

# POLÍTICA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE GUATEMALA 2012 - 2022

UNA PROPUESTA



Estructura 34 de El Mirador, conocida también como Templo de la Garra del Jaguar.

*EL TURISMO SOSTENIBLE  
COMO EJE ARTICULADOR  
DEL DESARROLLO DE GUATEMALA*

Guatemala, Corazón del Mundo Maya - 2012



**Calle del Arco de Santa Catalina  
La Antigua Guatemala, Guatemala**



La Cámara de Turismo de Guatemala –CAMTUR– fue fundada en 1976, con el propósito de representar al sector privado turístico nacional. Es una entidad civil, sin fines de lucro y personería jurídica propia.

CAMTUR promueve la asociatividad y gestión empresarial de sus miembros, impulsando el desarrollo turístico nacional y regional. Se constituye como la organización vocera del sector privado turístico organizado que promueve programas, actividades y proyectos de forma proactiva para impulsar el desarrollo económico, social y ambiental en el país.

Contribuye al desarrollo de la identidad nacional y del respeto por el patrimonio cultural y del medio ambiente. Asimismo ofrece plataformas para potenciar el continuo desarrollo de las empresas turísticas.

En CAMTUR se une la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística, a nivel nacional, por medio de sus Filiales, Asociaciones y Gremiales. Asimismo, está conformada por representantes de los diversos subsectores de la industria turística, como lo son:

Agencias de Viajes	Universidades
Artesanos	Aseguradoras de Turismo
Arrendadoras de Vehículos	Guías de Turistas
Consultores en Turismo	Hoteles
Campos de Golf	Fincas de Agroturismo
Establecimientos Educativos	Líneas Aéreas
Escuelas de Español	Museos
Empresas de Certificación Turística	Parques de Diversión
Publicaciones y Revistas de Turismo	Posadas Rurales
Tarjetas de Crédito	Restaurantes
Transporte Turístico	Tiendas de Artesanía
	Operadores de Turismo

Los asociados de CAMTUR asumen el compromiso de promover un orden turístico equitativo, responsable y sostenible en beneficio de todos los subsectores que conforman el sector turístico y de la población en general, en un entorno de libre mercado.



CAMTUR tiene como visión trabajar juntos para alcanzar el desarrollo turístico nacional sostenible, con servicios e infraestructura de alta calidad, para que el turismo sea la primera fuente de divisas en el país y un importante generador de empleo directo e indirecto.

Para ello se ha establecido como misión ser la organización que promueve la asociatividad y el desarrollo empresarial de sus miembros, en el marco de la Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012 – 2022.

Para la realización de la Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala se concluyó el proceso de la Actualización con un Taller de Validación, el cual se desarrolló el 8 de diciembre del 2011 en la ciudad capital y en donde participaron 110 personas representando a 85 entidades, quienes por unanimidad aprobaron dicha Política. Se contó con la asistencia de representantes de los subsectores: Consultores especializados en Turismo, Escuelas de Español, Guías de Turistas, Hoteles, Líneas Aéreas, Organizadores de Eventos, Parque de Diversiones, Posadas Rurales, Restaurantes, Tour Operadores, Transporte Turístico, Turismo de Salud, Universidades así como las siguientes organizaciones internacionales y nacionales: Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Asociación de Cruceros, Asociación de Canopy, Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES), Asociación de Museos de Guatemala, Asociación de Profesionales de Turismo Sostenible (APTURS), Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), Asociación Guatemalteca de Líneas Aéreas (AGLA), Asociación Guatemalteca de Guías de Turistas (AGTG), Asociación Nacional del Café (ANACAFE), Buró de Convenciones de Guatemala (BCG), Comisión de Turismo del Congreso de la República (COTURCON), Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala (IRTRA), Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP), Invest in Guatemala, Mesa de Aviturismo, Programa de Agregados Comerciales y de Turismo (PACIT), Rainforest Alliance, así también, participaron en esta actividad las filiales de CAMTUR procedentes de la ciudad capital, Esquipulas, Izabal, Las Verapaces, Monterrico, Petén, Puerto de San José, Quetzaltenango, Retalhuleu, Sacatepéquez, Sololá y Tecpán.

**El presente estudio fue actualizado por: ASIES, FUNGUAT y PRODETUR, en colaboración con CAMTUR e INGUAT, y con el apoyo de AGEXPORT, AMCHAM, ANACAFE, APANAC, CONAP, COTURCON, COUNTERPART, IDAEH, FARES, FUNDESA, GHF, PACUNAM, Y RAINFOREST ALLIANCE durante el segundo semestre del año 2011.**

**CAMTUR/ASIES se reservan todos los derechos sobre este documento. Se permite su reproducción total o parcial siempre y cuando sea citada la fuente.**



## INDICE

SIGLAS Y ACRÓNIMOS	9
INTRODUCCIÓN	11
1. PROCESO PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA	14
2. ENTORNO INTERNACIONAL, REGIONAL Y NACIONAL DEL TURISMO	15
3. PREVISIONES DEL TURISMO MUNDIAL	18
4. METAS DE CRECIMIENTO NACIONAL	18
5. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE ESTADO PARA DESARROLLO TURÍSTICO	21
5.1 Objetivo Superior	21
5.2 Objetivos Específicos	21
6. CONDICIONANTES PREVIOS AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	21
7. PILARES ESTRATÉGICOS Y LÍNEAS DE ACCIÓN	23
7.1 Marco institucional	24
7.1.1 Desarrollo y fortalecimiento institucional	24
a. Modernizar la estructura institucional	25
b. Fortalecer las instancias locales de coordinación turística	26
7.1.2 Coordinación interinstitucional	30
7.2 Consolidación de destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos	32



7.2.1	El espacio turístico nacional	33
7.2.2	Prioridades por el lado de la oferta	35
7.2.3	Impulsar el programa de facilitación turística	38
7.2.4	Desarrollar el programa de fomento a la inversión turística	40
	a. Implementación y fortalecimiento del sistema nacional de planificación turística	40
	b. Conformación de una cartera de proyectos	42
	c. Revisión de la Ley de Fomento Turístico Nacional	46
	d. Creación del Fondo Nacional de Turismo	47
7.2.5	Formular un programa orientado a propiciar el desarrollo sostenible del sector turístico	48
	a. Conservación y protección de sitios	50
	b. Certificación de calidad	51
	c. Turismo social y turismo accesible	52
7.3	Integración turística regional	52
	7.3.1 Aprovechar los procesos de liberalización del comercio e integración	53
	7.3.2 Potenciar los planes, programas y proyectos regionales	55
7.4	Sistema de información turística	59
	7.4.1 Efectuar estudios integrales y efectivos de investigación de mercado: oferta y demanda turística	60
	7.4.2 Desarrollar el sistema nacional de estadísticas y la cuenta satélite de turismo	61
	7.4.3 Impulsar un programa de comunicación	62
7.5	Cultura y formación turística	63
	7.5.1 Contribuir al desarrollo de un programa de educación y formación en turismo	63
	7.5.2 Promover la ejecución de un programa de capacitación turística integral	65



7.5.3 Llevar a cabo un programa de cultura turística	66
7.5.4 Implementar el sistema de información y formación turística de Guatemala	68
7.6 Mercadeo	69
7.6.1 Posicionamiento	69
7.6.2 Prioridades por el lado de la demanda	70
7.6.3 Crear el Fondo Mixto de Promoción, como instrumento promocional de la imagen turística del país	73
7.6.4 Fortalecer las acciones de promoción	75
7.6.5 Elaborar y ejecutar un plan de promoción de turismo interno	76
7.6.6 Elaborar y ejecutar un plan de promoción de turismo fronterizo e intrarregional	77
7.6.7 Ejecutar el plan de turismo de aventura e interés especial	78
7.6.8 Ejecutar el plan de turismo de congresos, convenciones e incentivos	79
7.6.9 Ejecutar el plan de turismo de cruceros	81
7.7 Programa de seguridad	83
7.7.1 Protección al turista	84
7.7.2 Seguridad integral	85
a. Seguridad alimentaria	86
b. Seguridad del colaborador	86
c. Seguridad del consumidor	86
d. Protección del patrimonio cultural y natural	86
REFERENCIAS	87



## ANEXOS

Anexo 1: Conclusiones y recomendaciones de las mesas de trabajo del taller de Validación de la Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022	93
Anexo 1a : Turismo de Cruceros Plan estratégico 10 años.	108
Anexo 2: Indicadores	125
Anexo 3: “Iniciativas Centro de coordinación Turística” y “Apoyo a Promoción de Productos Turísticos de 4 rutas basadas en Cosmovisión.”	129
Anexo 4: Iniciativa “Cluster del Sector Turístico de Guatemala”	144
Anexo 5: Iniciativa “Ley de Fomento a la Inversión en el sector turístico”	152
Anexo 6: Iniciativa: “Programa de Mejoramiento de estándares de calidad en Servicio Turístico”	159
Anexo 7: Iniciativa: “Plan de Mercadeo 2012 Guatemala El Amanecer de los Mayas”	165
Anexo 8: Iniciativa: “Programa de apoyo para el fomento de normativa en deportes de aventura –Canopy y rafting–”	173



## SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ACDI	Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional
AEC	Asociación de Estados del Caribe
AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
ADTP	Áreas de Desarrollo Turístico Prioritarias de Petén
AGEXPORT	Asociación Guatemalteca de Exportadores
AMCHAM	Cámara de Comercio Guatemalteco Americana
ANACAFE	Asociación Nacional del Café
ASIES	Asociación de Investigación y Estudios Sociales
BCG	Buró de Convenciones de Guatemala
B I D	Banco Interamericano de Desarrollo
CAF	Corporación Andina de Fomento
DR-CAFTA	Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos
CAMTUR	Cámara de Turismo de Guatemala
CATA	Agencia de Promoción Turística de Centroamérica
CBM	Corredor Biológico Mesoamericano
CCT	Consejo Centroamericano de Turismo
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
CODEDE	Concejos de Desarrollo Departamental
COMECATUR	Comité de Mercadeo de Centroamérica
CONAET	Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística A.C.
CONAP	Consejo Nacional de Áreas Protegidas
CONRED	Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres
COREMA	Comisión Regional del Medio Ambiente
COTURAP	Consejo Técnico de Turismo en Áreas Protegidas
CST	Cuenta Satélite de Turismo
DIACO	Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor
USETUR	Unidad de seguridad turística
EIBTM	The Global Meetings & Incentives Exhibition
FAA	Administración Federal de Aviación (siglas en inglés)
FACOT	Federación de Operadores de Turismo de Centroamérica
FCCA	Florida Caribbean Cruise Association
FEDECATUR	Federación Centroamericana de Cámaras de Turismo
FODESTUR	Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo (México)
FONTIERRA	Fondo de Tierras
GTI	Grupo Técnico Interinstitucional del PM-PPP



**Política de Estado para el Desarrollo Turístico  
Sostenible de Guatemala  
2012-2022**



ICCA	International Congress and Convention Association
INAB	Instituto Nacional de Bosques
INCAE	Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
INE	Instituto Nacional de Estadística
INFOM	Instituto de Fomento Municipal
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo
INTECAP	Instituto Técnico de Capacitación y Productividad
IRS	Servicio de Rentas Internas de los Estados Unidos de América
ITME	Exhibición Internacional de Maquinaria Textil (siglas inglés)
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
MINECO	Ministerio de Economía
MIPYMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
M P I	Meeting Planners International
NAFTA	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
OCRET	Control de Reservas Territoriales del Estado
OEA	Organización de los Estados Americanos
OIT	Oficina Internacional del Trabajo
O M M	Organización Mundo Maya
OMT	Organización Mundial de Turismo
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PM-PPP	Proyecto Mesoamérica-Plan Puebla-Panamá
PROATUR	Programa de Asistencia al Turista
PROMOCAP	Programa Promoción de Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa de Guatemala
PRONACOM	Programa Nacional de Competitividad
PYME	Pequeña y Mediana Empresa
SEGEPLAN	Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República
SAM	Sistema Arrecifal Mesoamericano
SAT	Superintendencia de Administración Tributaria
SET	Sistema de Estadísticas de Turismo
SICA	Sistema de la Integración Centroamericana
SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana
SIGAP	Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas
SIGTUR-AC	Sistema de Información Geográfico Turístico de América Central
SITE	Society of Incentive Travel Executives
U E	Unión Europea
U I A	Union of International Association
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura



# POLÍTICA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE GUATEMALA, 2012-2022

## INTRODUCCIÓN

Por múltiples razones vinculadas con la profunda transformación de los mercados mundiales, producto de la globalización, Guatemala se encuentra ante el inminente desafío de encontrar un nuevo eje articulador y dinamizador de su economía y de su sociedad, como en su momento lo fue el café.

