

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades



Propuesta de planificación turística para el municipio de San  
Martín Jilotepeque, Chimaltenango 2025-2028

Trabajo de graduación en modalidad de trabajo profesional presentado por  
Evelyn Marina Mutzutz Alvarado para optar el grado a Licenciada en  
Turismo

Guatemala,

2025



UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades



Propuesta de planificación turística para el municipio de San  
Martín Jilotepeque, Chimaltenango 2025-2028

Trabajo de graduación en modalidad de trabajo profesional presentado por  
Evelyn Marina Mutzutz Alvarado para optar el grado a Licenciada en  
Turismo

Guatemala,

2025

## **Prefacio**

Este proyecto ha sido muy significativo principalmente por el trabajo de campo que realicé en San Martín Jilotepeque, un pueblo al que le tengo mucho aprecio y que sin duda necesitaba seguir conociendo y explorando.

Agradezco a Dios por permitirme vivir este momento, a mis ancestros y abuelitos por sembrar esta semilla que hoy da frutos. También agradezco mi papá por ser mi gran compañero de vida y aventuras, por enseñarme el valor del compromiso y disciplina; a mi madre por su apoyo y confianza, e impulsarme a aprender en la universidad de la vida y a cada uno de mis hermanos por su soporte en esta etapa universitaria.

Agradezco a mis compañeros y amistades porque fueron parte elemental para finalizar la carrera; a la Licenciada Elma Morales, quien me estuvo guiando en este camino; a toda la comunidad UVG, con quien tuve el honor de convivir estos años tan asombrosos.

Agradezco al pueblo San Martineco, especialmente las personas que participaron en esta investigación, por su compromiso y energía en la elaboración de esta propuesta, sin ustedes no lo hubiera logrado y a la Asociación de Mujeres K 'o Samuj Junan que aportó para que algunas actividades de la investigación pudieran realizarse sin limitación.

# Índice general

Prefacio.....	I
Lista de tablas.....	III
Lista de figuras.....	IV
Siglas, acrónimos y abreviaturas.....	V
Resumen.....	VI
Abstract.....	VII
I. Introducción.....	1
II. Antecedentes.....	2
III. Justificación.....	10
IV. Objetivos.....	12
V. Métodos.....	13
A. Proceso metodológico.....	13
VI. Resultados.....	16
A. Diagnóstico de San Martín Jilotepeque.....	16
B. Definición de líneas de estrategia y plan de acción para el destino.....	27
C. Marco Estratégico para el plan turístico de San Martín Jilotepeque 2025-2028.....	31
VII. Planificación turística para San Martín Jilotepeque, un municipio por descubrir.....	32
A. Objetivo general.....	32
B. Ejes.....	32
C. Plan de acción para el desarrollo turístico.....	35
D. Evaluación y monitoreo.....	41
E. Socialización de la propuesta.....	43
VIII. Conclusiones.....	44
IX. Recomendaciones.....	45
X. Glosario.....	46
XI. Referencias.....	47
XII. Anexos.....	51

## Lista de tablas

Tabla 1. Factores del análisis de imagen.....	18
Tabla 2. Inventario turístico de San Martín Jilotepeque. ....	20
Tabla 3. Listado de restaurantes y cafeterías en San Martín Jilotepeque.....	21
Tabla 4. Servicio de transporte.....	22
Tabla 5. Marco lógico .....	27
Tabla 6. Tabla de proyectos .....	35
Tabla 7. Tabla por actividades .....	38
Tabla 8. Tabla de evaluación.....	41
Tabla 9. Lista de actores involucrados .....	51
Tabla 10. FODA.....	53

## Lista de figuras

Figura 1. Mural de ingreso a San Martín Jilotepeque. ....	5
Figura 2. Pirámides gemelas de Chuwa Nima Ab'aj. ....	6
Figura 3. Plaza e iglesia católica de San Martín Jilotepeque. ....	7
Figura 4. Casa real.....	8
Figura 5. Mapa de San Martín Jilotepeque.....	16
Figura 6. Estadística de visitantes por mes.....	17
Figura 7. Resumen anual de ingreso en "Mixco Viejo". ....	25
Figura 8. Portada de la propuesta .....	43
Figura 9. Fotografías de los dibujos del análisis de imagen.....	52
Figura 10. Árbol de problemas.....	54
Figura 11. Árbol de soluciones .....	55
Figura 12. Hojas de asistencia para los talleres.....	56
Figura 13. Marco lógico .....	57
Figura 14. Fotografías de los talleres realizados .....	60

## **Siglas, acrónimos y abreviaturas**

ADESCA	Aporte para la descentralización cultural.
CAMTUR	Cámara Nacional de Turismo de Guatemala.
CAT	Comité de Autogestión Turística.
COCODE	Consejo Comunitario de Desarrollo Urbano y Rural.
CODEDE	Consejo Departamental de Desarrollo.
COMUDE	Consejo Municipal de Desarrollo Urbano y Rural.
DMM	Dirección Municipal de la Mujer.
IDAEH	Instituto de Antropología e Historia de Guatemala.
INE	Instituto Nacional de Estadística Guatemala.
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo.
INTECAP	Instituto Técnico de Capacitación y Productividad.
MCD	Ministerio de Cultura y Deportes.
MINECO	Ministerio de Economía.
MYPIME	Micro, pequeña y mediana empresa.
PMTS	Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala.
PRONACOM	Programa Nacional de Competitividad.
SEGEPLAN	Secretaría General de Planificación.
SMJ	San Martín Jilotepeque.
SOSEA	Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Alcalde.
UGAM	Unidad de Gestión Ambiental Municipal.

## Resumen

Guatemala cuenta con una posición geográfica excepcional y una considerable riqueza natural, cultural e histórica que la vuelve competitiva en el sector turístico. En 2024, recibió a más de tres millones de turistas no residentes, lo que resulta alentador tras la caída ocasionada por la pandemia de Covid-19, la cual expuso la ausencia de una planificación turística adecuada y perjudicó la recuperación del sector. En contraste, los países que sí tenían planificaciones estratégicas consiguieron recuperarse más rápido.

El Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 subraya el potencial de Guatemala y enfatiza la importancia de establecer un turismo sostenible a través de una planificación estratégica que priorice, diversifique y coordine los esfuerzos del sector. Asimismo, el Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario sugiere iniciar la planificación desde las localidades hasta el ámbito nacional, incorporando información cuantitativa y cualitativa para una adecuada toma de decisiones.

En este sentido, Chimaltenango necesita atención, ya que su planificación turística está desactualizada desde 2007 y no tiene la cobertura específica para cada municipio. Este es el caso de San Martín Jilotepeque, el cual es un municipio que resalta por su potencial turístico, como lo demuestra el sitio arqueológico Chuwa Nima'ab'äj (Mixco viejo) y sus diversos atractivos culturales y naturales. No obstante, el crecimiento turístico está restringido por la carencia de planificación y perspectiva.

Se sugiere el desarrollo de un plan turístico municipal para San Martín Jilotepeque que funcione como fundamento para impulsar el turismo de manera estratégica, sostenible y coherente con los planes locales vigentes. De acuerdo con el Plan K'atun 2032, esta clase de planificación es esencial para alcanzar un desarrollo competitivo, reducir impactos adversos y optimizar el uso de los recursos turísticos.

**Palabras clave:** planificación turística, Guatemala, San Martín Jilotepeque, organización, desarrollo económico local.

## Abstract

Guatemala has an exceptional geographical location and considerable natural, cultural, and historical wealth that makes it competitive in the tourism sector. In 2024, it welcomed more than three million non-resident tourists, which is encouraging after the decline caused by the Covid-19 pandemic, which exposed the lack of adequate tourism planning and hindered the sector's recovery. In contrast, countries that did have strategic planning in place recovered more quickly.

The 2015-2025 Sustainable Tourism Master Plan underscores Guatemala's potential and emphasizes the importance of establishing sustainable tourism through strategic planning that prioritizes, diversifies, and coordinates the sector's efforts. Likewise, the Strategic Plan for Rural and Community Tourism suggests initiating planning from the local level to the national level, incorporating quantitative and qualitative information for sound decision-making.

In this regard, Chimaltenango needs attention, as its tourism planning has been outdated since 2007 and lacks specific coverage for each municipality. This is the case of San Martín Jilotepeque, a municipality notable for its tourism potential, as evidenced by the Chuwa Nima'ab'äj (Mixco viejo) archaeological site and its diverse cultural and natural attractions. However, tourism growth is restricted by a lack of planning and foresight.

It suggest developing a municipal tourism plan for San Martín Jilotepeque to serve as a foundation for promoting tourism in a strategic, sustainable manner, consistent with current local plans. According to Plan K'atun 2032, this type of planning is essential for achieving competitive development, reducing adverse impacts, and optimizing the use of tourism resources.

**Keywords:** tourism planning, Guatemala, San Martín Jilotepeque, organization, local economic development

# **I. Introducción**

Guatemala se posiciona como un país turístico con alto potencial gracias a su ubicación geográfica, su abundante riqueza natural, cultural e histórica. En 2024, se registraron más de tres millones de turistas no residentes, una recuperación significativa tras la pandemia. Durante esos años se evidenció la debilidad por la ausencia de desarrollo y aplicación de planificación turística adecuada, lo que limitó el desarrollo y recuperación turística en el país.

En este contexto, la planificación se vuelve esencial para guiar el crecimiento ordenado y sostenible del turismo. Este paso debe iniciar de micro a macro niveles, de ahí la importancia de planificar primero a nivel local para conocer las necesidades y así se aporte a las siguientes categorías. Tal es el caso de San Martín Jilotepeque, un municipio de Chimaltenango que alberga atractivos significativos como el sitio arqueológico Chuwa Nima'ab'äj (Mixco Viejo). A pesar de las varias fortalezas, el municipio carece de una visión, estructura organizativa y condiciones que permitan aprovechar sus recursos turísticos.

A continuación, se plantea la elaboración de un plan turístico municipal para San Martín Jilotepeque 2025-2028 que contribuya al desarrollo económico local, alineándose con los planes estratégicos existentes, con enfoque para potencializar el turismo y posicionar al municipio a nivel nacional.

## **II. Antecedentes**

### **A. Evolución del turismo**

El turismo no surge exactamente por ocio como lo conocemos en la actualidad. En los años 400 a. C. Sócrates hablaba a sus discípulos sobre la necesidad de “viajar para obtener conocimientos”. Más adelante, surgieron los viajes por peregrinaciones religiosas como a Tierra Santa en los años 477 d. C. pero fue hasta el año 1,095 cuando hubo un auge en las cruzadas que motivaban al comercio y, por lo tanto, inicia los primeros servicios para satisfacer las nuevas necesidades durante los viajes (Guevara, 2018).

Durante la Edad Moderna se incrementa el interés por viajar, principalmente influenciada por las expediciones marítimas, lo que permitió establecer los primeros alojamientos. Luego, durante el siglo XVI, finalmente se establece el término turista refiriéndose a las personas que viajan, este término inició por el “Grand Tour” en donde mandaban a los jóvenes aristócratas ingleses al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir nuevas experiencias en Europa. Con la Revolución industrial, se dispone de nuevos y mejores recursos para viajar iniciando con el transporte como barcos a vapor y líneas férreas (Rodríguez, 2011).

Thomas Cook, a quien se le conoce como el “padre del turismo” debido a que, a sus 33 años, organiza el primer viaje planeado de la historia, con la intención de reinsertar a personas con adicción al alcohol. Este viaje trasladaba en ferrocarril a unas 540 personas de Harborugh a Leicester, Inglaterra. A pesar de que, en ese primer viaje no obtuvo muchas ganancias, Thomas vio el potencial económico de la actividad turística y del impacto que puede llegar a tener. Con ello dio el inicio a los paquetes turísticos y nació la primera agencia de viajes en el mundo “Thomas Cook and Son”, esto significó avances muy significativos para el turismo como la creación de tour operadoras (Negrín, 2020).

### **B. Turismo en Guatemala**

Los primeros esfuerzos para desarrollar el turismo en Guatemala se remontan al año 1882, cuando se abrió el hotel San Carlos en la Ciudad de Guatemala, seguido por la apertura del Hotel Modelo en Quetzaltenango. Los personajes importantes para el turismo en Guatemala fueron: Don Salvador Herrera, quien construyó el Palace Hotel, pero que después de 50 años

de funcionamiento cierra definitivamente; Don Jorge Herrera Cerdón, además de ser fundador y director del Club Rotario y Club Leones, también fundó el Club Turista (INGUAT, 2011).

Según el folleto de introducción al INGUAT, nos relata que en la década 1920 significó un auge para la actividad turística, esto debido a los primeros viajes internacionales a Guatemala realizados por Grace & Company. En la década de los 40, aumenta el turismo debido a la promoción desde el gobierno, en 1952 se establece la oficina nacional de turismo para luego en 1967, a través del Decreto Legislativo 1701 del Congreso de la República, publicado en el Diario Oficial el 6 de octubre, se crea el Instituto Guatemalteco de Turismo conocido por sus siglas como INGUAT.

Para los años 70, el turismo dio una pausa por la crisis política y social que vivió el país tras el conflicto armado; Sin embargo, en 1978, reanudaron esfuerzos, tras la creación del plan turístico de Tikal, que se establece la conservación y restauración del parque Tikal y así como la construcción del segundo aeropuerto internacional en Santa Elena en Petén. En 1979, se declaró Patrimonio Mundial de la Humanidad al Parque Nacional Tikal y a la Ciudad de La Antigua Guatemala por la UNESCO. Tras la firma de la paz en la década de los 90 se vuelve a impulsar el turismo y con el tiempo nuevas tendencias se hacen presente como el turismo sostenible y comunitario (INGUAT, 1996).

