOS 2005 - 2006**

MONUMENTOS	2005		2006		TOTALES	
	NAC.	INT.	NAC.	INT.	2005	2006
TOTAL	146,450	38,888	161,300	41,096	185,338	202,396
LAS CAPUCHINAS	60,850	25,223	63,300	28,279	86,073	91,579
SANTA CLARA	43,500	8,927	52,000	7,904	52,427	59,904
SAN JERONIMO	23,400	2,065	22,100	2,558	25,465	24,658
LA RECOLECCION	18,700	2,673	23,900	2,355	21,373	26,255

FUENTE: Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala.

Gráfica No. 8

Distribución proporcional del comportamiento de Visitantes a diferentes monumentos en Antigua Guatemala 2,006



Fuente: Boletín Anual No. 35 estadísticas de turismo 2006 – INGUAT –

Cuadro No. 4

Turismo Comunitario perfil del Visitante Nacional e Internacional año 2,006

TURISMO COMUNITARIO PERFIL DEL VISITANTE NACIONAL E INTERNACIONAL AÑO 2006	
VARIABLES	PORCENTAJE
NACIONALIDAD	
guatemalteca	85%
estadounidense	6%
canadiense	2%
otras nacionalidades	7%
GENERO	
masculino	76%
femenino	24%
EDAD	
(18-24 años)	5%
(25-34 años)	23%
(35-44 años)	32%
(45-54 años)	18%
(55-60 años)	7%
60 ó más	1%
no contestó	14%
ESTADIA EN EL PROYECTO	
medio día	49%
horas 1-3	27%
un día	22%
noches 1-3	2%
ACTIVIDAD REALIZADA	
cueva y rappel	26%
senderismo	26%
tubing	19%
balneario	9%
círculo cultura y natural	7%
otras actividades	13%
no contestó	1%
COMO SE ENTERO ACERCA DEL TURISMO COMUNITARIO	
internet y televisión	41%
por amigos y familiares	17%
trifoliales	6%
reportajes PRENSA LIBRE	5%
tour operador	3%
promoción INGUAT	2%
otros medios	22%
no contestó	5%
GASTO PROMEDIO POR PERSONA	Q.41.16

FUENTE: Proyectos de Turismo Comunitario.

3.3.2 Análisis de los factores condicionantes de la demanda futura

La demanda del sector turístico depende de fenómenos políticos, sociales y económicos. Existen tendencias a bajar el comportamiento de ingresos, debido a factores internos y externos, dentro de los cuales podemos citar riesgo originados por fenómenos naturales, inseguridad y la promoción de destinos por parte de otros países centroamericanos.

3.3.3 Estimación de la demanda que atenderá el proyecto.

Cuadro No. 5

Censo Nacional de Población 2002		11,237,196	Habitantes
Área Urbana		5,184,835	Habitantes
<i>Target Group 1</i>	57%	2,955,356	Habitantes
<i>Target Group 2</i>	43%	2,229,479	Habitantes
<i>Shared of Market</i>	47%		
Precio de venta promedio por pasajero	Q 1,130.78		
Paquetes turísticos	3000		
Estimación de la Demanda		Q1,594,399.80	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE – Censo 2002

3.4 Comportamiento de la oferta

3.4.1 Situación actual

Guatemala es un país que ofrece diversidad de lugares turísticos que se pueden convertir en nichos turísticos que cubre espacios geográficos muy importantes como los que se citan a continuación:

- Guatemala Central:
Ciudad de Guatemala/Amatitlán y la Antigua Guatemala/Valle de Panchoy.

- Altiplano:
Tecpán, Panajachel/Cuenca del Lago de Atitlán, Chichicastenango, Quetzaltenango, Huehuetenango, Totonicapán, Quiche/área Ixil y San Marcos.

- Petén:
La Isla de Flores, Parque Nacional de Tikal y Sayaxché.

- Caribe:
Puerto Barrios, Puerto Santo Tomás de Castilla, Livingston/Río Dulce.

- Las Verapaces:
Cobán y Salamá.

- Costa del Pacífico:
Puerto Quetzal, Puerto de San José, Monterrico y Retalhuleu.

- Sur Oriente:
Chiquimula, Zacapa y Esquipulas.

Las agencias de viajes guatemaltecas promueven a nivel internacional la promoción de diferentes destinos turísticos del país bajo la coordinación del Instituto Guatemalteco de Turismo. Sin embargo, el turismo interno para los guatemaltecos no es un mercado prioritario para estas empresas privadas.

La empresa Guate-Xplore, S.A. ofrecerá “Paquetes Turísticos” que satisfagan las necesidades del cliente guatemalteco, con la oferta de servicios de transporte en buses tipo pullman, con aire acondicionado y servicios sanitarios, facilidades de hospedaje en hoteles aceptables, refacción durante el viaje de traslado, que será tipo dietético. Además se brindará servicio de guía de turismo certificado por el INGUAT.

Para mayor ilustración se anexan opciones de Paquetes Turísticos.

3.4.2 Análisis del régimen de mercado

El mercado guatemalteco tiene 700 Agencias de Viajes, las cuales se dedican a la venta de boletos aéreos, promover el turismo nacional para salir al exterior, atender a visitantes extranjeros en giras turísticas; pero no hay competencia proveedora del turismo interno; lo cual corresponde al Instituto Guatemalteco de Turismo atender este segmento del mercado local.

3.4.3 Situación futura de la oferta

Las empresas dedicadas al turismo interno son pocas, no constituyen competencia para la Empresa Guate-Xplore, S.A. por lo que la capacidad de reacción es ilimitada.

3.5 Comportamiento de los precios

3.5.1 Análisis de las series históricas de precios

El Instituto Guatemalteco de Turismo en los últimos cinco años ha promovido el turismo interno a través de Paquetes de Turismo, que han incluido desde un día hasta tres días de estadía en diferentes sitios turísticos del país, con precios que han oscilado entre Q.150.00 a Q.350.00 por persona.

3.5.2 La estimación de la evolución futura de los precios Guate-Xplore, S.A. promoverá

Paquetes Turísticos de uno a tres días de estadías, en diferentes sitios turísticos de interés. Con precios por personas que pueden estar entre Q.400.00 a Q.1,700.00.

3.5.3 Influencia prevista de los precios sobre la demanda

Elasticidad de precios y sensibilidad del consumidor:

Se pudo establecer que los consumidores son sensibles al cambio de precios relacionados con los Paquetes Turísticos debido a que existen factores internos como la inseguridad, cambios climatológicos y alto costo de vida. Por lo que se prescinde del paseo u ocio para darle prioridad a otras demandas.

3.6 Análisis de la comercialización

3.6.1 Canales de comercialización

Se utilizará medios de publicidad para que el guatemalteco tenga acceso a la información relacionada con Paquetes Turísticos. La Empresa contratará agentes de viajes para la atención al cliente desde las oficinas centrales.

3.6.2 Formas de comercialización del proyecto

Los agentes de ventas deberán realizar visitas periódicas a todos los clientes existentes y los potenciales ya que de esta manera se lograría el incremento de la cartera. La estrategia de localización se basa en:

- Una buena Agencia de Viajes de servicio y atención.
- La forma de pago.
- La plataforma virtual del negocio a través de página web
- El servicio eficiente de los ejecutivos de cuentas.
- La eficiencia en el transporte y manejo de paquetes turísticos; se llevará a cabo a través de folletos, *brochures*, medios radiales e Internet.

3.6.3 Capacidad de competencia del proyecto

Al momento de presentarse una inflación alta, se estima que podría haber una disminución de la prestación de servicios, en virtud que el mismo representa una actividad de ocio (Elasticidad de la demanda).

3.6.4 Oferta potencial del proyecto

Formar parte del sector turístico es una oportunidad para que otras empresas se dediquen al turismo interno, lo que puede generar una competencia para la empresa que se pretende constituir. Además, se pretende cubrir una oferta potencial para 3000 guatemaltecos al año, que llenen las expectativas del cliente ubicado en la ciudad de Guatemala, también, se persigue descentralizar estos servicios hacia el exterior de la República, con el propósito de facilitar los servicios de los guatemaltecos que viven en otras regiones del país. Esto dependerá de factores económicos internos y externos.

CAPÍTULO 4

Estudio Técnico

La empresa Guate-Xplore,S.A. será una agencia de viajes, que proporcionará un servicio minoristas, es decir, venderá sus servicios directamente al público. Como agente de viajes puede vender paquetes turísticos de excursiones, pero también vender boletos en nombre de las líneas aéreas en el ámbito que le compete.

4.1 Tamaño

La empresa "Guate-Xplore, S.A. tendrá una capacidad instalada para atender máximo de 3,000 turistas durante el primer año.

4.2 Localización

Después de la organización del negocio y antes de obtener las licencias y permisos correspondientes, el paso a seguir es elegir el sitio donde va a ubicarse la agencia de viajes, para lo cual se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

4.2.1 Espacio Físico

Esta empresa estará ubicada zona 10 o 14, en la ciudad de Guatemala; y deberá contar con un espacio amplio para las áreas de servicio al cliente, almacenamiento y seguridad. Una oficina para el gerente y un área administrativa de servicios varios, contabilidad y caja.

Como regla general, deberá asignarse a cada cliente interno o trabajador una oficina con un mínimo de 2.5 por 2.5 metros. En el caso de que se requiera un arrendamiento a largo plazo, se tiene contemplado tomar en cuenta los futuros requerimientos de expansión, como puede ser el contar con espacio adicional de escritorio para el agente de viajes, espacio para el equipo de cómputo.

4.2.2 Seguridad

Los registros y archivos que manejará la empresa serán confidenciales. Por tanto, todos los documentos de tráfico, registro de ventas y listas de clientes deberán estar debidamente guardados y protegidos en una caja de seguridad dentro de las instalaciones de la empresa; contra robo, incendio, inundaciones y otros tipos de pérdidas potenciales.

4.2.3 Visibilidad

El recurso publicitario es fundamental, por tal motivo, se elaborará un letrero exterior que identifique el negocio, para la visibilidad ante los clientes potenciales.

El letrero deberá destacarse y ser fácilmente visible desde los automóviles que transitan en ambos sentidos. Esta empresa invertirá en publicidad a través del periódico, revistas y radio.

4.2.4 Apariencia

Se pretende brindar una imagen con las siguientes características:

- Una apariencia profesional.
- Ser limpio.
- Ser atractivo.
- Estar localizado en un área que goce de un buen mantenimiento.

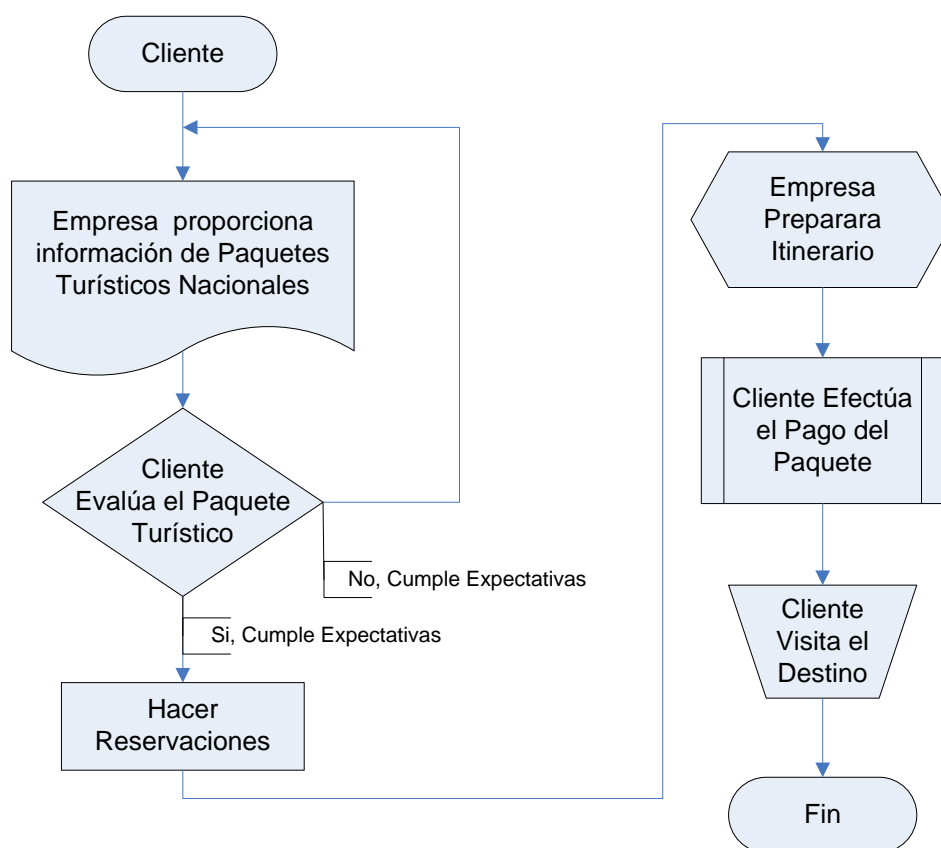
Los clientes internos y/o trabajadores, pasan la mayor parte del día en un ambiente de oficina. Siendo necesario que el lugar posea una buena iluminación y al mismo tiempo proporcione un ambiente confortable y con una decoración atractiva. Al igual que los empleados, los clientes, se sentirán más a gusto en una oficina que luzca limpia, atractiva, moderna y libre de ruido.