Se necesita de un proyecto basado en las ventajas absolutas y comparativas que tiene Guatemala frente al mundo; que al mismo tiempo desarrolle y genere un conjunto de círculos virtuosos que afecten positivamente al Estado, las comunidades, las empresas privadas y población en general y que debe realizarse sobre la base de un proyecto de desarrollo económico, social y ambiental, viable y sustentable.

Un proyecto de desarrollo económico que satisfaga una de las principales exigencias no sólo del país sino del mundo entero: la generación de empleo digno y ocupaciones productivas.

Que implique un reparto equitativo de los beneficios, de manera socialmente sostenible y propicio a la estabilidad que la Nación requiere para progresar.

Que proteja el medio ambiente y el patrimonio cultural; que contribuya al fortalecimiento de la identidad nacional, y a resolver muchas necesidades más que afronta el país.

Una perspectiva de ese tipo, que podría parecer utópica, está sin embargo al alcance de la Nación, si los guatemaltecos, Estado y sociedad, somos capaces de asumir un proyecto estratégico de desarrollo nacional, a partir de un eje articulador claro y contundente: **EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.**

El documento presentado a continuación se basa en la priorización del turismo como el eje de desarrollo para Guatemala. Para ello es preciso adoptar el desarrollo turístico sostenible como una política de estado, que requiere de una asociación entre el poder público (central y municipal), la inversión privada y la sociedad civil, para lo cual es necesario un acuerdo multipartidario, basado todo ello en un compromiso político que asegure su aplicación por gobiernos sucesivos.

Se trata de una visión integral, equilibrada y de largo plazo, derivada de la Agenda Nacional 2012-2015, una propuesta elaborada por la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES), validada por el sector turístico organizado liderado por la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR), que implica, además de la coordinación, la transformación de los sectores público y privado, una reforma del Estado en el sentido de eficiencia, simplificación administrativa, calidad en la conducción y capacidad de respuesta, frente a las principales demandas ciudadanas cuya satisfacción es, también, un componente fundamental para que el turismo pueda desarrollarse en toda la dimensión y profundidad que requiere y permite el país.



Dado que lo que se propone es una Política de Estado en el sentido más amplio de la acepción, el papel del poder público es de primera importancia, dentro de un contexto de participación de la sociedad, de desconcentración y descentralización.

En principio, la promoción de la oferta turística debe ser parte de una imagen integral del país, que sea positiva en términos de democracia, derechos humanos, seguridad, cuidado del ambiente, protección del patrimonio arqueológico, respeto de la diversidad cultural, la igualdad de mujeres y hombres, entre otros aspectos de alta sensibilidad para la opinión pública en los principales países emisores de turismo, como los compromisos contenidos en los Acuerdos de Paz.

Por supuesto, para llevar a cabo las acciones contempladas en esta propuesta, no se necesita que todos esos aspectos estén ya colmados, pero sí que se desarrolle el proceso integral señalado, como producto del esfuerzo nacional, no solamente gubernamental ni tampoco sólo sectorial.

Guatemala tiene la materia prima para el desarrollo del turismo, en condiciones que permiten ventajas absolutas y competitivas únicas: la belleza y diversidad del entorno natural, su patrimonio arqueológico, su riqueza cultural y la amabilidad de su gente, para citar tres aspectos fundamentales, que coinciden con las tendencias de la demanda del turismo internacional y que se inclinan cada vez más al turismo cultural, ecológico y de aventura.

Sin embargo, enfrenta grandes desventajas en términos de problemáticas no resueltas pero que se pueden y deben resolver: desde la imagen negativa que aún persiste internacionalmente, hasta el mejoramiento de la infraestructura, el desarrollo y mercadeo de la oferta turística, pasando por el sensible tema de la inseguridad, al que se agrega la insuficiencia de vuelos directos de transporte aéreo, procedentes de algunos de los mercados prioritarios y en general, sus elevadas tarifas por falta de competencia, para sólo citar algunos ejemplos.

La presente propuesta se basa en el ordenamiento territorial del espacio turístico, en la zonificación para el desarrollo de unidades de planificación, así como en la consolidación y diversificación de productos y mercados ya existentes y el desarrollo de futuros, conforme las tendencias de la demanda turística.

Por el lado de la oferta se contempla en el corto plazo, fortalecer y consolidar los destinos tradicionales y áreas adyacentes; en el mediano plazo, reforzar los sitios turísticos con desarrollo incipiente; y a largo plazo, habilitar los lugares menos aprovechados en términos turísticos, hasta incorporar paulatinamente todas las áreas del país que presentan condiciones favorables a la actividad.

Igualmente, por el lado de la demanda, lo primero es consolidar el posicionamiento en los mercados prioritarios, continuar con los esfuerzos de penetración en los mercados potenciales y acercarse a nuevos que presentan oportunidad de ser desarrollados, a fin de identificar con mayor precisión los segmentos y nichos de mercado que mejor respondan a las características de la oferta de Guatemala como destino turístico.

La puesta en marcha de las líneas de acción propuestas persigue que se garanticen la protección patrimonial, la mejora de la calidad de vida de las comunidades y la rentabilidad de las iniciativas empresariales, pequeñas, medianas y grandes.



Cabe reiterar que el turismo es una actividad altamente generadora de empleo, que contrasta con la mayor parte de las ocupaciones productivas en la actualidad, en la que la tecnología sustituye en demasía a la fuerza de trabajo. A diferencia de lo que ocurre en la mayor parte de rubros productivos, la base tecnológica que implica el desarrollo del turismo es perfectamente accesible a las condiciones del país.

Las estimaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT) indican que el sector turismo, en general, emplea a uno de cada diez (10) trabajadores en el mundo, lo que lo convierte en el mayor empleador a escala mundial. Se estima, adicionalmente, que por cada empleo creado en el sector del turismo, se generan entre cinco (5) y nueve (9) empleos indirectos en otras áreas para personas con baja escolaridad; para quienes se incorporan por primera vez al mercado laboral; o para aquellos que requieren horarios flexibles de trabajo. Estas características permiten la generación de empleo digno y responsable en zonas rurales con potencial para desarrollar la actividad turística, o simplemente con pocas oportunidades de otra índole.

Se propone el desarrollo y fortalecimiento institucional que comience por las entidades directamente vinculadas con el turismo, para abarcar progresivamente otras instancias del sector público y privado, hasta conformar una reforma institucional integral de grandes beneficios para el país.

Para cumplir con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las comunidades, se plantea el fortalecimiento de los Comités de Autogestión Turística, los cuales estarían vinculados al Sistema Nacional de Consejos de Desarrollo, por medio de la participación de los alcaldes municipales y de un representante de cada Comité.

Por una parte, éste es uno de los pasos que juntamente con otros, apuntan hacia una interacción cualitativamente superior entre las instituciones del Estado, y por la otra, hacia una mayor interrelación entre el Estado y la sociedad. Esto implica un proyecto de nación en donde se privilegia al turismo dentro de las actividades productivas del país, que el Estado asume y apoya en su conjunto.

A efecto de lograr la coordinación interinstitucional que se requiere, se prevé la reestructuración de la figura del Gabinete de Desarrollo Turístico. Dicho Gabinete se deberá constituir en el ente de articulación de las muchas instituciones que tendrían que trabajar coordinadamente para el desarrollo turístico, habida cuenta que éste demanda no solamente la atención de los sitios turísticos propiamente dichos, sino la mejora en las condiciones generales del país: desde salubridad hasta nuevas vías de acceso, seguridad ante la delincuencia, y cuidado del patrimonio natural y cultural, entre otros. El financiamiento de estas inversiones provendría de mayores ingresos fiscales derivados de la misma actividad turística, del presupuesto nacional y la cooperación internacional.

Se contempla un mayor apoyo al desarrollo del turismo interno, con lo cual no solamente se fortalece la dimensión económica de la actividad, sino que se propicia un elemento fundamental para el fortalecimiento de la identidad nacional: el conocimiento del país por los guatemaltecos de los diferentes estratos sociales, la valoración de los pueblos y culturas de Guatemala, y de su naturaleza prodigiosa.



Asimismo, el eficaz desarrollo del turismo implica una transformación de la sociedad en su conjunto: elevación de los niveles medios de escolaridad y fortalecimiento de los códigos de conducta y actitudes, mediante una campaña de sensibilización de la población ante el turismo, que no se reduce a la cordialidad frente al visitante, sino abarca también la profesionalización del recurso humano, el cuidado del ambiente, del ornato, la limpieza, y muchos aspectos más. Esto se lograría por medio de campañas educativas, sobre la base de la participación ciudadana en la actividad y sus beneficios.

La lectura y el análisis del presente documento actualizado —elaborado por ASIES/ CAMTUR, con la participación de diversos actores del sector turístico y la validación de entidades especializadas— (ver anexo 1), mostrará que el turismo es la gran oportunidad para Guatemala, y que la misma está al alcance, si Estado y sociedad son capaces de dar el salto adelante que demandan los tiempos y las circunstancias.

El turismo es desde hace más de una década la mayor y más dinámica actividad económica en el ámbito mundial. Durante los últimos cincuenta años el número de viajes internacionales ha aumentado veintiséis veces y los ingresos generados por este concepto se han incrementado 200 veces.

Países en vías de desarrollo han logrado beneficios altamente significativos provenientes de la actividad turística en períodos cortos de tiempo, ¿por qué no podría lograrlo Guatemala?