Con el cambio del siglo en los años 2000, se crean los Comités Locales de Turismo, se presentan planes como la “Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala, 2004 -2014”. Se crean los Comités de Autogestión Turística, los que son administrados por las propias comunidades y en 2011, se firma un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre INGUAT, Asociación nacional de Municipalidades (ANAM) y municipalidades del país, con el objeto de dejar plasmado los lineamientos de la primera fase en la creación de las Oficina de Turismo Municipal, que apoyarán la promoción de la oferta turística local (INGUAT, 2011).

### **C. Turismo en Chimaltenango**

Chimaltenango, conocida como ciudad de los escudos está ubicado a 54 kilómetros de la ciudad capital, posee una extensión territorial de 1,979 Kilómetros cuadrados (Municipalidad de Chimaltenango, 2016).

Según la planificación turística de Chimaltenango de 2007, este se distingue por la particularidad de cada municipio, siendo sus principales atractivos los sitios arqueológicos como Chuwa Nima'ab'äj o antes conocido como Mixco Viejo en el municipio de San Martín Jilotepeque o la antigua capital de los kaqchikeles Iximché en Tecpán, también visitada por sus hoteles y restaurantes; los pueblos como Patzún, Patzicía y San Juan Comalapa, son característicos por ser lugares llenos de arte. Este último municipio fue hogar del compositor de la música del Himno nacional de Guatemala, Rafael Álvarez Ovalle; Adicional a ello, Chimaltenango es visitada por sus paisajes naturales como el volcán de Acatenango en donde también se aprecia el volcán de Fuego y Agua (Salguero, 2004).

En el 2020, tras la pandemia el turismo disminuyó a nivel nacional y afectó significativamente la actividad turística. En el periodo 2014-2020 se registra un total de 94,795 de visitantes no residentes en el departamento de Chimaltenango según el boletín de perfil del turista 2020 de INGUAT.

Las personas que visitan el departamento provienen de países como Estados Unidos, El Salvador, Honduras y el resto de Centroamérica, 65% son hombres y 35% son mujeres que comprenden la edad de 45 a 55 años y su principal motivo de viaje es visitar a amigos/familiares y ocio en busca de actividades culturales y naturales (INGUAT, 2007) .

En 2022, el total de visitantes no residentes fue de 35,431 siendo diciembre el mes en que más se recibió a turistas y sus tendencias se conservaron siendo su principal motivo visitar amigos y familiares aprovechando visitar lugares que les ofrezca paisaje y conocer la cultura visitando los sitios arqueológicos (INGUAT, 2022).

#### **D. Turismo en San Martín Jilotepeque**

San Martín Jilotepeque es uno de los 16 municipios de Chimaltenango, y tiene la característica de ser el municipio más extenso del departamento, con 251 kilómetros cuadrados (García y Armira,2011).

Es conocida como tierra del zompopo, la escultura de este insecto acompaña a las representativas indígenas del municipio (Rumi'al taq'aj Och'äj) en las diferentes actividades a las que deben asistir, también se puede apreciar en su mural de ingreso desde Chimaltenango, un zompopo por encima del mapa del municipio. Los zompopos, son una especie de hormigas gigantes, considerados por el INAB como una plaga que puede llegar a dañar a los árboles, no

obstante, para algunas partes del altiplano son considerado un platillo especial para la población indígena, consumido en el mes de las primeras lluvias, anteriormente conocidos como zompopo de mayo, pero con los cambios del clima puede ir variando su presencia (Elías, 2011).

Figura 1. Mural de ingreso a San Martín Jilotepeque.



Nota. Elaboración propia.

Turísticamente, San Martín es concurrido por su comercio y trabajo artesanal como los panitos de San Martín, tejidos como los huipiles característicos de San Martín, además de los balnearios como el Ojo de Agua y Xesuj (Salguero, 2004). También es un lugar de fincas y sitios turísticos como Turicentro Xesuj y el Valle, Ecoturismo Pachun, finca Catalán, Green Resort entre otros. Sin embargo, Chuwa Nima'ab'äj es el icono principal en el municipio por su relevancia en la historia y ser uno de los sitios arqueológicos de Guatemala mejor conservados.

Está ubicada al extremo noroeste del departamento de Chimaltenango. A 60 km de la ciudad de Guatemala con 980 metros sobre el nivel del mar y a unos 6 km al oeste de la afluencia del río Pixcayá. Esta es una ciudad Postclásica de carácter defensivo rodeada de barrancas y con edificaciones protegidas por muros escalonados de piedra. Sus estructuras, de las cuales la mayoría eran basamentos de piedra para albergar construcciones de materiales perecederos en su parte superior (Ministerio de Cultura y Deportes., 2013).

*Figura 2. Pirámides gemelas de Chuwa Nima Ab'aj.*



*Nota. Elaboración propia.*

Otro de los espacios turísticos de San Martín que alberga historia es la plaza central del municipio. En 2020, se inició con los procesos para declarar a la plaza como patrimonio cultural debido a que este es un icono colonial que adorna la iglesia del pueblo, fue construida en 1545 por la Orden de dominicos. Esta edificación ha sido impactada por tres terremotos, la primera fue en 1902, luego en 1942 y la tercera en 1976, desde ese entonces se ha descuidado, ya que en la actualidad este es usado como mercado lo que daña la estructura colonial característica (Vicente, 2020).

Finalmente, en 2022, La Plaza Pública Municipal de San Martín Jilotepeque fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación por el Ministerio de Cultura y Deportes; tal como lo establece el acuerdo ministerial 1145-2022. Sin embargo, los esfuerzos para resguardar la integridad de la plaza son casi nulas por lo que aún se sigue usando como plaza comercial del municipio. En el plan maestro de turismo sostenible, establece a San Martín Jilotepeque como una zona relevante para el altiplano, debido a su cultura maya viva; Sin embargo, por la

deficiente información sobre el municipio y la actividad turística es casi nula el registro de la actividad turística.

*Figura 3. Plaza e iglesia católica de San Martín Jilotepeque.*



*Nota. Elaboración propia.*

La Casa real es un edificio ubicado en la plaza de San Martín Jilotepeque, su importancia inicia debido a que, del 12 al 25 de septiembre de 1826, Cirilo Flores, traslada la asamblea constituyente a esta villa, específicamente en la Casa Real, lugar desde donde se realizaron reuniones y se emitieron disposiciones de valor para esta época como el posterior traslado de la capital a la Antigua Guatemala.

El 4 de febrero de 1976 tras el terremoto, el pueblo de San Martín Jilotepeque sufre grandes destrucciones entre ellos este edificio, posteriormente en 1993, fue reconstruido por la Asociación de Sanmartinecos Unidos de Estados Unidos (Cuevas, arte y fotografía, s.f.).

*Figura 4. Casa real.*



*Nota. Obtenida de Vielman, Oscar (2018)*

## **E. Planificación Turística En Guatemala.**

En el Plan Maestro de Turismo Sostenible resume la trayectoria de la planificación que dio inicio en 2005, desarrollando el Plan Turístico Sustentable, en donde se propone el ordenamiento territorial en sistemas turísticos, que dio como resultado el establecimiento de las regiones turísticas: Guatemala, Moderna y Colonial; Altiplano, Cultura Maya Viva; Petén, Aventura en el Mundo Maya; Izabal, un Caribe Verde; Las Verapaces, Paraíso Natural; Pacífico, Mágico y Diverso; Oriente, Místico y Natural.

Para el año 2000, surge la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible que propone la creación de los Comités Locales de Turismo. En 2002, junto al SIGAP se crea la Política sobre las Actividades Turísticas en Áreas Protegidas, también se establece la Política Nacional de Agroturismo y la Política Nacional de Ecoturismo y en 2004, se crean los Comités de Autogestión Turística (CAT).

Finalmente, en 2015 se presenta el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025, planificación que busca promover el ordenamiento del territorio nacional, en función de su potencial turístico, con la finalidad de conservar y proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Por otro lado, la elaboración del K'atun 2032 se vuelve importante para el desarrollo de siguientes planificaciones, pues es la guía general de la gestión pública del país con base en

políticas públicas para la creación de proyectos del Estado y de nación que reivindique los derechos e intereses de toda la población, respetando la diversidad y potenciando la integración social mediante los lineamientos para el desarrollo durante los próximos veinte años con ayuda de los ejes:

- Guatemala Urbana y rural, el cual se enfoca en la interrelación que hay en estos dos espacios y cómo pueden dinamizarse las actividades de ambos.
- Bienestar para la gente, los derechos básicos como la salud, educación, cultura y protección social.
- Riqueza para todas y todos, que se enfoca en el área económica y su crecimiento para los guatemaltecos.
- Recursos naturales hoy y para el futuro, se enfoca en el trabajo para mantener la biodiversidad de Guatemala, mitigar o disminuir los impactos negativos de este y finalmente,
- El Estado como garante de los derechos humanos y conductor del desarrollo, habla sobre temas gubernamentales y la participación ciudadana. (Segeplan; Conadur, 2014)

### III. Justificación

Turísticamente, Guatemala posee una excelente localización geográfica al estar cerca de Estados Unidos, uno de los mercados turísticos emisores más grande del mundo. El país cuenta con una diversidad en recursos naturales, variedad en microclimas, historia y cultura que lo hacen un país singular y muy competitivo en la región (Rivera, 2016). Además, para el 2024, INGUAT registró el ingreso total anual de 3,037,282 visitantes no residentes, un dato positivo para el turismo en el país con respecto a la recepción en 2023. Sin embargo, estos números no aseguran el beneficio y el buen manejo para la sostenibilidad a largo plazo de la actividad.

La pandemia por Covid-19 ha dejado enseñanzas en el turismo, así lo menciona el blog del World Bank. Los países y lugares que se recuperaron mucho más rápido fueron aquellos que tenían un plan de contención o aquellos que, en el momento de crisis iniciaron a tomar medidas inmediatas y estratégicas que incluyen respuestas para los posibles escenarios a corto, mediano y largo plazo, lo que en otras palabras se conoce a la planificación.

En Guatemala la pandemia delató esa escasa planificación que aportaba al impedimento de tomar decisiones estratégicas e informadas, lo que provocó su declive. Se proyectó que la recuperación sería lenta para lograr el alcance del 2019, pero que, de cierta forma, esto serviría como oportunidad para reorganizar al sector, designar compromisos y responsabilidades que nuevamente se traduce en planificación turística (Lemus & Díaz, 2022).

El Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 reafirma que Guatemala es un país con potencial turístico debido a su historia, tradiciones, su clima, su diversidad en patrimonio natural y cultural, sus comunidades y los atractivos turísticos. Por lo que idealmente se debe consolidar el turismo de manera sostenible lo que se asemeja a un desarrollo integral. Para lograr ese ideal se requiere delimitar las prioridades, además de ello, requiere diversificar, promover los atractivos y crear esfuerzos para la organización de actores lo que finalmente da paso para impulsar el desarrollo y promoción turística. Lo que nuevamente lleva a la planificación turística.

El Plan estratégico de turismo rural y comunitario de Guatemala, menciona que la planificación turística debería desarrollarse desde los niveles locales, luego regionales y terminar con los nacionales. A su vez, estas políticas sirven como evaluación cuantitativa y cualitativa, permitiendo tener datos para su análisis y toma de decisiones. Chimaltenango, como

departamento, posee una planificación desde 2007 por lo que ahora se considera desactualizado y con poca cobertura a todos los municipios del departamento.

Chimaltenango, está ubicado en la región del Altiplano cultura maya viva y posee dieciséis municipios: Chimaltenango, San José Poaquil, San Juan Comalapa, Santa Apolonia, Tecpán, Patzún, San Miguel Pochuta, Patzicia, Santa Cruz Balanyá, Acatenango, San Pedro Yepocapa, San Andrés Itzapa, Parramos, Zaragoza, El Tejar y San Martín Jilotepeque.

Este último se caracteriza por su potencial turístico, según las estadísticas del INGUAT en 2022, Chimaltenango fue visitado por 35,431 turistas nacionales e internacionales, su principal motivo era el ocio y diversas. San Martín Jilotepeque tiene todas esas actividades, pero el desarrollo turístico es escaso. Por esa razón, se propone la elaboración de un plan que contribuya al primer paso para el desarrollo de sus actividades y condiciones.

El Plan de Desarrollo de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango 2011- 2025, el Plan de Desarrollo Municipal 2019-2032 y el Plan Estratégico Institucional 2021- 2025 coinciden en que San Martín Jilotepeque tiene un alto potencial turístico por la diversidad de tradiciones, atractivos y principalmente por el sitio arqueológico Chuwa Nima'ab'äj conocido como Mixco Viejo. Según informes de Fundesa, el municipio cuenta con aspectos que pueden usarse en favor del desarrollo económico local como el turismo integral que se alinean con las visiones de las autoridades (Fundesa, s.f.).

El turismo, entonces puede ser un motor de desarrollo para el municipio, pero no se tiene una visión clara de cómo iniciar y lo que se quiere lograr por lo que al final se desaprovecha los recursos y beneficios que podría traer. Teniendo en cuenta lo anterior, la planificación es un proceso fundamental para iniciar cualquier proyecto. El plan K'atun 2032, brinda lineamientos para constituir las bases para el desarrollo de un país competitivo y un turismo sostenible.

## **IV. Objetivos**

### **A. Objetivo general**

Diseñar una propuesta de planificación turística para el municipio de San Martín Jilotepeque. Con el fin de aprovechar los recursos turísticos para promover una fuente alternativa económica que beneficie al municipio.

### **B. Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual del municipio con relación a su actividad turística.
- Diseñar las estrategias que integrarán el plan de desarrollo turístico municipal para fomentar la competitividad del territorio y la generación de fuentes de ingresos alternativos.
- Promover la apropiación del plan turístico municipal para que los actores claves impulsen su implementación.

## V. Métodos

### A. Proceso metodológico

Para la elaboración de la presente propuesta de desarrollo turístico se realizó de manera participativa con la comunidad. A continuación, se describe cronológicamente los pasos realizados por las investigadoras para la elaboración de esta propuesta.

