

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades

Departamento de Ecoturismo



Excelencia que trasciende

Evaluación de potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Trabajo de graduación presentado
por María Fernanda Villagrán Barillas
para optar el grado de Licenciada en Ecoturismo

Guatemala
2011

Evaluación de potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Ecoturismo

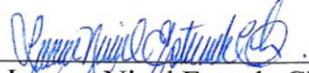
**Evaluación de potencial turístico y propuesta de nuevos
productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.**

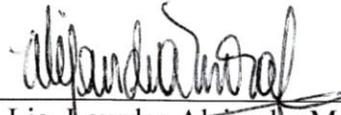
Trabajo de graduación presentado
por María Fernanda Villagrán Barillas
para optar el grado de Licenciada en Ecoturismo

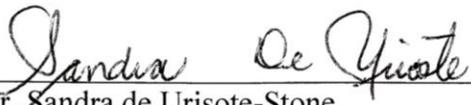
Guatemala
2011

VO. BO. (f) 
MSc. Lorena Ninel Estrada Chinchilla

Tribunal:

(f) 
MSc. Lorena Ninel Estrada Chinchilla

(f) 
Lic. Lourdes Alejandra Morales Navas

(f) 
Dra. Sandra de Urisote-Stone

Fecha de aprobación: Guatemala, mayo 16 de 2011.

AGRADECIMIENTOS

En esta sección quiero agradecerles a todas aquellas personas que no solo estuvieron involucradas en la elaboración de mi tesis, sino a lo largo de mi desarrollo como profesional.

Primero quiero agradecerles a mis padres. A mi papá específicamente por permitirme tomar mis propias decisiones y apoyarme incondicionalmente en cada una de ellas. A mi mamá por apoyarme moralmente en momentos difíciles, escuchándome y aconsejándome en todo momento. Los amo con todo mi corazón. A mi demás familia, en especial a mis hermanos gracias por creer en mí y echarme porras.

También quiero agradecer a mis ecochicas por darme su amistad, la cual ha sido tan valiosa para mí, y por compartir tantos momentos juntas, los cuales me han hecho crecer mucho como persona. Además, a todas las personas que conocí en mi etapa universitaria, quienes me apoyaron, motivaron e inspiraron. Realmente mi transcurso en la universidad no hubiese sido la misma sin ustedes a mi lado, vaya que serán inolvidables todos estos años juntos.

Quiero agradecerle a la carrera por permitirme conocer un poco más de mi bella Guatemala y de su gente, enamorándome cada vez más de mi tierra y de lo que significa ser guatemalteco. Gracias a ella he podido llegar a valorar muchas cosas de mi país que antes ni siquiera sabía que existían, rompiendo al mismo tiempo con muchos esquemas e ideas erróneas que nos limitan ver más allá de nuestra realidad diaria.

Quiero agradecer a Lorena Ninel Estrada por apoyarme incondicionalmente, por responder a mis correos y llamadas inmediatamente cuando necesitaba de ella. También a mis asesores, Alejandra Morales y Sandra De Urioste por dedicarme parte de su tiempo y compartir conmigo su conocimiento enriqueciendo mi trabajo. Además, a Werner Figueroa por asesorarme en el uso de SPSS.

Agradezco el apoyo incondicional de Don Julio, Mimi y demás familia, quienes nos abrieron las puertas de su finca y casa para la realización de nuestra tesis. Al mismo tiempo, a los

miembros de ACAT de Chicamán por darnos parte de su tiempo y recibirnos siempre muy amablemente, ayudándonos de la mejor manera en la elaboración de dicho trabajo. Quiero agradecer a Alejandro y a Juan Carlos por compartir su experiencia de trabajo, aconsejándome y brindándome información incondicionalmente, realmente fueron mis asesores postizos. Además agradecer a todas las personas que conocimos en Chicamán y Uspantán, que nos ayudaron indirectamente en la elaboración de trabajo enriqueciendo nuestra experiencia, realmente Chicamán y Uspantán se robaron un pedazo de mi corazón. Por último, pero no menos importante a Tito por prestarme indefinidamente su computadora, realmente sin su ayuda todo hubiese sido más difícil.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE	viii
Lista de cuadros.....	xii
Lista de figuras	xxi
RESUMEN	xxii
ABSTRACT	xxiii
I. INTRODUCCIÓN	1
A. Antecedentes	1
1. Turismo.....	1
a. Turismo en Guatemala	1
b. Definición de turismo	2
2. Tipos de turismo.....	2
a. Turismo sostenible.....	2
b. Ecoturismo	3
c. Turismo comunitario.....	4
3. Conceptos	4
a. Destino turístico.....	4
b. Ruta turística.....	5
c. Circuito turístico	5
d. Segmento de mercado	5
e. Producto turístico.....	6
f. Recurso turístico	6
g. Atractivo turístico	6
h. Paquete turístico	7
i. Mezcla de mercadeo.....	7
4. Mercadeo de servicios	8
5. Evaluación de productos/servicios ecoturísticos.....	9
6. Proyectos turísticos en Chicamán	9
B. Justificación	11
C. Objetivos.....	13
1. Objetivo general	13
2. Objetivos específicos.....	13
II. METODOLOGÍA	14
A. Área de estudio.....	14
1. El Quiché	14
2. Chicamán	15
B. Procedimientos.....	16
1. Descripción general del área y servicios básicos de Chicamán, El Quiché.....	17
2. Descripción de la situación turística actual e identificación de atractivos turísticos del área de Chicamán, El Quiché	17
3. Categorización de atractivos turísticos identificados	18
4. Evaluación de productos y servicios de los atractivos identificados del área de Chicamán, El Quiché.....	18

5.	Definir el perfil del visitante potencial y evaluar el interés sobre la posible visita a los atractivos identificados	21
a.	Entrevista con hoteleros de Chicamán y Uspantán, El Quiché	21
b.	Entrevista a tour operadores del área de El Quiché	21
c.	Cuestionarios a turistas en Chichicastenango, El Quiché	22
6.	Evaluación y propuesta de paquetes turísticos.....	24
7.	Evaluación del interés de los prestadores de servicios turísticos y la población cercana en participar en los productos propuestos en cada uno los atractivos turísticos identificados.....	24
8.	Triangulación	24
a.	Descripción general del área de Chicamán, El Quiché.....	25
b.	Evaluación del potencial turístico del área.....	25
c.	Definir el perfil del visitante potencial	25
III.	RESULTADOS.....	28
A.	Descripción general del área y servicios básicos de Chicamán, El Quiché	28
1.	Datos generales de Chicamán, El Quiché.....	28
a.	Acceso	28
b.	Historia.....	28
c.	Hidrografía	29
d.	Zonas de vida.....	29
e.	Expresiones culturales	30
f.	Economía	31
g.	Infraestructura y vivienda	31
h.	Servicios.....	32
1)	Electricidad.....	32
2)	Agua potable.....	32
3)	Comunicaciones.....	32
4)	Servicio de Internet.....	33
5)	Transporte	33
B.	Descripción de la situación turística actual.....	33
1.	Situación turística en Chicamán, El Quiché	33
a.	Centro de información turística	33
b.	Prestadores de servicios turísticos	34
2.	Descripción de los atractivos identificados	34
a.	Finca el Recuerdo Puente Maya El Soch	34
1)	Ubicación y acceso	34
2)	Descripción general	35
3)	Servicios y productos turísticos.....	37
a)	Sendero natural y cultural.....	37
b)	Guías.....	38
c)	Alimentación.....	39
d)	Hospedaje	39
4)	Descripción del perfil del visitante actual.....	39
5)	Promoción	39
b.	Proyecto ecoturístico <i>Tubing Chixoy</i>	39
1)	Ubicación y acceso	39
2)	Descripción general	39

3)	Servicios y productos turísticos.....	41
a)	Estructura turística	41
b)	Recorrido por <i>tubing</i>	42
c)	Guías.....	42
d)	Alimentación.....	43
e)	Artesanías	43
4)	Perfil del visitante actual.....	43
5)	Perfil del visitante potencial	44
6)	Promoción	44
3.	Situación actual de los prestadores de servicio turístico	46
a.	Tour operadores de Chichicastenango, El Quiché.....	46
b.	Entrevistas a hoteleros de Uspantán y Chicamán.....	47
4.	Categorización de los atractivos identificados.....	48
a.	Finca el Puente Maya El Soch.....	48
1)	Valor del atractivo	48
2)	Nivel de confort.....	48
3)	Impacto potencial	49
4)	Factores externos	50
b.	Proyecto ecoturístico <i>Tubing Chixoy</i>	51
1)	Valor del atractivo	51
2)	Nivel de confort.....	51
3)	Impacto potencial	52
4)	Factores externos	52
5.	Evaluación de los productos y servicios de los atractivos identificados.....	55
a.	Evaluación Finca Puente Maya El Soch	55
b.	Evaluación final Proyecto Ecoturístico <i>Tubing Chixoy</i>	56
c.	Perfil del visitante potencial y evaluación del interés sobre la posible visita a los atractivos identificados	57
1.	Perfil del visitante potencial	57
2.	Interés de visitación en los atractivos identificados	61
3.	Asociación entre variables del cuestionario para visitantes de Chichicastenango, El Quiché.....	70
D.	Paquetes turísticos.....	74
1.	Descripción de los paquetes turísticos.....	74
2.	Descripción de servicios brindados.....	77
a.	Servicios incluidos dentro de los paquetes en <i>Tubing Chixoy</i>	77
b.	Descripción de los servicios proporcionados en Finca Puente Maya El Soch...	77
3.	Itinerario de los paquetes turísticos	78
4.	Costos de los paquetes.....	81
a.	Cálculo de costos de <i>Tubing Chixoy</i>	81
b.	Cálculo de costos de la Finca El Soch	81
5.	Precio de los paquetes	82
6.	Atractivos complementarios	83
a.	Laj Chimel Comunidad Maya	83
b.	Turismo solidario Nuevos Mayas.....	84
7.	Transporte	84
IV.	ANÁLISIS	85

A.	Atractivos existentes en Chicamán, El Quiché	85
1.	Finca Puente Maya el Soch.....	85
2.	Proyecto ecoturístico Río Chixoy	87
B.	Perfil del visitante e interés del visitante potencial	89
C.	Prestadores de servicios turísticos	90
D.	Canales de distribución.....	90
E.	Paquetes turísticos	92
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
VI.	Limitaciones.....	102
VII.	LITERATURA CITADA	103
•	Referencias de Internet	105
VIII.	ANEXOS	107
	Cuestionario 1: Evaluar el grado de satisfacción del Proyecto Tubing Chixoy	109
	Evaluación para la Finca Puente Maya El Soch, Chicamán.....	111
	Evaluación de Tubing Chixoy, Chicamán.....	126
	Entrevista 1. Datos generales de Chicamán, El Quiché.	142
	Entrevista 2. Situación turística actual y atractivos turísticos de Chicamán, Quiché	147
	Entrevista 3. Datos generales del sitio turístico.....	150
	Entrevista 4: Hoteleros de Chicamán, El Quiché	154
	Entrevista 5: Tour operadores del área de Quiché	157
	Cuestionario 1: Protocolo de cuestionario para turistas de Chichicastenango, El Quiché. Versión en el idioma español	161
	Cuestionario 2: Protocolo de cuestionario para turistas en chichicastenango. Versión en el idioma inglés.....	166
	Ficha 1: Datos generales de Chicamán, El Quiché.	171
	Ficha 2: Evaluación de recorrido en los senderos.....	173
	Ficha 3. Categorización de atractivos	175
	Fichas sobre evaluación de productos y servicios eco turísticos	183
	Tablas de contingencia de las pruebas Chi-cuadrado	205

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1.	Clasificación de los componentes de un producto turístico.....	6
Cuadro 2.	Clasificación de los atractivos turísticos.	7
Cuadro 3.	Componentes de mezcla de mercado.	8
Cuadro 4.	Componentes de mercadeo de servicios.....	9
Cuadro 5.	Resumen de los proyectos turísticos en Chicamán, El Quiché, Guatemala.	10
Cuadro 6.	Descripción de los valores otorgados a cada parámetro.....	18
Cuadro 7.	Descripción de los posibles valores otorgados a cada aspecto evaluado (existencia).....	20
Cuadro 8.	Descripción de criterios de potencial ecoturístico.	20
Cuadro 9.	Diseño de muestreo de selección de participantes para definir el perfil del visitante y evaluar el interés sobre la posible visita a los atractivos identificados.	23
Cuadro 10.	Resumen de pasos metodológicos utilizados para la evaluación del potencial turístico de Chicamán y la propuesta de nuevos productos/servicios turísticos.	26
Cuadro 11.	Principales características de las zonas de vida identificadas para Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	30
Cuadro 12.	Especies de flora destinadas a protección en la Finca El Recuerdo Puente Maya El Soch, Chicamán	36
Cuadro 13.	Especies de fauna silvestre destinadas a protección en la Finca El Recuerdo Puente Maya El Soch, Chicamán.....	37
Cuadro 14.	Características del visitante actual de <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	43
Cuadro 15.	Resumen del perfil del visitante actual de la Finca El Soch y <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	44
Cuadro 16.	Perfil del visitante potencial <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	44
Cuadro 17.	Resumen del perfil del visitante actual de los tour operadores y hoteles, El Quiché, Guatemala.....	48
Cuadro 18.	Categorización de los atractivos identificados en Chicamán, El Quiché.	54
Cuadro 19.	Sumatoria final de la evaluación del Proyecto Ecoturístico <i>Tubing</i> Chixoy, El Quiché, Guatemala.	56
Cuadro 20.	Rango de edad de los entrevistados en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	58
Cuadro 21.	Motivo de su visita a Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	61
Cuadro 22.	Razones por las cuales no visitaron Chicamán en esta ocasión.....	62
Cuadro 23.	Perfil del visitante según el interés de visitación a Finca el Puente Maya El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	64
Cuadro 24.	Perfil del visitante según el interés de visitación a el proyecto ecoturístico de <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	65
Cuadro 25.	Interés de visitación de <i>Tubing</i> Chixoy según nacionalidad según nacionalidad del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	66
Cuadro 26.	Interés de visitación de la Finca El Soch según nacionalidad del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	67
Cuadro 27.	Frecuencias entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	71

Cuadro 28.	Asociación entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	71
Cuadro 29.	Frecuencias entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	71
Cuadro 30.	Asociación entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	72
Cuadro 31.	Frecuencias entre sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no le llama la atención.	72
Cuadro 32.	Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no le llama la atención.	72
Cuadro 33.	Frecuencias entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de centro de visitantes.....	73
Cuadro 34.	Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de centro de visitantes.	73
Cuadro 35.	Frecuencias entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de centro de visitantes.	73
Cuadro 36.	Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de centro de visitantes.	73
Cuadro 37.	Paquetes existentes para Aventura por el Río Chixoy,	74
Cuadro 38.	Paquetes establecidos para Chixoy Maya	75
Cuadro 39.	Paquetes establecidos para Arqueología y naturaleza en El Soch	76
Cuadro 40.	Número y tareas de los guías según el tamaño del grupo en <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	77
Cuadro 41.	Itinerario de los paquetes existentes Aventura por el Río Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	78
Cuadro 42.	Itinerario de los paquetes existentes para Chixoy Maya, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	79
Cuadro 43.	Itinerario de los paquetes propuestos Arqueología y naturaleza en El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	80
Cuadro 44.	Itinerario de los paquetes propuestos arqueología y naturaleza.....	80
Cuadro 45.	Costo de los paquetes existentes de <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....	81
Cuadro 46.	Costo de los paquetes de Finca el Soch, El Quiché, Guatemala.....	81
Cuadro 47.	Precio de los paquetes existentes para Aventura por el Río Chixoy según el número de personas y procedencia.	82
Cuadro 48.	Precio de los paquetes existentes para Chixoy Maya según el número de personas y procedencia.....	83
Cuadro 49.	Precio de los paquetes propuestos para arqueología y naturaleza en El Soch Chixoy Maya según el número de personas y procedencia.	83
Cuadro 50.	Resumen de opciones para transporte privado.	84
Cuadro 51.	Análisis estadístico según escala de medida.....	107
Cuadro 52.	Capacitaciones impartidas a miembros de ACAT y Comité las orquídeas	107
Cuadro 53.	Listado de especies endémicas* detectadas en Finca El Soch, Cerro Amay.....	108

Cuadro 54.	Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de centro de visitantes.	206
Cuadro 55.	Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de centros de visitantes.	206
Cuadro 56.	Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.	206
Cuadro 57.	Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de centro de visitantes.	206
Cuadro 58.	Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de centros de visitantes.	206
Cuadro 59.	Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de miradores.	207
Cuadro 60.	Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de áreas de descanso.	207
Cuadro 61.	Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de guías.	207
Cuadro 62.	Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de centro de visitantes.	207
Cuadro 63.	Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).	207
Cuadro 64.	Asociación entre sexo del entrevistado y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	208
Cuadro 65.	Asociación entre estado civil del entrevistado y su interés en visitar Chicamán El Quiché, Guatemala.	208
Cuadro 66.	Asociación entre nivel educativo del entrevistado y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	208
Cuadro 67.	Asociación entre nivel edad (grupos etarios) y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	208
Cuadro 68.	Asociación entre motivo de su visita por ocio y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	208
Cuadro 69.	Asociación entre motivo de su visita familiar y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	209
Cuadro 70.	Asociación entre motivo de su visita por trabajo y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	209
Cuadro 71.	Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	209
Cuadro 72.	Asociación entre motivo de su visita por estudios y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	209
Cuadro 73.	Asociación entre motivo de su visita religiosa y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	209
Cuadro 74.	Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	210
Cuadro 75.	Asociación entre motivo de su visita realizando voluntariados y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.	210

Cuadro 76. Asociación entre sexo del entrevistado y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.210

Cuadro 77. Asociación entre estado civil del entrevistado y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.210

Cuadro 78. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.211

Cuadro 79. Asociación entre motivo de su visita por ocio y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.211

Cuadro 80. Asociación entre motivo de su visita familiar y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.211

Cuadro 81. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.211

Cuadro 82. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.211

Cuadro 83. Asociación entre motivo de su visita por estudio y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.212

Cuadro 84. Asociación entre motivo de su visita religiosa y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.212

Cuadro 85. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.212

Cuadro 86. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.212

Cuadro 87. Asociación entre edad del visitante (grupos etareos) y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.212

Cuadro 88. Asociación entre el sexo del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.213

Cuadro 89. Asociación entre el estado civil del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.213

Cuadro 90. Asociación entre el nivel educativo del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.213

Cuadro 91. Asociación entre motivo de su visita por ocio y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala.213

Cuadro 92. Asociación entre edad (grupos etareos) del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.213

Cuadro 93. Asociación entre motivo de su visita por familia y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala.214

Cuadro 94. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala.214

Cuadro 95. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy , Chicamán, El Quiché, Guatemala.214

Cuadro 96. Asociación entre motivo de su visita por estudios y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.214

Cuadro 97. Asociación entre motivo de su visita religiosa y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.214

Cuadro 98.	Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones y su interés en visitar el proyecto ecoturístico <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala. .215	215
Cuadro 99.	Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y su interés en visitar el proyecto ecoturístico <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.215	215
Cuadro 100.	Asociación entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar <i>Tubing</i> Chixoy Chicamán,, El Quiché, Guatemala.....215	215
Cuadro 101.	Asociación entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.215	215
Cuadro 102.	Asociación entre razones de dinero por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.216	216
Cuadro 103.	Asociación entre razones de dinero por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....216	216
Cuadro 104.	Asociación entre razones de dinero por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.216	216
Cuadro 105.	Asociación entre razones de distancia por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.....216	216
Cuadro 106.	Asociación entre razones de distancia por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar <i>Tubing</i> Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala...217	217
Cuadro 107.	Asociación entre razones de distancia por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch Chicamán, El Quiché, Guatemala.217	217
Cuadro 108.	Asociación entre razones de acceso por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.217	217
Cuadro 109.	Asociación entre razones de acceso por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar <i>Tubing</i> Chixoy , Chicamán, El Quiché, Guatemala.....217	217
Cuadro 110.	Asociación entre razones de acceso por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.218	218
Cuadro 111.	Asociación entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.....218	218
Cuadro 112.	Asociación entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....218	218
Cuadro 113.	Asociación entre que no visitó Chicamán en esta ocasión porque no sabía de sus existencia y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala218	218
Cuadro 114.	Asociación entre que no visitó Chicamán en esta ocasión porque no sabía de sus existencia y el interés de visitar <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.....219	219
Cuadro 115.	Asociación entre que no visitó Chicamán en esta ocasión porque no sabía de sus existencia y el interés de visitar Finca El Soch , Chicamán, El Quiché, Guatemala.....219	219
Cuadro 116.	Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por falta de tiempo.....219	219
Cuadro 117.	Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.....219	219

Cuadro 118. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.	220
Cuadro 119. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.	220
Cuadro 120. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.	220
Cuadro 121. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no sabía de su existencia.	220
Cuadro 122. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no le llama la atención.	221
Cuadro 123. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por falta de tiempo.	221
Cuadro 124. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.	221
Cuadro 125. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.	221
Cuadro 126. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.	221
Cuadro 127. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.	222
Cuadro 128. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no sabía de su existencia.	222
Cuadro 129. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no le llama la atención.	222
Cuadro 130. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por falta de tiempo.	222
Cuadro 131. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.	222
Cuadro 132. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.	223
Cuadro 133. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.	223
Cuadro 134. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.	223
Cuadro 135. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no sabía de su existencia.	223
Cuadro 136. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no le llama la atención.	223
Cuadro 137. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tiempo.	224
Cuadro 138. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.	224
Cuadro 139. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.	224

Cuadro 140. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.	224
Cuadro 141. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no sabía de su existencia.	225
Cuadro 142. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no le llama la atención.	225
Cuadro 143. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tiempo.	225
Cuadro 144. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.	225
Cuadro 145. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.	226
Cuadro 146. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.	226
Cuadro 147. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.	226
Cuadro 148. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no sabía de su existencia.	226
Cuadro 149. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de sendero interpretativo.....	227
Cuadro 150. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.....	227
Cuadro 151. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de miradores	227
Cuadro 152. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de áreas de descanso.....	227
Cuadro 153. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.....	227
Cuadro 154. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de miradores.....	228
Cuadro 155. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de áreas de descanso.	228
Cuadro 156. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de guías.	228
Cuadro 157. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).	228
Cuadro 158. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de un sendero interpretativo	228
Cuadro 159. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.	229
Cuadro 160. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de miradores.	229
Cuadro 161. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de guías.....	229
Cuadro 162. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).	229

Cuadro 163. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de sendero interpretativo.	229
Cuadro 164. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de miradores.	230
Cuadro 165. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de áreas de descanso.	230
Cuadro 166. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de guías.	230
Cuadro 167. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).....	230
Cuadro 168. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de sendero interpretativo.	230
Cuadro 169. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de centro de visitantes.	231
Cuadro 170. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de miradores.	231
Cuadro 171. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de áreas de descanso.	231
Cuadro 172. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.)	231
Cuadro 173. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de sendero interpretativo.	232
Cuadro 174. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de miradores.	232
Cuadro 175. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de áreas de descanso.	232
Cuadro 176. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de guías.	232
Cuadro 177. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.)	232
Cuadro 178. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de sendero interpretativo.	233
Cuadro 179. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de miradores.	233
Cuadro 180. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de áreas de descanso.	233
Cuadro 181. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de guías.	233
Cuadro 182. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.)	233
Cuadro 183. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de sendero interpretativo.	234
Cuadro 184. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de miradores.	234

Cuadro 185. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de áreas de descanso.....	234
Cuadro 186. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de guías.....	234
Cuadro 187. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).....	235
Cuadro 188. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de sendero interpretativo.....	235
Cuadro 189. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de sendero interpretativo.....	235
Cuadro 190. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad.....	235
Cuadro 191. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de áreas de descanso.....	235
Cuadro 192. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de guías.....	236
Cuadro 193. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).....	236
Cuadro 194. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de sendero interpretativo.....	236
Cuadro 195. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de centro de visitantes.....	236
Cuadro 196. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de miradores.....	237
Cuadro 197. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de áreas de descanso.....	237
Cuadro 198. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de guías.....	237
Cuadro 199. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de equipo.....	237
Cuadro 200. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de sendero interpretativo.....	238
Cuadro 201. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.....	238
Cuadro 202. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de miradores.....	238
Cuadro 203. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de áreas de descanso.....	238
Cuadro 204. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de guías.....	239
Cuadro 205. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).....	239

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Municipios del Departamento de El Quiché, Guatemala.	14
Figura 2.	Cuencas hidrográficas del municipio de Chicamán, El Quiché, Guatemala.	29
Figura 3.	Sitio arqueológico Puente Maya El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	36
Figura 4.	Proyecto <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	40
Figura 5.	Sexo del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	57
Figura 6.	Nacionalidad del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	59
Figura 7.	Estado civil y nivel educativo del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	60
Figura 8.	¿Le gustaría visitar el municipio de Chicamán, El Quiché?	62
Figura 9.	Interés de visitar la Finca Puente Maya El Soch y <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.	63
Figura 10.	Grado de necesidad de servicios para los turistas entrevistados en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	68
Figura 11.	Grado de necesidad de instalaciones para los turistas entrevistados en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	69
Figura 12.	Grado de necesidad de los servicios de atención médica y transporte para los turistas entrevistados en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	69
Figura 13.	Grado de necesidad de infraestructura para los turistas entrevistados en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.	70

RESUMEN

El siguiente trabajo de graduación se llevó a cabo en Chicamán, El Quiché, en un área que cuenta con varios atractivos turísticos de valor cultural y natural. Existe interés por parte de la Asociación de Comité de Autogestión Turística (ACAT) en mejorar e implementar nuevos servicios y productos turísticos en el área. Por lo tanto, el objetivo principal de este trabajo de graduación fue realizar la evaluación de potencial turístico en el área y proponer nuevos productos y servicios para los atractivos identificados. Este estudio fue realizado mediante la aplicación de técnicas de investigación tanto cualitativas como cuantitativas, que permitió generar información a profundidad sobre el área y sus recursos turísticos, y para identificar el perfil del turismo actual y potencial para el sitio. Los objetivos específicos fueron: a) descripción general de área de estudio y servicios básicos, b) descripción de la situación turística actual e identificación de atractivos turísticos, c) categorización de los atractivos turísticos identificados, d) evaluación de los productos y servicios existentes en los atractivos turísticos, e) elaboración del perfil del visitante potencial f) evaluación y propuesta de paquetes turísticos que incluyan los atractivos identificados, y g) evaluación del interés de los prestadores de servicios y de la población cercana a los atractivos a formar parte de los productos propuestos. Se identificaron dos atractivos turísticos en el área de estudio estos son: *Tubing Chixoy* y *Finca el Puente Maya El Soch* ambos sitios cuenta con potencial turístico; sin embargo hay aspectos que deben mejorar como: la infraestructura, la interpretación, el servicio al cliente, el manejo de desechos sólidos, las acciones de conservación entre otros. Según los resultados del estudio de mercado ambos sitios cuentan con un mercado potencial los cuales se encuentran dispuestos a adquirir los servicios existentes.

Palabras clave: turismo sostenible, atractivos turísticos, evaluación de potencial turístico, paquetes turísticos, servicios y productos turísticos.

ABSTRACT

This project was conducted in Chicamán, El Quiché, an area with diverse natural and cultural tourism attractions. The ACAT (Tourism Local Management Committee, for its Spanish acronym) is interested in improving existing products and offering new tourism services and products in the area. Therefore, the main objective of this study was to evaluate the tourism potential of the area and to propose new products and services for the identified tourism attractions. For this study, both quantitative and qualitative research techniques were used to generate in-depth information about the area and its tourism resources, and to develop a profile of current and potential visitors. The specific objectives were as follows: a) A general description of the area and its basic services, b) description of the current touristic situation and identification of the touristic sites, c) categorization of the touristic sites, d) current product and services evaluation at the touristic sites e) potential visitor's profile, f) evaluation and proposal of the touristic packages that include the identified sites, g) evaluation of the service provider's and nearby population's interest in participating in the proposed products. Two tourist attractions were identified in the area o study: Tubing Chixoy and Finca el Puente Maya El Soch, they both have tourism potential. However there are aspects that need to be improved: infrastructure, performance, service to the client, solid waste management, conservation among others. According to the results of the market research both sites have potential markets which are interested to acquire their services.

Key words: *sustainable tourism, touristic sites, touristic potential evaluation, touristic packages, touristic products and services.*

I. INTRODUCCIÓN

Chicamán es un municipio que se encuentra en el Departamento de El Quiché, Guatemala. Dicho sitio cuenta con varios atractivos turísticos, los cuales permiten al visitante tener contacto con la naturaleza y conocer la cultura del área. Actualmente en el área se están llevando a cabo varios proyectos turísticos por parte de la organización de MOVIMUNDO (anteriormente llamada MOVIMONDO), específicamente en la Finca Puente Piedra Maya Soch y en el Río Chixoy, con el fin de mejorar el desarrollo turístico del área.

Este trabajo de graduación consiste en la evaluación del potencial turístico de los atractivos identificados en el área. Las etapas para lograr dicho objetivo son: a) Descripción de la situación actual del área de estudio, b) análisis del potencial turístico de los atractivos, y c) elaboración de paquetes turísticos que incluyan los atractivos identificados.

A. Antecedentes

1. Turismo. El turismo es una de las industrias más importantes en el mundo, la Organización Mundial del turismo (OMT) estima que los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 944,000 millones de Dólares en el 2008. Esta industria se encuentra en constante crecimiento, para el 2009 se registró un crecimiento del 17% en Oriente Medio, 2.7% en Asia y el Pacífico y 5% en las Américas, por lo que es considerada una industria de mucho potencial (OMT 2009).

a. Turismo en Guatemala. El turismo en Guatemala es una fuente importante de ingresos económicos, siendo la segunda actividad generadora de divisas a nivel nacional. Dicha actividad supera los ingresos generados por la exportación de café, azúcar, banano y cardamomo. En el año 2008 se reportó un ingreso 1, 275.6 millones de Dólares, con un crecimiento de 6.4% con respecto al año anterior. Según los datos de turismo receptor las regiones que más aportan con número de visitantes son: Centroamérica, con un 54.5 %; Norteamérica, 24.7%; Europa, 9.2%; y otros países, 11.6% (INGUAT 2008) (se

utilizaron datos del 2008, ya que es considerado el estudio de estadísticas de INGUAT más confiable en comparación a los de otros años, incluyendo los de años más recientes).

b. Definición de turismo. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) la definición de turismo <<son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos>> (Pérez 2004).

El turismo está compuesto por tres elementos básicos:

- Elemento dinámico, que se refiere a la toma de decisión del turista sobre qué destino o destinos visitará y los factores económicos, sociales e institucionales que influyen en la toma de esta decisión;
- el hospedaje en el destino, lo cual incluye la interacción con factores sociales, culturales y naturales del destino, y
- una consecuencia como resultado de los dos elementos anteriores, la cual pueden ser impactos sobre la cultura, naturaleza o factores sociales del destino (Wall y Mathieson 2006).

2. Tipos de turismo

a. Turismo sostenible. <<Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo>> (WTO 2004).

<<Por lo tanto, el turismo sostenible debe: 1) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la

diversidad biológica. 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural. 3) Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza >> (WTO 2004).

El turismo sostenible se basa en diez principios, los cuales son:

1. Utilización sostenible de los recursos.
2. Reducción del consumo y los desechos.
3. Mantener la diversidad.
4. Planificación del turismo.
5. Ayudar la economía local.
6. Involucrar a la gente local.
7. Consultar a los empresarios y gente local.
8. Capacitar al personal.
9. Mercadeo de responsabilidades turísticas.
10. Incitar a la investigación (Fennel 2003).

Por lo tanto, el turismo sostenible no es un sector turístico sino un objetivo que todo tipo de turismo e industria turística debe cumplir, mejorando el desarrollo de los destinos (Pérez 2004).

b. Ecoturismo. Según la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES 2010, por sus siglas en inglés), *<<el ecoturismo es un viaje responsable a áreas naturales que conservan el medio ambiente y ayuda a mejorar el nivel de vida de la gente local>>* (TIES 2010). Dentro del ecoturismo se realizan actividades como: avistamiento de aves, fotografía, observación de ballenas, senderismo, buceo, entre otras actividades (TIES 2010).

Todo el que practique ecoturismo debe cumplir con los siguientes principios: minimizar el impacto; tener conciencia ambiental y cultural y respeto; brindar experiencias positivas tanto para los locales como para el turista; brindar ingresos económicos para la conservación; brindar ingresos y trabajos para la gente local, y crear sensibilidad política, ambiental y social en el país anfitrión (TIES 2010).

El ecoturismo puede traer consigo beneficios económicos, ambientales y sociales. Entre los beneficios económicos se encuentra el brindar empleos e ingresos a la comunidad anfitriona. Los ingresos pueden ser utilizados para la conservación de los recursos naturales, educación ambiental para visitantes, promoción de la conservación del patrimonio cultural y natural, entre otros (TIES 2010).

c. Turismo comunitario. <<El turismo comunitario es el turismo desarrollado en zonas rurales en el que la población local, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de distintas estructuras organizativas de carácter colectivo y promoviendo la participación de los miembros involucrados, ejerce un papel protagónico en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios>> (Cañada 2009).

3. Conceptos. En la siguiente sección se presentan algunos conceptos básicos sobre turismo.

a. Destino turístico. Es un área que cuenta con diferentes bienes culturales y/o naturales con potencial para el desarrollo de actividades turísticas con cierta visitación e infraestructura necesaria (Martínez 2003). En el caso de Guatemala, el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) clasificó los destinos turísticos por regiones, las cuales son:

Pacífico, Exótico y Diverso.

Oriente, Místico y Natural.

Guatemala, Moderna y Colonial.

Izabal, un Caribe Verde.

Altiplano, Cultura Maya viva.

Verapaces, Paraíso Natural.

Petén, Aventura en el Mundo Maya (INGUAT 2010).

b. Ruta turística. Con base en AECI e INGUAT (2006), se define una ruta turística como *«un recorrido turístico de mayor o menor duración, organizado en torno a un tema, a lo largo de un espacio geográfico determinado»*.

Los temas de apoyo para una ruta turística pueden ser culturales, patrimoniales (monumentales, naturales), deportivos y gastronómicos, entre otros. También es posible combinar varios temas dentro de una ruta, o combinar un tema básico con temas complementarios, así como combinaciones de temporadas y distintos niveles de servicios. Esto con el fin de abrirse a más grupos o segmentos de demanda en el mercado y evitar así la estacionalidad (AECI e INGUAT 2006).

c. Circuito turístico. Un circuito turístico es un recorrido turístico de varios días en un espacio homogéneo, que es complementado por la proximidad de atractivos y servicios (AECI e INGUAT 2006). Se desarrolla con base en una red vial ya existente, incorporando distintos productos y servicios que son movilizadas y aprovechados por diferentes usuarios (Martínez 2003). Los circuitos se describen en función de: *<< recorrido del circuito, centros urbanos existentes, rutas alternativas, medios de transporte existentes, atractivos turísticos en el recorrido, actividades turísticas posibles a realizar, tiempo estimado del recorrido. El circuito o corredor turístico es importante para vincular zonas y áreas turísticas>>* (Martínez 2003).

d. Segmento de mercado. Un segmento de mercado es un grupo identificado de la población total que hace posible el diseño, promoción, precio y entrega de un producto/servicio, con el objetivo de satisfacer las necesidades y demandas del consumidor. El segmento de mercado se identifica y define por medio de patrones de comportamiento de los consumidores (Middleton 1998). La segmentación de mercado ayuda a mejorar el desarrollo de productos y estrategias de mercado basados en el mercado objetivo, en lugar de tratar de complacer a todo el mercado desperdiciando recursos. Los

segmentos de mercado se pueden identificar: geográficamente, demográficamente (edad, sexo, ingresos, grupo étnico, nacionalidad, religión, ocupación, entre otros), o psicológicamente (valores, motivaciones, intereses, actitudes, deseos) (Göeldner y Brent 2008).

e. Producto turístico. <<Un producto turístico es la suma de componentes tangibles e intangibles diseñados e implementados que incluyen los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el ecoturista percibe>> (Martínez 2003). En el Cuadro 1 se observa la clasificación de los componentes de un producto.

Cuadro 1. Clasificación de los componentes de un producto turístico.

Orientación	Descripción
Orientado hacia el turista	Los bienes y servicios son producidos para satisfacer las necesidades y demandas del turista, por ejemplo transporte, hospedaje y guías de turismo.
Orientado a los residentes	Bienes y servicios producidos para el uso y consumo de la población local, por ejemplo, infraestructura, seguridad y tiendas.
Producto integrado	Es la suma de los bienes y servicios orientados hacia el turista y a los residentes.

Fuente: Barrera, s.f.

f. Recurso turístico. El recurso turístico es sobre lo que se desarrolla la actividad turística, como la naturaleza, cultura, historia, equipo, etc. Los recursos turísticos se pueden clasificar en varias categorías como: atractivos naturales, patrimonio histórico y museos, manifestaciones culturales y folklore, realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados (Barrera s.f.).

g. Atractivo turístico. Los atractivos son elementos de un destino, individual o en conjunto, que sirven como motivación primaria para visitar el sitio. En el Cuadro 2 se observa la clasificación de los atractivos turísticos.

Cuadro 2. Clasificación de los atractivos turísticos.

Atractivos	Descripción
Atractivos naturales	Paisajes, playas, bosques y clima.
Atractivos construidos	Paisajes rurales históricos o nuevos, por ejemplo, Venecia, <i>Disneyland</i> , París y Boston.
Atracciones bajo manejo	Parques temáticos, sitios de herencia industrial o proyectos de regeneración urbana.
Atractivos culturales	Teatros, museos, tradiciones y folklore.
Atracciones sociales	Las oportunidades de convivir con la gente local en condiciones distintas a su lugar de origen.

Fuente: Middleton, 1998.

h. Paquete turístico. Un paquete turístico es la venta de varios servicios/productos por un mismo precio en determinado tiempo. Desde el punto de vista del visitante, un paquete turístico es la unión de diferentes productos/servicios en una sola experiencia, por un mismo precio. Dentro de un paquete turístico se incluye: transporte, alimentación, guías, atractivos, programas, compras, actividades y experiencia (*The Tourism Company* 2000).

- 1. Alojamiento.** Son las facilidades de hospedaje en un destino turístico. Las formas más comunes son hoteles, moteles, casas de huéspedes, campamentos, *bed and breakfasts*, entre otros (Göeldner y Brent 2008).
- 2. Transporte.** Es la industria que hace posible el traslado de turistas de un sitio a otro. Las formas más comunes de transporte son: terrestre (carro, bus, bicicleta), aéreo (avión, helicóptero) y acuático (lanchas, *ferries*) (Middleton 1998).
- 3. Alimentación.** Es la industria del turismo que le brinda alimentos al visitante, el más utilizado son los restaurantes (Middleton 1998).

i. Mezcla de mercadeo. La mezcla de mercadeo está conformada por los componentes de la actividad empresarial que tiene como objetivo aumentar la satisfacción del cliente, ofreciendo mejores productos y servicios a un precio apropiado. La mezcla de mercado está compuesta por producto, precio, plaza y promoción (SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009). En el Cuadro 3 se describen cada uno de estos componentes.

Cuadro 3. Componentes de mezcla de mercado.

Componente	Descripción
Producto	Es la combinación de bienes y servicios que se venden u ofrecen a un mercado meta. Cada producto debe tener atributos y características distintivas de los que ofrece la competencia.
Precio	Es cuánto cuesta el producto y/o servicios que se ofrece.
Plaza	Se refiere a dónde y cómo serán distribuidos los productos y/o servicios. Ejemplos: hoteles, <i>tour</i> operadores, comunidades.
Promoción	Es el conjunto de actividades que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos de mercadeo, las cuales incluyen todos los elementos anteriores (producto, precio, plaza) y también medios de comunicación y publicidad. Ejemplo: Noche de hotel en el Lago Atitlán 2X1.

Fuente: SNV, *Rainforest Alliance* y CI, 2009.

4. Mercadeo de servicios. Los servicios incluyen todas las actividades económicas cuyo resultado final no es un producto físico o una construcción, generalmente es consumido al momento de ser producido y tiene un valor agregado intangible para sus consumidores. Un servicio es perecedero, intangible, variable e inseparable (Zeithaml y Bitner 2000).

El mercadeo de servicios incluye tres componentes adicionales a las tradicionales P's de la mezcla de mercado mencionados anteriormente, estos son: persona, evidencia física y proceso. En el Cuadro 4 se explica detalladamente cada uno de estos componentes (Zeithaml y Bitner 2000).

Cuadro 4. Componentes de mercadeo de servicios.

Componente	Descripción
Persona	Incluye a todos los actores humanos que forman parte de la entrega del servicio incluyendo a los empleados y clientes.
Evidencia física	Es el ambiente donde se hace entrega del servicio, donde los empleados y el cliente interactúan, y todos los componentes tangibles que facilitan la creación del servicio. Entre estos: material impreso, equipo, diseño del sitio, señalización, entre otros.
Proceso	Se refiere a los procesos, mecanismos y actividades actuales que hacen posible la entrega del servicio.

Fuente: Zeithaml y Bitner, 2000.

5. Evaluación de productos/servicios ecoturísticos. Consiste en la evaluación de calidad de la operación de servicios de alimentación, alojamiento, visitas guiadas, responsabilidad ambiental, mercadeo e imagen con base en ciertos criterios, con el fin de mejorarlos. Dichos criterios ayudan a identificar las deficiencias de la empresa, implementar mejoras, y a la posible certificación de calidad de los productos/servicios (Morales 2001).

6. Proyectos turísticos en Chicamán. El Municipio de Chicamán se encuentra ubicado en el Departamento de El Quiché en Guatemala. En esta área se han llevado a cabo varios proyectos turísticos y arqueológicos. A continuación se describen algunos de los mismos (Cuadro 5).

Cuadro 5. Resumen de los proyectos turísticos en Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Nombre del proyecto	Descripción general	Objetivos	Resultados
<p>Proyecto para la Descripción de la Situación Actual y Plan de Acción para el Desarrollo Turístico de Chicamán, Quiché.</p>	<p>Parte del proyecto <<Ruta del Café>> presentado por ST-EP por MOVIMUNDO.</p>	<p>Desarrollar la descripción de la situación actual y plan de acción para el desarrollo turístico de los Municipios de Chajul, Cunén, Uspantán y Chicamán, Quiché, y San Cristóbal Verapaz, Alta Verapaz (Biótica 2006).</p>	<p>Se identificaron tres atractivos turísticos en Chicamán, Quiché. Estos son: Aldea Pajuil, <i>Tubing</i> en el Río Chixoy y Finca Puente Piedra Maya Soch. También se identificaron cuatro establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje, de los cuales sólo dos fueron descritos como aptos para la recepción de turistas. En cuanto al servicio de alimentación, son pocos los lugares que cumplen con buenos estándares de calidad (Biótica 2006).</p>
<p>Proyecto 2006-2008 de MOVIMUNDO</p>	<p>Este proyecto se realizó como iniciativa de la Asociación del Comité de Autogestión Turística de Chicamán (ACAT), con el apoyo financiero de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y ejecutado por MOVIMUNDO (ACAT 2009).</p>	<p>Desarrollo de infraestructura en <i>Tubing</i> Río Chixoy; capacitación a comunitarios de Chixoy a través del Instituto Nacional de Capacitaciones (INTECAP); equipamiento para realizar el <i>tour</i> de “<i>tubing</i>” en el Río Chixoy, y promoción del <i>Tubing</i> Río Chixoy (ACAT 2009).</p>	<p>Construcción de 2.3 km de sendero interpretativo a orillas del río, dos áreas de descanso y un área para comedor en <i>Tubing</i> Río Chixoy; comunitarios de Chixoy capacitados en: primeros auxilios, guías, atención al cliente, relaciones humanas, liderazgo, manejo de grupos, seguridad, ecoturismo; proyecto <i>Tubing</i> Río Chixoy equipado con chalecos, cascos y tubos; afiches, trifoliales y un documental del <i>Tubing</i> Río Chixoy, y descripción de la ruta turística Chicamán 2006, Quiché (ACAT 2009).</p>
<p>Proyecto <i>Tubing</i> Chixoy</p>	<p>Proyecto ecoturístico comunitario que ha sido apoyado financieramente por la OMT, asistencia técnica de MOVIMUNDO, y ejecutado por los comunitarios de Aldea el Jocote, Chicamán y supervisión y acompañamiento de ACAT de Chicamán (Anónimo 2007).</p>	<p>Este proyecto fue diseñado para que el turista pueda disfrutar de los diferentes atractivos naturales del sitio y conocer la cultura de la comunidad, dejando beneficios económicos a la misma. Además, ayuda a fomentar la conservación de los recursos naturales y la cultura, convirtiéndose al mismo tiempo en una fuente alternativa de ingresos económicos que mejoren el nivel de vida de la población (Anónimo 2007).</p>	<p>Diseño del recorrido por el Río Chixoy. El producto consiste en realizar un paseo en tubo de hule el Río Chixoy, donde el visitante es impulsado por corrientes de agua mientras admira la naturaleza del lugar. Además se realizan recorridos por las minas de yeso, cañón de las golondrinas y senderos interpretativos por el bosque. La comunidad cuenta con guías especializados, equipo y paquetes turísticos (Anónimo 2007).</p>

B. Justificación

Chicamán es un municipio que cuenta con varios atractivos naturales y culturales, donde el visitante puede tener una experiencia inolvidable, dejando al mismo tiempo beneficios económicos para las comunidades. Actualmente, existe bastante interés por parte de la Asociación de Comité de Autogestión Turística en renovar e implementar nuevos servicios, productos e infraestructura, con el objetivo de alcanzar un mejor desarrollo del área.

Se propone, mediante este trabajo de graduación, la evaluación del potencial turístico y la propuesta de nuevos productos en los atractivos identificados en el área, un marco de trabajo que permita el desarrollo del área. La evaluación ayudará a la identificación de aspectos que se deben mejorar e implementar para brindar un servicio de calidad, el cual logre satisfacer al visitante lo mejor posible, aumentando así el número de visitantes en el área.

Como resultado de la identificación de los atractivos turísticos, principales actores en la actividad turística del área y la evaluación de potencial, se propondrán paquetes turísticos que incluyan los diferentes productos y servicios identificados en cada uno de los atractivos. La existencia de un paquete turístico es importante cuando se ofrece un destino porque facilita la visita, teniendo un viaje planificado donde se incluyan los servicios y productos básicos durante su estadía.

En un futuro, como parte de algún proyecto turístico en el área, con base en la evaluación e implementación de las recomendaciones dadas con este trabajo se podría desarrollar un circuito turístico con los atractivos identificados. El circuito incluiría servicios y productos con base en los atractivos locales, cumpliendo las necesidades y demandas del visitante potencial. La implementación de un circuito turístico mejoraría la planificación turística, permitiendo un desarrollo turístico sostenible.

Algunos trabajos de graduación de Ecoturismo relacionados con evaluación de potencial turístico que cabe mencionar son: *Desarrollo de una Metodología de Evaluación Ecoturística y su Implementación en la Microrregión Corredor Biológico Sierra de las Minas-Bocas del Polochic, Izabal, Guatemala* (De Urioste 1997); *Creación e Implementación de una Metodología para Evaluar el Potencial Ecoturístico de la Microrregión San Lorenzo-Santa Rosalía, Sierra de las Minas* (Flores 1997); *Evaluación del Potencial y Desarrollo de un Producto Turístico Sustentable en la Zona de Protección Especial del Río Sarstún, Izabal, Guatemala* (Zaparolli 2001), y *Estudios para el Desarrollo Turístico de San Pedro La Laguna, Sololá: Mercado Turístico, Análisis del Potencial Ecoturístico y Perfil de Factibilidad* (Herrera 2003).

En el área de Chicamán no se ha realizado ningún tipo de evaluación de potencial turístico, el cual permita al dueño o encargado del atractivo identificado conocer los aspectos positivos de la actividad turística y los aspectos que debe mejorar. De igual manera, no se ha realizado una evaluación de los productos en donde se incluya el componente de calidad, ya que muchas veces la calidad de los mismos es baja, lo que provoca una mala experiencia en el visitante. En cuanto a la metodología utilizada, las herramientas fueron modificadas incorporando nuevos aspectos a evaluar. Además, se utilizaron distintas herramientas y fuentes de información para lograr una triangulación de los resultados, logrando de esta manera un análisis de la situación turística desde diversos ángulos. Este trabajo de graduación ayudará a identificar los aspectos a mejorar y a desarrollar productos con base en las necesidades y demandas del visitante potencial, logrando que esta área sea un destino más competitivo que cuente con servicios y productos de mejor calidad (SNV, *Rain Forest Alliance* y CI, 2009).

C. Objetivos

1. Objetivo general

Evaluar el potencial turístico, y hacer una propuesta de nuevos productos con base en los atractivos turísticos identificados en Chicamán, El Quiché.

2. Objetivos específicos

- Identificar y evaluar los atractivos turísticos existentes en el área de estudio.
- Identificar los principales prestadores de servicios turísticos.
- Evaluar la calidad de los servicios asociados a cada uno de los atractivos identificados.
- Evaluar el interés de los prestadores de servicios y de la población cercana a los atractivos turísticos a formar parte de los productos propuestos.
- Identificar los principales canales de distribución de los productos existentes actualmente en Chicamán.
- Definir el perfil del visitante potencial.
- Evaluar el interés del visitante potencial en visitar los atractivos identificados.
- Evaluar y proponer paquetes turísticos para Chicamán.

Villar 1999). En la parte Sur se pueden apreciar tierras fértiles y pobladas en el Valle del Motagua, por el Norte los Cuchumatanes, y a un lado bosques vírgenes en el área Ixcán (Stewart 2006).

El Quiché es uno de los departamentos antiguamente más poblados y diversos. Como resultado, junto con Huehuetenango es uno de los territorios con mayor número de idiomas hablados. El idioma oficial es el español, pero mayoritariamente se hablan varios idiomas mayas entre estos: uspanteko, ixil, sakapulteko, k'iche' y q'eqchí (Máximo y Villar 1999).

Debido a su gran diversidad cultural y natural, El Quiché es uno de los destinos más visitados en Guatemala. Uno de los municipios más visitados es Chichicastenango, el cual es famoso por los rituales mayas realizados frente a la iglesia El Calvario por sacerdotes mayas. También cuenta con varios sitios arqueológicos como Gumarkaaaj en Santa Cruz del Quiché y Xutixtiox y Chuitinamit en Sacapulas, entre otros. Dentro de los sitios recreativos están las Grutas en Cunén y las Cataratas de Nebaj (Máximo y Villar 1999).

2. Chicamán. El Municipio de Chicamán se encuentra al Sureste del Departamento de El Quiché, y tiene una extensión territorial de 513 km². La cabecera municipal, Chicamán, se encuentra 256 km de la ciudad de Guatemala. Ubicado en la región de las tierras altas sedimentarias, a 2,227msnm en la parte más alta llamada Cumbre de El Amay, y en la parte más baja en el Río Chixoy a 448 msnm (Inforpress s.f.). En el 2002 contaba con una población total de 25,280 (INE 2002). La mayoría de la población es indígena, con 76.63%, compuesta principalmente por la etnia quiché, aunque también hay pokomchí y q'eqchí (INE 2002).

La principal actividad económica es la agricultura. Cultivan maíz y frijol, utilizados en la dieta alimenticia diaria. En lo que respecta a la producción comercial cultivan caña de azúcar (para panela), café tradicional y orgánico, cardamomo, banano, pacaya, izote poni y tomate (Inforpress s.f.). Otra fuente de ingresos es la elaboración de artesanías locales, las cuales consisten en artículos de palma. Algunas de estas artesanías son: <<petates, escobas,

sombreros, canastos y colchones de palma, marimbas y objetos de barro>>> (Biótica 2006).