## **1. PROCESO PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA**

Para desarrollarse competitivamente, el turismo requiere de una visión compartida entre el sector privado, comunidades anfitrionas y gobiernos a nivel nacional, regional y local, que priorice la participación y gestión ciudadana en una agenda común, capaz de conjugar las aspiraciones de todos los actores y sectores involucrados en la actividad, que se traduzca en planes de trabajo, fruto del consenso.

De ahí que la elaboración de esta Política se basó en un proceso de consulta participativa, que a partir de un diagnóstico de la situación actual, hicieron posible formular las líneas estratégicas de actuación y las prioridades que hagan del turismo el eje articulador del desarrollo nacional.

Para el efecto, el 15 de septiembre de 2002, la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR) inició el proceso de consulta con una gira de diagnóstico y reconocimiento en las regiones Central, Suroccidente, Norte y Petén, que concluyó el 1 de octubre de 2002. En total, se contó con la participación de 96 representantes de diversos sectores relacionados con el turismo.

Posteriormente se convocó al I Encuentro Nacional de Turismo denominado “Hacia la Formulación de un Plan de Estado de Desarrollo Turístico”, celebrado en la ciudad de Antigua Guatemala, el 20 de noviembre de 2002, en el que participaron más de 200 representantes del sector turismo de toda la República; el 75% proveniente del interior del país. Como seguimiento al I Encuentro se conformaron seis grupos de trabajo que se reunieron en Puerto Barrios, Izabal, el 6 de diciembre de 2002.



Los insumos aportados mediante el proceso de consulta fueron entregados a la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES), que juntamente con un grupo de expertos formuló la “Propuesta de una Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala, 2004-2014”, la cual fue consensuada preliminarmente con representantes de la Cámara de Turismo de Guatemala, quienes tuvieron a su cargo la realización del proceso de validación a nivel nacional.

Teniendo en cuenta que el turismo es una actividad particularmente dinámica y que “en la actualidad el conocimiento se renueva cada cinco años y en ese lapso se genera más información que en todos los cientos de años previos”<sup>1</sup>, los esfuerzos de revisión y actualización constantes se convierten en un imperativo. La primera actualización de la Política se validó durante el V Congreso Nacional de Turismo, realizado en el año 2008, en Esquipulas, con la participación de 222 representantes del sector turístico del país. El presente documento denominado Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022, se refiere a la segunda actualización de la misma, que responde al principio de flexibilidad del proceso de planificación estratégica y constituye un esfuerzo de posteriores actualizaciones que se esperan realizar en el futuro.

La Política de Estado para el Turismo constituye la plataforma para el desarrollo sostenible de la actividad turística, la conformación de asociaciones productivas y el posicionamiento competitivo del país en el mercado internacional.

La propuesta es el resultado de la participación y por lo tanto un propósito compartido, por lo que su implementación será clara evidencia del compromiso existente entre los actores y sectores involucrados y responsabilidad de cada uno de los guatemaltecos.

## **2. ENTORNO INTERNACIONAL, REGIONAL Y NACIONAL DEL TURISMO**

El turismo se consolida al principio del siglo XXI como una actividad económica importante, cuando se sitúa, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), como categoría de exportación en el cuarto lugar detrás de los combustibles, los productos químicos y los productos de la industria automotriz. Al considerarse un servicio comercial internacional, el turismo receptor se ha convertido en una de las principales categorías productivas.

Las exportaciones por turismo representaron en el 2010 un 30% del total de exportaciones mundiales de servicios comerciales o el 6% del total de exportaciones de bienes y servicios. Los ingresos del turismo receptor, incluido el transporte de pasajeros, superó en ese mismo año el billón de dólares de los Estados Unidos, cerca de 3.000 millones de dólares al día.

En muchos países en desarrollo, el turismo constituye una de las principales fuentes de ingreso de divisas y ocupa el número uno en la categoría de exportaciones, convirtiéndose en un sector clave para el desarrollo del país y para la generación de empleo. La contribución del turismo al producto interno bruto (PIB) en el ámbito global se estima cerca del 5%. Sin embargo, para países en desarrollo, destinos regionales o locales, su contribución puede llegar a ser considerablemente mayor.

---

<sup>1</sup> Argudín, Yolanda. *Educación basada en competencias*. México, Trillas, 2006.



Según datos publicados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), durante el año 2010 el turismo mundial se reactivó: registró una tasa de crecimiento de 6.6% con respecto al año 2009, en las llegadas de turistas internacionales; las 940 millones de llegadas representaron 23 millones más que en el 2008, año considerado record. La recesión económica mundial, agravada por la pandemia de gripe A (H1N1), convirtió al año 2009 en uno de los más difíciles para el sector. Las llegadas de turistas internacionales por negocios, ocio u otros propósitos totalizaron 882 millones en 2009, lo que representó una disminución del 3.8% con respecto al 2008. El crecimiento retornó en el último trimestre de 2009, después de 14 meses con resultados negativos. Los ingresos por turismo internacional alcanzaron en el 2010, 919 millones de dólares, 8.0% más que en el 2009, el que cerró con 851.0 millones. Pero aún no contabiliza los 939.0 millones reportados en el año 2008.

Según estimaciones efectuadas, cada habitación hotelera crea un total de 2.5 empleos, tanto directos en el sector turístico, como indirectos en otros sectores económicos; por cada 100 turistas en promedio que visitan un país, surgen cinco empleos directos en el sector; y cada US\$100,000 que se invierten en turismo, representa la generación de tres empleos en la economía en su conjunto.<sup>2</sup> El empleo turístico es de rápida generación, implica la capacitación constante del capital humano y permite la incorporación de jóvenes, mujeres y personas de la tercera edad.

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

Otro aspecto de particular relevancia es la potencialidad de la actividad turística como fuente de ingresos para los gobiernos, por concepto de pago de impuestos. Adicionalmente, por medio de la generación de inversión y empleo, el turismo constituye un factor de desarrollo económico para el país, debido a que sus operaciones favorecen a las actividades económicas en otros sectores vinculados, tales como transporte, producción de artesanías, telecomunicaciones, servicios generales, y otros.

Asimismo, se ha comprobado que el desenvolvimiento de actividades turísticas enmarcadas bajo criterios de sustentabilidad, contribuye directamente a la conservación y valoración del patrimonio natural y cultural de la Nación, y constituye un factor de desarrollo económico y social para las comunidades anfitrionas del área rural.

Es importante destacar que en la región centroamericana el turismo ha sido identificado entre las actividades económicas con mayores ventajas absolutas y comparativas naturales para insertarse por esa vía en la economía global, en función de tres elementos: **“La posición geográfica** de Centroamérica como puente entre Norte y Sudamérica, y entre los océanos Pacífico y Atlántico, a manera de enlace entre diferentes culturas e idiomas; **la diversidad ecológica y los recursos ambientales únicos; y la potencialidad agrícola y forestal por las condiciones climatológicas estables** durante todo el año”.<sup>3</sup> Cabe mencionar que la región incluye la zona en donde se desarrolló la civilización Maya.

<sup>2</sup> Se considera que en los países en desarrollo, como es el caso de Guatemala, el impacto de la actividad turística sobre el empleo podría ser mayor.

<sup>3</sup> Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible; Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE. Guatemala, Turismo: el reto de la competitividad, 1997, pp. 15 y 16.

**Figura 1**  
**Guatemala**  
**NAFTA, CARICOM y MERCOSÚN**



Según la Organización Mundial del Turismo<sup>4</sup>, para el año 2010 la región Centroamericana registró un total de llegadas de 7.93 millones de turistas, 3.8% más que el 2009, con 7.6 millones y aún por debajo de la cifra alcanzada en el 2008 de 8.2 millones. En el 2009 se generaron en la región un total de 6.0 miles de millones de dólares estadounidenses producto de la actividad turística, menor a los 6.4 miles de millones registrados en el 2008. En el 2010 los ingresos manifestaron una recuperación con respecto a 2009, que según cifras publicadas alcanzaron los 6.8 miles de millones, un incremento de 12.8%.

**El turismo en Guatemala ha evolucionado hasta convertirse en el primer renglón generador de divisas, si se le compara con los principales productos de exportación del país. De acuerdo con los datos del INGUAT, en el año 2010 la actividad turística en el país generó un total de 1,378.0 millones de dólares estadounidenses, un crecimiento de 6.2% con respecto al 2009<sup>5</sup>.** Sobrepasando nuevamente las exportaciones de café y azúcar, las cuales registraron ingresos por US\$ 705.6 y 726 millones respectivamente. En el año 2010, el ingreso de divisas por concepto de turismo representó el 16.3% del ingreso de divisas por exportaciones totales y el 33.4% del total de remesas familiares.

<sup>4</sup> Ver "Datos esenciales del turismo", edición 2007, OMT

<sup>5</sup> Los datos de ingresos de divisas por concepto de turismo del Banco de Guatemala, para el 2010, muestran una disminución del 14.5% con respecto al año anterior lo que muestra una inconsistencia con respecto a los datos publicados por el INGUAT. Asimismo, el Ministerio de Finanzas Públicas respecto de la recaudación del impuesto del 10% a la tarifa por habitación que cobran los hoteles, muestra una reducción en su captación del 17%.



Sobre la base de los datos del INGUAT, las llegadas de visitantes internacionales en el año 2010 con relación al 2009, registraron un incremento favorable del 5.6%; no obstante los aspectos adversos que continúan afectando la evolución del turismo internacional, como lo son la persistencia de la crisis económica y financiera que se prolonga en algunos mercados de origen, y algunos eventos naturales desfavorables que afectaron el territorio nacional, que causaron graves inundaciones, deslaves de tierra, y por ende el deterioro de la infraestructura de acceso a destinos turísticos importantes. Según las estadísticas del INGUAT, en el año 2010 se registró un total de 1,875,777 visitantes no residentes de los cuales el 65% es turista y 35% excursionista.

De acuerdo con un reciente análisis de la Política de Inversión de Guatemala, realizado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés), en los años 2009-2010, el turismo presenta una oportunidad de crecimiento para la Inversión Extranjera Directa, IED, a pesar de que el país no ha sido exitoso en atraerla.

### 3. PREVISIONES DEL TURISMO MUNDIAL

La Organización Mundial del Turismo, OMT, en su estudio “**Turismo: Panorama 2020**”, prevé que la llegada de turistas internacionales alrededor del mundo para el 2020 alcanzará los 1,600 millones, lo que representa una tasa de crecimiento anual media general del 4.1%, entre 1995 y 2020.

La región de las Américas <sup>6</sup>, según este mismo estudio, se estima que recibirá un total de 190.4 y 282.3 millones de turistas para los años 2010 y 2020, respectivamente, lo que significará una tasa de crecimiento anual del 3.9 % para el período 2000-2010 y de 4.0% entre el año 2010 y 2020. Las Américas se ubicarán, en relación a las llegadas de turismo para el año 2020, en la tercera posición después de la región de Europa (717 millones de turistas) y la de Asia Oriental y el Pacífico (397 millones de turistas). Este posicionamiento implica que la región de las Américas registrará una pérdida de la cuota de mercado mundial, del 19% en 1995 al 18% en el año 2020.