#### 1. Fases

- **Fase 1. Diagnóstico de la situación actual**

1.1. Investigación documental. Se recopila información del municipio ya disponible en medios físicos y digitales que aporten a la ampliación del panorama para este estudio.

1.2. Mapeo de los actores turísticos del municipio. Se identificó a aquellos que cumplan con los requisitos. A cada actor turístico seleccionado se le realizó una entrevista para confirmar su interés y disposición a participar en la investigación.

1.3. Reunión con los actores para socializar el objetivo del estudio. En esta misma reunión se aprovechó para analizar la expectativa de la comunidad hacia el municipio y su relación al turismo mediante un análisis de imagen.

1.4. Creación del listado de recursos turísticos. Luego del listado se realizó un análisis a través de la elaboración del árbol de problemas, con el objetivo de identificar las dificultades que actualmente estos recursos y la comunidad enfrentan en relación con la actividad turística.

1.5. Visita técnica a los recursos de interés. Se realizó una visita técnica al icono turístico del municipio, Chuwa Nima'Ab' Äj'. Se realizó una observación directa con el propósito identificar áreas de mejora y proponer ideas de acción para el sitio.

1.6. Identificación de retos y desafíos para el desarrollo turístico del municipio por medio de un análisis FODA. Se concluyó la fase de diagnóstico con la elaboración de un árbol de soluciones para identificar las posibles vías de acción en la fase 2.

1.7. Socialización de resultados del diagnóstico obtenido a los actores, con apertura para realizar cambios y mejoras.

- **Fase 2. Definición de líneas de estrategia y plan de acción para el destino**

2.1. Estructuración de las líneas estratégicas de la propuesta con ayuda de la herramienta marco lógico.

2.2. Formulación de la propuesta del plan de acción.

- **Fase 3. Socialización de la propuesta del plan**

3.1. Socialización del plan con los actores y encaminar al grupo estableciendo un equipo responsable para la ejecución del plan.

## **2. Participantes**

Para la creación del plan es fundamental la integración de los actores turísticos. Por lo que se plantea la integración de 20 actores y se tomará en cuenta los siguientes criterios:

- Personas mayores de edad que comprendan entre las edades de 18 a 60 años que sepan escribir y leer.
- Personas que residan o sean originarios del municipio de San Martín Jilotepeque.
- Representantes de organizaciones, entidades públicas o privadas, empresas y negocios del departamento de Chimaltenango y municipio de San Martín Jilotepeque con interés en el desarrollo turístico.
- Colaboración y accesibilidad, que las personas muestren interés en las actividades que se planteen y tengan el tiempo de participar cuando sea requerido.
- Para este trabajo se evitó la participación de grupos vulnerables como lo son: niños, mujeres embarazadas, y adultos mayores.

## **3. Parámetros de los atractivos**

Esta propuesta busca mapear y realizar un inventario de los posibles y actuales atractivos turísticos, por lo que se proponen los siguientes parámetros, para ellos es necesario que cumpla por lo mínimo 1 de los siguientes parámetros:

### **a. Ubicación**

- Que se encuentre dentro del territorio del municipio de San Martín Jilotepeque.

- Accesibilidad a transportes, que los atractivos tengan al menos una vía de acceso para los visitantes.
- Contexto geográfico, como el potencial de tener montañas, cerros, ríos o su biodiversidad.
- Distancia entre pueblos, que se dinamicen las actividades, considerando optimizar el tiempo de los visitantes.

**b. Infraestructura**

- Alojamiento como hoteles y hostales, que tenga al menos un servicio complementario cercano.
- Comedores o restaurantes, que posea algún lugar donde adquirir alimentos.
- Servicios básicos: agua y luz, que tenga servicios básicos cercanos para los visitantes.

**c. Valor social**

- Recursos culturales: sitios arqueológicos, monumentos o valor histórico para la población.
- Sentido de pertenencia asociado a tradiciones o actividades económicas como, agricultura, deportes, textiles, relatos, bailes entre otros.
- Patrimonio cultural, tangible e intangible.

## VI. Resultados

### A. Diagnóstico de San Martín Jilotepeque

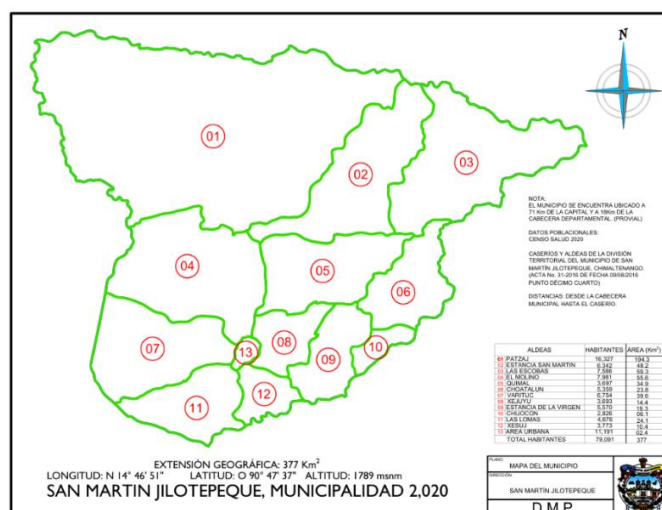
#### 1. Información general del municipio

San Martín Jilotepeque conocida como tierra del Zompopo y del Maíz tierno, es el municipio más extenso de Chimaltenango, con 377 kilómetros cuadrados. Se ubica a 21 kilómetros de la cabecera departamental de Chimaltenango, a 71 km de la ciudad de Guatemala. Altitud 1,786 MSNM, latitud 14°46'5'', longitud: 90°47'35''. (Municipalidad de San Martín Jilotepeque, 2010).

Las vías de acceso existentes en el municipio principalmente son 3, desde la cabecera departamental de Chimaltenango carretera asfaltada de 21 kilómetros (kms) desde el municipio de Joyabaj Quiche hacia San Martín Jilotepeque, carretera asfaltada de 40 kms, y desde el municipio de San Juan Comalapa carretera de terracería de 19 km. (Municipalidad de SMJ, 2019).

El municipio cuenta con 12 aldeas: Patzaj, Estancia de San Martín, Las Escobas, El Molino, Quimal, Choatulún, Varituc, Xejuyu, Estancia de la Virgen, Chijocon, Las Lomas (Pachay y Sacalá), Xesuj. El casco urbano como el pueblo se compone de: Barrio San Gaspar, zona 1; Barrio El Calvario, zona 2; San Antonio la Joya, zona 3; Barrio San José el Guite, zona 4 (López, 2024).

Figura 5. Mapa de San Martín Jilotepeque.



Nota. Obtenida en SEGEPLAN (2020)

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2018, la población para el municipio de San Martín Jilotepeque es de 73,469 habitantes, de los cuales 10,812 se encuentran en el área urbana y 62,657 en el área rural. El 46.9 % son hombres y el 53.1 % mujeres. Según las estimaciones y proyecciones de la población total a nivel municipal del INE, para el año 2025 se proyecta una población de 98,857 habitantes en el municipio (Municipalidad de San Martín Jilotepeque, SEGEPLAN, 2022).

## 2. Análisis de oferta y demanda

Según el Instituto Guatemalteco de Turismo, en el año 2022, Chimaltenango recibió a 35,431 de personas no residentes. En donde los meses con mayor afluencia fue diciembre con un total 5,602, seguido de noviembre y agosto con 4,606 y 3,458 respectivamente.

*Figura 6. Estadística de visitantes por mes.*



*Nota. Obtenida del INGUAT (2022)*

El lugar de origen de los principales visitantes es: Países Bajos (16%), Israel (15%), El Salvador (14%), otros de Europa (13%) y Estados Unidos (10%). En cuanto a turistas nacionales, los principales visitantes provienen de Sacatepéquez (45%), Sololá (32%) y Guatemala (27%).

El 99% son turistas, es decir que pernoctan en el lugar, en donde al menos un 33% se queda por dos noches, y el 65% tiene un gasto promedio de \$101 a \$200 por persona.

Los motivos de su viaje principalmente son por ocio y las actividades que realizan son: Ver paisajes, visitar sitios arqueológicos, visitas guiadas a pueblos, visitar mercados y visitar Iglesias católicas, visitar de balnearios.

En cuanto al municipio de San Martín Jilotepeque no se tiene registros ni estadísticas; Sin embargo, mediante una investigación de campo se pudo recopilar información del municipio. En este caso, tras entrevistas a los pobladores mencionan que, en el municipio, se tienen visitas de personas nacionales que usualmente suelen ser amigos y familia, en donde aprovechan entre 1 a 2 días para visitar balnearios, hacer compras características del lugar como la panela, rosarios de dulce, cal para maíz, banano y café.

Además, se menciona que también se recibe algunas visitas de personas extranjeras que también comparten un lazo familiar/amistoso o bien por motivo de ocio para apreciar la cultura del lugar, realizar visitas al sitio arqueológico Chuwa Nima'Ab'äj, compra de variedad de artículos en el mercado, visita a la iglesia católica o bien por la gastronomía como el Suban' ik (Subanik), Pulik (Pulique), atol de pelota, zompopos y panitos de San Martín (Boror, 2025).

### 3. Análisis de Imagen

Para el primer taller con los actores, se realizó un análisis de imagen turístico del municipio, esta actividad consiste en reconocer la perspectiva de la población sobre el turismo mediante el dibujo (Ver Anexo 2).

*Tabla 1. Factores del análisis de imagen.*

<b>Imagen de turismo en el municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.</b>			
Fecha: 20/02/25			
<b>Ambientales</b>	<b>Sociales</b>	<b>Culturales</b>	<b>Económicos</b>
Árboles	Iglesia	Parque	Comercio
Flores	Fuente	Ocio	Plaza
Montañas	Comida	Arte	Hoteles
Paisajes	Personas (felices)	Tejido	Ventas ordenadas
Reciclaje	Familia	Gastronomía	Mercado

<b>Imagen de turismo en el municipio de San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.</b>			
Fecha: 20/02/25			
<b>Ambientales</b>	<b>Sociales</b>	<b>Culturales</b>	<b>Económicos</b>
Limpieza urbana	Niños	Rosarios de dulce	Innovación de productos
	Áreas de entretenimiento	Atoles	
	Orden	Casa Real	
	Respeto	Biblioteca	
	Organización		
	Mercado ordenado		
	Biblioteca		

*Nota. Elaboración propia adaptada Sánchez, Milena (2023)*

Consideran que la presencia de áreas verdes accesibles es fundamental para la población, en especial en el caso urbano. Además, resaltan la importancia que se promueva la conciencia ambiental para las personas locales como para las personas que los visitan.

En cuanto a los aspectos sociales, resaltan la importancia de la colectividad, promover actividades y espacios para compartir en familia y amigos. Que exista valores como la paz, orden, respeto y en general la organización comunitaria. La iglesia católica central, la fuente, plaza, biblioteca y casa real también son aspectos icónicos e importantes socialmente para el municipio.

Los factores culturales resaltan la importancia de mantener la identidad cultural como las tradiciones, que no se olvide el arte, el tejido e indumentaria maya y la gastronomía únicos del municipio que podría ser atractivo para el turismo. Los aspectos económicos, que exista orden especialmente en el comercio y consideran necesario la innovación y diversificación de los negocios actuales para que se vuelvan atractivos para las personas que visitan el municipio.

#### **4. Recursos turísticos**

El municipio de San Martín Jilotepeque posee atractivos de interés turístico naturales y culturales, con las siguientes subcategorías:

- a. **Atractivo turístico:** Se refiere puntos de interés físicos y tangibles, esto sin importar la subcategoría histórica, religiosa, de ocio entre otros.
- b. **Gastronómico:** Se refiere a todo lo relacionado a la gastronomía del lugar.
- c. **Culturales y tradiciones:** Se refiere a las actividades relacionados a la historia o cultura del lugar.
- d. **Paisajes y naturales:** Se refiere a los lugares que son atractivos por la vista, paisaje y el entorno natural.

*Tabla 2. Inventario turístico de San Martín Jilotepeque.*

<b>Categoría</b>	<b>Nombre</b>
Destino turístico	Chuwa Nima'Ab'äj
	Plaza central
	El cerrito del Reformador
	Casa Real
	Iglesia católica
	Iglesia el Calvario
	Centro turístico municipal Ojo de Agua
	Turicentro Xesuj
	Turicentro Valle de San Martín
	Ecoturismo Pachun
	Green Resort
Gastronomía	Suban'ik
	Pulik
	Atol de pelota
	Zompopo
	Rosarios de dulce
	Panela
	Café
	Panes de "Don Tuco"
	Tamalitos

Categoría	Nombre
Cultura	Indumentaria maya
	Música con violines y marimba
	Artesanía
	Pilas de San Nicolás
	Cofradía
Paisajes	La Chacara
	El mirador de los Tunayes
	San Antonio la Merced
	Rio Motagua
	Rio Pixcaya

*Nota. Elaboración propia*

- e. **Lugares con servicio de alojamiento:** Debe considerarse que actualmente no se tienen registros oficiales de INGUAT sobre hoteles en el municipio por falta de formalización de los negocios. Sin embargo, existen algunos lugares que cuentan con el servicio de alojamiento en la zona urbana de San Martín Jilotepeque.

f. **Restaurantes y cafeterías**

*Tabla 3. Listado de restaurantes y cafeterías en San Martín Jilotepeque*

No.	Nombre
1	Taquería El Paso
2	Eclipse
3	Zabdi
4	Brasa y Leña
5	Cafetería Rosa Máxima
6	Cafetería Aroma Café
7	Cafetería C Jardín
8	Cafetería Sol y Sombra

No.	Nombre
9	Cafetería El Cafetalito
10	Valle de San Martín

Nota. Elaboración propia

#### g. Servicio de transporte privado

*Tabla 4. Servicio de transporte*

No.	Nombre
1	Transportes Diana
2	Transportes Robinson
3	Transportes Velazco
4	Transportes Xil

*Nota. Elaboración propia*

## 5. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta útil para desarrollar estrategias que maximicen las fortalezas y oportunidades, mientras se minimizan las debilidades y amenazas. También facilita la toma de decisiones informadas y la participación de la comunidad (ASANA, 2021).