En cuanto a turismo en Chicamán, entre los atractivos turísticos más conocidos y visitados están: Las Chorreras, Poza las Tortugas, Parque Regional El Amay y las cataratas de Cuatro Chorros (Anónimo 2007).

B. Procedimientos

El propósito de la investigación cualitativa es comprender a profundidad, utilizando diferentes técnicas para generar información, y utilizando la literatura para el análisis de la misma. El papel del investigador es generar información con los participantes y actuar como facilitador. La información obtenida se organiza y se codifica, buscando patrones para comprender a profundidad y hacer descripciones a detalle. El propósito de la investigación cuantitativa es establecer relaciones entre variables. También pretende explicar, predecir o controlar, colectando información por medio de la selección al azar de los sujetos de estudio. El investigador actúa como informante, siendo objetivo durante toda la investigación y reduciendo el sesgo. La información colectada generalmente es analizada mediante pruebas estadísticas (Creswell 2009).

El desarrollo del presente trabajo de graduación consistió en una investigación cualitativa y cuantitativa. En cuanto al componente cualitativo, se buscó conocer a profundidad las opiniones sobre los servicios y productos turísticos existentes en el área de Chicamán, El Quiché (Creswell 2007). El componente cuantitativo fue utilizado para el análisis del perfil del visitante, establecer relaciones y observar tendencias en la información relacionada al tema de visitantes potenciales (Creswell 2009).

El trabajo constó de cinco etapas principales: a) Descripción de la situación turística actual del área de estudio, b) análisis del potencial turístico de los atractivos identificados, c) elaboración del perfil del visitante potencial, d) evaluación de paquetes turísticos existentes que incluyen los atractivos identificados, y e) evaluación del interés de los

prestadores de servicios y de la población cercana a los atractivos a formar parte de los productos propuestos.

1. Descripción general del área y servicios básicos de Chicamán, El Quiché. Como primera parte de la investigación se realizó una revisión bibliográfica sobre aspectos históricos, culturales, económicos, sociales, ecológicos, turísticos y arqueológicos, los cuales fueron utilizados para la descripción general del área (ver Ficha 1 en anexos) (Zaparolli 2001). Para complementar y ampliar la revisión bibliográfica se realizaron entrevistas semi-estructuradas cara a cara con miembros de la Asociación de Comité Turístico de Chicamán (ACAT), y con el encargado del fortalecimiento de destinos turísticos comunitarios en El Quiché de la Fundación MOVIMUNDO Guatemala, con el objetivo de tener una descripción más detallada de la situación actual y de los servicios básicos existentes (ver Entrevista 1 en anexos) (Creswell 2007). Los participantes fueron seleccionados utilizando la técnica de bola de nieve, en la cual las personas entrevistadas dieron referencia de otros posibles entrevistados, hasta llegar al punto de saturación (Malhotra 2008 y Creswell 2007).

Antes de realizar las entrevistas, se llevó a cabo una prueba piloto para validar el instrumento y evaluar si las preguntas incluidas eran las adecuadas para la recolección de datos necesarios (Malhotra 2008). También se realizó una carta de consentimiento informado, la cual se les leyó a los participantes antes de realizar la entrevista, y donde se explicaba al entrevistado el objetivo del estudio y que los datos recabados serían confidenciales y utilizados sólo para fines educativos (Creswell 2007).

2. Descripción de la situación turística actual e identificación de atractivos turísticos del área de Chicamán, El Quiché. Se utilizó la ficha guía de recopilación de información en el campo para la descripción de la situación turística actual, la cual tomaba en cuenta aspectos como el perfil del turista actual, interés local para el desarrollo de ecoturismo, oportunidades recreativas existentes y atractivos del área (ver Entrevista 2 en anexos). Los atractivos mencionados fueron utilizados para el inventario de atractivos turísticos existentes en el área de Chicamán, El Quiché. Dichos datos fueron recolectados

mediante entrevistas semi-estructuradas a miembros de ACAT. Con los datos obtenidos se realizó una descripción a detalle de la situación turística actual y el inventario de atractivos identificados.

3. Categorización de atractivos turísticos identificados. Luego de la identificación de atractivos se hicieron visitas de campo a cada uno de los mismos, con el objetivo de categorizarlos, es decir, evaluar a profundidad el potencial turístico de cada uno de los atractivos con base en las siguientes categorías: valor del atractivo, nivel de confort, impacto potencial y factores externos (ver Ficha 3 en anexos). La forma de ponderación para el análisis de categorización de atractivos se hizo mediante indicadores establecidos para cada categoría. A cada uno de los indicadores se le otorgó un valor y puntaje con base en los parámetros descritos por De Urioste (1997). Al tener la evaluación de cada aspecto, se realizó la sumatoria final de cada categoría sobre la cual se sacó el promedio de los mismos. Con base en el promedio calculado se realizó una descripción a detalle e interpretación de los resultados según los criterios de categorización de atractivos (De Urioste 1997). En el Cuadro 6 se describen los valores otorgados según cada parámetro.

Cuadro 6. Descripción de los valores otorgados a cada parámetro.

Valor	Puntaje
Baja	1
Media	2
Alta	3
No aplica	0

Fuente: De Urioste, 1997.

4. Evaluación de productos y servicios de los atractivos identificados del área de Chicamán, El Quiché. Una vez identificados y categorizados los atractivos turísticos se realizó la evaluación de productos y servicios. Dentro de esta evaluación se entrevistó cara a cara al dueño y/o encargado de cada uno de los atractivos identificados sobre aspectos generales como: visitación, infraestructura, servicios/productos turísticos, actividades turísticas realizadas, personal, paquetes y publicidad desarrollada para el sitio turístico (Ver Entrevista 3 en anexos) (De Urioste 1997). Dichos datos fueron utilizados para la descripción a detalle de los sitios evaluados.

Para una evaluación más detallada se utilizó la modificación de la Guía Metodológica para la Evaluación de Productos Ecoturísticos (Morales 2001), la cual fue utilizada en el 2009 por estudiantes de la Licenciatura en Ecoturismo para la evaluación del potencial turístico del Parque Nacional Mirador-Río Azul, Petén (Ver fichas sobre evaluación de productos y servicios ecoturísticos en anexos). Dicha ficha fue modificada con base en la *Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica*, agrupando los aspectos evaluados en tres secciones principales: ambiental, empresarial y sociocultural. Además se utilizó la ponderación propuesta en la *Guía de Buenas Prácticas* para el análisis de la evaluación de productos turísticos propuestos por Morales (2001) para verificar la existencia de los servicios y productos (SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009).

Se dividieron los criterios de evaluación en tres secciones: ambiental, sociocultural, y empresarial. El puntaje máximo para la sección ambiental puede ser de 62, para la sociocultural puede ser 58, y para la empresarial puede ser 193: puntaje que depende de la cantidad de criterios evaluados en cada una de las secciones. De estos criterios a evaluar se hizo una categorización: Cumple, Cumple Parcial, No Cumple y No Aplica (SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009). Se asignó Cumple cuando la empresa cumple al 100% el criterio que se está evaluando, como por ejemplo, le empresa debe tener por escrito su visión, misión y objetivos, por lo tanto si los ha determinado y puesto por escrito dentro de su Plan de Desarrollo Turístico cumple al 100%. Se asignó Cumple Parcial cuando la empresa realiza acciones pero no las documenta, por ejemplo, tienen claro cuál es su misión, visión y objetivos pero no los ha puesto por escrito. Se asignó No Cumple cuando definitivamente no hay acción, política o registro escrito que demuestre el cumplimiento del criterio evaluado (o sea que no cuenta con la misión, visión y objetivos por escrito y mucho menos las ha definido). Por último, se da un No Aplica cuando por la naturaleza del quehacer de la empresa no tiene relación con el criterio evaluado por ejemplo, en un sitio donde no hay luz eléctrica no se evalúa el criterio de si se utilizan focos ahorradores de luz). En el Cuadro 7 se observa el valor que le corresponde a cada aspecto evaluado de la metodología para la ponderación (Morales 2001 y SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009).

Cuadro 7. Descripción de los posibles valores otorgados a cada aspecto evaluado (existencia).

Letra	Significado	Valor
	Existencia	
A	Sí cumple totalmente	1
B	Cumple parcialmente	0.5
C	No cumple	0
D	No aplica	9

Fuente: Modificado de Morales, 2001 y SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009.

A cada uno de los cuatro criterios se les otorgó un valor que refleja la existencia del producto/servicio evaluado. Por cada sección se realizó la sumatoria de cada ítem que cumplía con los criterios establecidos, para luego realizar la sumatoria respecto al valor asignado de cada ítem, teniendo una calificación por sección. Por último, se estimó el porcentaje para una calificación total. En el Cuadro 8 se describen los valores que se pueden obtener al final de los cálculos, y su significado con respecto al potencial ecoturístico del sitio.

Específicamente para el tema de senderos, se utilizó la ficha para evaluación de recorrido por senderos que toma en cuenta la infraestructura existente y servicio de guía (López 2009) (Ver Ficha 2 en anexos).

Cuadro 8. Descripción de criterios de potencial ecoturístico.

Valor (Promedio del valor de la sumatoria total de criterios cumplidos de cada sección)	Criterio de potencial ecoturístico	Descripción
Menos del 30%	Bajo	El porcentaje de la sumatoria total del valor otorgado para cada criterio nos indica que la mayoría de criterios requeridos no cumple con los estándares descritos dentro de la evaluación de potencial turístico.
Del 31% a 60%	Media	El porcentaje de la sumatoria total del valor otorgado para cada criterio nos indica que la mayoría cumple parcialmente o no cumple; hay aspectos con los cuales debe mejorar.
Más del 60%	Alto	El porcentaje de la sumatoria total del valor otorgado para cada criterio nos indica que la mayoría cumple totalmente con los criterios descritos dentro de cada sección de la herramienta para evaluación de potencial turístico.

Fuente: Elaboración propia, 2011

Luego de calcular el porcentaje del criterio de potencial turístico, se hizo una tabla resumen que contiene la ponderación de cada eje evaluado, además de analizar los aspectos a mejorar de manera general.

5. Definir el perfil del visitante potencial y evaluar el interés sobre la posible visita a los atractivos identificados. Esta parte de la metodología consistió en tres etapas que tuvieron como objetivo definir el perfil del visitante potencial y evaluar el interés sobre la posible visita a los atractivos identificados en Chicamán, El Quiché.

a. Entrevista con hoteleros de Chicamán y Uspantán, El Quiché.

Como primer punto se hizo un inventario de los hoteles existentes en las cabeceras municipales de Chicamán y Uspantán, con el objetivo de realizar un censo de los once hoteles identificados mediante entrevistas semi-estructuradas a todos los dueños o encargados de hoteles. Dicha entrevista incluyó aspectos generales sobre instalaciones, servicios, temporadas turísticas y tipo de visitantes (ver Entrevista 4 en anexos). La entrevista fue confidencial (Creswell 2007). Los datos obtenidos ayudaron al desarrollo del perfil de visitante, así como a la identificación de servicios ofrecidos dentro del sector turístico por cada uno de los hoteles. Como parte del procedimiento se realizó una prueba piloto con el objetivo de validar dicha herramienta. Dichos datos fueron analizados mediante la codificación, categorización y descripción a detalle (Malhotra 2008 y Creswell 2007).

b. Entrevista a tour operadores del área de El Quiché.

Se realizó un censo a los tour operadores que trabajan en el área de Chichicastenango, El Quiché, con base en la lista proporcionada por la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR). A ambos tour operadores se les hizo una entrevista semi-estructurada sobre el tipo de servicios que ofrecen, destinos vendidos, perfil de visitante que requiere sus servicios e interés sobre la visita a los atractivos identificados (ver Entrevista 5 en anexos). La entrevista fue confidencial (Creswell 2007).

Los datos obtenidos ayudaron al desarrollo del perfil de visitante, así como a la identificación de servicios ofrecidos dentro del sector turístico por cada uno de los tour operadores. Como parte del procedimiento se realizó una prueba piloto con el objetivo de validar dicha herramienta. Dichos datos fueron analizados mediante la codificación, categorización y descripción a detalle (Malhotra 2008 y Creswell 2007).

c. Cuestionarios a turistas en Chichicastenango, El Quiché. Se realizó un cuestionario utilizando los criterios del boletín anual de estadísticas de turismo de 2008 (INGUAT 2008), con el objetivo de definir el perfil del visitante potencial de los atractivos identificados (ver Cuestionario 1 y Cuestionario 2 en anexos). Los cuestionarios se llevaron a cabo en Chichicastenango por ser el centro turístico más cercano. La muestra de los visitantes se calculó con base en las estadísticas de turismo del INGUAT (2008) referentes al área de Chichicastenango, cuya población fue de 1,029 visitantes para el 2008. La muestra se calculó con un intervalo de confianza del 90% y un porcentaje de error del 10%, siendo esta de 64 participantes. Los sitios donde se pasaron los cuestionarios a los turistas fueron seleccionados utilizando como criterio los más visitados o transitados turísticamente, siendo estos: Enfrente de la iglesia Santo Tomás, Museo regional de Arte, restaurante Los Cofrades y Hotel Santo Tomás. Se hizo una rotación cada hora en cada uno de los sitios, utilizando un diseño muestral probabilístico sistemático, seleccionando a los visitantes con un intervalo de siete personas. Cuando uno de los seleccionados no quería colaborar, se pasaba a la siguiente persona. Los días fueron jueves y domingo, ya que son los días de mercado, y por lo tanto los días con mayor visitación en comparación con el resto de la semana. El horario fue de 7:30 a.m. a 3:00 p.m.

Los cuestionarios fueron realizados de manera confidencial, respetando la identidad del participante. Para validar dicha herramienta se realizaron pruebas piloto. En cuanto al análisis de los datos obtenidos, se realizaron pruebas estadísticas descriptivas e inferenciales utilizando el programa SPSS, realizando cálculo de porcentajes conjuntos, tablas cruzadas o de contingencia, de respuestas múltiples y personalizadas y chi-cuadrado, con el objetivo de organizar los datos, ver tendencias y relaciones entre variables (ver Cuadro 52 en anexos) El estadístico Chi-cuadrado <<se utiliza para probar la significancia

estadística de la asociación observada en una tabulación cruzada. Ayuda a determinar si existe una relación sistemática entre dos variables >>>. Existe una relación sistemática cuando el valor-p es menor a 0.05 (Graziano & Raulin 2000 y Malhotra 2008).

En el Cuadro 9 se resume el diseño de muestro utilizado para la selección de participantes para el perfil del visitante y para la evaluación del interés sobre la posible visita a los atractivos identificados. En el mismo se describe el grupo objetivo, la población, el elemento y la unidad de análisis que fue seleccionada. Además, el marco muestral que fue utilizado para la selección de cada uno los grupos objetivo del diseño de muestreo.

Cuadro 9. Diseño de muestro de selección de participantes para definir el perfil del visitante y evaluar el interés sobre la posible visita a los atractivos identificados.

Grupo objetivo	Población	Elemento	Unidad de análisis	Marco muestral	Diseño de muestreo	Herramientas
Hoteleros	Hoteleros de Chicamán y Uspantán, El Quiché.	Dueños o encargados	Hoteles	Listado de hoteles en Chicamán y Uspantán, El Quiché.	Censo	Entrevista 4
Tour operadores	Tour operadores del área de El Quiché.	Dueños o encargados	Tour operadores	Listado de los tour operadores del área de Chichicastenango, El Quiché, proporcionado por CAMTUR.	Censo	Entrevista 5
Turistas	Turistas de Chichicastenango en el 2011	Turistas que visitan Chichicastenango en el 2011	Turistas	Selección sitio, día, horario por criterio. Turistas al azar	Los sitios por criterio y los turistas probabilístico o sistemático.	Cuestionario 1 y Cuestionario 2

Fuente: Elaboración propia, 2010

6. Evaluación y propuesta de paquetes turísticos. Luego de realizadas la visitas de campo se desarrolló la evaluación de paquetes turísticos existentes elaborados por MOVIMUNDO en el 2010, utilizando los resultados de la Entrevista 1 sobre aspectos generales del sitio turístico, el *Manual para la Elaboración de Paquetes Turísticos (The Tourism Company 2000)*, y los datos obtenidos con la evaluación de productos/servicios de cada uno de los atractivos (Morales 2001) (Ver Ficha 3 en anexos). Con base en los resultados de la evaluación de los paquetes turísticos existentes se elaboraron nuevos paquetes, actualizando los productos, servicios y precios anteriormente incluidos (Malhotra 2008).

7. Evaluación del interés de los prestadores de servicios turísticos y la población cercana en participar en los productos propuestos en cada uno los atractivos turísticos identificados. Dentro de las entrevistas realizadas para definir el perfil del visitante se les preguntó a los tour operadores anteriormente identificados el interés en formar parte de los productos propuestos. Dentro de la explicación se les mencionó aspectos básicos de los atractivos como: distancia, tiempo de viaje, acceso, atractivos (naturales y culturales), actividades, servicios, y se les mostró fotos del lugar. Con esta información no sólo se pretendió evaluar el interés, sino informar a los prestadores de servicios turísticos de dichos destinos para que en un futuro se puedan establecer alianzas estratégicas con los mismos, aumentando el número de visitación. Los datos generados por esta entrevista fueron descritos a detalle, analizando a profundidad sus comentarios y/o sugerencias. Como parte del procedimiento se realizaron pruebas piloto con el objetivo de validar la herramienta (Malhotra 2008).

8. Triangulación. La triangulación se basa en analizar datos recolectados utilizando diferentes técnicas, lo cual permite un análisis de la situación desde diversos ángulos. Se refiere a realizar una triangulación de métodos de diseño o recolección de datos, analizando coincidencias y diferencias. Para esta investigación se utilizaron diferentes instrumentos (cualitativos o cuantitativos) como entrevistas, encuestas, fichas de evaluación, entre otras, para tener diferentes fuentes de información y poder llegar a las mismas conclusiones (RENA 2008). A continuación se presenta cada una de las etapas de triangulación que se llevaron a cabo.

a. Descripción general del área de Chicamán, El Quiché. Como parte de la triangulación para describir la situación actual del área de estudio desde varias perspectivas se realizó una revisión bibliográfica, se utilizaron los datos obtenidos de las entrevistas a miembros del ACAT y encargados de proyectos turísticos de la fundación MOVIMUNDO sobre aspectos generales, servicios básicos y situación actual del turismo del área (Entrevista 1, 2, 3), y se hizo observación estructurada sobre aspectos turísticos del área, teniendo como resultado datos a detalle de cada uno de los aspectos considerados.

b. Evaluación del potencial turístico del área. Para realizar la evaluación del potencial turístico del área se utilizó la información obtenida de las entrevistas a los miembros de ACAT y encargados de proyectos de turismo sobre los servicios básicos del área y situación turística en el área. De igual forma, se utilizó la información de las entrevistas realizadas a los dueños o encargados de los atractivos, la evaluación del recorrido de senderos, categorización y evaluación de productos y servicios existentes en los atractivos identificados. Por último, se tomaron en cuenta los datos obtenidos de las entrevistas a hoteles y tour operadores y de cuestionarios a visitantes Chichicastenango sobre el interés en la visita a los atractivos identificados.

c. Definir el perfil del visitante potencial. Para definir el perfil del visitante potencial se triangularon los datos recabados de las entrevistas realizadas a miembros de ACAT y encargados de proyectos turísticos sobre la visita en el área, a los dueños o encargados del atractivo identificado sobre el perfil de sus visitantes actuales, hoteleros y tour operadores sobre el perfil de los visitantes actuales que solicitan sus servicios y de las entrevistas a los actuales visitantes de Chichicastenango.

En el Cuadro 10 se resumen los pasos metodológicos llevados a cabo para la evaluación de potencial turístico y la propuesta de nuevos productos turísticos.

Cuadro 10. Resumen de pasos metodológicos utilizados para la evaluación del potencial turístico de Chicamán y la propuesta de nuevos productos/servicios turísticos.

Producto/Meta	Herramienta de investigación	Método de selección de participantes	Calidad y ética	Método de análisis de la información
<p>Descripción general del área de Chicamán, El Quiché.</p> <p>Inventario de atractivos turísticos del área de Chicamán, El Quiché.</p> <p>Lista de productos/servicios existentes en el área de Chicamán, El Quiché.</p>	<p>Ficha guía para la recopilación de información en el campo (De Urioste 1997).</p> <p>Entrevistas semi-estructuradas para la descripción general del área, dirigidas a miembros de ACAT y encargos de proyectos turísticos (Creswell 2007).</p>	<p>Muestreo bola de nieve, en el cual las personas entrevistadas dan referencia de otros posibles entrevistados, hasta llegar al punto de saturación. (Malhotra 2008 y Creswell 2007).</p>	<p>Prueba piloto para validar las herramientas.</p> <p>Confidencialidad del entrevistado.</p> <p>Triangulación (Malhotra 2008 y Creswell 2007).</p>	<p>Descripción a detalle de los resultados, los cuales serán analizados y codificados utilizando el programa de NVIVO (Creswell 2007).</p>
<p>Evaluación de los atractivos turísticos existentes en Chicamán, El Quiché.</p> <p>Categorización de los atractivos identificados.</p>	<p>Ficha guía para la recopilación de información en el campo (De Urioste 1997).</p> <p>Ficha de categorización de atractivos (De Urioste 1997).</p> <p>Guía metodológica para la evaluación de productos ecoturísticos (Morales 2001). Ficha para la evaluación del recorrido por senderos (López 2009).</p> <p>Entrevistas semi-estructuradas dirigidas a miembros del ACAT, encargados de proyectos turísticos y dueños o encargados de atractivos turísticos identificados (Creswell 2007).</p>	<p>Muestreo bola de nieve, en el cual las personas entrevistadas dan referencia de otros posibles entrevistados, hasta llegar al punto de saturación. (Malhotra 2008 y Creswell 2007).</p>	<p>Prueba piloto para validar las herramientas.</p> <p>Confidencialidad del entrevistado.</p> <p>Triangulación (Malhotra 2008 y Creswell 2007).</p>	<p>Descripción a detalle (Creswell 2007). Interpretación de los resultados con base en los criterios de categorización de atractivos y potencial turístico (De Urioste 1997 y Morales 2001).</p>

Continuación Cuadro 10.

Producto/Meta	Herramienta de investigación	Método de selección de participantes	Calidad y ética	Método de análisis de la información
Evaluación de los paquetes existentes en Chicamán, El Quiché.	<p>Guía metodológica para la evaluación de productos ecoturísticos (Morales 2001 SNV, <i>Rainforest Alliance</i> y CI 2009).</p> <p>Manual para la elaboración de paquetes turísticos (<i>The Tourism Company</i> 2000).</p> <p>Entrevistas semi-estructuradas dirigidas a los dueños o encargados de los atractivos turísticos (Creswell 2007).</p>	Muestreo por bola de nieve, en el cual las personas entrevistadas dan referencia de otros posibles entrevistados, hasta llegar al punto de saturación. (Malhotra 2008 y Creswell 2007).	<p>Prueba piloto para validar las herramientas.</p> <p>Confidencialidad del entrevistado.</p> <p>Triangulación (Malhotra 2008 y Creswell 2007).</p>	
<p>Definir el perfil de visitante potencial.</p> <p>Evaluar el interés sobre la posible visita a los atractivos identificados.</p> <p>Evaluar el interés de los prestadores de servicios turísticos y de la población cercana en participar en los productos propuestos en cada uno los atractivos turísticos identificados.</p> <p>Identificación de servicios/productos ofrecidos.</p> <p>Identificar los principales medios de distribución de los productos existentes.</p>	<p>Entrevistas con encargados de hoteles de Chicamán y Uspantán, El Quiché.</p> <p>Entrevistas con los dueños o encargados de los tour operadores del área de El Quiché.</p> <p>Entrevistas a turistas de Chichicastenango, El Quiché.</p>	<p>Censo de los hoteles de Chicamán y Uspantán, El Quiché (Malhotra 2008).</p> <p>Censo de los tour operadores de Chichicastenango, El Quiché (Malhotra 2008).</p> <p>Selección de sitios por criterio para entrevistar a los turistas (Malhotra 2008).</p> <p>Muestreo probabilístico sistemático estratificado para la selección de los turistas (Malhotra 2008).</p>	<p>Prueba piloto para validar las herramientas.</p> <p>Confidencialidad del entrevistado.</p> <p>Triangulación (Malhotra 2008 y Creswell 2007).</p>	<p>Codificación y descripción a detalle utilizando el programa NVIVO (Creswell 2007).</p> <p>Pruebas estadísticas utilizando el programa SPSS (Malhotra 2008).</p>
Paquetes turísticos con base en los atractivos turísticos identificados y productos turísticos existentes en Chicamán, El Quiché.	Manual para la elaboración de paquetes turísticos (<i>The Tourism Company</i> 2000).	_____	_____	Descripción a detalle de los productos, servicios y precio los paquetes elaborados (Creswell 2007).

Fuente: Elaboración propia 2010, con base en De Urioste, 1997; *The Tourism Company*, 2000; Morales, 2001; SNV, *Rainforest Alliance* y CI, 2009; Creswell, 2007; Malhotra, 2008 y Lopéz, 2009.

III. RESULTADOS

A. Descripción general del área y servicios básicos de Chicamán, El Quiché

1. Datos generales de Chicamán, El Quiché

a. **Acceso.** Chicamán se encuentra aproximadamente de 6 a 8 horas de la Ciudad de Guatemala, dependiendo del tipo de transporte que se utilice. La carretera para llegar se encuentra asfaltada en su totalidad, con algunos derrumbes ocasionados en época de invierno por las fuertes lluvias y algunas partes con hondonadas como consecuencia de las fallas tectónicas del área.

b. **Historia.** No hay datos específicos ni detallados del municipio, pero se cree que anteriormente en la época prehispánica esta área estaba poblada por personas de la etnia pocomchi'. Luego fue conquistada por los españoles y subordinada por el Municipio de Uspantán. El proceso de independencia empezó en 1931 con el objetivo de que Chicamán fuera reconocido bajo la categoría de municipio, pero no fue hasta el 5 de enero de 1984 que finalmente se reconoció como tal, bajo el Acuerdo Gubernativo 1-84 (Inforpress s.f.).

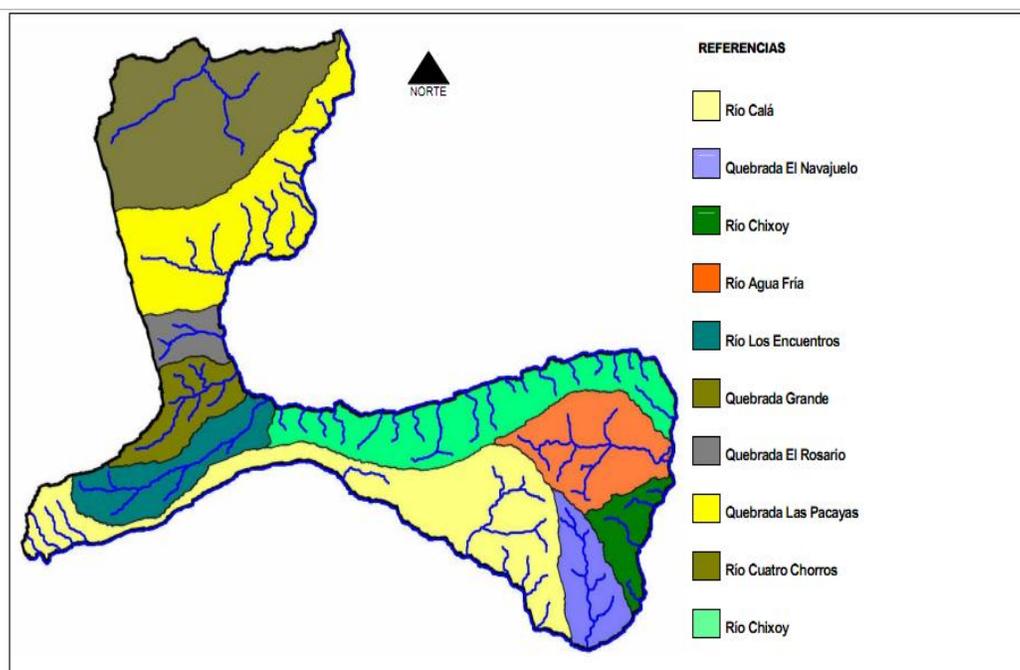
Respecto al origen del nombre Chicamán existen varias hipótesis basadas en la etimología de varios idiomas mayas. Una de ellas es que proviene del poqoman, de la palabra chik aman que significa «tierra fértil». La segunda es de origen k'iche', de la palabra chi kaman que significa «tierra comunal». Por último, de origen pocomchi', de la palabra chi kaman que significa «piedra de moler» (Inforpress s.f.).

Otra de las hipótesis respecto al origen del nombre es que en la época de La Conquista en el área había una hacienda llamada Hacienda Dolores, propiedad de Francisca Man. Dicho sitio era visitado por personas que venían de El Quiché y Huehuetenango hacia Cobán, por lo que se dice que cuando a los visitantes se les

preguntaba dónde se quedaban estos decían donde la chica man, lo cual le dio origen al nombre del municipio (Entrevista grupal 1, enero 2011).

c. Hidrografía. Chicamán tiene una gran red de accidentes hidrográficos bastante densa, de los cuales sobresale el Río Chixoy debido a su caudal e importancia nacional; en cuanto a importancia local están el Río Calá y Río Cuatro Chorros. En todo el municipio se contabilizan en total 36 cuerpos hídricos, de los cuales diez se consideran ríos, 25 quebradas y un riachuelo (Ver Figura 2.) (MOVIMONDO 2001).

Figura 2. Cuencas hidrográficas del municipio de Chicamán, El Quiché, Guatemala.



Fuente: MOVIMONDO, 2001.

d. Zonas de vida. Chicamán cuenta con cinco zonas de vida de acuerdo a De la Cruz (1982), las cuales poseen diferentes características según la altitud, precipitación y temperatura donde se pueden encontrar diferentes tipos de vegetación (Ver Cuadro 11):

- a) bosque húmedo subtropical templado,
- b) bosque húmedo subtropical cálido,

- c) bosque húmedo montano bajo subtropical,
- d) bosque muy húmedo montano bajo subtropical y
- e) bosque pluvial subtropical.

Cuadro 11. Principales características de las zonas de vida identificadas para Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Zonas de Vida	Altitud (msnm)	Precipitación pluvial (en mm/año)	Temperatura (en °C)	Especies vegetales
Bosque pluvial subtropical	1500 a 2500	4000 a 6500	16 a 24	Magnolia, anonillo, coj, nogal de montaña, cipresillo, cedrillo.
Bosque muy húmedo subtropical cálido	500 a 1000	2000 a 4000	24 a 30	Corozo, canxán, ramón blanco, manchiche, palo sangre, guarumo, san juan.
Bosque muy húmedo montano bajo subtropical	2000 a 2500	2000 a 4000	12 a 18	Ciprés común, pino blanco, canac, pino de las cumbres, pino triste, llamo, aliso, roble, encino, salvia Santa.
Bosque húmedo montano bajo subtropical	1500 a 2000	1000 a 2000	12 a 18	Roble, encino, pino triste, pino de ocote, ciprés, llamo, aliso, duraznillo, palomar, mezhe, capulín, cerezo, madrón.
Bosque húmedo subtropical templado	1000 a 1500	1000 a 2000	18 a 24	Pino colorado, lengua de vaca, roble, encino, nance.

Fuente: MOVIMONDO, 2001, con base en De la Cruz, 1982.

Los ecosistemas con los que cuenta se pueden agrupar en tres biomas: selva tropical lluviosa, selva de montaña y bosque de montaña. Su cobertura forestal se distribuye con el 23.7% de bosque latifoliado, 22.7% de bosque de coníferas y 1.3% de bosque mixto (MOVIMONDO 2001).

e. Expresiones culturales. Las expresiones más importantes en el municipio son las celebraciones de su patrono, la feria y el convite. El convite consiste en la representación cómica de ciertos personajes que bailan en varios puntos del pueblo, el cual se celebra el 7 de diciembre. El patrono de Chicamán es la Virgen de la Inmaculada Concepción, celebración que se lleva a cabo el 8 de diciembre. Ambos eventos se llevan a cabo durante la feria del pueblo, la cual se celebra en honor a su patrono del 3-10 de

diciembre, donde se realizan varias actividades culturales como la venta de comida típica (Entrevista grupal 1, enero 2011).

El día de mercado son todos los sábados del año, y es visitado por personas de varias partes de El Quiché y áreas cercanas como Uspantán, Huehuetenango, San Cristóbal y Nebaj. En el Municipio de Chicamán se realizan muy pocas artesanías, ya que debido al conflicto armado se dieron muchas migraciones, por lo que se perdieron muchas tradiciones. Algunas de las artesanías que aún se realizan son los canastos y la cusha de panela fermentada. Dentro de los platillos típicos están frijoles con pistón, tamales y caldo de gallina, los cuales se pueden encontrar en los diferentes puestos del mercado o comedores del área (Entrevista grupal 1, enero 2011).

f. Economía. La principal actividad económica es la producción agrícola, en menor escala la producción pecuaria, artesanal, comercio y transporte. <<La industrial agrícola está orientada en su mayoría a la producción hacia el autoconsumo, particularmente los cultivos de maíz, frijol, papas, chile, repollo, tomate, remolacha, cebolla, ayotes, zanahoria y maní, además de frutas como duraznos, manzanas, cítricos, aguacate y banano. También son significativas las áreas destinadas a la producción de caña de azúcar, cardamomo, palma y café>> (MOVIMONDO 2001). La producción pecuaria está orientada principalmente a la producción bovina, y en cuanto a nivel familiar se da la crianza de aves de corral, cerdos y cabras (MOVIMONDO 2001).

g. Infraestructura y vivienda. La mayoría de las casas del área son de cemento, pero todavía se pueden encontrar construcciones de adobe y madera a menor escala. El municipio cuenta con más de 100 escuelas, ya que hay 75 comunidades y aproximadamente hay dos escuelas por comunidad. También cuenta con un Centro de Salud y tres clínicas privadas, los cuales tiene muy poca cobertura y disponibilidad de medicamentos. En cuanto a tiendas de conveniencias, estas se pueden encontrar por todo el pueblo estando disponibles desde las 6a.m. a 10p.m. También hay un mercado municipal donde se pueden encontrar desde artículos personales hasta artículos para venta, siendo el mejor día para realizar las compras el sábado (Entrevista grupal 1, enero 2011).

En Chicamán hay dos hoteles, los cuales son utilizados en su mayoría por comerciantes y personas que vienen a realizar trámites o se encuentran de paso. El precio de dichos hoteles oscila entre Q30 y Q50, dependiendo de si la habitación cuenta con baño privado o compartido. Ambos cuentan con agua caliente y televisión. También actualmente hay una cabaña que cuenta con capacidad para 6 personas, la cual tiene tres habitaciones, dos sanitarios, un baño, sala comedor, cocina y lavandería. Dentro de los servicios de hospedaje, este tiene la opción de incluir el servicio de alimentación, por lo tanto los precios oscilan desde Q75 (solo hospedaje) hasta Q175 dependiendo del tiempo de comida. Todos los hoteles cuentan con parqueo. En cuanto a los restaurantes hay varios comedores tanto en el pueblo como en el mercado, los cuales en su mayoría ofrecen comida típica, el más recomendable es el Restaurante Jazmine (Entrevista 2 y Entrevista Grupal 1, enero 2011).

h. Servicios. Dentro de los servicios básicos disponibles en la cabecera municipal están: electricidad, agua potable, señal de celular y servicio de internet. A continuación se da la descripción de cada uno.

i. Electricidad. En lo que respecta a la cabecera todos tienen acceso a electricidad, además las calles de la cabecera municipal cuentan con iluminación pública. El servicio de electricidad es inestable, ya que se va frecuentemente debido a la sobrecarga de los transformadores (Entrevista grupal 1 2011).

1) Agua potable. Aproximadamente el 60% de las comunidades o poblados de la cabecera municipal cuenta con agua entubada, la cual es tratada y clorada por la Municipalidad de Chicamán. Actualmente este servicio no es constante dejando a varias casas sin agua durante horas, lo cual no era común sino hasta hace poco tiempo. Esto posiblemente se debe a la alta demanda y a la época de sequía por la que pasa el país (Entrevista grupal 1, enero 2011).

2) Comunicaciones. Las compañías telefónicas en el área son Claro, Telefónica y TIGO. En cuanto Claro se tiene el servicio tanto de línea telefónica de casa como celular. En muchas aldeas solamente se puede utilizar el servicio de telefonía celular,

siendo la compañía TIGO la que mejor señal ofrece, tanto en la cabecera como en los demás poblados (Entrevista grupal 1, enero 2011).

3) Servicio de Internet. En el pueblo se pueden encontrar varios café internet, los cuales abren de 8a.m. a 7p.m., teniendo un costo aproximado de Q4.00 la hora. Muchos de los habitantes del área utilizan el modem de TIGO, con el cual tienen acceso a internet desde sus casas o cualquier sitio donde haya señal (Entrevista grupal 1, enero 2011).

4) Transporte. En el área se cuenta con varios tipos de transporte, tanto público como privado, utilizados en su mayoría por personas locales y comerciantes. Los más utilizados son los microbuses y los *tuc- tuc*. Los microbuses en su mayoría son utilizados para viajar a Uspantán, Santa Cruz, Sacapulas y Cobán. Los *tuc- tuc* son utilizados para viajar dentro de Chicamán y Uspantán, aunque no es recomendable viajar fuera de Chicamán por el tipo de carreteras. En menor escala se utilizan las camionetas y *pick-ups*, los cuales son utilizados por los comerciantes para llevar cargas de mayor tamaño (Entrevista grupal 1, enero 2011).

B. Descripción de la situación turística actual

1. Situación turística en Chicamán, El Quiché

a. Centro de información turística. En el Municipio de Chicamán existe un grupo de locales (nueve integrantes) que han conformado la Asociación de Autogestión Turística, quienes tienen como visión dar a conocer los proyectos turísticos existentes del área a nivel nacional e internacional, con el objetivo de incrementar la visitación. El ACAT recibe actualmente ayuda de parte de la Fundación MOVIMUNDO, la cual los ha asesorado en la organización, mejoramiento de infraestructura, capacitaciones, mercadeo y promoción, elaboración de paquetes, entre otros, para poder ofrecer un mejor servicio y destino. También han establecido relaciones con el INGUAT para promoverse a nivel nacional (Entrevista grupal 1, enero 2011).

Actualmente no se cuenta con una oficina donde se pueda brindar información sobre los atractivos, productos o servicios turísticos existentes en el área, pero a mediano plazo el ACAT tiene planes de poder establecer una oficina que facilite la promoción el área.

b. Prestadores de servicios turísticos. Actualmente no existe ninguna empresa que se dedique exclusivamente a la prestación de servicios turísticos en Chicamán. El ACAT y el Comité Las Orquídeas de la Aldea El Jocote son las únicas entidades que actualmente se encuentran organizadas para ofrecer el servicio de guías, alimentación y transporte al proyecto Tubing Chixoy (Entrevista 1, enero 2011).

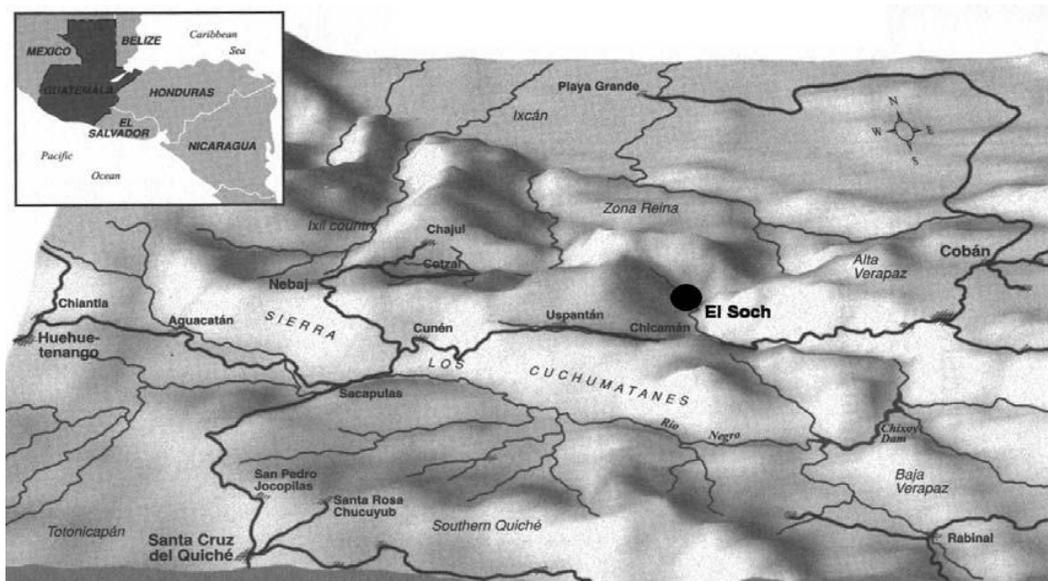
2. Descripción de los atractivos identificados

a. Finca el Recuerdo Puente Maya El Soch

1) Ubicación y acceso. La Finca el Recuerdo Puente Maya El Soch se encuentra ubicada dentro del Municipio de Chicamán con una extensión de 23 has. a 1,400msnm. Asentada sobre la Sierra los Cuchumatanes hacia el Oeste del principal caudal del Río Chixoy, al Este y Noreste de la Sierra Chamá en la Aldea El Soch (ver Figura 3.). Para llegar a dicho sitio se toma la carretera <<7W, la cual une a Chicamán con San Cristóbal Verapaz hacia el Este, y Chicamán con Sacapulas, hacia el Oeste>> (Martínez y Alvarado 2009).

La finca se encuentra a 20 km de la cabecera municipal, de los cuales solamente 5 km se encuentran asfaltados. El camino de terracería cuenta con muy poco mantenimiento, lo cual hace que el tiempo del recorrido sea aproximadamente de dos horas, por lo que generalmente se requiere de carro de doble tracción especialmente en época de lluvia y en el tramo de la aldea El Soch a la finca.

Figura 3. Sitio arqueológico Puente Maya El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Castellanos *et al.*, 2008.

2) Descripción general. La Finca Recuerdo Puente Maya El Soch fue declarada Reserva Natural Privada en el 2007 por el Consejo Nacional de Áreas Protegidas de Guatemala (CONAP). En dicha finca se encuentra parte del sitio arqueológico El Soch, ciudad maya que posiblemente pertenece al período Clásico Temprano y fue habitada hasta el Postclásico (Martínez y Alvarado 2009). El nombre de la finca proviene de varias piedras que se encuentran sobre arroyos utilizadas como puentes, las cuales se creen fueron dejadas por habitantes mayas (Biótica 2006).

El sitio El Soch está dividido en dos grupos o conjuntos arquitectónicos, Grupo A y B, localizados respectivamente en la finca El Recuerdo y en la propiedad vecina. Según diversas excavaciones realizadas por arqueólogos de la Universidad del Valle de Guatemala desde el 2008 hasta la fecha, en el Grupo A se muestra un amplio juego de pelota abierto y dos estructuras principales que se ubican a sus extremos. *<<Al Norte del Grupo A se encuentra una ladera, donde se observaron modificaciones al terreno en forma de terrazas habitacionales y de cultivo >>*. También hay una plaza cerrada, la cual mide aproximadamente 160m², compuesta por nueve estructuras construidas sobre una plataforma de nivelación del terreno (Martínez y Alvarado 2009).

La finca cuenta con bosque latifoliado, ya que está ubicada en la periferia boscosa del Cerro Amay y la cuenca del Río Chixoy, área que incluye zonas de liquidámbar, bosques de pinos y hábitats abiertos. Como muestra del estado clímax del bosque se pueden observar árboles de gran altura cubiertos de epífitas. Según el dueño, dentro de la finca se puede encontrar el cedro más alto y el más ancho del país, con 67 m de altura y 4 m² respectivamente. Según el inventario forestal del Instituto Nacional de Bosques (INAB 2008) las especies predominantes y destinadas a protección son: *Eupatorium* spp. ó Bach, *Cedrela odorata* (L.) ó Cedro, *Platymisium dimorphandrum* (Donn. Smith) u hormigo, *Cinometra* sp. ó venadito, entre otras. El cedro y el hormigo son especies que se encuentran en peligro de extinción (INAB 2008).

Cuadro 12. Especies de flora destinadas a protección en la Finca El Recuerdo Puente Maya El Soch, Chicamán

Nombre común	Nombre científico
Cedro	<i>Cedrela odorata</i> (L.)
Bach	<i>Eupatorium</i> spp.
Chalum de montaña	<i>Inga micheliana</i> (Harms)
Hormigo	<i>Platymisium dimorphandrum</i> (Donn. Smith)
Miche	<i>Erythrina berteroana</i> (Urb.)
Venadito	<i>Cinometra</i> sp.
Palo liga	-----
Zapotillo	<i>Clela</i> spp.
Arrayán	<i>Pemettia</i> spp.
Anona	<i>Annona</i> spp.
Palo de sangre	<i>Virola koschnyi</i> (Warb.)

Fuente: INAB, 2008.

Además, dentro del terreno hay seis nacimientos de agua que le dan vida a varios arroyos, mismos que abastecen de agua a varias fincas, a la Aldea El Soch y a otras poblaciones cercanas (INAB 2008).

En cuanto a la fauna en el área, el dueño mencionó que hay tepezcuintles, cotuzas, pizotes, mapaches, coches de monte, venados, zorros, tigre (jaguar), entre otros. Respecto a aves se pueden observar pajuiles, gorriones, ceniztonle, trogón collarejo, pericos, gallinas de monte y quetzal, entre otros.

Cuadro 13. Especies de fauna silvestre destinadas para protección en la Finca El Recuerdo Puente Maya El Soch, Chicamán.

Nombre común	Nombre científico
Saraguaté	<i>Ateles spp.</i>
Venado	<i>Odocoileus spp.</i>
Armadillo	<i>Dasyopus novemcintus</i>
Conejillo de monte	<i>Sylvilagus floridanus</i>
Zorrillo	<i>Mephitis macroura</i>
Coche de monte	<i>Sus scrofa</i>
Mapache	<i>Procyon lotor</i>
Comadreja	<i>Mustela Novalis</i>
Taltuzas	<i>Dipodomys phillipsii</i>
Ardilla	<i>Sciurus carolinensis</i>
Ratón de monte	<i>Heteromys sp.</i>
Zorro	<i>Vulpes vulpes</i>
Tacuazín	<i>Didelphys marsupiales</i>
Quetzalillo	<i>Pharomachrus spp.</i>
Xara	<i>Cyanocitta coronata</i>
Gallina del monte	<i>Gallus spp.</i>
Chorcha	<i>Scolopax rusticola</i>
Tórtola	<i>Claravis petriosa</i>
Codorniz	<i>Coturnix spp.</i>
Zopilote	<i>Coragys atratus</i>
Colibrí	<i>Galbula melanogenia</i>

Fuente: INAB, 2008.

3) Servicios y productos turísticos

a) **Sendero natural y cultural.** La finca cuenta actualmente con un sendero por el bosque y el sitio arqueológico, dicho sendero fue delimitado gracias a la ayuda del proyecto arqueológico de la Universidad del Valle de Guatemala. El recorrido natural tiene una duración aproximada de 45 minutos por el bosque, donde se puede observar la gran diversidad de árboles y fauna con la que cuenta el área, como los cedros descritos anteriormente. Al mismo tiempo se puede observar una gran cantidad de arroyos de agua cristalina que corren por todo el terreno. En ciertos tramos del recorrido se deben atravesar algunos arroyos, por lo que el dueño de la finca ha puesto algunas barandas que ayudan a los visitantes a pasar sobre las piedras, dándole al recorrido un poco de aventura. En el tramo donde hay un río se cuenta con un puente elaborado de troncos, lo cual facilita el paso reduciendo el riesgo de accidentes (Entrevista 3, enero 2011).

El sendero cultural consiste en un recorrido corto por el trapiche de moler caña y el sitio arqueológico, donde se puede observar el juego de pelota, las dos estructuras principales que se ubican a sus extremos, algunas estelas, entre otras estructuras. Como parte del recorrido se puede subir a las estructuras principales, teniendo una vista panorámica que incluye el juego de pelota, el río y el bosque. Luego, como parte del recorrido se visita el trapiche de moler caña, donde se da una demostración de la producción de panela.

En ambos senderos se construyeron gradas para facilitar el recorrido de los visitantes, ayudando al mismo tiempo a la reducción del impacto sobre el ambiente y las estructuras arqueológicas. Actualmente, no se cuenta con ningún tipo de interpretación en el sitio pero una estudiante de la Universidad del Valle está realizando un plan de interpretación como parte de su trabajo de graduación.

b) Guías. La persona encargada de realizar el recorrido por ambos senderos es el dueño de la finca, quien acompaña al grupo durante todo el recorrido brindando información general sobre la flora y fauna que se encuentra en dicho sitio. Dentro de estos datos menciona los nombres comunes de las plantas y los usos tradicionales de algunos animales y aves que habitan en el área. También menciona el peligro en que se encuentran muchas poblaciones de flora y fauna como consecuencia de la caza ilegal y la deforestación. En cuanto al recorrido arqueológico, menciona algunos datos curiosos y hallazgos de las excavaciones que ha realizado el grupo de estudiantes de arqueología de la UVG.

El guía, quien es el dueño de la finca, muestra disponibilidad en compartir sus conocimientos sobre el sitio. El dueño no cuenta con ningún tipo de capacitación respecto a la flora, fauna e historia del sitio arqueológico, por lo que la información que él comparte tiende a ser bastante general y nada científica, aunque sí tiene conocimiento de los mismos. Actualmente no se han establecido normas de comportamiento, aunque en algunos casos se les menciona a los visitantes que está prohibido extraer ejemplares de flora o fauna.

c) **Alimentación.** La finca ofrece a sus visitantes el servicio de alimentación los tres tiempos, el cual es elaborado por la esposa del propietario. El menú incluye platos tradicionales donde se utilizan productos frescos y locales. Estos menús pueden ser simples, como sándwiches hasta pepián o caldo de gallina, dependiendo de lo que el visitante solicite. Estos alimentos se ingieren en el comedor de la casa, la cual tiene una capacidad máxima para 30 personas (Entrevista 3, enero 2011).

d) **Hospedaje.** Cuenta con un área de acampar ubicada sobre una terraza de tierra con una capacidad máxima de 60 personas. Este servicio incluye el alquiler de las carpas de acampar, las cuales son para dos personas. El servicio sanitario se encuentra dentro de la casa del propietario, contando únicamente con un cuarto de baño, con inodoro con asiento y tapa, regadera, cortina de baño, una caja de cartón como basurero y un plástico que sirve de puerta. Actualmente, se está llevando a cabo la construcción de una casa de campo para que en un futuro se le pueda brindar un mejor servicio al visitante.

4) **Descripción del perfil del visitante actual.** Actualmente, la Finca Puente Maya El Soch recibe un promedio de 50 visitantes al año, tanto hombres como mujeres que oscilan entre 16-20 años y 30-60 años. Dichos visitantes provienen mayormente de Estados Unidos, México, Portugal, Alemania y Francia, quienes se han enterado de la finca por recomendación de algunos voluntarios del Cuerpo de Paz que han estado allí. Los principales motivos de su visita son conocer las ruinas mayas y la biodiversidad del área, por lo que la mayoría dedica su tiempo a recorrer la finca (Entrevista 3, enero 2011).