El número de turistas internacionales que arribarán a Centroamérica, según las proyecciones de la OMT, se situaría en 5.0 y 7.5 millones para los años 2010 y 2020, respectivamente, lo que suponía tasas de crecimiento del 4.5% anual entre el año 2000 y 2010, estimaciones de crecimiento que están siendo superadas, y del 4.3% para el período 2010-2020. Esto significaría para América Central una ampliación de su cuota de mercado de llegadas de turistas a la región de las Américas de 2.4% en 1995 a 2.7% en el 2020.

### 4. METAS DE CRECIMIENTO NACIONAL

Sobre la base en la Agenda Nacional 2012-2015 de ASIÉS, como resultado de la operatividad de la Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022 con **acciones concretas, en el corto, mediano y largo plazo, tendentes a fortalecer y desarrollar el sector turístico, conforme el ordenamiento del territorio nacional en función turística y las prioridades establecidas para la consolidación y la diversificación de productos y mercados ya existentes y futuros**, se tiene previsto alcanzar una tasa de

---

<sup>6</sup> La Organización Mundial del Turismo define para la realización de sus estudios seis regiones: África, las Américas, Asia Oriental/Pacífico, Europa, Oriente Medio y Asia Meridional.



crecimiento promedio anual del 6.6% en lo que corresponde al número de llegadas de turistas<sup>7</sup> internacionales al país, para el período 2012-2016, y del 8% para el 2016-2022. Un total de 1,678,254 turistas para el 2016 y 2,814,126 turistas para el 2022. El incremento en el número de turistas no incluye excursionistas, y corresponderá a los segmentos específicos prioritarios en esta Política, de forma congruente con las promociones y los esfuerzos en el desarrollo de una oferta turística que satisfaga las necesidades y expectativas de esos mismos segmentos.

Es importante tener en cuenta que el crecimiento del número de turistas por sí mismo no garantiza una efectiva implementación de las líneas de acción de esta Política y es imprescindible conjugar otros factores: incremento en el gasto promedio y duración de la estadía, potenciación de la capacidad del turismo para generar bienestar en las comunidades locales, e impactos positivos en la protección y la conservación de los patrimonios naturales y culturales del país.

En lo que corresponde al ingreso de divisas<sup>8</sup> por concepto de turismo, siempre basado en la Agenda Nacional 2012-2015 de ASIES, se pretende alcanzar una tasa de crecimiento promedio anual del 8.6% para el período 2012-2016 y del 9.9% para el 2016-2022. Con un total de US\$2,206.4 millones para el 2016, y US\$4,126.2 millones para el 2022.

Es relevante señalar que, si bien estas metas de crecimiento constituyen una medida de la evolución del desempeño del sector turismo para el período 2012-2022, representan sólo una aproximación sobre el posible efecto cuantitativo en llegadas de visitantes internacionales que se prevén con la implementación de la Política de Estado para el desarrollo turístico sostenible. Ésta viene a afirmar la urgente necesidad de desarrollar un sistema de estadísticas de turismo, tal como se señala en la misma Política, que cumpla con los estándares internacionalmente reconocidos y permita entre otras posibilidades, mejorar el marco en que actualmente se realizan las proyecciones turísticas en el país.

Asimismo, las metas de crecimiento del sector no toman en cuenta los efectos que para el desarrollo de esta actividad podría tener la serie de factores exógenos no controlables, tal como la evolución de la economía mundial, la persistencia de la crisis financiera en países emisores del turismo, los efectos del terrorismo, el narcotráfico, el crimen organizado, la inestabilidad política, los desastres naturales entre otros.

**Sobre la base de las metas de crecimiento previstas y la planta hotelera actual, en el año 2016 se estaría alcanzando un 75% de la ocupación media anual,** lo que implicará la necesidad de realizar ampliación de habitaciones y construcción de nuevos hoteles, y por ende un incremento sustancial de la inversión turística, especialmente en el interior del país, a partir del año 2013.

### **Propuesta de indicadores de avance de la Política**

Adicionalmente a las metas de crecimiento descritas anteriormente, en el anexo 2 se adjunta a este documento una propuesta de indicadores nacionales para medir el avance de cada uno de

<sup>7</sup> Los datos de número de turistas internacionales no contemplan el número de excursionistas, ni de personas que visitan el país por un día, sin pernoctación.

<sup>8</sup> Los datos de ingreso de divisas no incluyen los gastos de los excursionistas, sólo de los turistas internacionales.



los objetivos específicos de esta Política, la cual además contiene la fuente de verificación, los responsables y el tiempo estimado. Para indicar el avance de la mayor parte de los objetivos específicos de la Política se utilizaron como referencia los 14 pilares que conforman los 3 subíndices del índice de Competitividad de Viajes y Turismo, publicado anualmente por el Foro económico mundial, WEF. Los indicadores propuestos tratan de englobar los principales aspectos micro y macroeconómicos que inciden en la competitividad del sector turismo, y se considera que la implementación de esta Política, sin duda incidirá en mejorar la posición competitiva del país. **Guatemala ocupó en el año 2009 el puesto 70 en el ranking mundial de 139 países, y retrocedió al 89 en el 2011. Con la implementación de la Política se busca llevar al país para los próximos cuatro años a la posición 71, un avance de 15 posiciones con respecto al 2011.**

Como complemento a los indicadores nacionales arriba indicados, se recomienda la construcción participativa de **indicadores por destino turístico dentro del país, siguiendo la metodología trazada en la Guía Práctica de Indicadores de Desarrollo Sostenible para Destinos Turísticos, elaborada por la OMT**, obtenidas según las opiniones de los principales actores turísticos (grado de satisfacción de los turistas y de los residentes en relación con el turismo o de estos con elementos específicos), los beneficios económicos para la comunidad y el destino, la gestión energética, la calidad del agua potable, el tratamiento de aguas residuales, gestión de residuos sólidos, control de la intensidad del uso y desarrollo turístico, entre otros.

A continuación un cuadro resumen de las metas para los 14 pilares que conforman los 3 subíndices del índice de competitividad, publicado por el WEF para los próximos cuatro años.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	2011	Metas 2016	Variación
<b>Marco Regulador de Viajes y Turismo</b>			
Políticas y regulaciones	57	40	17
Sostenibilidad ambiental	118	99	19
Protección y seguridad	131	110	21
Salud e higiene	94	90	4
Prioridad de viajes y turismo	78	57	21
<b>Entorno Empresarial e Infraestructura de Viajes y Turismo</b>			
Infraestructura de transporte aéreo	71	68	3
Infraestructura terrestre de transporte	102	94	8
Infraestructura turística de país	85	75	10
Infraestructura de las TIC	78	70	8
Competitividad de los precios	27	22	5
<b>Recursos Naturales, Culturales y Humanos de Viajes de Turismo</b>			
Recursos Humanos	88	80	8
Afinidad para el desarrollo de viajes y turismo	67	40	27
Recursos naturales	26	20	6
Recursos culturales	79	75	4



## 5. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

### 5.1 Objetivo Superior

Consolidar al turismo como eje articulador del desarrollo de la Nación en el marco de la sostenibilidad, de forma que contribuya a generar las condiciones necesarias para mejorar la competitividad del país en el ámbito internacional y a favorecer el acceso de los guatemaltecos a una vida digna.

### 5.2 Objetivos Específicos

- Integrar horizontal y verticalmente las prioridades contenidas en los pilares de esta Política, con las políticas de aquellas entidades del Estado, cuyas decisiones inciden directa o indirectamente en la actividad turística e implementarlas por medio de planes, programas, proyectos y acciones concretas.
- Crear al más alto nivel del Estado, una instancia de gestión pública del turismo.
- Hacer de la sostenibilidad el eje del desarrollo turístico nacional.
- Promover la participación responsable, la toma de decisiones compartidas y la asociación productiva entre los sectores público-privado y las comunidades anfitrionas.
- Otorgar a los gobiernos locales y a las comunidades anfitrionas un rol protagónico en el desarrollo turístico del país.
- Desarrollar un sistema normativo de la actividad turística.
- Crear las condiciones para una mejora constante en la calidad de la experiencia turística.
- Fortalecer los programas de información, seguridad integral y asistencia al visitante nacional y extranjero.
- Implementar un sistema de información turística y el uso de nuevas tecnologías.
- Hacer de la profesionalización del capital humano del sector turismo “el principal valor agregado del destino”.
- Propiciar el desarrollo del turismo interno, fronterizo e intrarregional.
- Fomentar la inversión en infraestructura de acceso, servicios básicos, planta turística (equipamiento e instalaciones) y atractivos.
- Desarrollar productos turísticos auténticos y competitivos en el marco de la sostenibilidad.
- Fortalecer las acciones de promoción y comercialización turística.
- Lograr un adecuado manejo de la imagen de Guatemala en el exterior, en forma coordinada con las demás instancias de Gobierno encargadas de este tema, para fortalecer la presencia de marca a nivel internacional.
- Implementar acciones congruentes con el concepto diferenciador que se desea transmitir, para lograr un correcto y contundente posicionamiento de la marca del destino: Guatemala, Corazón del Mundo Maya, en el mercado internacional.

## 6. CONDICIONANTES PREVIOS AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Partiendo de la adopción de esta propuesta y del reconocimiento del turismo como prioridad nacional por parte de los organismos Ejecutivo, Legislativo y Judicial, es decir del Estado en su conjunto, se consideran como condiciones para lograr su operatividad en el corto plazo, las siguientes:



En primer lugar, es imperativo contar con la voluntad política del Estado para priorizar el desarrollo turístico y el cumplimiento de los pilares estratégicos y las líneas de acción contenidas en la Política de Estado para el Desarrollo Turístico (PEDET). Esta voluntad política se expresa y concreta en las modificaciones a los marcos institucionales y legales, así como en los apoyos presupuestarios del Gobierno que sean necesarios para el logro del desarrollo del turismo. Por lo tanto, se deben perseguir los siguientes objetivos institucionales:

1. Adoptar el desarrollo turístico como una Política de Estado, que trascienda los diferentes períodos administrativos y dé continuidad a los programas y proyectos prioritarios dentro de la visión del turismo como un eje de desarrollo del país. Se deberán crear y oficializar los canales de comunicación entre los tres poderes del Estado, a efecto de lograr las coordinaciones, alcanzar los consensos necesarios y asegurar la continuidad de esta política.
2. Desarrollar las áreas turísticas prioritarias del país a través de acuerdos con las autoridades municipales y las comunidades anfitrionas, Oficina de Control de Reservas Territoriales del Estado (OCRET), Ministerio de Recursos Naturales y Medio Ambiente (MARN); Ministerio de Cultura y Deportes; Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda (MICIVI); entre otros.
3. Reestructurar el Gabinete de Desarrollo Turístico, que además de tener un propósito claro en la coordinación y supervisión de la ejecución de los programas y proyectos relativos al desarrollo del turismo en el área priorizada, deberá reunirse ordinariamente en forma bimensual como mínimo, y extraordinariamente cuantas veces sea necesario, para monitorear y evaluar los avances de los mismos. El desarrollo del turismo en el área priorizada deberá realizarse mediante un *benchmarking* con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo de México (FONATUR), que permita aprender de sus éxitos y evitar los errores cometidos.