En relación con las Fortalezas turísticas que posee el municipio se menciona la distancia entre la ciudad capital el cual es de 69 km (en promedio a 2 h con 20 min). Por lo que puede ser considerada para incluirse en rutas turísticas. En su jurisdicción se encuentra el sitio arqueológico Chuwa Nima'Ab'äj, el cual se considera el icono histórico principal del lugar, otro patrimonio para los Sanmartinecos es la plaza central, fuente y la Iglesia Católica por su valor histórico. Otros elementos históricos es el cerro del "Reformador", Las pilas o "Toritos" de agua.

Adicional, se menciona la cordialidad de las personas por lo que podría ser una fortaleza del municipio, además, conservan algunas tradiciones como la participación en cofradías, uso de la indumentaria maya, elaboración de panela, cal para maíz, trenza

o Rosarios de dulce, la preparación de platillos tradicionales: Suban'ik, Pulik, Zompopo y atol de pelota.

Las oportunidades turísticas radican en la organización comunitaria, la organización interinstitucional y la organización de gremios para agilizar o formular proyectos. Además de la sensibilización en la población para abordar temas de fortalecimiento de identidad, historia, tradiciones y fortalecer la educación en general. Otra área de oportunidad es el fortalecimiento a los establecimientos involucrados en el sector turístico para brindar una mejor experiencia a los visitantes, seguido de la promoción del municipio a nivel nacional e internacional.

Por otro lado, las debilidades que la población reconoce es que en general hay escasa organización entre los pobladores lo que dificulta la acción, el liderazgo y compromiso en la comunidad. Además, que hay poca documentación y promoción de la historia y tradiciones del lugar lo que incrementa que cierta parte de la población desconozca o pierda el interés en la historia del municipio, lo que provoca pérdida de la identidad y poca valorización de las tradiciones.

En cuanto al turismo, aún no se tiene organización oficial turística que promueva la actividad en el municipio, adicionalmente es escasa la documentación y registros oficiales de negocios en general y turísticos por la falta de formalización de estos, hay escaso emprendimiento diversificado, servicios básicos y servicios complementarios en puntos estratégicos, lo que debilita el interés en los turistas para visitar el municipio como es el caso de Chuwa Nima'Ab'äj, a pesar de considerarlo como el principal atractivo del municipio, no hay servicios dentro ni a su alrededor que promuevan su visita.

Otro factor de preocupación es el acceso a la educación ya que la oferta académica en todos los niveles es escasa lo que provoca otras problemáticas que impactan a la actividad turística tal es el caso de la migración irregular que provoca pérdida del talento humano. Finalmente, el daño y descuido al patrimonio por el poco desarrollo e implementación de planificación territorial lo que ha dado paso al desorden en la plaza central por la actividad del mercado, caos vehicular, contaminación por el rechazo de la población para el manejo y gestión de residuos sólidos.

En el caso de las amenazas, el acceso al municipio es vulnerable por derrumbes e incendios de los cerros, además del mal estado de las carreteras. Desastres naturales

tales como inundaciones, temblores, terremotos. Crisis sanitarias, económicas y sociales. Inestabilidad política y la falta de liderazgo y conflictos sociales que restringe la visita al municipio.

## **6. Visita técnica Chuwa Nima'Ab'äj**

Chuwa Nima'Ab'äj es una ciudad prehispánica ubicada a 60 km de la ciudad capital. Su nombre en Kaqchikel significa "*frente a la gran piedra*" (Flores, 2012).

Karl Sapper geógrafo alemán, es conocido por ser uno de los primeros extranjeros en investigar el sitio en 1896, pero fue a través de una misión dirigida por Henri Lehmann, que este se restauró en 1954. Arqueólogos y restauradores, dividieron el complejo en 12 grupos que comprenden 120 edificios, la mayoría de ellos son las bases de las construcciones sobre las que existieron habitaciones de materiales naturales perecederos (Ayala, 2019).

Actualmente es un atractivo turístico y considerado el icono del municipio. Sin embargo; a pesar de estar en jurisdicción del noreste de San Martín Jilotepeque no muchos acceden por el mismo sino por la ciudad capital, por la carretera a San Juan Sacatepéquez ya que la carretera esta asfaltada y es más accesible para más personas. Esto mismo ocurre con los mismos san martinecos, son muy pocas las personas que visitan el sitio debido a la distancia y el estado de la carretera. Este sitio es considerado uno de los mejores conservados, de cierta forma es gracias a las pocas visitas que se reciben en comparación a otros sitios.

Se obtuvo un informe del Ministerio de Cultura y Deportes desde 2020 hasta marzo 2025. Las siguientes graficas nos muestran los ingresos de visitantes al sitio. En 2020, el ingreso de personas fue de 16,436. Este dato es uno de los más bajos debido a la pandemia; en 2021, hubo un incremento considerable del 48,686. Para el 2022, el numero disminuyo en relación con el año anterior. Un promedio de 32,400 personas visita el sitio al año.

Figura 7. Resumen anual de ingreso en "Mixco Viejo".

Chuwa Nima'A b'äj	Enero	4,765	101	4,866	2020
	Febrero	2,369	95	2,464	
	Marzo	1,168	132	1,300	
	Abril	0	0	0	
	Mayo	0	0	0	
	Junio	0	0	0	
	Julio	0	0	0	
	Agosto	0	0	0	
	Septiembre	0	0	0	
	Octubre	1,294	1	1,295	
	Noviembre	2,740	10	2,750	
	Diciembre	3,750	11	3,761	
<b>Totales</b>	<b>16,086</b>	<b>350</b>	<b>16,436</b>		
Chuwa Nima'A b'äj	Enero	6,093	6	6,099	2021
	Febrero	2,781	15	2,796	
	Marzo	3,460	18	3,478	
	Abril	5,226	17	5,243	
	Mayo	3,261	18	3,279	
	Junio	3,620	30	3,650	
	Julio	3,184	15	3,199	
	Agosto	3,642	30	3,672	
	Septiembre	3,486	10	3,496	
	Octubre	4,565	27	4,592	
	Noviembre	4,222	27	4,249	
	Diciembre	4,907	26	4,933	
<b>Totales</b>	<b>48,447</b>	<b>239</b>	<b>48,686</b>		
Chuwa Nima'A b'äj	Enero	5,962	38	6,000	2022
	Febrero	2,765	25	2,790	
	Marzo	2,553	27	2,580	
	Abril	3,978	71	4,049	
	Mayo	2,173	18	2,191	
	Junio	2,131	27	2,158	
	Julio	3,340	45	3,385	
	Agosto	3,236	72	3,308	
	Septiembre	2,790	15	2,805	
	Octubre	3,269	106	3,375	
	Noviembre	3,223	20	3,243	
	Diciembre				
<b>Totales</b>	<b>35,420</b>	<b>464</b>	<b>35,884</b>		
Chuwa Nima'A b'äj	Enero	5,820	64	5,884	2023
	Febrero	2,839	58	2,897	
	Marzo	2,552	145	2,697	
	Abril	4,003	44	4,047	
	Mayo	2,213	26	2,239	
	Junio	2,326	25	2,351	
	Julio	3,764	48	3,812	
	Agosto	3,204	62	3,266	
	Septiembre	4,327	22	4,349	
	Octubre	2,451	7	2,458	
	Noviembre	2,703	20	2,723	
	Diciembre	4,160	34	4,194	
<b>Totales</b>	<b>40,362</b>	<b>555</b>	<b>40,917</b>		
Chuwa Nima'A b'äj	Enero	5,820	64	5,884	2024
	Febrero	2,839	58	2,897	
	Marzo	2,552	145	2,697	
	Abril	4,003	44	4,047	
	Mayo	2,213	26	2,239	
	Junio	2,326	25	2,351	
	Julio	3,764	48	3,812	
	Agosto	3,204	62	3,266	
	Septiembre	4,327	22	4,349	
	Octubre	2,451	7	2,458	
	Noviembre	2,703	20	2,723	
	Diciembre	4,160	34	4,194	
<b>Totales</b>	<b>40,362</b>	<b>555</b>	<b>40,917</b>		
Chuwa Nima'A b'äj	Enero	5,900	115	6,015	2025
	Febrero	2,972	92	3,064	
	Marzo	2,399	85	2,484	
	Abril			0	
	Mayo			0	
	Junio			0	
	Julio			0	
	Agosto			0	
	Septiembre			0	
	Octubre			0	
	Noviembre			0	
	Diciembre			0	
<b>Totales</b>	<b>11,271</b>	<b>292</b>	<b>11,563</b>		

Nota. Obtenida del MCD (2025).

El 6 de marzo del 2025 se realizó una visita técnica al sitio arqueológico con los actores, Esto con el motivo de conocer el lugar, tomar observaciones de las actuales condiciones y aportar ideas para mejorar la actividad turística en el municipio. En la visita se reconoció lo siguiente:

- Carencia de servicios básicos y complementarios, no hay restaurantes u hoteles cercanos al lugar, se debe planificar muy bien previo a la visita.
- Limitados guías locales, hay algunos pobladores y colaboradores del sitio que conocen la historia, pero no hay registros oficiales.
- Escasa información respecto al lugar en medios digitales o físicos, medios importantes que se utilizan al momento de planificar un viaje, rótulos están en mal estado, no hay suficiente personal encargada del mantenimiento y administración para todo el sitio.

Alguna de las ideas que se aportaron son:

- Promover actividades culturales dentro del lugar como avistamiento de las estaciones del hemisferio como equinoccio y solsticio.
- Promover la historia del lugar al municipio.
- Presionar la construcción del mejoramiento del tramo carretero al lugar.
- Promover guías locales.
- Promover negocios cercanos al sitio
- Motivar la reapertura del museo.

## **7. Árbol de problemas**

Se discutió varias causas y efectos se determinó que el problema principal es el poco desarrollo turístico en el municipio, siendo las principales causas el desinterés de los actores involucrados en la participación de actividades. También el hecho que las autoridades locales no prioricen el desarrollo turístico y que existan limitadas oportunidades de formación en el municipio. Las causas tienen grandes efectos en el municipio como la desorganización, poco apoyo a proyectos turístico y personal no especializado (Ver anexo 4).

## **8. Árbol de soluciones**

Luego de haber definido el problema central, las causas y efectos se estructuró un árbol de soluciones. Lo que se busca principalmente es contribuir al desarrollo turístico, generar las condiciones para que la actividad pueda realizarse de manera más sostenible en el municipio. Primero atacar las causas, por lo que el primer paso es generar interés en los actores para la promoción del turismo en el municipio, Presionar para que las autoridades locales prioricen esta actividad y finalmente promover accesos a oportunidades de formación especializada en el servicio al cliente y el turismo.

A raíz de este análisis se continuo con la estructuración del plan y líneas estratégicas con ayuda del marco lógico.

## B. Definición de líneas de estrategia y plan de acción para el destino

Tabla 5. Marco lógico

	<i>Lógica de la intervención</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Fuentes de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
<b>Fin</b>	Posicionar a San Martín Jilotepeque como un municipio competitivo y atractivo turísticamente, generando un impacto de desarrollo económico local	San Martín Jilotepeque se vuelve un municipio atractivo para realizar turismo.	Registros de visitas de centros turístico, estadísticas de INGUAT, estadísticas de la municipalidad.	San Martín Jilotepeque se vuelve un municipio atractivo para ser visitado
				San Martín Jilotepeque no se vuelve un municipio atractivo para ser visitado
<b>Propósito</b>	Crear estrategias que permitan la generación de condiciones para el desarrollo turístico en San Martín Jilotepeque.	1. Más condiciones para el desarrollo turístico.	Documentos de planificación en SMJ, estadísticas de INGUAT, integración de la propuesta como plan en INGUAT.	La población cumple con el plan turístico municipal 2025-2028
		2. Incremento de desarrollo turístico.		La población desconoce del plan y la forma de implementación.

	<i>Lógica de la intervención</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Fuentes de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
<b>Resultados</b>	1. Articulación a los actores para la promoción del turismo en San Martín Jilotepeque	Creación de red turística empresarial.	Minutas de reunión, reuniones periódicas, fotografías, hojas de asistencia.	Los actores tienen el compromiso de organizarse para la gestión del turismo en el municipio.
				Los actores no tienen interés en organizarse.
	2. Gestión de inversión estratégica para el desarrollo turístico	Incremento de inversión para la infraestructura y desarrollo de productos turísticos del municipio.	Informes de la municipalidad de SMJ, estadísticas de MINECO, acta de proyectos, integración a la planificación del municipio.	Se gestionan proyectos para el ordenamiento, de infraestructura, tránsito y servicios básicos en el municipio.
				No se tiene gestión para proyectos turísticos ni de mejoras para el municipio.
	3. Programas de formación y fortalecimiento de turismo en el municipio.	Personas especializadas y capacitadas para atender el sector turístico.	Programas de formación, convenios con entidades, fotografías.	Hay más personas formadas en el sector turístico.
				No hay programas de formación por lo tanto no hay personas con formación en el área turístico.