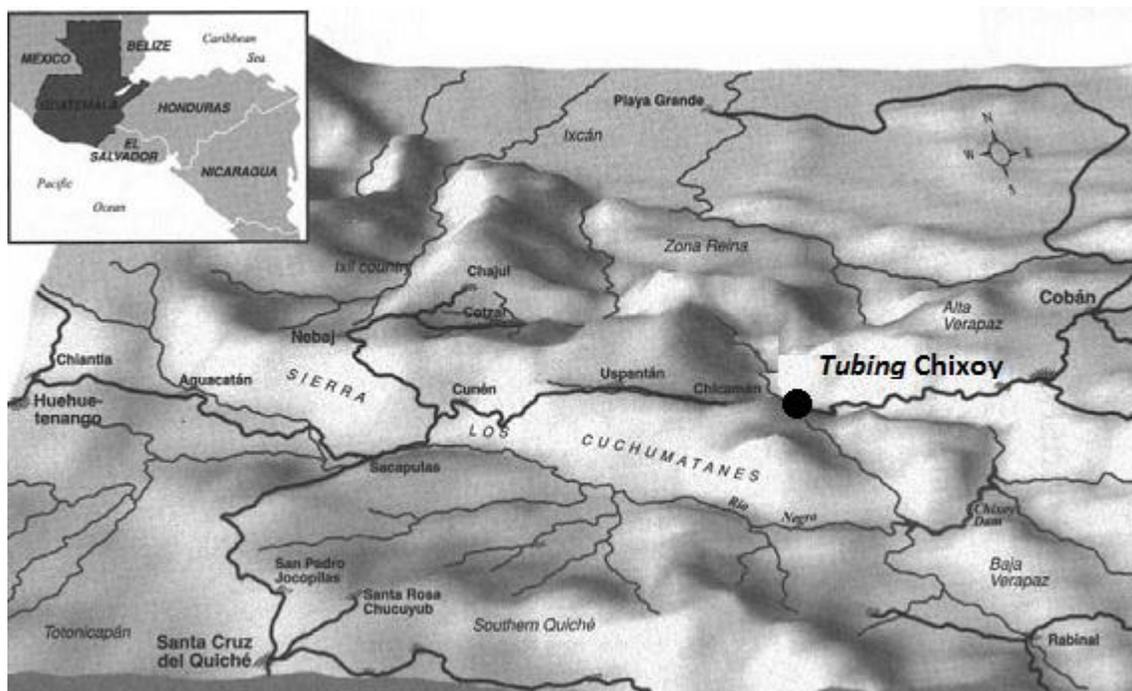
5) **Promoción.** El sitio en específico no cuenta con material impreso o digital para promoción del mismo, pero han invitado a medios de comunicación como Prensa Libre y Guatevisión. En el 2010 se publicó en Prensa Libre un artículo, y en el canal de televisión un reportaje donde entrevistaron al dueño sobre la finca y el sitio arqueológico (Entrevista 3, enero 2011). También algunos visitantes han grabado vídeos, los cuales mencionó el dueño se encuentran en *YouTube*, pero no se encontraron en dicho servidor. Recientemente, en la página *web* del proyecto *Tubing Chixoy* en la sección de actividades y servicios, se encuentra información del sitio y sus atractivos. Asimismo, dentro de los

trifoliarios impresos del proyecto se incluyó la finca como una de las actividades complementarias a realizar.

b. Proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*

1) **Ubicación y acceso.** Está situado a 15 Km. de la cabecera municipal de Chicamán, por la ruta 7W salida a Alta Verapaz, donde se encuentra la Aldea El Jocote y se toma el desvío al Río Chixoy. El camino es de terracería por lo que es necesario utilizar carro de doble tracción (Ver Figura 4.) (MOVIMUNDO 2011).

Figura 4. Proyecto *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Modificado de Castellanos *et al.*, 2008.

2) **Descripción general.** *Tubing Chixoy* es un proyecto de ecoturismo comunitario que nació como parte de la iniciativa de un grupo de jóvenes de Chicamán cuyo objetivo era mejorar su calidad de vida, realizando y promoviendo el turismo sostenible en el área. Actualmente estos y otros jóvenes conforman el Comité de Autogestión Turística de Chicamán (ACAT), quienes conjuntamente con miembros de la comunidad El Jocote brindan los servicios turísticos relacionados a *Tubing Chixoy*

(Entrevista grupal 1, enero 2011). Dicho proyecto ofrece al visitante experimentar la aventura de realizar un descenso en tubos de llanta por los rápidos del Río Chixoy, donde al mismo tiempo podrán observar y disfrutar de la belleza del bosque subtropical de la región. La misión es *«ofrecer al visitante, nacional y extranjero, servicios turísticos integrales de calidad a precios accesibles, con el objetivo de contribuir al desarrollo del turismo sostenible como medio para la mejora socio-económica de la población local más vulnerable y la conservación del medio ambiente»* (MOVIMUNDO 2011). Su visión es *«consolidarse como tour operador especializado en turismo sostenible de carácter social en el Departamento del Quiché, facilitando así la llegada de turistas a la región»* (MOVIMUNDO 2011).

Dichos miembros han trabajado arduamente para poder organizarse de una mejor manera, recibiendo ayuda de MOVIMUNDO, organización que los ha ayudado con asesoramiento, financiamiento de capacitaciones y elaboración de material promocional. Han recibido capacitaciones sobre gestión empresarial y financiera, cultura organizacional, derechos y deberes de una asociación y fundamentos de turismo comunitario, servicio de atención al cliente, liderazgo, impartidos por el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP) y por el Ministerio de Economía de Guatemala (Ver Cuadro 53 en anexos) (MOVIMUNDO 2011).

3) Servicios y productos turísticos

a) **Estructura turística.** El sitio cuenta con un rancho donde se encuentra el comedor y algunas bancas para descansar. El comedor tiene una capacidad de hasta 20 personas. Las bancas y las mesas son de madera lo que hace que no contrasten con el paisaje. La cocina se encuentra a un lado del rancho, y consiste en una plancha y una churrasquera, además de una superficie de cemento para preparar los alimentos. Cerca del rancho hay dos letrinas, tanto para mujeres como para hombres. A la entrada del sitio hay cuatro baños con letrinas y cuatro vestidores para uso de hombres y mujeres. También hay un área bastante amplia que sirve de parqueo.

b) Recorrido por *tubing*. El recorrido se realiza en el Cañón del Río Chixoy, el cual consiste en un descenso por el río en tubos de llanta, donde se viven momentos de adrenalina y aventura mientras se pasa por los rápidos. Durante el recorrido el visitante puede contemplar el paisaje del bosque subtropical de la región, lagunas, chorros y un salto de agua turquesa, además de formaciones geológicas como cañones. El recorrido por el río termina donde están Las Chorreras, un salto de agua de 30 metros de alto, donde el visitante puede disfrutar de un baño en las aguas turquesa del Río Chixoy (MOVIMUNDO 2011).

Al terminar el recorrido por el río el visitante debe emprender una caminata por el sendero cuya dificultad es de nivel medio. Durante la caminata por el sendero se puede apreciar de cerca la vegetación y fauna características del bosque subtropical, y al mismo tiempo se pueden observar desde arriba las aguas turquesas del Río Chixoy. El guía proporciona información sobre los usos medicinales y comunes de las plantas de la región. Ambos recorridos tienen una duración total de 2 a 3 horas.

A cada visitante se le proporciona un tubo de llanta, casco y chaleco, el cual es revisado con anterioridad para evitar cualquier incidente que ponga en peligro la vida de las personas. Además, los guías comunitarios acompañan a los visitantes durante todo el recorrido, velando por la seguridad de los mismos.

c) Guías. El proyecto cuenta con quince guías comunitarios miembros del ACAT y de la Aldea El Jocote. Estos guías han sido capacitados por el INTECAP con el apoyo financiero de MOVIMUNDO en los siguientes temas: guía comunitario, técnicas de rescate acuático y primeros auxilios (Ver Cuadro 53 en anexos), con el objetivo de brindar un servicio de calidad que mejore la experiencia y seguridad a todo aquel visitante que solicite sus servicios (MOVIMUNDO 2011). Como se mencionó anteriormente, el o los guías acompañan al visitante durante todo el recorrido velando por la seguridad del mismo; generalmente son dos guías los que acompañan al grupo. Al mismo tiempo, el guía comparte información general sobre la flora y fauna del sitio, como por ejemplo el nombre común de plantas medicinales y sus usos.

d) Alimentación. El servicio de alimentación es proporcionado por 18 mujeres organizadas de la Aldea El Jocote, quienes han recibido una capacitación sobre la manipulación sanitaria de alimentos por el INTECAP (Ver Cuadro 53 en anexos). Estas mujeres se han organizado en parejas, rotándose entre ellas para brindar el servicio de alimentación, y así recibir beneficios equitativos de dicha actividad. Dentro del menú disponible está: churrasco, pepián, pollo encebollado, caldo de gallina, o el plato vegetariano que consiste en verduras salteadas y fruta (Entrevista Grupal 1, enero 2011).

e) Artesanías. Para que el visitante se pueda llevar un recuerdo de dicha experiencia, las mujeres realizan diversos trabajos en textiles. Para mejorar la elaboración de los mismos ellas recibieron una capacitación de creación de bordados impartido por artesanas de San Juan La Laguna. Las mujeres venden sus productos ofreciéndoselos a los visitantes al final del recorrido (Entrevista 4, enero 2011).

4) Perfil del visitante actual. Según los últimos registros de visitantes de *Tubing* Chixoy (2008), recibieron un aproximado de 300 visitantes en el año, de los cuales el 60% estaba conformado por turistas nacionales, el 20% por visitantes locales y el 20% por extranjeros de ambos sexos que oscilan de 15 a 45 años. El promedio de su estadía es un día, y su principal motivación es la aventura (Cuadro 14) (Entrevista Grupal 1, enero 2011).

Cuadro 14. Características del visitante actual de *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Ítem	Perfil del turista
Procedencia de turistas nacionales	Ciudad de Guatemala Chichicastenango Santa Cruz del Quiché Huehuetenango Cobán
Procedencia de turistas extranjeros	Estados Unidos Francia Israel Canadá España
Motivo de su visita	Ocio, aventura, naturaleza arqueología
Grupos de edad predominantes	De Entre 14 y 45 años
Género	Masculino: 60% Femenino:40%
Época del año en que se registra mayor afluencia de visitantes	Septiembre –abril

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 15 se resume el perfil del visitante actual de los dos atractivos identificados, en el cual se puede observar que son visitantes jóvenes de ambos sexos, tanto extranjeros como nacionales, con un promedio de estadía de un día.

Cuadro 15. Resumen del perfil del visitante actual de la Finca El Soch y *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Ítem/Fuente	Finca El Soch	<i>Tubing</i> Chixoy
Edad	16-20 años y 30-60 años.	14 a 45 años.
Sexo	Ambos	Ambos
Procedencia	Nacionales y extranjeros.	Locales, nacionales y extranjeros.
Actividades	Turismo de naturaleza y arqueología.	Turismo de aventura.
Duración de estadía	1 a 5 días.	1 día.

Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados en campo, 2011.

5) Perfil del visitante potencial. En el Cuadro 16 se describen las características que definió la Fundación MOVIMUNDO para el visitante potencial y el promedio de gastos del mismo con base en los precios establecidos para cada paquete según el tipo de visitante, que va de Q250 a Q450.

Cuadro 16. Perfil del visitante potencial *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Característica	Promedio de gasto diario
Estudiantes (universitarios y escolares)	Q 250
Turistas/visitantes nacionales (incluyendo familias completas)	Q 400
Grupos de turistas extranjeros	Q 450

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

6) Promoción. Actualmente el proyecto *Tubing* Chixoy cuenta con página web (<http://www.guatetubing.com/>), en la cual proporcionan información detallada de las actividades, servicios, descripción de los paquetes ofertados, incluyendo el itinerario y las tarifas de cada uno. También se brinda información básica de cómo llegar a Chicamán, teléfonos y correo para realizar la reservación, recomendaciones y una sección

de preguntas frecuentes. Al mismo tiempo, proporcionan información general sobre la Finca El Soch, la cual también está ofertada dentro de uno de los paquetes. Por último, cuenta con fotos del sitio e información sobre el origen del proyecto comunitario (Entrevista 5, abril 2011).

Cuentan con trifoliales que contienen información de los atractivos, actividades, servicios y productos que se ofrecen. Además del contacto (teléfonos, correo y página *web*), descripción de cómo llegar y un pequeño mapa. También elaboraron afiches que contienen principalmente contactos (teléfono y correo electrónico) y fotos del sitio. Dicho material fue distribuido en universidades de la ciudad (Universidad Del Valle y Universidad Rafael Landívar), las escuelas de español más importantes de La Antigua Guatemala, oficinas de turismo del INGUAT de Quetzaltenango y La Antigua Guatemala y agencias de viajes de La Antigua Guatemala, Quetzaltenango y Huehuetenango. Además, en algunos hoteles *«con especial interés en aquellos enfocados al público joven youth hostels, posadas y hoteles económicos, y algunos cafés, librerías frecuentadas por turistas de Xela, Huehuetenango y La Antigua Guatemala»*. También en menor escala en Casa de la Cultura de La Antigua Guatemala, la residencia de estudiantes más grande de Xela y tiendas de artesanía en Huehuetenango, Xela y La Antigua Guatemala (Entrevista 5, abril 2011).

El INGUAT los incluyó dentro de la Ruta de Quiché Inexplorado, la cual invita al visitante a conocer los atractivos culturales y naturales con los que cuenta el Departamento de El Quiché. Por lo tanto, gracias al apoyo del INGUAT el sitio se encuentra descrito en la página oficial de dicha institución (Entrevista 5, abril 2011).

Al mismo tiempo trabajaron en la elaboración de una campaña por radio a nivel nacional en Emisoras Unidas, donde se está promocionando el Río Chixoy como parte de los atractivos de la Ruta Quiché Inexplorado. Además de programar para abril de 2011 una visita por parte de Guatevisión para promocionar el sitio por televisión a nivel nacional (Entrevista 5, abril 2011).

Actualmente, están realizando visitas a agencias de viajes y tour operadores para dar a conocer el sitio y dejar material promocional. En Abril de 2011 se organizó un viaje de

campo (*fam trip*), al cual se invitaron a tour operadores, llevándolos a vivir la experiencia como si fueran turistas, quienes al final realizaron una evaluación sobre la experiencia. Esto se realizó con el objetivo de dar a conocer el sitio, evaluar el interés de vender el destino, y conocer la perspectiva sobre los servicios y productos ofertados. También han establecido alianzas estratégicas con CAMTUR, organización que ofreció darles un espacio publicitario en la Guía del Visitante a Guatemala, editada por ellos, la cual espera ser publicada a finales de abril (Entrevista 5, abril 2011).

Recientemente en la Feria Campo de Luz organizada por Saúl E. Méndez participaron colocando un *stand* con material promocional del proyecto, dando a conocer los servicios y atractivos con los que cuentan, además de sortear entre los interesados un viaje a dicho sitio (Entrevista 5, abril 2011).

3. Situación actual de los prestadores de servicio turístico

a. Tour operadores de Chichicastenango, El Quiché. Los tour operadores que se encuentran ubicados en el área de Chichicastenango cuentan con los servicios de transporte, guías y paquetes turísticos. El tipo de transporte más utilizado o disponible son los microbuses, aunque uno de los tour operadores cuenta con un *pick-up* doble cabina 4x4. Ambos se encuentran registrados y cuentan con seguro bajo las normas del INGUAT.

Dentro de los destinos que estos ofertan están: Cobán, El Petén, Río Dulce, Panajachel, La Antigua Guatemala, Chichicastenango, entre otros. Los recorridos tiene una duración entre uno a 15 días, dependiendo de los sitios que el turista quiera visitar y la disponibilidad de tiempo de los mismos. La edad de los visitantes oscila entre los 20 a 60 años, quienes generalmente componen dos grupos. El grupo de jóvenes, entre 20-40 años, está en busca de aventura y generalmente son mochileros, mientras que el grupo de adultos mayores entre 50-60 años son personas que planean su visita con anticipación con el objetivo de conocer en su mayoría aspectos culturales del país. Dentro de las actividades de turismo de aventura están: canotaje, *canopy*, escalar y caminatas por senderos. En cuanto a actividades de turismo cultural: visita a museos, fincas de café, recorridos por el pueblo de

Chichicastenango que incluye visitas a iglesias, cementerio, museo local, centro ceremonial, morería, museo de arte, convento y mercado de animales (Ver resumen de perfil de visitante actual Cuadro 17).

b. Entrevistas a hoteleros de Uspantán y Chicamán. Los hoteles que se encuentran en Uspantán y Chicamán cuentan con una capacidad de entre 6 a 63 personas, siendo la mayoría de habitaciones dobles. Los precios por persona dependen de si las habitaciones cuentan con baño privado, compartido, o si incluyen comida. Las habitaciones con baño privado oscilan entre Q35 a Q80 y las habitaciones con baño compartido oscilan ente Q25 a Q50. Mientras que los precios del único hotel que tiene la opción de incluir el servicio de alimentación dentro de la tarifa de hospedaje oscilan entre Q130 y Q175 dependiendo el tiempo de comida. Algunos hoteles cuentan con comedores o restaurantes donde ofrecen el servicio de alimentación que incluye platillos típicos de Guatemala. En Chicamán hay un hotel que ofrece el servicio de transporte, el cual ha establecido una alianza estratégica con el ACAT, al cual le brinda el servicio de transporte turístico.

Las temporadas altas y bajas de visitación varían bastante entre cada hotel. Los meses que más mencionaron los hoteleros que son temporada alta son: septiembre, noviembre y diciembre. Mientras la mayoría mencionó que la temporada baja es en los meses de enero a junio. Por lo tanto, no existe una temporada turística alta y una baja estandarizadas. Los hoteles con menor visitación reciben entre 8 a 100 visitantes al mes, y los hoteles con mayor visitación reciben 300 a 540 visitantes.

En cuanto el perfil del visitante actual en Chicamán y Uspantán, se encuentra entre los 20 a 65 años, mayoritariamente hombres, nacionales, con un nivel socioeconómico medio-bajo. La mayoría de los visitantes proviene de Cobán, El Quiché y Huehuetenango. Los pocos visitantes extranjeros provienen en su mayoría de España, Estados Unidos, Israel y Japón. Los visitantes nacionales se hospedan entre una o dos noches, mientras que los extranjeros entre dos a tres días o hasta dos semanas. El visitante nacional o local visita dichos municipios por que viene a realizar ventas, visitas familiares, trámites o se encuentran de paso, y el turista extranjero por trabajo o turismo.

En el Cuadro 17 se resume el perfil del visitante actual según los datos proporcionados por los tour operadores de Chichicastenango y los hoteles de Uspantán y Chicamán. Se puede observar que las edades de los visitantes oscilan en los mismos rangos de edad entre 20 a 65 años, tanto nacionales como extranjeros. Sin embargo, difieren en sexo y motivo de su visita.

Cuadro 17. Resumen del perfil del visitante actual de los tour operadores y hoteles, El Quiché, Guatemala

Ítem/Fuente	Tour operadores de Chichicastenango	Hoteleros de Chicamán y Uspantán
Edad	20-40 y 50-60 años.	20 a 65 años.
Sexo	Ambos	Hombres
Procedencia	Nacionales y extranjeros.	Locales, nacionales y extranjeros.
Actividades	Turismo de aventura y cultural.	Ventas, visitas familiares, trámites, se encuentran de paso, turismo y trabajo.
Duración de estadía	1-15 días.	1 ó 2 días.

Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados en campo, 2011.

4. Categorización de los atractivos identificados

a. Finca el Puente Maya El Soch

1) **Valor del atractivo.** La Finca el Puente Maya El Soch cuenta con un bosque latifoliado en estado clímax que contiene especies de cedro y hormigo, las cuales se encuentran en peligro de extinción. Las especies forestales que se encuentran en la finca son importantes para mantener los ecosistemas del área y el suelo, captando y reteniendo agua que ayudan a conservar los mantos freáticos. Como se mencionó anteriormente, dentro de la finca hay seis nacimientos de agua que le dan vida a varios arroyos donde las poblaciones cercanas se abastecen de agua. También es importante mencionar que las especies forestales del área son fuente importante de alimento y refugio para muchas poblaciones de fauna silvestre. En el área habitan el saraguate, el quetzalillo y varias especies de venados, los cuales se encuentran en peligro de extinción debido a la

destrucción constante de sus hábitats. Se han observado dentro de los estudios realizados en la finca algunas especies de aves endémicas (Ver Cuadro 54 en anexos) (INAB 2008).

El estado del agua, el aire y el suelo están sin contaminar, la flora y fauna no muestran evidencia de algún tipo de perturbación. Además, se pueden observar especies indicadoras de ausencia de contaminación como las epífitas y líquenes (*com. pers.* Dr. Jack Schuster, profesor de *Biología General*, Universidad del Valle de Guatemala, 2011).

En cuanto al aspecto cultural, la finca cuenta con un gran atractivo que es el sitio arqueológico El Soch, el cual se encuentra en muy buen estado. Además, es excavado y estudiado cada año por estudiantes de arqueología de la UVG, quienes desarrollan un informe escrito con los hallazgos; dichos informes se encuentran en las instalaciones de la universidad y en internet. Otro aspecto cultural importante del sitio es la molienda de caña donde se realiza la panela, ya que esta actividad es un componente importante de la cultura de las poblaciones cercanas.

2) Nivel de confort. Para poder llegar a la finca generalmente se necesita un carro de doble tracción del cual debe disponer el visitante, aunque también existe la opción de utilizar el transporte público que llega hasta la Aldea El Soch. Sin embargo, debido a la poca demanda del transporte este es irregular. El camino de Chicamán para la finca es de terracería y no es transitable todo el año, ya que si el invierno es demasiado fuerte esta se pone en muy mal estado y el cauce de uno de los ríos tiende a subir.

El sitio no cuenta con luz eléctrica, por lo que en las noches se utilizan candelas y una lámpara de gas para iluminar la casa. Debido a la gran cantidad de nacimientos no hay problemas de abastecimiento de agua. Los servicios de salud, mecánicos, seguridad y financieros más cercanos están en Chicamán, a dos horas de la finca (Ver descripción de servicios de Chicamán).

Los servicios turísticos en existencia son: área para acampar, alimentación, recorrido por sendero natural y cultural. Actualmente, están realizando la construcción de una casa de campo con materiales autóctonos.

El dueño y su esposa son quienes brindan los servicios anteriormente descritos, ambos muestran una actitud muy positiva hacia la actividad turística y hacia los visitantes. Ellos mencionaron que dentro de las ventajas que encuentran en esta actividad están: La esperanza de tener un mejor futuro económicamente, y tener la oportunidad de dar a conocer mundialmente lo que hay en la región y en Guatemala. La única desventaja que mencionaron es el deterioro del ecosistema y de las estructuras arqueológicas por la falta de educación del turista nacional.

3) Impacto potencial. El ecosistema se encuentra en estado clímax muestra de ello son los diferentes estratos que se pueden observar, desde sotobosque hasta bosque emergente. Los nacimientos y arroyos de la finca no muestran ningún tipo de contaminación evidente como basura, desagües o derrames de químicos. El suelo tampoco muestra tipo de contaminación pero si hay ciertas partes erosionadas. Además, según el inventario del INAB (2008) hay especies como el mono saraguate y el cedro, las cuales según se encuentran en peligro de extinción.

En cuanto al aspecto cultural el impacto generado según los aspectos evaluados en la ficha de categorización de atractivos no es alto, ya que los actores involucrados no se encuentran aislados porque no viven en la finca sino en Uspantán, El Quiché, por lo que tienen fácil acceso a servicios básicos e interacción con personas de varias culturas. Los dueños promueven la conservación del sitio y participan de ella, interviniendo lo menor posible con el ecosistema, y permitiendo estudios que ayuden en lo mismo.

4) Factores externos. Se han realizado diversos estudios e investigaciones sobre el sitio arqueológico, monitoreo de aves y estudio técnico del INAB de flora y fauna para declarar el sitio Reserva Natural Privada. El monitoreo de aves se realizó en los alrededores de la finca, y consistió en la observación de aves en el Cerro El

Amay, teniendo como resultado un listado de aves según bosque nuboso o de pino, borde del bosque, hábitats abiertos y su nivel de importancia.

b. Proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy

1) Valor del atractivo. Durante la visita al sitio se puede apreciar el bosque subtropical, que cuenta con gran variedad de especies de frutales comestibles, medicinales y otras maderables. El bosque es de gran importancia ecológica, ya que ayuda conservar los recursos hídricos del área. El recorrido de *tubing* se realiza en la cuenca del Río Chixoy, la cual cuenta con aguas cristalinas color turquesa. Durante el recorrido se pueden observar varias formaciones geomorfológicas, como por ejemplo un cañón de roca sólida que tiene vegetación en la cima. También las montañas presentan formaciones geológicas, las cuales son tipo estalactitas con tonos amarillos y rojizos que se han formado por la humedad y filtración de las caídas de agua (Biótica 2006).

Las mariposas *Morpho* son bastante comunes en el área, estas mariposas diurnas son consideradas especies bioindicadoras, las cuales pueden servir como indicadores de la variedad de vegetación de un área y la calidad del hábitat (Guerra y Apaza s.f). El agua, aire, y suelo no muestran ningún tipo de contaminación. Aunque en algunas partes por donde se camina en el sendero hay terrenos donde ha habido cambio de uso de la tierra por motivos de agricultura, lo que altera el paisaje.

Aunque el componente cultural no está directamente relacionado al sitio, ya que este es un destino que vende turismo natural y de aventura, los guías y las mujeres que proporcionan el servicio de alimentación comparten con el visitante ciertos elementos de su cultura, como la explicación de los guías sobre los usos medicinales y alimenticios que le dan a las plantas del área. Las mujeres ofrecen platillos típicos donde se utilizan ingredientes locales y también tienen a la venta tejidos elaborados por ellas mismas. Por último, el rancho y demás infraestructura fueron construidos con materiales autóctonos.

2) Nivel de confort. El camino para llegar al sitio es de terracería, por lo que es necesario un carro de doble tracción. La asociación proporciona el servicio de

transporte y se encarga de llevar a los visitantes desde Chicamán hasta el proyecto. El tiempo de camino es de media hora.

El sitio no cuenta con luz ni agua debido a su ubicación. Los servicios de salud, mecánico, abastecimientos y financieros más cercanos están en Chicamán, a media hora de camino. La señal telefónica es buena, especialmente de la compañía TIGO. Los servicios turísticos que ofrecen actualmente son alimentación, transporte, guías, recorrido en *tubing* y sendero por el bosque tropical y venta de artesanías.

Los miembros de la asociación se encuentran bastante disponibles en seguir involucrándose en el proceso turístico. Es por ello que se han involucrado y organizado con el apoyo de MOVIMUNDO en recibir capacitaciones que les ayuden a brindar un servicio de calidad que aumente la satisfacción del cliente, aumentando así el grado de visitación.

3) Impacto potencial. Debido al tipo de ecosistema y la poca intervención humana en el ambiente, se considera que en el caso de que hubiese un alto nivel de visitación este se vería afectado, ya que existe la posibilidad de que no haya un manejo adecuado de los desechos sólidos, provocando contaminación en el sitio. También el paso constante de visitantes por el sendero, el cual consta de varias pendientes puede contribuir a un alto grado de erosión. En cuanto al aspecto cultural, el grupo involucrado no cuenta con un grado de identidad cultural muy alto, ya que han sufrido varios cambios derivados del conflicto armado y migración que se dio en el área, sufriendo un proceso de aculturación, donde muchas de sus prácticas culturales se perdieron.

Actualmente los miembros de la asociación están reforestando la orilla del sendero con especies de la región. Además, han participado en talleres sobre buenas prácticas de turismo sostenible, donde han aprendido sobre el manejo de desechos sólidos y la importancia de la naturaleza, entre otros, lo que les ha permitido cambiar algunas actitudes y acciones que dañan el medio ambiente.

4) Factores externos. El proyecto ha recibido ayuda financiera para infraestructura, equipo, capacitaciones de la OMT, y asesoría en la planificación y desarrollo turístico de la Organización MOVIMUNDO. Recientemente, el ACAT y la

Asociación Las Orquídeas participaron en unas pasantías para intercambiar experiencias con comunidades de Guatemala que han desarrollado productos turísticos exitosos. En el caso de *Tubing Chixoy* visitaron las Cuevas de Candelaria, donde también se realiza un recorrido con tubos de llanta por el río (Entrevista 4, enero 2011).

La primera fase del proyecto consistió en la evaluación de la situación actual del proyecto, donde se dibujó la comunidad y los servicios turísticos que se ofrecen, así como el estado de los mismos. Luego con base en el mapa anterior los participantes visualizaron la situación ideal identificando las metas a mediano y largo plazo. Estos mapas fueron comparados para identificar los aspectos a mejorar y las debilidades actuales. En esta misma etapa se realizó una evaluación de la capacidad organizativa, donde se identificaron las principales debilidades como organización (Entrevista 4, enero 2011).

En la segunda etapa se llevó a cabo la visita a las Cuevas de Candelaria. Durante la visita, primero experimentaron los servicios turísticos como si fueran turistas, luego apoyaron con la prestación de servicios, y por último se realizaron talleres con la junta directiva de los proyectos para compartir experiencias y lecciones aprendidas de forma que les sirvieran de motivación e inspiración (Entrevista 4, enero 2011).

En la tercera fase, ya de regreso en Chicamán, realizaron una evaluación de la pasantía enriqueciendo con nuevas ideas el mapa de situación ideal. Luego se realizó una lista de las acciones a tomar distribuyendo tareas, organizando grupos de trabajo, nombrando responsables, y tiempo meta (Entrevista 4, enero 2011).

En el Cuadro 18 se muestra la ponderación para la categorización de los atractivos identificados. Según el promedio ambos sitios, *Tubing Chixoy* y la Finca El Soch, cuentan con un potencial de nivel medio. Ambos cuentan con atractivos de diversidad ecológica, escénica y cultural, uno enfocado en el turismo arqueológico y el otro en turismo de aventura. El acceso a ambos sitios no es fácil, ya que en ambos las carreteras no se encuentran en buen estado, siendo requisito un carro de doble tracción, y el transporte público es poco regular. La Finca el Soch cuenta con poca infraestructura turística, mientras que *Tubing Chixoy* sí cuenta con mayor infraestructura como varios baños, vestidores,

rancho, entre otros, pero esta carece de mantenimiento por lo que su estado no es del todo bueno. El proyecto *Tubing Chixoy* cuenta con el apoyo de la Fundación MOVIMUNDO lo cual le da ventaja, recibiendo apoyo en capacitaciones, infraestructura y asesoramiento

Cuadro 18. Categorización de los atractivos identificados en Chicamán, El Quiché.

Lugar	Valor del atractivo				Nivel de confort							Impacto potencial		Factores externos		
	Diversidad ecológica	Diversidad escénica	Diversidad cultural	Estado de conservación	Accesibilidad	Infraestructura de apoyo	Facilidades turísticas	Recursos humanos	Esfuerzo físico y seguridad	Confort	Ecológico	Cultural	Apoyo al ecoturismo	Imagen de la entidad	Tenencia de tierra	Perspectivas del desarrollo
Finca El Puente Maya Soch	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	2	2	-	2	2
Proyecto Ecoturístico <i>Tubing Chixoy</i>	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3

Fuente: Elaboración propia, 2011, con base en De Urioste, 1997 (1=Alto, 2=Medio, 3=Bajo).

5. Evaluación de los productos y servicios de los atractivos identificados

a. **Evaluación Finca Puente Maya El Soch.** Según la evaluación la calificación final fue de 38.5%, lo cual nos indica que se encuentra en un nivel medio donde la mayoría de los elementos evaluados no cumplen. Dicho porcentaje se calculó con base en la sumatoria final de todas las secciones, de los cuales 48.9 % de todos los aspectos evaluados en cada sección No Cumple, 41.6% No Aplica, 26.2% Cumple, y 16.3% Cumple Parcial (ver en anexos evaluación de la Finca Puente Maya El Soch). Por lo tanto, podemos observar que la finca se encuentra en una etapa muy temprana en cuanto al desarrollo de sitio como atractivo turístico, por lo que debe trabajar en mejorar o implementar gran parte de los aspectos evaluados como: capacitaciones, material interpretativo, manejo de desechos sólidos, conocimiento de las leyes relacionadas al turismo, áreas protegidas y manejo de sitios arqueológicos, infraestructura turística, promoción, entre otros.

Cuadro 19. Sumatoria final de la evaluación de la Finca Maya El Soch, El Quiché, Guatemala.

No.	Ámbito	PME	Categorización				Calificación
			C	CP	NC	NA	
1	Ambiental	62	15	16	23	8	23
2	Sociocultural	58	11	3	9	35	12.5
3	Empresarial	193	32	36	76	49	50.0
Total		221	58	55	108	92	85.5
Porcentaje (%)		100	26.2	16.3	48.9	41.6	38.5

Fuente: Elaboración propia, 2011 con base en SNV, *Rainforest Alliance* y CI, 2009.

b. Evaluación final Proyecto Ecoturístico Tubing Chixoy. Según la evaluación la calificación final fue de 60.9 %, lo cual nos indica que se encuentra en un nivel alto donde la mayoría cumple con los criterios establecidos. Dicho porcentaje se calculó con base en la sumatoria final de todas las secciones, de los cuales el 53.8% cumple con los aspectos evaluados en cada sección, 37.6% No Cumple, 36.2% No Aplica, y 14% Cumple Parcialmente (Ver en anexos evaluación de Tubing Chixoy). Por lo tanto, Tubing Chixoy aún debe trabajar en mejorar e implementar algunos aspectos con los que no cumple o cumple parcialmente, como: manejo de desechos sólidos, normas internas, implementar tácticas de resolución de conflictos, material interpretativo, conocimiento de leyes relacionadas a la actividad turística y conservación de los recursos naturales, mantenimiento del sendero, entre otros.

Cuadro 20. Sumatoria final de la evaluación del Proyecto Ecoturístico Tubing Chixoy, El Quiché, Guatemala.

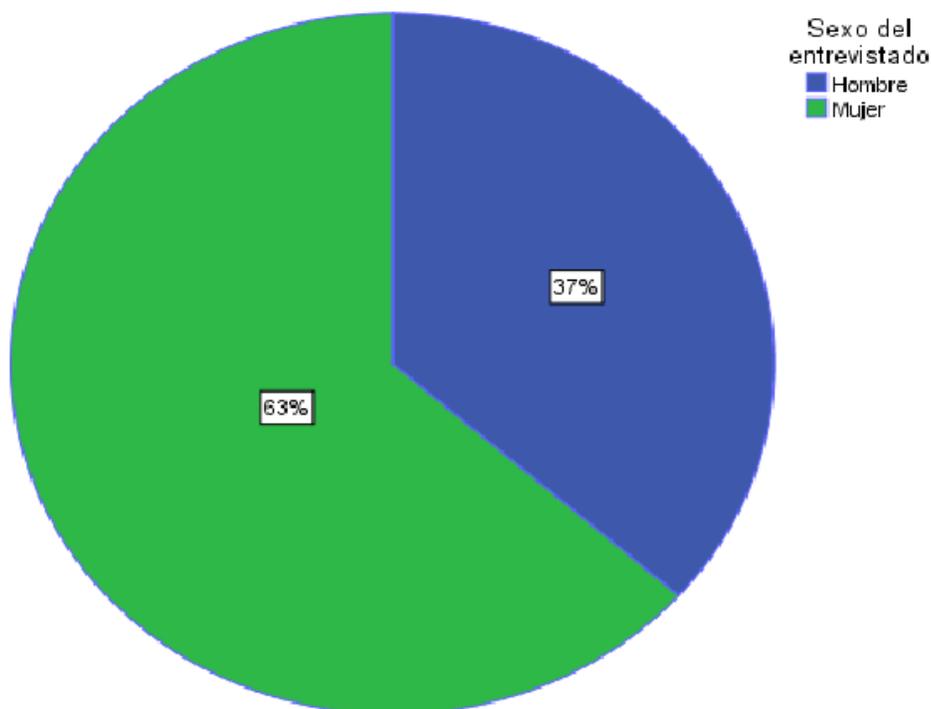
No.	Ámbito	PME	Categorización				Calificación
			C	CP	NC	NA	
1	Ambiental	62	15	7	23	17	18.5
2	Sociocultural	58	31	4	14	9	33.0
3	Empresarial	193	73	20	46	54	83.0
Total		221	119	31	83	80	134.5
Porcentaje (%)		100	53.8	14.0	37.6	36.2	60.9

Fuente: Elaboración propia, 2011 con base en SNV, Rainforest Alliance y CI, 2009.

C. Perfil del visitante potencial y evaluación del interés sobre la posible visita a los atractivos identificados

1. Perfil del visitante potencial. En cuanto al perfil del visitante de los entrevistados en Chichicastenango, el 63% se compone de mujeres y el 37% de hombres (Ver Figura 5.), de los cuales el 59% oscila entre los 18 y 35 años y el 41% entre 36 y 76 años, siendo 40 años la edad promedio. Se tiene una muestra bastante diversa en cuanto al rango de edad (Ver Cuadro 21). Respecto a la nacionalidad de los entrevistados, la mayoría era estadounidense, con el 24%; otros alemanes, guatemaltecos e ingleses, con el 10% cada uno. Asimismo, con menor porcentaje se encuentran australianos (8%), chilenos (6%), franceses (6%), entre otros (Ver Figura 6.

Figura 5. Sexo del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.



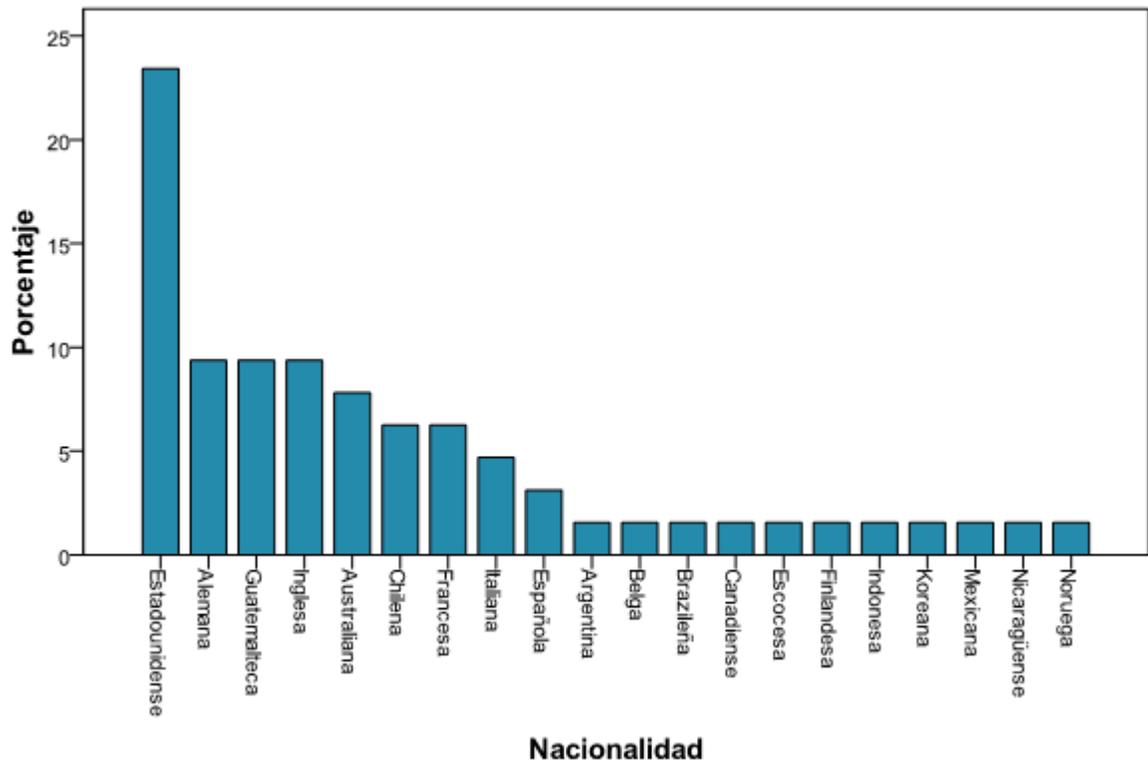
Fuente: Elaboración propia, 2011.

Cuadro 21. Rango de edad de los entrevistados en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.

Edad		Estadísticas		
		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18	1	1.6	1.6
	19	1	1.6	3.3
	20	4	6.6	9.8
	21	1	1.6	11.5
	22	3	4.9	16.4
	23	4	6.6	23
	24	2	3.3	26.2
	25	1	1.6	27.9
	26	5	8.2	36.1
	27	2	3.3	39.3
	28	1	1.6	41
	30	5	8.2	49.2
	33	2	3.3	52.5
	34	2	3.3	55.7
	35	2	3.3	59
	36	3	4.9	63.9
	38	1	1.6	65.6
	39	2	3.3	68.9
	40	1	1.6	70.5
	42	1	1.6	72.1
	43	1	1.6	73.8
	46	1	1.6	75.4
	47	1	1.6	77
	48	1	1.6	78.7
	50	1	1.6	80.3
	51	2	3.3	83.6
	53	1	1.6	85.2
	55	1	1.6	86.9
	56	1	1.6	88.5
	59	3	4.9	93.4
61	1	1.6	95.1	
65	1	1.6	96.7	
71	1	1.6	98.4	
76	1	1.6	100	
Total		61	100	
Perdidos	No respondió	2		
	Sistema	1		
	Total	3		
Total		64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

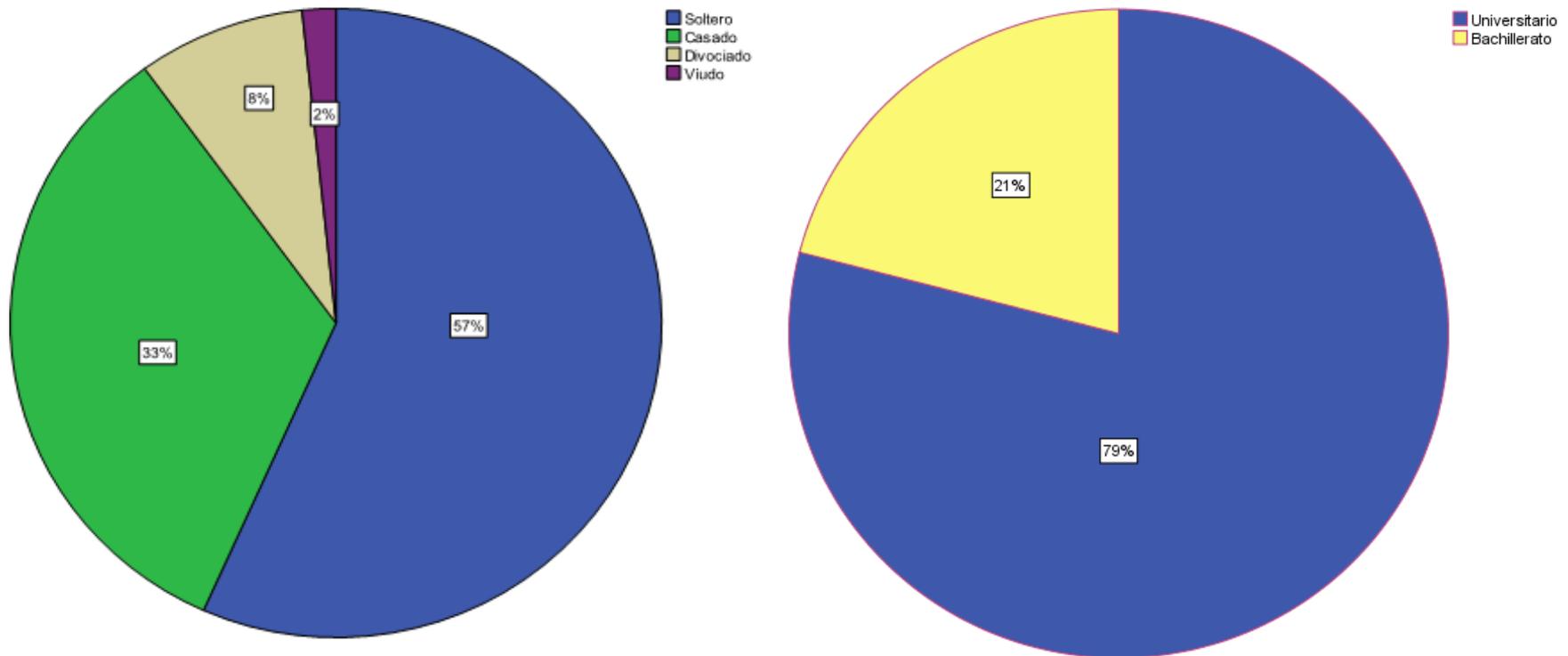
Figura 6. Nacionalidad del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011.

En cuanto al estado civil de los entrevistados, el 57% es soltero y el 33% casado. Por último, en lo que respecta al nivel educativo el 77% tiene grado universitario y el 20% bachillerato (Ver Figura 7.)

Figura 7. Estado civil y nivel educativo del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011.

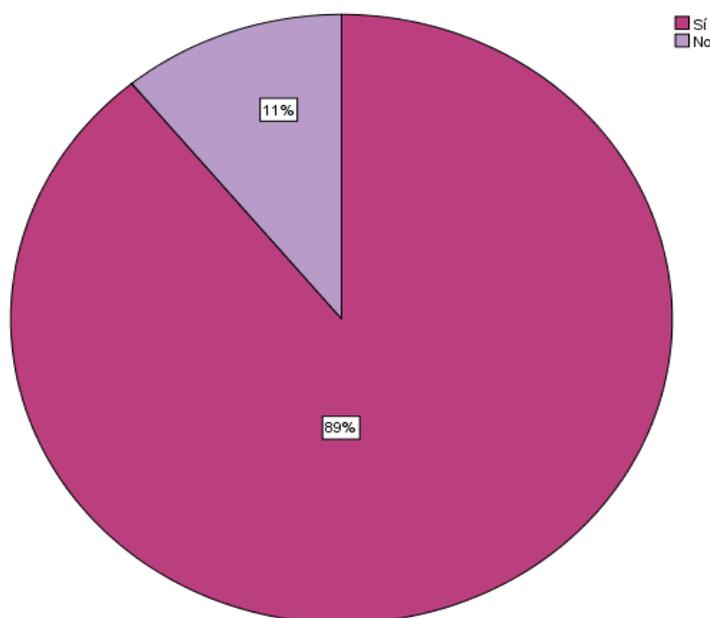
El 81% de los entrevistados se encuentra de visita en el país por ocio; 13% por trabajo; 10% por estudios; 5% por motivos religiosos; 5% por visitas familiares y voluntariados. En esta pregunta algunos de los entrevistados escogieron más de una opción por lo que la sumatoria del porcentaje de casos suma más del 100%.

Cuadro 22. Motivo de su visita a Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.

		Respuestas	
		N	Porcentaje de casos (%)
Motivo de su visita	Ocio	50	80.6%
	Visitas familiares	2	3.2%
	Trabajo	8	12.9%
	Estudio	6	9.7%
	Motivos religiosos	3	4.8%
	Voluntariados	1	1.6%
Total		70	112%

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

2. Interés de visitación en los atractivos identificados. En la Figura 8. se puede observar que el 89% de los entrevistados sí está interesado en visitar el Municipio de Chicamán. Esto es algo positivo, ya que la mayoría muestra disposición e interés en visitar dicho municipio, lo que facilita la oferta de los destinos turísticos que se identificaron en el área. En cuanto a las razones por las cuales no visitaron en esta ocasión Chicamán, el 39% respondió que no lo visitó porque no sabía de su existencia; el 37% por falta de tiempo; el 16% por contar con poco dinero y por la distancia (Ver Cuadro 23).

Figura 8. ¿Le gustaría visitar el municipio de Chicamán, El Quiché?

Fuente: Elaboración propia, 2011.

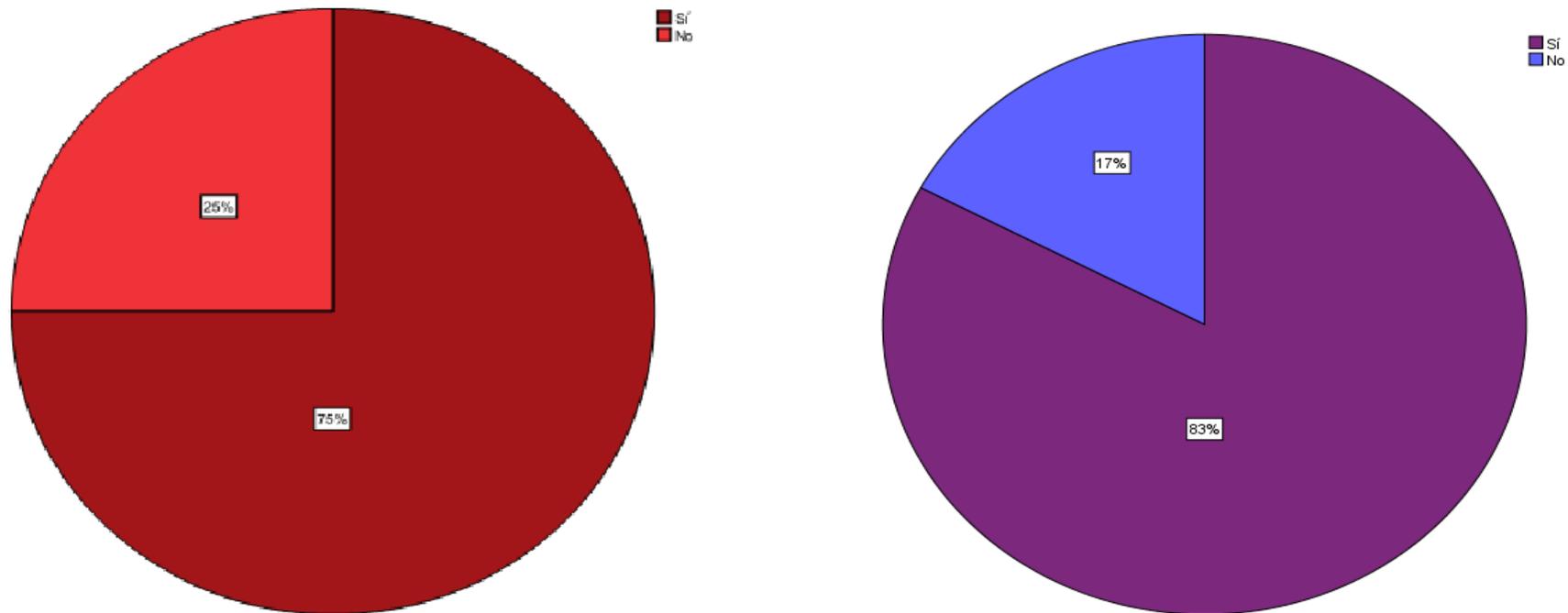
Cuadro 23. Razones por las cuales no visitaron Chicamán en esta ocasión

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
¿Por qué no visita Chicamán?	No le llama la atención	3	2.7%	4.7%
	Tiempo	41	37.3%	64.1%
	Dinero	9	8.2%	14.1%
	Distancia	9	8.2%	14.1%
	Acceso	2	1.8%	3.1%
	Tipo de transporte	2	1.8%	3.1%
	No sabía de su existencia	43	39.1%	67.2%
	Otros	1	.9%	1.6%
Total		110	100.0%	171.9%

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

En la Figura 9. se puede observar el interés de los entrevistados en adquirir servicios de los sitios turísticos identificados en el Municipio de Chicamán. Respecto al proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, el 83% contestó que sí está interesado en adquirir sus servicios. Por otro lado y en menor porcentaje, el 75% contestó que sí está interesado en visitar la Finca El Puente Maya Soch. Siendo la mayoría la que está interesada en dichos atractivos, podemos decir que ambos sitios tienen un mercado potencial al cual pueden ofertar los productos y servicios turísticos ya existentes.