En segundo lugar, es de suma importancia modernizar la actual estructura organizacional del sector público turístico, para generar competitividad y alcanzar los siguientes objetivos:

1. Realizar una reingeniería total del INGUAT para su apertura como una institución moderna y ágil, orientada a la ejecución y coordinación de las acciones necesarias para lograr el desarrollo turístico del país; con una dirección y un equipo humano calificado, seleccionado con criterios técnicos y por su perfil profesional, y no por favores políticos. El personal debe estar dotado de herramientas tecnológicas de punta que faciliten su labor. Es imprescindible instituir una Junta Directiva como órgano superior encargado de la dirección de la Institución.
2. Crear una Secretaría de Turismo de la Presidencia para fomentar y coordinar prioritariamente las acciones de desarrollo del producto con los ministerios del gobierno central que corresponda; y una entidad ejecutora de acciones principalmente de mercadeo.
3. Establecer una plataforma de diálogo y coordinación en el INGUAT con el sector privado organizado, para monitorear y reajustar los planes, programas y proyectos que se implementen, principalmente para los temas de mercadeo.



4. Apoyar y coordinar el trabajo de la Secretaría de Turismo con las municipalidades, para lograr un desarrollo consistente y armónico de las actividades turísticas del país.

En tercer lugar, se deben realizar esfuerzos serios en el tema de la seguridad al turista nacional y extranjero, con el objeto de minimizar las principales situaciones adversas que deterioran la imagen de Guatemala y limitan el impacto de la promoción turística en el exterior. Para lograrlo, es imperativo contar con la voluntad política del Estado de otorgar prioridad al turismo y al cumplimiento de las estrategias y líneas de acción contenidas en este planteamiento, condición sin la cual no podrá desarrollarse el turismo en Guatemala.

El Estado juega un papel vital que va desde crear los marcos legales, lograr la aplicación de las leyes y formular las políticas públicas correspondientes, a fin de brindar seguridad, hasta garantizar y asegurar corredores y sitios turísticos seguros, libres de situaciones de violencia en contra de los turistas.

## 7. PILARES ESTRATÉGICOS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

A continuación se presentan los pilares estratégicos contemplados en esta Política, los cuales se basan en la Estrategia Nacional de Turismo, elaborada por ASIES en el año 2000, y adoptada por el Gobierno de la República de Guatemala, mediante Acuerdo Gubernativo cuatrocientos treinta y nueve guión dos mil (439-2000):

- Marco institucional
- Consolidación de destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos
- Integración turística regional
- Sistema de información turística
- Cultura y formación turística
- Promoción y comercialización
- Seguridad

Para garantizar el cumplimiento e implementación de cada una de las acciones propuestas en los pilares de esta Política, se requerirá concretar acciones en tres niveles diferentes:

1. Entre los tres Poderes del Estado
2. En el Gabinete de desarrollo turístico
3. En la alianza entre sector público, sector privado organizado, comunidades anfitrionas y sector académico.

La Secretaría de Turismo de la Presidencia o en su defecto el INGUAT deberá nombrar, conformar y coordinar las comisiones específicas mixtas –sector público, sector privado organizado, comunidades anfitrionas y sector académico– que tendrán a su cargo la formulación, seguimiento y evaluación de resultados de los **planes, programas y proyectos, con metas concretas a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo**, y la asignación de responsables directos y tiempo estimado para la ejecución. Estas comisiones deberán ser coordinadas por un **gerente de la operatividad de la Política**.



**Es importante destacar la importancia de reforzar la gobernanza<sup>9</sup> en el sector turismo, debido a que ésta se encuentra fuertemente deteriorada en el país.** Sin una adecuada, cooperativa y fluida interacción entre los principales actores será poco probable el implementar las acciones contenidas en esta Política. Adicionalmente es importante lograr consensos a este nivel, los cuales podrán ser elevados desde la base a los niveles superiores antes mencionados.

## **7.1 Marco institucional**

El sector público reviste gran importancia por las funciones que desempeña desde el conjunto de sus instituciones, en particular por las decisiones que tienen injerencia directa en la actividad turística.

Estas funciones presentan una mayor complejidad debido a la variedad de subsectores que lo forman y a su heterogeneidad. La acción pública integrada es indispensable para asegurar la coordinación entre los distintos agentes involucrados, a fin de responder eficientemente a las necesidades del sector, para que el turismo se constituya en el eje articulador del desarrollo del país.

### **7.1.1 Desarrollo y fortalecimiento institucional**

Considerando que el desarrollo de la actividad turística requiere de la participación y compromiso de todas las estructuras institucionales del sector; que estas tienen un papel protagónico y ejercen responsabilidades diferenciadas, pero interdependientes; que son imprescindibles los objetivos y metas a alcanzar, se establece:

- Que el Gabinete de desarrollo turístico reformado, establecido como una instancia superior con potestad de reunir a los tres poderes del Estado, autoridades y comunidades locales, estará a cargo de propiciar y facilitar la coordinación interinstitucional para la implementación de la Política en el ámbito nacional.
- Que el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR) tienen como responsabilidad compartida liderar la ejecución de la Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible y la consecución de los resultados esperados.
- Que se hace imprescindible el manejo de criterios comunes entre los sectores público y privado, en el ámbito nacional, regional y local, para llegar a acuerdos y programas conjuntos que maximicen la utilización de los recursos y transmitan una imagen clara, sólida y confiable del sector en su totalidad.

---

<sup>9</sup> La gobernanza puede ser definida como la forma de interacción de la administración pública con el sector empresarial y la denominada sociedad civil (empresas turísticas, comunidades locales, agrupaciones de proveedores de servicios turísticos, entre otras, relacionadas directa o indirectamente con el turismo); no obedece a una subordinación jerárquica, sino a una integración en red, identificada como "red de interacción público-privado-civil", y puede concretarse en los ámbitos local, regional y nacional.



- Que los gobiernos municipales, especialmente aquellos que tienen bajo su cargo y jurisdicción el manejo de la administración pública en ciudades o destinos turísticos, deben involucrarse en el proceso de planificación del desarrollo turístico de sus municipios, en una relación de mutuo beneficio, tanto para la localidad como para la actividad turística.

Por lo tanto, se realizarán esfuerzos para desarrollar y fortalecer las entidades relacionadas con la actividad turística, para descentralizar administrativa y financieramente la labor que en beneficio del turismo realiza el sector público; y también para propiciar el diálogo, la comunicación y la coordinación entre los diversos actores locales. Para tal propósito, se presentan las siguientes líneas de acción:

#### **a. Modernizar la estructura institucional**

- Creación de la Secretaría de Turismo de la Presidencia, que represente al más alto nivel gubernamental, de manera congruente con el reconocimiento del turismo como un sector estratégico dentro de las políticas nacionales prioritarias para el desarrollo del país. Para el efecto se deberá modificar la Ley del Organismo Ejecutivo; se sugiere que la Secretaría cuente con una estructura operativa reducida, en vista de que el Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, será el ente ejecutor de los planes, programas y proyectos que se definan para el sector.
- Actualización y modificación de la Ley Orgánica del INGUAT, Decreto 1,701 del Congreso de la República, vigente, en virtud de que se hace necesario dotar al Instituto Guatemalteco de Turismo de un marco legal que le permita constituirse en un ente ágil en su gestión y asumir los retos del desarrollo turístico del país, implícitos en la operatividad de esta Política.

Con relación a las funciones de dirección del INGUAT y después de haberse modificado la Ley Orgánica del INGUAT, de acuerdo al inciso anterior, se propone que estén a cargo de una Junta Directiva, integrada en forma paritaria por representantes del sector público y privado turístico, con el objeto que el desarrollo turístico tenga una visión de largo plazo y dé continuidad a los planes y proyectos.

Dentro de las atribuciones de la Junta Directiva estará la Dirección General o Gerencia General del INGUAT. El Presidente de la Junta Directiva será nombrado por el Presidente de la República, de una terna de candidatos propuesta por la misma Junta Directiva. Los nombramientos se efectuarán de conformidad con las calidades profesionales que los cargos ameritan y los funcionarios serán removidos por el Presidente de la República, a solicitud de la Junta Directiva, de acuerdo a lo establecido en la ley, por causas plenamente justificadas y comprobadas. El Director General del INGUAT se convierte en un Director Ejecutivo o Gerente General, que atenderá e implementará las directrices emanadas del mismo.

La Secretaría de Turismo de la Presidencia o en su defecto el INGUAT, basado en la Política de Estado para el Desarrollo Turístico, deberá proponer al más alto nivel gubernamental, en conjunto con diferentes sectores y entidades, las acciones necesarias para apoyar el desarrollo y consolidación de la oferta turística del país y la promoción de la imagen de Guatemala como destino turístico en el exterior. La institución debe funcionar como una entidad facilitadora y



coordinadora que se concentre en las actividades directamente relacionadas con el desarrollo y promoción del producto turístico del país y delegue la ejecución de aquellas actividades que puedan realizarse más eficiente y eficazmente fuera de la misma.

Se debe evaluar dentro de la reingeniería del INGUAT, la competencia administrativa de aquellos bienes y funciones que no tienen relación directa con las actividades que realmente corresponden a la institución y de aquellas que podrán efectuarse externamente a un menor costo y con un mayor beneficio.

A fin de focalizar los recursos humanos y financieros del INGUAT a satisfacción de las exigencias prioritarias que demanda el sector turístico, se hace imperativo evaluar las funciones contenidas en su Ley Orgánica, incrementar los ingresos privativos mediante la racionalización de los gastos de funcionamiento y mejora de la recaudación, con la finalidad de aumentar los rubros de inversión, con un 30% y un 70% respectivamente, del presupuesto institucional.

Las Juntas Directivas del INGUAT y CAMTUR, se encargarán de impulsar y facilitar la ejecución de las acciones contenidas en esta Política. Se integrará provisionalmente una comisión que tendrá a su cargo la coordinación de la modernización del INGUAT y la gestión por medio de las instancias correspondientes y el seguimiento necesario para su aprobación de la propuesta de modificación de la Ley Orgánica, que fue elaborada conjuntamente en el año 2011 con la Comisión de Turismo del Congreso de la República y representantes del sector turismo público y privado. Esta comisión quedará conformada mediante Acuerdo Gubernativo; sus miembros, para ser electos deberán comprobar estudios y experiencia de más de 10 años en turismo, provenir de los sectores tanto empresarial como público y ser de reconocida honorabilidad. La comisión se encargará de organizar foros dentro del sector para dar a conocer las propuestas y lograr consensos.

Es importante destacar que debe preverse un período de transición para contar con la estructura organizacional aquí propuesta, y que se deberá avanzar con la estructura existente, en la ejecución de las acciones contenidas en esta Política.

Fortalecimiento de la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR) ente privado que representa los intereses del sector en el ámbito nacional para potenciar y desempeñar efectivamente su importante papel como interlocutor de la diversidad de empresas que conforman el sector privado; tener mayor injerencia en la toma de decisiones que competen a la actividad turística; propiciar la profesionalización y la mejora de la calidad de los servicios de las empresas del sector; e instituir prácticas de turismo responsables, velar por crear mecanismos para la protección del ambiente, recursos naturales, sitios arqueológicos y culturales, costumbres y tradiciones, así como por la incorporación de las comunidades locales a los beneficios económicos y sociales de la actividad turística, en el marco de la sostenibilidad. Es imprescindible que CAMTUR busque unificar al sector empresarial turístico que actualmente se encuentra disperso en diferentes instancias nacionales y locales, para mejorar la incidencia del sector en su totalidad frente a diversos interlocutores.