	<i>Lógica de la intervención</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Fuentes de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
<b>Actividades</b>	1.1 Establecimiento de roles y responsabilidades para los actores	Reuniones mensuales entre actores	Carta de compromiso, minutas, fotografías, hoja de asistencia.	Se tienen compromiso y responsabilidades de parte de los actores
	1.2 Creación del comité de Autogestión turística.	Junta directiva de comité, acta de autorización municipal, reconocimiento de INGUAT.	Mesas técnicas, organigrama y minutas, integración al CAT.	Se tiene una organización constante para la gestión de proyectos.
	1.3 Creación de oficina de turismo municipal.	Acta de concejo municipal donde se establece la creación de la oficina.	Acta de concejo Municipal, informes INGUAT, fotografías.	Se tiene un espacio designado para el turismo en el municipio.
	2.1 Gestión para la inversión pública para mejorar los atractivos y productos turísticos del municipio.	Para 2028 se gestiona inversión para el mejoramiento de 3 atractivos y la creación de 2 productos turísticos.	Presupuesto municipal, incentivos de inversión, proyecciones financieras, análisis de oferta y demanda.	El municipio comienza a tener una marca comercio/turística
	2.2 Fomentar inversión público - privada para el desarrollo y mejoramiento de proyectos turísticos.	Creación de 1 ruta turística, creación de un museo y fomento al resguardo del patrimonio del municipio.	Alianza con COCODES, ADESCA, MCD, planes internos de planificación municipal.	Autoridades líderes en gestión y desarrollo de proyectos turísticos.

<i>Lógica de la intervención</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Fuentes de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
2.3 Mejorar la infraestructura en áreas con potencial turístico con inversión público-privada.	Proyectos de mejoramiento de infraestructura turística: señalización, tramo carretero y otros dentro del municipio.	Fotografías, minuta de proyectos de señalización y arreglo de tramo carretero.	Se conserva en buen estado el camino y el patrimonio natural/cultural.
3.1 Creación de alianzas para la capacitación de personas en turismo para mejorar la experiencia del visitante.	Para el 2028 se tiene registro de la satisfacción del visitante.	Programas de formación por parte de INTECAP, MINECO, INGUAT, SOSEA, DMM	Hay más prestadores de servicio turístico capacitados.
3.2 Implementar programas de formación técnica y especializado para la formación de guías locales.	Para 2028 hay al menos 10 guías locales registrados.	Informes, Minuta de alianza entre INGUAT, INTECAP, MINECO	Hay guías que resguarden la historia local y garanticen una mejor experiencia al visitante.
3.3 Realizar diplomados para el fortalecimiento de MIPYMES	Para el 2028 hay negocios turísticos registrados y comercio más formal.	Informes de INGUAT, MINECO, certificados, registro en SAT, registro mercantil	Hay documentación y registro de negocios, reduce el desempleo informal.

*Nota. Elaboración propia*

## **C. Marco Estratégico para el plan turístico de San Martín Jilotepeque 2025-2028**

### **1. Visión**

Para 2028, San Martín Jilotepeque es un municipio conocido como destino cultural y natural, que ofrece experiencias diversificadas con personas especializadas en el sector turístico. Con un sector organizado y ordenado que resguarda la integridad de la comunidad y su patrimonio para un turismo sostenible.

### **2. Misión**

Desarrollar las condiciones de infraestructura, organización comunitaria y especialización en el sector turístico para que San Martín Jilotepeque sea un destino turístico nacional auténtico de Guatemala.

#### **a. Ejes Estratégicos**

Los ejes estratégicos están alineados con el Plan Maestro de Turismo de Guatemala 2015-2025 (PMTS). Las áreas prioritarias son 3: Marco institucional, Consolidación y diversificación de la oferta y Competitividad turísticas.

## **VII. Planificación turística para San Martín Jilotepeque, un municipio por descubrir**

### **A. Objetivo general**

Para 2028, posicionar a San Martín Jilotepeque como un municipio competitivo y atractivo turísticamente, generando un impacto de desarrollo económico local.

### **B. Ejes**

#### **Eje 1. Marco Institucional: “Unidos por el Turismo”**

**Objetivo:** Articulación de actores para asegurar la gestión, desarrollo y promoción del turismo en San Martín Jilotepeque.

- **Líneas de acción**

1. Mapeo de actores turísticos y el establecimiento de roles y responsabilidades.
2. Creación de comité de Autogestión Turística (CAT).
3. Creación de la oficina de turismo Municipal.

- **Acciones estratégicas**

- 1.1. Convocar a los actores con ayuda de la municipalidad.
- 1.2. Ordenar según clasificación de influencia e interés.
- 1.3. Establecer roles y responsabilidades.
  
- 2.1. Establecer normas y reglamento interno.
- 2.2. Aprobación de acta con autoridades municipales.
- 2.3. Aprobación con Instituto Nacional de Turismo.
  
- 3.1. Coordinar con la municipalidad un espacio físico para oficina de Turismo.
- 3.2. Adecuar las instalaciones con material informativo, primeros auxilios, materiales culturales del municipio.
- 3.3. Capacitar al personal que será responsable del espacio físico.

## **Eje 2: Consolidación y diversificación de la oferta turística: “Conecta con San Martín”**

**Objetivo:** Promover la inversión estratégica para el desarrollo de infraestructura turística y el desarrollo de productos y experiencias que contribuyan a la experiencia del visitante y comunidad.

- **Líneas de acción:**

1. Gestión para la inversión para mejorar los atractivos y productos turísticos del municipio.
2. Fomentar inversión privada para el desarrollo y mejoramiento de proyectos turísticos.
3. Mejorar la infraestructura en áreas con potencial turístico con inversión público-privada.

- **Acciones estratégicas**

- 1.1. Creación de portafolio de atractivos turísticos.
  - 1.2. Participación en convocatorias y fondos de inversión nacional e internacional.
  - 1.3. Impulsar espacio para museo municipal.
- 
- 2.1. Creación de una ruta turística del municipio.
  - 2.2. Alianza con municipios para ruta interconectada.
  - 2.3. Impulsar ferias culturales-turísticos dentro del municipio.
- 
- 3.1. Promover la señalización de atractivos turísticos.
  - 3.2. Promover el asfalto del tramo carretero a sitios de interés.
  - 3.3. Protección a sitios municipales (Ojo de agua, Chuwa Nima' Ab' Aj y otros).

## **Eje 3: Competitividad turística: “Impulsa San Martín”**

**Objetivo:** Impulsar programas de formación turística para fomentar la competitividad en el municipio.

- **Líneas de acción:**

1. Creación de alianzas para la capacitación de personas en turismo para mejorar la experiencia del visitante.
2. Implementar programas de formación técnica y especializada para la formación de guías locales.
3. Impulsar procesos de formación y fortalecimiento de MIPYMES.

- **Acciones estratégicas**

- 1.1. Identificar temas de interés Protección a sitios municipales (Ojo de agua, Chuwa Nima'Ab' Aj y otros).
  - 1.2. Establecer convenios con instituciones educativas y técnicas.
  - 1.3. Implementar programas de formación continua y seguimiento.
- 
- 2.1. Establecer convenios con instituciones específicas para la formación de turísticos.
  - 2.2. Diseñar estrategias para fomentar el interés de participación.
  - 2.3. Certificar y promover a los guías formados.
- 
- 3.1. Establecer convenios con socios estratégicos para el diseño de programas de formación para MIPYMES.
  - 3.2. Diseñar estrategias para la convocatoria e inscripción de personas interesadas en el programa de formación.
  - 3.3. Realizar una cohorte anual y dar monitoreo del desarrollo.

### C. Plan de acción para el desarrollo turístico

A continuación, se desglosa los proyectos para alcanzar los objetivos de las líneas estratégicas, con cronograma de ejecución por año, el impacto que tendría, el sector involucrado de que los proyectos se realicen, posibles medios de financiamiento y presupuesto.

Tabla 6. Tabla de proyectos

Plan de acción -Proyecto- Desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Año de Ejecución				Impacto			Sector			Responsables de la ejecución / involucrados	Instituciones con posibilidad de financiamiento	Presupuesto
	1	2	3	4	Alto	Medio	Bajo	Publico	Privado	Publico - privado			
Eje 1. Marco Institucional													
1. Establecimiento de roles y responsabilidades en los actores turísticos.											Sociedad civil, municipalidad.		Q 10.000
2. Creación de comité de Autogestión Turística											Sociedad civil, INGUAT, municipalidad.		Q 15.000
3. Creación de la oficina de turismo municipal											CAT y municipalidad	CODEDE	Q 40.000

Plan de acción -Proyecto- Desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Año de Ejecución				Impacto			Sector			Responsables de la ejecución / involucrados	Instituciones con posibilidad de financiamiento	Presupuesto	
	1	2	3	4	Alto	Medio	Bajo	Publico	Privado	Publico - privado				
Eje 2. Consolidación y diversificación de la oferta turística														
1. Gestión de la inversión para mejorar los atractivos y productos turísticos del municipio.												CAT, DMM, INGUAT	DMM, INGUAT, MINECO, MCD, ADESCA, ONG, sector privado	Q 150.000
2. Fomentar inversión privada para el desarrollo y mejoramiento de proyectos turísticos.												CAT, municipalidad, MINECO	MCD, CODEDE, MINECO, ONG, sector privado.	Q 300.000
3. Mejorar la infraestructura en áreas con potencial turístico con inversión público-privada.												Caminos, CAT y municipalidad	Ministerio de comunicaciones, gobernación de Chimaltenango, municipalidad SMJ, sector privado.	Q 1.000.000

Plan de acción -Proyecto- Desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Año de Ejecución				Impacto			Sector			Responsables de la ejecución / involucrados	Instituciones con posibilidad de financiamiento	Presupuesto	
	1	2	3	4	Alto	Medio	Bajo	Publico	Privado	Publico - privado				
<b>Eje 3. Competitividad turística</b>														
1. Creación de alianzas para la capacitación de personas en turismo para mejorar la experiencia del visitante.											CAT, INGUAT, INTECAP	PRONACOM, cooperación internacional, sector privado, entidades académicas,	Q 150.000	
2. Implementar programas de formación técnica y especializada para la formación de guías locales.											CAT, INGUAT, INTECAP, MINECO	PRONACOM, cooperación internacional, sector privado, entidades académicas,	Q 200.000	
3. Impulsar procesos de formación y fortalecimiento de MIPYMES											CAT, MINECO, Entidades académicas	Cooperación internacional, entidades privadas, MINECO.	Q 250.000	
<b>TOTAL</b>													Q 2.115.000	

*Nota. Elaboración propia, adaptado del INGUAT (2018)*

Tabla 7. Tabla por actividades

Plan de acción actividades para el desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Trimestre												Responsables de la ejecución / involucrados	Presupuesto	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
<b>Eje 1. Marco Institucional</b>															
1.1. Convocar a los actores														Sociedad civil, municipalidad.	Q3.000,00
1.2. Ordenar según clasificación de influencia e interés.														Sociedad civil.	Q2.000,00
1.3. Establecer roles y responsabilidades.														Sociedad civil	Q5.000,00
2.1. Establecer normas y reglamento interno.														Sociedad civil	Q2.000,00
2.2. Aprobación de acta con autoridades municipales.														Sociedad civil, municipalidad.	Q6.000,00
2.3. Aprobación con Instituto Nacional de Turismo.														CAT, INGUAT.	Q7.000,00
3.1. Coordinar con la municipalidad un espacio físico para oficina de Turismo.														CAT, municipalidad.	Q5.000,00
3.2. Adecuar las instalaciones con material informativo.														CAT, municipalidad	Q30.000,00
3.3. Capacitar al personal que será responsable del espacio físico.														CAT, MINECO.	Q5.000,00
<b>Eje 2. Consolidación y diversificación de la oferta turística</b>															
1.1. Creación de portafolio de atractivos turísticos.														CAT, municipalidad, INGUAT	Q20.000,00
1.2. Participación en convocatorias y fondos de inversión nacional e internacional.														CAT, MINECO.	Q40.000,00

Plan de acción actividades para el desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Trimestre												Responsables de la ejecución / involucrados	Presupuesto	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1.3. Impulsar espacio para museo municipal.														CAT, casa de cultura, municipalidad.	Q90.000,00
2.1. Creación de una ruta turística del municipio.														Sociedad civil, CAT, INGUAT.	Q100.000,00
2.2. Alianza con municipios para ruta interconectada.														CAT, INGUAT, MINECO.	Q100.000,00
2.3. Impulsar ferias culturales-turísticas dentro del municipio.														CAT, DDM, cooperación internacional, municipalidad.	Q100.000,00
3.1. Promover la señalización de atractivos turísticos.														CAT, municipalidad	Q100.000,00
3.2. Promover el asfalto del tramo carretero a sitios de interés.														CAMINOS y municipalidad	Q700.000,00
3.3. Protección a sitios municipales (Ojo de agua, Chuwa Nima'Ab' Aj y otros).														IDAHEH, MCD, municipalidad	Q200.000,00
<b>Eje 3. Competitividad turística</b>															
1.1. Creación de alianzas para la capacitación de personas en turismo para mejorar la experiencia del visitante.														CAT, INGUAT, INTECAP	Q25.000,00
1.2. Establecer convenios con instituciones educativas y técnicas.														CAT, INTECAP, MINECO, INGUAT	Q25.000,00

Plan de acción actividades para el desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Trimestre												Responsables de la ejecución / involucrados	Presupuesto
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1.3. Implementar programas de formación continua y seguimiento													CAT, INTECAP, MINECO	Q100.000,00
2.1. Establecer convenios con instituciones específicas para la formación de guías turísticos.													CAT, INTECAP, MINECO	Q25.000,00
2.2. Seleccionar candidatos/lanzar convocatoria.													CAT, municipalidad	Q25.000,00
2.3. Certificar y promover a los guías formados.													CAT, INTECAP, municipalidad	Q150.000,00
3.1. Establecer convenios con instituciones educativas/convocatorias.													CAT, INTECAP, MINECO	Q35.000,00
3.2. Convocatoria a las personas interesadas													CAT, INGUAT, INTECAP, MINECO	Q30.000,00
3.3. 3.3. Implementar el diplomado y darle seguimiento.													CAT, MINECO, entidades académicas	Q120.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>Actividades: 27</b>													<b>Q2.050.000,00</b>

*Nota. Elaboración propia, adaptado del INGUAT (2018).*

## D. Evaluación y monitoreo

Para determinar si existen avances de la actividad turística en el municipio se establece la siguiente tabla de indicadores para evaluar y monitorear el éxito del plan.