Figura 9. Interés de visitar la Finca Puente Maya El Soch y *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011.

Según el Cuadro 24, de los encuestados que contestaron sí están interesados, el 58% estuvo representado por mujeres y el 41% por hombres, de los cuales el 63% es menor de 35 años. Respecto al estado civil, el 54% es soltero y el 37% casado. Por último, en cuanto al nivel educativo el 83% cursó hasta un grado universitario. Por lo tanto, el perfil del visitante potencial son personas de ambos sexos, menores de 35 años, solteras y con un nivel educativo universitario.

Cuadro 24. Perfil del visitante según el interés de visitación a Finca el Puente Maya El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

		¿Le gustaría visitar la Finca el Puente Maya El Soch, Chicamán?			
		No		Sí	
		Conteo	Porcentaje %	Conteo	Porcentaje %
Sexo	Hombre	3	20.0%	20	41.7%
	Mujer	12	80.0%	28	58.3%
Grupos etarios	Menores de 35	8	53.3%	30	62.5%
	Mayores de 35	7	46.7%	18	37.5%
Estado civil	Soltero	9	64.3%	25	54.3%
	Casado	3	21.4%	17	37.0%
	Divorciado	2	14.3%	3	6.5%
	Viudo	0	.0%	1	2.2%
	Otro	0	.0%	0	.0%
Nivel educactivo	Sin estudios	0	.0%	0	.0%
	Primaria	0	.0%	0	.0%
	Bachillerato	5	33.3%	8	17.0%
	Universitario	10	66.7%	39	83.0%

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

Según el Cuadro 25, de los encuestados que contestaron que sí están interesados en visitar la finca el 67% son mujeres y el 33% hombres, de los cuales el 64% son menores de 35 años. Respecto al estado civil, el 56% es soltero y el 32% es casado. Por último, en cuanto al nivel educativo de los que contestaron que sí visitarían la finca, el 80% cursó un

nivel universitario. Por lo tanto, el perfil del visitante potencial son mujeres, menores de 35 años, solteras con un nivel educativo universitario.

Cuadro 25. Perfil del visitante según el interés de visitación a el proyecto ecoturístico de *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

		¿Le gustaría visitar el proyecto ecoturístico de <i>Tubing</i> Chixoy, Chicamán?			
		No		Sí	
		Conteo	Porcentaje %	Conteo	Porcentaje %
Sexo	Hombre	6	54.5%	17	32.7%
	Mujer	5	45.5%	35	67.3%
Grupos etarios	Menores de 35	4	40.0%	34	64.2%
	Mayores de 35	6	60.0%	19	35.8%
Estado civil	Soltero	6	60.0%	28	56.0%
	Casado	4	40.0%	16	32.0%
	Divocado	0	.0%	5	10.0%
	Viudo	0	.0%	1	2.0%
	Otro	0	.0%	0	.0%
Nivel educactivo	Sin estudios	0	.0%	0	.0%
	Primaria	0	.0%	0	.0%
	Bachillerato	3	27.3%	10	19.6%
	Universitario	8	72.7%	41	80.4%

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

En el Cuadro 26 se puede observar el porcentaje de visitantes por nacionalidad de acuerdo con su interés por visitar *Tubing* Chixoy. Los visitantes que no mostraron interés en visitar el sitio en su mayoría son de nacionalidad estadounidense (36%), australiana (18%) y española (18%); mientras que los que mostraron interés son de nacionalidad estadounidense (21%), guatemalteca (11.3%) y alemana (11.3%).

Cuadro 26. Interés de visitación de *Tubing* Chixoy según nacionalidad según nacionalidad del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.

		Le gustaría visitar el proyecto ecoturístico de <i>Tubing</i> Chixoy			
		No		Sí	
		Conteo	Porcentaje %	Conteo	Porcentaje %
Nacionalidad del entrevistado	Estadounidense	4	36.4%	11	20.8%
	Inglesa	1	9.1%	5	9.4%
	Guatemalteca	0	.0%	6	11.3%
	Alemana	0	.0%	6	11.3%
	Australiana	2	18.2%	3	5.7%
	Francesa	1	9.1%	3	5.7%
	Chilena	0	.0%	4	7.5%
	Italiana	0	.0%	3	5.7%
	Española	2	18.2%	0	.0%
	NR	0	.0%	2	3.8%
	Noruega	0	.0%	1	1.9%
	Nicaragüense	0	.0%	1	1.9%
	Mexicana	0	.0%	1	1.9%
	Coreana	0	.0%	1	1.9%
	Indonesa	1	9.1%	0	.0%
	Finlandesa	0	.0%	1	1.9%
	Escocesa	0	.0%	1	1.9%
	Canadiense	0	.0%	1	1.9%
	Brasileña	0	.0%	1	1.9%
	Belga	0	.0%	1	1.9%
Argentina	0	.0%	1	1.9%	
Total	11	100.0%	53	100.0%	

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

En cuanto a los que contestaron que no estaban interesados en visitar la Finca El Soch, en su mayoría eran de nacionalidad estadounidense (19%), chilena (18%) e inglesa (12%). Los que contestaron que sí, son mayoritariamente de nacionalidad estadounidense (25%), guatemalteca (12%), alemana (10%) y australiana (10%) (Ver Cuadro 27).

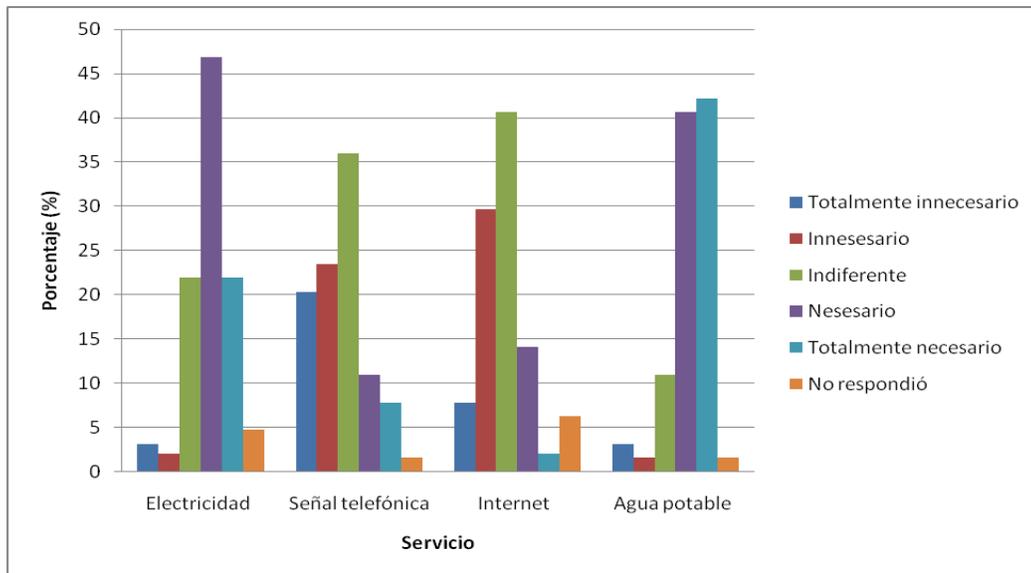
Cuadro 27. Interés de visitación de la Finca El Soch según nacionalidad del entrevistado en Chichicastenango, El Quiché, Guatemala.

		Le gustaría visitar la finca El Soch			
		No		Sí	
		Conteo	Porcentaje %	Conteo	Porcentaje %
Nacionalidad del entrevistado	Estadounidense	3	18.8%	12	25.0%
	Inglesa	2	12.5%	4	8.3%
	Guatemalteca	0	.0%	6	12.5%
	Alemana	1	6.3%	5	10.4%
	Australiana	0	.0%	5	10.4%
	Francesa	1	6.3%	3	6.3%
	Chilena	3	18.8%	1	2.1%
	Italiana	1	6.3%	2	4.2%
	Española	1	6.3%	1	2.1%
	NR	1	6.3%	1	2.1%
	Noruega	0	.0%	1	2.1%
	Nicaragüense	0	.0%	1	2.1%
	Mexicana	0	.0%	1	2.1%
	Koreana	1	6.3%	0	.0%
	Indonesia	0	.0%	1	2.1%
	Finlandesa	1	6.3%	0	.0%
	Escocesa	1	6.3%	0	.0%
	Canadiense	0	.0%	1	2.1%
	Brasileña	0	.0%	1	2.1%
	Belga	0	.0%	1	2.1%
Argentina	0	.0%	1	2.1%	
Total		16	100.0%	48	100.0%

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa estadístico SPSS.*

A continuación se presentan los resultados con relación al grado de necesidad de los servicios que a los visitantes les gustaría encontrar en los sitios turísticos que visitan (Ver Figura 10.). El 69% mencionó que la electricidad es totalmente necesaria o necesaria y el 22% indiferente. De los encuestados, la mayoría no considera importante el tener señal telefónica, el 79% contestó que le es innecesaria o indiferente. En cuanto al acceso de internet este no es un servicio que el visitante demande, ya que el 79% mencionó que le es totalmente innecesario o indiferente. Asimismo, el 83% respondió que el agua potable les es totalmente necesaria o necesaria, por lo que sí es un servicio bastante requerido.

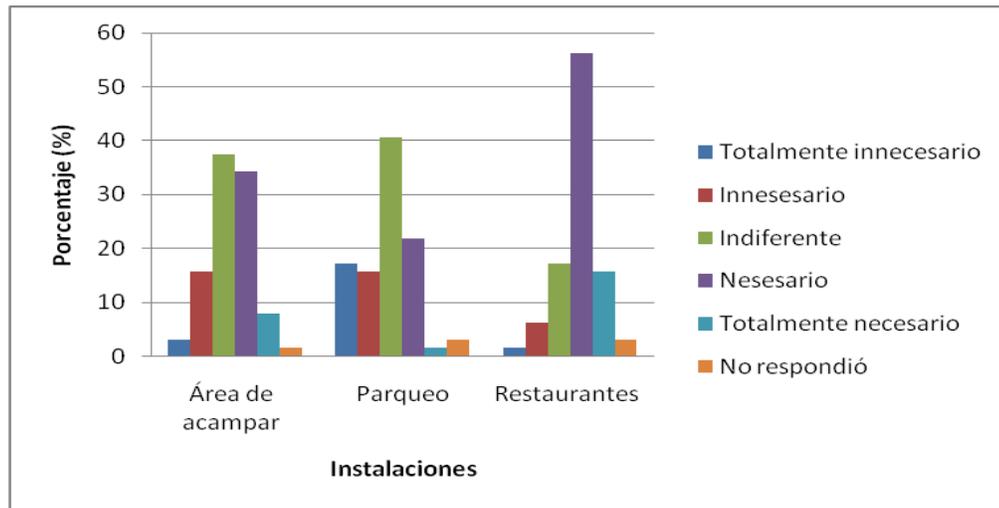
Figura 10. Grado de necesidad de servicios para los turistas entrevistados en Chichistenango, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011

En la Figura 11. se presentan los resultados del grado de necesidad respecto a las instalaciones generales que a los visitantes les gustaría encontrar durante su visita. El 34% mencionó que un área de acampar les es necesaria, al 38% le es indiferente y el 16% innecesaria. En cuanto al parqueo, al 41% le es indiferente, al 33% totalmente innecesario o innecesario y para el 22% es necesario. Posiblemente este último dato se deba a que la mayoría contrata transporte privado o viaja en transporte público, por lo que tener un sitio determinado donde dejar el vehículo no es una prioridad o demanda. El servicio de alimentación por medio de un restaurante sí es necesario, ya que el 56% lo consideró necesario, mientras que solamente el 8% mencionó que le es totalmente innecesario o innecesario.

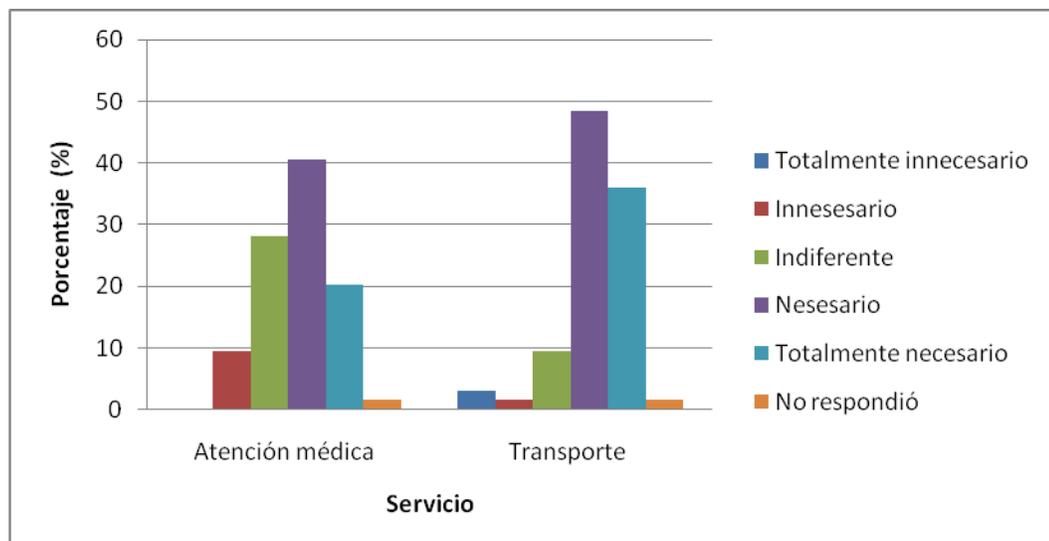
Figura 11. Grado de necesidad de instalaciones para los turistas entrevistados en Chichistenango, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011.

Los servicios de apoyo como atención médica y transporte son en su mayoría necesarios (Ver Figura 12.), siendo para el 41% necesario el servicio de atención médica, y para el 28% indiferente. En cuanto a transporte, el 84% mencionó que le es totalmente necesario o necesario.

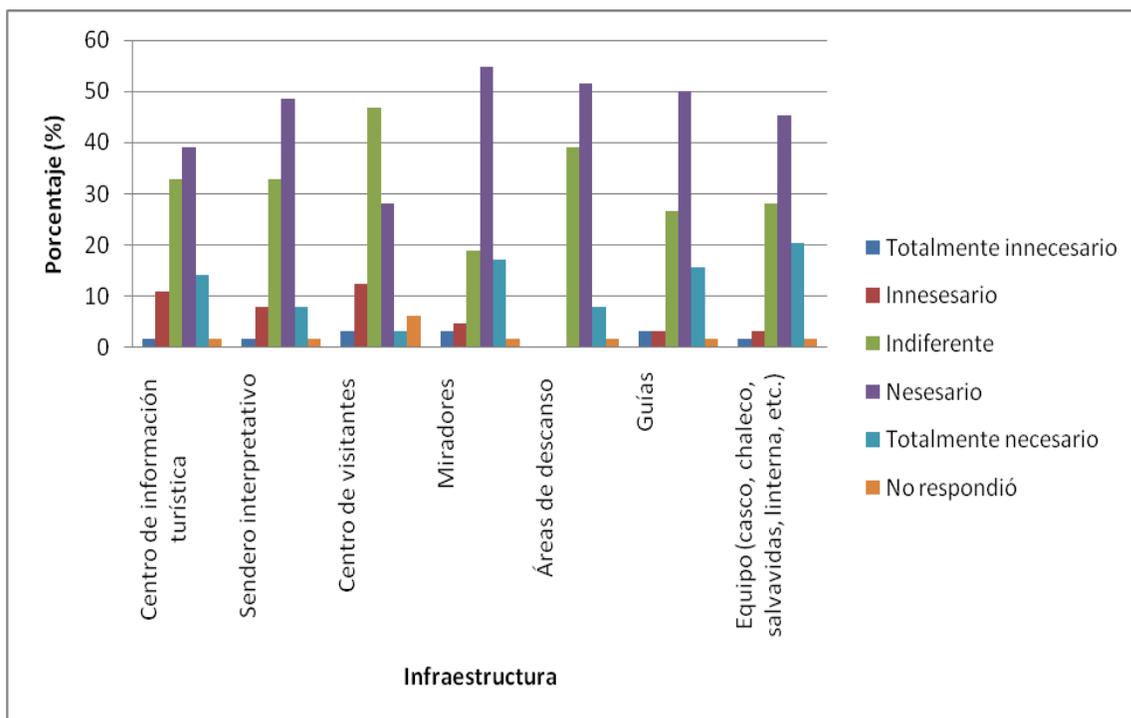
Figura 12. Grado de necesidad de los servicios de atención médica y transporte para los turistas entrevistados en Chichistenango, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011

En cuanto a infraestructura relacionada a la interpretación del sitio (Ver Figura 13.), el 48% mencionó que sí es necesario que cuente con un sendero interpretativo y 33% indiferente. El 47% contestó que le es indiferente contar con un centro de visitantes y el 28% necesario. Miradores y áreas de descanso son considerados por la mayoría necesario, con el 55% y el 52% respectivamente. Los guías son considerados por el 50% necesario, el 27% indiferente y el 16% totalmente necesario. Los guías muchas veces brindan información importante acerca de los aspectos culturales y naturales del sitio, lo que le puede dar un valor agregado a la visita. Por último, el 65% considera necesario el brindar equipo.

Figura 13. Grado de necesidad de infraestructura para los turistas entrevistados en Chichistenango, El Quiché, Guatemala.



Fuente: Elaboración propia, 2011

3. Asociación entre variables del cuestionario para visitantes de Chichicastenango, El Quiché. Por medio de la prueba Chi-cuadrado, se logró determinar si existen asociaciones entre las variables del cuestionario para visitantes de Chichicastenango (Ver tablas de contingencia de frecuencias y prueba Chi-cuadrado en Anexos). La primera asociación significativa es entre las variables no visitó Chicamán en

esta ocasión debido a falta de tiempo y el interés en visitar dicho municipio, siendo el valor- $p=0.038$ ($\chi=4.300$) (Ver Cuadro 29). Estos valores indican que hay una relación significativa entre variables debido a que el valor- p resulto ser menor a 0.05 lo que significa que sí existe asociación entre las dos variables analizadas. Por lo tanto, puede que sí haya interés en visitar el municipio, pero por falta de tiempo no está siendo incluido dentro de su visita por el área.

Cuadro 28. Frecuencias entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

		¿Le gustaría visitar Chicamán		Total
		No	Sí	
Tiempo	No	5	18	23
	Sí	2	39	41
Total		7	57	64

Fuente: Elaboración propia, 2011. Programa SPSS.

Cuadro 29. Asociación entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.300 ^a	1	.038		
Corrección por continuidad ^b	2.743	1	.098		
Razón de verosimilitudes	4.119	1	.042		
Estadístico exacto de Fisher				.088	.051
Asociación lineal por lineal	4.233	1	.040		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.

Segundo, se determinó que hay una asociación significativa entre las variables no visitó Chicamán en esta ocasión por el tipo de transporte, y el interés de visitar la Finca El puente Maya el Soch, siendo el valor- $p=0.013$ ($\chi=6.194$) (Ver Cuadro 31). Siendo el tipo de transporte un aspecto bastante evaluado por el visitante para la visitación de sitios donde hay que recorrer una larga distancia.

Cuadro 30. Frecuencias entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

		Le gustaría visitar la finca El Soch		Total
		No	Sí	
Tipo de transporte	No	14	48	62
	Sí	2	0	2
Total		16	48	64

Fuente: Elaboración propia, 2011. Programa SPSS.

Cuadro 31. Asociación entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.194 ^a	1	.013	.060	.060
Corrección por continuidad ^b	2.753	1	.097		
Razón de verosimilitudes	5.743	1	.017		
Estadístico exacto de Fisher					
Asociación lineal por lineal	6.097	1	.014		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Según la prueba Chi-cuadrado, existe una asociación entre sexo del entrevistado y por qué no visito Chicamán ya que no le llama la atención teniendo un valor- $p=0.024$ ($\chi^2=7.428$) (Ver Cuadro 33). Siendo en su mayoría mujeres a quienes no les llama la atención (Ver Cuadro 32). Por lo que el sexo del perfil del visitante es un aspecto que influye en las razones para no visitar un sitio.

Cuadro 32. Frecuencias entre sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no le llama la atención.

		No le llama la atención		Total
		No	Sí	
Sexo del entrevistado	Hombre	20	3	23
	Mujer	40	0	40
Total		60	3	63

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa SPSS.*

Cuadro 33. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no le llama la atención.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.428 ^a	2	.024
Razón de verosimilitudes	8.542	2	.014
Asociación lineal por lineal	6.480	1	.011
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Se identificaron varias asociaciones significativas entre de necesidad de centro de visitantes y diferentes motivos de su visita, estas son: por ocio con valor- p de 0.008 ($\chi^2=24.031$) (Ver Cuadro 35) y por trabajo con valor- p de 0.013 ($\chi^2=22.373$) (Ver Cuadro 37), En las frecuencias de los datos analizados se puede observar que en su mayoría los que visitan por ocio Chicastenango, les es indiferente el centro de visitantes, mientras que los que eligieron la opción como motivo de visita por trabajo la mayoría mencionó que es necesario.

Cuadro 34. Frecuencias entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de centro de visitantes.

		Centro de visitantes				Totalmente necesario
		Totalmente innecesario	Innecesario	Indiferente	Necesario	
Ocio	No	0	1	3	7	0
	Sí	2	7	27	10	1
	NR	0	0	0	1	1
Total		2	8	30	18	2

Fuente: Elaboración propia, 2011. Programa SPSS.

Cuadro 35. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24.031 ^a	10	.008
Razón de verosimilitudes	15.161	10	.126
Asociación lineal por lineal	.156	1	.693
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.

Cuadro 36. Frecuencias entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de centro de visitantes.

		Centro de visitantes				Totalmente necesario
		Totalmente innecesario	Innecesario	Indiferente	Necesario	
Trabajo	No	2	7	28	12	1
	Sí	0	1	2	5	0
	NR	0	0	0	1	1
Total		2	8	30	18	2

Fuente: Elaboración propia, 2011. Programa SPSS.

Cuadro 37. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22.373 ^a	10	.013
Razón de verosimilitudes	13.665	10	.189
Asociación lineal por lineal	.444	1	.505
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.

D. Paquetes turísticos

1. **Descripción de los paquetes turísticos.** A continuación se detallan los servicios que se incluyen en cada uno de los paquetes (Cuadro 38, Cuadro 39 y Cuadro 40), más adelante se detallan el itinerario (Cuadro 42, Cuadro 43, Cuadro 44 y Cuadro 45) y los precios de los paquetes existentes para *Tubing* Chixoy y los propuestos para Finca El Soch.

En el Cuadro 38 se detallan las tres opciones de los paquetes existentes para Río Chixoy cuyo atractivo principal es el recorrido por el *tubing*.

Cuadro 38. Paquetes existentes para aventura por el Río Chixoy,

Paquete	Servicio	Alimentación: A=Almuerzo, C=Cena, D=Desayuno, R= Refacción
Aventura por el Río Chixoy (un día)		
Opción 1	Guías locales Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy Equipo (Tubo, casco, salvavidas y bolsa impermeable) Transporte ida y vuelta de Chicamán a Río Chixoy	A y R
Opción 2	Guías locales Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy Equipo (Tubo, casco, salvavidas y bolsa impermeable) Transporte ida y vuelta de Chicamán al Río Chixoy Una noche de hospedaje en hotel Doña Leonor	A y R
Opción 3	Guías locales Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy Equipo (Tubo, casco, salvavidas y bolsa impermeable) Transporte ida y vuelta de Chicamán al Río Chixoy Una noche de hospedaje en La Cabaña	A, R, C y D

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 39 se detallan las dos opciones de paquetes existentes para Chixoy Maya, que incluye el servicio de alimentación y varias actividades que permiten al visitante disfrutar de atractivos naturales y culturales en los dos atractivos identificados.

Cuadro 39. Paquetes establecidos para Chixoy Maya

Paquete	Servicio	Alimentación: A=Almuerzo, C=Cena, D=Desayuno, R= Refacción
Chixoy Maya (dos días)		
Opción 1	Guías locales Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy Equipo (Tubo, casco, salvavidas y bolsa impermeable) Recorrido por el sendero natural "Los Gigantes" y sendero arqueológico "El Soch" de la Finca Transporte de Chicamán a Río Chixoy y Finca El Soch Una noche de hospedaje en La Cabaña	A (2), R, C y D
Opción 2	Guías locales Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy Equipo (Tubo, casco, salvavidas y bolsa impermeable) Recorrido por el sendero natural "Los Gigantes" y sendero arqueológico "El Soch" de la Finca Transporte de Chicamán a Río Chixoy y Finca El Soch Una noche de hospedaje en hotel Doña Leonor	A (2), R (2), C y D

Fuente: Elaboración propia con base en MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 40 se detallan las dos opciones propuestas para la Finca El Puente Maya El Soch, que incluye recorrido por el sitio arqueológico y por el sendero natural. Las actividades propuestas para la finca fueron el recorrido a las cataratas y por el sendero natural, se le agrego la opción se dar refacción al visitante y se realizó el paquete de dos días.

Cuadro 40. Paquetes establecidos para Arqueología y naturaleza en El Soch

Paquete	Servicio	Alimentación: A=Almuerzo, C=Cena, D=Desayuno, R= Refacción
Arqueología y naturaleza en El Soch (uno o dos días)		
Opción 1	Guía Recorrido por cataratas Recorrido por el sendero natural "Los Gigantes" y sendero arqueológico "El Soch" de la Finca Demostración de la Molienda de Panela	D, A, C y R (3)
Opción 2	Guía Recorrido por el sendero natural "Los Gigantes" y sendero arqueológico "El Soch" de la Finca	A y R

Fuente: Elaboración propia, 2011

2. Descripción de servicios brindados

a. Servicios incluidos dentro de los paquetes en *Tubing Chixoy*. Los guías son personas locales pertenecientes al ACAT y miembros de la Aldea El Jocote, dichos guías se encuentran capacitados en los temas de guía comunitario, técnicas de rescate acuático y primeros auxilios (Ver Cuadro 53 en anexo). Dichos guías acompañan al turista durante todo el recorrido, tanto acuático como terrestre; la cantidad de los guías depende del tamaño del grupo. En el Cuadro 41 se detalla la cantidad de guías necesarios dependiendo el tamaño del grupo y las tareas asignadas a cada uno de ellos. El transporte es promocionado por una persona local, quien cuenta con un *pick-up* de doble cabina 4x4. En el caso de que sean más de diez personas utilizan otro vehículo de la misma descripción. Las encargadas de brindar el servicio de alimentación son las mujeres del Comité Las Orquídeas de la Aldea El Jocote.

Cuadro 41. Número y tareas de los guías según el tamaño del grupo en *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Tamaño del grupo	No. de guías	Tareas	Tipo de transporte
2-9	2	Un guía acompaña al grupo, y otro apoya a las mujeres y espera para dar la refacción al final del trayecto.	<i>Pick-up</i> de doble cabina 4x4
10-14	3	Dos guías acompañan al grupo, y otro apoya a las mujeres y espera para dar la refacción al final del trayecto.	
15-20	4	Tres guías acompañan al grupo, y otro apoya a las mujeres y espera para dar la refacción al final del trayecto.	

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

b. Descripción de los servicios proporcionados en Finca Puente Maya El Soch. El guía es el dueño de la finca, y no cuenta con ningún tipo de capacitación pero tiene conocimiento sobre la flora y fauna del área, conocimiento que comparte con los visitantes. En cuanto a alimentación, dicho servicio es brindado por la esposa del dueño, quien utiliza productos frescos y locales para la elaboración de la misma.

3. Itinerario de los paquetes turísticos. A continuación se detalla el itinerario para cada uno de los paquetes. En el Cuadro 42 se puede observar el itinerario de Aventura por el Río Chixoy.

Cuadro 42. Itinerario de los paquetes existentes Aventura por el Río Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Paquete	Hora de inicio	Itinerario
Aventura por el Río Chixoy	07:00 a.m.	Encuentro con los guías en el parque central de Chicamán.
	09:30 a.m.	Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy.
	12:00 p.m.	Llegada a las Chorreras, donde finaliza el recorrido acuático y refacción,
	12:30 p.m.	Recorrido a pie por el sendero,
	14:00 p.m.	Almuerzo en el Rancho Las Piñuelas,
	15:00 p.m.	Regreso a Chicamán,
	14:30 p.m.	Llegada a Chicamán/hotel/La Cabaña,
	06:30 p.m.	Cena en la Cabaña *paquete opción 3,
	07:00 a.m.	Desayuno en la Cabaña *paquete opción 3,

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 43 se detalla el itinerario para los paquetes de Chixoy Maya, los cuales tiene una duración de dos días en los cuales se visita Tubing Chixoy y Finca Puente Maya El Soch.

Cuadro 43. Itinerario de los paquetes existentes para Chixoy Maya, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Paquete	Hora de inicio	Itinerario
Chixoy Maya	07:00 a.m.	Encuentro con los guías en el parque central de Chicamán.
	09:30 a.m.	Recorrido en <i>tubing</i> por el Río Chixoy.
	12:00 p.m.	Llegada a las Chorreras, donde finaliza el recorrido acuático y refacción.
	12:30 p.m.	Recorrido a pie por el sendero.
	14:00 p.m.	Almuerzo en el Rancho Las Piñuelas.
	15:00 p.m.	Regreso a Chicamán.
	14:30 p.m.	Llegada a Chicamán/hotel/La Cabaña.
	Día 1	06:30 p.m.
Día 2	06:00 a.m.	Desayuno en la Cabaña.
	07:00 a.m.	Salida de Chicamán.
	09:00 a.m.	Llegada a la Finca El Soch y refacción.
	09:30 a.m.	Recorrido por el sendero natural Los Gigantes.
	10:30 a.m.	Recorrido por el sendero arqueológico El Soch.
	11:15 a.m.	Baño en río y pozas de agua.
	12:30 p.m.	Almuerzo.
	01:30 p.m.	Descanso y tiempo libre.
	02:30 p.m.	Salida a Chicamán.
	Día 2	04:30 p.m.

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 44 se detallan el itinerario del paquete de dos días para la Finca el Puente Maya El Soch y en el Cuadro 45 el de un día.

Cuadro 44. Itinerario de los paquetes propuestos Arqueología y naturaleza en El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Paquete	Hora de inicio	Itinerario
Arqueología y naturaleza en El Soch		
Día 1	08:30 a.m.	Salida de Chicamán.
	10:30 a.m.	Llegada a la Finca El Soch y refacción.
	11:00 a.m.	Caminata hacia las cataratas.
	12:30 p.m.	Almuerzo.
	01:30 p.m.	Recorrido por el sendero arqueológico El Soch.
	02:15 p.m.	Baño en río y pozas de agua.
	03:30 p.m.	Recorrido por el sendero natural Los Gigantes.
	05:30 p.m.	Refacción y tiempo libre.
	06:30 p.m.	Observación de luciérnagas *depende de la época.
	07:00 p.m.	Cena.
Día 2	07:00 a.m.	Desayuno.
	08:00 a.m.	Demostración en molienda para hacer panela.
	09:30 a.m.	Refacción y tiempo libre.
	11:00 a.m.	Salida a Chicamán.
	01:00 p.m.	Llegada a Chicamán.

Fuente: Elaboración propia, 2011.

Cuadro 45. Itinerario de los paquetes propuestos arqueología y naturaleza

Paquete	Hora de inicio	Itinerario
Arqueología y naturaleza en El Soch	07:00 a.m.	Salida de Chicamán.
	09:00 a.m.	Llegada a la Finca El Soch y refacción.
	09:30 a.m.	Recorrido por el sendero natural Los Gigantes.
	10:30 a.m.	Recorrido por el sendero arqueológico El Soch.
	11:15 a.m.	Baño en río y pozas de agua.
	12:30 p.m.	Almuerzo.
	01:30 p.m.	Descanso y tiempo libre.
	02:30 p.m.	Salida a Chicamán.
	04:30 p.m.	Llegada a Chicamán.

Fuente: Elaboración propia, 2011.

4. Costos de los paquetes

a. **Cálculo de costos de Tubing Chixoy.** Los siguientes cálculos fueron realizados por el encargado de Fortalecimiento de Destinos Turísticos Comunitarios en El Quiché, de la fundación MOVIMUNDO, conjuntamente con los miembros de la comunidad y ACAT.

Cuadro 46. Costo de los paquetes existentes de Tubing Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Concepto	Monto	
Guías	Q. 70 / guía	
Electricidad	Q. 2 / tubo inflado	
Transporte	Q. 300 por vehículo	
Refacción	Q. 6 / persona	
Alimentación	2 personas	Q. 80 el tiempo de comida
	3-9 personas	Q. 60 el tiempo de comida
	de 10 en adelante	Q. 50 el tiempo de comida
Hospedaje en Hotel	Q 50	
Hospedaje en La Cabaña	Q75	

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

b. **Cálculo de costos de la Finca El Soch.** Según los datos proporcionados por los dueños y la cotización de algunas materias primas para la elaboración de ciertos servicios se calcularon los siguientes costos (Ver Cuadro 47), a los cuales se les sumó un margen de ganancia de Q100. Este precio es la ganancia por cada visitante y se basa en una decisión tomada por el propietario de la finca. La información sobre cuánto estaba dispuesto a pagar cada visitante para visitar la finca no pudo ser obtenida debido a que los cuestionarios no fueron respondidos (Ver limitantes de la investigación).

Cuadro 47. Costo de los paquetes de Finca el Soch, El Quiché, Guatemala.

Descripción	Costo unitario	Costo según número de personas				
		2 personas	3-4 personas	5-9 personas	10-14 personas	15-20 personas
Alimentación						
Desayuno	Q10.00	Q10.00	Q10.00	Q10.00	Q10.00	Q10.00
Cena	Q10.00	Q10.00	Q10.00	Q10.00	Q10.00	Q10.00
Almuerzo	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00
Refacción	Q5.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00
Subtotal		Q50.00	Q50.00	Q50.00	Q50.00	Q50.00

Continuación Cuadro 47.

Descripción		Costo unitario	Costo según número de personas			
Gastos de operación						
Gasolina	Q100.00	Q50.00	Q33.00	Q20.00	Q10.00	Q6.00
Depreciación de carpas	Q5.00	Q5.00	Q5.00	Q5.00	Q5.00	Q5.00
Elaboración de panela	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00	Q15.00
Subtotal		Q70.00	Q53.00	Q40.00	Q30.00	Q26.00
Total por persona		Q120.00	Q103.00	Q90.00	Q80.00	Q76.00

Fuente: Elaboración propia, 2011.

5. Precio de los paquetes. A continuación el precio de los paquetes de cada sitio turístico según número de personas y procedencia. En el Cuadro 48 se presentan los precios de las tres opciones existentes para *Tubing* Chixoy los cuales varían dependiendo del tamaño del grupo y la procedencia de los mismos, dichos precios oscilan entre Q160.00 y Q600.00.

Cuadro 48. Precio de los paquetes existentes para aventura por el Río Chixoy según el número de personas y procedencia.

Paquete	No. de personas	Precio por persona		
		Local	Nacional	Extranjero
Aventura por el Río Chixoy	2	Q 375.00	Q 400.00	Q 425.00
	3-4	Q 270.00	Q 295.00	Q 320.00
	5-9	Q 210.00	Q 235.00	Q 255.00
	10-14	Q 190.00	Q 215.00	Q 230.00
	15-20	Q 160.00	Q 185.00	Q 210.00
Opción 1	2	Q 425.00	Q 450.00	Q 475.00
	3-4	Q 320.00	Q 345.00	Q 380.00
	5-9	Q 260.00	Q 285.00	Q 305.00
	10-14	Q 240.00	Q 255.00	Q 280.00
	15-20	Q 200.00	Q 235.00	Q 260.00
Opción 2	2	Q 550.00	Q 575.00	Q 600.00
	3-4	Q 445.00	Q 470.00	Q 495.00
	5-9	Q 385.00	Q 410.00	Q 430.00

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 49 se presentan los precios de cada uno de los paquetes existentes para Chixoy Maya los cuales se encuentran entre Q300.00 y Q900.00 dependiendo del número de personas y la procedencia de los mismos.

Cuadro 49. Precio de los paquetes existentes para Chixoy Maya según el número de personas y procedencia

Chixoy Maya	No. de personas	Precio por persona		
		Local	Nacional	Extranjero
Opción 1	2	Q 870.00	Q 880.00	Q 900.00
	3-4	Q 670.00	Q 690.00	Q 710.00
	5-9	Q 540.00	Q 560.00	Q 580.00
Opción 2	2	Q 750.00	Q 765.00	Q 785.00
	3-4	Q 555.00	Q 575.00	Q 595.00
	5-9	Q 425.00	Q 445.00	Q 465.00
	10-14	Q 350.00	Q 370.00	Q 390.00
	15-20	Q 300.00	Q 320.00	Q 340.00

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

En el Cuadro 50 se encuentra los paquetes propuestos para la Finca El puente Maya el Soch los cuales oscilan entre Q70.00 y Q 270.00.

Cuadro 50. Precio de los paquetes propuestos para arqueología y naturaleza en El Soch Chixoy Maya según el número de personas y procedencia.

Arqueología y naturaleza en El Soch	No. de personas	Precio por persona		
		Local	Nacional	Extranjero
Opción 1	2	Q 220.00	Q 245.00	Q 270.00
	3-4	Q 200.00	Q 225.00	Q 250.00
	5-9	Q 190.00	Q 215.00	Q 240.00
	10-14	Q 180.00	Q 205.00	Q 230.00
	15-20	Q 175.00	Q 200.00	Q 225.00
Opción 2	2	Q 115.00	Q 135.00	Q 145.00
	3-4	Q 95.00	Q 105.00	Q 115.00
	5-9	Q 85.00	Q 95.00	Q 105.00
	10-14	Q 75.00	Q 85.00	Q 95.00
	15-20	Q 70.00	Q 80.00	Q 90.00

Fuente: Elaboración propia, 2011.

6. Atractivos complementarios

a. **Laj Chimel Comunidad Maya.** Es una aldea de indígenas k'iche's ubicada en Uspantán, El Quiché, conocida por ser la tierra natal de la Premio Nobel Rigoberta Menchú. La comunidad cuenta con un sendero interpretativo en el bosque

nuboso donde comparten con el visitante su forma de vida y relato de historia durante el conflicto armado. Además, hay un mirador con vista panorámica del área Ixil y de Los Cuchumatanes; se ofrecen tours de plantas medicinales, apicultura y milpa. Por último, cuentan con tienda de artesanías textiles, canastos y sombreros de pino, miel, cocina típica, albergue, rancho para acampar en el bosque y temascal (MOVIMUNDO 2011).

b. Turismo solidario Nuevos Mayas. En la Aldea Xix ubicada en el área Ixil, donde indígenas ixíles y k'iche's realizan agroturismo, teatro sobre el mundo maya, conciertos de marimba y recorridos a caballo. Además de contar con una tienda de artesanías, comida típica, albergue, temascal y visita a sitios sagrados, entre otros (MOVIMUNDO 2011).

7. Transporte. En el Cuadro 51 se resumen las opciones de transporte privado que se cotizaron con una tour operadora de Chichicastenango y un miembro de ACAT.

Cuadro 51. Resumen de opciones para transporte privado.

Persona encarga del servicio	Descripción	Precio	Tipo de vehículo
Tour Operadora Chichivan tours	Se encuentra ubicada en Chichicastenango, y ofrece el servicio de transporte que incluye alquiler por día de carro y chofer. Su tarifa es diaria sin importar la distancia o lugar de destino.	Q1,500	Camioneta Montero 4X4
Miembro de ACAT	Se encuentra ubicado en Chicamán, ofrece el servicio de transporte de Chicamán a <i>Tubing</i> Chixoy y a Finca El Soch.	De Chicamán a <i>Tubing</i> Chixoy: Q300 De Chicamán a Finca El Soch: Q600	<i>Pick-up</i> doble cabina 4X4

Fuente: Elaboración propia, 2011.

IV. ANÁLISIS

A. Atractivos existentes en Chicamán, El Quiché

Como se mencionó anteriormente se identificaron dos atractivos turísticos en el área de estudio los cuales fueron: Finca el Puente Maya el Soch y *Tubing* Chixoy ambos sitios cuenta con potencial turístico sin embargo hay aspectos que deben mejorar para poder brindar al visitante un mejor servicio y producto.

1. Finca Puente Maya el Soch. Según la evaluación de productos y servicios para la Finca el Puente Maya El Soch, este se encuentra en un nivel medio debido a que no cumplió con varios de los aspectos evaluados (Ver en anexos Ficha de evaluación para la Finca el Puente Maya el Soch). Actualmente, la finca no cuenta con un plan de desarrollo turístico en el cual se defina claramente su misión, visión, imagen, inventario turístico, descripción de producto, precio, mercado meta, promoción, tipo de capacitaciones necesarias, entre otras. Estos aspectos son necesarios para poder orientar efectivamente los esfuerzos que se tienen para desarrollar la actividad turística en el sitio, teniendo claro lo que se quiere hacer, cómo y para qué mercado, invirtiendo los recursos donde se necesitan. En cuanto a la misión y visión, es necesario no sólo saberlas sino tenerlas por escrito, para tener claro lo que se quiere hacer, cómo, cuándo, por qué y hacia dónde se quiere ir, ya que esto ayuda a tener identidad y rumbo como empresa.

En cuanto a infraestructura turística existente el sitio cuenta con muy poca, ya que sólo cuenta con senderos, un comedor, un área para acampar y un baño. El no contar con la infraestructura necesaria o en buen estado se reduce el nivel de confort de los visitantes porque no se da abasto, o simplemente no se cumplen las expectativas del visitante. Dentro de lo mencionado como necesario en las encuestas a visitantes de Chichicastenango (2011) están: Sendero interpretativo, miradores y áreas de descanso. Este tipo de infraestructura puede ser importante para mejorar la visita, ya que el visitante puede obtener información del sitio de una forma amena y llamativa, descansar durante el recorrido mientras aprecia de la naturaleza y paisaje del sitio.

En cuanto al tema de conservación, la finca se encuentra declarada como Reserva Natural Privada y los esfuerzos de conservación son bastante notables debido a que se pueden ver fácilmente en el estado y biodiversidad del bosque (Ficha de categorización de atractivos). Dentro del área se puede encontrar flora y fauna que se encuentra en peligro de extinción según los listados del INAB (2008). El dueño ha realizado un muy buen trabajo de conservación, cuidando el bosque de personas que cortan árboles y cazan animales de manera ilegal. Los nacimientos y arroyos de la finca son cristalinos, por lo que no muestran ningún tipo de contaminación a simple vista como basura.

Además, la finca está inscrita en el Programa de Incentivos Forestales (PINFOR), por lo que hace dos años con parte del dinero recibido, se compraron semillas para la reforestación de cuatro cuerdas de cedro y palo blanco. Otro esfuerzo para la conservación es brindar apoyo a la investigación permitiendo a diversas instituciones el estudio de aspectos naturales y aspectos arqueológicos del sitio (Entrevista 3, enero 2011). Para poder conservar un área es importante saber qué aspectos son importantes para la biodiversidad y la conservación cultural, lo que permitirá establecer el tipo de actividades que se pueden llevar a cabo disminuyendo el impacto sobre los recursos.

En la actualidad no se tiene un buen manejo de la basura, ya que parte de ella es quemada, lo cual produce humo que es dañino para la salud y para el ambiente porque contiene partículas tóxicas. Debido a la ubicación del sitio la municipalidad no cuenta con el servicio de recolección de basura, por lo que ellos tienen que manejar los desechos sólidos generados. Los desechos orgánicos son separados y utilizados para abonar las matas de café. Los dueños no reciclan, ya que no saben si existe alguna empresa en Uspantán que se dedique a comprar plástico, papel y/o latas para reciclarlo. Dichas prácticas también contribuyen a la conservación del sitio reduciendo el impacto ambiental resultado de la basura generada por la actividad turística.

Para que el visitante pueda comportarse, minimizando su impacto negativo sobre los recursos naturales y culturales, se debe desarrollar un código de conducta que especifique

las acciones que son o no permitidas. Estas normas deben ser expuestas a la entrada del sitio para que el visitante pueda verlo al inicio de su visita y cumplir con el mismo.

El dueño no cuenta con ningún tipo de capacitación respecto a la flora, fauna e historia del sitio arqueológico pero sí tiene conocimiento de los mismos. Es importante que el guía sea amable, tenga buena presentación, buen tono de voz, habilidad de manejar grupos y que esté dispuesto a compartir sus conocimientos con los visitantes evitando de esta manera dar un mal servicio al visitante.

Actualmente, el sitio no recibe mucha visitación posiblemente porque no cuentan con muchos medios de promoción, lo que no permite que la gente se entere de la existencia del mismo. Esto se pudo corroborar en la encuestas a los visitantes de Chichicastenango (2011) quienes mencionaron que no sabían de la existencia de los atractivos existentes en Chicamán como principal razón por la cual no visitaron en esta ocasión dicho sitio. Es por ello la importancia de establecer nuevas estrategias de promoción que permitan dar a conocer a los visitantes tanto internacionales, nacionales como locales de la existencia del sitio.

Por último, el dueño de la finca tiene poco conocimiento de las leyes y/o políticas existentes en este país respecto de la conservación de recursos naturales y sitios arqueológicos, áreas protegidas e industria turística. Aunque sí cumple parcialmente con ellas, no conoce profundamente las normas y beneficios de las mismas. La importancia de conocer dichas leyes es para cumplir con todos los requerimientos necesarios, mejorar el manejo de los recursos naturales y culturales existentes en el sitio, y así gozar de los beneficios que se han creado para todo aquel que desarrolle algún tipo de actividad turística en el país.

2. Proyecto ecoturístico Río Chixoy. Según la evaluación de productos y servicios para *Tubing* Chixoy, este se encuentra en un nivel alto debido a que cumple con un gran cantidad de los aspectos evaluados sin embargo hay aspectos deben mejorar (Ver en anexos Ficha de evaluación para *Tubing* Chixoy). Dicho proyecto es comunitario y cuenta con un muy buen proceso participativo, ya que se tomó en cuenta la opinión de todos los

miembros involucrados en la actividad turística (ACAT y comité las Orquídeas) para la realización del diagnóstico de situación actual, planificación turística, elaboración de paquetes, plan financiero, distribución de beneficios, entre otros. Se ha involucrado en el proyecto a hombres y mujeres de diferentes edades y niveles educativos, y todos tienen las mismas oportunidades de tomar y emitir decisiones (Entrevista 4, enero 2011). Esto es importante para que un proyecto sea exitoso, porque aunque sea difícil llegar a un acuerdo unánime, se toman en cuenta de forma equitativa las decisiones y opiniones de todos, evitando así el sesgo e inconformidad de los participantes. Los miembros cuentan con el asesoramiento del personal de la Fundación MOVIMUNDO, el cual promueve la participación de los participantes mediante reuniones y actividades.

En cuanto a resolución de conflictos, los participantes no cuentan con una forma adecuada de solucionar las diferencias que muchas veces se crean entre ellos, provocando discusiones y desacuerdos que han resultado en que algunos miembros simplemente se marchen (Entrevista 4, enero 2011). Este tipo de incidentes provoca inestabilidad y poca identificación dentro de los miembros, ya que si no se cuenta con el conocimiento y las herramientas necesarias un conflicto que podría solucionarse fácilmente puede complicarse aún más.

El proyecto cuenta con normas de conducta, las cuales fueron decididas participativamente entre los miembros del proyecto. Es importante establecer normas de conducta que vayan de acuerdo a la misión y visión del sitio, tomando en cuenta la opinión de todos los participantes. No obstante, este código de conducta no se exhibe en un área visible para que el visitante sepa con claridad cómo debe ser su visita. Aunque el guía sepa sobre el código de conducta, es importante contar con un rótulo donde se tengan descritas las normas, evitando así que el visitante las pierda de vista.

El estado de conservación es medio, ya que existen algunas partes deforestadas o que han sido dañadas por fenómenos naturales. Es por ello que se llevan a cabo labores de reforestación a corto plazo, lo cual es ya que como proyecto ecoturístico éste debe promover y realizar actividades que ayuden o mejoren los recursos naturales del sitio.

Debido a que no ha habido ningún estudio sobre la diversidad del sitio, no se cuenta con una lista exhaustiva o completa de las especies de flora y fauna, lo cual no permite que se pueda hacer un monitoreo del estado de conservación, o acciones puntuales para la conservación de posibles especies en peligro. Los estudios no se han llevado a cabo porque ninguna institución se ha mostrado interés en el área, ni tampoco se han establecido contactos con universidades o instituciones. Además, a nivel local en la Aldea el Jocote se han realizado campañas de recolección de basura y elaboración de *eco-blocks* en la escuela. Realizar campañas de educación ambiental no sólo a los guías sino a la población en general es muy importante para promover la conservación de los recursos naturales del área, ya que de esta forma se realiza una campaña integral, logrando llegar a más personas.

Como parte del taller de buenas prácticas de turismo sostenible, se capacitó a los guías sobre el manejo de desechos sólidos; sin embargo, no ponen en práctica sus conocimientos tan a menudo. Anteriormente se utilizaban platos desechables, pero recientemente han adquirido una vajilla, lo cual reduce en gran parte los desechos sólidos generados por la actividad turística. Es por ello que el conocimiento adquirido en las capacitaciones se debe recalcar y reforzar continuamente e identificar que aspectos son los que limitan que la gente adapten dichas prácticas, ya que modificar hábitos que dañan el ambiente es bastante difícil, más cuando estos se traen desde hace muchos años. También es importante involucrar al visitante en las actividades de conservación para que no sólo se den a conocer las acciones llevadas a cabo, sino para que el turista trate en lo posible reducir cualquier tipo de impacto negativo sobre el ambiente, por lo que se le debe informar de tirar y separar la basura en los lugares establecidos.

Dentro del sendero o el sitio no existe ningún tipo de información interpretativa, solamente algunos rótulos con los nombres de algunas plantas, pero los guías conocen muy bien la flora y fauna del lugar por lo que durante el recorrido proporcionan información sobre los mismos, y el turista sí llega a conocer sobre los recursos que se encuentra en el área (Evaluación del recorrido por el sendero de *Tubing Chixoy*, enero 2011). Cuando se cuenta con guías capacitados y con amplio conocimiento de la naturaleza del lugar no es necesario contar con un sendero interpretativo con algunos rótulos de nombres las plantas

podrían ser suficiente, ya que el guía se encarga de ampliar la información. Se corre el riesgo de que no todos los visitantes escuchen la información, es por ello que el guía debe contar con una voz clara y buen tono.

B. Perfil del visitante e interés del visitante potencial

El perfil del visitante potencial de los que se encontraron interesados en visitar la Finca El Puente Maya el Soch fueron personas solteras de ambos sexos, menores de 35 años, con un nivel educativo universitario; mientras que las personas que contestaron que sí estaban interesadas en visitar el proyecto ecoturístico de *Tubing Chixoy* son mujeres solteras menores de 35 años, con un nivel educativo universitario. La mayoría de los interesados en ambos sitios son de con nacionalidad estadounidense, guatemalteca y alemana. Por lo tanto, podemos ver que ambos sitios tienen un visitante potencial joven, con estudios superiores, y procedentes de los mismos países.