#### **b. Fortalecer las instancias locales de coordinación turística**

Con el objeto de contribuir a descentralizar la planificación del desarrollo turístico en el interior del país, así como a la creación y mejora de las condiciones en la que esta actividad se lleva



a cabo, se deberán continuar fortaleciendo las instancias locales de coordinación turística, a manera de plataformas de participación, comunicación y coordinación de los sectores claves correspondientes, para que funcionen como verdaderas instancias líderes y de autogestión turística, conjuntamente con otras instancias de participación local. Deberán reorientarse de forma que cumplan adecuadamente con su papel de constituirse en propiciadoras de un desarrollo turístico integral y autosostenible, con el compromiso de recibir, validar y canalizar a donde corresponda, las propuestas de los sectores público, privado y de las comunidades vinculadas directa e indirectamente con la actividad.

Se ha experimentado un crecimiento desordenado de los Comités de Autogestión Turística, CAT, en vista de que su creación obedeció, más a aspectos cuantitativos que cualitativos, sin una intencionalidad clara, que priorizara y potencializara su función clave para el desarrollo turístico de sus localidades. Lo anterior ha conllevado a que muchos de los comités presenten un pobre rendimiento en sus funciones. Sin embargo, a pesar de estos inconvenientes, las razones que motivaron su surgimiento siguen vigentes y justifican su existencia y reorientación, como instrumentos vitales para el desarrollo turístico local tan necesario para mejorar la calidad, sostenibilidad y en general la competitividad del producto turístico del país.

Por lo tanto, se hace imprescindible una evaluación técnica de los CAT existentes, a la luz de su rol y contribución al desarrollo turístico del país en las áreas priorizadas, y su posterior ordenamiento con criterios técnicos y parámetros claros y bien definidos. La conformación de los comités debe guardar relación con el proceso de desarrollo definido en el numeral 7.2.2 que se refiere a las prioridades por el lado de la oferta. Se deberán valorar y priorizar cada uno de los comités en función de la potencialidad turística del área a la que representa; y evaluar seriamente la capacidad institucional y técnica disponible en el INGUAT, para asegurar que estos cumplan adecuadamente con la finalidad para la cual fueron creados.

Es imperativo asegurarse que cada uno de los CAT tenga clara la razón para la cual fue creado y se despejen las falsas expectativas existentes. Se hace necesario trabajar para que los comités se constituyan en verdaderos autogestores del desarrollo turístico de sus localidades y se destierren las prácticas paternalistas que han caracterizado a muchos.

**Dentro de los comités de autogestión turística**, se recomienda reforzar la participación efectiva de **autoridades municipales o departamentales**, según el caso, cuya función será favorecer la aplicación de reglamentos y ordenanzas en beneficio de la actividad, actuar como vínculo entre los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural y el Comité de Autogestión Turística, gestionar y canalizar fondos del Consejo de Desarrollo Departamental y otras fuentes financieras disponibles en los niveles locales hacia proyectos turísticos consensuados en el seno de los CAT; la participación constante y decidida de representantes de grupos organizados de las diferentes actividades relacionadas directamente con el turismo, como corresponsables del desarrollo turístico, líderes que permitan la continuidad del comité, que generen alianzas estratégicas entre sectores productivos y oportunidades de mayores y mejores negocios; de representantes de **grupos organizados de la comunidad**, en nombre de la población receptora del turismo; y de representantes de **instituciones nacionales, de organismos internacionales y de organizaciones no gubernamentales**, que mediante sus programas aporten beneficios a la actividad turística local y que puedan fungir como asesores del comité cuando la temática lo demande.



El papel del INGUAT dentro de los comités de autogestión turística, es la de facilitador y asesor de las labores de desarrollo y promoción turística de los municipios o sitios en donde se establezcan estos comités, y propiciador, a mediano plazo, de que obtengan autonomía en la gestión de su propio desarrollo.

Los integrantes del comité de Autogestión Turística, en conjunto con los asesores técnicos del INGUAT, el Programa Nacional de Competitividad; el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, INTECAP; expertos nacionales e internacionales, o representantes de otras instancias que cuenten con los conocimientos y recursos necesarios, **deberán identificar y priorizar las necesidades de su localidad, formular el plan de desarrollo turístico, y su respectiva cartera de proyectos**, con las acciones a seguir en el corto, mediano y largo plazo. Dicho plan comprenderá una serie de necesidades financieras que deberán ser priorizadas y negociadas en el seno de las corporaciones municipales, en los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, en el INGUAT y por medio de esta Institución en el Gabinete de Desarrollo Turístico, según la naturaleza y costo del proyecto en cuestión.

El papel del INGUAT, respecto a la obtención de financiamiento, será certificar que el proyecto se encuentra contemplado dentro de las prioridades establecidas en esta Política; brindar el aval y apoyo para el contacto y la comunicación con organismos financieros nacionales e internacionales; en caso de ser procedente, financiarlo por medio del Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala, FODESTUR, que deberá constituirse a corto plazo por iniciativa del INGUAT conjuntamente con CAMTUR.

Los programas y proyectos seleccionados por el Comité de Autogestión Turística podrán ser ejecutados por la municipalidad de la localidad, conjuntamente con los correspondientes Consejos de Desarrollo, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

**La labor de fiscalización de los fondos** será realizada por cada delegación de la Contraloría General de Cuentas, si los recursos provienen de fuentes públicas. En caso de que provengan de organismos nacionales o internacionales, estos serán auditados por la instancia que los otorgó. Debido a que el Comité de Autogestión Turística está concebido como una mesa de negociación y coordinación de la actividad turística, tendrá a su cargo la realización de una permanente auditoría ciudadana de los fondos.

Se priorizarán aquellos proyectos relacionados con el ornato, sistemas de manejo y disposición de desechos sólidos y líquidos, que vayan dirigidos a solucionar los problemas que afectan la salud y la imagen de los municipios del país. Es oportuno que el comité gestione el apoyo de la municipalidad, el Consejo de Desarrollo respectivo, el Instituto de Fomento Municipal (INFOM), la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República (SEGEPLAN) y el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, entre otros, para la formulación e implementación de estos proyectos.

La descentralización de la planificación turística tendrá como socios importantes a las autoridades regionales, departamentales y municipales del país, **quienes podrán utilizar la estructura de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural**, en virtud de que la asignación de fondos para la ejecución de los diferentes proyectos de desarrollo rural se canaliza, prioriza y discute en el seno de estos. Por tanto, se deberá contar con delegados o representantes de turismo a esos niveles.



**Se espera que con los lineamientos técnicos del INGUAT y su reorientación, la figura del Comité de Autogestión Turística se constituya como base de la planificación del desarrollo turístico competitivo del país, que conforme y consolide los espacios con la potencialidad necesaria para materializar la experiencia turística, en el marco de la conservación y protección de los atractivos de la localidad.**

Para fortalecer los Comités de Autogestión Turística, se considera necesario que el INGUAT implemente las siguientes acciones:

- Revisar la estructura organizacional creada dentro del INGUAT, como instancia de coordinación, asesoría, apoyo y monitoreo de las acciones que realizan los comités de autogestión turística, de forma que se asegure su manejo técnico, alejado de las influencias políticas que amenazan con desvirtuar su razón de ser.
- Realizar al interno del INGUAT una labor de capacitación de los cuadros técnicos que tendrán a su cargo la coordinación, el apoyo y el monitoreo de los resultados de las acciones de los comités.
- Establecer si los miembros de los comités están efectivamente acreditados y representan a los sectores que se señalan en este documento.
- Revisar los acuerdos de la Dirección del INGUAT por medio de los cuales se creó y reglamentó esta figura (435-2000-D, 294-2001-D, 301-2004-D y 302-2004-D); y el borrador del manual de funcionamiento para determinar si se adecúan a las necesidades operativas de los Comités de Autogestión Turística. Este último deberá ser presentado y difundido entre los CAT constituidos.
- Evaluar los esfuerzos de planificación, priorización y formulación de proyectos realizados por los comités, con asesoría de técnicos de la institución.
- Apoyar técnicamente los planes y proyectos, que posteriormente a la fase de evaluación, se consideren prioritarios y factibles de ejecutar.
- Incorporar a los comités, asesores y representantes del Instituto de Antropología e Historia, el Consejo Nacional de Áreas Protegidas, el Instituto Nacional de Bosques, entre otras instituciones públicas, a efecto de coordinar acciones en las áreas bajo su administración directa.
- Definir una sede para la realización de reuniones.
- Nombrar las contrapartes locales que puedan proporcionar asesoría técnica para la formulación y ejecución de planes y proyectos, así como para el proceso de acompañamiento de los comités.
- Gestionar los recursos financieros necesarios para implementar los proyectos prioritarios, conjuntamente con los comités de autogestión, municipalidades ante entidades nacionales e internacionales, de aquellos planes, programas y proyectos turísticos que beneficien en mayor medida a la comunidad.



Adicionalmente, se deben plantear acciones de descentralización y desconcentración administrativa, técnica y financiera hacia y en los principales destinos turísticos del país, por parte de las instancias municipales y nacionales a las que compete apoyar esta actividad. Así como, fortalecer los *clusters* turísticos locales de conformidad con lo descrito en el numeral 7.2.2 de este documento; Prioridades por el lado de la oferta turística.

### 7.1.2 Coordinación interinstitucional

En virtud de que el turismo contará con el reconocimiento de las autoridades de Gobierno, como un factor clave para alcanzar el desarrollo económico y social del país, se debe considerar su inclusión al más alto nivel y establecer la coordinación interinstitucional –que facilite la formulación de políticas públicas, la coordinación y ejecución de programas y proyectos–, con las diferentes entidades que forman la estructura organizacional del Estado en su conjunto, indispensables para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad turística nacional; por tal razón, se impone la necesidad de impulsar la siguiente línea de acción:

#### Gabinete de Desarrollo Turístico

Se reestructurará la figura del Gabinete de Desarrollo Turístico, creado mediante Acuerdo Gubernativo No. 227-2008, de fecha 16 de septiembre de 2008, y reformado por el Acuerdo Gubernativo No. 3-2010, de fecha 5 de enero de 2010, dirigido por el Presidente o Vicepresidente de la República, e integrado por:

- a. Vicepresidente de la República
- b. Ministro de Relaciones Exteriores
- c. Ministro de Gobernación
- d. Ministro de Economía
- e. Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda
- f. Ministro de Ambiente y Recursos Naturales
- g. Ministro de Cultura y Deportes
- h. Secretario de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia
- i. Secretario de Turismo de la Presidencia
- j. Secretario de Comunicación Social de la Presidencia
- k. Director del Instituto Guatemalteco de Turismo
- l. Director del Consejo Nacional de la Juventud
- m. Presidente del Consejo Directivo Nacional del Fondo de Desarrollo Indígena Guatemalteco
- n. Presidente de la Academia de Lenguas Mayas

Se deberá evaluar la integración del actual Gabinete y la incorporación de áreas importantes para el desarrollo turístico nacional, como lo son:

**Ministerio de Finanzas:** coordinación de asignaciones de Presupuesto Ingresos y Egresos del Estado-; **Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República (SEGEPLAN):** incorporación política de planes de desarrollo nacional y proyectos de cooperación internacional; **Ministerio de Educación** -coordinación de áreas



de cultura y formación turística; **Ministerio de Salud:** implementación de programas de salubridad e higiene; **Consejo nacional de Áreas Protegidas (CONAP), y el Instituto Nacional de Bosques (INAB):** aprovechamiento turístico sostenible de las áreas protegidas e implementación de normativas para proteger y mejorar el medio ambiente en sitios de interés turístico; **y la Secretaría** de Turismo de la Presidencia, una vez que se haya creado dicha instancia.