Tabla 8. Tabla de evaluación

Plan de acción para el desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque	Resultados	Indicadores
<b>Eje 1. Marco Institucional</b>		
1. Establecimiento de roles y responsabilidades en los actores turísticos.	Sinergia de trabajo entre actores para la gestión, desarrollo y promoción del turismo en San Martín Jilotepeque, Existencia de comité y red turísticos empresarial.	Asistencia de al menos 10 actores a reuniones quincenales/mensuales.
2. Creación de comité de Autogestión Turística		Junta directiva de comité, acta de autorización municipal, reconocimiento de INGUAT.
3. Creación de la oficina de turismo Municipal		Acta de concejo municipal donde se establece la creación de la Oficina. Hay un espacio físico y estratégico para el establecimiento de la oficina.
<b>Eje 2. Consolidación y diversificación de la oferta turística</b>		
1. Gestión para la inversión para mejorar los atractivos y productos turísticos del municipio.	Mejora la oferta turística debido a la inversión estratégica que permite el desarrollo de	Para 2028 se gestiona inversión externa para el mejoramiento de 3 atractivos, la creación de 2 productos turísticos y creación de marca municipio.

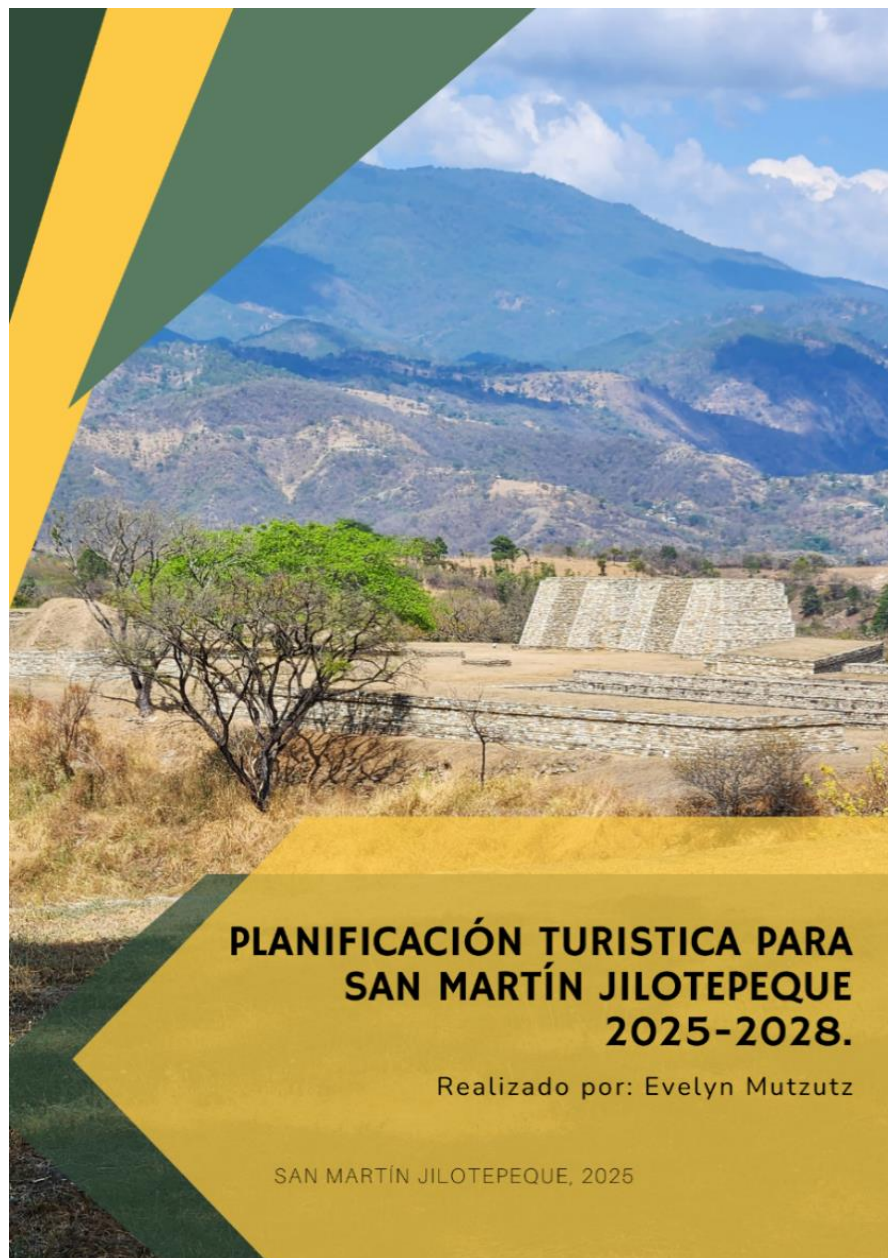
<b>Plan de acción para el desarrollo turístico del municipio de San Martín Jilotepeque</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores</b>
2. Fomentar inversión privada para el desarrollo y mejoramiento de proyectos turísticos.	condiciones, productos y servicios turísticos.	Creación de 1 ruta turística, creación de un museo, fomento al resguardo del patrimonio del municipio y promoción del municipio.
3. Mejorar la infraestructura en áreas con potencial turístico con inversión público-privada.		Proyectos de mejoramiento de infraestructura turística: señalización, tramo carretero y otros dentro del municipio.
<b>Eje 3. Competitividad turística</b>		
1. Creación de alianzas para la capacitación de personas en turismo para mejorar la experiencia del visitante.	Existe una formación más amplia de formación de servicios turísticos.	Para el 2028 se tiene incremento de documentación del municipio y sus actividades turísticas, hay registro de la satisfacción del visitante.
2. Implementar programas de formación técnica y especializada para la formación de guías locales.		Para 2028 hay al menos 10 guías locales registrados.
3. Impulsar procesos de formación y fortalecimiento de MIPYMES		Para el 2028 hay negocios turísticos registrados y comercio más formal.

*Nota. Elaboración propia, adaptado del INGUAT (2022)*

## **E. Socialización de la propuesta**

La última fase se realizó el 13 de mayo de 2025 en la biblioteca de San Martín Jilotepeque. En esta sesión, se presentó a los actores el diagnóstico trabajado en conjunto sobre el turismo del municipio y las líneas de acción del plan. Luego dieron sus observaciones con lo cual lo aprobaron y esperan hacer esfuerzos para su implementación, ya que consideran fundamental dar ese primer paso.

*Figura 8. Portada de la propuesta*



*Nota. Elaboración propia*

## **VIII. Conclusiones**

Cuando las actividades turísticas se planifican y gestionan de forma estratégica, no solo contribuyen al crecimiento económico del municipio, sino que también fortalecen el tejido social y cultural. Generan empleo, dinamizan la economía local y abren espacios para la recreación, la educación y la convivencia, reforzando el sentido de pertenencia entre los habitantes. En este contexto, San Martín Jilotepeque tiene el potencial de posicionarse como un referente en turismo sostenible a nivel nacional, siempre y cuando se mantenga una visión compartida, inclusiva y comprometida con el bienestar de todas las generaciones.

## **IX. Recomendaciones**

Con el fin de garantizar la gestión, implementación y sostenibilidad de la propuesta, es fundamental que se socialice el plan con la población, el sector público y privado para promover su participación y cumplimiento.

Es importante recordar que la dinámica de la comunidad no es estática por lo que se establece que la vigencia del plan sea hasta 2028 y que se monitoree para notificar avances. Debe actualizarse antes de que llegue la caducidad del documento.

Se motiva la investigación, documentación, registro y formalización de la actividad turística y relacionados que permitan tomar decisiones informadas y basadas en evidencia. Para eso se recomienda incluir reuniones comunitarias periódicas, encuestas de percepción y una base de datos actualizada sobre los atractivos turísticos, emprendimientos y satisfacción de los visitantes para facilitar promover el uso de nuevas tecnologías. Este sistema debe alimentarse de manera constante y reflejarse en informes semestrales que permitan evaluar el impacto económico, social y ambiental de las acciones implementadas.

Se debe fomentar el liderazgo en la comunidad, a través de programas de formación en cultura, emprendimiento y sostenibilidad, que refuercen sus habilidades y sentido de pertenencia. Paralelamente, es necesario fortalecer el papel de las autoridades municipales para que estén enteradas, sensibilizadas e involucradas activamente en cada fase del desarrollo turístico.

A otros investigadores, se recomienda realizar más propuestas de planificación en distintos lugares de Guatemala y/o actualizarlo, en caso fuera necesario.

## X. Glosario

- **Demanda:** turística interna suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico (ONU TURISMO, s.f.).
- **Destino turístico:** espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos, servicios, actividades y experiencias. En la cadena de valor del turismo es una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado (ONU Turismo, s.f.)
- **Diversificación:** proceso de variar los recursos, ya sean inversiones o esfuerzos, para reducir riesgos y aumentar las oportunidades de éxito (Arias, 2024).
- **Emprendimiento:** proceso de crear un negocio a partir de una idea innovadora, que resuelva uno o varios problemas de un grupo de personas (Escuela Bancaria y Comercial, 2023).
- **Oferta:** cantidad de bienes y servicios que se encuentran a la venta en una economía a un precio determinado; es decir, lo que se ofrece (Morales, 2022).
- **Patrimonio:** conjunto de bienes de una nación acumulado a lo largo de los siglos, que, por su significado artístico, arqueológico, etc., es objeto de protección especial por la legislación (Real Academia Española, s.f.).
- **Producto turístico:** combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (ONU Turismo, s.f.).
- **Sostenibilidad:** búsqueda de un avance social y económico que asegure a los seres humanos una vida sana y productiva, pero que no comprometa la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades (Reyna, 2025).

## XI. Referencias

- ASANA. (2021). *Qué es FODA*. Asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Ayala, A. (30 de diciembre de 2019). *Chuwa Nima' Ab Aj' la ciudad Kaqchikel, sitio arqueológico antes conocido como Mixco Viejo*: <https://prensacomunitaria.org/2019/12/chuwa-nima-ab-aj-la-ciudad-kaqchikel-sitio-arqueologico-antes-conocido-como-mixco-viejo/>
- Boror, Martha. Mutzutz, Evelyn. (11 de febrero de 2025). Transcripción. *Mapeo de actores*. Transcripción.
- Cuevas, Arte y Fotografía. (2018). *Casa real*. San Martín Jilotepeque: <https://sanmartinjilotepeque.com/sanmartinecos-unidos>
- Elías, Á. (09 de julio de 2011). *Zompopo de San Martín Jilotepeque*. Blogspot, casa Jilotepeque: <https://casajilotepeque.blogspot.com/>
- Flores, P. (2012). *Plan de gestión del Parque Arqueológico Mixco Viejo 2012-2016*. Biblioteca USAC: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02\\_3218.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3218.pdf)
- Fundación para el Desarrollo Socioeconómico del Alto Aragón. (s.f.). *Índice de competitividad local*. Fundesa: <https://www.fundesa.org.gt/indices-y-evaluaciones-de-pais/indice-de-competitividad-local>
- García, G., y Armira, E. (2011). *San Martín Jilotepeque memoria, conflicto y reconciliación, 1950-2008*. Academia: [https://www.academia.edu/17534894/San\\_Mart%C3%ADn\\_Jilotepeque\\_Memoria\\_conflicto\\_y\\_reconciliaci%C3%B3n\\_1950\\_2008\\_2011](https://www.academia.edu/17534894/San_Mart%C3%ADn_Jilotepeque_Memoria_conflicto_y_reconciliaci%C3%B3n_1950_2008_2011)
- Guevara, B. G. (2018). *Propuesta de un sistema de gestión sustentable para el Hotel & Spa Regis*. Repositorio UVG: <https://repositorio.uvg.edu.gt/handle/123456789/5804>
- Hammer, S., y Hallegatte, S. (14 de abril de 2020). *Planificar la recuperación económica tras la COVID-19 (coronavirus): lista de verificación de la sostenibilidad para los responsables de formular políticas*. Banco Mundial Blogs: <https://blogs.worldbank.org/es/voices/planificar-la-recuperacion-economica>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (1996). *Antecedentes históricos del turismo en Guatemala*. Biblioteca INGUAT: <https://biblioteca.inguat.gob.gt/Digital/1570-1.pdf>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2007). *Plan de Desarrollo Turístico de Chimaltenango*. Inguat: <https://inguat.gob.gt/gestion-turistica/planes-inguat-guatemala/planes-territoriales-de-desarrollo-turistico.html>

- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2011). *Folletos bienvenidos a INGUAT*. Biblioteca de INGUAT: <https://biblioteca.inguat.gob.gt/Digital/Documentos/Bv11.pdf>
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) “*Plan de desarrollo turístico del municipio de Quetzaltenango 2019-2023*”. INGUAT: <https://share.google/EnGb4wMrHAMIGWSEy>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2020). *Perfil visitante no residente al Departamento de Chimaltenango 2020*. INGUAT: <https://inguat.gob.gt/es/descargas-inguat-guatemala/1-informacion-estadistica/77-perfil-del-visitante-por-departamento/127-2020.html>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2022). *Plan de desarrollo turístico del departamento de Zacapa*. INGUAT: <https://inguat.gob.gt/es/gestion-turistica/planes-inguat-guatemala/planes-territoriales-de-desarrollo-turistico?format=html>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2022). *Perfil del visitante del departamento de Chimaltenango 2022*. INGUAT: <https://inguat.gob.gt/descargas-inguat-guatemala/1-informacion-estadistica/77-perfil-del-visitante-por-departamento/162-2022.html?download=960:perfil-del-visitante-del-departamento-de-chimaltenango>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2023). *Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario de Guatemala 2024-2029*. INGUAT: <https://n9.cl/tfzll>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2024). *Boletín Estadístico de Turismo Anual 2024*. INGUAT: <https://inguat.gob.gt/es/descargas-inguat-guatemala/1-informacion-estadistica/79-boletines-estadisticos/164-2024.html?download=1045:boletin-estadisticas-de-turismo-anual-2024>
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (s.f.). *Plan maestro de turismo sostenible de Guatemala 2015-2025*, 3ra Edición. INGUAT: <https://inguat.gob.gt/es/gestion-turistica/planes-inguat-guatemala/planes-y-politicas-de-desarrollo-turistico?view=article&id=1115&catid=11&format=html>
- Lemus, J., y Díaz, G. (2022). *Turismo: recuperación y nuevas tendencias*. Biblioteca URL: [https://biblior.url.edu.gt/wp-content/uploads/CParens/Boletines/Economicas/Leconomics/Numeros/V2\\_N3/00/00.pdf#page=48](https://biblior.url.edu.gt/wp-content/uploads/CParens/Boletines/Economicas/Leconomics/Numeros/V2_N3/00/00.pdf#page=48)
- López, I. (2024). *Tradiciones, costumbres y cultura de San Martín Jilotepeque*. Trabajo Monográfico, Universidad de San Carlos de Guatemala. <https://mundoguatemalteco.com/las-tradiciones-culturales-de-san-martin-jilotepeque-guatemala-que-encantan/>
- Ministerio de Cultura y Deportes. (2013). *Chuwa Nima'Ab'äj*. SIC: <https://www.sicultura.gob.gt/directory-biblioteca/listing/mixco-viejo-o-chuwa-nima-abaj-fortaleza-kaqchikel/>