La mayoría se encuentra en el país por ocio, lo cual también es respaldado por las estadísticas del INGUAT (2008), esto nos indica que el turismo es la principal motivación de su visita, lo cual amplía la posibilidad de tener un mercado potencial para los productos y servicios que se ofrecen en el área de Chicamán. Esto fue verificado mediante la pregunta sobre el interés de visitación a la Finca El Soch y *Tubing Chixoy*, en la cual la mayoría respondió que sí se encontraba interesado en visitar ambos atractivos. Según las estadísticas del INGUAT (2008), dentro de las tres primeras actividades realizadas por los visitantes se encuentran las actividades culturales y naturales, y por lo descrito anteriormente, ambos sitios contiene componentes de este tipo de actividades, lo cual respalda que dichos sitios sí cuentan con un mercado potencial que busca destinos con atractivos y actividades tanto culturales como naturales. El porcentaje que respondió que no visitó en esta ocasión Chicamán, fue debido a la falta de tiempo, posiblemente se deba a que ya viene con un plan, paquete o tour pre-establecido que no le permite optar por nuevas opciones.

Las razones principales por la que los visitantes entrevistados no visitaron en esta ocasión los atractivos de Chicamán fueron porque no sabían de su existencia y por falta de tiempo. Como ya se mencionó, debido a la falta de promoción de estos sitios los visitantes no saben de la existencia de los mismos por lo que ni siquiera son considerados por ellos para ser visitados.

C. Prestadores de servicios turísticos

Actualmente en Chicamán hay dos hoteles y una cabaña ubicados en la cabecera municipal. La cabaña se dedica específicamente a brindar servicios a los turistas que visitan la región, mientras que los demás hoteles reciben a todo tipo de visitantes. Los hoteles existentes en este municipio con excepción a La Cabaña, son bastante sencillos y de poca calidad. Además, no cuentan con ningún servicio turístico adicional al hospedaje como lo es paquetes, guías o transporte.

En el municipio no existe ninguna empresa como tour operador o agencia de viaje que se dedique específicamente a vender los destinos del área. Sin embargo, el ACAT y el comité las orquídeas de la Aldea el Jocote se encuentran organizadas para ofertar *Tubing* Chixoy. Como se ha mencionado anteriormente estos se dedican a ofrecer el servicio de guías, alimentación, transporte y equipo para dicho proyecto.

En cuanto al interés de los prestadores de servicios hoy en día se han establecido alianzas con La Cabaña y el hotel Doña Leonor de Chicamán y Uspantán respectivamente, para que formen parte de los paquetes establecidos. En cuanto a los tour operadores entrevistados en Chichicastenango ambos mostraron interés en ofertar dichos destinos siempre y cuando haya un producto establecido.

D. Canales de distribución

En el tiempo en que se realizaron las entrevistas con los tour operadores de Chichicastenango, estos no tenían conocimiento de dichos destinos por lo que no existía ningún canal de distribución. Actualmente gracias a que se establecieron alianzas con tour operadores de Chichicastenango, Antigua Guatemala, Xela, Guatemala, entre otros se está trabajando para que estos empiecen a ofertar dichos destinos.

E. Paquetes turísticos

Actualmente existen varios paquetes turísticos que fueron elaborados por MOVIMUNDO para *Tubing* Chixoy y Finca el Puente Maya el Soch. Los paquetes para *ambos sitios* ofrecen los servicios de guías, alimentación y transporte; sin embargo para la Finca el Puente Maya El Soch se propuso ciertas modificaciones en las actividades y servicios existentes. Esto se realizó con el objetivo de ampliar el tiempo de estadía en el sitio permitiéndole al turista conocer y disfrutar más durante estancia, además de aumentar los ingresos generados por la actividad turística.

Debido a que los hoteles que se encuentran en Chicamán cuentan con instalaciones bastante sencillas y un servicio de poca calidad, dentro de los hoteles propuestos para los paquetes turísticos se incorporó un hotel de Uspantán. Lo cual permite ofrecer un hotel con mejores instalaciones cumpliendo de esta forma las expectativas del visitante y evitando una mala experiencia.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Según la evaluación de los atractivos identificados ambos sitios cuentan con potencial turístico, sin embargo la Finca El Soch cuenta con una calificación menor debido a la falta de capacitación, infraestructura y facilidades turísticas. Mientras que el *Tubing* Chixoy debe mejorar las instalaciones existentes y desarrollar acciones de conservación.

Según los resultados del estudio de mercado, se puede observar que existe un mayor interés de visitación del proyecto *Tubing* Chixoy (el 89% contestó que sí está interesado), posiblemente esto se debe a que este producto ofertado le es más atractivo al visitante por ser algo novedoso. Actualmente existe poca oferta de este tipo de actividades turísticas en Guatemala, ya que solamente se conoce de dos sitios donde se realiza *tubing* (Cuevas Candelaria y Semuc Champey, en Alta Verapaz). La diferencia de estos sitios en comparación con Chixoy es que el recorrido es bastante tranquilo, mientras que en Chixoy se pueden experimentar varios rápidos, lo cual le da mucha aventura y adrenalina al recorrido.

La Finca Puente Maya El Soch tuvo menor porcentaje de interés (75% mencionó que está interesado), en comparación al *Tubing* Chixoy. Actualmente en Guatemala existen varios destinos que cuentan con sitios arqueológicos rodeados de bosque en estado clímax, por lo que la competencia es mayor. Es por ello que dicho sitio debe trabajar en una estrategia de mercado de diferenciación, ofreciendo servicios de calidad para superar las expectativas del cliente y/o precios que sean distintos a los de la competencia

Actualmente no existe ningún tipo de producto ofertado en tour operadores relacionado a los atractivos identificados en Chicamán, por lo que es importante seguir construyendo y fortaleciendo alianzas con ellos para poder crear canales de distribución sólidos que permitan la venta de dicho destino.

Según los resultados del estudio de mercado los entrevistados si mostraron interés en visitar ambos sitios. En cuanto al porcentaje que dijo que no visitaba Chicamán en esta ocasión, porque no le llamaba la atención fue bastante bajo, lo cual puede corroborar que ambos sitios si despiertan el interés de ser visitados, teniendo una alta posibilidad en desarrollar un mercado potencial.

Según las entrevistas realizadas a los hoteleros de Chicamán y Uspantán, existe muy poco turismo local y nacional, siendo este conformado en su mayoría por personas que visitan el área por negocios, trámites o visitas familiares. Esto es importante para poder establecer el mercado potencial y las estrategias de mercadeo según los recursos con los que se cuenta, enfocando esfuerzos en el mercado correcto. Sin embargo, al día de hoy debido a los esfuerzos de promoción *Tubing* Chixoy se están recibiendo muchas llamadas de turistas nacionales interesados en adquirir sus servicios.

Para poder prolongar la estadía de los visitantes en el área, y así dejar mayores beneficios económicos en la misma, es importante ofrecer atractivos complementarios como el proyecto ecoturístico Laj Chimel Comunidad Maya y Turismo Solidario Nuevos Mayas en Xix, aldea de la Región Ixil. Al mismo tiempo, es importante que tanto la Finca El Soch como *Tubing* Chixoy sean ofertados como atractivos complementarios entre ellos, ofreciéndole al turista no sólo un atractivo para visitar, sino un destino donde puede disfrutar de distintos tipos de actividades y servicios.

Es importante definir clara y participativamente la misión, visión y valores para poder orientar de manera efectiva los esfuerzos que se quieren realizar para el desarrollo de la actividad turística.

Realizar actividades como las pasantías en las que participó el proyecto *Tubing* Chixoy son de gran ayuda, ya que permite que los beneficiarios puedan ver a otras organizaciones parecidas a ellos, los cuales experimentaron las mismas limitaciones que actualmente están pasando como proyecto comunitario. Limitaciones que han podido superar alcanzando un buen desempeño en los negocios turísticos.

Es importante que el personal de ambos sitios aplique los conocimientos adquiridos sobre la conservación de la naturaleza y manejo de desechos sólidos a su vida diaria, logrando un ambiente limpio y sano que contribuya al mejoramiento de su calidad de vida a largo plazo. Esto se puede lograr mediante talleres de educación ambiental, motivación y seguimiento que ayuden a recordar lo aprendido, dándoles una aplicación diaria al conocimiento adquirido. Por medio de este tipo de acciones es posible reducir los impactos ambientales negativos y la contaminación generada tanto por la actividad turística como por las actividades diarias de la población.

Debido al tipo de atractivos con los que cuentan ambos sitios, el mayor tipo de impacto potencial generado por la actividad turística es el ambiental. Esto se debe a que ambos sitios se encuentran dentro de un ecosistema que ha sido poco modificado o intervenido por el ser humano. Respecto a lo cultural, es muy probable que la cultura no se viera modificada, ya que la población en ambos sitios no cuenta con una identidad intacta o aislada.

Es importante que las actividades que estén relacionadas a educación ambiental no sólo sean impartidas a los guías sino a la población en general, generando mayor conciencia ambiental y valorización de los recursos con los que se cuentan en el área y promoviendo así la conservación de los recursos naturales a nivel local. También de esta forma se logrará evitar que los esfuerzos realizados por los guías puedan verse afectados por las malas prácticas de otros individuos de la comunidad que no tengan conciencia ambiental. Además, poniendo énfasis en estos aspectos se logrará una mejor imagen en el turista, ya que podrá observar que se conserva en buen estado el destino y sus alrededores.

Es importante que a cada pareja y grupo de visitantes se les realice algún tipo de evaluación sobre el servicio que se le brindó, ya que de esta manera se puede conocer el grado de satisfacción de los clientes y mejorar los aspectos mal evaluados. En el caso de *Tubing Chixoy*, quienes ya cuentan con una herramienta (Ver Cuestionario para evaluar el grado de satisfacción del Proyecto *Tubing Chixoy* en anexos), es importante que los guías

como parte del protocolo le pasen dicha evaluación a la pareja o grupo al finalizar el recorrido.

Se calculó el chi-cuadrado para diversas variables utilizadas en el cuestionario para el estudio de mercado con el objetivo de establecer asociaciones significativas, lo que ayudó a darle valor a los datos obtenidos. Dentro de las asociaciones significativas identificadas están: motivo de la visita y grado de necesidad de servicios, perfil de visitante y razones por la cual no visitó Chicamán, entre otras.

Debido a que entre los miembros del proyecto de *Tubing* Chixoy existen algunos conflictos, se debe establecer a corto plazo un protocolo de resolución de conflictos para saber de manera estándar cuál es el procedimiento general a seguir, el cual podría ser identificar a las personas directamente afectadas, conocer muy bien el problema, su origen y cómo ha ido evolucionando, convocar a una reunión, discutir el problema entre todos los miembros, buscar posibles soluciones, llegar a un consenso y/o realizar algún tipo de actividad motivacional. El último punto es muy importante, ya que muchas veces en los proyectos comunitarios cuando no se ven beneficios inmediatos los miembros empiezan a desmotivarse y pueden surgir los problemas. Es por ello que se deben realizar actividades que motiven a los participantes a continuar con el esfuerzo, promoviendo al mismo tiempo la identificación con el proyecto y fortalecimiento del grupo.

Asimismo, es importante establecer planes a corto plazo para ampliar o mejorar la infraestructura ya existente, y proporcionar un servicio de calidad que supere las expectativas del cliente, siendo al mismo tiempo un atractivo mucho más competitivo. Para la Finca Maya El Soch, como parte de los planes para mejorar la infraestructura turística, se debe tomar como prioridad la ampliación de los servicios sanitarios, ya que el único sanitario existente no se da abasto. Se recomienda que dichos baños estén equipados con inodoro con tapadera, basurero, regadera y puerta, además de estar separados para hombres y mujeres. También es apropiado que cuenten con buena ventilación e iluminación, y que estén elaborados con materiales autóctonos para no contrastar con el paisaje.

En cuanto a la infraestructura existente en *Tubing Chixoy*, el mejoramiento de los vestidores y letrinas deben ser parte de sus prioridades. Los vestidores deben ser equipados con alguna mesa o gancho para colocar la ropa y un espejo. Asimismo, las letrinas deben contar con porta papel higiénico, y jabón en gel para desinfectarse las manos.

Se recomienda que ambos sitios designen un área específica para la venta de artesanías locales, lo que permitirá que el turista conozca las artesanías locales y aumente la cadena de valor a través de la cual se beneficiaría un mayor número de personas.

Se sugiere que dentro de las prioridades a corto plazo se desarrollen normas de comportamiento en ambos sitios, las cuales detallen de una forma amena y personal el comportamiento que se espera del turista durante su visita. Dichas normas deben promover la conservación y respeto hacia los recursos naturales y culturales, fomentando la valorización de los mismos. Asimismo, se recomienda que dichas normas sean expuestas al inicio de su visita en un lugar visible, con el fin de que el turista pueda conocerlas.

Se recomienda a corto plazo fijar un plan de mantenimiento para ambos sitios, donde se designen encargados y periodicidad de las actividades programadas. Aunque realmente no haya una visitación constante, es importante darle mantenimiento a las instalaciones para evitar el deterioro de las mismas.

Sería recomendable que dentro de las acciones a corto plazo el dueño de la finca Puente Maya El Soch reciba algún tipo de capacitación relacionada con el manejo de grupos y atención al cliente, además de mejorar y actualizar sus conocimientos acerca de la flora y fauna del lugar y el sitio arqueológico. Esto le permitirá mejorar el servicio que se brinda actualmente, dándole mayor información al visitante sobre aspectos importantes de la finca.

También es recomendable para los guías de ambos sitios que se desarrollen guiones con la información básica que se desea compartir con el visitante. Esto le permitirá tener a

los guías la información necesaria de una forma ordenada y resumida, a la cual podrán recurrir constantemente para resolución de dudas o para repasar el conocimiento adquirido. Además, se recomienda desarrollar algún tipo de material interpretativo donde el visitante pueda obtener mayor información, además de que sirva de apoyo al guía en el recorrido.

Con respecto al mejoramiento en el manejo de alimentos, debería ser obligatorio para toda aquella persona que trabaje en la cocina el uso de guantes, gabacha, y recogerse el pelo o utilizar redecilla, mejorando el manejo de los mismos.

Es importante designar tareas a cada miembro y establecer la periodicidad de las actividades programadas, tanto para mantenimiento, limpieza, servicio de guíaje y alimentación, supervisión de equipo, entre otros. Este tipo de acciones ayuda a tener un registro y responsables del cumplimiento de cada uno de las tareas, evitando confusiones entre el personal, y por lo tanto posibles problemas que afecten la calidad del servicio.

Al dueño de la Finca El Soch se le recomienda que dentro de sus estrategias de corto plazo establezca contacto con la Asociación de Reservas Privadas de Guatemala (ANRPG), para que un futuro pueda tener acceso a los servicios que ofrecen actualmente como: cursos, eventos, oportunidades de financiamiento, asistencia técnica, mercadeo, contactos, entre otros.

En el caso de las estrategias de conservación a mediano plazo para el *Tubing Chixoy*, se debe contactar a universidades, ONG u otras instituciones que se dediquen o apoyen investigaciones relacionadas a flora y fauna para poder establecer alianzas y apoyo, abriendo las puertas del proyecto para la realización de este tipo de investigaciones. Esto permitirá tener una línea base del estado actual que sirva para el desarrollo de acciones concretas, y poder saber hacia qué objetivos y/o elementos se deben dirigir los esfuerzos.

Mientras que una estrategia de conservación a largo plazo para *Tubing Chixoy*, cuando el proyecto tenga ganancias significativas, podría ser designar un porcentaje de los ingresos por la actividad turística para actividades como reforestación y jardinería con

plantas locales, talleres de educación ambiental, limpieza de áreas o cuerpos de agua cercanos, construcción de un centro de reciclaje, entre otros.

La jardinería se debe realizar utilizando plantas locales, ya que las plantas exóticas pueden traer consecuencias negativas para el ambiente, convirtiéndose en plagas o especies invasoras. Dentro de las plantas a sembrar se pueden incluir plantas medicinales y/o comestibles, las cuales pueden ser utilizadas para la elaboración de comida, brindando al mismo tiempo un valor agregado al servicio y producto. Una de las áreas con las que se podría empezar la jardinería es el área de parqueo, donde también se encuentran los baños y vestidores, ya que hay muy poca vegetación en esa parte. Además, es importante mantener en buen estado esa área, ya que es lo primero que ven los turistas y es importante dar una buena imagen, apoyando al mismo tiempo a la conservación de la flora local. Por último, se podría colocar el nombre común y nombre científico de algunas plantas utilizadas para la jardinería, como aporte a la interpretación del sitio.

Para mejorar en manejo de desechos sólidos a mediano plazo se deben implementar las siguientes prácticas:

Reducir el consumo de productos que generen demasiada basura o sean innecesarios. Esto se refiere a consumir productos con poco empaque o sin él, utilizar productos biodegradables o que utilicen en su mayoría productos o empaques reutilizables, reciclables o retornables. Un buen ejemplo es no comprar paquetes individuales de azúcar, sino rellenar un bote con azúcar (SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009).

Reducir en volumen de los desechos para que ocupen la menor cantidad de espacio posible. Esto se hace apachando, aplastando o comprimiendo al máximo la basura (SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009).

Separar los desechos sólidos generados, siendo ideal contar con basureros para cada tipo de basura. De manera básica sería un basurero para basura orgánica y basura reciclable, lo cual permitiría un mejor manejo de la misma. Esto permitiría usar la materia

orgánica para abono y facilitar la separación de basura. Aunque en el área no se hallan sitios para reciclaje, es importante realizar dichas prácticas mejorando el manejo de la basura y con ello reduciendo la contaminación (SNV, *Rainforest Alliance* y CI 2009).

En lo que se refiere a las estrategias de mercadeo a corto o mediano plazo, la Finca Puente Maya El Soch podría desarrollar algún tipo de material impreso, como por ejemplo, trífolios que contengan la descripción de los atractivos naturales y culturales del sitio, oferta de actividades y servicios existente, paquetes (sin incluir precio, ya que estos suelen cambiarse continuamente), fotos del sitio y contactos, lo cual permitiría dar a conocer el sitio a un mayor número de personas. Este material podría empezarse a distribuir en la oficina de ACAT de Uspantán y tour operadores de Chichicastenango.

La promoción desarrollada debe siempre reflejar el producto real sin crear falsas expectativas en el visitante, que luego creen inconformidad en el servicio/producto adquirido. Esto puede crear una mala imagen del sitio o proyecto, reduciendo la posibilidad de retener o conseguir un cliente.

Para construir canales de distribución se deben establecer alianzas estratégicas con tour operadores, los cuales sean los encargados de vender este tipo de atractivos recibiendo algún tipo de comisión. También el dueño de la finca y los miembros del proyecto deben estar abiertos a la idea de establecer alianzas con los proyectos turísticos cercanos al área para poder vender el destino y no sólo un sitio. Esto le permite al turista tener mayores opciones y actividades que realizar, aumentando la cadena de valor y beneficiando a más personas con el turismo.

Respecto al precio de los paquetes propuestos en Finca Puente Maya El Soch, se recomienda a largo plazo realizar un estudio que permita conocer la aceptación de los visitantes potenciales sobre los mismos.

Al mismo tiempo, en un futuro se recomienda desarrollar un plan de negocios para la Finca El Soch, con el fin de tener clara una descripción del negocio y poder evaluar la

factibilidad del mismo, lo cual ayudaría principalmente a calcular el retorno de inversión. El plan de negocios podría ser elaborado por estudiantes de la carrera de Administración en Turismo Sostenible, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.

Debido a que el transporte público es bastante irregular para la Finca el Soch es recomendable que el turista contrate un servicio privado para llegar al lugar, evitando de esta manera cualquier tipo de inconveniente que pueda provocar una mala experiencia durante su visita.

Con relación a las herramientas utilizadas para la investigación, se considera que las entrevistas fueron las más importantes, ya que fueron utilizadas para recabar la mayoría de información que luego fue utilizada para llenar las fichas de evaluación y categorización. Debido a que estas fichas eran demasiado largas y muchas veces llenarlas era tedioso tanto para el investigador como para el encargado o dueño de proyecto, se recomienda realizar una entrevista donde se recolecten los datos más importantes y necesarios, siendo esta lo más breve y concisa posible, para luego llenar los espacios vacíos de las fichas, procurando de esta forma que el proceso de recolección de datos sea lo más corto y fácil posible.

VI. LIMITACIONES

Dentro de la metodología, para definir el perfil del visitante potencial se tenía contemplado seleccionar los días al azar para pasar los cuestionarios a los visitantes de Chichicastenango, pero debido a que los visitantes solamente visitan este destino los días de mercado, jueves y domingo, la metodología tuvo que ser modificada. Aun así, se logró realizar muestreo probabilístico sistemático de visitantes.

Al mismo tiempo, para definir y conocer el grado de interés de los visitantes de Chicamán y Uspantán se tenía contemplado pasar cuestionarios a los mismos. Sin embargo, al estar en campo la cantidad de visitantes en esta área era muy poca, y la gente mostro muy poca disponibilidad en contestar dicha herramienta.

El aspecto económico limitó la selección de los tour operadores entrevistados, por lo que se realizó un censo a los existentes en el área de Chichicastenango.

Dentro de la muestra de entrevistados existe cierto sesgo en cuanto a la edad, ya que los adultos mayores tienden a viajar en grupo y con un tiempo más limitado, por lo que generalmente no se mostraron dispuestos a colaborar contestando la encuesta.

VII. LITERATURA CITADA

- Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) e Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). 2006. *Asistencia técnica para el diagnóstico y plan de viabilidad de rutas, circuitos y productos turísticos regionales comprendidos bajo la marca "Centroamérica". Informe ejecutivo*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (AECID), Madrid. 120pp.
- Anzueto, S.; Figueroa, D. y S. Wer. 2009. *Evaluación del potencial turístico del Parque Nacional Mirador-Río Azul*. Curso de integración de patrimonios. Universidad del Valle de Guatemala (No publicado).
- Asociación del Comité de Autogestión Turística (ACAT). 2009. *Restauración arquitectónica y desarrollo turístico del sitio arqueológico El Soch, Chicamán, El Quiché*. 23 pp.
- Asociación Nacional de Forestería Comunitaria Ut'z Che' y Centro de Estudios Ambientales de la Universidad del Valle de Guatemala. s.f. *Manual de turismo sostenible para comunidades*. Guatemala. 146 pp.
- Biótica. 2006. *Diagnóstico de situación turística actual y plan de acción para el desarrollo turístico sostenible de los municipios de Chajul, Cunén, Uspantán y Chicamán, Quiché, y San Cristóbal Verapaz, Alta Verapaz*. 117pp.
- Cañada, E. 2009. *Experiencias de turismo comunitario en Nicaragua, aportes a la economía comunitaria*. 1ra. ed. Edisa, Managua. 99pp.
- Creswell, J. 2007. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 2a. ed. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks. 395pp.
- Creswell, J. 2009. *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. 3ra.ed. Sage Publications, Thousand Oaks. 266pp.
- De la Cruz, R. 1982. *Clasificación de zonas de vida de Guatemala a nivel de reconocimiento*. MAGA/INAFOR/Unidad de evaluación y promoción DIGESA.
- De Urioste, S. 1997. *Desarrollo de una metodología de evaluación ecoturística y su implementación en la microrregión corredor biológico Sierra de las Minas - Bocas del Polochic, Izabal, Guatemala*. Trabajo de Graduación de Licenciatura en Ecoturismo, Departamento de Ecoturismo, Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala. 90pp.
- Fennel, D. 2003. *Ecotourism*. 2da. ed. Taylor & Francis Group, New York. 236pp.

- Flores, O. 1997. *Creación e implementación de una metodología para evaluar el potencial ecoturístico de la microrregión San Lorenzo-Santa Rosalía, Sierra de las Minas*. Trabajo de Graduación de Licenciatura en Ecoturismo, Departamento de Ecoturismo, Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala. 86pp.
- Herrera, M. 2003. *Estudios para el desarrollo turístico de San Pedro la Laguna, Sololá: Mercado turístico, Análisis del potencial ecoturístico y Perfil de factibilidad*. Trabajo de Graduación de Licenciatura en Ecoturismo, Departamento de Ecoturismo, Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala. 135pp.
- Instituto Guatemalteco de Bosques. 2008. *Informe técnico de la situación actual de la flora y fauna de la Finca El Recuerdo Puente Maya El Soch*. 10pp.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). 2002. *Características de la población y de los locales de habitación censados*. Guatemala. 274pp.
- López, A. 2009. *Plan de prevención y monitoreo de impactos en la Cueva Ventana de Seguridad, Candelaria Campo Santo, Chisec Alta Verapaz*. Curso de diseño de proyectos turísticos sustentables, Universidad del Valle de Guatemala (No publicado).
- Malhotra, N. 2008. *Investigación de mercados*. 5ta. ed. Pearson Educación, México. 920 pp.
- Máximo, K y L. Villar. 1999. *Conozcamos Guatemala II: Quiché*. Editorial Sur, Guatemala. 15pp.
- Middleton, V. 1998. *Sustainable tourism, a marketing perspective*. 1ra. ed. The printers Ltd, Oxford. 266pp.
- Morales, L. 2001. *Criterios para elevar la calidad de producto ecoturístico, aplicables a Centroamérica*. Trabajo de Graduación de Licenciatura en Ecoturismo, Departamento de Ecoturismo, Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala. 95pp.
- MOVIMUNDO. 2011. *Plan de Negocios Tubing Chixoy*. Guatemala. 18pp.
- Pérez, M. 2004. *Manual de turismo sostenible*. 1ra. ed. Mundi-Prensa, Madrid. 288pp.
- Stewart, I. 2006. *The rough guide to Guatemala*. 3ra. ed. Rough guides. 334pp.
- SNV, Rainforest Alliance y Counterpart International (CI). 2009. *Guía de buenas prácticas de turismo sostenible para comunidades de Latinoamérica*. 1era. ed. Guatemala. 198pp.
- The Tourism Company. 2000. *Packaging handbook for tourism suppliers*. 98pp.

Universidad del Valle de Guatemala (UVG), Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), Asociación de Forestarías Comunitaria de Guatemala Ut'z Che (AFCG Ut'z Che), Parque Ecológico Corazón del Bosque y Asociación de Agropecuaria y Artesanía para el Desarrollo La Guadalupeana. 2009. *Manual de Turismo Sostenible para Comunidades*. 1ra. ed. Guatemala. 146pp.

Wall, G, y A. Mathieson. 2006. *Tourism change, impacts and opportunities*. 1ra. ed. Pearson education limited, Londres. 412pp.

Zaparolli, C. 2001. *Evaluación de potencial y desarrollo de un producto turístico sustentable en la zona de protección especial del Río Sarstún, Izabal, Guatemala*. Trabajo de Graduación de Licenciatura en Ecoturismo, Departamento de Ecoturismo, Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala. 78pp.

Zeithaml, V. y M. Bitner. 2000. *Service Marketing*. 2nda. ed. McGraw-Hill Higher Education, Estados Unidos de América. 620pp.

- **Referencias de Internet**

Anónimo, 2007. *Chicamán un paraíso para descubrir*. En: <http://www.scribd.com/doc/231924/ChicamanUn-paraiso-por-descubrir> [Con acceso: 15.mar.2010].

Barrera, E. s. f. *Los recursos, los servicios y el producto turístico*. En: http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/pdf/8_rural.pdf [Con acceso: 16.mar.2010].

Development cadí international. 2004. *El Quiché*. En: http://www.guatemala-tourisme.info/carte_quiche.jpg [Con acceso: 21.jul.2010]

Guerra, F y Apaza, M. s.f. *Manejo de lepidópteros como bioindicadores*. En: http://www.mariposasandinas.org/country/bolivia/apaza_presentacion.pdf . [Consultado: 11. abri.2011]

Göeldner, C. y J. Brent. 2006. *Tourism: principles, practices, philosophies*. 10ma. ed. 590pp. En: http://books.google.com.gt/books?id=BobIhKIz4QUC&dq=basic+concepts++of+to+urism+WTO&lr=&source=gbs_navlinks_s [Con acceso: 22.mar.2010].

Infopress. s.f.a. *Chicamán, Quiché*. En: <http://www.inforpressca.com/chicamanq> [Con acceso: 8.feb.2010]

- Inforpress. s.f.b. *Departamento de Quiché*. En: http://www.inforpressca.com/municipal/mapas_web/quiche/quche.php [Con acceso: 15.mar.2010].
- Instituto Nacional Guatemalteco de Turismo (INGUAT). 2008. *Boletín anual estadísticas de turismo 2008*. En: <http://estadisticas.almadelatierra.com/boletines/BOLETIN%20ANUAL%20ESTADISTICAS%20DE%20TURISMO%202008.pdf> [Con acceso: 16.mar.2010].
- Instituto Nacional Guatemalteco de Turismo (INGUAT). 2010. *Guatemala, 7 regiones que maravillan al mundo*. En: http://www.visitguatemala.com/web/index.php?option=com_content&task=view&id=4&Itemid=8 [Con acceso: 13.sep.2010].
- Martínez, D. 2003. *Política Nacional de Ecoturismo*. En: <http://www.redturs.org/inicio/docu/guate/politnac.pdf> [Con acceso: 15. abr. 2010]
- MOVIMONDO. 2001. *Recursos naturales y medio ambiente* En: http://www.inforpressca.com/chicamanq/medio_ambiente.pdf [Con acceso: 16.mar.2011] 18pp.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). 2009. *Panorama del turismo internacional*. En: <http://unwto.org/facts/menu.html> [Con acceso: 12.mar.2010].
- Red de Educación Nacional de Venezuela (RENA). 2008. *Triangulación*. En: <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema8a.html> [Con acceso: 22.jul.2010].
- The International Ecotourism Society (TIES). 2010. *What is ecotourism?* .En: http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism_The_International_Ecotourism_Society.htm [Con acceso: 12.mar.2010].
- Tenez, E. 2006. *Observaciones de aves en Cerro El Amay, Quiché*. Revista Pato Poc No. 3, Guatemala. En: <http://www.avesdeguatemala.org/boletin/patopoc3print.pdf> 55pp.
- World Tourism Organization (WTO). 2004. *Sustainable development of tourism: Conceptual definition*. En: http://www.world-tourism.org/espanol/frameset/frame_sustainable.html [Con acceso: 15.abr.2010].

VIII. ANEXOS

Cuadro 52. Análisis estadístico según escala de medida

Escala de medida	Estadística descriptiva			Estadística inferencial
	Tendencia central	Dispersión	Relación	
Nominal	Moda	Frecuencias	Coficiente Lambda	Chi-cuadrado Prueba Binominal
Ordinal	Moda Mediana	Rango	Spearman (rho) Kendall (tau)	Wilcoxon Mann-Whitney Anova
Intervalo	Moda Mediana Media	Rango Desviación estándar Varianza	Coficiente de correlación de Pearson	T-Student
Razón	Moda Mediana Media	Rango Desviación estándar Varianza	Coficiente de correlación de Pearson	T-Student

Fuente: Graziano y Raulin 2000; y Malhotra, 2008.

Cuadro 53. Capacitaciones impartidas a miembros de ACAT y Comité las orquídeas

	Nombre	Duración
Talleres de capacitación realizados en el periodo febrero 2010 – abril 2011	Seminario de Cultura Organizacional	5 horas
	Gestión empresarial y financiera	20 horas
	Artesanía en bordados	35 horas
	Fundamentos de turismo comunitario – Guía comunitario	40 horas
	Rescate acuático y primeros auxilios	24 horas
	Talleres de capacitación en el periodo agosto 2007 – noviembre 2008	Preparación de alimentos
Servicio de atención al cliente		5 horas
Liderazgo		5 horas
Relaciones humanas		5 horas
Funciones de integrantes de Comités de Turismo		sin datos
Primeros Auxilios		sin dato
Manipulación sanitaria de alimentos		sin dato

Fuente: MOVIMUNDO, 2011.

Cuadro 54. Listado de especies endémicas* detectadas en Finca El Soch, Cerro Amay.

Familia	Especie
CRACIDAE	Penelopina nigra
TROCHILIDAE	Lampornis viridipallens
MOMOTIDAE	Momotus momota
HIRUNDIDAE	Notiochelidon pileata
TROGLODYTIDAE	Troglodytes rufociliatus

*Endémicas de las tierras altas al norte de Mesoamérica

Fuente: Tenez, 2006.

Cuestionario 1: Evaluar el grado de satisfacción del Proyecto Tubing Chixoy



CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN

Con el objetivo de mejorar cada día el servicio ofrecido a nuestros visitantes, Tubing Chixoy le solicita su colaboración dando respuesta al siguiente cuestionario:

Fecha en que realizó la visita: Día ___ Mes _____ Año ___

Antes de la visita:

	Insuficiente	Regular	Bueno	Excelente
Facilidad para realizar la reserva				
Información proporcionada al reservar				
Indicaciones para llegar a la comunidad				

Sobre el guía que les acompañó durante las actividades:

Nombre del guía que les acompañó: _____

	Insuficiente	Regular	Bueno	Excelente
Puntualidad				
Cortesía y hospitalidad en el trato al visitante				
Habla claro y para todo el grupo				
Da normas claras de actuación y seguridad				
Explica cosas interesantes				
Es honesto (dice “no sé” si no conoce algo)				
Vestimenta y apariencia				

Sobre el servicio de alimentación:

Nombre de la persona que les atendió: _____

	Insuficiente	Regular	Bueno	Excelente
Calidad de la alimentación				
Cantidad de comida servida				
Presentación de los alimentos				
Limpieza de la vajilla y manteles				
Cortesía y hospitalidad en el trato al visitante				

Sobre el hospedaje:

Lugar donde se hospedó: Hotel Cabaña

	Insuficiente	Regular	Bueno	Excelente
Limpieza				
Mobiliario y decoración				
Conservación de la infraestructura				

Grado de satisfacción general:

Insuficiente	Regular	Bueno	Excelente

Relación calidad/precio:

Malo	Bueno	Excelente

Sugerencias:

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Evaluación para la Finca Puente Maya El Soch, Chicamán.

Aspectos ambientales					
El entorno: recursos naturales y culturales		Existencia			
Promoción de la conservación de los recursos naturales		A	B	C	D
Código de conducta y ética	(?) a. Han elaborado en consenso con los actores y personas afectadas un código de conducta para la visita hacia áreas naturales y culturales cercanas.			X	
	 b. Se exhibe su código de conducta en un área visible.			X	
	 c. No se permite la extracción y venta de plantas, animales y productos del bosque.	X			
	(?) e. Se promueve el respeto y valorización de la diversidad natural y cultural de las áreas cercanas.		X		
	(?) Existe un estudio de capacidad de carga.			X	
	(?) g. Se respeta la capacidad de carga de los sitios.				X
Apoyo a la conservación	(?) a. Se ha designado un área de reserva natural.	X			
	(?) b. Existe un porcentaje de ingresos que se invierte en conservación.	X			
	(?) ¿Cuánto del porcentaje total?	Incentivos forestales			
	(?) c. El área de reserva natural cuenta con un plan de manejo, zonificación, e inventarios de los recursos que posee.	X			
	(?) d. Apoyan estudios de investigación en las áreas naturales.	X			
	Responsabilidad ambiental		Existencia		
Reciclaje		A	B	C	D
Incorporación de actividades de reciclaje	 a. Existe un plan de reciclaje y actividades que lo promueven (basureros para cada tipo de desechos con respectivas indicaciones de uso).			X	
	(?) b. Se han contactado empresas que adquieren material para reciclar.			X	
	(?) c. Se cuenta con un listado de proveedores de productos reciclables.			X	
	(?) d. Los materiales reciclables como el papel, aluminio, vidrio y plástico se ordenan y clasifican para transportarlos a empresas recicladoras.			X	
	(?) e. El personal es capacitado sobre cómo clasificar los desechos.			X	
	(?) f. Utilizan materiales biodegradables.		X		
	(?) g. Se compactan los materiales desechados como basura y latas.	X			

Reducción de la producción de basura		A	B	C	D
Productos en envases retornables o dosificador	 a. Cuenta con recipientes dosificadores para shampoo, jabón, cremas y otros suministros en lugar de productos con empaques y envoltorios individuales.				X
	(?) a. Cuenta con proveedores que proveen de productos en envases que pueden ser vueltos a llenar o en bultos grandes como jaleas, mantequillas, aceites, salsas, condimentos.			X	
Uso de recipientes que pueden volverse a	(?) a. Se utilizan recipientes que pueden ser vueltos a llenar como azucareros, saleros, salsas, condimentos, etc., para no volver a comprar botes.		X		
Evita el uso de productos desechables	 a. Se utilizan manteles y servilletas de telas que pueden ser vueltos a lavar y usar.		X		
	 a. Se utilizan vajillas de cristal, porcelana y vidrio que pueden volver a utilizarse en lugar de productos desechables como papel, plástico, aluminio y polietileno.		X		
Disposición de los desechos sólidos y líquidos		A	B	C	D
Control sobre la disposición de los desechos	(?) a. Sus desechos sólidos son recogidos por la municipalidad.				X
	b. Cuentan con técnicas apropiadas para los desechos humanos.			X	
	(?) c. No vierte sus desechos sólidos y líquidos a ríos, lagos o en la superficie de la tierra.		X		
	(?) d. ¿Qué tipo de manejo se da a su basura? 1. Separar y reusar 2. <u>Separar</u> 3. Relleno sanitario 4. <u>Agrupar</u> 5. <u>Quemar</u> 6. Desecho en río (s) 7. basurero clandestino				
	(?) e. Los desechos producidos no crean efectos negativos sobre el ambiente como erosión, contaminación y encharcamiento y no son fuente de enfermedades.		X		
Clasificación de los desechos	(?) a. Se separan los desechos en orgánicos e inorgánicos.	X			
	(?) b. Los desechos orgánicos se vierten en composteras o aboneras.	X			
	 c. Se proveen recipientes para depositar la basura en todas las áreas.			X	
	(?) d. No vierten al ambiente desechos tóxicos como limpiadores, solventes, desinfectantes, jabones, materiales erosivos.	X			
	(?) h. Tiene sistema de tratamiento de aguas residuales como pozos de filtración o lagunas de oxidación.	X			

Ahorro en el consumo		A	B	C	D
Ahorro en el consumo de energía	 a. Utilizan la iluminación natural.	X			
	 b. Cuenta con áreas abiertas, ventanas grandes, tragaluces.		X		
	 áreas cuentan con ventilación	X			
	(?) f. Hay una persona encargada de revisar las instalaciones eléctricas, cables, tomacorrientes y equipo y es quien lleva un registro de las inspecciones.	X			
	 g. Hay focos de bajo consumo de energía, lámparas fluorescentes, programadores de apagado automático.				X
	 i. Se colocan pequeños rótulos de apague la luz al salir en las habitaciones y baños.				X
(?) j. Se utiliza como fuente de energía la leña.		X			
Ahorro en el consumo de agua	 a. Hay pequeños rótulos en los baños que incentiven el ahorro de agua.			X	
	(?) b. Hay una persona encargada de revisar las tuberías verificar que no existen fugas y es quien lleva un registro de las inspecciones.		X		
	(?) c. Se implementan dispositivos para ahorro de agua en tanques de inodoros.			X	
	(?) d. Se utilizan cubetas para limpieza en lugar de mangueras.				X
	(?) e. Se hacen campañas para apoyar en la limpieza, mantenimiento y conservación de los cuerpos de agua cercanos.			X	
Educación ambiental		Existencia			
Interpretación ambiental		A	B	C	D
Actividades para interpretación ambiental	 a. Se realiza una charla de bienvenida para los visitantes informando sobre las actividades de interpretación ambiental.			X	
	(?) b. Se realizan actividades guiadas dentro de los senderos interpretativos.		X		
	 c. Lo senderos cuentan con paradas temáticas			X	
	(?) d. La empresa cuenta con un estudio de capacidad de carga para los senderos			X	
	 e. La empresa provee de exposiciones y paneles demostrativos de acuerdo a temas relacionados con características locales			X	
	 f. La empresa cuenta con rótulos, señales y letreros discretos que indiquen ubicación y normas de comportamiento, al inicio y final de los senderos			X	
	 g. Se realizan actividades autoguiadas para lo cual la empresa provee de mapas, trífolios y charlas explicativas sobre actividades existentes			X	
	 h. Están identificados los mensajes que se quieren dar a los visitantes.			X	
	 i. Cumple la interpretación con las normas para ser apropiada.			X	
	 j. Están en buen estado los rótulos.				X
	 k. Están en buen estado los senderos.		X		
	 l. Está identificado el público para cada sendero.			X	
	(?) m. Se les da un mantenimiento periódico (como mínimo cada 3 meses) a los senderos y rótulos.	X			
	 n. Existe interpretación ambiental que relacione los elementos locales con la cultura del área.			X	
Actividades que promueven la conservación	(?) a. Se realizan actividades como reforestación, educación ambiental, explicaciones de reciclaje.		X		
	(?) b. Se informa y orienta a los visitantes a los sobre los valores naturales de las áreas visitadas.	X			
	(?) e. Se da una charla de normas de respeto a la cultura local.			X	

Aspectos socioculturales					
Participación comunitaria		A	B	C	D
Participación en el proceso turístico	Se ha realizado un diagnóstico de la situación actual en forma participativa.				X
	Se ha tomado en cuenta la opinión de todos los beneficiarios y miembros del proyecto.				X
	Se ha permitido que todos los participantes se involucren en la planificación con el fin de identificar, plantear, discutir y definir los objetivos, metas, estrategias, actividades y otros.				X
	Todos cuentan con la misma oportunidad de tomar decisiones y emitir su opinión respecto a las actividades y resultados del proyecto.				X
	Se asegura que los beneficios corresponden a las expectativas de todos participantes.				X
	La distribución de los beneficios se realiza según lo decidido participativamente.				X
	Para los procesos de diagnóstico, planificación e implementación se cuenta con la facilitación o asesoría de personas con experiencia en el tema.				X
	Los facilitadores o asesores fomentan la participación de los beneficiarios.				X
Involucramiento de diferentes miembros de la comunidad	Participan personas de diferentes edades incluyendo jóvenes y ancianos.				X
	Participan personas de diferentes niveles educativos.				X
	Participan personas de distintas clases sociales.				X
	Participan mujeres y hombres en cantidades similares y con iguales oportunidades.				X
	Todos los integrantes del proyecto reciben el mismo trato.				X
Autodesarrollo	Todos los integrantes del proyecto tiene la oportunidad de participar en todas las fases de los proyectos realizados para su desarrollo.				X
	Toman sus propias decisiones respecto a su futuro.				X
	Son capaces de manejar los proyectos de desarrollo sin contar con una asistencia externa permanente.				X
	Hacen todo lo posible por conservar los proyectos y darles continuidad.				X

Participación comunitaria		A	B	C	D
Resolución de conflictos	Cuando surge un conflicto son capaces de manejarlo y solucionarlo.				X
	Evitan que los problemas sencillos se vuelvan conflictos grandes por medio de las discusión y búsqueda de soluciones.				X
	Cuentan con un procedimiento para resolver los conflictos que surgen.				X
	En un conflicto, se trata unicamente con las personas directamente involucradas con el fin de evitar que se cause daño a otras personas.				X
	Se transforman los conflictos por medio de negociación, conciliación o mediación.				X
	Evitan que los conflictos afecten nuestras oportunidades de desarrollo.				X
Unidad social en la empresa turística	Existe unidad entre todos los miembros.				X
	Son solidarios entre todos los miembros.				X
	Comparten con valores y creencias.				X
	Existe respeto entre todos los miembros de trabajo.				X
	Son miembros participativos y buscan el bien de la empresa o proyecto turístico.				X
	Respetan a la empresa o proyecto.				X
	Respetan las diferencias culturales (etnia, idioma, nivel social, económico, género y otros).				X
	Organizan y participan en eventos de la empresa o proyecto turístico.				X

Promoción y conservación de los recursos culturales		A	B	C	D
Valorización y protección cultural	 a. Se ha designado en la empresa un área para la venta de artesanías y otros productos artesanales locales.			X	
	(?) b. Se cuenta con contactos en comunidades locales que pueden proveer de servicios como alimentación y guiaje.	X			
	(?) c. La comunidad está organizada y de acuerdo en ofrecer servicios que muestran sus valores culturales.				X
	(?) d. El plan de desarrollo turístico contempla la conservación de los valores culturales y la identidad local.			X	
	Participan en algún esfuerzo de restauración o conservación de los monumentos que son parte de la oferta turística.	X			
	Cuentan con un plan de manejo para el sitio y sus monumentos			X	
	Han reinvertido parte de los ingresos del turismo en la conservación, mejoramiento y restauración del sitio y sus monumentos.			X	
	Se han asesorado con expertos para crear y poner en marcha estrategias y reglamentos de manejo adecuados para nuestros sitios y monumentos.	X			
	Se cuenta con personal capacitado para proteger los recursos históricos, arqueológicos y ceremoniales.			X	
	Supervisan constantemente para que visitantes locales, nacionales, e internacionales no dañen físicamente los recursos.	X			
	Cuentan con infraestructura (senderos, puentes, etc) que ayude a proteger los monumentos del paso de visitantes.	X			
	Promueven los sitios culturales cercanos.			X	
	Utilizan artesanías locales para decorar las instalaciones.		X		
	Apoyan la organización de exposiciones de artesanías locales otros objetos culturales.				X
	Integran siempre aspectos de la cultura local en los productos turísticos y fomentan su valorización.		X		
	Se ha recopilado la información y elementos de su cultura con el fin de evitar que se pierdan (cuentos, leyendas, canciones, objetos, danzas, bailes, artesanías)			X	
	Comparten su cultura con otras personas.	X			
	Enseñan y transmiten los conocimientos tradicionales a las mayor cantidad de personas para asegurar su conservación. Puede ser: a empleados, miembros del proyecto, familia, turistas entre otros.	X			
	Se aseguran que las actividades culturales y recreativas tradicionales se sigan realizando.	X			
	Apoyan los esfuerzos para la realización de estas actividades.	X			
	Participan en actividades culturales que se organizan en la comunidad.				X
	Promocionan las actividades culturales.	X			
	Invitan a los turistas a participar, asistir o presenciar las actividades culturales.	X			
	Si no existen actividades culturales tradicionales, organizan participativamente actividades que fomenten la interacción e intercambio cultural o comunitario. Ejemplos: ferias gastronómicas, de artesanías y manualidades, exhibiciones y otros.		X		
	(?) a. Se realizan veladas culturales, shows de música, etc.				X
	(?) b. Se realizan actividades para conocerse entre los visitantes y otras culturas.			X	
(?) c. Se da una charla de normas de respeto a la cultura local.			X		

Aspectos empresariales					
Instalaciones físicas		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Instalaciones para gente discapacitada Se cuenta con las siguientes áreas Diseño de la construcción compatible con el entorno	(?) a. Se limpian diariamente todas las áreas.		X		
	b. Se mantiene un orden y limpieza en todas las áreas.		X		
	c. Ausencia de animales indeseables que transmiten enfermedades (roedores, moscas, cucarachas, zancudos).		X		
	d. Áreas señalizadas, recepción, caja, restaurante, servicios sanitarios y habitaciones.				X
	(?) e. Revisión de instalaciones eléctricas.				X
	(?) f. Revisión del sistema de servicio de agua.	X			
	a. Se utilizan estilos de construcción locales.	X			
	b. Se utilizan técnicas de construcción tradicionales y materiales locales (arcilla, piedra, palma, madera).	X			
	c. Se adapta al entorno natural y cultural.	X			
	a. Recepción y caja.			X	
	b. Restaurante.		X		
	c. Cocina.	X			
	d. Administración.			X	
	e. Senderos interpretativos.			X	
	f. Áreas de descanso y recreación, miradores.			X	
	g. Centro de visitantes, exhibiciones, paneles demostrativos.			X	
	h. Parqueo.	X			
	a. Hay rampas de acceso para todas las área.				X
	b. Hay como mínimo un servicio sanitario adaptado para personas discapacitadas.				X
	Servicios sanitarios de área común		A	B	C
Área caracterizada por su limpieza	(?) a. Se lleva un control y registro periódico de la limpieza de acuerdo a afluencia de visitantes.			X	
	(?) b. Hay una hoja de registro por escrito de las inspecciones de limpieza.			X	
	(?) c. Hay un responsable de hacer las inspecciones.		X		
Evitarse la concentración de olores	a. Servicios sanitarios cuentan con suficiente ventilación.		X		
	(?) c. Tienen un plan de para abastecerse de agua en caso de que el suministro es irregular-				X
Mantenimiento o de control de suministros	(?) a. Se verifica que los servicios sanitarios estén abastecidos con lo necesario.		X		
	b. Existen baños suficientes para el área.			X	
Deben ser independientes para hombres y mujeres	a. Deben contar con lavamanos, inodoro (con asiento y tapadera) espejo y un área para colocar pertenencias personales.		X		
	b. Los servicios deben ser separados para hombres y mujeres			X	

Área de habitaciones		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Información del hotel	<input checked="" type="checkbox"/> a. Contiene material informativo acerca de los servicios del hotel y de los distintos sitios de interés.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> b. Se pone a la disposición de los clientes una hoja para evaluar la calidad de las habitaciones y el servicio.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> c. Hay rótulos que aconsejan al cliente acerca del ahorro de agua (en caso de que hayan baños en las habitaciones).				X
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Hay un mapa del hotel y señalización de las salidas de emergencia.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> e. Se provee al cliente de shampoo, jabón y toallas. (<i>amenities</i>).				X
	(?) f. Se concientiza al personal para que respeten las pertenencias de los huéspedes.				X
	(?) g. Se lleva control diario de la ocupación de habitaciones (llegadas, salidas, solicitudes especiales, cancelaciones).				X
Control eficiente de reservaciones	(?) d. Se mantiene registro escrito de la reservación.				X
	(?) e. Se confirma la disponibilidad de habitaciones. (teléfono, fax, etc.)				X
Mobiliario y equipo	<input checked="" type="checkbox"/> a. Cedazo (en casos en los que es necesario).				X
	<input checked="" type="checkbox"/> b. Cortinas y/o persianas en las ventanas.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> c. Una o dos camas, según el caso.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Mesa(s) de noche con lámpara.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> e. Un escritorio o mesa pequeña.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> f. Un closet. mueble o armario para poner las pertenencias.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> g. Sillones, sofás o sillas.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> h. Tomacorrientes.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> i. Ventiladores.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> j. Ropa de cama limpia.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> k. Mosquitero (en casos donde es necesario).				X

Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Mobiliario y equipo del servicio sanitario.	a. Inodoro con asiento y tapadera.	X			
	b. Lavamanos.			X	
	c. Regadera y/o tina de baño.	X			
	d. Espejo.			X	
	e. Mueble o repisa para colocar los utensilios de aseo personal.			X	
	f. Cortina para la regadera.		X		
	g. Gancho para colgar toalla y/o ropa.			X	
	h. Toallas limpias.			X	
i. Basurero		X			
Mantenimiento de las habitaciones.	a. Inspección del estado de la ropa de cama y toallas.				X
	(?) b. Inspección del estado de paredes y techo (limpieza, humedad).				X
	(?) c. Inspección del estado de mobiliario y equipo.				X
	(?) d. Inspección del buen funcionamiento de instalaciones eléctricas. (tomacorrientes, <i>switches</i> bombillos)				X
	(?) e. Inspección de la grifería y el sistema de agua.				X
Área de alimentación		Existencia			
El menú		A	B	C	D
Productos	a. Se proveen productos frescos.	X			
	(?) b. Se proveen productos locales.	X			
	(?) c. Se verifica la calidad y procedencia de los productos ofrecidos.	X			
Variedad del menú	a. Se ofrecen alimentos para dietas especiales (diabéticos, vegetarianos, etc.)		X		
	b. Se ofrecen platillos y bebidas locales.	X			
	c. Se ofrecen platillos y bebidas internacionales.			X	
	(?) d. Cuentan con opciones de menús fijos para grupos.	X			