4.3 Proceso de Turismo Receptivo

A continuación se detalla el flujograma del procedimiento de adquirir un paquete turístico en la Empresa Guate-Xplore, S.A. con la descripción narrativa:

- El cliente visita la empresa en busca de información de paquetes turísticos nacionales.

- Cliente evalúa la información brindada, si es de su satisfacción continua el proceso, si no es de su satisfacción, empresa proporciona nueva información.
- Cliente confirma su aceptación realizando reservaciones.
- Empresa prepara itinerario.
- Cliente efectúa el pago del paquete nacional, recibe comprobante de caja.
- Cliente se dirige al destino de su elección.



4.4 Obras físicas

Dependiendo del crecimiento que se alcance, se contratará a mediano plazo un predio para vehículos, para lo cual se invertirá en la prefabricación de una galera de metal, con portón eléctrico. La obra tendrá una dimensión de 14 x 10 metros.

4.5 Organización

La empresa Guate-Xplore, S.A. funcionará como sociedad anónima, con dos o más socios-propietarios. Tanto los pasivos, como los activos (efectivo, propiedades y otros artículos de valor) serán compartidos de manera equitativa por cada uno de los socios.

Los socios generales, serán responsables de la administración del negocio y también asumen en forma directa los pasivos y los activos de la empresa. Los socios no tendrán pasivos pero sí reciben su parte correspondiente en utilidades. Se integrará una Junta Directiva que tendrá a su cargo tomar decisiones y repartir las responsabilidades y mandos.

Los gastos tales como publicidad, cargos bancarios, depreciación de equipo, pago de seguros material de oficina, arrendamiento de local y otros desembolsos relacionados con el manejo del negocio se deducirán de los ingresos antes de pagar los impuestos.

4.6 Resumen

En este capítulo se identificaron los requisitos técnicos para que la empresa Guate-Xplore, S.A. opere como una agencia de viajes dedicada al turismo interno, con ubicación en las zonas 10 ó 14. Esta empresa estará registrada como una sociedad anónima, con aportes de dos o tres socios, en iguales condiciones para adquirir derechos y obligaciones. La capacidad instalada esta prevista para atender inicialmente a 3,000 clientes; siendo su principal servicio la venta de "Paquetes Turísticos". Se incluye un flujograma de atención al cliente.

CAPÍTULO 5

Estudio Administrativo - Legal

5.1 Estructura administrativa legal

La Empresa Guate-Xplore, S.A. será registrada como Sociedad Anónima, de acuerdo a Decreto No. 2-70 del Congreso de la República, de fecha 1º. de enero de 1,971, presentando los siguientes documentos:

- Formulario de Inscripción de la empresa con firma autenticada de representante legal.
- Fotocopia del nombramiento del representante legal, vigente.
- Fotocopia de Patente de Sociedad.
- Solicitar una orden de pago y cancelar en la agencia bancaria la cantidad de Q.100.00.
- La sociedad se integrará con dos accionistas, con capital autorizado para contraer derechos y obligaciones.
- Se integrará una Asamblea General.
- Se deberá suscribir una Escritura Constitutiva.
- Se realizarán asambleas ordinarias, extraordinarias y totalitarias para tomar decisiones.

5.2 Marco legal del proyecto

Corresponde al Instituto Guatemalteco de Turismo dar el asesoramiento técnico y legal para la inscripción de la empresa Guate-Xplore, S.A.

Para el efecto esta institución emite un Acuerdo de Dirección en base al Decreto 1701 del Congreso de la República Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo que regula las empresas y actividades turísticas. Su finalidad es la de inscribir, clasificar e inspeccionar el funcionamiento de las mismas.

La empresa Guate-Xplore, S.A. estará conformada por socios guatemaltecos y profesionalmente que ejercerán actividades mercantiles, dirigidas a servir de intermediarios entre las personas o clientes que soliciten servicios turísticos. Tendrá a su cargo organizar, promocionar y vender giras, transportación, circuitos y excursiones de turismo interno.

5.3 Requisitos

El INGUAT proporciona a las personas individuales o jurídicas y/o a los representantes legales de las agencias que soliciten registro, una solicitud la cual contendrá la siguiente información:

- Nombres y apellidos del propietario, edad, estado civil, nacionalidad, profesión u oficio domicilio, lugar para recibir notificaciones.
- Nombres y apellidos del gerente, administrador o persona que tendrá a su cargo la representación de la agencia, así como sus generales.
- Nombre o razón social de la agencia, dirección número de teléfono, número de telefax.
- Determinación del tipo de agencias.

La documentación deberá acompañarse de lo siguiente:

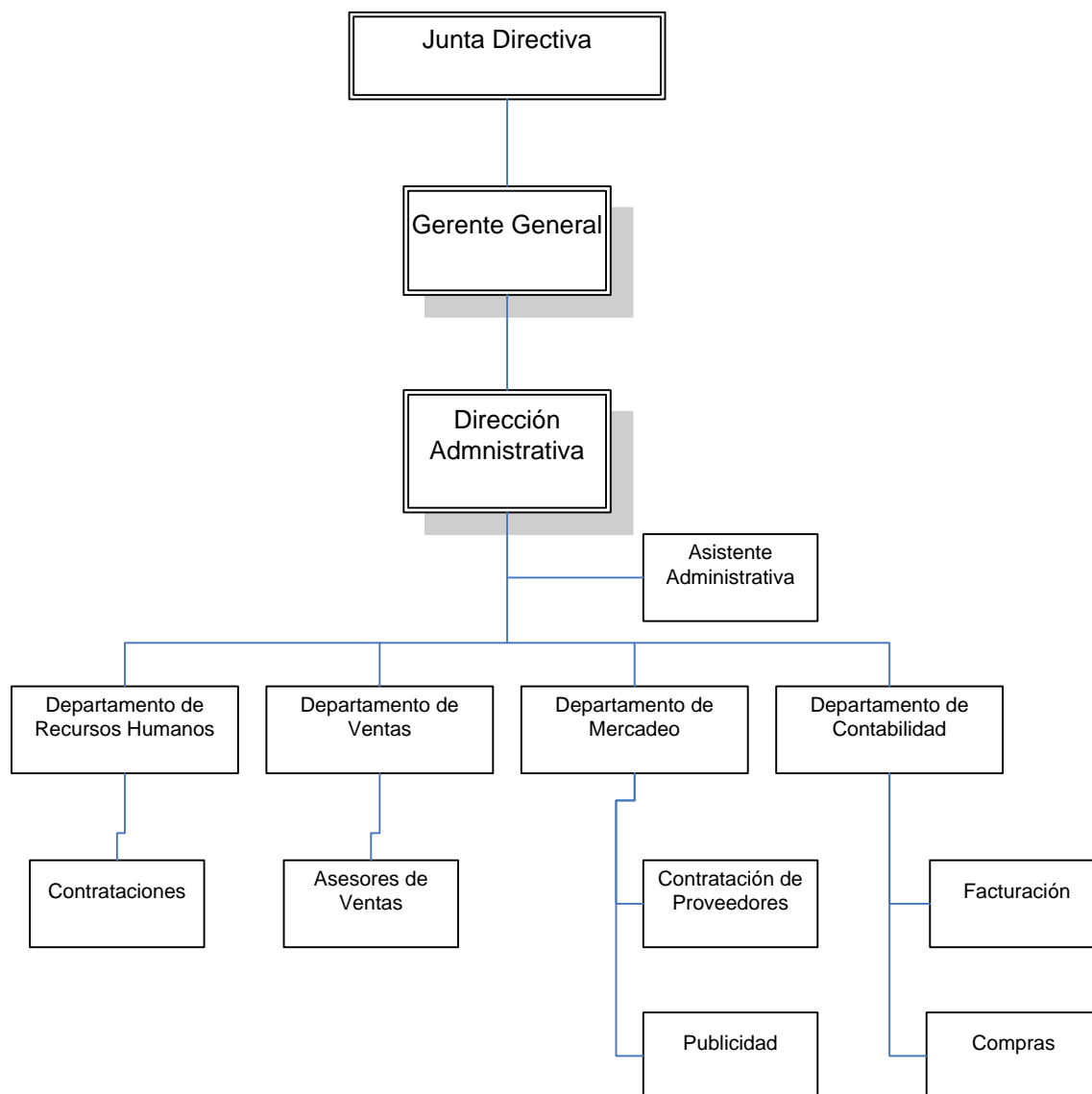
- Fotocopia de la Patente de Comercio de la agencia, extendida por el Registro Mercantil General de la República, por tratarse de una sociedad.
- Fotocopia del documentos que acredite el nombramiento del representante legal de la agencia, debidamente inscrito.
- Fotocopia de la constancia de inscripción del Impuesto al Valor Agregado en la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-
- Deberán adjuntarse los itinerarios de las giras, circuitos y excursiones que tengan programado realizar, incluyendo precios; información que deberán actualizar cada año durante el mes de enero, enviándola a la División de Mercadeo del INGUAT.

5.4 Estructura administrativa

La Empresa Guate-Xplore, S.A., será organizada de la forma siguiente:

- Junta Directiva
- Gerencia General
- Dirección Administrativa
- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Ventas
- Departamento de Mercadeo

- Departamento de Contabilidad



5.5 Descripción y perfil de puestos

5.5.1 Gerente general

Competencia:

Planificar, organizar, dirigir y supervisar todas las actividades de la empresa.

Funciones genéricas

- Administración general.
- Planeación financiera y elaboración de informes.
- Publicidad y relaciones públicas.
- Ventas y mercadotecnia.
- Supervisar los servicios al cliente y expedición de boletos.

Requisitos académicos

- Licenciatura en Turismo, Administrador de Empresas o Licenciado en Administración de Negocios.

Experiencia

- Mínimo dos años de experiencia en el ramo.

5.5.2 Jefe Administrativo

Competencia:

Brindar los servicios y apoyo logístico a todas las unidades administrativas, para el desarrollo y cumplimiento de los programas y proyectos de la empresa.

Funciones genéricas

- Planificar, organizar, dirigir y supervisar acciones relacionadas con la prestación de diversos servicios administrativos y operativos de la empresa.
- Asesorar en la materia de su competencia.
- Coordinar y supervisar los procesos de recepción, distribución, control de suministros, materiales y equipo depositado en el almacén.
- Coordinar la aplicación de normas de seguridad industrial.

- Coordinar y supervisar el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones de la empresa.
- Verificar y supervisar que los sistemas de seguridad sean efectivos.
- Coordinar y supervisar los servicios de recepción de documentos y atención de planta telefónica de la empresa.
- Realizar otras funciones que dentro del ámbito de su competencia le sean asignadas.

Requisitos académicos

- Ingeniero Industrial o Administrador de Empresas

Experiencia

- Cuatro años en puestos de administrador.

5.5.3 Jefe del Departamento de Recursos Humanos

Competencia:

Administrar el recurso humano de la empresa, y dotar del personal calificado.

Funciones genéricas

- Planificar, organizar, dirigir y ejecutar las actividades inherentes al reclutamiento y selección de personal.
- Brindar asesoría sobre las técnicas específicas que se deben observar en el reclutamiento y selección de personal y sobre los procedimientos aplicables en la administración de puestos y salarios.
- Realizar investigaciones y/o estudios que permitan optimizar los subsistemas de reclutamiento y selección de personal.
- Reclutar y seleccionar a efecto de dotar a la empresa de los candidatos mejor calificados para optar a puestos de trabajo.
- Mantener un registro de datos de candidatos elegibles.
- Realizar convocatorias en diferentes medios escritos, para ocupar puestos vacantes.
- Llevar registro y control de asistencia, puntualidad, suspensiones del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social y otras acciones de personal.
- Establecer programas de capacitación.