- Municipalidad de Chimaltenango. (2016). *Monografía de Chimaltenango*. Municipalidad de Chimaltenango: <https://www.munidechimaltenango.gob.gt/wp-content/uploads/2020/03/PDF-MONOGRAFIA.pdf>
- Municipalidad de San Martín Jilotepeque. (2019). *Plan de Desarrollo Municipal con enfoque al Ordenamiento Territorial*. SEGEPLAN: [https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2022/07/403\\_PDM\\_OT\\_SAN\\_MARTIN\\_JILOTEPEQUE.pdf](https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2022/07/403_PDM_OT_SAN_MARTIN_JILOTEPEQUE.pdf)
- Negrín, A. (15 de septiembre de 2020). *La touroperación tras Thomas Cook*. Universidad de La Laguna: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/21478/La%20touroperacion%20tras%20Thomas%20Cook.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ONU Turismo. (s.f.). *Glosario de términos de turismo*. UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*. RAE: <https://dle.rae.es/contenido/cita>
- Rivera, C. (22 de julio de 2016). *El Turismo Electrónico como impulsor de la competitividad y desarrollo económico en los países latinoamericanos: Caso Guatemala*. Archivo digital UPM: [https://oa.upm.es/46574/1/INVE\\_MEM\\_2016\\_252779.pdf](https://oa.upm.es/46574/1/INVE_MEM_2016_252779.pdf)
- Rodriguez, E. (2011). *Evolución histórica del turismo*. Revista Vinculando: [https://vinculando.org/vacaciones\\_viajes/turismo\\_sostenible/3\\_evolucion\\_historica\\_de\\_l\\_turismo.html](https://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_de_l_turismo.html)
- Salguero, E. (6 de diciembre de 2004). *Inventario y análisis FODA del clúster turístico de Chimaltenango*. UNIS: <https://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2004/12842.pdf>
- Sanchez Castellanos, Milena (2023). *Herramientas de planificación para el diagnóstico de destinos turísticos emergentes*. Researchgate: [https://www.researchgate.net/publication/393868705\\_Herramientas\\_de\\_planificacion\\_para\\_el\\_diagnostico\\_de\\_destinos\\_turisticos\\_emergentes\\_caso\\_San\\_Antonio\\_-\\_Tolima\\_Colombia](https://www.researchgate.net/publication/393868705_Herramientas_de_planificacion_para_el_diagnostico_de_destinos_turisticos_emergentes_caso_San_Antonio_-_Tolima_Colombia)
- Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de Guatemala. (diciembre de 2010). *Plan de Desarrollo Municipal de San Martín*. Recuperado el 1 de mayo de 2025, de Segeplan: [https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2022/09/PDM\\_403.pdf](https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2022/09/PDM_403.pdf)
- Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de Guatemala. (2019). *Plan de Desarrollo Municipal con enfoque al Ordenamiento Territorial, Municipio de San Martín Jilotepeque 2019-2032*. Segeplan: [https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2022/07/403\\_PDM\\_OT\\_SAN\\_MARTIN\\_JILOTEPEQUE.pdf](https://portal.segeplan.gob.gt/segeplan/wp-content/uploads/2022/07/403_PDM_OT_SAN_MARTIN_JILOTEPEQUE.pdf)

Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de Guatemala y Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural . (2014). *Plan Nacional de Desarrollo K'atun: nuestra Guatemala* 2032. Cepal: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/GuatemalaPlanNacionaldeDesarrollo2032.pdf>

Vicente, C. (17 de noviembre de 2020). *Plaza colonial de San Martín Jilotepeque está en riesgo*. Periodico Proceso: <https://procesogt.gt/plaza-colonial-de-san-martin-jilotepeque-esta-en-riesgo/>

## XII. Anexos

*Tabla 9. Lista de actores involucrados*

No.	Involucrado	interés (alto, medio, bajo)
1	Municipalidad San Martín Jilotepeque	Alto
2	Corporación municipal	Alto
3	Dirección financiera integrada municipal	Medio
4	Representante de servicios públicos	Medio
5	Dirección municipal de planificación	Alto
6	Dirección de la mujer	Medio
7	Unidad de gestión ambiental	Medio
8	Coordinador de la SOSEA	Bajo
9	CODEDE	Bajo
10	COMUDES	Medio
11	COCODES	Alto
12	Entidades financieras	Alto
13	Entidades educativas	Medio
14	Organizaciones no gubernamentales	Medio
15	Casa de la cultura	Alto
16	Biblioteca del Banco de Guatemala de SMJ	Medio
17	Policía Nacional Civil	Medio
18	Bomberos	Bajo
19	Policía Municipal de Tránsito	Medio
20	Emprendedores	Alto
21	Población Civil	Medio
12	Representantes del mercado	Medio
13	Comerciantes	Alto
14	INGUAT	Alto
15	MINECO	Alto
16	INTECAP	Alto
17	CAMTOUR	Bajo
18	Gobernación Departamental de Chimaltenango	Alto
19	SEGEPLÁN	Alto
20	IDAEH	Medio
21	MCD	Medio

Figura 9. Fotografías de los dibujos del análisis de imagen

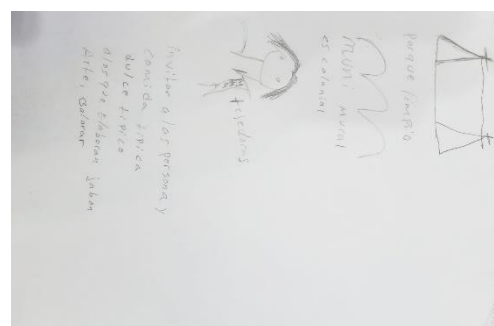
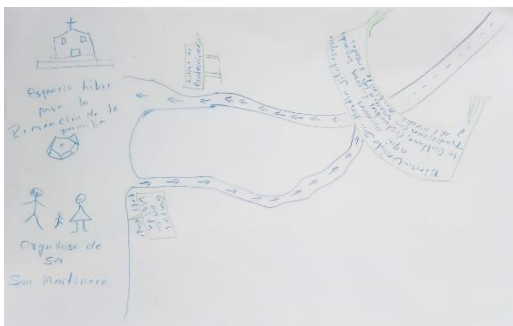
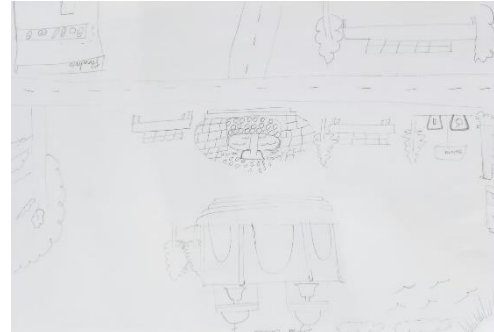
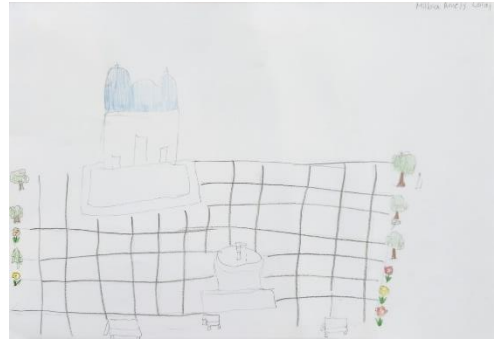


Tabla 10. FODA

<b>Cuadro Análisis FODA</b>	
<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidad</b>
Ubicación estratégica: Ciudad capital, Sacatepéquez y occidente.	Organización comunitaria
En su jurisdicción se encuentra el sitio arqueológico Chuwa Nima' Ab'äj.	Organización interinstitucional y gremios
Tradiciones y cultura vivas y activas.	Desarrollo de productos turísticos
Gastronomía local	Documentación de la historia
Variedad de clima dentro del municipio	Sensibilización
Atractivos naturales y culturales	Fortalecimiento personal y profesional en el sector turístico
Personas amables	Planificación territorial
<b>Debilidad</b>	<b>Amenazas</b>
Organización comunitaria	Derrumbes
Presencia y participación de organizaciones	Vulnerable acceso
Obtención de datos estadísticos	Incendios de cerros
Acción, liderazgo y compromiso de actores clave	Temblores
Pérdida de identidad	Crisis sanitarias
Poca valorización de tradiciones	Crisis económicas
Registro de comercio/formalidad	Conflictos sociales
Acceso a educación y oferta académica	Inestabilidad política
Descuido y daño al patrimonio	
Escaso servicios básicos y complementarios en turismo	