Manipulación de los alimentos		A	B	C	D
Control sobre los alimentos.	(?) a. Se controla que los alimentos estén bien cocidos.	X			
	(?) b. El agua que se utiliza es potable.	X			
	(?) c. Las verduras y frutas se desinfectan.	X			
	(?) d. Se revisa que no hayan insectos y animales que puedan infectar la comida.	X			
	(?) e. Se revisa que no queden restos de alimentos sin refrigerar.				X
Higiene	(?) f. Los alimentos son debidamente almacenados y guardados.	X			
	 a. El cocinero utiliza equipo de higiene como guantes, redes para pelo y gabachas.			X	
	(?) b. El personal se desinfecta las manos antes de tratar la comida.		X		
	 c. Se mantienen limpias las superficies donde se preparan los alimentos.		X		
Servicio		Existencia			
Capacitación, actitud, presentación y atención	 a. El personal tiene una actitud positiva y está atento a la hora de prestar el servicio.	X			
	(?) b. Se les informa a los empleados acerca de las metas y objetivos de manejo y conservación del sitio.				X
	(?) c. Se capacita al personal acerca del respeto y valorización de los recursos naturales y culturales, ética y responsabilidad ambiental.		X		
	(?) e. Se le provee una inducción a cada empleado según su puesto.				X
	(?) h. Se cuenta con programas de motivación para el personal.	X			
	(?) i. Se cuenta con programas de incentivos para los empleados.			X	
	(?) j. Se facilita la comunicación con el personal para resolver conflictos internos de operación.			X	
	(?) k. Se elaboran reuniones con el personal con el fin de intercambiar experiencias, dudas, ideas y resolver conflictos con los clientes.			X	
	(?) l. Se proveen cursos de seguimiento o actualización de forma anual a todos los empleados.			X	
	(?) m. Se capacita al personal acerca de primeros auxilios.				X
	(?) n. Se capacita al personal acerca de relaciones humanas.			X	
	(?) o. Se capacita al personal sobre el idioma inglés u otros idiomas.			X	
	(?) p. Se capacita al personal acerca de Calidad del Servicio.		X		
	 q. Tiene buena presentación.		X		
	r. Se capacita sobre ética y moral.			X	
	 s. Usa lenguaje adecuado.		X		
	t. Se comunica efectivamente.				
 u. Evita tardanzas al ofrecer el servicio.		X			

Servicio		Existencia			
Servicio y satisfacción de los clientes	(?) a. Se cuenta con una hoja de evaluación de los servicios.			X	
	 b. Se cuenta con buzón de sugerencias.			X	
	(?) d. Se investiga acerca de los aspectos a mejorar, eliminar o implementar.			X	
	(?) e. Se evalúa si el cliente conoce los aspectos de conservación y sostenibilidad de la empresa.			X	
Información para los visitantes	 a. Se provee un horario visible de las actividades disponibles (visitas guiadas, recreación, educación ambiental)			X	
	 b. Se cuenta con información general escrita sobre los productos que se ofrecen.			X	
	 c. Se informa al cliente acerca de requerimientos físicos, condiciones y riesgos de las actividades a realizar.		X		
	 d. Se informa claramente acerca de las condiciones el sitio se compromete a prestar.	X			
	(?) e. Se tiene una política de remuneración en caso de no poder proveer satisfactoriamente los servicios ofrecidos-			X	
	 f. Se cuenta con información acerca de los diferentes servicios cercanos al área.			X	
	(?) g. Se informa acerca de los sitios de interés turístico cercanos al área.			X	
	(?) h. Se informa acerca de los esfuerzos de conservación con el fin de motivar al visitante a que ayude a cumplirlos		X		
	 i. Se informa a los visitantes acerca de los recursos naturales (flora y fauna) y culturales locales.	X			
	 j. Se cuenta con información en inglés y español.			X	
Seguridad para el visitante	 a. Se cuenta con salidas de emergencia debidamente señalizadas.				X
	 b. Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios.			X	
	(?) c. Se cuenta con un listado de las diferentes entidades que prestan servicios de socorro (policía, bomberos, ambulancias)		X		
	(?) d. Se realizan simulacros y prácticas de emergencia con el personal.			X	
	(?) e. Existe una persona encargada de revisar los suministros del botiquín y el estado de los extinguidores.			X	
	(?) f. Se cuenta con facilidades de comunicación en caso de emergencia. (radio, teléfono, fax)		X		
	(?) g. El lugar cuenta con seguridad las 24 horas al día.			X	
	 h. Se cuenta con extinguidores en lugares visibles.			X	
	(?) k. Se cuenta con un plan de prevención de emergencias en caso de desastres naturales y prevención de accidentes, asalto y terrorismo.			X	
	(?) l. Existe un centro de salud u hospitales a una distancia razonable.		X		
	(?) m. Hay un plan efectivo en caso de una emergencia de salud.			X	

Guías:		A	B	C	D	
Servicio	a. Se respetan los itinerarios y horarios establecidos al iniciar a la hora acordada.	X				
	b. Se caracterizan por relaciones humanas y respeto a los clientes.	X				
	d. Prestan atención y dan un servicio personalizado (6 -8 personas por grupo).		X			
	(?) e. Hablan inglés.			X		
	(?) f. Hablan otro idioma local.			X		
	(?) g. Hablan otro idioma extranjero.			X		
	¿Cuáles?					
	(?) h. Tienen conocimiento de la historia natural (flora y fauna) y cultural de las áreas que se visitan	X				
	(?) i. Ofrecen diferentes tipos de actividades (emoción, aventura, educación ambiental, etc.).	X				
	(?) j. Por regla general, los grupos son dirigidos por los senderos establecidos, y en áreas que no representen riesgo.	X				
j. Informan a visitantes sobre las normas de conducta y precauciones en los lugares visitados.		X				
Transporte		A	B	C	D	
Transporte adecuado y seguro	a. Se transporta únicamente el número permitido de pasajeros según el tipo de transporte.				X	
	(?) c. Los conductores cuentan con licencia para conducir según el tipo de transporte.				X	
	d. Se lleva un recipiente o bolsa para depositar la basura en cada transporte y se instruye a los visitantes para abstenerse de tirar la basura en las carreteras, ríos, lagos, etc.				X	
	e. Cada transporte cuenta con su respectivo equipo mecánico de emergencia.				X	
	f. El transporte terrestre cuenta con cinturones de seguridad para cada uno de los pasajeros.				X	

Mercadeo, promoción e imagen		Existencia			
		A	B	C	D
	 e. Se ha elaborado material informativo, divulgativo, detallado y actualizado anualmente sobre como contactar a la empresa			X	
	 f. Cuenta con una página de Internet que promociona su producto			X	
	(?) g. Se promociona en revistas locales, nacionales, prensa, guías, etc.		X		
	(?) h. Se elaboran contactos con operadores de turismo y mayoristas para la realización de tours.			X	
	(?) i. Se invitan a los medios de comunicación para que visiten la empresa y la promocionen.	X			
	(?) j. Se programan eventos como ferias de turismo o ruedas de negocios con empresas locales y operadores.			X	
	(?) k. existe un plan de promoción para la temporada baja.			X	
	(?) l. Existe un plan para investigar la efectividad de las estrategias de promoción de productos.			X	
	 m. Se cuenta con logotipo visual que lo identifica			X	
	 n. La imagen de la empresa representa la cultura local y entorno natural del sitio.				X
	(?) o. Se promocionan esfuerzos de conservación y responsabilidad ambiental que efectúa.			X	
	(?) p. Están involucrados en una red de contactos para la promoción mutua (cercanos y del país en general).			X	
	(?) q. Existe un plan de monitoreo para comparar que los servicios ofrecidos son los que se tienen (de forma preventiva).		X		
	(?) r. Se participa en actividades organizadas por entidades gubernamentales.		X		
Información de visitantes		A	B	C	D
Actividades	(?) a. Existe un registro que contiene toda la información sobre los visitantes, sus preferencias, edades, ocupación, educación, etc.			X	
	 b. Cuentan con un catálogo detallado de los productos con precios, duración, requerimientos físicos y fotografías del lugar.			X	

Legislación		Existencia			
Ambiental		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos ambientales	Cumplen con las leyes ambientales generales que tiene relevancia en la actividades turística. (Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente de Guatemala, Ley de áreas protegidas, Ley forestal)		X		
	Se cumple con las leyes específicas para la actividades turísticas:				
	Política nacional de ecoturismo.		X		
	Política sobre la actividad turística en áreas protegidas		X		
	Regulaciones sobre el manejo de áreas protegidas.	X			
	(?) a. Existe una política orientada a mantener la sostenibilidad ambiental del sitio.				X
	(?) b. Existe un Estudio de Impacto Ambiental (EIA).			X	
	(?) c. Ha definido su propia visión, misión y objetivos a alcanzar en cuanto a la sostenibilidad ambiental en el sitio de destino ecoturístico.			X	
	(?) d. Existe un plan de monitoreo para los impactos ambientales.			X	
	(?) e. Cuenta con un plan para detectar y reducir los impactos negativos que sus actividades estén creando en un documento escrito.			X	
(?) f. Se promueve la responsabilidad ambiental como el reciclaje, reforestación, respeto a los recursos naturales en las comunidades cercanas.			X		
Economicas y empresariales		A	B	C	D
Derechos y obligaciones empresariales	La empresa o emprendimiento está debidamente registrada y autorizada por todas las instancias necesarias.		X		
	Están registrados y autorizados ante el registro de empresas, INGUAT o empresas que regula la actividad empresarial.				X
	Cuentan con un sistema de contabilidad y reportes necesarios de acuerdo con el tipo de empresa que ha registrado.				X
	Revisan y se mantiene informados sobre las leyes paquetes de incentivos que puedan beneficiar a todas las actividades que se llevan a cabo.			X	
	Están registrados y autorizados ante las entidades a las que deben pagar impuestos.			X	
	Pagan sus impuestos puntual y adecuadamente.			X	
	Revisan constantemente la legislación sobre el pago de impuestos y modifican su estatus de acuerdo con los cambios en los reglamentos o la empresa.			X	
	Recurren a asesoría profesional para la resolución de dudas con respecto al pago de impuestos.			X	
	Se aseguran de cumplir las leyes y condiciones laborales requeridas siempre.				X
	Cumplen con el pago de salario mínimo.				X
	Les brindan a sus empleados todas las prestaciones según la ley.				X
	Conocen cuáles son las leyes rectoras del turismo a nivel nacional y se aseguran de cumplir con ellas.			X	

Economicas y empresariales		A	B	C	D
Normas internas	Se aseguran que las normas internas reflejan su política de sostenibilidad y los ejes ambientales, economico y social.			X	
	Cuentan con un sistema de adecuado para comunicar y velar por el cumplimiento de las normas internas.			X	
	Cuentan con un código de conducta para el turista.			X	
	Las normas internas para el personal, coinciden con lo delineado en el manual de puestos y contratos laborales.			X	
	Cuentan con normas o códigos de ética para tour operadores y servicios adicionales que forman parte de la cadena de valor.				X
	Han elaborado participativamente normas que ayuden a regular la relación entre la comunidad y los visitantes.				X
	Han elaborado participativamente las normas internas.			X	
Culturales		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos culturales	Han analizado cuáles leyes estan relacionadas con la cultura y la sociedad tienen relación con la actividad turística.			X	
	Conocen y respetan las regulaciones sobre las actividades en sitios arqueológicos.		X		

Evaluación de Tubing Chixoy, Chicamán

Aspectos ambientales					
El entorno: recursos naturales y culturales		Existencia			
Promoción de la Conservación de los recursos naturales		A	B	C	D
Código de conducta y ética	(?) a. Han elaborado en consenso con los actores y personas afectadas un código de conducta para la visita hacia áreas naturales y culturales cercanas.		X		
	 b. Se exhibe su código de conducta en un área visible.			X	
	 c. No se permite la extracción y venta de plantas, animales y productos del bosque.	X			
	(?) e. Se promueve el respeto y valorización de la diversidad natural y cultural de las áreas cercanas.		X		
	(?) Existe un estudio de capacidad de carga.			X	
	(?) g. Se respeta la capacidad de carga de los sitios.				X
Apoyo a la conservación	(?) a. Se ha designado un área de reserva natural.	X			
	(?) b. Existe un porcentaje de ingresos que se invierte en conservación.				
	(?) ¿Cuánto del porcentaje total?		X		
	(?) c. El área de reserva natural cuenta con un plan de manejo, zonificación, e inventarios de los recursos que posee.			X	
	(?) d. Apoyan estudios de investigación en las áreas naturales.				X
	Se designo una cantidad del dinero de la asociación para reforestación de la orilla del sendero.				
Responsabilidad ambiental		Existencia			
Reciclaje		A	B	C	D
Incorporación de actividades de reciclaje	 a. Existe un plan de reciclaje y actividades que lo promueven (basureros para cada tipo de desechos con respectivas indicaciones de uso).			X	
	(?) b. Se han contactado empresas que adquieren material para reciclar.			X	
	(?) c. Se cuenta con un listado de proveedores de productos reciclables.			X	
	(?) d. Los materiales reciclables como el papel, aluminio, vidrio y plástico se ordenan y clasifican para transportarlos a empresas recicladoras.			X	
	(?) e. El personal es capacitado sobre cómo clasificar los desechos.	X			
	(?) f. Utilizan materiales biodegradables.		X		
	(?) g. Se compactan los materiales desechados como basura y latas.			X	

Disposición de los desechos sólidos y líquidos		A	B	C	D
Control sobre la disposición de los desechos	(?) a. Sus desechos sólidos son recogidos por la municipalidad.				X
	b. Cuentan con técnicas apropiadas para los desechos humanos.		X		
	(?) c. No vierte sus desechos sólidos y líquidos a ríos, lagos o en la superficie de la tierra.			X	
	(?) d. ¿Qué tipo de manejo se da a su basura?				
	1. Separar y reusar				
	2. Separar				
3. Relleno sanitario					
4. Agrupar					
5. Quemar					
6. Desecho en río (s)					
7. basurero clandestino					
(?) e. Los desechos producidos no crean efectos negativos sobre el ambiente como erosión, contaminación y encharcamiento y no son fuente de enfermedades.			X		
Clasificación de los desechos	(?) a. Se separan los desechos en orgánicos e inorgánicos.		X		
	(?) b. Los desechos orgánicos se vierten en composteras o aboneras.			X	
	 c. Se proveen recipientes para depositar la basura en todas las áreas.			X	
	(?) d. No vierten al ambiente desechos tóxicos como limpiadores, solventes, desinfectantes, jabones, materiales erosivos.			X	
	(?) h. Tiene sistema de tratamiento de aguas residuales como pozos de filtración o lagunas de oxidación.	X			
Ahorro en el consumo		A	B	C	D
Ahorro en el consumo de energía	 a. Utilizan la iluminación natural.	X			
	 b. Cuenta con áreas abiertas, ventanas grandes, tragaluces.	X			
	 Areas cuentan con ventilación	X			
	(?) f. Hay una persona encargada de revisar las instalaciones eléctricas, cables, tomacorrientes y equipo y es quien lleva un registro de las inspecciones.				X
	 g. Hay focos de bajo consumo de energía, lámparas fluorescentes, programadores de apago automático.				X
	 i. Se colocan pequeños rótulos de apague la luz al salir en las habitaciones y baños.				X
	(?) j. Se utiliza como fuente de energía la leña.	X			

Ahorro en el consumo		A	B	C	D
Ahorro en el consumo de agua	 a. Hay pequeños rótulos en los baños que incentiven el ahorro de agua.				X
	(?) b. Hay una persona encargada de revisar las tuberías verificar que no existen fugas y es quien lleva un registro de las inspecciones.				X
	(?) c. Se implementan dispositivos para ahorro de agua en tanques de inodoros.				X
	(?) d. Se utilizan cubetas para limpieza en lugar de mangueras.				X
	(?) e. Se hacen campañas para apoyar en la limpieza, mantenimiento y conservación de los cuerpos de agua cercanos.			X	
Educación ambiental		Existencia			
		A	B	C	D
Interpretación ambiental					
Actividades para interpretación ambiental	 a. Se realiza una charla de bienvenida para los visitantes informando sobre las actividades de interpretación ambiental.			X	
	(?) b. Se realizan actividades guiadas dentro de los senderos interpretativos.				X
	 c. Lo senderos cuentan con paradas temáticas			X	
	(?) d. La empresa cuenta con un estudio de capacidad de carga para los senderos			X	
	 e. La empresa provee de exposiciones y paneles demostrativos de acuerdo a temas relacionados con características locales			X	
	 f. La empresa cuenta con rótulos, señales y letreros discretos que indiquen ubicación y normas de comportamiento, al inicio y final de los senderos			X	
	 g. Se realizan actividades autoguiadas para lo cual la empresa provee de mapas, trifoliales y charlas explicativas sobre actividades existentes				X
	 h. Están identificados los mensajes que se quieren dar a los visitantes.			X	
	 i. Cumple la interpretación con las normas para ser apropiada.				X
	 j. Están en buen estado los rótulos.				X
	 k. Están en buen estado los senderos.	X			
	 l. Está identificado el público para cada sendero.			X	
	(?) m. Se les da un mantenimiento periódico (como mínimo cada 3 meses) a los senderos y rótulos.	X			
	 n. Existe interpretación ambiental que relacione los elementos locales con la cultura del área.			X	
Actividades que promueven la conservación	(?) a. Se realizan actividades como reforestación, educación ambiental, explicaciones de reciclaje.	X			
	(?) b. Se informa y orienta a los visitantes a los sobre los valores naturales de las áreas visitadas.	X			
	(?) c. se realizan veladas culturales, shows de música, etc.				X
	(?) d. Se realizan actividades para conocerse entre los visitantes y otras culturas.			X	

Aspectos socioculturales					
Participación comunitaria		A	B	C	D
Participación en el proceso turístico	Se ha realizado un diagnóstico de la situación actual en forma participativa.	X			
	Se ha tomado en cuenta la opinión de todos los beneficiarios y miembros del proyecto.	X			
	Se ha permitido que todos los participantes se involucren en la planificación con el fin de identificar, plantear, discutir y definir los objetivos, metas, estrategias, actividades y otros.	X			
	Todos cuentan con la misma oportunidad de tomar decisiones y emitir su opinión respecto a las actividades y resultados del proyecto.	X			
	Se asegura que los beneficios corresponden a las expectativas de todos participantes.	X			
	La distribución de los beneficios se realiza según lo decidido participativamente.	X			
	Para los procesos de diagnóstico, planificación e implementación se cuenta con la facilitación o asesoría de personas con experiencia en el tema.	X			
	Los facilitadores o asesores fomentan la participación de los beneficiarios.	X			
Involucramiento de diferentes miembros de la comunidad	Participan personas de diferentes edades incluyendo jóvenes y ancianos.	X			
	Participan personas de diferentes niveles educativos.	X			
	Participan personas de distintas clases sociales.	X			
	Participan mujeres y hombres en cantidades similares y con iguales oportunidades.	X			
	Todos los integrantes del proyecto reciben el mismo trato.	X			
Autodesarrollo	Todos los integrantes del proyecto tiene la oportunidad de participar en todas las fases de los proyectos realizados para su desarrollo.	X			
	Toman sus propias decisiones respecto a su futuro.	X			
	Son capaces de manejar los proyectos de desarrollo sin contar con una asistencia externa permanente.			X	
	Hacen todo lo posible por conservar los proyectos y darles continuidad.	X			
Resolución de conflictos	Cuando surge un conflicto son capaces de manejarlo y solucionarlo.			X	
	Evitan que los problemas sencillos se vuelvan conflictos grandes por medio de la discusión y búsqueda de soluciones.			X	
	Cuentan con un procedimiento para resolver los conflictos que surgen.			X	
	En un conflicto, se trata únicamente con las personas directamente involucradas con el fin de evitar que se cause daño a otras personas.			X	
	Se transforman los conflictos por medio de negociación, conciliación o mediación.			X	
	Evitan que los conflictos afecten nuestras oportunidades de desarrollo.			X	

Participación comunitaria		A	B	C	D
Resolución de conflictos	Cuando surge un conflicto son capaces de manejarlo y solucionarlo.			X	
	Evitan que los problemas sencillos se vuelvan conflictos grandes por medio de las discusión y búsqueda de soluciones.			X	
	Cuentan con un procedimiento para resolver los conflictos que surgen.			X	
	En un conflicto, se trata únicamente con las personas directamente involucradas con el fin de evitar que se cause daño a otras personas.			X	
	Se transforman los conflictos por medio de negociación, conciliación o mediación.			X	
	Evitan que los conflictos afecten nuestras oportunidades de desarrollo.			X	
	Unidad social en la empresa turística	Existe unidad entre todos los miembros.			X
Son solidarios entre todos los miembros.				X	
Comparten con valores y creencias.		X			
Existe respeto entre todos los miembros de trabajo.		X			
Son miembros participativos y buscan el bien de la empresa o proyecto turístico.			X		
Respetan a la empresa o proyecto.		X			
Respetan las diferencias culturales (etnia, idioma, nivel social, económico, género y otros).		X			
Organizan y participan en Eventos de la empresa o proyecto turístico.			X		

Promoción y conservación de los recursos culturales		A	B	C	D
Valorización y protección cultural	a. Se ha designado en la empresa un área para la venta de artesanías y otros productos artesanales locales.			X	
	(?) b. Se cuenta con contactos en comunidades locales que pueden proveer de servicios como alimentación y guiaje.	X			
	(?) c. La comunidad está organizada y de acuerdo en ofrecer servicios que muestran sus valores culturales.	X			
	(?) d. El plan de desarrollo turístico contempla la conservación de los valores culturales y la identidad local.	X			
	Participan en algún esfuerzo de restauración o conservación de los monumentos que son parte de la oferta turística.				X
	Cuentan con un plan de manejo para el sitio y sus monumentos				X
	Han reinvertido parte de los ingresos del turismo en la conservación, mejoramiento y restauración del sitio y sus monumentos.				X
	Se han asesorado con expertos para crear y poner en marcha estrategias y reglamentos de manejo adecuados para nuestros sitios y monumentos.				X
	Se cuenta con personal capacitado para proteger los recursos históricos, arqueológicos y ceremoniales.				X
	Supervisan constantemente para que visitantes locales, nacionales, e internacionales no dañen físicamente los recursos.				X
	Cuentan con infraestructura (senderos, puentes, etc.) que ayude a proteger los monumentos del paso de visitantes.				X
	Promueven los sitios culturales cercanos.	X			
	Utilizan artesanías locales para decorar las instalaciones.	X			
	Apoyan la organización de exposiciones de artesanías locales otros objetos culturales.			X	
	Integran siempre aspectos de la cultura local en los productos turísticos y fomentan su valorización.	X			
	Se ha recopilado la información y elementos de su cultura con el fin de evitar que se pierdan (cuentos, leyendas, canciones, objetos, danzas, bailes, artesanías)			X	
	Comparten su cultura con otras personas.	X			
	Enseñan y transmiten los conocimientos tradicionales a las mayor cantidad de personas para asegurar su conservación. Puede ser: a empleados, miembros del proyecto, familia, turistas entre otros.		X		
	Se aseguran que las actividades culturales y recreativas tradicionales se sigan realizando.			X	
	Apoyan los esfuerzos para la realización de estas actividades.	X			
	Participan en actividades culturales que se organizan en la comunidad.	X			
	Promocionan las actividades culturales.		X		
	Invitan a los turistas a participar, asistir o presenciar las actividades culturales.			X	
	Si no existen actividades culturales tradicionales, organizan participativamente actividades que fomenten la interacción e intercambio cultural o comunitario. Ejemplos: ferias gastronómicas, de artesanías y manualidades, exhibiciones y otros.	X			
	(?) a. Se realizan veladas culturales, shows de música, etc.				X
	(?) b. Se realizan actividades para conocerse entre los visitantes y otras culturas.			X	
	(?) c. Se da una charla de normas de respeto a la cultura local.				X

Aspectos empresariales					
Instalaciones físicas		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Diseño de la construcción compatible con el entorno	(?) a. Se limpian constantemente todas las áreas.		X		
	 b. Se mantiene un orden y limpieza en todas las áreas.		X		
	 c. Ausencia de animales indeseables que transmiten enfermedades (roedores, moscas, cucarachas, zancudos).		X		
	 d. Áreas señalizadas comedor, servicios sanitarios entre otros	X			
	(?) e. Revisión de instalaciones eléctricas.				X
	(?) f. Revisión del sistema de servicio de agua.				X
	 a. Se utilizan estilos de construcción locales.	X			
	 b. Se utilizan técnicas de construcción tradicionales y materiales locales (arcilla, piedra, palma, madera).	X			
	 c. Se adapta al entorno natural y cultural.	X			
	 a. Recepción y caja.			X	
	 b. Comedor	X			
	 c. Cocina.	X			
	 d. Administración.			X	
	 e. Senderos interpretativos.			X	
	 f. Áreas de descanso y recreación, miradores.			X	
	 g. Centro de visitantes, exhibiciones, paneles demostrativos.			X	
	 h. Parqueo.		X		
	Instalaciones para gente discapacitada	 a. Hay rampas de acceso para todas las área.			
 b. Hay como mínimo un servicio sanitario adaptado para personas discapacitadas.					X

Servicios sanitarios de área común		A	B	C	D
Área caracterizada por su limpieza	(?) a. Se lleva un control y registro periódico de la limpieza de acuerdo a afluencia de visitantes.			X	
	(?) b. Hay una hoja de registro por escrito de las inspecciones de limpieza.			X	
	(?) c. Hay un responsable de hacer las inspecciones.			X	
Evitarse la concentración de olores	 a. Servicios sanitarios cuentan con suficiente ventilación.	X			
	(?) c. Tienen un plan de para abastecerse de agua en caso de que el suministro es irregular-				X
Mantenimiento o de control de suministros	(?) a. Se verifica que los servicios sanitarios estén abastecidos con lo necesario.			X	
	 b. Existen baños suficientes para el área.	X			
Deben ser independientes para hombres y mujeres	 a. Deben contar con lavamanos, inodoro (con asiento y tapadera) espejo y un área para colocar pertenencias personales.			X	
	 b. Los servicios deben ser separados para hombres y mujeres	X			
Áreas verdes y jardines		A	B	C	D
Instalaciones deberán contar con áreas verdes y plantas ornamentales	(?) a. Investigar sobre plantas locales que tengan algún uso comestible, medicinal, aromático o histórico en listados e inventarios del área.			X	
	 b. Se rotulan las especies de plantas con su nombre común, científico y en el idioma local.		X		
Evitar el uso de la introducción de plantas exóticas	(?) a. Existe un inventario de plantas locales.			X	
	 b. Se evita el uso de plantas artificiales.	X			
Decoración		A	B	C	D
Decorar las áreas de habitaciones, áreas de uso público y restaurante con objetos locales	 a. Se utilizan artesanías y materiales locales.	X			
	 b. Se decoran los ambientes con imágenes y cuadros de atractivos locales. (cuadros, fotos, posters, etc.).				X
	 c. Se utilizan plantas locales para la jardinería.	X			
Mobiliario estético, resistente, cómodo y durable	(?) a. Se verifica el estado del mobiliario y equipo mensualmente.			X	
Existen áreas tranquilas	 a. Se provee de espacios abiertos para apreciar el paisaje y áreas naturales cercanas. (terrazas, miradores, balcones, etc.)		X		
	 b. Los espacios abiertos cuentan con mobiliario para descansar. (hamacas, sillones, bancas, etc.).		X		
Distribución efectiva del mobiliario tomando en cuenta los espacios	 a. Se verifica que el mobiliario no está en áreas de paso o circulación.				X
	 b. Los muebles se encuentran ubicados de forma armónica sin sobre cargar los espacios.	X			

Área de habitaciones		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
	<input checked="" type="checkbox"/> a. Contiene material informativo acerca de los servicios del hotel y de los distintos sitios de interés.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> b. Se pone a la disposición de los clientes una hoja para evaluar la calidad de las habitaciones y el servicio.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> c. Hay rótulos que aconsejan al cliente acerca del ahorro de agua (en caso de que hayan baños en las habitaciones).				X
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Hay un mapa del hotel y señalización de las salidas de emergencia.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> e. Se provee al cliente de shampoo, jabón y toallas. (<i>amenities</i>).				X
	(?) f. Se concientiza al personal para que respeten las pertenencias de los huéspedes.				X
Control eficiente de reservaciones	(?) g. Se lleva control diario de la ocupación de habitaciones (llegadas, salidas, solicitudes especiales, cancelaciones).				X
	(?) d. Se mantiene registro escrito de la reservación.				X
Mobiliario y equipo	(?) e. Se confirma la disponibilidad de habitaciones. (teléfono, fax, etc.)				X
	<input checked="" type="checkbox"/> a. Cedazo (en casos en los que es necesario).				X
	<input checked="" type="checkbox"/> b. Cortinas y/o persianas en las ventanas.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> c. Una o dos camas, según el caso.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Mesa(s) de noche con lámpara.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> e. Un escritorio o mesa pequeña.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> f. Un closet, mueble o armario para poner las pertenencias.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> g. Sillones, sofás o sillas.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> h. Tomacorrientes.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> i. Ventiladores.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> j. Ropa de cama limpia.				X
<input checked="" type="checkbox"/> k. Mosquitero (en casos donde es necesario).				X	
Mobiliario y equipo del servicio sanitario.	<input checked="" type="checkbox"/> a. Inodoro con asiento y tapadera.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> b. Lavamanos.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> c. Regadera y/o tina de baño.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Espejo.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> e. Mueble o repisa para colocar los utensilios de aseo personal.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> f. Cortina para la regadera.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> g. Gancho para colgar toalla y/o ropa.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> h. Toallas limpias.				X
	<input checked="" type="checkbox"/> i. Basurero				X
Mantenimiento de las habitaciones.	<input checked="" type="checkbox"/> a. Inspección del estado de la ropa de cama y toallas.				X
	(?) b. Inspección del estado de paredes y techo (limpieza, humedad).				X
	(?) c. Inspección del estado de mobiliario y equipo.				X
	(?) d. Inspección del buen funcionamiento de instalaciones eléctricas. (tomacorrientes, <i>switches</i> bombillos)				X
	(?) e. Inspección de la grifería y el sistema de agua.				X

Área de alimentación		Existencia			
		A	B	C	D
El menú					
Productos	 a. Se proveen productos frescos.	X			
	(?) b. Se proveen productos locales.	X			
	(?) c. Se verifica la calidad y procedencia de los productos ofrecidos.	X			
Variedad del menú	 a. Se ofrecen alimentos para dietas especiales (diabéticos, vegetarianos, etc.)		X		
	 b. Se ofrecen platillos y bebidas locales.	X			
	 c. Se ofrecen platillos y bebidas internacionales.			X	
	(?) d. Cuentan con opciones de menús fijos para grupos.	X			
Manipulación de los alimentos		A	B	C	D
Control sobre los alimentos.	(?) a. Se controla que los alimentos estén bien cocidos.	X			
	(?) b. El agua que se utiliza es potable.	X			
	(?) c. Las verduras y frutas se desinfectan.	X			
	(?) d. Se revisa que no hayan insectos y animales que puedan infectar la comida.	X			
	(?) e. Se revisa que no queden restos de alimentos sin refrigerar.				X
	(?) f. Los alimentos son debidamente almacenados y guardados.	X			
Higiene	 a. El cocinero utiliza equipo de higiene como guantes, redes para pelo y gabachas.		X		
	(?) b. El personal se desinfecta las manos antes de tratar la comida.	X			
	 c. Se mantienen limpias las superficies donde se preparan los alimentos.	X			

Servicio		Existencia			
		A	B	C	D
Capacitación, actitud, presentación y atención	 a. El personal tiene una actitud positiva y está atento a la hora de prestar el servicio.	X			
	(?) b. Se les informa a los empleados acerca de las metas y objetivos de manejo y conservación del sitio.	X			
	(?) c. Se capacita al personal acerca del respeto y valorización de los recursos naturales y culturales, ética y responsabilidad ambiental.	X			
	(?) e. Se le provee una inducción a cada empleado según su puesto.			X	
	(?) h. Se cuenta con programas de motivación para el personal.		X		
	(?) i. Se cuenta con programas de incentivos para los empleados.			X	
	(?) j. Se facilita la comunicación con el personal para resolver conflictos internos de operación.			X	
	(?) k. Se elaboran reuniones con el personal con el fin de intercambiar experiencias, dudas, ideas y resolver conflictos con los clientes.			X	
	(?) l. Se proveen cursos de seguimiento o actualización de forma anual a todos los empleados.			X	
	(?) m. Se capacita al personal acerca de primeros auxilios.	X			
	(?) n. Se capacita al personal acerca de relaciones humanas.	X			
	(?) o. Se capacita al personal sobre el idioma inglés u otros idiomas.			X	
	(?) p. Se capacita al personal acerca de Calidad del Servicio.	X			
	q. Tiene buena presentación.	X			
	r. Se capacita sobre ética y moral.	A	B	C	D
	s. Usa lenguaje adecuado.	X			
	t. Se comunica efectivamente.	X			
u. Evita tardanzas al ofrecer el servicio.	X				
Servicio y satisfacción de los clientes	(?) a. Se cuenta con una hoja de evaluación de los servicios.		X		
	b. Se cuenta con buzón de sugerencias.			X	
	(?) d. Se investiga acerca de los aspectos a mejorar, eliminar o implementar.	X			
	(?) e. Se evalúa si el cliente conoce los aspectos de conservación y sostenibilidad de la empresa.			X	

Servicio		Existencia			
		A	B	C	D
Información para los visitantes	a. Se provee un horario visible de las actividades disponibles (visitas guiadas, recreación, educación ambiental)	X			
	b. Se cuenta con información general escrita sobre los productos que se ofrecen.	X			
	c. Se informa al cliente acerca de requerimientos físicos, condiciones y riesgos de las actividades a realizar.	X			
	d. Se informa claramente acerca de las condiciones el sitio se compromete a prestar.	X			
	(?) e. Se tiene una política de remuneración en caso de no poder proveer satisfactoriamente los servicios ofrecidos.			X	
	f. Se cuenta con información acerca de los diferentes servicios cercanos al área.	X			
	(?) g. Se informa acerca de los sitios de interés turístico cercanos al área.	X			
	(?) h. Se informa acerca de los esfuerzos de conservación con el fin de motivar al visitante a que ayude a cumplirlos	X			
	i. Se informa a los visitantes acerca de los recursos naturales (flora y fauna) y culturales locales.	X			
	j. Se cuenta con información en inglés y español.		X		
Seguridad para el visitante	a. Se cuenta con salidas de emergencia debidamente señalizadas.				X
	b. Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios.	X			
	(?) c. Se cuenta con un listado de las diferentes entidades que prestan servicios de socorro (policía, bomberos, ambulancias)	X			
	(?) d. Se realizan simulacros y prácticas de emergencia con el personal.	X			
	(?) e. Existe un apersona encargada de revisar los suministros del botiquín.	X			
	(?) f. Se cuenta con facilidades de comunicación en caso de emergencia. (radio, teléfono, fax)	X			
	(?) g. El lugar cuenta con seguridad las 24 horas al día.			X	
	h. Se cuenta con extinguidores en lugares visibles.			X	
	(?) k. Se cuenta con un plan de prevención de emergencias en caso de desastres naturales y prevención de accidentes, asalto y terrorismo.			X	
	(?) l. Existe un centro de salud u hospitales a una distancia razonable.	X			
	(?) m. Hay un plan efectivo en caso de una emergencia de salud.			X	

Guías:		A	B	C	D	
Servicio	a. Se respetan los itinerarios y horarios establecidos al iniciar a la hora acordada.	X				
	b. Se caracterizan por relaciones humanas y respeto a los clientes.	X				
	d. Prestan atención y dan un servicio personalizado (6 -8 personas por grupo).		X			
	(?) e. Hablan inglés.			X		
	(?) f. Hablan otro idioma local.		X			
	(?) g. Hablan otro idioma extranjero.			X		
	¿Cuáles?					
	(?) h. Tienen conocimiento de la historia natural (flora y fauna) y cultural de las áreas que se visitan	X				
	(?) i. Ofrecen diferentes tipos de actividades (emoción, aventura, educación ambiental, etc.).	X				
	(?) j. Por regla general, los grupos son dirigidos por los senderos establecidos, y en áreas que no representen riesgo.	X				
j. Informan a visitantes sobre las normas de conducta y precauciones en los lugares visitados.	X					
Transporte		A	B	C	D	
Transporte adecuado y seguro	a. Se transporta únicamente el número permitido de pasajeros según el tipo de transporte.	X				
	(?) c. Los conductores cuentan con licencia para conducir según el tipo de transporte.			X		
	d. Se lleva un recipiente o bolsa para depositar la basura en cada transporte y se instruye a los visitantes para abstenerse de tirara la basura en las carreteras, ríos, lagos, etc.	X				
	e. Cada transporte cuenta con su respectivo equipo mecánico de emergencia.	X				
	f. El transporte terrestre cuenta con cinturones de seguridad para cada uno de los pasajeros.	X				

Mercadeo, promoción e imagen		Existencia			
		A	B	C	D
	 e. Se ha elaborado material informativo, divulgativo, detallado y actualizado anualmente sobre como contactar a la empresa	X			
	 f. Cuenta con una página de Internet que promociona su producto	X			
	(?) g. Se promociona en revistas locales, nacionales, prensa, guías, etc.	X			
	(?) h. Se elaboran contactos con operadores de turismo y mayoristas para la realización de tours.	X			
	(?) i. Se invitan a los medios de comunicación para que visiten la empresa y la promocionen.	X			
	(?) j. Se programan eventos como ferias de turismo o ruedas de negocios con empresas locales y operadores.	X			
	(?) k. existe un plan de promoción para la temporada baja.				X
	(?) l. Existe un plan para investigar la efectividad de las estrategias de promoción de productos.			X	
	 m. Se cuenta con logotipo visual que lo identifica	X			
	 n. La imagen de la empresa representa la cultura local y entorno natural del sitio.	X			
	(?) o. Se promocionan esfuerzos de conservación y responsabilidad ambiental que efectúa.		X		
	(?) p. Están involucrados en una red de contactos para la promoción mutua (ceranos y del país en general).	X			
	(?) q. Existe un plan de monitoreo para comparar que los servicios ofrecidos son los que se tienen (de forma preventiva).			X	
	(?) r. Se participa en actividades organizadas por entidades gubernamentales.	X			
Información de visitantes		A	B	C	D
Actividades	(?) a. Existe un registro que contiene toda la información sobre los visitantes, sus preferencias,			X	
	 b. Cuentan con un catálogo detallado de los productos con precios, duración, requerimientos físicos y fotografías del lugar.	X			

Legislación		Existencia			
Ambiental		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos ambientales	Cumplen con las leyes ambientales generales que tiene relevancia en la actividades turística. (Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente de Guatemala, Ley de áreas protegidas, Ley forestal)		X		
	Se cumple con las leyes específicas para la actividades turísticas:				
	Política nacional de ecoturismo.		X		
	Política sobre la actividad turística en áreas protegidas				X
	Regulaciones sobre el manejo de áreas protegidas.				X
	(?) a. Existe una política orientada a mantener la sostenibilidad ambiental del sitio.			X	
	(?) b. Existe un Estudio de Impacto Ambiental (EIA).			X	
	(?) c. Ha definido su propia visión, misión y objetivos a alcanzar en cuanto a la sostenibilidad ambiental en el sitio de destino ecoturístico.		X		
	(?) d. Existe un plan de monitoreo para los impactos ambientales.			X	
	(?) e. Cuenta con un plan para detectar y reducir los			X	
(?) f. Se promueve la responsabilidad ambiental como el reciclaje, reforestación, respeto a los recursos naturales en las comunidades cercanas.	X				
Económicas y empresariales		A	B	C	D
Derechos y obligaciones empresariales	La empresa o emprendimiento está debidamente registrada y autorizada por todas las instancias necesarias.	X			
	Están registrados y autorizados ante el registro de empresas, INGUAT o empresas que regula la actividad empresarial.				X
	Cuentan con un sistema de contabilidad y reportes necesarios de acuerdo con el tipo de empresa que ha registrado.			X	
	Revisan y se mantiene informados sobre las leyes paquetes de incentivos que puedan beneficiar a todas las actividades que se llevan a cabo.			X	
	Están registrados y autorizados ante las entidades a las que deben pagar impuestos.	X			
	Pagan sus impuestos puntual y adecuadamente.				X
	Revisan constantemente la legislación sobre el pago de impuestos y modifican su estatus de acuerdo con los cambios en los reglamentos o la empresa.		X		
	Recurren a asesoría profesional para la resolución de dudas con respecto al pago de impuestos.				X
	Se aseguran de cumplir las leyes y condiciones laborales requeridas siempre.				X
	Cumplen con el pago de salario mínimo.				X
	Les brindan a sus empleados todas la prestaciones según la ley.				X
	Conocen cuales son las leyes rectoras del turismo a nivel nacional y se aseguran de cumplir con ellas.			X	

Económicas y empresariales		A	B	C	D
Normas internas	Se aseguran que las normas internas reflejan su política de sostenibilidad y los ejes ambientales, económico y social.			X	
	Cuentan con un sistema de adecuado para comunicar y velar por el cumplimiento de las normas internas.			X	
	Cuentan con un código de conducta para el turista.		X		
	Las normas internas para el personal, coinciden con lo delineado en el manual de puestos y contratos laborales.			X	
	Cuentan con normas o códigos de ética para tour operadores y servicios adicionales que forman parte de la cadena de valor.			X	
	Han elaborado participativamente normas que ayuden a regular la relación entre la comunidad y los visitantes.			X	
	Han elaborado participativamente las normas internas.			X	
Culturales		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos culturales	Han analizado cuáles leyes están relacionadas con la cultura y la sociedad tienen relación con la actividad turística.				X
	Conocen y respetan las regulaciones sobre las actividades en sitios arqueológicos.				X

Entrevista 1. Datos generales de Chicamán, El Quiché.

Proyecto: Evaluación del potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Fecha: marzo-junio 2010.

Medio: Personal.

Antes de la entrevista.

1. Definir los objetivos y el propósito de la entrevista.
2. Identificar la estrategia de selección de las personas a entrevistar, la fecha, lugar y/o forma a realizar el cuestionario (internet o personal)
3. Elaboración de la entrevista (carta de consentimiento, introducción y preguntas).
4. Selección del medio o forma a realizar de la entrevista.

Durante de la entrevista.

1. Ponerse en contacto con las personas que realizaran la entrevista.
2. Realizar la entrevista con las personas seleccionadas

Después de la entrevista.

1. Analizar los datos.
2. Descripción detallada de los datos.

Carta de consentimiento

Mi nombre es Ma. Fernanda Villagrán y soy estudiante de Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala. Actualmente, estoy llevando a cabo mi trabajo de graduación el cual tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de Chicamán y proponer nuevos productos en base a los atractivos identificados en el área.

El motivo de la siguiente entrevista es obtener datos generales de Chicamán para poder hacer una descripción de la situación turística actual en el área. Por el mismo motivo no habrán preguntas personales, no anotare su nombre en ningún lado y los datos obtenidos serán únicamente para fines educativos. ¿Tiene alguna duda del proyecto? ¿Me da su consentimiento para ser entrevistado?

Características culturales

1. ¿Cuál fue el origen del pueblo?(año, fundadores, historia)
2. Dentro de los aspectos culturales, ¿qué consideran como parte del folklore de la comunidad? ¿Tienen leyendas, mitos, cuentos, baile, supersticiones, patrono?
3. ¿En Chicamán realizan algún tipo de artesanía? ¿Cuáles?
4. ¿Qué fiestas importantes celebran la mayoría del pueblo?
5. ¿Cuándo es su feria? ¿Cómo la celebran?

<p>6. ¿Cuándo y cómo es el día de mercado?</p>
<p>7. ¿Tienen algún platillo típico en el área?</p>
<p>8. ¿Cuántas escuelas hay en Chicamán, El Quiché?</p>
<p>9. ¿Cómo están organizados socialmente? ¿Qué grupos u organizaciones hay? ¿Quiénes son sus miembros? ¿Hace cuánto se organizaron? ¿Cuál es su función u misión? ¿Quiénes son los líderes?</p>
<p>10. ¿Han tenido algún tipo de disturbios en el último año? (manifestaciones, linchamientos, entre otros)</p>

Servicios Básicos

Servicio	Sí	No	Observaciones
Señal de teléfono celular			(De qué compañías)
Servicio de internet			(De qué compañía, hay café internet)
Servicio de electricidad			(Se va frecuentemente)
Agua potable			(Porcentaje de población con este servicio)
Hoteles en el área			(Cuántos, cuáles son los más recomendables)
Existen áreas de parqueo			(Dónde, capacidad)

Restaurantes			(Cuántos, cuáles son los más recomendables)
Servicio	Sí	No	Observaciones
Tiendas			(tipos, cuántas, horarios)
Servicio mecánico en el área			(Dónde, cuál es el más recomendable, horario)
Atención médica y/o emergencias en el área			(Ubicación, cuántas, tipo)
Transporte			(Tipo)
Centro de información al turista en el área			(Dónde, horario, tipo de información proporcionada)

Elaborado por: María Fernanda Villagrán, 2010, con base en De Urioste, 1997.

Entrevista 2. Situación turística actual y atractivos turísticos de Chicamán, Quiché

Proyecto: Evaluación del potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Fecha: marzo-junio 2010.

Medio: Personal.

Antes de la entrevista.

1. Definir los objetivos y el propósito de la entrevista.
2. Identificar la estrategia de selección de las personas a entrevistar, la fecha, lugar y/o forma a realizar el cuestionario (internet o personal)
3. Elaboración de la entrevista (carta de consentimiento, introducción y preguntas).
4. Selección del medio o forma a realizar de la entrevista.

Durante de la entrevista.

1. Ponerse en contacto con las personas que realizaran la entrevista.
2. Realizar la entrevista con las personas seleccionadas

Después de la entrevista.

1. Analizar los datos.
2. Descripción detallada de los datos.

Carta de consentimiento

Mi nombre es Ma. Fernanda Villagrán y soy estudiante de Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala. Actualmente, estoy llevando a cabo mi trabajo de graduación el cual tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de Chicamán y proponer nuevos productos en base a los atractivos identificados en el área.

El motivo de la siguiente entrevista es obtener datos generales sobre la situación actual del turismo y un listado de los atractivos turísticos en el área para poder hacer una descripción del mismo. Por el mismo motivo no habrán preguntas personales, no anotare su nombre en ningún lado y los datos obtenidos serán únicamente para fines educativos. ¿Tiene alguna duda del proyecto? ¿Me da su consentimiento para ser entrevistado?

Situación actual del turismo
¿Cuál es el número de visitantes que reciben en promedio al mes?
¿Qué institución u organización está encargada de promover y manejar los aspectos turísticos del área?
¿Cuál es la edad promedio de los visitantes?
¿Cuál es el porcentaje de visitantes según género?
¿De dónde provienen la mayoría de visitantes?
¿En qué épocas o fechas es la temporada alta de visitación?
¿Cuál es el promedio de estadía?
¿Cuál es el promedio de gastos diarios?
¿Cuál es la principal motivación de su visita?
¿Cuáles son los sitios más visitados?
¿Dentro del área cuáles son las principales empresas turísticas?
¿Hay guías locales? ¿En qué están capacitados? ¿Para qué institución comunidad trabajan?

Situación actual del turismo
¿Cómo cree que se han sentido las comunidades o habitantes del área con relación a la industria turística? (es una actividad aceptada).
¿Creé que es una industria en la que los habitantes o comunidad se encuentren interesados en seguir desarrollando?
¿Cuáles cree usted que son las ventajas y desventajas que ha traído el turismo al área?
¿Los habitantes o comunidades están realizando algún tipo de actividad para mejorar la industria turística del área?
En el área, ¿cuáles con las principales oportunidades recreativas existentes?
¿Cuáles son los atractivos turísticos en el área? (ubicación, instalaciones, actividades, estado actual)
¿Actualmente se está llevando algún tipo de proyecto o existe alguna ONG u organización gubernamental trabajando en el sector turístico?

Fuente: De Urioste, 1997.

Entrevista 3. Datos generales del sitio turístico

Proyecto: Evaluación del potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Fecha: marzo-junio 2010.

Medio: Personal.

Antes de la entrevista.

1. Definir los objetivos y el propósito de la entrevista.
2. Identificar la estrategia de selección de las personas a entrevistar, la fecha, lugar y/o forma a realizar el cuestionario (internet o personal)
3. Elaboración de la entrevista (carta de consentimiento, introducción y preguntas).
4. Selección del medio o forma a realizar de la entrevista.

Durante de la entrevista.

1. Ponerse en contacto con las personas que realizaran la entrevista.
2. Realizar la entrevista con las personas seleccionadas

Después de la entrevista.

1. Analizar los datos.
2. Descripción detallada de los datos.

Instrucciones para utilizar la herramienta: la siguiente entrevista tiene como propósito recolectar datos generales sobre el sitio turístico sobre visitantes, productos/servicios turísticos, personal, infraestructura, paquetes turísticos y publicidad. Dicha entrevista se será realizada al dueño o encargado del sitio la cual se realizará durante el recorrido al sitio. Al final de la visita se puede realizar una pequeña reunión para ampliar algunos temas y resolver dudas.

Carta de consentimiento

Mi nombre es Ma. Fernanda Villagrán y soy estudiante de Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala. Actualmente, estoy llevando a cabo mi trabajo de graduación el cual tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de Chicamán y proponer nuevos productos en base a los atractivos identificados en el área.

El motivo de la siguiente entrevista es obtener datos generales de sitio turístico identificado para poder hacer una descripción del mismo y de los servicios y/o productos que se ofrecen. Por el mismo motivo no habrán preguntas personales, no anotare su nombre en ningún lado y los datos obtenidos serán únicamente para fines educativos. ¿Tiene alguna duda del proyecto? ¿Me da su consentimiento para ser entrevistado?

Nombre del sitio: _____

Visitantes

Aspectos	Descripción
Promedio de visitantes	
Edad promedio	
Género	
Origen de los visitantes	
Temporada con mayor visitación (meses)	
Duración de la estadía	
Promedio de gastos	
Principal motivación de la visita	

Productos/servicios turísticos

¿Qué actividades turísticas se realizan en el sitio?

____ Senderismo

____ Turismo arqueológico

____ *Tubing*

____ Acampar

____ Demostración de elaboración de artesanías

____ Otras(especificar):

¿Qué servicios turísticos se ofrecen?

____ Alimentación

____ Guías turísticos

____ Transporte

____ Hospedaje

Tipo: _____

____ Otro (especificar): _____

Personal

Número de personas trabajando: _____

¿El personal existente ha recibido algún tipo de capacitación?

Sí

No

¿Quiénes han recibido capacitaciones? _____

¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido el personal?

_____ Primeros auxilios

_____ Manejo de alimentos

_____ Información general del sitio

_____ Manejo de visitantes

_____ Servicio al cliente

_____ Liderazgo

_____ Inglés

Otro (especificar): _____

¿Quién impartió dichas capacitaciones? _____
_____**Infraestructura**

¿Con qué tipo de infraestructura cuenta el sitio?

Infraestructura	Descripción
Parqueo	(para cuántos carros)
Baños	(tipo, cuantos)
Centro de visitantes	
Hospedaje	(capacidad, descripción)
Área de acampar	(capacidad, descripción)
Comedores	(capacidad, descripción)
Senderos	(rótulos, delimitación, drenajes)
Miradores	
Áreas de descanso	(cantidad, descripción)

Infraestructura	Descripción
Otros:	(especificar)

Paquetes turísticos

¿Tienen definido algún paquete turístico?

Sí No

¿En qué consiste el paquete turístico?

Alimentación: _____

Transporte: _____

Guías: _____

Equipo: _____

Otros(especificar): _____

Más detalles (horarios, reservación):

Precio: _____

Medio de promoción y distribución) (página web, material impreso, alianzas con tour operadores) _____

Publicidad

¿Cuentan con algún tipo de publicidad?