Se sugiere incorporar como invitados especiales a los Presidentes de los Poderes Legislativo y Judicial, representante del sector turístico organizado, autoridades locales y representantes de las organizaciones comunitarias, cuando la agenda de la reunión del Gabinete de Desarrollo Turístico lo requiera o cuando el Presidente o el Vicepresidente de la República lo consideren oportuno. Es importante dejar establecido, en un artículo del acuerdo gubernativo que reforme el actual, quiénes podrían ser los invitados especiales.

Es necesario establecer al Gabinete de desarrollo turístico como la instancia superior a cargo de propiciar y facilitar la coordinación interinstitucional para la implementación de la Política en el ámbito nacional.

En el seno de dicho Gabinete y con el apoyo al más alto nivel, se priorizará la ejecución de programas y proyectos previamente identificados por el sector turístico en áreas geográficas específicas, que contribuyan a la implementación de los pilares y líneas de acción contenidas en esta política, entre los que se pueden señalar:

Construcción de vías de acceso, prestación de servicios básicos: agua, telecomunicaciones, luz y drenajes; seguridad, servicios médicos y controles sanitarios; medidas de protección, conservación y revalorización del patrimonio natural y cultural, que sean modelos de base comunitaria; campañas de concienciación turística, control y manejo de la basura, señalización, líneas de crédito para la inversión turística; un programa integral de seguridad que fortalezca los destinos turísticos, entre otros.

El Gabinete de Desarrollo Turístico se reunirá ordinariamente en forma mensual, y extraordinariamente cuantas veces sea necesario, para supervisar los avances en la ejecución de los programas y proyectos relativos a turismo. Cada una de las instancias que participan en este Gabinete deberá incorporar en los presupuestos respectivos los recursos financieros necesarios para la implementación de los mismos.

**El Gabinete deberá contar con un Comité Técnico Interinstitucional,** que coordinará y dará seguimiento a las comisiones operativas encargadas de la ejecución de los programas y proyectos aprobados. Este estará a cargo de la Secretaría de Turismo o en su defecto del INGUAT.

Cada uno de los respectivos ministerios o secretarías podrá ejecutar tales acciones en favor del desarrollo turístico con fondos del Presupuesto General de Gastos e Ingresos de la Nación, o podrá gestionar la cooperación técnica y financiera necesaria ante organismos regionales e internacionales, en virtud de que representan prioridad nacional en apego al plan de gobierno y a las políticas nacionales.



## 7.2 Consolidación de destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos

Un primer esfuerzo priorizará el fortalecimiento y consolidación de los destinos y productos turísticos, que por estar en etapas de mayor madurez son conocidos como oferta tradicional, y en la actualidad captan el mayor porcentaje del flujo de turistas que visitan el país.

Con esta política se busca mejorar y mantener la atracción de los destinos emblemáticos de Guatemala en términos turísticos, a fin de preservarlos íntegramente en el presente y futuro, dado que su deterioro tendría un impacto directo en la duración del ciclo total de vida del producto turístico del país en su conjunto. Se hace imprescindible el monitoreo de las etapas del ciclo de vida en que se encuentran estos destinos y productos, con la finalidad de tomar las medidas para evitar su declive.

Por otra parte, se debe promover conjuntamente con las entidades correspondientes la declaratoria de áreas naturales con potencial turístico, como áreas legalmente protegidas; impulsar y regular el otorgamiento de concesiones de servicios turísticos en sitios naturales a comunidades y empresarios interesados, entre otros, con el objeto de generar incentivos para el desarrollo de iniciativas turísticas sostenibles así como la protección de monumentos culturales y sitios arqueológicos.

Lograr la reinversión de los recursos financieros que se generen por cobros de ingreso y otros, en las áreas naturales, monumentos culturales y sitios arqueológicos para efecto de su desarrollo y mantenimiento.

Paralelamente a lo antes expresado, resulta imprescindible disminuir la presión sobre los destinos existentes, ya que se percibe que algunos han alcanzado o están por alcanzar el punto de máxima utilización, sobrepasando la capacidad de carga turística. El INGUAT conjuntamente con las instancias públicas y privadas a cargo de recursos culturales y naturales de interés turístico, deberán elaborar los estudios de capacidad de carga y los planes de manejo turístico de los mismos.

En gran medida la disminución de la presión sobre los sitios se logrará mediante el desarrollo de más opciones de visita, el establecimiento de nuevos centros de tránsito y excursión en los lugares cercanos a los destinos tradicionales que respondan a las tendencias actuales de la demanda turística, y el apoyo a los destinos que presentan cierto nivel de desarrollo. Desde cuando se comience a integrar recorridos que permitan al visitante conocer diferentes sitios de interés alrededor de los destinos más populares, se contribuirá también a incrementar la estadía y el gasto turístico en el país.

Por medio de esta diversificación se busca desarrollar un turismo activo, de aventura, de interés especial, en el marco de un destino cultural, dotado de una impresionante riqueza natural<sup>10</sup>; que apoye la conservación y protección de los recursos, que sea acorde con las nuevas y crecientes tendencias del mercado internacional, sin descuidar aquellos productos que por sus características particulares son capaces de captar el turismo interno, tan importante para promover los valores nacionales, evitar la alta dependencia del mercado externo, y alcanzar el desarrollo integral del sector turístico del país. La diversificación y

---

<sup>10</sup> Es importante apoyar el desarrollo de actividades turísticas sustentables en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas, SIGAP, así como el uso integral de atractivos que combinan naturaleza y cultura, como es el caso del Parque Nacional Tikal.



desconcentración turística tiene la ventaja de incorporar un mayor número de comunidades a los beneficios que genera esta actividad.

### 7.2.1 El espacio turístico nacional

Para efectos de planificación, zona es la mayor unidad del espacio turístico. En el país se han identificado siete zonas: Región Central, Altiplano, Costa Sur, Sur Oriente, las Verapaces, el Caribe y Petén.

Dentro de estas zonas, se identifican las siguientes categorías<sup>11</sup>: centros de distribución, subcentros o centros de estadía, centros de tránsito y excursión, y corredores de traslado.

Se identifican como **centros de distribución** del país: la ciudad capital y la ciudad de Flores, porque cuentan entre otras condiciones favorables, con aeropuerto internacional que da acceso a los visitantes desde los principales mercados emisores, con vías de comunicación que los conectan a otros destinos, y una alta concentración de servicios turísticos y comerciales. Así también se consideraría la ciudad de Antigua Guatemala por su cercanía a la capital.

Asimismo, se clasifican como **Subcentros de Distribución o Centros de Estadía**: Panajachel, Chichicastenango, Quetzaltenango, Totonicapán, Retalhuleu, Huehuetenango, Puerto Barrios, Livingston, Esquipulas, Cobán, Salamá, Sayaxché, Tikal<sup>12</sup>, Puerto de San José, y Monterrico, a pesar de que guardan entre sí diferentes niveles de desarrollo. Los subcentros de distribución o centros de estadía son aquellos que cuentan con acceso desde y hacia los centros de distribución, con servicios turísticos y urbanos, aunque en menor dimensión que los anteriores.

Otras categorías son consideradas en este documento: **centros de tránsito y excursión**, que se caracterizan por poseer un atractivo importante y son accesibles, pero carecen de servicios turísticos y urbanos (ver mapa, figura No. 1); **y corredores turísticos de traslado**, que son vías de conexión entre las zonas, los centros, los atractivos, los puertos de entrada del turismo receptivo y los núcleos emisores de turismo interno. También existen **corredores de estadía**, los que adicionalmente cumplen con la función de hospedar al viajero de paso, por ejemplo, en los tramos carreteros del cruce de Salamá a Cobán, y de Teculután a Río Hondo, Zacapa.

Los corredores turísticos en Guatemala, como en la mayoría de países de América Latina, han surgido espontáneamente sin planificación, y aunque constituyen un elemento clave para estructurar el espacio turístico y están integrados por la red vial, no cuentan con las facilidades necesarias para el visitante. Para que una ruta pueda cumplir satisfactoriamente como corredor turístico tiene que ofrecer un recorrido seguro, señalizado, con carreteras en buen estado, con servicios y agradables paisajes.

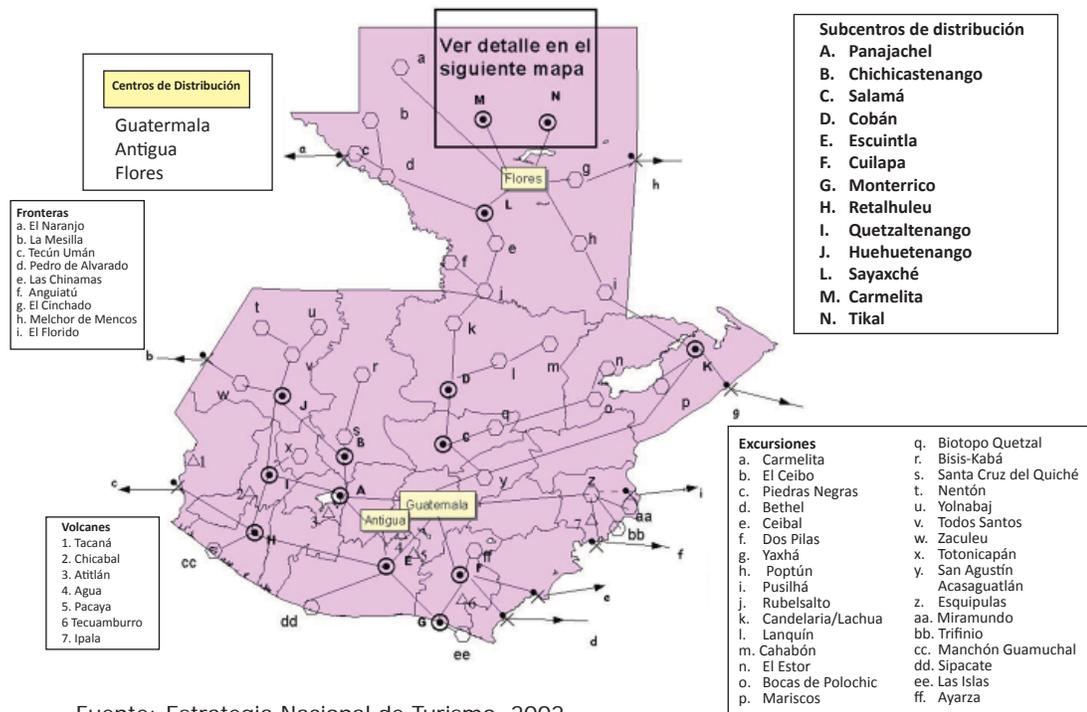
En el país se pueden identificar como principales corredores de traslado los que comunican a la región central con las fronteras de México, El Salvador y Honduras, Belice y la Costa del Mar Caribe. Dentro de estos corredores conviene identificar aquellos que presentan un mayor flujo de turistas.