Figura 10. Árbol de problemas

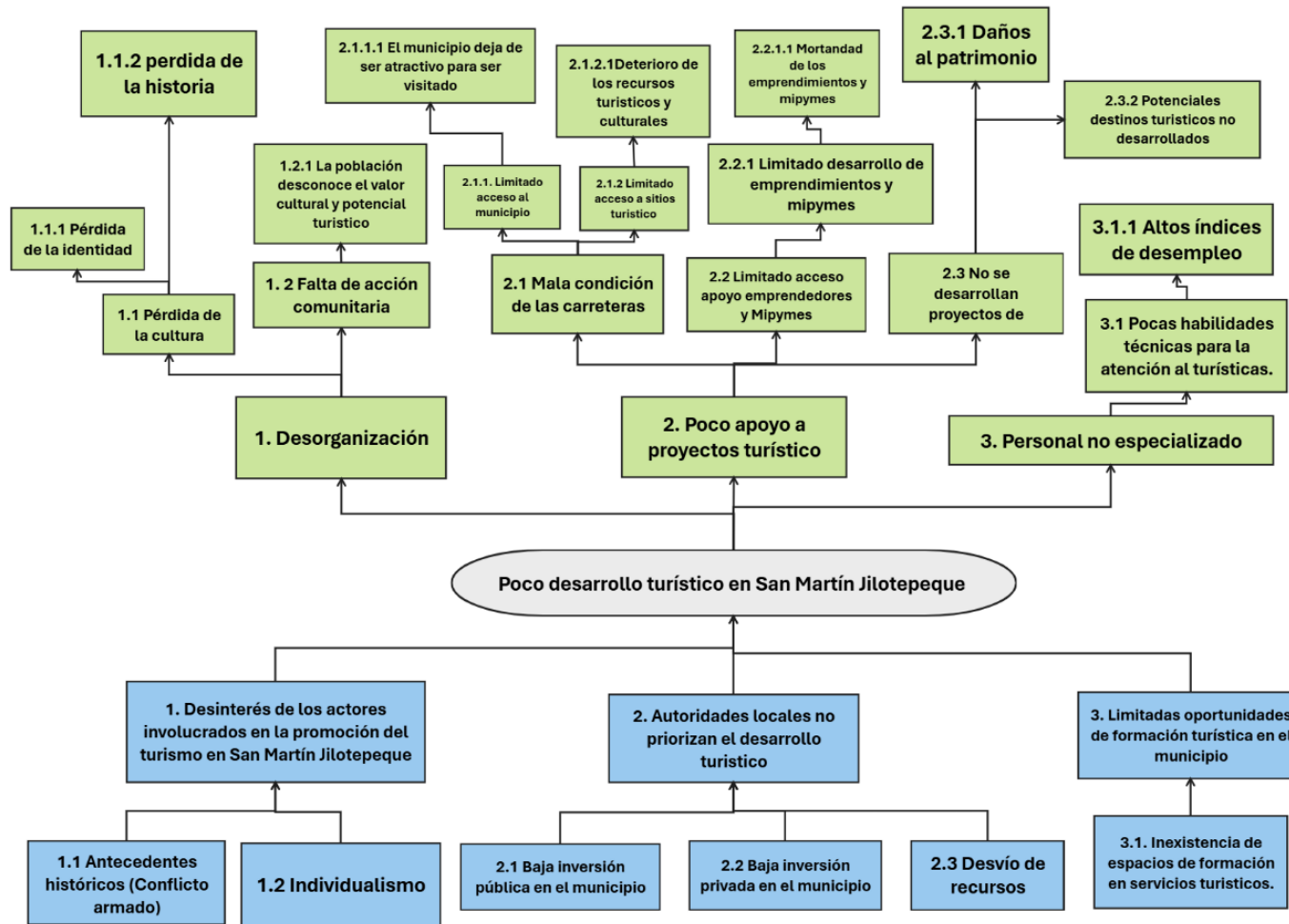


Figura 11. Árbol de soluciones

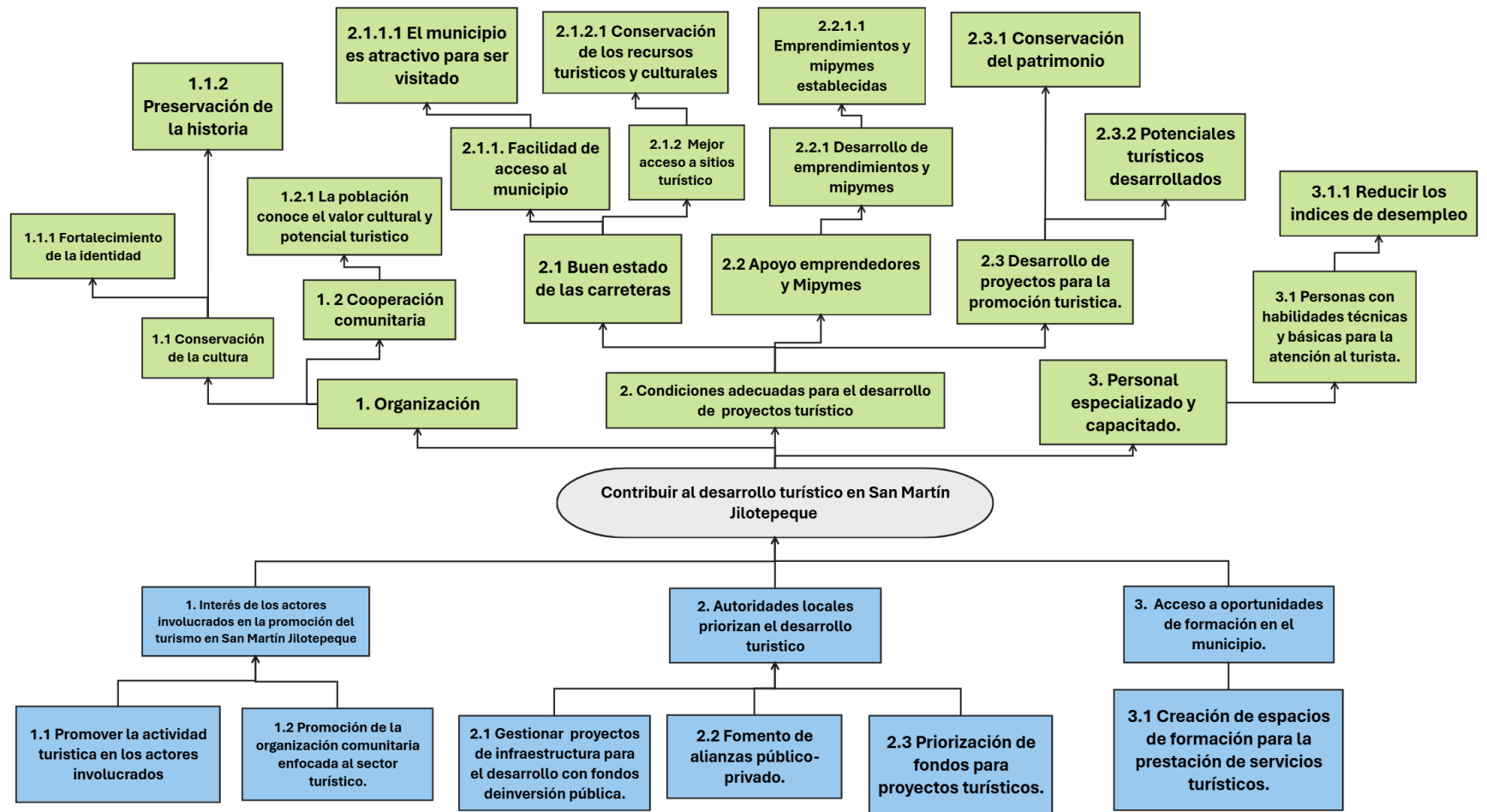


Figura 12. Hojas de asistencia para los talleres

Hoja de asistencia para la elaboración de la Propuesta de planificación Turística para el municipio de San Martín Jilotepeque.						
Taller No. 0	Importancia y visión del hitario	Lugar y fecha: San Martín Jilotepeque, 15 de febrero 2025		Responsable: Evelyn Mutzutz		
No.	Nombre Completo	H	M	Documento de identificación	Organización que representa	FIRMA
1	Ignacio Yajona Casanova Martín	X		3079 00320 0403	UGAM	
2	Marilyn Gabriela Casanova	X		308051797 0403	DMM	
3	Marina Alvarado			59 27 19 23	ASDEMUE Eco turismo	
4	Estensio Mutzutz			1584 62827 0403	pacchu	
5	Martha Hernández Peior			2335 28910403		
6	Angelica Gueta Morales				encargada de biblioteca	
7	Milvia Amely Colaj Patzán			208535313 0404	encargada de biblioteca	
8	Gabriela Lourdes Chavez Xigora	X		3079521320403	Biblioteca del Banco de Guatemala S.M.S	
9						
10						

Hoja 1/2

Hoja de asistencia para la elaboración de la Propuesta de planificación Turística para el municipio de San Martín Jilotepeque.						
Taller No. 2		Lugar y fecha: SMJ, 27 de febrero 2025		Responsable: Evelyn Mutzutz		
No.	Nombre Completo	H	M	Documento de identificación	Organización que representa	FIRMA
1	Walter Amador Jay Peior			2597975580403		
2	Marina Alvarado			59 27 19 23		
3	Gabriela Lourdes Chavez Xigora			307920730403	Biblioteca del Banco de Guatemala San Martín Jilotepeque	
4	Sistemas Salazar Gadiac			2195 334820414	CAT Depto L. Chimaltenango	
5	Yajona Casanova Martín			3079 00320 0403	UGAM Municipalidad	
6	Angelica Gueta Morales			15 77 98 27 0403	encargada de biblioteca	
7	Yajona Casanova Martín			1010 61738 0403	encargada de biblioteca	
8	Julio Roberto Paredes Martínez			2533 19057 0403	NO ECISMA	
9	Elma Morales Cuy			1931469750701	UNG Atiplano	
10						

Hoja 1/2

Hoja de asistencia para la elaboración de la Propuesta de planificación Turística para el municipio de San Martín Jilotepeque.						
Taller No. Aprobación de Planificación		Lugar y fecha: SMJ, 18 de Mayo 2025		Responsable: Evelyn Mutzutz		
No.	Nombre Completo	H	M	Documento de identificación	Organización que representa	FIRMA
1	Enal Balardo Matusese Bates	X		2127-15607-0403	UGAM	
2	Walter Amador Jay	X		25979775580403	Pacchu	
3	Angelica Gueta	X			encargada de biblioteca	
4	Milvia Amely Colaj Patzán	X		2085353750404	encargada de biblioteca	
5	Aura Esperanza Velasco Chocaj	X		1265535610403	Turcentro Valle de San Martín Jilotepeque	
6	Andrea Mishel Osorio Velasco	X		3075 67850403	Turcentro Valle de San Martín Jilotepeque	
7	Sistemas Salazar G.	X		2195334820414	CAT Depto L. Chimaltenango	
8	Marina Alvarado	X		59 27 19 23	encargada de biblioteca	
9	Estensio Mutzutz	X		1584 62827 0403	Eco turismo Pacchu	
10	Marina Díaz Succu	X			Personal	

Hoja 1/2

Hoja de asistencia para la elaboración de la Propuesta de planificación Turística para el municipio de San Martín Jilotepeque.						
Taller No. 3		Lugar y fecha: SMJ, 13 Marzo 2025		Responsable: Evelyn Mutzutz		
No.	Nombre Completo	H	M	Documento de identificación	Organización que representa	FIRMA
1	Andrea Mishel Osorio Velasco	X		3075 67850403	Turcentro Valle de San Martín Jilotepeque	
2	Marina Alvarado				encargada de biblioteca	
3	Andra Patricia Bayona Morales	X		1814041840403	UGAM Municipalidad	
4	Esra Caji	X		252759570404	NGOAT	
5	Gabriela Chavez	X		3079207320403	Biblioteca Banco de Guatemala SMJ Jilotepeque	
6	Milvia Amely Colaj Patzán	X		2085353730404	Biblioteca Municipalidad SMJ	
7						
8						
9						
10						

Hoja 1/2

Hoja de asistencia para la elaboración de la Propuesta de planificación Turística para el municipio de San Martín Jilotepeque.						
Taller No. 4		Lugar y fecha: SMJ, 20 de Marzo 2025		Responsable: Evelyn Mutzutz		
No.	Nombre Completo	H	M	Documento de identificación	Organización que representa	FIRMA
1	Marina Alvarado				encargada de biblioteca	
2	Andrea Mishel Osorio Velasco	X		3075 67850403	Turcentro Valle de San Martín Jilotepeque	
3	Andra Patricia Bayona Morales	X		1814041840403	Municipalidad	
4	Gabriela Lourdes Chavez Xigora	X		3079207320403	Biblioteca	
5	Martha Hernández Peior	X		2335 28910403		
6	Milvia Amely Colaj Patzán	X		2085353730404	Biblioteca Asociación	
7	Jorge Machan Ate	X		1656 014 4990403	Amistad	
8	Cristian Omar Gálvez Marroquín	X		3024 62005 0403	Municipalidad	
9						
10						

Hoja 1/2

Figura 13. Marco lógico

	<b>Lógica de la intervención</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
fin	Posicionar a San Martín Jilotepeque como un municipio competitivo y atractivo turísticamente, generando un impacto de desarrollo económico local	San Martín Jilotepeque se vuelve un municipio atractivo para realizar turismo.	Registros de visitas de centros turístico, estadísticas de INGUAT, estadísticas de la municipalidad.	San Martín Jilotepeque se vuelve un municipio atractivo para ser visitado
				San Martín Jilotepeque no se vuelve un municipio atractivo para ser visitado
propósito	Crear estrategias que permitan la generación de condiciones para el desarrollo turístico en San Martín Jilotepeque.	1. Más condiciones para el desarrollo turístico.	Documentos de planificación en SMJ, estadísticas de INGUAT, integración de la propuesta como plan en INGUAT.	La población cumple con el plan turístico municipal 2025-2028
		2. Incremento de desarrollo turístico.		La población desconoce del plan y la forma de implementación.
Resultados	1. Articulación a los actores para la promoción del turismo en San Martín Jilotepeque	Creación de red turística empresarial.	Minutas de reunión, reuniones periódicas, fotografías, hojas de asistencia.	Los actores tienen el compromiso de organizarse para la gestión del turismo en el municipio.
	2. Gestión de inversión estratégica para el desarrollo turístico	Incremento de inversión para la infraestructura y desarrollo de productos turísticos del municipio.	Informes de la municipalidad de SMJ, estadísticas de MINECO, acta de proyectos, integración a la planificación del municipio.	Los actores no tienen interés en organizarse. Se gestionan proyectos para el ordenamiento, de infraestructura, tránsito y servicios básicos en el municipio.

	<b>Lógica de la intervención</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
				No se tiene gestión para proyectos turísticos ni de mejoras para el municipio.
	3. Programas de formación y fortalecimiento de turismo en el municipio.	Personas especializadas y capacitadas para atender en el sector turístico.	Programas de formación, convenios con entidades, fotografías.	Hay más personas formadas en el sector turístico.
				No hay programas de formación por lo tanto no hay personas con formación en el área turístico.
Actividades	1.1 Establecimiento de roles y responsabilidades para los actores	Reuniones mensuales entre actores	Carta de compromiso, minutas, fotografías, hoja de asistencia.	Se tienen compromiso y responsabilidades de parte de los actores.
	1.2 Creación del comité de Autogestión turística.	Junta directiva de comité, acta de autorización municipal, reconocimiento de INGUAT.	Mesas técnicas, organigrama y minutas, integración al CAT	Se tiene una organización constante para la gestión de proyectos.
	1.3 Creación de oficina de turismo municipal.	Acta de concejo municipal donde se establece la creación de la oficina.	Acta de concejo Municipal, informes INGUAT, fotografías.	Se tiene un espacio designado para el turismo en el municipio.
	2.1 Gestión para la inversión pública para mejorar los atractivos y productos turísticos del municipio.	Para 2028 se gestiona inversión externa para el mejoramiento de 3 atractivos y la creación de 2 productos turísticos.	Presupuesto de la municipalidad, Incentivos de inversión, proyecciones financieras, análisis de oferta y demanda.	El municipio comienza a tener una marca comercio/turística

	<b>Lógica de la intervención</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
	2.2 Fomentar inversión público - privada para el desarrollo y mejoramiento de proyectos turísticos.	Creación de 1 ruta turística, creación de un museo y fomento al resguardo del patrimonio del municipio.	Alianza con COCODES, ADESCA, MCD, planes internos de planificación municipal.	Autoridades líderes en gestión y desarrollo de proyectos turísticos.
	2.3 Mejorar la infraestructura en áreas con potencial turístico con inversión público-privada.	Proyectos de mejoramiento de infraestructura turística: señalización, tramo carretero y otros dentro del municipio.	Fotografías, minuta de proyectos de señalización y arreglo de tramo carretero.	Se conserva en buen estado el camino y el patrimonio natural/cultural.
	3.1 Creación de alianzas para la capacitación de personas en turismo para mejorar la experiencia del visitante.	Para el 2028 se tiene registro de la satisfacción del visitante.	Programas de formación por parte de INTECAP, MINECO, INGUAT, SOSEA, DMM	Hay más prestadores de servicio turístico capacitados.
	3.2 Implementar programas de formación técnica y especializada para la formación de guías locales.	Para 2028 hay al menos 10 guías locales registrados.	Informes, minuta de alianza entre INGUAT, INTECAP, MINECO	Hay guías que resguarden la historia local y garanticen una mejor experiencia al visitante.
	3.3 Realizar diplomados para el fortalecimiento de MIPYMES	Para el 2028 hay negocios turísticos registrados y comercio más formal.	Informes de INGUAT, MINECO, certificados, registro en SAT, registro mercantil	Hay documentación y registro de negocios, reduce el desempleo informal.

*Figura 14. Fotografías de los talleres realizados*