Sí No

¿Con qué tipo de publicidad cuentan (especificar en cada uno)?

Material impreso: _____

Página Web: _____

Radio: _____

Televisión: _____

Videos: _____

Otros(especificar): _____

Gracias por su tiempo

Elaborado por: María Fernanda Villagrán, 2010, con base en De Urioste, 1997.

Entrevista 4: Hoteleros de Chicamán, El Quiché

Proyecto: Evaluación del potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Fecha: marzo-junio 2010.

Medio: Personal.

Antes de la entrevista.

1. Definir los objetivos y el propósito de la entrevista.
2. Identificar la estrategia de selección de las personas a entrevistar, la fecha, lugar y/o forma a realizar el cuestionario (internet o personal)
3. Elaboración de la entrevista (carta de consentimiento, introducción y preguntas).
4. Selección del medio o forma a realizar de la entrevista.

Durante de la entrevista.

1. Ponerse en contacto con las personas que realizaran la entrevista.
2. Realizar la entrevista con las personas seleccionadas

Después de la entrevista.

1. Analizar los datos.
2. Descripción detallada de los datos.

Carta de consentimiento

Mi nombre es Ma. Fernanda Villagrán y soy estudiante de Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala. Actualmente, estoy llevando a cabo mi trabajo de graduación el cual tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de Chicamán y proponer nuevos productos en base a los atractivos identificados en el área.

El motivo de la siguiente entrevista es obtener datos generales los servicios que ofrecen y visitantes que adquieren sus servicios. Por el mismo motivo no habrán preguntas personales, no anotare su nombre en ningún lado y los datos obtenidos serán únicamente para fines educativos. ¿Tiene alguna duda del proyecto? ¿Me da su consentimiento para ser entrevistado?

Datos generales del hotel

Número de habitaciones _____

Capacidad total del hotel (cantidad de personas que caben) _____

Meses de temporadas altas y temporadas bajas _____

Cuánto cobra por la noche de hospedaje _____

Servicios que ofrece:

Tipo	Descripción	Observaciones
Alimentación		
Transporte		
Tours /paquetes turísticos		
Guías turísticos		
Otros : favor especifique		

Tiene contacto o alianzas con los tour operadores

 Sí No

¿Cuáles? _____

Visitantes

Aspectos	Descripción
Promedio de visitantes al mes	
Edad promedio	
Género	

Aspectos	Descripción
Origen de los visitantes	
Nivel socioeconómico	
Duración de la estadía	
Promedio de gastos	
Principal motivación de la visita	

Sabe de sitios que visitan durante su estadía en Chicamán, El Quiché

Sí No

¿Cuáles?

Elaborado por: María Fernanda Villagrán y Astrid López, 2010 con base en INGUAT, 2008.

Entrevista 5: Tour operadores del área de Quiché

Proyecto: Evaluación del potencial turístico y propuesta de nuevos productos, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

Fecha: marzo-junio 2010.

Medio: Personal.

Antes de la entrevista.

1. Definir los objetivos y el propósito de la entrevista.
2. Identificar la estrategia de selección de las personas a entrevistar, la fecha, lugar y/o forma a realizar el cuestionario (internet o personal)
3. Elaboración de la entrevista (carta de consentimiento, introducción y preguntas).
4. Selección del medio o forma a realizar de la entrevista.

Durante de la entrevista.

1. Ponerse en contacto con las personas que realizarán la entrevista.
2. Realizar la entrevista con las personas seleccionadas

Después de la entrevista.

1. Analizar los datos.
2. Descripción detallada de los datos.

Carta de consentimiento

Mi nombre es Ma. Fernanda Villagrán y soy estudiante de Ecoturismo de la Universidad del Valle de Guatemala. Actualmente, estoy llevando a cabo mi trabajo de graduación el cual tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de Chicamán y proponer nuevos productos en base a los atractivos identificados en el área.

El motivo de la siguiente entrevista es obtener datos generales los servicios que ofrecen y visitantes que adquieren sus servicios. Por el mismo motivo no habrán preguntas personales, no anotare su nombre en ningún lado y los datos obtenidos serán únicamente para fines educativos. ¿Tiene alguna duda del proyecto? ¿Me da su consentimiento para ser entrevistado?

Datos generales

Nombre: _____

Ubicación: _____

Temporadas altas y bajas (meses): _____

Qué tipo de servicios ofrecen:

Servicios	Descripción	Observaciones
Transporte	(Tipo, rutas, cantidad)	
Guías	(capacitaciones, idiomas, cantidad)	
Otros especificar:		

Sitios más visitados

Sitios	Descripción (distancia, actividades, servicios)

Mercado meta

Aspectos	Descripción
Promedio de visitantes al mes que requieren de sus servicios	
Edad promedio	
Género	
Origen de los visitantes	
Nivel socioeconómico	
Temporada con mayor visitación (meses)	
Duración de la estadía	
Promedio de gastos	
Principal motivación de la visita	
Actividades realizadas durante su visita	

¿Realizan algún tipo de viaje a Chicamán, El Quiché?

Sí No

Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿qué lugares/sitios visitan?

Sitio	Descripción (duración del tour, servicios incluidos, promedio de gastos)

Elaborado por: María Fernanda Villagrán y Astrid López, 2010 con base en INGUAT, 2008.

Cuestionario 1: Protocolo de cuestionario para turistas de Chichicastenango, El Quiché. Versión en el idioma español

Universidad del Valle de Guatemala
Facultad de Ciencias y Humanidades
Ecoturismo y Turismo Sostenible



Investigación de estudio de mercado en Chicamán, El Quiché.

Elaboración de tesis por:
Astrid López
Ma. Fernanda Villagrán

Cuestionario sobre aspectos turísticos para visitantes de Chichicastenango, El Quiché

Buen día, nuestros nombres son Astrid López y Maria Fernanda Villagrán, somos estudiantes de la Universidad del Valle de Guatemala, y estamos haciendo nuestra tesis relacionada al turismo en Chicamán, El Quiché.

Su participación en esta investigación es voluntaria, anónima y podrá dejar de contestar la encuesta en el momento que desee. El propósito de esta encuesta es conocer los gustos de los turistas potenciales para dos sitios turísticos en Chicamán. La información que usted nos provea será muy valiosa para planear futuras actividades turísticas y la promoción del área. Apreciamos su participación. Por favor conteste las preguntas que se presentan a continuación.

Inicia el cuestionario

1. Le gustaría visitar un Municipio de El Quiché llamado Chicamán, que cuenta con atractivos naturales y culturales y está situado a 120 Km de Chichicastenango?

Sí

No

2. ¿Estaría dispuesto a adquirir servicios de un proyecto comunitario del Municipio de Chicamán que ofrece paquetes que incluyen alimentación, recorrido a las minas de yeso y cataratas, *tubing*, y avistamiento de aves?

Sí

No

3. Visitaría durante su estancia en Chicamán, El Quiché una finca que tiene sitio arqueológico, molienda para hacer panela, senderos interpretativos, centro de visitantes, cuerpos de agua, cuyo acceso se necesita carro de doble tracción y se encuentra a dos horas de Chicamán. También cuenta con área para acampar. Podrá experimentar ambiente familiar mientras disfruta del contacto con la naturaleza.

Sí

No

A continuación se le presentan algunas preguntas de aspectos generales sobre turismo en Chicamán, por ejemplo servicios que quisiera encontrar en el área.

Instrucciones: Favor llenar el cuadro que se presenta a continuación, indicando el grado de necesidad de los servicios o instalaciones mencionados a continuación.

4.¿Qué servicios le gustaría encontrar en los sitios que visita?

	Totalmente necesario	Necesario	Indiferente	Innecesario	Totalmente innecesario
Electricidad					
Señal telefónica					
Internet					
Agua potable					
Área de acampar					
Parqueo					
Restaurantes					
Atención medica					
Transporte					
Centro de información turística					
Sendero interpretativo					
Centro de visitantes					
Miradores					
Áreas de descanso					
Guías					
Equipo (casco, chaleco salvavidas, linterna etc.)					

5.¿Por qué no visita Chicamán en esta ocasión?

- a. No le llama la atención
- b. Tiempo
- c. Dinero
- d. Distancia
- e. Acceso
- f. Tipo de transporte
- g. Falta de servicio en los lugares
- h. No sabía de su existencia

Datos personales

6. Sexo

- a. Masculino
- b. Femenino

7. Edad _____**8. Nacionalidad** _____**9. Estado civil**

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Divorciado
- d. Viudo
- e. Otro (especificar)

10. Nivel educativo

- a. Estudios superiores
- b. Secundaria
- c. Primaria
- d. Sin estudios

11. Motivo de su visita

- a. Ocio
- b. Visitas familiares
- c. Trabajo
- d. Estudio
- e. De paso
- f. Motivos religiosos
- g. Congresos y convenciones
- h. Voluntariados

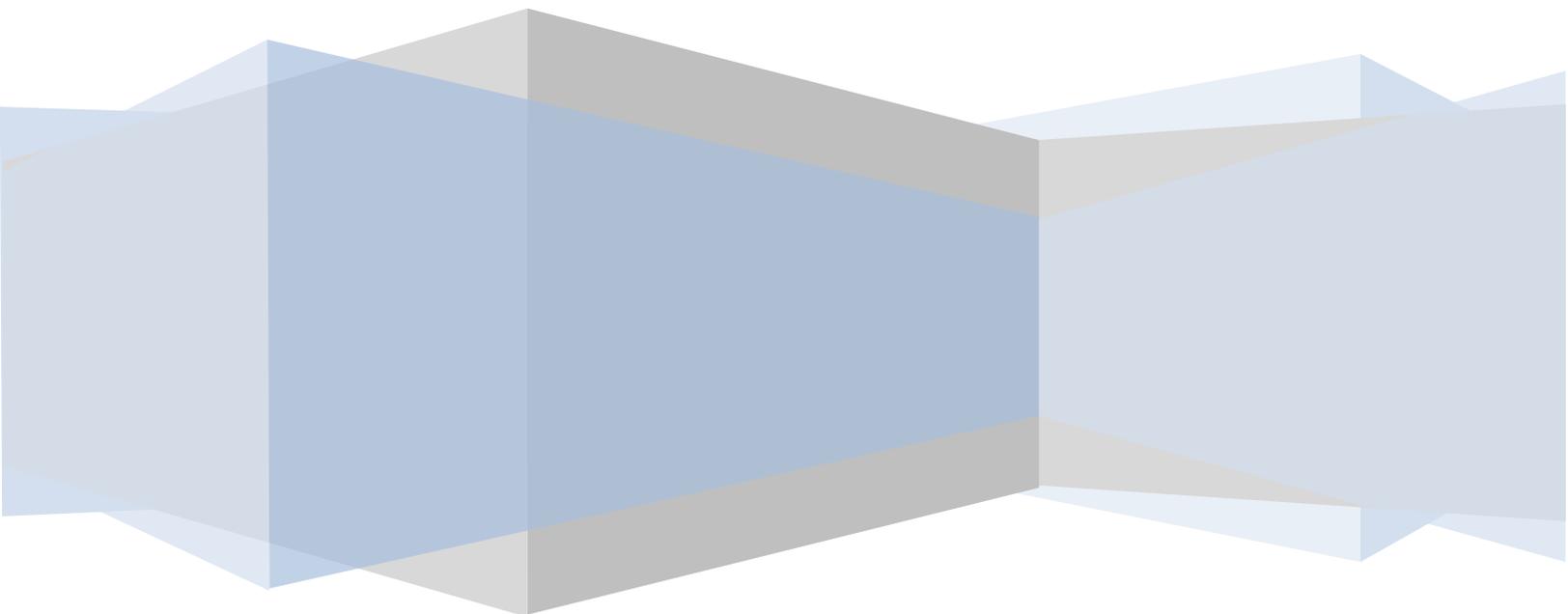
¡Gracias por su tiempo! 😊

Cuestionario 2: Protocolo de Cuestionario Para Turistas en Chichicastenango. Versión en el idioma inglés.

Universidad del Valle de Guatemala
Facultad de Ciencias y Humanidades
Ecoturismo y Turismo Sostenible



Tourism Market Research Study in Chicamán, El Quiché.



Tourism aspects questionnaire for visitors of Chichicastenango, El Quiché.

Good morning/afternoon our names are Astrid López and Maria Fernanda Villagrán, we are students at Universidad del Valle de Guatemala, and we are carrying out our undergraduate thesis related to sustainable tourism in Chicamán, El Quiché.

Your participation in this research is voluntary, anonymous, and you can stop answering our questions whenever you want. The purpose of this survey is to learn about the willingness of potential tourists to visit two touristic sites at Chicamán, based on their tourism attractions and the services currently offered. Your information will be valuable in planning future tourism activities and promotion in the area. We kindly appreciate your participation. Please answer the following questions.

Visitors data

1. Would you like to visit Chicamán located in El Quiché, 120 km from Chichicastenango, which has natural and cultural attractions?

Yes

No

2. Would you acquire services from a community-based project in Chicamán which offers tourist packages including food, gypsum mines tour and water fall, tubing, and bird watching?

Yes

No

3. Would you visit a property that has an archaeological site, mill to do panela, an interpretative trail, visitor center, rivers, and a camp area during your stay in Chicamán, El Quiché? You would need a four-wheel drive vehicle to access the area; it takes two hours to reach Chicamán from Santa Cruz, El Quiché?

Yes

No

This part of the survey includes some general questions about tourism in Chicamán, for example what type of services you would like to find.

Instructions: Please fill out the next chart, indicating the facilities and services YOU would NEED if you where to visit the area.

4. Which type of services you would like to find in the area during your visit? (For each item, please mark with an X the option which best reflects your opinion)

	Totally necessary	Necessary	Indifferent	Unnecessary	Totally unnecessary
Electricity					
Telephone signal					
Internet					
Potable water					
Camping area					
Parking					
Restaurants					
Medical service					
Transport					
Tourist information center					
Interpretative trail					
Visitor center					
Viewpoints					
Rest areas					
Guides					
Equipment (Helmet, life jacket, headlamp, others).					

5. Why won't you visit Chicamán in this occasion? (*Please mark ALL that apply or please check ONE answer*)

- a. Not interested
- b. Lack of time
- c. Money
- d. Distance
- e. Access
- f. Type of transportation
- g. Lack of services
- h. I didn't know about it/ I had not heard about this place before.
- i. Others (Please specify): _____

Personal data

6. Are you

- a. Male
- b. Female

7. Age _____

8. What is your nationality? _____

9. Are you:

- a. Single
- b. Married
- c. Divorced
- d. Widow
- e. Other (*Please specify*) _____

10. What is your highest level of education? (*Mark one*)

- a. Graduate level
- b. High school
- c. Primary
- d. No studies

11. Please indicate the motive for your visit (*Please mark ALL that apply or please mark ONE answer*)

- a. Leisure
- b. Family visit
- c. Job
- d. Transit
- e. Study
- f. Religious reasons
- g. Congresses and conventions
- h. Volunteer

Thanks for your time! 😊

Ficha 1: Datos generales de Chicamán, El Quiché.

División política	
Departamento:	
Municipio	
Localidad	
Área delimitada:	
Extensión:	
Localización/acceso:	
Distancia:	
Estado:	
CARACTERISTICAS NATURALES	
Flora: Dominante(D);Llamativas (L);Endémicas (E); Tóxicas (T); Útiles: Comestible(C); Medicinal (M);Artesanal (A)	
Fauna: Peligro de extinción (Ex); Dominante (D); Llamativos (L); Endémicos (E); Venenosas (V)	
Hidrografía:	
Orografía:	

Características culturales
Grupo (s) étnico(s):
Idiomas:
Historia general del área:
Tradiciones:
Sitios de importancia cultural (parque, sitios arqueológicos, museos)
Fuentes económicas:

Fuente: De Urioste, 1997.

Ficha 2: Evaluación de recorrido en los senderos

La siguiente ficha se realizara en los sitios donde exista un sendero y/o visita guiada, con el objetivo de evaluar el estado actual del sendero y los servicios proporcionados por el guía. La ficha se llenará con base en las observaciones realizadas durante el recorrido.

Sendero:

- 1.Nombre del Sendero: _____
- 2.Hora de la visita: _____
- 3.Cuenta con rótulos, señales y letreros interpretativos que indiquen ubicación y normas de comportamiento, al inicio y final de los senderos: Sí_____ No_____
- 4.¿Qué tipo de señalización existe?_____
5. ¿Qué normas indican?

Evaluación del Guía

- 6.¿Cuántos guías acompañan al grupo? _____
7. En promedio ¿cuántas personas por guía? _____
- 8.Nombre del o los guías:_____
- 9.¿Es amable y muestra disponibilidad para atender el grupo? Sí_____ No_____
- 10.¿El guía menciona las normas de comportamiento? Sí_____ No_____
- 11.¿Distribuye el equipo a utilizar a todos los visitantes? Sí_____ No_____
- 12.¿Demuestra cómo utilizar el equipo? Sí_____ No_____
- 13.La voz del guía es:
 - Fuerte (todos lo pueden escuchar) Sí_____ No_____
 - Clara (se entienden fácilmente) Sí_____ No_____
- 14.¿El guía tiene y comparte conocimiento del lugar? Sí_____ No_____
- 15.¿Espera a todos los del grupo, nadie se queda atrás? Sí_____ No_____
- 16.¿El guía está atento de que nadie se salga del sendero? Sí_____ No_____

Observaciones del guía:

Equipo:

17. Se otorga el equipo necesario a utilizar durante el recorrido: Sí____ No____

18.¿Qué equipo? _____

19.El equipo está en buen estado: Sí____ No____

Observaciones del equipo :

Fuente: López, 2009

Ficha 3. Categorización de atractivos

Valor del atractivo

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punteo
1.1 Diversidad ecología	1.1. 1 Estatificación vertical (número de estratos vegetativos)	1 ó 2	Baja	1
		3 ó 4	Media	2
		más de 4	Alta	3
	1.1. 2 Tasa indicadora	Zona de vida	Baja	1
		Zona de vida y biodiversidad	Media	2
		Zona de vida, biodiversidad y estado clímax	Alta	3
	1.1. 3 Especies endémicas	Ausente	Baja	1
		Presente	Alta	2
	1.1. 4 Especies atractivas	1 ó 2	Baja	1
		3 ó 4	Media	2
		más de 4	Alta	3
	1.2 Diversidad escénica o paisajística	1.2. 1 Diversidad de zonas de vida	1	Baja
2 ó 3			Media	2
más de 3			Alta	3
1.2. 2 Diversidad de ecosistemas (terrestres y acuáticos)		1	Baja	1
		2 ó 3	Media	2
		más de 3	Alta	3
1.2. 3 Puntos de observación o miradores		1	Baja	1
		2 ó 3	Media	2
		más de 3	Alta	3
1.2. 4 Atractivos geomorfológicos		Ausente	Baja	1
		Presente	Alta	2

Valor del atractivo

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punt o
1.3 Diversidad cultural (complejidad)	1.3.1 Diversidad folklórica	Irregular/poco frecuente	Baja	1
		Regular/poco frecuente	Media	2
		Regular/frecuente	Alta	3
		No aplica		0
	1.3.2 Diversidad artesanal	Irregular/poco frecuente	Baja	1
		Regular/poco frecuente	Media	2
		Regular/frecuente	Alta	3
		No aplica		0
	1.3.3 Diversidad de celebraciones	Irregular/poco frecuente	Baja	1
		Regular/poco frecuente	Media	2
		Regular/frecuente	Alta	3
		No aplica		0
	1.3.4 Diversidad gastronómica	Irregular/poco frecuente	Baja	1
		Regular/poco frecuente	Media	2
		Regular/frecuente	Alta	3
		No aplica		0
	1.3.5 Diversidad etnofarmacéutica	Irregular/poco frecuente	Baja	1
		Regular/poco frecuente	Media	2
		Regular/frecuente	Alta	3
		No aplica		0
	1.3.6 Arquitectura	Ausente	Baja	1
		Presente/no dominante	Media	2
		Presente/dominante	Alta	3
		No aplica		0
	1.3.7 Arqueología	Información no accesible	Baja	1
		Información poco accesible	Media	2
		Información accesible	Alta	3
		No aplica		0

Valor del atractivo

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punteo
1.4 Estado de conservación (niveles de perturbación)	1.4. 1 Ausencia de especies indicadores de contaminación	Presente/dominante	Baja	1
		Presente/no dominante	Media	2
		Ausente	Alta	3
	1.4. 2 Estado del agua	Extensos/grave	Baja	1
		Disperso/leve	Media	2
		Sin contaminar	Alta	3
	1.4. 3 Estado del aire	Extensos/grave	Baja	1
		Disperso/leve	Media	2
		Sin contaminar	Alta	3
	1.4. 4 Estado del suelo	Extensos/grave	Baja	1
		Disperso/leve	Media	2
		Sin contaminar	Alta	3
	1.4. 5 Ausencia de contaminación auditiva	Extensos/grave	Baja	1
		Disperso/leve	Media	2
		Sin contaminar	Alta	3
	1.4. 6 Estado de la flora (perturbación)	Extensos/grave	Baja	1
		Disperso/leve	Media	2
		Sin perturbar	Alta	3
	1.4. 7 Estado de la fauna (perturbación)	Extensos/grave	Baja	1
		Disperso/leve	Media	2
		Sin perturbar	Alta	3
1.4. 8 Ausencia de modificación visual en el área (causas naturales)	Extensos/grave	Baja	1	
	Disperso/leve	Media	2	
	No evidente	Alta	3	
1.4. 9 Ausencia de modificación del área por intervención humana	Extensos/grave	Baja	1	
	Disperso/leve	Media	2	
	No evidente	Alta	3	
1.4. 10 Conservación del patrimonio cultural (perturbación)	Extensos/grave	Baja	1	
	Disperso/leve	Media	2	
	Sin perturbar	Alta	3	
1.4. 11 Conservación de la cultura en comunidades	Extensos/grave	Baja	1	
	Disperso/leve	Media	2	
	Sin perturbar	Alta	3	

Nivel de confort

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punteo	
2.2 Infraestructura de apoyo al turismo	2.2. 1 Servicios básicos de agua, luz , drenajes	Inexistentes o existentes sin funcionar	Baja	1	
		Poca cobertura: mal estado	Media	2	
		Cobertura total: buen estado	Alta	3	
	2.2. 2 Servicios de salud	Inexistentes o existentes sin funcionar	Baja	1	
		Poca cobertura: mal equipado	Media	2	
		Cobertura total: bien equipado	Alta	3	
	2.2. 3 Servicios de comunicación	Inexistentes	Baja	1	
		Poca cobertura	Media	2	
		Cobertura Total	Alta	3	
	2.2. 4 Servicios mecánicos y de abastecimiento	Inexistentes	Bajo	1	
		Existentes	Alta	2	
	2.2.5 Servicios de orden y vigilancia	Inexistentes	Bajo	1	
		Existentes	Alta	2	
	2.2. 6 Servicios financieros	Inexistentes	Bajo	1	
		Existentes	Alta	2	
	2.3 Facilidades turísticas (estructura)	2.3.1 Alojamiento	Ninguno	Bajo	1
			Existentes, poca capacidad y calidad	Medio	2
			Existentes, capacidad y calidad	Alta	3
No aplica				0	
2.3.2 Alimentación		Ninguno	Bajo	1	
		Existentes, poca capacidad y calidad	Medio	2	
		Existentes, capacidad y calidad	Alta	3	
		No aplica		0	
2.3. 3 Servicios turísticos recreacionales		Ninguno	Bajo	1	
		Existentes, poca capacidad y calidad	Medio	2	
		Existentes, capacidad y calidad	Alta	3	
2.3. 4 Servicios turísticos interpretativos-educativos		Ninguno	Bajo	1	
		Existentes, poca capacidad y calidad	Medio	2	
		Existentes, capacidad y calidad	Alta	3	

Nivel de confort

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punt eo
2.4 Recursos humanos	2.4. 1 Receptividad	Ninguna	Bajo	1
		Parcial	Medio	2
		Total	Alta	3
	2.4. 2 Capacidad	Ninguna	Bajo	1
		Parcial	Medio	2
		Total	Alta	3
2.5 Confort	2.5. 1 Animales y/o plantas dañinas o molestas	Abundantes	Bajo	1
		Escasos	Medio	2
		Ausentes	Alta	3
	2.5.2 Enfermedades o epidemias	Presentes	Baja	1
		Ausentes	Alta	2
	2.5.3 Meses con 15 días o más de lluvia	0-4 meses	Bajo	1
		> 4 a 8 meses	Medio	2
		> 8 a 12 meses	Alta	3
	2.5. 4 Temperatura promedio anual	Menor de 15° o mayor de 32°C	Bajo	1
		15° a 20° ó 26 a 32°C	Medio	2
		20° a 26°C	Alta	3
	2.6 Esfuerzo físico y seguridad	2.6.1 Distancia en kilómetros y horas	más de 7 km y/o 6 hrs	Bajo
5-6 km y/o 3-5 hrs			Medio	2
1-4 km y/o 1-3 hrs			Alta	3
2.6.2 Pendiente		mayor 20%	Bajo	1
		10-20%	Medio	2
		menor de 10%	Alta	3
2.6.3 Textura y estructura del suelo		grueso/muy fina: quebradizo	Bajo	1
		fina, suelto	Medio	2
		menor de 10%	Alta	3
2.6.4 Rocas		sueltas/secas o húmedas	Bajo	1
		firmes/secas o húmedas	Medio	2
		no hay	Alta	3

En este cuadro cuando el valor es bajo, significa que el esfuerzo es alto y la seguridad es baja

Impacto potencial

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punteo
3.1 Ecológico	3.1.1 Microrelieve (fragilidad del terreno o sendero)	Grava o arena, arcilla: menor a 10%	Bajo	1
		Grava o arena, arcilla: 10% -20%	Medio	2
		Grava o arena, arcilla: mayor a 20%	Alta	3
	3.1.2 Especies vulnerables o en extinción	Ausente	Bajo	1
		Presente	Alta	2
	3.1.3 Estado sucesional	Pionero o secundario joven	Bajo	1
		Secundario avanzado	Medio	2
		Climax	Alto	3
	3.2 Cultural	3.2. 1 Aislamiento poblacional	Acceso alto: desarrollado, etnia diferente	Bajo
Acceso medio: semidesarrollado, la misma etnia			Medio	2
Acceso bajo: incipiente, misma etnia			Alta	3
3.2. 2 Identidad		Fuerte: La mayoría de la población	Bajo	1
		Casi perdida, parte de la población	Medio	2
		Perdida	Alta	3
3.2. 3 Actitud hacia la conservación		En contra	Bajo	1
		Indiferente, algunos en contra	Medio	2
		Participa y promueve	Alta	3
3.2.4 Interés de la comunidad o propietario en ecoturismo		No tienen	Bajo	1
		Algunos tienen	Medio	2
		La mayoría	Alta	3

Factores externos

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punteo	
4.1 Apoyo al ecoturismo	4.1.1 Estudios	No hay	Bajo	1	
		Pocos, incipientes	Medio	2	
		Varios realizados	Alta	3	
	4.1.2 Presencia institucional		Ninguna o un tipo	Bajo	1
			2 tipos	Medio	2
			2 ó 4 tipos	Alta	3
	4.1.3 Relación entre los actores y la entidad que quiere desarrollar ecoturismo		Ninguna	Bajo	1
			Parcial y poco eficiente	Medio	2
			Total eficiente	Alta	3
	4.1.4 Recurso aportados		Ningún aporte	Bajo	1
			Aporte parcial	Medio	2
			Aporte total	Alta	3
	4.1.5 Legislación en apoyo al ecoturismo		Inexistente	Bajo	1
			Existe pero no se implementa	Medio	2
			Existe y se implementa	Alta	3
4.2 Imagen de la entidad que quiere desarrollar ecoturismo	4.2.1 Divulgación (conocimiento de la institución y de sus actividades)	Ninguna o poca	Bajo	1	
		Parcial (proyectos y/o institución)	Medio	2	
		Total	Alta	3	
	4.2.2 Participación en los proyectos		No hay	Bajo	1
			Pocos participan	Medio	2
			Mayoría participa	Alta	3

Factores externos

Categoría	Indicador	Parámetro	Valor	Punteo
4.3 Tenencia de tierra	4.3. 1 Régimen de propiedad	No hay título	Bajo	1
		Privada o estatal	Medio	2
		Comunitario, ONG, inst. administradora	Alta	3
	4.3. 2 Actitud o receptividad de los propietarios	No disponible	Bajo	1
		Disponibilidad parcial	Medio	2
		Disponibilidad total	Alta	3
4.4 Perspectivas de desarrollo	4.4. 1 Proyectos	Existen, planes, incompatible	Bajo	1
		No hay planes, compatibles	Medio	2
		Existen planes	Alta	3
	4.4. 2 Beneficiarios del proyecto	Solo el que realiza la actividad	Bajo	1
		Algunos (menos del 25%)	Medio	2
		La mayoría (más del 50%)	Alta	3

Fuente: De Urioste, 1997

Fichas sobre evaluación de productos y servicios ecoturísticos

Aspectos ambientales					
El entorno: recursos naturales y culturales		Existencia			
Promoción de la conservación de los recursos naturales		A	B	C	D
Código de conducta y ética	(?) a. Han elaborado en consenso con los actores y personas afectadas un código de conducta para la visita hacia áreas naturales y culturales cercanas.				
	 b. Se exhibe su código de conducta en un área visible.				
	 c. No se permite la extracción y venta de plantas, animales y productos del bosque.				
	(?) e. Se promueve el respeto y valorización de la diversidad natural y cultural de las áreas cercanas.				
	(?) Existe un estudio de capacidad de carga.				
	(?) g. Se respeta la capacidad de carga de los sitios.				
Apoyo a la conservación	(?) a. Se ha designado un área de reserva natural.				
	(?) b. Existe un porcentaje de ingresos que se invierte en conservación.				
	(?) ¿Cuánto del porcentaje total?				
	(?) c. El área de reserva natural cuenta con un plan de manejo, zonificación, e inventarios de los recursos que posee.				
	(?) d. Apoyan estudios de investigación en las áreas naturales.				
Responsabilidad ambiental		Existencia			
Reciclaje		A	B	C	D
Incorporación de actividades de reciclaje	 a. Existe un plan de reciclaje y actividades que lo promueven (basureros para cada tipo de desechos con respectivas indicaciones de uso).				
	(?) b. Se han contactado empresas que adquieren material para reciclar.				
	(?) c. Se cuenta con un listado de proveedores de productos reciclables.				
	(?) d. Los materiales reciclables como el papel, aluminio, vidrio y plástico se ordenan y clasifican para transportarlos a empresas recicladoras.				
	(?) e. El personal es capacitado sobre cómo clasificar los desechos.				
	(?) f. Utilizan materiales biodegradables.				
	(?) g. Se compactan los materiales desechados como basura y latas.				

Reducción de la producción de basura		A	B	C	D
Usos de dispensadores o dosificador	 a. Cuenta con recipientes dosificadores para shampoo, jabón, cremas y otros suministros en lugar de productos con empaques y envoltorios individuales.				
Productos en envases retornables	(?) a. Cuenta con proveedores que proveen de productos en envases que pueden ser vueltos a llenar o en bultos grandes como jaleas, mantequillas, aceites, salsas, condimentos.				
Uso de recipientes que pueden volverse a llenar	(?) a. Se utilizan recipientes que pueden ser vueltos a llenar como azucareros, saleros, salsas, condimentos, etc., para no volver a comprar botes.				
Evita el uso de productos desechables	 a. Se utilizan manteles y servilletas de telas que pueden ser vueltos a lavar y usar.				
Evita el uso de productos desechables	 a. Se utilizan vajillas de cristal, porcelana y vidrio que pueden volver a utilizarse en lugar de productos desechables como papel, plástico, aluminio y polietileno.				
Disposición de los desechos sólidos y líquidos		A	B	C	D
Control sobre la disposición de los desechos	(?) a. Sus desechos sólidos son recogidos por la municipalidad.				
	b. Cuentan con técnicas apropiadas para los desechos humanos.				
	(?) c. No vierte sus desechos sólidos y líquidos a ríos, lagos o en la superficie de la tierra.				
	(?) d. ¿Qué tipo de manejo se da a su basura?				
	1. Separar y reusar				
	2. Separar				
	3. Relleno sanitario				
	4. Agrupar				
5. Quemar					
6. Desecho en río (s)					
7. basurero clandestino					
(?) e. Los desechos producidos no crean efectos negativos sobre el ambiente como erosión, contaminación y encharcamiento y no son fuente de enfermedades.					
Clasificación de los desechos	(?) a. Se separan los desechos en orgánicos e inorgánicos.				
	(?) b. Los desechos orgánicos se vierten en composteras o aboneras.				
	 c. Se proveen recipientes para depositar la basura en todas las áreas.				
	(?) d. No vierten al ambiente desechos tóxicos como limpiadores, solventes, desinfectantes, jabones, materiales erosivos.				
	(?) h. Tiene sistema de tratamiento de aguas residuales como pozos de filtración o lagunas de oxidación.				

Ahorro en el consumo		A	B	C	D
Ahorro en el consumo de energía	a. Utilizan la iluminación natural.				
	b. Cuenta con áreas abiertas, ventanas grandes, tragaluces.				
	c. Áreas cuentan con ventilación				
	(?) f. Hay una persona encargada de revisar las instalaciones eléctricas, cables, tomacorrientes y equipo y es quien lleva un registro de las inspecciones.				
	g. Hay focos de bajo consumo de energía, lámparas fluorescentes, programadores de apago automático.				
	i. Se colocan pequeños rótulos de apague la luz al salir en las habitaciones y baños. (?) j. Se utiliza como fuente de energía la leña.				
Ahorro en el consumo de agua	a. Hay pequeños rótulos en los baños que incentiven el ahorro de agua.				
	(?) b. Hay una persona encargada de revisar las tuberías verificar que no existen fugas y es quien lleva un registro de las inspecciones.				
	(?) c. Se implementan dispositivos para ahorro de agua en tanques de inodoros.				
	(?) d. Se utilizan cubetas para limpieza en lugar de mangueras.				
	(?) e. Se hacen campañas para apoyar en la limpieza, mantenimiento y conservación de los cuerpos de agua cercanos.				
Educación ambiental		Existencia			
Interpretación ambiental		A	B	C	D
Actividades para interpretación ambiental	a. Se realiza una charla de bienvenida para los visitantes informando sobre las actividades de interpretación ambiental.				
	(?) b. Se realizan actividades guiadas dentro de los senderos interpretativos.				
	c. Lo senderos cuentan con paradas temáticas				
	(?) d. La empresa cuenta con un estudio de capacidad de carga para los senderos				
	e. La empresa provee de exposiciones y paneles demostrativos de acuerdo a temas relacionados con características locales				
	f. La empresa cuenta con rótulos, señales y letreros discretos que indiquen ubicación y normas de comportamiento, al inicio y final de los senderos				
	g. Se realizan actividades autoguiadas para lo cual la empresa provee de mapas, trifoliales y charlas explicativas sobre actividades existentes				
	h. Están identificados los mensajes que se quieren dar a los visitantes.				
	i. Cumple la interpretación con las normas para ser apropiada.				
	j. Están en buen estado los rótulos.				
	k. Están en buen estado los senderos.				
	l. Está identificado el público para cada sendero.				
	(?) m. Se les da un mantenimiento periódico (como mínimo cada 3 meses) a los senderos y rótulos.				
	n. Existe interpretación ambiental que relacione los elementos locales con la cultura del área.				
Actividades que promueven la conservación	(?) a. Se realizan actividades como reforestación, educación				
	(?) b. Se informa y orienta a los visitantes a los sobre los valores naturales de las áreas visitadas.				
	(?) c. se realizan veladas culturales, shows de música, etc.				
	(?) d. Se realizan actividades para conocerse entre los visitantes y otras culturas.				

Aspectos socioculturales					
Participación comunitaria		A	B	C	D
Participación en el proceso turístico	Se ha realizado un diagnóstico de la situación actual en forma participativa.				
	Se ha tomado en cuenta la opinión de todos los beneficiarios y miembros del proyecto.				
	Se ha permitido que todos los participantes se involucren en la planificación con el fin de identificar, plantear, discutir y definir los objetivos, metas, estrategias, actividades y otros.				
	Todos cuentan con la misma oportunidad de tomar decisiones y emitir su opinión respecto a las actividades y resultados del proyecto.				
	Se asegura que los beneficios corresponden a las expectativas de todos participantes.				
	La distribución de los beneficios se realiza según lo decidido participativamente.				
	Para los procesos de diagnóstico, planificación e implementación se cuenta con la facilitación o asesoría de personas con experiencia en el tema.				
	Los facilitadores o asesores fomentan la participación de los beneficiarios.				
Involucramiento de diferentes miembros de la comunidad	Participan personas de diferentes edades incluyendo jóvenes y ancianos.				
	Participan personas de diferentes niveles educativos.				
	Participan personas de distintas clases sociales.				
	Participan mujeres y hombres en cantidades similares y con iguales oportunidades.				
	Todos los integrantes del proyectos reciben el mismo trato.				
Autodesarrollo	Todos los integrantes del proyectos tiene la oportunidad de participar en todas las fases de los proyectos realizados para su desarrollo.				
	Toman sus propias decisiones respecto a su futuro.				
	Son capaces de manejar los proyectos de desarrollo sin contar con una asistencia externa permanente.				
	Hacen todo lo posible por conservar los proyectos y darles continuidad.				
Resolución de conflictos	Cuando surge un conflicto son capaces de manejarlo y solucionarlo.				
	Evitan que los problemas sencillos se vuelvan conflictos grandes por medio de las discusión y búsqueda de soluciones.				
	Cuentan con un procedimiento para resolver los conflictos que surgen.				
	En un conflicto, se trata únicamente con las personas directamente involucradas con el fin de evitar que se cause daño a otras personas.				
	Se transforman los conflictos por medio de negociación, conciliación o mediación.				
	Evitan que los conflictos afecten nuestras oportunidades de desarrollo.				
Unidad social en la empresa turística	Existe unidad entre todos los miembros.				
	Son solidarios entre todos los miembros.				
	Comparten con valores y creencias.				
	Existe respeto entre todos los miembros de trabajo.				
	Son miembros participativos y buscan el bien de la empresa o proyecto turístico.				
	Respetan a la empresa o proyecto.				
	Respetan las diferencias culturales (etnia, idioma, nivel social, económico, género y otros).				
Organizan y participan en inventos de la empresa o proyecto turístico.					

Promoción y conservación de los recursos culturales		A	B	C	D
Valorización y protección cultural	a. Se ha designado en la empresa un área para la venta de artesanías y otros productos artesanales locales.				
	(?) b. Se cuenta con contactos en comunidades locales que pueden proveer de servicios como alimentación y guiaje.				
	(?) c. La comunidad está organizada y de acuerdo en ofrecer servicios que muestran sus valores culturales.				
	(?) d. El plan de desarrollo turístico contempla la conservación de los valores culturales y la identidad local.				
	Participan en algún esfuerzo de restauración o conservación de los monumentos que son parte de la oferta turística.				
	Cuentan con un plan de manejo para el sitio y sus monumentos				
	Han reinvertido parte de los ingresos del turismo en la conservación, mejoramiento y restauración del sitio y sus monumentos.				
	Se han asesorado con expertos para crear y poner en marcha estrategias y reglamentos de manejo adecuados para nuestros sitios y monumentos.				
	Se cuenta con personal capacitado para proteger los recursos históricos, arqueológicos y ceremoniales.				
	Supervisan constantemente para que visitantes locales, nacionales, e internacionales no dañen físicamente los recursos.				
	Cuentan con infraestructura (senderos, puentes, etc.) que ayude a proteger los monumentos del paso de visitantes.				
	Promueven los sitios culturales cercanos.				
	Utilizan artesanías locales para decorar las instalaciones.				
	Apoyan la organización de exposiciones de artesanías locales otros objetos culturales.				
	Integran siempre aspectos de la cultura local en los productos turísticos y fomentan su valorización.				
	Se ha recopilado la información y elementos de su cultura con el fin de evitar que se pierdan (cuentos, leyendas, canciones, objetos, danzas, bailes, artesanías)				
	Comparten su cultura con otras personas.				
	Enseñan y transmiten los conocimientos tradicionales a las mayor cantidad de personas para asegurar su conservación. Puede ser: a empleados, miembros del proyecto, familia, turistas entre otros.				
	Se aseguran que las actividades culturales y recreativas tradicionales se sigan realizando.				
	Apoyan los esfuerzos para la realización de estas actividades.				
	Participan en actividades culturales que se organizan en la comunidad.				
	Promocionan las actividades culturales.				
	Invitan a los turistas a participar, asistir o presenciar las actividades culturales.				
	Si no existen actividades culturales tradicionales, organizan participativamente actividades que fomenten la interacción e intercambio cultural o comunitario. Ejemplos: ferias gastronómicas, de artesanías y manualidades, exhibiciones y otros.				
	(?) a. Se realizan veladas culturales, shows de música, etc.				
	(?) b. Se realizan actividades para conocerse entre los visitantes y otras culturas.				
(?) c. Se da una charla de normas de respeto a la cultura local.					

Aspectos empresariales					
Instalaciones físicas		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
	(?) a. Se limpian diariamente todas las áreas.				
	 b. Se mantiene un orden y limpieza en todas las áreas.				
	 c. Ausencia de animales indeseables que transmiten enfermedades (roedores, moscas, cucarachas, zancudos).				
	 d. Áreas señalizadas, recepción, caja, restaurante, servicios sanitarios y habitaciones.				
	(?) e. Revisión de instalaciones eléctricas.				
	(?) f. Revisión del sistema de servicio de agua.				
Diseño de la construcción compatible con el entorno	 a. Se utilizan estilos de construcción locales.				
	 b. Se utilizan técnicas de construcción tradicionales y materiales locales (arcilla, piedra, palma, madera).				
	 c. Se adapta al entorno natural y cultural.				
Se cuenta con las siguientes áreas	 a. Recepción y caja.				
	 b. Restaurante.				
	 c. Cocina.				
	 d. Administración.				
	 e. Senderos interpretativos.				
	 f. Áreas de descanso y recreación, miradores.				
	 g. Centro de visitantes, exhibiciones, paneles demostrativos.				
	 h. Parqueo.				
Instalaciones para gente discapacitada	 a. Hay rampas de acceso para todas las áreas.				
	 b. Hay como mínimo un servicio sanitario adaptado para personas discapacitadas.				
Servicios sanitarios de área común		A	B	C	D
Área caracterizada por su limpieza	(?) a. Se lleva un control y registro periódico de la limpieza de acuerdo a afluencia de visitantes.				
	(?) b. Hay una hoja de registro por escrito de las inspecciones de limpieza.				
	(?) c. Hay un responsable de hacer las inspecciones.				
Evitarse la concentración de olores	 a. Servicios sanitarios cuentan con suficiente ventilación.				
	(?) c. Tienen un plan de para abastecerse de agua en caso de que el suministro es irregular-				
Mantenimiento o de control de suministros	(?) a. Se verifica que los servicios sanitarios estén abastecidos con lo necesario.				
	 b. Existen baños suficientes para el área.				
Deben ser independientes para hombres y mujeres	 a. Deben contar con lavamanos, inodoro (con asiento y tapadera) espejo y un área para colocar pertenencias personales.				
	 b. Los servicios deben ser separados para hombres y mujeres				

Áreas verdes y jardines		A	B	C	D
Instalaciones deberán contar con áreas verdes y plantas ornamentales	(?) a. Investigar sobre plantas locales que tengan algún uso comestible, medicinal, aromático o histórico en listados e inventarios del área.				
	 b. Se rotulan las especies de plantas con su nombre común, científico y en el idioma local.				
Evitar el uso de la introducción de plantas exóticas	(?) a. Existe un inventario de plantas locales.				
	 b. Se evita el uso de plantas artificiales.				
Decoración		A	B	C	D
Decorar las áreas de habitaciones, áreas de uso público y restaurante con objetos locales	 a. Se utilizan artesanías y materiales locales.				
	 b. Se decoran los ambientes con imágenes y cuadros de atractivos locales. (cuadros, fotos, posters, etc.).				
	 c. Se utilizan plantas locales para la jardinería.				
Mobiliario estético, resistente, cómodo y durable	(?) a. Se verifica el estado del mobiliario y equipo mensualmente.				
Existen áreas tranquilas	 a. Se provee de espacios abiertos para apreciar el paisaje y áreas naturales cercanas. (terrazas, miradores, balcones, etc.)				
	 b. Los espacios abiertos cuentan con mobiliario para descansar. (hamacas, sillones, bancas, etc.).				
Distribución efectiva del mobiliario tomando en cuenta los espacios	 a. Se verifica que el mobiliario no está en áreas de paso o circulación.				
	 b. Los muebles se encuentran ubicados de forma armónica sin sobre cargar los espacios.				

Área de habitaciones		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Información del hotel	☉ a. Contiene material informativo acerca de los servicios del hotel y de los distintos sitios de interés.				
	☉ b. Se pone a la disposición de los clientes una hoja para evaluar la calidad de las habitaciones y el servicio.				
	☉ c. Hay rótulos que aconsejan al cliente acerca del ahorro de agua (en caso de que hayan baños en las habitaciones).				
	☉ d. Hay un mapa del hotel y señalización de las salidas de emergencia.				
	☉ e. Se provee al cliente de shampoo, jabón y toallas. (<i>amenities</i>).				
	(?) f. Se concientiza al personal para que respeten las pertenencias de los huéspedes.				
	(?) g. Se lleva control diario de la ocupación de habitaciones (llegadas, salidas, solicitudes especiales, cancelaciones).				
Control eficiente de reservaciones	(?) d. Se mantiene registro escrito de la reservación.				
	(?) e. Se confirma la disponibilidad de habitaciones. (teléfono, fax, etc.)				
Mobiliario y equipo	☉ a. Cedazo (en casos en los que es necesario).				
	☉ b. Cortinas y/o persianas en las ventanas.				
	☉ c. Una o dos camas, según el caso.				
	☉ d. Mesa(s) de noche con lámpara.				
	☉ e. Un escritorio o mesa pequeña.				
	☉ f. Un closet, mueble o armario para poner las pertenencias.				
	☉ g. Sillones, sofás o sillas.				
	☉ h. Tomacorrientes.				
	☉ i. Ventiladores.				
	☉ j. Ropa de cama limpia.				
	☉ k. Mosquitero (en casos donde es necesario).				
Mobiliario y equipo del servicio sanitario.	☉ a. Inodoro con asiento y tapadera.				
	☉ b. Lavamanos.				
	☉ c. Regadera y/o tina de baño.				
	☉ d. Espejo.				
	☉ e. Mueble o repisa para colocar los utensilios de aseo personal.				
	☉ f. Cortina para la regadera.				
	☉ g. Gancho para colgar toalla y/o ropa.				
	☉ h. Toallas limpias.				
	☉ i. Basurero				
Mantenimiento de las habitaciones.	☉ a. Inspección del estado de la ropa de cama y toallas.				
	(?) b. Inspección del estado de paredes y techo (limpieza, humedad).				
	(?) c. Inspección del estado de mobiliario y equipo.				
	(?) d. Inspección del buen funcionamiento de instalaciones eléctricas. (tomacorrientes, <i>switches</i> bombillos)				
	(?) e. Inspección de la grifería y el sistema de agua.				

Servicio		Existencia			
		A	B	C	D
Información para los visitantes	 a. Se provee un horario visible de las actividades disponibles (visitas guiadas, recreación, educación ambiental)				
	 b. Se cuenta con información general escrita sobre los productos que se ofrecen.				
	 c. Se informa al cliente acerca de requerimientos físicos, condiciones y riesgos de las actividades a realizar.				
	 d. Se informa claramente acerca de las condiciones el sitio se compromete a prestar.				
	(?) e. Se tiene una política de remuneración en caso de no poder proveer satisfactoriamente los servicios ofrecidos.				
	 f. Se cuenta con información acerca de los diferentes servicios cercanos al área.				
	(?) g. Se informa acerca de los sitios de interés turístico cercanos al área.				
	(?) h. Se informa acerca de los esfuerzos de conservación con el fin de motivar al visitante a que ayude a cumplirlos				
	 i. Se informa a los visitantes acerca de los recursos naturales (flora y fauna) y culturales locales.				
	 j. Se cuenta con información en inglés y español.				
Seguridad para el visitante	 a. Se cuenta con salidas de emergencia debidamente señalizadas.				
	 b. Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios.				
	(?) c. Se cuenta con un listado de las diferentes entidades que prestan servicios de socorro (policía, bomberos, ambulancias)				
	(?) d. Se realizan simulacros y prácticas de emergencia con el personal.				
	(?) e. Existe una persona encargada de revisar los suministros del botiquín y el estado de los extinguidores.				
	(?) f. Se cuenta con facilidades de comunicación en caso de emergencia. (radio, teléfono, fax)				
	(?) g. El lugar cuenta con seguridad las 24 horas al día.				
	 h. Se cuenta con extinguidores en lugares visibles.				
	(?) k. Se cuenta con un plan de prevención de emergencias en caso de desastres naturales y prevención de accidentes, asalto y terrorismo.				
	(?) l. Existe un centro de salud u hospitales a una distancia razonable.				
(?) m. Hay un plan efectivo en caso de una emergencia de salud.					
Guías:		A	B	C	D
Servicio	 a. Se respetan los itinerarios y horarios establecidos al iniciar a la hora acordada.				
	 b. Se caracterizan por relaciones humanas y respeto a los clientes.				
	 d. Prestan atención y dan un servicio personalizado (6-8 personas por grupo).				
	(?) e. Hablan inglés.				
	(?) f. Hablan otro idioma local.				
	(?) g. Hablan otro idioma extranjero.				
	¿Cuáles?				
	(?) h. Tienen conocimiento de la historia natural (flora y fauna) y cultural de las áreas que se visitan				
	(?) i. Ofrecen diferentes tipos de actividades (emoción, aventura, educación ambiental, etc.).				
	(?) j. Por regla general, los grupos son dirigidos por los senderos establecidos, y en áreas que no representen riesgo.				
 j. Informan a visitantes sobre las normas de conducta y precauciones en los lugares visitados.					

Transporte		A	B	C	D
Transporte adecuado y seguro	 a. Se transporta únicamente el número permitido de pasajeros según el tipo de transporte.				
	(?) c. Los conductores cuentan con licencia para conducir según el tipo de transporte.				
	 d. Se lleva un recipiente o bolsa para depositar la basura en cada transporte y se instruye a los visitantes para abstenerse de tirar la basura en las carreteras, ríos, lagos, etc.				
	 e. Cada transporte cuenta con su respectivo equipo mecánico de emergencia.				
	 f. El transporte terrestre cuenta con cinturones de seguridad para cada uno de los pasajeros.				
Mercadeo, promoción e imagen		Existencia			
		A	B	C	D
	 e. Se ha elaborado material informativo, divulgativo, detallado y actualizado anualmente sobre como contactar a la empresa				
	 f. Cuenta con una página de Internet que promociona su producto				
	(?) g. Se promociona en revistas locales, nacionales, prensa, guías, etc.				
	(?) h. Se elaboran contactos con operadores de turismo y mayoristas para la realización de tours.				
	(?) i. Se invitan a los medios de comunicación para que visiten la empresa y la promocionen.				
	(?) j. Se programan eventos como ferias de turismo o ruedas de negocios con empresas locales y operadores.				
	(?) k. existe un plan de promoción para la temporada baja.				
	(?) l. Existe un plan para investigar la efectividad de las estrategias de promoción de productos.				
	 m. Se cuenta con logotipo visual que lo identifica				
	 n. La imagen de la empresa representa la cultura local y entorno natural del sitio.				
	(?) o. Se promocionan esfuerzos de conservación y responsabilidad ambiental que efectúa.				
	(?) p. Están involucrados en una red de contactos para la promoción mutua (cercanos y del país en general).				
	(?) q. Existe un plan de monitoreo para comparar que los servicios ofrecidos son los que se tienen (de forma preventiva).				
	(?) r. Se participa en actividades organizadas por entidades gubernamentales.				
	Información de visitantes		A	B	C
Actividades	(?) a. Existe un registro que contiene toda la información sobre los visitantes, sus preferencias, edades, ocupación, educación, etc.				
	 b. Cuentan con un catálogo detallado de los productos con precios, duración, requerimientos físicos y fotografías del lugar.				