- Efectuar evaluación de candidatos que aplican en las convocatorias; y aplicar pruebas de conocimientos, habilidades y aptitudes.
- Realizar otras funciones que dentro del ámbito de su competencia le sean asignadas.

Requisitos académicos:

- Licenciatura en Psicología

Experiencia

- Tres años en puesto de jefatura de recursos humanos.

5.5.4 Jefe del Departamento de Ventas

Competencia:

Identificar, analizar y desarrollar la promoción de paquetes turísticos.

Funciones genérica

- Planear, organizar, dirigir y supervisar la ejecución de programas promocionales para segmentos turísticos específicos.
- Ejecutar el plan de turismo interno.
- Realizar investigaciones para determinar y priorizar la promoción de segmentos turísticos.
- Programar la publicidad de la empresa en diferentes medios.
- Habilitar la página Web de la empresa.
- Desarrollar el plan de mercadeo de destinos y segmentos turísticos.
- Realizar otras funciones que dentro del ámbito de su competencia le sean asignadas.

Requisitos

- Licenciatura en Turismo

Experiencia

- Tres años en puestos similares

5.5.5 Jefe del Departamento de Mercadeo

Competencia:

Promover e incrementar el turismo nacional.

Funciones genéricas

- Planificar, organizar, dirigir y supervisar todas las actividades inherentes a mercadeo turístico de la empresa.
- Asesorar en la formulación de objetivos, políticas, planes y programas de mercadeo.
- Proponer políticas, estrategias, objetivos y planes de mercadeo turístico a corto, mediano y largo plazo.
- Coordinar, integrar e instrumentar los planes y programas de mercadeo que la empresa.
- Coordinar conjuntamente con la Junta Directiva la ejecución del plan de mercadeo.
- Desarrollar planes estratégicos para asegurar la promoción del turismo interno.
- Planear, proponer y supervisar el diseño de programas promocionales y publicitarios dirigidos a los segmentos de interés para la oferta turística interna de Guatemala.
- Supervisar y autorizar el material promocional de paquetes turísticos.
- Promover la cultura y turismo nacional.
- Promover la investigación mercadológica para fortalecer la toma de decisiones.
- Realizar otras funciones que dentro del ámbito de su competencia le sean asignadas.

Estudios académicos

- Licenciado en Mercadeo

Experiencia

- Dos años

5.5.6 Jefe del Departamento de Contabilidad

Competencia:

Administrar los recursos financieros de la empresa, con base al marco legal vigente que regula el manejo contable.

Funciones genéricas

- Planificar, organizar, dirigir y supervisar las operaciones financieras de la empresa.
- Coordinar la formulación y manejo del presupuesto de acuerdo a lo planteado por las distintas unidades administrativas en sus respectivos planes de trabajo.
- Supervisar la operación de los registros contables de la empresa, de conformidad con las normas de auditoría.
- Elaborar pago de nóminas de salarios y otras prestaciones.
- Efectuar los pagos de cuotas del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social y otras erogaciones en concepto de impuestos.
- Elaborar estados financieros y presentarlos a la Gerencia General.
- Administrar el efectivo.
- Supervisar las actividades de compras y pago de proveedores.
- Realizar otras funciones que dentro de su competencia le sean asignadas.

Estudios académicos

- Auditor Interno

Experiencia

- Dos años

5.6 Resumen

El estudio administrativo legal define específicamente las condiciones de carácter legal que debe cumplir la empresa Guate-Xplore, S.A. al registrarse como una empresa de servicios en el Registro Mercantil General de la República de Guatemala. Asimismo, se ha definido los requisitos de certificación como una empresa dedicada al turismo interno, que debe extender el Instituto Guatemalteco de Turismo, de conformidad con el Decreto 1701 del Congreso de la República “Ley Orgánica del INGUAT”. Se elaboró el organigrama de la empresa con una gerencia general, y las jefaturas para los departamentos administrativo, recursos humanos, ventas, mercadeo y contabilidad; se identificaron los perfiles de puestos.

CAPÍTULO 6

Estudio de Impacto Ambiental

Este proyecto se considera que no tiene impacto ambiental que pueda perjudicar el territorio guatemalteco, pero en este proyecto únicamente se consideraron algunos factores importantes como:

6.1 Plan de higiene y seguridad industrial

Se proporcionará dentro de los “Paquetes Turísticos” un folleto que incluya el Reglamento para participar en las excursiones a diferentes sitios turísticos del país, dentro del cual se consideraran aspectos como:

- Cuidados especiales a sitios donde existan patrimonios culturales.
- Se deberá observar y respetar los sistemas ambientales como ríos, lagos y bosques.
- Depositar los desechos en los lugares permitidos.
- Conducirse con las normas morales en los diferentes sitios turísticos.

CAPITULO 7

Estudio Financiero

7.1 Análisis de costos

7.1.1 Costo de la inversión física

La inversión física inicial para el funcionamiento de la empresa Guate-Xplore, S.A. se detalla de la siguiente forma:

Inversión Física	Cantidad	Valor Unitario	Costo Total
Mobiliario y Equipo			
Escritorios	12	Q 1,750.00	Q 21,000.00
Sillas Ejecutivas	12	Q 450.00	Q 5,400.00
Sillas Sala de Espera	4	Q 200.00	Q 800.00
Computadoras	6	Q 4,800.00	Q 28,800.00
Fotocopiadora	1	Q 2,900.00	Q 2,900.00
Fax	1	Q 1,000.00	Q 1,000.00
Teléfonos	12	Q 50.00	Q 600.00
Archivos	4	Q 500.00	Q 2,000.00
Total			Q 62,500.00

Para iniciar operaciones se requiere de la siguiente inversión, la cual se clasifica de la siguiente forma:

Clasificación de la Inversión	Costo Parcial	Costo Total
Intangibles		Q 21,000.00
- Deposito por Alquiler de local	Q 9,000.00	

- Gastos de Constitución	Q	12,000.00	
Fija			Q 80,500.00
- Mobiliario y Equipo	Q	62,500.00	
- Otros Enseres (Rótulos Luminosos)	Q	8,000.00	
- Obras Interiores	Q	10,000.00	
Capital de Trabajo			Q 25,000.00
- Efectivo	Q	20,000.00	
- Insumos	Q	5,000.00	
Total de Inversión			<u>Q 126,500.00</u>

7.1.2 Costo de operación

Guate-Xplore, S.A. es una empresa constituida para prestar servicios turísticos, sus costos fijos se identifican así:

Costos Fijos	
Salarios	Q 613,200.00
Alquileres	Q 90,000.00
Impuestos	Q 105,865.16
Depreciación	Q 8,550.00
Total Costos Fijos	<u>Q 817,615.16</u>
Pasajeros por Año	3000
Costos Fijos por Pasajeros	Q 272.54

7.1.3 Costo unitarios básicos

Los costos por concepto de salarios, forman parte de los gastos administrativos.

Plazas	Puesto	Salario Mensual	Salarios por Año	Sueldo Anual
1	Gerente	Q 12,000.00	14	Q 168,000.00
1	Director Administrativo	Q 10,000.00	14	Q 140,000.00
1	Asistente Administrativa	Q 6,000.00	14	Q 84,000.00
3	Jefes de División	Q 8,000.00	14	Q 112,000.00
5	Analistas	Q 4,000.00	14	Q 56,000.00
1	Asesora de Ventas	Q 2,000.00	14	Q 28,000.00
2	Personal Operativo	Q 1,800.00	14	Q 25,200.00
Total de Salarios				Q 613,200.00

7.1.4 Clasificación de los rubros de costos fijos y variables

La mecánica de los servicios prestados por Guate-Xplore, S.A. consiste en vender paquetes turísticos a 5 destinos, dependiendo la distancia serán de 1 a 2 noches de hospedaje, para ello será necesario alquilar un bus, los servicios de un guía profesional, así como hoteles y restaurantes. La siguiente tabla muestra el análisis de costos fijos y variables por destino turístico, posteriormente se muestra un promedio para efectos de resultados financieros. Inicialmente se considera atender un total de 3,000 pasajeros durante el período del primer año.

Se considero atender la cantidad de 3000 pasajeros en un año

Costos Variables 1 - Renta de Bus y Guía de Turismo

DESTINO	Noches	Renta Bus (Por Día)	Guía (Por Día)	Viáticos Guía (Por Día)	Costos Variables 1
- A - Peten	2	Q 4,500.00	Q 350.00	Q 200.00	Q15,150.00
- B - Atitlán	1	Q 2,500.00	Q 350.00	Q 200.00	Q 6,100.00
- C - Semuc Champey	2	Q 3,000.00	Q 350.00	Q 200.00	Q10,650.00
- D - Río Dulce	2	Q 3,500.00	Q 350.00	Q 200.00	Q12,150.00
- E - Otros	1	Q 2,000.00	Q 350.00	Q 200.00	Q 5,100.00

Costos Variables 2 - Hotel y Alimentación

DESTINO	días	Pax	Hotel	Alimentación	Otros Gastos	Costos Variables 2
- A - Peten	2	45	Q 200.00	Q 150.00	Q 20.00	Q 3,300.00
- B - Atitlán	1	45	Q 100.00	Q 150.00	Q 20.00	Q 2,150.00
- C - Semuc Champey	2	20	Q 150.00	Q 150.00	Q 20.00	Q 2,800.00
- D - Río Dulce	2	45	Q 150.00	Q 150.00	Q 20.00	Q 8,800.00
- E - Otros	1	40	Q 100.00	Q 150.00	Q 20.00	Q 0,800.00

Costo Variable - Promedio por Destino

DESTINO	Pax	Costos Variables 1	Costos Variables 2	Costo Variable Promedio
- A - Peten	45	Q15,150.00	Q33,300.00	Q 1,076.67
- B - Atitlán	45	Q 6,100.00	Q12,150.00	Q 405.56
- C - Semuc Champey	20	Q10,650.00	Q12,800.00	Q 1,172.50
- D - Río Dulce	45	Q12,150.00	Q28,800.00	Q 910.00
- E - Otros	40	Q 5,100.00	Q10,800.00	Q 397.50

Costo Variable Promedio por Pasajero

DESTINO	Pax Promedio	Costos Variables 1 (Promedio)	Costos Variables 2 (Promedio)	Costo Variable Promedio por Pasajero
Costo Variable Promedio por Pasajero	39	Q 9,830.00	Q19,570.00	Q 753.85

Costo Variable por Año

DESTINO	Pax por Año	Costo Variable Promedio por Pasajero	Costo Variable por Año
Ingresos por Año	3000	Q 753.85	Q 2,261,550.00

7.2 Análisis de ingresos

7.2.1 Venta de productos y subproductos

Guate-Xplore, S.A. atenderá servicios de paquetes turísticos para diferentes segmentos turísticos como los que se aprecian en la gráfica, se incluye en el rubro de otros a la ciudad de Antigua Guatemala.

DESTINO	Noches
- A – Peten	2
- B – Atitlán	1
- C - Semuc Champey	2
- D - Río Dulce	2
- E – Otros	1

7.2.2 Otros ingresos

Por ser una empresa de servicios la misma venderá otros servicios y/o productos que no estén relacionados con el negocio. Por esta razón no se consideran otros ingresos.