Legislación		Existencia			
Ambiental		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos ambientales	Cumplen con las leyes ambientales generales que tiene relevancia en la actividades turística. (Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente de Guatemala, Ley de áreas protegidas, Ley forestal)				
	Se cumple con las leyes específicas para la actividades turísticas:				
	Política nacional de ecoturismo.				
	Política sobre la actividad turística en áreas protegidas				
	Regulaciones sobre el manejo de áreas protegidas.				
	(?) a. Existe una política orientada a mantener la sostenibilidad ambiental del sitio.				
	(?) b. Existe un Estudio de Impacto Ambiental (EIA).				
	(?) c. Ha definido su propia visión, misión y objetivos a alcanzar en cuanto a la sostenibilidad ambiental en el sitio de destino ecoturístico.				
	(?) d. Existe un plan de monitoreo para los impactos ambientales.				
	(?) e. Cuenta con un plan para detectar y reducir los impactos negativos que sus actividades estén creando en un documento escrito.				
(?) f. Se promueve la responsabilidad ambiental como el reciclaje, reforestación, respeto a los recursos naturales en las comunidades cercanas.					
Económicas y empresariales		A	B	C	D
Derechos y obligaciones empresariales	La empresa o emprendimiento está debidamente registrada y autorizada por todas las instancias necesarias.				
	Están registrados y autorizados ante el registro de empresas, INGUAT o empresas que regula la actividad empresarial.				
	Cuentan con un sistema de contabilidad y reportes necesarios de acuerdo con el tipo de empresa que ha registrado.				
	Revisan y se mantiene informados sobre las leyes paquetes de incentivos que puedan beneficiar a todas las actividades que se llevan a cabo.				
	Están registrados y autorizados ante las entidades a las que deben pagar impuestos.				
	Pagan sus impuestos puntual y adecuadamente.				
	Revisan constantemente la legislación sobre el pago de impuestos y modifican su estatus de acuerdo con los cambios en los reglamentos o la empresa.				
	Recurren a asesoría profesional para la resolución de dudas con respecto al pago de impuestos.				
	Se aseguran de cumplir las leyes y condiciones laborales requeridas siempre.				
	Cumplen con el pago de salario mínimo.				
	Les brindan a sus empleados todas la prestaciones según la ley.				
	Conocen cuales son las leyes rectoras del turismo a nivel nacional y se aseguran de cumplir con ellas.				

Económicas y empresariales		A	B	C	D
Normas internas	Se aseguran que las normas internas reflejan su política de sostenibilidad y los ejes ambientales, económico y social.				
	Cuentan con un sistema de adecuado para comunicar y velar por el cumplimiento de las normas internas.				
	Cuentan con un código de conducta para el turista.				
	Las normas internas para el personal, coinciden con lo delineado en el manual de puestos y contratos laborales.				
	Cuentan con normas o códigos de ética para tour operadores y servicios adicionales que forman parte de la cadena de valor.				
	Han elaborado participativamente normas que ayuden a regular la relación entre la comunidad y los visitantes.				
	Han elaborado participativamente las normas internas.				
Culturales		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos culturales	Han analizado cuáles leyes están relacionadas con la cultura y la sociedad tienen relación con la actividad turística.				
	Conocen y respetan las regulaciones sobre las actividades en sitios arqueológicos.				

Aspectos empresariales					
Instalaciones físicas		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Diseño de la construcción compatible con el entorno	(?) a. Se limpian constantemente todas las áreas.				
	 b. Se mantiene un orden y limpieza en todas las áreas.				
	 c. Ausencia de animales indeseables que transmiten enfermedades (roedores, moscas, cucarachas, zancudos).				
	 d. Áreas señalizadas comedor, servicios sanitarios entre otros				
	(?) e. Revisión de instalaciones eléctricas.				
	(?) f. Revisión del sistema de servicio de agua.				
	 a. Se utilizan estilos de construcción locales.				
	 b. Se utilizan técnicas de construcción tradicionales y materiales locales (arcilla, piedra, palma, madera).				
	 c. Se adapta al entorno natural y cultural.				
	Se cuenta con las siguientes áreas	 a. Recepción y caja.			
 b. Comedor					
 c. Cocina.					
 d. Administración.					
 e. Senderos interpretativos.					
 f. Áreas de descanso y recreación, miradores.					
 g. Centro de visitantes, exhibiciones, paneles demostrativos.					
 h. Parqueo.					
Instalaciones para gente discapacitada	 a. Hay rampas de acceso para todas las áreas.				
	 b. Hay como mínimo un servicio sanitario adaptado para personas discapacitadas.				

Servicios sanitarios de área común		A	B	C	D
Área caracterizada por su limpieza	(?) a. Se lleva un control y registro periódico de la limpieza de acuerdo a afluencia de visitantes.				
	(?) b. Hay una hoja de registro por escrito de las inspecciones de limpieza.				
	(?) c. Hay un responsable de hacer las inspecciones.				
Evitarse la concentración de olores	 a. Servicios sanitarios cuentan con suficiente ventilación.				
	(?) c. Tienen un plan de para abastecerse de agua en caso de que el suministro es irregular-				
Mantenimiento de control de suministros	(?) a. Se verifica que los servicios sanitarios estén abastecidos con lo necesario.				
	 b. Existen baños suficientes para el área.				
Deben ser independientes para hombres y mujeres	 a. Deben contar con lavamanos, inodoro (con asiento y tapadera) espejo y un área para colocar pertenencias personales.				
	 b. Los servicios deben ser separados para hombres y mujeres				
Áreas verdes y jardines		A	B	C	D
Instalaciones deberán contar con áreas verdes y plantas ornamentales	(?) a. Investigar sobre plantas locales que tengan algún uso comestible, medicinal, aromático o histórico en listados e inventarios del área.				
	 b. Se rotulan las especies de plantas con su nombre común, científico y en el idioma local.				
Evitar el uso de la introducción de plantas exóticas	(?) a. Existe un inventario de plantas locales.				
	 b. Se evita el uso de plantas artificiales.				
Decoración		A	B	C	D
Decorar las áreas de habitaciones, áreas de uso público y restaurante con objetos locales	 a. Se utilizan artesanías y materiales locales.				
	 b. Se decoran los ambientes con imágenes y cuadros de atractivos locales. (cuadros, fotos, posters, etc).				
	 c. Se utilizan plantas locales para la jardinería.				
Mobiliario estético, resistente, cómodo y durable	(?) a. Se verifica el estado del mobiliario y equipo mensualmente.				
Existen áreas tranquilas	 a. Se provee de espacios abiertos para apreciar el paisaje y áreas naturales cercanas. (terrazas, miradores, balcones, etc.)				
	 b. Los espacios abiertos cuentan con mobiliario para descansar. (hamacas, sillones, bancas, etc.).				
Distribución efectiva del mobiliario tomando en cuenta los espacios	 a. Se verifica que el mobiliario no está en áreas de paso o circulación.				
	 b. Los muebles se encuentran ubicados de forma armónica sin sobre cargar los espacios.				

Área de habitaciones		Existencia			
Instalaciones físicas generales		A	B	C	D
Información del hotel	a. Contiene material informativo acerca de los servicios del hotel y de los distintos sitios de interés.				
	b. Se pone a la disposición de los clientes una hoja para evaluar la calidad de las habitaciones y el servicio.				
	c. Hay rótulos que aconsejan al cliente acerca del ahorro de agua (en caso de que hayan baños en las habitaciones).				
	d. Hay un mapa del hotel y señalización de las salidas de emergencia.				
	e. Se provee al cliente de shampoo, jabón y toallas. (<i>amenities</i>).				
	(?) f. Se concientiza al personal para que respeten las pertenencias de los huéspedes.				
Control eficiente de reservaciones	(?) g. Se lleva control diario de la ocupación de habitaciones (llegadas, salidas, solicitudes especiales, cancelaciones).				
	(?) d. Se mantiene registro escrito de la reservación.				
	(?) e. Se confirma la disponibilidad de habitaciones. (teléfono, fax, etc.)				
Mobiliario y equipo	a. Cedazo (en casos en los que es necesario).				
	b. Cortinas y/o persianas en las ventanas.				
	c. Una o dos camas, según el caso.				
	d. Mesa(s) de noche con lámpara.				
	e. Un escritorio o mesa pequeña.				
	f. Un closet, mueble o armario para poner las pertenencias.				
	g. Sillones, sofás o sillas.				
	h. Tomacorrientes.				
	i. Ventiladores.				
	j. Ropa de cama limpia.				
Mobiliario y equipo del servicio sanitario.	a. Inodoro con asiento y tapadera.				
	b. Lavamanos.				
	c. Regadera y/o tina de baño.				
	d. Espejo.				
	e. Mueble o repisa para colocar los utensilios de aseo personal.				
	f. Cortina para la regadera.				
	g. Gancho para colgar toalla y/o ropa.				
	h. Toallas limpias.				
	i. Basurero				
Mantenimiento de las habitaciones.	a. Inspección del estado de la ropa de cama y toallas.				
	(?) b. Inspección del estado de paredes y techo (limpieza, humedad).				
	(?) c. Inspección del estado de mobiliario y equipo.				
	(?) d. Inspección del buen funcionamiento de instalaciones eléctricas. (tomacorrientes, <i>switches</i> bombillos)				
	(?) e. Inspección de la grifería y el sistema de agua.				

Área de alimentación		Existencia			
		A	B	C	D
El menú					
Productos	 a. Se proveen productos frescos.				
	(?) b. Se proveen productos locales.				
	(?) c. Se verifica la calidad y procedencia de los productos ofrecidos.				
Variedad del menú	 a. Se ofrecen alimentos para dietas especiales (diabéticos, vegetarianos, etc.)				
	 b. Se ofrecen platillos y bebidas locales.				
	 c. Se ofrecen platillos y bebidas internacionales.				
	(?) d. Cuentan con opciones de menús fijos para grupos.				
Manipulación de los alimentos		A	B	C	D
Control sobre los alimentos.	(?) a. Se controla que los alimentos estén bien cocidos.				
	(?) b. El agua que se utiliza es potable.				
	(?) c. Las verduras y frutas se desinfectan.				
	(?) d. Se revisa que no hayan insectos y animales que puedan infectar la comida.				
	(?) e. Se revisa que no queden restos de alimentos sin refrigerar.				
Higiene	(?) f. Los alimentos son debidamente almacenados y guardados.				
	 a. El cocinero utiliza equipo de higiene como guantes, redes para pelo y gabachas.				
	(?) b. El personal se desinfecta las manos antes de tratar la comida.				
	 c. Se mantienen limpias las superficies donde se preparan los alimentos.				

Servicio		Existencia			
		A	B	C	D
Capacitación, actitud, presentación y atención	 a. El personal tiene una actitud positiva y está atento a la hora de prestar el servicio.				
	(?) b. Se les informa a los empleados acerca de las metas y objetivos de manejo y conservación del sitio.				
	(?) c. Se capacita al personal acerca del respeto y valorización de los recursos naturales y culturales, ética y responsabilidad ambiental.				
	(?) e. Se le provee una inducción a cada empleado según su puesto.				
	(?) h. Se cuenta con programas de motivación para el personal.				
	(?) i. Se cuenta con programas de incentivos para los empleados.				
	(?) j. Se facilita la comunicación con el personal para resolver conflictos internos de operación.				
	(?) k. Se elaboran reuniones con el personal con el fin de intercambiar experiencias, dudas, ideas y resolver conflictos con los clientes.				
	(?) l. Se proveen cursos de seguimiento o actualización de forma anual a todos los empleados.				
	(?) m. Se capacita al personal acerca de primeros auxilios.				
	(?) n. Se capacita al personal acerca de relaciones humanas.				
	(?) o. Se capacita al personal sobre el idioma inglés u otros idiomas.				
	(?) p. Se capacita al personal acerca de Calidad del Servicio.				
	q. Tiene buena presentación.				
	r. Se capacita sobre ética y moral.	A	B	C	D
	s. Usa lenguaje adecuado.				
t. Se comunica efectivamente.					
u. Evita tardanzas al ofrecer el servicio.					
Servicio y satisfacción de los clientes	(?) a. Se cuenta con una hoja de evaluación de los servicios.				
	b. Se cuenta con buzón de sugerencias.				
	(?) d. Se investiga acerca de los aspectos a mejorar, eliminar o implementar.				
	(?) e. Se evalúa si el cliente conoce los aspectos de conservación y sostenibilidad de la empresa.				

Servicio		Existencia			
		A	B	C	D
Información para los visitantes	 a. Se provee un horario visible de las actividades disponibles (visitas guiadas, recreación, educación ambiental)				
	 b. Se cuenta con información general escrita sobre los productos que se ofrecen.				
	 c. Se informa al cliente acerca de requerimientos físicos, condiciones y riesgos de las actividades a realizar.				
	 d. Se informa claramente acerca de las condiciones el sitio se compromete a prestar.				
	(?) e. Se tiene una política de remuneración en caso de no poder proveer satisfactoriamente los servicios ofrecidos.				
	 f. Se cuenta con información acerca de los diferentes servicios cercanos al área.				
	(?) g. Se informa acerca de los sitios de interés turístico cercanos al área.				
	(?) h. Se informa acerca de los esfuerzos de conservación con el fin de motivar al visitante a que ayude a cumplirlos				
	 i. Se informa a los visitantes acerca de los recursos naturales (flora y fauna) y culturales locales.				
	 j. Se cuenta con información en inglés y español.				
Seguridad para el visitante	 a. Se cuenta con salidas de emergencia debidamente señalizadas.				
	 b. Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios.				
	(?) c. Se cuenta con un listado de las diferentes entidades que prestan servicios de socorro (policía, bomberos, ambulancias)				
	(?) d. Se realizan simulacros y prácticas de emergencia con el personal.				
	(?) e. Existe una persona encargada de revisar los suministros del botiquín y el estado de los extinguidores.				
	(?) f. Se cuenta con facilidades de comunicación en caso de emergencia. (radio, teléfono, fax)				
	(?) g. El lugar cuenta con seguridad las 24 horas al día.				
	 h. Se cuenta con extinguidores en lugares visibles.				
	(?) k. Se cuenta con un plan de prevención de emergencias en caso de desastres naturales y prevención de accidentes, asalto y terrorismo.				
	(?) l. Existe un centro de salud u hospitales a una distancia razonable.				
	(?) m. Hay un plan efectivo en caso de una emergencia de salud.				

Servicio		Existencia			
		A	B	C	D
Información para los visitantes	a. Se provee un horario visible de las actividades disponibles (visitas guiadas, recreación, educación ambiental)				
	b. Se cuenta con información general escrita sobre los productos que se ofrecen.				
	c. Se informa al cliente acerca de requerimientos físicos, condiciones y riesgos de las actividades a realizar.				
	d. Se informa claramente acerca de las condiciones el sitio se compromete a prestar.				
	(?) e. Se tiene una política de remuneración en caso de no poder proveer satisfactoriamente los servicios ofrecidos-				
	f. Se cuenta con información acerca de los diferentes servicios cercanos al área.				
	(?) g. Se informa acerca de los sitios de interés turístico cercanos al área.				
	(?) h. Se informa acerca de los esfuerzos de conservación con el fin de motivar al visitante a que ayude a cumplirlos				
	i. Se informa a los visitantes acerca de los recursos naturales (flora y fauna) y culturales locales.				
	j. Se cuenta con información en inglés y español.				
Seguridad para el visitante	a. Se cuenta con salidas de emergencia debidamente señalizadas.				
	b. Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios.				
	(?) c. Se cuenta con un listado de las diferentes entidades que prestan servicios de socorro (policía, bomberos, ambulancias)				
	(?) d. Se realizan simulacros y prácticas de emergencia con el personal.				
	(?) e. Existe un apersona encargada de revisar los suministros del botiquín.				
	(?) f. Se cuenta con facilidades de comunicación en caso de emergencia. (radio, teléfono, fax)				
	(?) g. El lugar cuenta con seguridad las 24 horas al día.				
	h. Se cuenta con extinguidores en lugares visibles.				
	(?) k. Se cuenta con un plan de prevención de emergencias en caso de desastres naturales y prevención de accidentes, asalto y terrorismo.				
	(?) l. Existe un centro de salud u hospitales a una distancia razonable.				
	(?) m. Hay un plan efectivo en caso de una emergencia de salud.				

Guías:		A	B	C	D
Servicio	<input checked="" type="checkbox"/> a. Se respetan los itinerarios y horarios establecidos al iniciar a la hora acordada.				
	<input checked="" type="checkbox"/> b. Se caracterizan por relaciones humanas y respeto a los clientes.				
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Prestan atención y dan un servicio personalizado (6 -8 personas por grupo).				
	(?) e. Hablan inglés.				
	(?) f. Hablan otro idioma local.				
	(?) g. Hablan otro idioma extranjero.				
	¿Cuáles?				
	(?) h. Tienen conocimiento de la historia natural (flora y fauna) y cultural de las áreas que se visitan				
	(?) i. Ofrecen diferentes tipos de actividades (emoción, aventura, educación ambiental, etc.).				
	(?) j. Por regla general, los grupos son dirigidos por los senderos establecidos, y en áreas que no representen riesgo.				
<input checked="" type="checkbox"/> j. Informan a visitantes sobre las normas de conducta y precauciones en los lugares visitados.					
Transporte		A	B	C	D
Transporte adecuado y seguro	<input checked="" type="checkbox"/> a. Se transporta únicamente el número permitido de pasajeros según el tipo de transporte.				
	(?) c. Los conductores cuentan con licencia para conducir según el tipo de transporte.				
	<input checked="" type="checkbox"/> d. Se lleva un recipiente o bolsa para depositar la basura en cada transporte y se instruye a los visitantes para abstenerse de tirar la basura en las carreteras, ríos, lagos, etc.				
	<input checked="" type="checkbox"/> e. Cada transporte cuenta con su respectivo equipo mecánico de emergencia.				
	<input checked="" type="checkbox"/> f. El transporte terrestre cuenta con cinturones de seguridad para cada uno de los pasajeros.				

Mercadeo, promoción e imagen		Existencia			
		A	B	C	D
	 e. Se ha elaborado material informativo, divulgativo, detallado y actualizado anualmente sobre como contactar a la empresa				
	 f. Cuenta con una página de Internet que promociona su producto				
	(?) g. Se promociona en revistas locales, nacionales, prensa, guías, etc.				
	(?) h. Se elaboran contactos con operadores de turismo y mayoristas para la realización de tours.				
	(?) i. Se invitan a los medios de comunicación para que visiten la empresa y la promocionen.				
	(?) j. Se programan eventos como ferias de turismo o ruedas de negocios con empresas locales y operadores.				
	(?) k. existe un plan de promoción para la temporada baja.				
	(?) l. Existe un plan para investigar la efectividad de las estrategias de promoción de productos.				
	 m. Se cuenta con logotipo visual que lo identifica				
	 n. La imagen de la empresa representa la cultura local y entorno natural del sitio.				
	(?) o. Se promocionan esfuerzos de conservación y responsabilidad ambiental que efectúa.				
	(?) p. Están involucrados en una red de contactos para la promoción mutua (cercaos y del país en general).				
	(?) q. Existe un plan de monitoreo para comparar que los servicios ofrecidos son los que se tienen (de forma preventiva).				
	(?) r. Se participa en actividades organizadas por entidades gubernamentales.				
Información de visitantes		A	B	C	D
Actividades	(?) a. Existe un registro que contiene toda la información sobre los visitantes, sus preferencias, edades, ocupación, educación, etc.				
	 b. Cuentan con un catálogo detallado de los productos con precios, duración, requerimientos físicos y fotografías del lugar.				

Legislación		Existencia			
Ambiental		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos ambientales	Cumplen con las leyes ambientales generales que tiene relevancia en la actividades turística. (Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente de Guatemala, Ley de áreas protegidas, Ley forestal)				
	Se cumple con las leyes específicas para la actividades turísticas:				
	Politica nacional de ecoturismo.				
	Politica sobre la actividad turística en áreas protegidas				
	Regulaciones sobre el manejo de áreas protegidas.				
	(?) a. Existe una política orientada a mantener la sostenibilidad ambiental del sitio.				
	(?) b. Existe un Estudio de Impacto Ambiental (EIA).				
	(?) c. Ha definido su propia visión, misión y objetivos a alcanzar en cuanto a la sostenibilidad ambiental en el sitio de destino ecoturístico.				
	(?) d. Existe un plan de monitoreo para los impactos ambientales.				
	(?) e. Cuenta con un plan para detectar y reducir los impactos negativos que sus actividades estén creando en un documento escrito.				
(?) f. Se promueve la responsabilidad ambiental como el reciclaje, reforestación, respeto a los recursos naturales en las comunidades cercanas.					
Economicas y empresariales		A	B	C	D
Derechos y obligaciones empresariales	La empresa o emprendimiento está debidamente registrada y autorizada por todas las instancias necesarias.				
	Están registrados y autorizados ante el registro de empresas, INGUAT o empresas que regula la actividad empresarial.				
	Cuentan con un sistema de contabilidad y reportes necesarios de acuerdo con el tipo de empresa que ha registrado.				
	Revisan y se mantiene informados sobre las leyes paquetes de incentivos que puedan beneficiar a todas las actividades que se llevan a cabo.				
	Están registrados y autorizados ante las entidades a las que deben pagar impuestos.				
	Pagan sus impuestos puntual y adecuadamente.				
	Revisan constantemente la legislación sobre el pago de impuestos y modifican su estatus de acuerdo con los cambios en los reglamentos o la empresa.				
	Recurren a asesoría profesional para la resolución de dudas con respecto al pago de impuestos.				
	Se aseguran de cumplir las leyes y condiciones laborales requeridas siempre.				
	Cumplen con el pago de salario mínimo.				
	Les brindan a sus empleados todas las prestaciones según la ley.				
	Conocen cuáles son las leyes rectoras del turismo a nivel nacional y se aseguran de cumplir con ellas.				

Económicas y empresariales		A	B	C	D
Normas internas	Se aseguran que las normas internas reflejan su política de sostenibilidad y los ejes ambientales, económicos y sociales.				
	Cuentan con un sistema de adecuado para comunicar y velar por el cumplimiento de las normas internas.				
	Cuentan con un código de conducta para el turista.				
	Las normas internas para el personal, coinciden con lo delineado en el manual de puestos y contratos laborales.				
	Cuentan con normas o códigos de ética para tour operadores y servicios adicionales que forman parte de la cadena de valor.				
	Han elaborado participativamente normas que ayuden a regular la relación entre la comunidad y los visitantes.				
	Han elaborado participativamente las normas internas.				
Culturales		A	B	C	D
Leyes y políticas del proyecto con respecto a las actividades para minimizar impactos culturales	Han analizado cuáles leyes están relacionadas con la cultura y la sociedad tiene relación con la actividad turística.				
	Conocen y respetan las regulaciones sobre las actividades en sitios arqueológicos.				

Tablas de contingencia de las pruebas Chi-cuadrado

Cuadro 55. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16.287 ^a	5	.006
Razón de verosimilitudes	7.303	5	.199
Asociación lineal por lineal	.496	1	.481
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 56. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de centros de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.628 ^a	10	.033
Razón de verosimilitudes	10.719	10	.380
Asociación lineal por lineal	.299	1	.585
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 57. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.790 ^a	1	.005		
Corrección por continuidad ^b	3.641	1	.056		
Razón de verosimilitudes	6.508	1	.011		
Estadístico exacto de Fisher				.041	.041
Asociación lineal por lineal	7.664	1	.006		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Programa SPSS.*

Cuadro 58. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16.287 ^a	5	.006
Razón de verosimilitudes	7.303	5	.199
Asociación lineal por lineal	.496	1	.481
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 59. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de centros de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.628 ^a	10	.033
Razón de verosimilitudes	10.719	10	.380
Asociación lineal por lineal	.299	1	.585
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 60. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23.518 ^a	10	.009
Razón de verosimilitudes	10.132	10	.429
Asociación lineal por lineal	1.199	1	.273
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 61. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23.985 ^a	6	.001
Razón de verosimilitudes	11.902	6	.064
Asociación lineal por lineal	.711	1	.399
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 62. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24.203 ^a	10	.007
Razón de verosimilitudes	12.165	10	.274
Asociación lineal por lineal	.422	1	.516
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 63. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20.674 ^a	10	.023
Razón de verosimilitudes	10.453	10	.402
Asociación lineal por lineal	.939	1	.333
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 64. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22.773 ^a	10	.012
Razón de verosimilitudes	9.720	10	.465
Asociación lineal por lineal	1.218	1	.270
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 65. Asociación entre sexo del entrevistado y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.214 ^a	1	.644		
Corrección por continuidad ^b	.002	1	.963		
Razón de verosimilitudes	.221	1	.638		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.494
Asociación lineal por lineal	.211	1	.646		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 66. Asociación entre estado civil del entrevistado y su interés en visitar Chicamán El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.059 ^a	3	.560
Razón de verosimilitudes	2.674	3	.445
Asociación lineal por lineal	1.874	1	.171
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 67. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.282 ^a	1	.131		
Corrección por continuidad ^b	1.036	1	.309		
Razón de verosimilitudes	1.962	1	.161		
Estadístico exacto de Fisher				.153	.153
Asociación lineal por lineal	2.245	1	.134		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 68. Asociación entre nivel edad (grupos etarios) y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.112 ^a	1	.738		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.114	1	.736		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.551
Asociación lineal por lineal	.110	1	.740		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 69. Asociación entre motivo de su visita por ocio y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.695 ^a	2	.706
Razón de verosimilitudes	.865	2	.649
Asociación lineal por lineal	.430	1	.512
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 70. Asociación entre motivo de su visita familiar y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.524 ^a	2	.770
Razón de verosimilitudes	.959	2	.619
Asociación lineal por lineal	.307	1	.580
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 71. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.455 ^a	2	.483
Razón de verosimilitudes	2.533	2	.282
Asociación lineal por lineal	.513	1	.474
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 72. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.254 ^a	1	.615		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.471	1	.492		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.792
Asociación lineal por lineal	.250	1	.617		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 73. Asociación entre motivo de su visita por estudios y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.451 ^a	2	.798
Razón de verosimilitudes	.644	2	.725
Asociación lineal por lineal	.168	1	.682
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 74. Asociación entre motivo de su visita religiosa y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.826 ^a	2	.401
Razón de verosimilitudes	1.570	2	.456
Asociación lineal por lineal	.107	1	.743
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 75. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.254 ^a	1	.615		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.471	1	.492		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.792
Asociación lineal por lineal	.250	1	.617		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 76. Asociación entre motivo de su visita realizando voluntariados y su interés en visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.387 ^a	2	.824
Razón de verosimilitudes	.713	2	.700
Asociación lineal por lineal	.277	1	.598
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 77. Asociación entre sexo del entrevistado y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.315 ^a	1	.128		
Corrección por continuidad ^b	1.474	1	.225		
Razón de verosimilitudes	2.477	1	.116		
Estadístico exacto de Fisher				.218	.111
Asociación lineal por lineal	2.278	1	.131		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 78. Asociación entre estado civil del entrevistado y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.044 ^a	3	.563
Razón de verosimilitudes	2.256	3	.521
Asociación lineal por lineal	.087	1	.768
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 79. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.826 ^a	1	.177		
Corrección por continuidad ^b	.974	1	.324		
Razón de verosimilitudes	1.697	1	.193		
Estadístico exacto de Fisher				.272	.161
Asociación lineal por lineal	1.796	1	.180		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SP*

Cuadro 80. Asociación entre motivo de su visita por ocio y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.138 ^a	2	.566
Razón de verosimilitudes	1.087	2	.581
Asociación lineal por lineal	.939	1	.332
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 81. Asociación entre motivo de su visita familiar y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.333 ^a	2	.513
Razón de verosimilitudes	1.726	2	.422
Asociación lineal por lineal	.532	1	.466
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 82. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.691 ^a	2	.708
Razón de verosimilitudes	.600	2	.741
Asociación lineal por lineal	.667	1	.414
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 83. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.688 ^a	1	.407		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.597	1	.440		
Estadístico exacto de Fisher				.440	.440
Asociación lineal por lineal	.677	1	.410		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 84. Asociación entre motivo de su visita por estudio y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.889 ^a	2	.641
Razón de verosimilitudes	.818	2	.664
Asociación lineal por lineal	.528	1	.467
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 85. Asociación entre motivo de su visita religiosa y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.721 ^a	2	.156
Razón de verosimilitudes	3.161	2	.206
Asociación lineal por lineal	1.098	1	.295
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 86. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.688 ^a	1	.407		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.597	1	.440		
Estadístico exacto de Fisher				.440	.440
Asociación lineal por lineal	.677	1	.410		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 87. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.803 ^a	2	.149
Razón de verosimilitudes	3.487	2	.175
Asociación lineal por lineal	.920	1	.338
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 88. Asociación entre edad del visitante (grupos etareos) y su interés en visitar la Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.401 ^a	1	.526		
Corrección por continuidad ^b	.110	1	.741		
Razón de verosimilitudes	.397	1	.529		
Estadístico exacto de Fisher				.558	.367
Asociación lineal por lineal	.395	1	.530		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 89. Asociación entre el sexo del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.871 ^a	1	.171		
Corrección por continuidad ^b	1.047	1	.306		
Razón de verosimilitudes	1.808	1	.179		
Estadístico exacto de Fisher				.189	.153
Asociación lineal por lineal	1.841	1	.175		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 90. Asociación entre el estado civil del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.384 ^a	3	.709
Razón de verosimilitudes	2.363	3	.501
Asociación lineal por lineal	.516	1	.472
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 91. Asociación entre el nivel educativo del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.321 ^a	1	.571		
Corrección por continuidad ^b	.025	1	.874		
Razón de verosimilitudes	.305	1	.581		
Estadístico exacto de Fisher				.685	.417
Asociación lineal por lineal	.316	1	.574		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 92. Asociación entre motivo de su visita por ocio y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy* Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.970 ^a	2	.227
Razón de verosimilitudes	2.960	2	.228
Asociación lineal por lineal	1.087	1	.297
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 93. Asociación entre edad (grupos etareos) del entrevistado y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.050 ^a	1	.152		
Corrección por continuidad ^b	1.165	1	.280		
Razón de verosimilitudes	2.005	1	.157		
Estadístico exacto de Fisher				.176	.141
Asociación lineal por lineal	2.017	1	.155		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 94. Asociación entre motivo de su visita por familia y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.886 ^a	2	.642
Razón de verosimilitudes	1.563	2	.458
Asociación lineal por lineal	.518	1	.472
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 95. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.768 ^a	2	.681
Razón de verosimilitudes	1.074	2	.584
Asociación lineal por lineal	.264	1	.607
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 96. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy , Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.428 ^a	1	.513		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.768	1	.381		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.684
Asociación lineal por lineal	.422	1	.516		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 97. Asociación entre motivo de su visita por estudios y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.563 ^a	2	.458
Razón de verosimilitudes	1.719	2	.423
Asociación lineal por lineal	.196	1	.658
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 98. Asociación entre motivo de su visita religiosa y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.967 ^a	2	.617
Razón de verosimilitudes	1.214	2	.545
Asociación lineal por lineal	.298	1	.585
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 99. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.428 ^a	1	.513		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.768	1	.381		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.684
Asociación lineal por lineal	.422	1	.516		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 100. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y su interés en visitar el proyecto ecoturístico *Tubing Chixoy*, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.653 ^a	2	.721
Razón de verosimilitudes	1.162	2	.559
Asociación lineal por lineal	.469	1	.494
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 101. Asociación entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar *Tubing Chixoy* Chicamán,, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.523 ^a	1	.470		
Corrección por continuidad ^b	.143	1	.706		
Razón de verosimilitudes	.510	1	.475		
Estadístico exacto de Fisher				.505	.347
Asociación lineal por lineal	.514	1	.473		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 102. Asociación entre razones de tiempo por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.023 ^a	1	.880		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.023	1	.881		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.554
Asociación lineal por lineal	.022	1	.881		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 103. Asociación entre razones de dinero por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.369 ^a	1	.242		
Corrección por continuidad ^b	.353	1	.552		
Razón de verosimilitudes	1.142	1	.285		
Estadístico exacto de Fisher				.253	.253
Asociación lineal por lineal	1.348	1	.246		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 104. Asociación entre razones de dinero por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.187 ^a	1	.666		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.176	1	.675		
Estadístico exacto de Fisher				.646	.485
Asociación lineal por lineal	.184	1	.668		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 105. Asociación entre razones de dinero por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.043 ^a	1	.836		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.044	1	.834		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.601
Asociación lineal por lineal	.042	1	.837		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 106. Asociación entre razones de distancia por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.000 ^a	1	.986		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.000	1	.986		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.673
Asociación lineal por lineal	.000	1	.986		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 107. Asociación entre razones de distancia por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar *Tubing* Chixoy Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.187 ^a	1	.666		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.176	1	.675		
Estadístico exacto de Fisher				.646	.485
Asociación lineal por lineal	.184	1	.668		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 108. Asociación entre razones de distancia por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.077 ^a	1	.299		
Corrección por continuidad ^b	.388	1	.533		
Razón de verosimilitudes	1.245	1	.264		
Estadístico exacto de Fisher				.430	.280
Asociación lineal por lineal	1.061	1	.303		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 109. Asociación entre razones de acceso por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.234 ^a	1	.072		
Corrección por continuidad ^b	.419	1	.517		
Razón de verosimilitudes	1.990	1	.158		
Estadístico exacto de Fisher				.208	.208
Asociación lineal por lineal	3.183	1	.074		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 110. Asociación entre razones de acceso por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.562 ^a	1	.211		
Corrección por continuidad ^b	.089	1	.766		
Razón de verosimilitudes	1.176	1	.278		
Estadístico exacto de Fisher				.316	.316
Asociación lineal por lineal	1.537	1	.215		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 111. Asociación entre razones de acceso por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Finca El Soch, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.688 ^a	1	.407		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.597	1	.440		
Estadístico exacto de Fisher				.440	.440
Asociación lineal por lineal	.677	1	.410		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 112. Asociación entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.234 ^a	1	.072		
Corrección por continuidad ^b	.419	1	.517		
Razón de verosimilitudes	1.990	1	.158		
Estadístico exacto de Fisher				.208	.208
Asociación lineal por lineal	3.183	1	.074		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 113. Asociación entre razones de tipo de transporte por la cual no visitó Chicamán en esta ocasión y el interés de visitar *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.562 ^a	1	.211		
Corrección por continuidad ^b	.089	1	.766		
Razón de verosimilitudes	1.176	1	.278		
Estadístico exacto de Fisher				.316	.316
Asociación lineal por lineal	1.537	1	.215		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 114. Asociación entre que no visitó Chicamán en esta ocasión porque no sabía de sus existencia y el interés de visitar Chicamán, El Quiché, Guatemala

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.110 ^a	1	.146		
Corrección por continuidad ^b	1.053	1	.305		
Razón de verosimilitudes	1.975	1	.160		
Estadístico exacto de Fisher				.204	.152
Asociación lineal por lineal	2.077	1	.149		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 115. Asociación entre que no visitó Chicamán en esta ocasión porque no sabía de sus existencia y el interés de visitar *Tubing* Chixoy, Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.846 ^a	1	.092		
Corrección por continuidad ^b	1.780	1	.182		
Razón de verosimilitudes	2.693	1	.101		
Estadístico exacto de Fisher				.155	.093
Asociación lineal por lineal	2.801	1	.094		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 116. Asociación entre que no visitó Chicamán en esta ocasión porque no sabía de sus existencia y el interés de visitar Finca El Soch , Chicamán, El Quiché, Guatemala.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.591 ^a	1	.442		
Corrección por continuidad ^b	.213	1	.645		
Razón de verosimilitudes	.610	1	.435		
Estadístico exacto de Fisher				.547	.328
Asociación lineal por lineal	.581	1	.446		
N de casos válidos	64				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 117. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por falta de tiempo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.107 ^a	1	.743		
Corrección por continuidad ^b	.003	1	.955		
Razón de verosimilitudes	.107	1	.744		
Estadístico exacto de Fisher				.790	.475
Asociación lineal por lineal	.106	1	.745		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 118. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.046 ^a	1	.831		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.046	1	.830		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.573
Asociación lineal por lineal	.045	1	.832		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 119. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.046 ^a	1	.831		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.046	1	.830		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.573
Asociación lineal por lineal	.045	1	.832		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 120. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.188 ^a	1	.276		
Corrección por continuidad ^b	.118	1	.731		
Razón de verosimilitudes	1.855	1	.173		
Estadístico exacto de Fisher				.529	.399
Asociación lineal por lineal	1.169	1	.280		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 121. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.188 ^a	1	.276		
Corrección por continuidad ^b	.118	1	.731		
Razón de verosimilitudes	1.855	1	.173		
Estadístico exacto de Fisher				.529	.399
Asociación lineal por lineal	1.169	1	.280		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 122. Asociación entre el sexo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no sabía de su existencia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.678 ^a	1	.195		
Corrección por continuidad ^b	1.036	1	.309		
Razón de verosimilitudes	1.655	1	.198		
Estadístico exacto de Fisher				.268	.154
Asociación lineal por lineal	1.651	1	.199		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 123. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no le llama la atención.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18.005 ^a	38	.998
Razón de verosimilitudes	11.058	38	1.000
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 124. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por falta de tiempo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.289 ^a	19	.438
Razón de verosimilitudes	24.494	19	.178
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 125. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13.950 ^a	19	.787
Razón de verosimilitudes	14.468	19	.756
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 126. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.185 ^a	19	.773
Razón de verosimilitudes	14.973	19	.724
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 127. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.476 ^a	19	.997
Razón de verosimilitudes	5.890	19	.998
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 128. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.476 ^a	19	.997
Razón de verosimilitudes	5.890	19	.998
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 129. Asociación entre nacionalidad del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión ya que no sabía de su existencia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23.560 ^a	19	.214
Razón de verosimilitudes	28.780	19	.070
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 130. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no le llama la atención.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.166 ^a	6	.979
Razón de verosimilitudes	1.715	6	.944
Asociación lineal por lineal	.480	1	.488
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 131. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por falta de tiempo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.221 ^a	3	.359
Razón de verosimilitudes	3.566	3	.312
Asociación lineal por lineal	.001	1	.970
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 132. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.663 ^a	3	.645
Razón de verosimilitudes	2.430	3	.488
Asociación lineal por lineal	1.589	1	.207
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 133. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.860 ^a	3	.414
Razón de verosimilitudes	2.934	3	.402
Asociación lineal por lineal	1.051	1	.305
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 134. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.396 ^a	3	.941
Razón de verosimilitudes	.574	3	.902
Asociación lineal por lineal	.010	1	.921
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 135. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.690 ^a	3	.128
Razón de verosimilitudes	4.593	3	.204
Asociación lineal por lineal	3.571	1	.059
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 136. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no sabía de su existencia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.500 ^a	3	.682
Razón de verosimilitudes	1.801	3	.615
Asociación lineal por lineal	.030	1	.863
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 137. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no le llama la atención.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.297 ^a	2	.523
Razón de verosimilitudes	1.307	2	.520
Asociación lineal por lineal	.027	1	.870
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 138. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tiempo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.578 ^a	1	.447		
Corrección por continuidad ^b	.191	1	.662		
Razón de verosimilitudes	.567	1	.451		
Estadístico exacto de Fisher				.525	.327
Asociación lineal por lineal	.569	1	.451		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 139. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.090 ^a	1	.764		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.087	1	.768		
Estadístico exacto de Fisher				.670	.536
Asociación lineal por lineal	.089	1	.766		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 140. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.010 ^a	1	.920		
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.010	1	.921		
Estadístico exacto de Fisher				1.000	.610
Asociación lineal por lineal	.010	1	.921		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 141. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.051 ^a	1	.305		
Corrección por continuidad ^b	.020	1	.887		
Razón de verosimilitudes	.857	1	.355		
Estadístico exacto de Fisher				.378	.378
Asociación lineal por lineal	1.034	1	.309		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 142. Asociación entre estado civil del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no sabía de su existencia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.453 ^a	1	.228		
Corrección por continuidad ^b	.760	1	.383		
Razón de verosimilitudes	1.396	1	.237		
Estadístico exacto de Fisher				.318	.190
Asociación lineal por lineal	1.430	1	.232		
N de casos válidos	62				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS.*

Cuadro 143. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no le llama la atención.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.583 ^a	2	.453
Razón de verosimilitudes	1.912	2	.384
Asociación lineal por lineal	.643	1	.423
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPS*

Cuadro 144. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tiempo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.294 ^a	1	.255		
Corrección por continuidad ^b	.757	1	.384		
Razón de verosimilitudes	1.316	1	.251		
Estadístico exacto de Fisher				.295	.193
Asociación lineal por lineal	1.274	1	.259		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 145. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por dinero.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.337 ^a	1	.247		
Corrección por continuidad ^b	.622	1	.430		
Razón de verosimilitudes	1.430	1	.232		
Estadístico exacto de Fisher				.298	.219
Asociación lineal por lineal	1.316	1	.251		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 146. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por distancia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.099 ^a	1	.752	1.000	.513
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.098	1	.754		
Estadístico exacto de Fisher					
Asociación lineal por lineal	.098	1	.754		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 147. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por acceso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.092 ^a	1	.762	1.000	.640
Corrección por continuidad ^b	.000	1	1.000		
Razón de verosimilitudes	.090	1	.764		
Estadístico exacto de Fisher					
Asociación lineal por lineal	.090	1	.764		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 148. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión por tipo de transporte.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.140 ^a	1	.076	.154	.154
Corrección por continuidad ^b	1.076	1	.300		
Razón de verosimilitudes	3.797	1	.051		
Estadístico exacto de Fisher					
Asociación lineal por lineal	3.090	1	.079		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 149. Asociación entre edad (grupos etarios) del entrevistado y porque no visito Chicamán en esta ocasión porque no sabía de su existencia.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.872 ^a	1	.090	.105	.079
Corrección por continuidad ^b	2.011	1	.156		
Razón de verosimilitudes	2.843	1	.092		
Estadístico exacto de Fisher					
Asociación lineal por lineal	2.827	1	.093		
N de casos válidos	63				

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 150. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.615 ^a	4	.158
Razón de verosimilitudes	6.883	4	.142
Asociación lineal por lineal	.581	1	.446
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 151. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.800 ^a	5	.236
Razón de verosimilitudes	7.693	5	.174
Asociación lineal por lineal	.122	1	.726
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 152. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de miradores

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.874 ^a	5	.319
Razón de verosimilitudes	7.761	5	.170
Asociación lineal por lineal	.571	1	.450
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 153. Asociación entre sexo del entrevistado y el grado de necesidad de áreas de descanso

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.134 ^a	5	.149
Razón de verosimilitudes	8.981	5	.110
Asociación lineal por lineal	.434	1	.510
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 154. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15.646 ^a	15	.406
Razón de verosimilitudes	15.216	15	.436
Asociación lineal por lineal	.306	1	.580
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 155. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9.768 ^a	15	.834
Razón de verosimilitudes	11.844	15	.691
Asociación lineal por lineal	.016	1	.899
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 156. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.857 ^a	9	.169
Razón de verosimilitudes	16.575	9	.056
Asociación lineal por lineal	.210	1	.647
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 157. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9.865 ^a	15	.828
Razón de verosimilitudes	12.203	15	.664
Asociación lineal por lineal	.449	1	.503
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 158. Asociación entre estado civil del entrevistado y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10.658 ^a	15	.776
Razón de verosimilitudes	12.502	15	.641
Asociación lineal por lineal	1.619	1	.203
N de casos válidos	60		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 159. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de un sendero interpretativo

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.974 ^a	4	.562
Razón de verosimilitudes	3.734	4	.443
Asociación lineal por lineal	.266	1	.606
N de casos válidos	61		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 160. Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.340 ^a	5	.197
Razón de verosimilitudes	7.886	5	.163
Asociación lineal por lineal	.310	1	.577
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS***Cuadro 161.** Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.571 ^a	5	.350
Razón de verosimilitudes	5.443	5	.364
Asociación lineal por lineal	1.494	1	.222
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS***Cuadro 162.** Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.293 ^a	5	.279
Razón de verosimilitudes	5.985	5	.308
Asociación lineal por lineal	2.713	1	.100
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS***Cuadro 163.** Asociación entre nivel educativo del entrevistado y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.516 ^a	5	.259
Razón de verosimilitudes	6.043	5	.302
Asociación lineal por lineal	2.159	1	.142
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS***Cuadro 164.** Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11.008 ^a	8	.201
Razón de verosimilitudes	8.459	8	.390
Asociación lineal por lineal	.929	1	.335
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 165. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.785 ^a	10	.553
Razón de verosimilitudes	8.278	10	.602
Asociación lineal por lineal	.212	1	.645
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 166. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.866 ^a	6	.248
Razón de verosimilitudes	8.533	6	.202
Asociación lineal por lineal	.009	1	.924
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 167. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.583 ^a	10	.248
Razón de verosimilitudes	12.180	10	.273
Asociación lineal por lineal	.096	1	.756
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 168. Asociación entre motivo de su visita por ocio y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.058 ^a	10	.281
Razón de verosimilitudes	10.201	10	.423
Asociación lineal por lineal	.379	1	.538
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 169. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.496 ^a	8	.592
Razón de verosimilitudes	5.520	8	.701
Asociación lineal por lineal	.636	1	.425
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 170. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17.161 ^a	10	.071
Razón de verosimilitudes	8.599	10	.571
Asociación lineal por lineal	.482	1	.488
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 171. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.585 ^a	10	.964
Razón de verosimilitudes	4.474	10	.923
Asociación lineal por lineal	.566	1	.452
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 172. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.195 ^a	6	.901
Razón de verosimilitudes	3.148	6	.790
Asociación lineal por lineal	.072	1	.788
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 173. Asociación entre motivo familiar de su visita y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.)

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.468 ^a	10	.991
Razón de verosimilitudes	3.367	10	.971
Asociación lineal por lineal	.467	1	.494
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 174. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.190 ^a	8	.077
Razón de verosimilitudes	10.752	8	.216
Asociación lineal por lineal	.593	1	.441
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 175. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.288 ^a	10	.871
Razón de verosimilitudes	4.981	10	.892
Asociación lineal por lineal	.276	1	.600
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 176. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.077 ^a	6	.799
Razón de verosimilitudes	4.568	6	.600
Asociación lineal por lineal	.018	1	.894
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 177. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9.643 ^a	10	.472
Razón de verosimilitudes	10.984	10	.359
Asociación lineal por lineal	.055	1	.815
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 178. Asociación entre motivo de su visita por trabajo y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10.126 ^a	10	.429
Razón de verosimilitudes	8.228	10	.607
Asociación lineal por lineal	.422	1	.516
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 179. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.990 ^a	4	.200
Razón de verosimilitudes	4.691	4	.320
Asociación lineal por lineal	.652	1	.420
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 180. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.882 ^a	5	.865
Razón de verosimilitudes	2.016	5	.847
Asociación lineal por lineal	.547	1	.459
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 181. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.939 ^a	3	.585
Razón de verosimilitudes	2.710	3	.439
Asociación lineal por lineal	.099	1	.753
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 182. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.065 ^a	5	.840
Razón de verosimilitudes	2.837	5	.725
Asociación lineal por lineal	.044	1	.834
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 183. Asociación entre motivo de su visita por estar de paso y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.615 ^a	5	.899
Razón de verosimilitudes	2.049	5	.842
Asociación lineal por lineal	.550	1	.459
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 184. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.175 ^a	8	.144
Razón de verosimilitudes	9.345	8	.314
Asociación lineal por lineal	.239	1	.625
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 185. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.252 ^a	10	.935
Razón de verosimilitudes	3.942	10	.950
Asociación lineal por lineal	.416	1	.519
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 186. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.762 ^a	6	.838
Razón de verosimilitudes	4.076	6	.666
Asociación lineal por lineal	.032	1	.858
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 187. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.085 ^a	10	.621
Razón de verosimilitudes	7.178	10	.709
Asociación lineal por lineal	.044	1	.833
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 188. Asociación entre motivo de su visita por estudios y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.146 ^a	10	.615
Razón de verosimilitudes	8.071	10	.622
Asociación lineal por lineal	.185	1	.667
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 189. Asociación entre motivo de su visita religiosa y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.496 ^a	8	.592
Razón de verosimilitudes	5.520	8	.701
Asociación lineal por lineal	.636	1	.425
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 190. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.990 ^a	4	.200
Razón de verosimilitudes	4.691	4	.320
Asociación lineal por lineal	.652	1	.420
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 191. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.882 ^a	5	.865
Razón de verosimilitudes	2.016	5	.847
Asociación lineal por lineal	.547	1	.459
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 192. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.939 ^a	3	.585
Razón de verosimilitudes	2.710	3	.439
Asociación lineal por lineal	.099	1	.753
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 193. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.065 ^a	5	.840
Razón de verosimilitudes	2.837	5	.725
Asociación lineal por lineal	.044	1	.834
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 194. Asociación entre motivo de su visita por congresos y convenciones, y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.615 ^a	5	.899
Razón de verosimilitudes	2.049	5	.842
Asociación lineal por lineal	.550	1	.459
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 195. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6.976 ^a	8	.539
Razón de verosimilitudes	6.061	8	.640
Asociación lineal por lineal	.724	1	.395
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 196. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17.381 ^a	10	.066
Razón de verosimilitudes	8.772	10	.554
Asociación lineal por lineal	.459	1	.498
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 197. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.720 ^a	10	.987
Razón de verosimilitudes	3.231	10	.975
Asociación lineal por lineal	.557	1	.456
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 198. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.957 ^a	6	.814
Razón de verosimilitudes	4.113	6	.661
Asociación lineal por lineal	.110	1	.740
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 199. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.489 ^a	10	.679
Razón de verosimilitudes	6.574	10	.765
Asociación lineal por lineal	.084	1	.772
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 200. Asociación entre motivo de su visita por voluntariados y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.).

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.700 ^a	10	.840
Razón de verosimilitudes	5.403	10	.863
Asociación lineal por lineal	.666	1	.414
N de casos válidos	64		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 201. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de sendero interpretativo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.395 ^a	4	.249
Razón de verosimilitudes	7.163	4	.128
Asociación lineal por lineal	.022	1	.883
N de casos válidos	62		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 202. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de centro de visitantes.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.918 ^a	5	.713
Razón de verosimilitudes	3.612	5	.607
Asociación lineal por lineal	.123	1	.726
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 203. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de miradores.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.640 ^a	5	.027
Razón de verosimilitudes	17.499	5	.004
Asociación lineal por lineal	.831	1	.362
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 204. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de áreas de descanso.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.032 ^a	3	.169
Razón de verosimilitudes	7.124	3	.068
Asociación lineal por lineal	.158	1	.691
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 205. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de guías.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.047 ^a	5	.410
Razón de verosimilitudes	6.105	5	.296
Asociación lineal por lineal	1.359	1	.244
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*

Cuadro 206. Asociación entre edad (grupos etareos) el entrevistado y el grado de necesidad de equipo (casco, chaleco, salvavidas, linterna, etc.)

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5.623 ^a	5	.345
Razón de verosimilitudes	6.999	5	.221
Asociación lineal por lineal	.563	1	.453
N de casos válidos	63		

Fuente: Elaboración propia, 2011. *Prueba Chi-cuadrado, programa SPSS*