7.2.3 Ingresos totales por año

Para el primer año de operaciones se estima vender 3,000 paquetes turísticos lo que nos representa un total de ventas por año de:

Ventas Totales	
Ventas	Q. 3,392,340.00
Total Ventas	Q. 3,392,340.00

7.2.4 Proyección de los Ingresos

Se estimó un margen de utilidad del 50%, la proyección de ingresos por paquete y promedio, consiste en:

Se consideró la cantidad de 3,000 pasajeros en un año
 Se estimó un margen de utilidad de 50% para todas las operaciones

Precio de Venta por Destino						
DESTINO	Pax	Costos Variables 1	Costos Variables 2	Costo Variable Promedio	Margen de Utilidad	Precio de Venta por Destino
- A – Peten	45	Q15,150.00	Q33,300.00	Q 1,076.67	50%	Q 1,615.00
- B – Atitlán	45	Q 6,100.00	Q12,150.00	Q 405.56	50%	Q 608.33
- C - Semuc Champey	20	Q10,650.00	Q12,800.00	Q 1,172.50	50%	Q 1,758.75

- D - Río Dulce	45	Q12,150.00	Q28,800.00	Q 910.00	50%	Q 1,365.00
- E - Otros	40	Q 5,100.00	Q10,800.00	Q 397.50	50%	Q 596.25

Precio de Venta Promedio por Pasajeros

DESTINO	Pax Promedio	Costos Variables 1 (Promedio)	Costos Variables 2 (Promedio)	Costo Variable Promedio por Pasajero	Margen de Utilidad	Precio de Venta Promedio por pax
Precio Promedio por Pasajero	39	Q 9,830.00	Q19,570.00	Q 753.85	50%	Q 1,130.78

Ingresos por Año

DESTINO	Pax por Año	Precio de Venta Promedio por pax	Ingreso Total por Año
Ingresos por Año	3000	Q 1,130.78	Q3,392,340.00

7.3 Recursos financieros para la inversión

7.3.1 Estado de resultados proyectado

Para el estado de resultados proyectado a 5 años se consideraron los siguientes aspectos:

- 5% Comisiones sobre ventas
- 10% Depreciación en línea recta
- 31% Impuestos
- 15% incremento anual en ventas
- 15% incremento anual en costos

10% incremento anual en salarios

10% incremento anual Gastos Administrativos

Flujo de Efectivo

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		Q 3,392,340.00	Q 3,901,191.00	Q 4,486,369.65	Q 5,159,325.10	Q 5,933,223.86
Costo de Ventas		Q 2,261,550.00	Q 2,600,782.50	Q 2,990,899.88	Q 3,439,534.86	Q 3,955,465.08
Comisiones por Ventas		Q 56,539.50	Q 65,020.43	Q 74,773.49	Q 85,989.51	Q 98,887.94
Utilidad Bruta		Q 1,074,250.50	Q 1,235,388.08	Q 1,420,696.29	Q 1,633,800.73	Q 1,878,870.84
Sueldos y Salarios		Q 613,200.00	Q 674,520.00	Q 741,972.00	Q 816,169.20	Q 897,786.12
Gastos Administrativos		Q 90,000.00	Q 99,000.00	Q 108,900.00	Q 119,790.00	Q 131,769.00
Gastos Financieros		Q 21,000.00	Q 18,232.93	Q 14,884.77	Q 10,833.50	Q 5,931.47
Depreciación		Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00
Utilidad antes de Impuestos		Q 341,500.50	Q 435,085.15	Q 546,389.51	Q 678,458.03	Q 834,834.25
Impuestos		Q 105,865.16	Q 134,876.40	Q 169,380.75	Q 210,321.99	Q 258,798.62
Utilidad NETA		Q 235,635.35	Q 300,208.75	Q 377,008.76	Q 468,136.04	Q 576,035.63
Pago a Principal		Q 13,176.53	Q 15,943.60	Q 19,291.76	Q 23,343.03	Q 28,245.08
Depreciación		Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00
Flujo Neto de Efectivo	Q (126,500.00)	Q 231,008.82	Q 292,815.15	Q 366,267.01	Q 453,343.01	Q 556,340.55

Estado de Resultados Proyectado

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
---------	-------	-------	-------	-------	-------

Ventas	Q 3,392,340.00	Q 3,901,191.00	Q 4,486,369.65	Q 5,159,325.10	Q 5,933,223.86
Costo de Ventas	Q 2,261,550.00	Q 2,600,782.50	Q 2,990,899.88	Q 3,439,534.86	Q 3,955,465.08
Comisiones por Ventas	Q 56,539.50	Q 65,020.43	Q 74,773.49	Q 85,989.51	Q 98,887.94
Utilidad Bruta	Q 1,074,250.50	Q 1,235,388.08	Q 1,420,696.29	Q 1,633,800.73	Q 1,878,870.84
Sueldos y Salarios	Q 613,200.00	Q 674,520.00	Q 741,972.00	Q 816,169.20	Q 897,786.12
Gastos Administrativos	Q 90,000.00	Q 99,000.00	Q 108,900.00	Q 119,790.00	Q 131,769.00
Gastos Financieros	Q 21,000.00	Q 18,232.93	Q 14,884.77	Q 10,833.50	Q 5,931.47
Depreciación	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00	Q 8,550.00
Utilidad antes de Impuestos	Q 341,500.50	Q 435,085.15	Q 546,389.51	Q 678,458.03	Q 834,834.25
Impuestos	Q 105,865.16	Q 134,876.40	Q 169,380.75	Q 210,321.99	Q 258,798.62
Utilidad NETA	Q 235,635.35	Q 300,208.75	Q 377,008.76	Q 468,136.04	Q 576,035.63

7.3.2 Capital disponible

Será un solo aporte inicial, no se tiene considerado hacer aportes extraordinarios de capital a corto o largo plazo.

7.3.3 Calendario de las inversiones

Será un único aporte inicial por un valor de Q. 26,500.00, no se tiene considerado hacer aportes extraordinarios de capital a corto o largo plazo.

- Necesidad de capital de trabajo
El aporte inicial por un valor de Q. 126,500.00.

7.3.4 Estructura y fuentes de financiamiento

En calidad de persona jurídica se solicitará un préstamo fiduciario en un banco local por un valor de Q.100, 000.00.

7.3.5 Programa de financiamiento

Para realizar el programa de financiamiento por un valor de Q100,000.00 se consideraron los siguientes aspectos:

21% interés anual
 Q. 100,000.00 préstamo
 5 periodos

La cuota nivelada tiene el siguiente cálculo:

$$CN = \text{Capital} \left[\frac{\text{tasa_interés}}{1 - \left(\frac{1}{(1 + \text{tasa_interés})^{\text{periodos}}} \right)} \right]$$

$$CN = 100,000.00 \left[\frac{0.21}{1 - \left(\frac{1}{(1 + 0.21)^5} \right)} \right] = 34,176.53$$

Año	Pago Principal	Interés	Total a pagar	Saldo
0	Q -	Q -	Q -	Q 100,000.00
1	Q 13,176.53	Q 21,000.00	Q 34,176.53	Q 86,823.47
2	Q 15,943.60	Q 18,232.93	Q 34,176.53	Q 70,879.87
3	Q 19,291.76	Q 14,884.77	Q 34,176.53	Q 51,588.11
4	Q 23,343.03	Q 10,833.50	Q 34,176.53	Q 28,245.08
5	Q 28,245.08	Q 5,931.47	Q 34,176.55	Q 0.00
Total	Q 100,000.00	Q 70,882.67		

7.4 Punto de equilibrio

Representa la cantidad de pasajeros que deben comprar una excursión para que el estado de resultados no reporte pérdidas ni ganancias. Para su cálculo es necesario contar con la siguiente información:

Costos Fijos		
Salarios	Q	613,200.00
Alquileres	Q	90,000.00
Impuestos	Q	105,865.16
Depreciación	Q	8,550.00
Total Costos Fijos	Q	817,615.16
Pasajeros por Año		3000
Costos Fijos por Pasajeros	Q	272.54

Costos Variables		
Costo de Ventas	Q	2,261,550.00
Comisiones por Ventas	Q	56,539.50
Total Costos Variables	Q	2,318,089.50

Costos Totales		
Costos Fijos	Q	817,615.16
Costos Variables	Q	2,318,089.50

Total Costos Totales Q 3,135,704.66

Ventas Totales

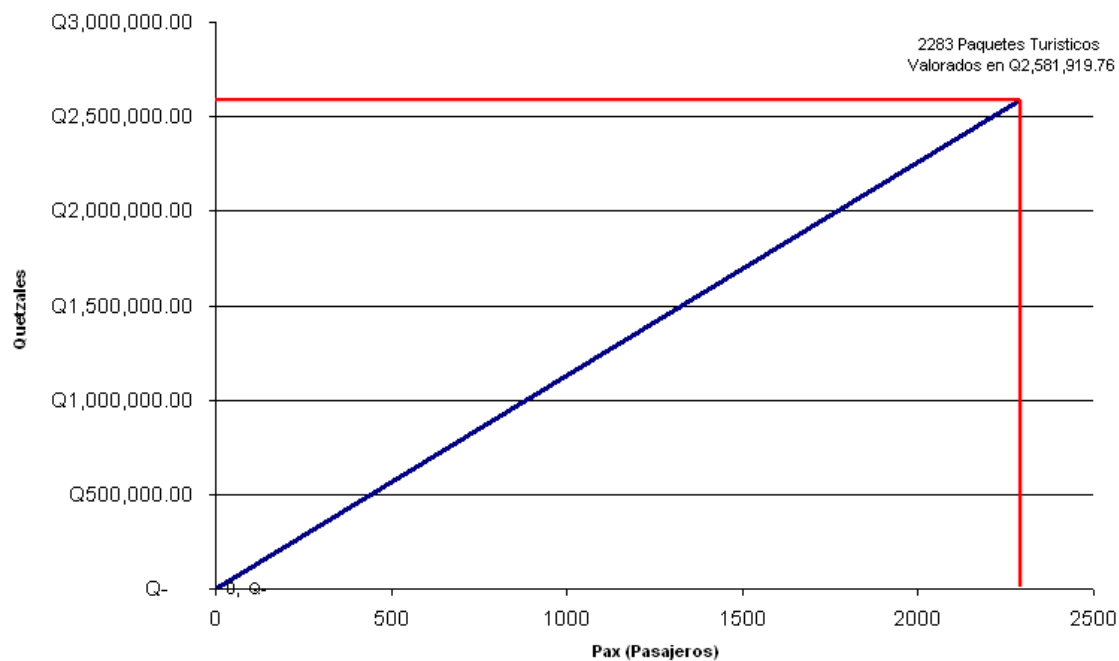
Ventas	Q	3,392,340.00
Total Ventas	Q	<u>3,392,340.00</u>

$$PtoEquilibrio = \frac{\text{costos_fijos_totales}}{\text{Precio_de_venta} - \text{costos_variables}}$$

Punto de Equilibrio

Costos Fijos Totales	Q	817,615.16
Precio de Venta por Pax	Q	1,130.78
Costo Variable por Pax	Q	772.70
Punto de Equilibrio		<u>2,283 Paquetes al año</u>

Gráfica No. 9

Punto de Equilibrio

7.5 Fuentes y uso de fondos

Representa como están constituidos los fondos y los bienes de la compañía

ACTIVO

Activo Circulante	Q	20,000.00
Activo Fijo	Q	94,500.00
Activo Diferido	Q	12,000.00
Activo Total	Q	<u>126,500.00</u>

PASIVO

Pasivo Circulante	Q	100,000.00
Capital	Q	26,500.00
Total Pasivo y Capital	Q	126,500.00

7.6 Estados financieros proyectados

7.6.1 Análisis y proyecciones financieras.

Determinar la Tasa Promedio de Rentabilidad (TPR)

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad NETA	Q 235,635.35	Q 300,208.75	Q 377,008.76	Q 468,136.04	Q 576,035.63

Cuentas	
Utilidad NETA Promedio	Q 391,404.91

$$TPR = \frac{\text{utilidad_neta_promedio}}{\text{inversion}/2} \times 100$$

$$TPR = \frac{391,404.91}{126,500.00 / 2} \times 100 = 618.82 \%$$

La Tasa Promedio de Rentabilidad es de 618.82%

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI):

$$PRI = \frac{\text{inversion}}{\text{utilidad_neta_promedio}}$$

$$PRI = \frac{126,500.00}{391,404.91} = 0.32 = 4 \text{ meses}$$

El Período de Recuperación de la Inversión es de 4 meses

7.7 Evaluación económica

7.7.1 Valor actual neto

Para una tasa mínima de rendimiento aceptable del 50%

Año		Flujo Neto de Efectivo
0	Q	(126,500.00)
1	Q	231,008.82
2	Q	292,815.15
3	Q	366,267.01
4	Q	453,343.01
5	Q	556,340.55
VAN	Q	428,981.69

El Valor actual neto es de 428,981.69, por lo que se procede a aceptar el proyecto.

7.7.2. Tasa interna de retorno

Para una tasa mínima de rendimiento aceptable del 50%

Año		Flujo Neto de Efectivo
0	Q	(126,500.00)
1	Q	231,008.82
2	Q	292,815.15
3	Q	366,267.01
4	Q	453,343.01
5	Q	556,340.55
TIR		206%

La TIR es del 206%, por que se procede a aceptar el proyecto.

7.8 Sensibilidad

Precio Constante	Ventas	Ingreso por ventas	Costos Totales	Utilidad	% de variación
Q 1,130.78	4000	Q4,523,120.00	Q3,015,400.00	Q482,712.96	204.86%
Q 1,130.78	3500	Q3,957,730.00	Q2,638,475.00	Q359,174.15	152.43%
Q 1,130.78	3000	Q3,392,340.00	Q2,261,550.00	Q235,635.35	100.00%
Q 1,130.78	2500	Q2,826,950.00	Q1,884,625.00	Q112,096.54	47.57%
Q 1,130.78	2000	Q2,261,560.00	Q1,507,700.00	Q (11,442.27)	-10.21%

Si se mantiene el precio constante y hay un incremento hasta de 4,000 paquetes turísticos por año la utilidad neta se incrementa en un 104.86% (204.86-100%) sobre lo planificado. Si se bajan las ventas hasta 2,000 paquetes turísticos por año la utilidad neta baja un 110.21% (100-(-10.21)%)

7.9 Resumen

En este capítulo se enfocó el soporte financiero para el funcionamiento de la empresa GuateXplore, S.A. La inversión inicial de este proyecto es de Q.126,500.00, se adquiere un préstamo de Q.100,000.00 a una tasa de interés del 21%. Se elaboraron los costos de operación y se presenta el análisis de ingresos en la venta de cinco destinos turísticos a través de "Paquetes Turísticos"; para lo cual se tomó en cuenta la venta de 3,000 paquetes en el primer año de operaciones con una venta de Q.3,392,340.00. El punto de equilibrio se alcanza al atender a 2,283 turistas nacionales, de esta forma la empresa no genera pérdidas o ganancias. Otra ventaja en cuanto al período de recuperación de la inversión, es de 4 meses, con una tasa mínima de rendimiento aceptable del 50%. Se deduce que este proyecto es viable al registrar una tasa promedio de rentabilidad del 618.82%, y una tasa interna de retorno del 206%. Se incluye el estado de flujo de efectivo y el estado de resultados proyectado a cinco años.

CAPITULO 8

Conclusiones

1. Guatemala es un país que cuenta con una variedad y diferenciación de recursos naturales y culturales, que presentan alta potencialidad de beneficios desde el punto de vista empresarial en el área turística, y contribución para el desarrollo económico y social del país. La creación de una empresa de turismo interno reúne las condiciones favorables para promover el turismo interno.

2. La información obtenida por fuentes primarias y secundarias, permitió conocer que existe una demanda insatisfecha de la población para realizar viajes al interior de la república, debido a la falta de ofertas de empresas guatemaltecas que se dediquen a cubrir el turismo interno.
3. El informe estadístico de las encuestas realizadas y el estudio de mercado, permitieron definir las bases de segmentación y las variables geográficas, demográficas y la motivación del viaje. Los resultados de la muestra son favorables en cuanto a la aceptación del guatemalteco de adquirir “Paquetes Turísticos” con todo incluido, seleccionando prioritariamente los viajes en familia y destinos turísticos tradicionales como Izabal, Alta Verapaz, Tikal y Atitlán.
4. El estudio de mercado y financiero indica que el proyecto de crear una empresa de turismo interno, es viable y rentable; en virtud que los servicios estarán orientados a fomentar la cultura turística y a crear expectativas en los guatemaltecos de viajar a menor costo dentro de su país.

CAPITULO 9

Recomendaciones

1. Para que el proyecto denominado “Creación de una empresa de turismo interno” responda a los objetivos en cuanto a rentabilidad y factibilidad, se recomienda profundizar el estudio de investigación de mercado para ampliar la información de soporte del proyecto.

2. La empresa proveedora de servicios de turismo interno deberá impulsar un programa de marketing a través de mecanismos puntuales de promoción y comercialización, para elevar el número de clientes y desarrollar nuevas tendencias para ofrecer al turista nacional, diversidad de destinos turísticos; que promueva a mediano plazo la descentralización de los servicios hacia el interior de la república.
3. Contemplar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas para fomentar el conocimiento cultural a través de excursiones y así promover el turismo interno entre sus empleados.
4. Presentar propuesta interesante y viable a la industria hotelera y de transporte, que permita mejorar los precios para hacer de Guatemala el destino turístico preferencial de los guatemaltecos.
5. Fomentar la capacitación para el personal que laborará en la empresa Guate-Xplore S,A. que tendrá a su cargo la dirección, ejecución y promoción de la venta de paquetes, misma que puede estar al alcance a través de programas de servicios turísticos que ofrece el Instituto Guatemalteco de Turismo, -INGUAT- el Instituto Nacional de Capacitación – INTECAP- y otras entidades públicas y privadas que se dedican a mejorar el desempeño del sector turismo.

Bibliografía

Baca, G. (1995). Evaluación de proyectos, (3^{era}. ed.) Colombia: McGraw Hill.

Cámara de Turismo -CAMTUR-. (2008). Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014, (ed. actualizada) 12-82. Guatemala.

Casia, M. (2000). Guía para la preparación y evaluación de proyectos con un enfoque administrativo, Guatemala: Editorial Corporación JASO.

Chiavenato, A. (1998). Administración de Recursos Humanos, (2^{da} ed.) México.

Congreso de la República de Guatemala. (1966). Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo y sus reformas. Decreto 1701. Guatemala: 1, 4, 10, 12,15. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, (1996). Antecedentes Históricos del Turismo en Guatemala, Guatemala: volumen 1.

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, (2004). Boletín Anual No.33, Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, (2005). Boletín Anual No.34, Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, (2006). Boletín Anual No.35, Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, (2008). Portales informativos, (en red) disponible en: <http://www.visitguatemala.com> <http://www.visitguatemala.com>

Fecha 22 de marzo de 2008.

Organización Mundial de Turismo. (1995). Manual técnico, conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo, Guatemala.

ANEXOS

1	Encuesta sobre turismo interno en Guatemala.	71
2	Acuerdo No. 269 – 93 – D, de fecha 30 de octubre de 1993. Regulaciones para registro de agencia de viajes.	74
3	Reglamento para la aplicación del Decreto 1701 del Congreso de la República, “Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo”.	79
4	Formulario para inscripción de agencias de turismo emisor, mayoristas y operadoras de turismo y receptivo.	93
5	Trifoliar informativo de “Paquetes Turísticos” de la Empresa Guate-Xplore. S.A.	96

ENCUESTA SOBRE TURISMO INTERNO EN GUATEMALA

(Para llenar la encuesta favor presione clic en esta área «Merge Record #» de cada campo)

Con el propósito de conocer los lugares turísticos de su preferencia, queremos hacerle las siguientes preguntas. Anticipadamente muchas gracias por su atención:

Fecha: «Merge Record #»

DATOS PERSONALES

Nacionalidad «Merge Record #»

Sexo: M «Merge Record #» F «Merge Record #»

Rango de edad:

- 18-35 años «Merge Record #»
- 36-59 años «Merge Record #»
- más de 60 años «Merge Record #»

Ocupación: «Merge Record #»

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL TURISMO INTERNO:

1. ¿Sabe usted que es turismo interno? **SI** «Merge Record #» **NO** «Merge Record #»
2. ¿Qué lugares conoce de Guatemala?, cite 3
 - a. «Merge Record #»
 - b. «Merge Record #»
 - c. «Merge Record #»

3. ¿Mencione 3 lugares turísticos que le gustaría conocer?

- a. «Merge Record #»
- b. «Merge Record #»
- c. «Merge Record #»

4. Viaja usted con?:

- Familia «Merge Record #»
- Amigos «Merge Record #»
- Estudiantes «Merge Record #»
- Otros «Merge Record #»

5. ¿Qué actividad le gusta realizar en sus viajes de turismo interno :

- Conocer la historia del lugar «Merge Record #»
- Caminata por senderos «Merge Record #»
- Observación de aves: «Merge Record #»
- Acampar «Merge Record #»
- Actividades religiosas «Merge Record #»
- Balneario:
- Otras: (Especifique) «Merge Record #»

6. Cuándo usted decide viajar que espera de lugar de destino (Enumere en orden de importancia: 1,2,3,4,)

- a. Seguridad «Merge Record #»
- b. Infraestructura «Merge Record #»
- c. Limpieza «Merge Record #»
- d. Precio «Merge Record #»

7. Le gustaría tener la opción de contar con paquetes turísticos todo incluido?

SI «Merge Record #» **NO** «Merge Record #»

Porque? «Merge Record #»

Si contesta **SI** a la pregunta anterior indique si prefiere:

Paquetes para grupo: «Merge Record #»

Paquetes para familia: «Merge Record #»

Paquetes para pareja: «Merge Record #»

Paquetes individuales: «Merge Record #»

8. Qué lugares turísticos de Guatemala recomendaría a sus amigos o familiares.

«Merge Record #»

«Merge Record #»

«Merge Record #»

Porque? «Merge Record #»

9. Tiene familiares en el extranjero

SI «Merge Record #» NO «Merge Record #»

10. Cuánto estaría dentro de sus posibilidades pagar por un paquete?

a. Q.200.00 «Merge Record #» Q.300.00 «Merge Record #»

b. Q.301.00 «Merge Record #» Q.400.00 «Merge Record #»

c. Q.401.00 «Merge Record #» en adelante: «Merge Record #»

Comentarios y/o Sugerencias:

Para nosotros es muy valiosa su opinión.

INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO

Regulaciones para Registro de Agencias de Viajes.

ACUERDO No. 269-93-D

El director del Instituto Guatemalteco de Turismo.

CONSIDERANDO:

Que el Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo regula las empresas y actividades turísticas, y que una de sus finalidades es la de inscribir, clasificar e inspeccionar el funcionamiento de las mismas;

CONSIDERANDO:

Que el acuerdo de Dirección de INGUAT numero 23-89 de fecha 23 de febrero de 1989 que ha venido regulando la inscripción, clasificación y funcionamiento de las Agencias de Viajes no es acorde a la realidad, siendo conveniente modificar el mismo;

POR TANTO:

Con base en lo considerado y en los que preceptúa el Artículo 17 del Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala;

ACUERDA

Emitir las siguientes:

**REGULACIONES PARA REGISTROS DE LAS
AGENCIAS DE VIAJES****CAPITULO I****DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1º. OBJETO. El presente Acuerdo tiene por objeto determinar las normas a que deben sujetarse las Agencias de Viajes para poder registrarse en el Instituto Guatemalteco de Turismo.

Artículo 2º. Para los efectos de este Acuerdo debe entenderse por INGUAT al Instituto Guatemalteco de Turismo.

Artículo 3º. DEFINICION AGENCIAS DE VIAJES. Son aquellas personas individuales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades mercantiles, dirigidas a servir de intermediarios entre las personas que lo soliciten y los prestarios de los servicios utilizados por las mismas, poniendo los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen utilizarlos.

Artículo 4º. CLASIFICACION. Las agencias de Viajes se clasifican así:

- Agencias Operadoras de Turismo Interno y Receptivo.
- Agencias de Viajes de Turismo Emisor.
- Agencias de Mayoristas de Viajes

Artículo 5º. DEFINICION DE AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO INTERNO Y RECEPTIVO. Son aquellas que organizan y promocionan giras, circuitos y excursiones, pudiendo ser estas aéreas, marítimas y terrestres a desarrollarse dentro del territorio nacional y sus servicios son vendidos tanto en el extranjero como dentro del país.

Artículo 6º. DEFINICION DE AGENCIAS DE TURISMO EMISOR. Son aquellas que se encargan como intermediarias, de organizar, promocionar y vender giras, transportación, circuitos y excursiones aéreas, marítimas y terrestres, a realizarse en el extranjero.

Artículo 7º. DEFINICION DE AGENCIAS MAYORISTAS. Son aquellas empresas intermediarias con una o varias representaciones turísticas extranjeras y realizan sus ventas únicamente por intermedio de las agencias emisoras y/o receptoras.

CAPITULO II REQUISITOS

Artículo 8º. DE LA SOLICITUD. El INGUAT proporcionara a las personas individuales o jurídicas y/o a los representantes legales de las agencias que soliciten registro, una solicitud la cual contendrá la siguiente información:

- a) Nombres y apellidos del propietario, edad, estado civil, nacionalidad, profesión u oficio, domicilio, lugar para recibir notificaciones.
- b) Nombres y apellidos del Gerente, Administrador o de la persona que tendrá a su cargo la representación de la agencia, así como sus generales.
- c) Nombre o razón social de la agencia, dirección, número de teléfono, numero de telex y telefax.
- d) Determinación del tipo de agencia según el artículo 4º.del presente reglamento que se pretende escribir.

Artículo 9º. La documentación que deberá acompañarse a la solicitud anteriormente mencionada es la siguiente:

- a) Fotocopia de la Patente de Comercio de la agencia, extendida por el Registro Mercantil General de la República, si se trata de empresa individual y Patente de Comercio de Sociedad si se trata de una Sociedad.
- b) Fotocopia del documento en que se acredite el nombramiento del representante legal de la agencia, debidamente inscrito y
- c) Fotocopia de la constancia de Inscripción de la agencia en la Dirección General de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas Publicas.

Artículo 10º. Las Agencias Operadoras de Turismo Interno y Receptivo además de presentarla documentación descrita en el artículo anterior, deberán adjuntar los itinerarios de las giras, circuitos y excursiones que tengan programados realizar, incluyendo precios; información que deberán actualizar cada año durante el mes de enero; enviándola a la División de Mercadeo del INGUAT

Artículo 11º. Las agencias Mayoristas deberán presentar además de lo requerido en el artículo 10º. El documento que demuestre que tienen la representación de una o varias empresas turísticas del extranjero.

Artículo 12º. Modificado por el Artículo 1º. Del Acuerdo No. 135-94-D de la Dirección del INGUAT, así: una vez inscritas las Agencias de Viajes Emisoras de boletos aéreos en los registros del INGUAT, el departamento de Fomento enviara la notificación respectiva a las asociaciones gremiales de líneas aéreas y de agencias de viajes, para que sin mas tramites procedan a incorporarles en su sus propios registros.

Artículo 13º. El registro de sucursales de las Agencias de Viajes, se registrará en la misma forma y con requisitos similares a los que se requieren para las oficinas principales.

CAPITULO III

PROCEDIMIENTO

Artículo 14º. El INGUAT una vez que tenga por recibidos la solicitud y documentación correspondiente, procederá a través del Departamento de Fomento a iniciar el expediente del caso. Si el expediente cumple con lo requerido en el capítulo II del presente Reglamento, se procederá inmediatamente al registro mediante una resolución de Dirección que contendrá como mínimo la clasificación y numero de orden y registro que le corresponda a cada agencia.

CAPITULO IV

OBLIGACIONES

Artículo 15º. Son obligaciones de las agencias de viajes;

- a) Cumplir con la presente ley y demás reglamentos y disposiciones legales del INGUAT que le sean aplicables
- b) Proporcionar a INGUAT información estadística cuando se les requiera
- c) Notificar a INGUAT cualquier cambio de propietario, gerente, administrador o representante legal, así como cambio de nombre o razón social y domicilio de la agencia dentro de los 30 días posteriores al mismo y acompañando fotocopia de los documentos que según el caso correspondan.
- d) Efectuar propaganda y publicidad, respetando los principios de veracidad y exactitud particularmente en todo aquello que se relacione con los hechos históricos y manifestaciones de cultura nacional.
- e) Poner a disposición del INGUAT ejemplares del material promocional e informativo que utilizara para vender sus servicios al público.
- f) Colocar en un lugar visible del establecimiento la calcomanía del registro que el INGUAT le otorgue y el número que se le asigne utilizarlo en la papelería que de ordinario utilice.
- g) Cumplir a cabalidad con los servicios contratados con los clientes.
- h) Las demás que fijen las leyes y reglamentos del INGUAT.

CAPITULO V DERECHOS

Artículo 16º. Son derechos de las agencias de viajes:

- a) Solicitar al INGUAT el material turístico que le sea necesario para realizar sus actividades.
- b) A estar incluidos como empresas dentro del inventario turístico del INGUAT
- c) Participar en los programas de capacitación, guía de servicios turísticos y publicaciones que el INGUAT realice, así como eventos promocionales y otros proyectos que tengan relación en material de turismo y que el INGUAT lleve a cabo para el efecto.
- d) Recibir el material estadístico e informativo que el INGUAT publique.

CAPITULO VI

PROHIBICIONES

Artículo 17º. Son prohibiciones de las Agencias de Viajes:

- a) Usar el nombre o razón social distinto al que tienen registrado en el INGUAT.
- b) Variar actividad turística con que se registro en INGUAT.
- c) Usar parcial o totalmente emblemas, logotipos y nombres que den lugar a confusión con otras empresas turísticas.

CAPITULO VII

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 18º. Cualquier solicitud pendiente de inscripción al momento de entrar en vigencia el presente Acuerdo, será resuelta de conformidad a lo dispuesto en el mismo.

Artículo 19º. Se deja sin efecto el Acuerdo No. 23-89 del 23 de febrero de 1,989, emitido por la Dirección del Instituto Guatemalteco de Turismo relacionado con las Agencias de Viajes, así como las disposiciones que se opongan al presente acuerdo.

Artículo 20º. Este acuerdo entrara en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

Dado en el Instituto Guatemalteco de Turismo, a los treinta días del mes de octubre de mil novecientos noventa y tres.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

José Miguel Gaitán Ávila
Director

EL PRESIDENTE CONSTITUCIONAL**DE LA REPUBLICA:****CONSIDERANDO:**

Que con el fin de que el Instituto Guatemalteco de Turismo pueda cumplir satisfactoriamente las funciones para las que fue constituido conforme el Decreto 1701 del Congreso de la República y que con base en esta misma ley se encomienda la emisión de disposiciones reglamentarias que permitan una efectiva aplicación de la misma;

POR TANTO,

Con fundamento en el inciso 4º. del artículo 189 de la Constitución de la República,

ACUERDA:

Emitir el siguiente:

Reglamento para la aplicación del Decreto 1701 del Congreso de la República, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo.

CAPITULO I**DISPOSICIONES FUNDAMENTALES**

ARTICULO 1º.- El Instituto Guatemalteco de Turismo, (que en este Reglamento será llamado INGUAT), es una entidad estatal, creada para regir y controlar la promoción fomento y desarrollo de la industria turística de Guatemala.

ARTICULO 2º.- El INGUAT, dada la naturaleza de sus funciones, procurara coordinar sus planes de trabajo con la política y programas generales de desarrollo del Gobierno.

ARTICULO 3º.- El INGUAT velara en cumplimiento del artículo 1º. De la Ley Orgánica, porque el turista goce en el país:

- a) De las garantías establecidas por la Constitución de la República;
- b) De que en ningún caso será motivo de explotación, por ninguna de las empresas o por quienes desarrollan las actividades turísticas a que se refiere el artículo 28 de la Ley Orgánica; y,
- c) De que se reciba de las empresas y de las personas que se dedican a realizar actividades turísticas, las mejores demostraciones de atención, cortesía y cordialidad e impondrá sanciones en los casos de infracción a las disposiciones que sobre el particular dicte;
- d) De que reciba de los empleados de aduanas, migración policía y otros que tengan contacto con el turista, buen trato, cortesía y la ayuda que les sea solicitada. El INGUAT iniciara con esta fin, dentro de un plazo de noventa días, a contar de la vigencia de este Reglamento, los cursillos a que se refiere el inciso h del artículo 5º. De la Ley Orgánica. Asimismo, imprimirá cartillas que contengan las normas de conducta, deberes y obligaciones de las personas a que se refiere este párrafo.

Para hacer efectivo el cumplimiento de estos preceptos, los inspectores de turismo, así como los demás miembros del personal del INGUAT, tienen la obligación de reportar a la Sección de Inspección y Quejas del Departamento de Fomento las faltas que sean de su conocimiento, para imponer las sanciones correspondientes.

ARTICULO 4º.- El INGUAT fomentara el intercambio social y cultural entre los guatemaltecos. Preparara y desarrollara solo, o con la participación de entidades públicas o privadas, programadas y planes de recreación y turismo interno.

CAPITULO II

DE LA ORGANIZACIÓN

ARTICULO 5º.- Las funciones encomendadas al INGUAT en los artículos 4º. y 5º. de la Ley Orgánica, tienen carácter enunciativo y no limitativo , pudiendo por lo tanto, realizar

cualquier otra actividad turística, aun cuando no haya quedado enunciada en los artículos de la Ley, antes indicados.

ARTICULO 6º.- Para su funcionamiento, el INGUAT esta constituido por los siguientes órganos: Consejo Nacional de Turismo; Dirección del INGUAT y Departamentos y Oficinas Técnicas. El INGUAT como autoridad superior de turismo, será re presentado en el país por su Director, quien es el representante legal de la institución. Externamente, ante los organismos internacionales y entidades turísticas, será representado por el Presidente del Consejo. En ausencia del Director, la representación legal antes indicada, pasara al Subdirector de la Institución.

ARTICULO 7º.- Además de las comisiones que señala el párrafo 2º. del artículo 10 de la Ley, el Consejo para la mejor realización del trabajo que le ha sido enmendado, podrá crear cualquier otra comisión que considere conveniente.

ARTICULO 8º.- El proyecto anual de presupuesto anual de presupuesto elaborado por el Director del INGUAT, deberá ser presentado al Consejo respectivo, por lo menos con tres meses de anticipación a la fecha en que deba iniciarse su vigencia.

Anualmente, durante los primeros quince días del mes de enero, el Consejo deberá remitir al Ejecutivo, para su conocimiento, el plan general de trabajo para el año que se inicia.

ARTICULO 9º.- En relación a la última parte del inciso f) del artículo 4º. de la Ley, al referirse a la entrega a particulares de las edificaciones, ello deberá llevarse a cabo, previo dictamen favorable del Consejo Nacional de Turismo y pronunciamiento en igual sentido por parte del Ministerio de Economía, en relación a la conveniencia de los intereses nacionales y los beneficios que pueda reportar al INGUAT.

ARTICULO 10.- Para celebrar los acuerdos a que se refiere el literal 1) del artículo 5º. de la Ley, se requerirá que una vez conocido por el Consejo, previo a su formalización, el proyecto de acuerdo pase al Ministerio de Economía para su aprobación.

CAPITULO III

DEL REGIMEN FINANCIERO

ARTICULO 11.- El patrimonio del INGUAT a que se refieren los artículos 20, 21, 23 y 44 de la Ley Orgánica deberá destinarse exclusivamente, al cumplimiento de los fines que, como de orden turístico, le señala la ley.

ARTICULO 12.- Para un mejor control de su patrimonio, el INGUAT deberá inscribir en el Registro de la Propiedad, los bienes que posea y que por su naturaleza sean inscribibles.

ARTICULO 13.- La tarjeta de turismo es el documento de viaje, que idéntica al turista extranjero, mayor de doce años de edad, para ingresar al territorio guatemalteco, salvo en los casos en que las leyes de migración dispongan otra cosa.

Los menores de doce años, que viajen acompañados, podrán ser incluidos en la misma tarjeta de los padres, tutores o encargados.

ARTICULO 14.- Para la extensión de dicha tarjeta, deberá calificarse como turista, al extranjero que desee visitar el país con fines de recreo, deporte, salud, estudio, vacaciones, religión, misiones y reuniones; no pudiendo, por tanto, dedicarse a ninguna actividad lucrativa o remunerada, ni radicarse en el territorio nacional.

ARTICULO 15.- La tarjeta de turismo podrá ser adquirida en:

- a) Las embajadas, legaciones y consulados de Guatemala, acreditados en el exterior;
- b) Las empresas de líneas aéreas que incluyan a Guatemala en su itinerario; bajo su responsabilidad y llenando los requisitos exigidos por las leyes de la Republica;
- c) Las delegaciones de migración en la fronteras, puertos y aeropuertos; y,
- d) Las empresas de transporte, operadoras de turismo, agencias de viajes, organizaciones turísticas, sociales, educativas, artísticas y otras que manejen grupos de turistas, adquirirán sus respectivas tarjetas de turismo en el extranjero, en las embajadas, legaciones y consulados de Guatemala.

Las representaciones de Guatemala en el exterior que vendan tarjetas de turismo a las empresas y organizaciones a que se refiere el párrafo primero de este inciso, les harán saber las limitaciones impuestas por Migración, responsabilizándolas de las tarjetas de turismo que distribuyen indebidamente.

ARTICULO 16.- Las embajadas, consulados y legaciones, deberán obtener el número de tarjetas que crean conveniente para su disponibilidad, mediante solicitud expresa dirigida a la Contraloría de Cuentas.

ARTICULO 17.- Las Delegaciones de migración en las fronteras, solicitaran a las administraciones de las aduanas fronterizas las tarjetas de turismo que demanden las necesidades de cada una de ellas, Las Administraciones de Rentas de las aduanas fronterizas, solicitaran las tarjetas de turismo que les sean requeridas por el delegado de migración, a la Sección de Talonarios de la Contraloría de Cuentas, la que les llevara las cuentas corrientes respectivas.

Siendo los fondos provenientes de la venta de tarjetas de turismo, privativos del INGUAT, los Administradores de Aduanas fronterizas los remitirán al Banco de Guatemala a disposición de la entidad mencionada, enviando el aviso respectivo.

ARTICULO 18.- Las empresas de líneas aéreas a que se refiere el inciso b del artículo 15 de este Reglamento, deberán llenar un formulario especial que solicitarán en la Sección de Finanzas del INGUAT, con el cual cancelarán el valor de las tarjetas de turismo requeridas, en el Banco de Guatemala.

Una vez efectuada la cancelación respectiva, deberán presentar el correspondiente recibo a la Sección de Talonarios de la Contraloría de Cuentas, donde obtendrán el número de tarjetas equivalente al monto pagado.

ARTICULO 19.- Las embajadas, consulados y legaciones de Guatemala en el exterior, deberán enviar al Banco de Guatemala el importe de las tarjetas vendidas, dentro de los primeros diez días del mes siguiente a la recaudación. La rendición de cuentas la efectuaran las representaciones de Guatemala en el exterior conforme a la ley de la materia, a la Contraloría de Cuentas.

ARTICULO 20.- La tarjeta de turismo deberá ser vendida al turista al valor legal de tres quetzales (Q.3.00). Dicho valor no podrá ser reembolsado en ningún caso.

ARTICULO 21.- Para ingresar al país, la tarjeta de turismo tendrá una vigencia de noventa días a partir de la fecha de emisión. Transcurrido dicho termino, si el poseedor no la utilizare, perderá su validez.

ARTICULO 22.- El poseedor de la tarjeta de turismo, podrá permanecer en el país hasta por seis meses a partir de la fecha de su ingreso, periodo que podrá ser prorrogado hasta por otro igual, previa autorización de las autoridades de migración.

Las solicitudes de prórroga deberán presentarse a la Dirección General de Migración, por lo menos, con cinco días de anticipación al vencimiento del permiso de permanencia.

ARTICULO 23.- El turista que haya llegado a Guatemala y desee salir y reingresar al país, podrá hacerlo con la misma tarjeta, siempre que su estancia en el extranjero no sea mayor de treinta días.

ARTICULO 24.- Si el turista extranjero extraviare su tarjeta antes de su ingreso en el país, solicitara a las embajadas, legaciones, consulados o empresas de otra, cubriendo nuevamente su valor. Si la extraviare después de su ingreso al país deberá reportar la pérdida de la misma, a las autoridades de migración, para que se extienda la constancia correspondiente.

ARTICULO 25.- El turista centroamericano queda exonerado del pago de la tarjeta de turismo, pudiendo ingresar al país simplemente con su cedula de vecindad o documento equivalente. Las leyes de migración regularan el ingreso de centro americanos no calificados como turistas.

ARTICULO 26.- Los hoteles y demás centros de hospedaje deberán inscribirse en los registros del INGUAT, donde se les fijaran y aprobaran las tarifas de acuerdo con los servicios que presten. Si la tarifa fijada y aprobada fuere mayor de Q.2.00 por día o fracción de día, ya sea que se cobre por persona o por habitación, pagaran un impuesto del 10% sobre hospedaje, sin alimentación, Dicho impuesto grava los ingresos de los establecimientos y no al usuario. De consiguiente, queda prohibido a los propietarios de hoteles y centros de hospedaje, incluirlo en las facturas que extiendan. Las tarifas autorizadas por el INGUAT tendrán vigencia por dos

años calendario completo; pasado ese termino, podrán ser renovadas por el INSTITUTO. Están exentos de ese impuesto los establecimientos que proporcionan por periodos mensuales o de treinta días consecutivos.

ARTICULO 27.- El INGUAT controlara, por los medios que sean necesarios, la inalterabilidad de las tarifas autorizadas y la exactitud y puntualidad en el pago del impuesto antedicho.

ARTICULO 28.- Todos los establecimientos de hospedaje están obligados a colocar sus tarifas en lugares visibles, dentro de los cuartos y las receptorias. Dichas tarifas deben ser previamente autorizadas por el INGUAT y cada uno de sus ejemplares será razonado y sellado por dicha institución.

ARTICULO 29.- Las empresas sujetas a esta tributación deberán solicitar a la Sección de Finanzas del INGUAT, los formularios especiales para efectuar sus remesas al Banco de Guatemala o sus agencias. Dichas remesas deberán hacerse dentro de los diez días siguientes a la finalización de cada mes calendario.

ARTICULO 30.- La falta de pago del impuesto dentro del plazo fijado en el articulo anterior, dará lugar a la imposición de multas que se regularan en la forma siguiente:

- a) 25% sobre el impuesto no pagado cuando el retraso sea de 20 a 30 días;
- b) 50% sobre el impuesto no pagado cuando el retraso sea de 31a 60 días;
- c) 75% sobre el impuesto no pagado cuando el retraso sea de 61 a 90 días; y,
- d) 100% sobre el impuesto no pagado cuando el retraso sea mayor de 90 días.

En ningún caso las multas podrán exceder de un mil quetzales.

El INGUAT determinara con los informes recibidos del Banco de Guatemala, que establecimientos dejaron de pagar el impuesto a que se refiere el articulo 26 de este reglamento. En este caso, se les requerirá de pago del impuesto o del impuesto y la multa,

según corresponda. Hecho el requerimiento, quedara preparado el cobro para actuar por la vía económica-coactiva.

ARTICULO 31.- Los guatemaltecos y extranjeros residentes, mayores de 12 años que salgan del país, pagaran un impuesto conforme la ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, en la forma siguiente:

- a) Por vía aérea, Q.5.00 por persona;
- b) Por vía Marítima, Q.3.00 por persona; y,
- c) Por vía terrestre, Q.1.00 por persona.

Se exceptúan de estos impuestos, a las personas que viajen a Centroamérica y Belice, y a las tripulaciones de las naves aéreas o marítimas. Están exentos por disposiciones especiales del pago de estos impuestos: Las universidades del país y los organismos internacionales que el Ministerio de Relaciones Exteriores indique, cuando sus personeros viajen en nombre y representación de las mismas instituciones.

Los guatemaltecos que viajen con pasaporte diplomático, oficial o equiparable a estos, no están exonerados del pago de dichos impuestos.

ARTICULO 32.- Los impuestos a que se refieren los incisos a y b del artículo anterior, serán recaudados por las empresas de líneas aéreas y marítimas y sus agencias, anotando su valor en los formularios o pasajes que se extiendan.

ARTICULO 33.- Dentro de los diez primeros días del mes siguiente a aquel en que se verifico la recaudación conforme el artículo anterior, las empresas o sus agencias, remitirán al Banco de Guatemala, el monto de lo recaudado. Para hacer dichas remesas, deberán utilizar los formularios impresos que proporcionara la Sección de Finanzas del INGUAT.

Las empresas o sus agencias están obligadas a informar a la Sección antes dicha, el número de personas a quienes se haya cobrado el impuesto. Estos informes se cotejaran con los que mensualmente remite al INGUAT la Dirección General de Migración y sus delegaciones.

Las personas que compren pasajes y no los utilicen por cualquier circunstancia, tendrán derecho a la devolución del impuesto cobrado; siempre que la empresa de transporte aéreo o marítimo, devuelva el valor del pasaje. Cuando se suscitare un caso de devolución, esta podrá hacerse de los fondos recaudados en el mes que se efectuó enviando aviso detallado a la Sección de Finanzas del INGUAT.

ARTICULO 34.- El impuesto de un quetzal, establecido en el inciso c del artículo 21 de la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, será cobrado por las delegaciones de migración, y se hará constar en los formularios especiales que para el efecto suministrara l a Contraloría de Cuentas, a través de las Administraciones de Rentas y Aduana fronteras, quienes fiscalizaran los ingresos (formularios 41-C).

Este impuesto no será cobrado a las personas residentes en áreas fronteras que viajen con pases locales.

ARTICULO 35.- Dentro de los primeros diez días del mes siguiente a aquel que se haya efectuado la recaudación, las Administraciones de Rentas y Aduana fronteras, deberán remitir al Banco de Guatemala o su agencia jurisdiccional, los fondos recaudados, usando el formulario especial que proporcionara la Contraloría de Cuentas.

CAPITULO IV

DE LAS EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ARTICULO 36.- Se consideran empresas y actividades turísticas:

- a) Las agencias de viajes y operadoras de turismo, nacionales y extranjeras, que tengan representación en el país;
- b) Las empresas de transporte local e internacional especialmente dedicadas al servicio del al turista, en forma permanente o eventual: Que posean automóviles, carros para rentar, vehículos empleados por las agencias de viajes, hoteles y guías de turistas; taxis que operen del aeropuerto a cualquier punto de la capital; autobuses empleados para el

transporte de turistas, lanchas de toda clase, aviones que tengan ruta para Guatemala; avionetas y helicópteros;

- c) Los establecimientos de hospedaje, cualquiera que sea su denominación: Hoteles, moteles, pensiones, paradores, campamentos y demás centros de alojamiento;
- d) Los establecimientos de alimentación: Cafeterías, restaurantes, comedores;
- e) Las empresas comerciales de información, propaganda y publicidad turística: Editores de guías de turismo; editores de libros, folletos, panfletos, postales y toda clase de material con fines turísticos o de publicidad sobre las atracciones turísticas del país;
- f) Las industrias y artesanías típicas: Productores industriales y artesanales de artículos típicos de toda clase y calidad;
- g) Los establecimientos comerciales dedicados al expendio de productos típicos: Almacenes , tiendas y cooperativas;
- h) Los centros de recreación: Cines, teatros, clubes nocturnos, bares, y otros;
- i) Las agrupaciones nacionales artísticas y culturales: Conjuntos musicales, cuerpos de bailes o danzas, grupos teatrales, coros y grupos menores de cantantes;
- j) De acuerdo con lo que dispone el artículo 3º. de este Reglamento el Ejecutivo regulará las funciones, deberes y obligaciones de la industria hotelera, agencias de viajes, guías de turistas, compañías de transporte y demás organizaciones que trabajen con el turismo; y,
- k) Cualquier otra actividad relacionada con el turismo, considerada como tal a juicio del INGUAT.

ARTICULO 37.- El INGUAT autorizará, desde el punto de vista turístico, el funcionamiento de las empresas y actividades, a que se refiere el artículo inmediato anterior y fijará y aprobará las tarifas que a ellos corresponde.

ARTICULO 38.- El funcionamiento de agencias de viajes, propiedad de personas individuales o jurídicas extranjeras, se autorizará únicamente cuando demuestren su capacidad de operar turismo receptivo en un 50%.

ARTICULO 39.- Las empresas y actividades turísticas a que se refiere al artículo 36 de este reglamento, para los fines de publicidad e información al turista, así como para cumplir con las demás disposiciones de la Ley Orgánica del INGUAT, deberán inscribirse en dicha Institución.

ARTICULO 40.- Para publicar toda clase de material turístico de información, propaganda o publicidad; las empresas comerciales consideradas como turísticas por la Ley Orgánica y sus reglamentos, deberán solicitar, previamente, la autorización del INGUAT, quien velara porque se cumplan los requisitos legales.

ARTICULO 41.- El INGUAT regulara los precios de los artículos y servicios turísticos y controlara la observancia de los mismos.

CAPITULO V

DEL FOMENTO DE LA AVTIVIDAD HOTELERA

ARTICULO 42.- El fomento de la actividad hotelera se regulara de acuerdo con lo que disponen los artículos 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36 y 49 de la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. El reglamento a que se refiere el párrafo segundo del artículo 49 de la Ley Orgánica, contemplara el procedimiento a seguirse para hacer efectivos los beneficios que la ley otorga.

El reglamento deberá emitirse dentro de un termino no mayor de ciento veinte días, a partir de la fecha en que entre en vigor el presente reglamento.

CAPITULO VI

DE LAS SANCIONES

ARTICULO 43.- En relación al artículo 41 de la Ley Orgánica, por violación a las disposiciones del Decreto 1701 del Congreso de la Republica, se comprende cualquier acción u omisión que contravenga disposiciones de la Ley Orgánica o sus reglamentos.

ARTICULO 44.- Las infracciones a las disposiciones de la ley Orgánica o sus reglamentos, serán sancionados de conformidad con lo que dispone el artículo 41 de la ley, siguiendo el procedimiento que en este reglamento se establece; salvo las acciones u omisiones constitutivas de delito o falta, que serán del conocimiento exclusivo de los tribunales de jurisdicción penal.

ARTICULO 45.- Las infracciones, según su naturaleza y gravedad, se sancionaran en los casos taxativamente enumerados en este reglamento, en la forma siguiente:

1. Amonestación verbal o escrita;
2. Multa menor, de diez a cien quetzales (Q.10.00 a Q.100.00);
3. Multa mayor de cien quetzales y un centavo (Q.100.01), hasta un mil quetzales (Q.1000.00);
4. Suspensión temporal de servicios hasta por 30 días; y,
5. Cancelación definitiva de servicios.

ARTICULO 46.- Cuando la infracción a las disposiciones de la Ley Orgánica o sus reglamentos, entrañe la comisión de los delitos determinados por los párrafos II y VIII del Título XIII del Libro Tercero del mismo Código; cuyo conocimiento corresponde a los Tribunales de jurisdicción ordinaria, además de las sanciones establecidas en el Código Penal, se impondrán, cuando fueren aplicables, las sanciones determinadas en los incisos b, c, d y e del artículo 41 de la Ley Orgánica.

ARTICULO 47.- La imposición de las sanciones a que se refiere el artículo 41 del Decreto Legislativo 1701 y artículo 45 de este reglamento, se hará sin perjuicio de exigir al infractor la reparación de los daños causados por la infracción, cuando esto sea posible.

ARTICULO 48.- Conforme el artículo 44 de la Ley, toda multa que se imponga, deberá pagarse dentro de los tres días siguientes a la fecha en que se notifique al sancionado la resolución definitiva que la ordena. Quienes no cumplan con lo dispuesto en el párrafo anterior,

dentro del termino fijado, se les impondrá el doble del importe de la multa, sin exceder de un mil quetzales.

ARTICULO 49.- A las personas que habiéndoseles sancionado con la multa la primera vez, reincidieren en la comisión de la misma infracción, se les impondrá el doble de la multa, sin que pueda excederse de un mil quetzales. A los multireincidentes se les suspenderá temporalmente, hasta por treinta días; y luego, definitivamente el servicio.

Son multireincidentes los que hubieren cometido más de tres faltas de la misma naturaleza.

ARTICULO 50.- El término para hacer efectivas las responsabilidades provenientes de las infracciones a la Ley Orgánica o sus reglamentos, prescribe a los seis meses contados a partir de la fecha en que la infracción fue cometida.

ARTICULO 51.- Se concede acción publica para hacer efectivas las responsabilidades que correspondan, por la infracción a la Ley Orgánica o sus reglamentos.

ARTICULO 52.- Toda denuncia o acusación de cualquiera de las infracciones a la Ley Orgánica o sus reglamentos, deberá dirigirse por escrito a la Sección de Inspección y Quejas del departamento de Fomento del INGUAT.

Debe contener : Nombre y apellidos del denunciante o acusador; edad, estado civil, profesión y oficio, vecindad, lugar para recibir notificaciones, nombre y apellidos del presunto infractor, o en su caso, nombre presunta empresa infractora; relación de los hechos, identificándolos con expresión del lugar, año, mes, día, y hora, si fuera procedente; y todas las demás especificaciones que sean pertinentes para la averiguación y comprobación del hecho de que se trate.

La denuncia o acusación puede también presentarse verbalmente a la Sección de Inspección y Quejas, caso en el que se levantara un acta que contendrá todos los requisitos expresados en el párrafo anterior.

ARTICULO 53.- Si la denuncia o acusación se formulare por escrito, el INGUAT la mandara a ratificar, señalando día y hora para que el denunciante o acusador comparezca a la Sección de Inspección y Quejas a hacerlo. Si no compareciere, la Sección de referencia destacara a uno de sus inspectores para investigar el hecho denunciado; y si de su informe aparece que se ha cometido una infracción de la Ley Orgánica o sus reglamentos, remitirá exposición detallada al Jefe del Departamento de Fomento para que este ordene abrir la pesquisa correspondiente.

Si la denuncia es formulada por autoridad en forma escrita, llenado los requisitos a que se refiere el artículo anterior respaldada por el sello correspondiente, se omitirá el requisito de la ratificación.

ARTICULO 54.- Tan pronto sea del conocimiento de la Sección de Inspección y Quejas ya sea por constarle, por informe de uno de sus Inspectores, o por denuncia o acusación ratificados; la comisión de alguna infracción contra la Ley Orgánica o sus reglamentos, dará aviso al Jefe del Departamento de Fomento, quien ordenara se proceda a realizar la averiguación correspondiente.

La investigación y comprobación de la infracción, se hará citando al presunto infractor para oírlo en forma indagatoria.

Si reconoce la verdad de los hechos, se levantara el acta y, sin mas tramite, se cursara a la Asesoría Jurídica para que dictamine. Con el dictamen de la Asesoría Jurídica, el Director impondrá la sanción correspondiente.

ARTICULO 55.- Si el presunto infractor no reconoce la verdad de los hechos imputados, se citara a una nueva audiencia dentro de un termino no mayor de diez días para que comparezca con las defensas que pueda aportar. A esta comparencia se citara también al denunciante. Si el infractor no compareciere, se le tendrá por confeso y sin tramite se le impondrá la sanción correspondiente.

ARTICULO 56.- La Sección de Inspección y Quejas, en esta audiencia y en los casos que proceda, procurara avenir a las partes y levantara acta circunstanciada.

Con la opinión del Jefe del Departamento de Fomento, el acta se cursara a la Asesoría Jurídica para dictamen; y con ese dictamen, se elevara a conocimiento del Director para que este, de acuerdo con el artículo 42 de la Ley Orgánica, imponga la sanción correspondiente.

ARTICULO 57.- De las sanciones impuestas, el Director debe dar aviso a la Sección de Registro y Estadística, para que lleve el control de las infracciones cometidas y las sanciones impuestas; y devolverá el expediente para su archivo a la Sección de Inspección y Quejas.

ARTICULO 58.- Contra las resoluciones del director, imponiendo sanciones, caben los recursos administrativos determinados por la ley.

ARTICULO 59.- Procede la amonestación verbal o escrita en los casos siguientes:

- a) Cuando los empleados de aduanas, migración, policía y otros que tengan relación con el turismo, no den a los turistas el trato cortes a que están obligados y no presten la ayuda que se les solicite.

En caso de reincidencia, se les impondrá una multa de diez a cien quetzales.

- b) Cuando los empleados del INGUAT no cumplan con sus obligaciones hacia el turista, serán amonestados por escrito la primera vez, y sancionados con multa menor en caso de reincidencia. En caso de múltiples reincidencia, se les suspenderá temporal o definitivamente, según la gravedad de los casos.

De la amonestación verbal se levantara acta que quede constancia en los archivos del INGUAT.

ARTICULO 60.- Se sancionara con multa menor, a las empresas o personas que, dedicándose a actividades turísticas, no den a los turistas las muestras de atención, cortesía y cordialidad a que están obligados conforme este reglamento. En caso de reincidencia, se les sancionara con multa mayor.

ARTICULO 61.- Se impondrá multa menor a las empresas turísticas y comerciales de información propaganda y publicidad turística, que no mantengan en lugares visibles las tarifas autorizadas por el INGUAT. En casos de reincidencia, se les sancionara con multa mayor.

Iguals sanciones se impondrán a los establecimientos comerciales dedicados al expendio de productos típicos, que no mantengan en sus artículos el precio base de venta.

ARTICULO 62.- Serán sancionados con multa mayor, todos los establecimientos, empresas y servicios que estando obligados a inscribirse en los registros de INGUAT, iniciaren sus operaciones sin haber llenado el requisito.

En caso de que, tres días después de haber sido sancionados, no cumplieren con la obligación de registrarse, se les suspenderá el servicio por el término de treinta días.

Si dentro del termino de la indicada sus pensión, no cumplieron con inscribirse, se les cancelara definitivamente en sus actividades.

ARTICULO 63.- Serán sancionados con multa menor, las personas y empresas que dedicándose a actividades turísticas, alteren las tarifas autorizadas por el INGUAT.

En caso de reincidencia, se les impondrá multa mayor por multireincidencia y se les suspenderá primero, hasta por el termino de treinta días; y luego, definitivamente en sus actividades, según el caso.

ARTICULO 64 Se impondrá multa menor a las personas o empresas que hicieren publicaciones de carácter turístico como guías, panfletos, folletos, mapas, litografías y otros, sin haber obtenido previamente la autorización del INGUAT.

Caerán en comiso las publicaciones a que se refiere el párrafo anterior, que a juicio del INGUAT no se ajusten a la verdad histórica, geográfica, artística y cultural; o que en forma alguna, atenten contra la seguridad y buenas relaciones de Guatemala con los demás países.

En caso de reincidencia, se impondrá al responsable multa mayor. En los casos de múltiples reincidencias, se suspenderá primero temporal, y luego definitivamente en sus actividades turísticas, al infractor.

ARTICULO 65.- A las infracciones para las que específicamente no se consigne otra sanción en este reglamento, se les impondrá multa menor, multa mayor y suspensión temporal; según su gravedad y reiteración.

ARTICULO 66.- En los reglamentos específicos derivados de la Ley Orgánica y de este reglamento, se volverán a consignar las sanciones a que se refiere este capítulo.

CAPITULO VII

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 67.- El INGUAT de conformidad con el artículo 40 de la Ley Orgánica, girara instrucciones, sugerencias o planes de trabajo, a los Gobernadores Departamentales y Alcaldes Municipales, a efecto de que en sus respectivas jurisdicciones, le lleven a cabo obras de atractivo turístico, que sean de beneficio nacional, tomando en consideración, las condiciones especiales de cada lugar; tales como la existencia de ríos, lagos, grutas, cascadas, aguas termales, caza pesca, ruinas, lugares de veneración religiosa y otras.

ARTICULO 68.- Cuando se considere conveniente, el INGUAT organizara Comités Municipales y Comités Departamentales de Turismo, cuyos miembros trabajaran ad-honorem. Los Comités Departamentales de Turismo se integraran con el Gobernador Departamental y el Alcalde Municipal, y con los vecinos que tengan interés en el desarrollo turístico del lugar.

Los Comités Municipales de Turismo se integraran con el Alcalde Municipal y vecinos interesados en el desarrollo turístico del lugar.

ARTICULO 69.- Adscritos el Departamento de Promoción, funcionarán agregados de turismo en las embajadas y consulados de Guatemala, y delegados de turismo en el exterior.

Los agregados de turismo y delegados del INGUAT en el extranjero, tendrán a su cargo las mismas funciones que corresponden a las Secciones de Información y Distribución de material y Relaciones Publicas. El Departamento de Promoción del INGUAT mantendrá relación constante con los agregados y delegados de turismo en el exterior.

ARTICULO 70.- Los delegados de turismo en el interior de la Republica dependerán del Departamento de Fomento en lo concerniente a promover la eliminación de obstáculos aduanales que se impongan al turista; y obtener de las autoridades de migración, facilidades para el ingreso y salida de turistas. Dependerán del Departamento de Promoción para cumplir funciones de relaciones publicas y de distribución de material.

CAPITULO VIII

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 71.- A fin de obtener mejores resultados, en el desarrollo de la industria turística a que se refiere la Ley Orgánica, el INGUAT hará las gestiones que estime necesarias:

- a) Ante el Ministerio de Relaciones Exteriores, para obtener que las representaciones diplomáticas y consulares de Guatemala en el exterior, proporcionen al turista información y le den facilidades en el arreglo de sus viajes a nuestro país.

El INGUAT hará gestiones ante el Ministerio d Relaciones Exteriores para que se acrediten los agregados de turismo, y para que los Cónsules de Guatemala en el exterior, desarrollen los programas de turismo que les encomiende esa institución;

- b) Ante el Ministerio de Hacienda y Crédito, Publico, para obtener la eliminación de obstáculos y molestias aduanales que se impongan al turista; y,
- c) Ante el Ministerio de Gobernación, para que las autoridades de Migración otorguen facilidades para el ingreso y salida de los turistas.

ARTICULO 72.- Este acuerdo entrara en vigor el día que siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

COMUNIQUESE

MENDEZ MONTENEGRO

El Ministro de Economía
JOSE LUIS BOUSCAYROL SARTI