<sup>11</sup> Esta clasificación fue utilizada por el Programa Mundo Maya y el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, y ambos a su vez se basan en la clasificación elaborada por OEA.

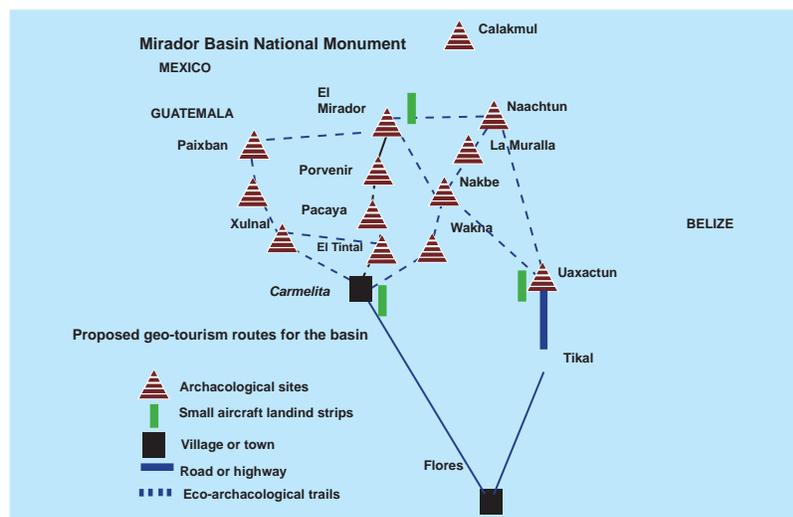
<sup>12</sup> Aun cuando se puede considerar como subcentro de distribución o centro de estadía, la ubicación de los servicios de hospedaje y alimentación existentes dentro del Parque Nacional, es objeto de análisis por parte del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, en vista de las características de fragilidad y jerarquía del sitio declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 1979.

Se propone priorizar las carreteras que por su mayor flujo de turistas puedan ser declaradas corredores turísticos de traslado y se les otorgue seguridad por parte de las autoridades correspondientes. Ver pilar estratégico 7.7, Programa de seguridad.

**Figura 2**  
**Ordenamiento del territorio en función turística**



**Figura 3**





### 7.2.2 Prioridades por el lado de la oferta

Para hacer factibles los logros descritos anteriormente, deberán ejecutarse acciones de consolidación con resultados en el corto plazo, de uno a tres años, en los siguientes espacios geográficos:

- **Guatemala Central:** Ciudad de Guatemala, Amatitlán, Antigua Guatemala y Valle de Panchoy
- **Altiplano:** Tecpán, Panajachel, Cuenca del Lago de Atitlán, Chichicastenango y Quetzaltenango
- **Petén:** La Isla de Flores, Parque Nacional Tikal y Sayaxché
- **Caribe:** Puerto Barrios, Puerto Santo Tomás de Castilla, Livingston, Río Dulce
- **Las Verapaces:** Cobán y Salamá
- **Costa del Pacífico:** Puerto Quetzal, Puerto de San José, Monterrico y Retalhuleu

Dentro de esta primera prioridad también se ejecutarán acciones orientadas a **desarrollar nuevos productos en los centros de tránsito y excursión, inmediatos a los centros de distribución y estadía tradicionales** -señalados con anterioridad- y se realizará la planificación de acciones para reforzar los espacios turísticos que presentan un nivel de desarrollo incipiente, **como la importante Cuenca del Mirador.**

Con el objeto de impulsar el desarrollo de subcentros de distribución y estadía en etapas iniciales e incorporar nuevos productos turísticos a los ya establecidos, se implementarán acciones con resultados en el mediano plazo, de uno a cinco años, en los siguientes sitios y en lugares cercanos, con potencialidad turística:

- **Sur-Oriente:** Esquipulas
- **Altiplano:** Huehuetenango, Totonicapán, San Marcos
- **Petén:** Cuenca del Mirador
- **Otros centros de tránsito y excursión** cercanos a los subcentros de distribución y estadía, contemplados en ésta y en la primera prioridad.

Asimismo, se planificarán actividades en los espacios turísticos abajo señalados. Con la finalidad de desarrollar los destinos con menor aprovechamiento turístico, hasta integrar consecuentemente todas las zonas con potencial, se llevarán a cabo acciones con resultados a largo plazo, de uno a diez años en adelante, en las siguientes áreas y en sitios cercanos a éstas:

**Sur-Oriente:** Chiquimula, Zacapa

**Altiplano:** Quiché/Área Ixil

**Otros centros de tránsito y excursión,** en los centros de distribución y subcentros de distribución o estadía, contemplados en las áreas prioritarias.

Se continuará con el monitoreo del uso turístico, la incorporación de innovaciones en destinos ya establecidos y la planificación de nuevos.



**De conformidad con el ordenamiento territorial del espacio turístico**, que tiene por objeto detectar agrupaciones y concentraciones de atractivos y planta turística, clasificarlas por su importancia y potencial para contribuir al desarrollo del sector en el corto, mediano y largo plazo; **y la necesidad de consolidar y diversificar los destinos y productos**, según las nuevas tendencias de la demanda turística<sup>13</sup>; así como **del análisis**, tanto de las fortalezas y oportunidades como de las debilidades y amenazas, se recomienda tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Acceso e infraestructura: red vial, puertos náuticos, aeropuertos y pistas de aterrizaje y puestos fronterizos**
- **Servicios de transportación terrestre, aérea y acuática**
- **Servicios básicos y otros de apoyo al turismo, entre ellos principalmente el de energía, comunicaciones, seguridad, saneamiento, salud y educación**
- **Alojamiento, alimentos y bebidas**
- **Operadores de turismo receptivo, guías turísticos y agencias de viajes**
- **Infraestructura que facilite el acceso y recorrido de los atractivos turísticos como senderos, servicios de apoyo al visitante y señalización**
- **Atractivos turísticos naturales y culturales**

Se plantea la estrategia para impulsar la consolidación de los destinos turísticos más visitados y la creación de nuevos destinos, con la finalidad de mejorar la posición competitiva del país, mediante la implementación de acciones de carácter tanto nacional como local.

Asimismo se propone fortalecer los clusters de turismo en los ámbitos nacional y local. Se considera como cluster a la gama de empresas relacionadas con la actividad turística, cuya interacción y competencia tenderá a incrementar su propia especialización, calidad, productividad y desarrollo.

La más reciente tendencia para abordar este tema, se enfoca en la implementación de programas de fomento a los *clusters* en un área determinada, mediante la creación de un ambiente que favorezca el desarrollo integral de los mismos, proceso al que se le denomina: **clusterización**.

El Programa Nacional de Competitividad, PRONACOM, desarrolló conjuntamente con el INGUAT, CAMTUR, la Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia, SCEP; la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, SEGEPLAN; la Red Nacional de Grupos Gestores y la Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC; una serie de estrategias y acciones de proyectos en seis departamentos del país, las cuales se denominaron Agendas Compartidas de Competitividad Turística. Estas Agendas tienen como finalidad apoyar el proceso de *clusterización* en Petén, Izabal, Sacatepéquez, Sololá, Baja Verapaz y Retalhuleu. Es oportuno que, conforme a las prioridades de la oferta turística en el corto plazo, de uno a tres años, se revise y se dé seguimiento a la implementación de esta iniciativa, la que

---

<sup>13</sup> Banco Interamericano de Desarrollo, Análisis del turismo en Guatemala, 1999, Capítulo VI.



posteriormente en el mediano plazo deberá ampliarse a otros departamentos que cuenten con la potencialidad para desarrollar la actividad turística en sus territorios.

### Áreas priorizadas de desarrollo turístico para los próximos doce años

En el marco del Gabinete de Turismo se deberá asumir, por las diferentes administraciones de gobierno, el compromiso de desarrollar por lo menos un área turística, durante los cuatro años de su gestión. A continuación se describen las áreas priorizadas para los próximos doce años:

Compromisos del gobierno en los próximos cuatro años (enero 2012- enero 2016):

Este gobierno deberá ser el implementador del cambio histórico que brinde las condiciones necesarias para avanzar en el desarrollo turístico, podrá concretar en la **Cuenca del Mirador**; abriendo y transparentando el proceso y efectuando un *benchmarking* con los casos exitosos que ha ejecutado FONATUR.

Compromisos del gobierno en los próximos ocho años (enero 2016- enero 2020):

El gobierno siguiente seguirá el proceso en la línea trazada por el gobierno anterior y deberá asumir el desarrollo de un nuevo producto turístico, la Costa Atlántica. Guatemala muestra una desventaja comparativa y competitiva en el desarrollo del producto: playas, y que se debe paliar con un desarrollo diferenciador que combine éstas con productos excepcionales culturales y naturales creando recorridos únicos e innovadores, de reservas naturales, sitios arqueológicos y poblados que mantienen su cultura ancestral. Por ejemplo Punta de Manabique, Punta de Palma, Río Dulce y Lago de Izabal, Sitio Arqueológico de Quiriguá, y poblados como Livingston, que conservan el sabor de la cultura garífuna.

Compromisos del gobierno en los próximos doce años (enero 2020- enero 2024):

En sus primeros dos años de gobierno (período que abarca la presente política) esta gestión continuará avanzando en la misma línea y deberá asumir el desarrollo de un nuevo producto turístico, la Costa Sur, mediante la creación de recorridos que aprovechen, por ejemplo, el humedal Manchón-Guamuchal, el Sitio Arqueológico Takalic Abaj y el corredor que comunica a la Costa Sur con la Región del Altiplano Occidental, Sololá y Quetzaltenango, entre otros, representantes de la cultura Maya.

Es importante tener presente que el desarrollo de cada área priorizada aquí señalada, requiere de un esfuerzo integral y armonizado del sector público, el sector privado y las comunidades beneficiadas en la construcción de vías de acceso; prestación de servicios básicos: agua, telecomunicaciones, luz y drenajes; seguridad, servicios médicos y controles sanitarios; medidas de protección y conservación del patrimonio natural y cultural; campañas de promoción y de concienciación turística, educación y formación, control y manejo de la basura, señalización, líneas de crédito para la inversión turística, entre otros. Esta inversión debe buscar no sólo una rentabilidad financiera, sino la rentabilidad en los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales, logrando un desarrollo justo para todos los actores y equilibrado con el entorno.



Dentro de las líneas de acción se presentan tres programas orientados a facilitar el acceso del turista al país, fomentar la inversión pública y privada en el sector turístico, y propiciar la evolución del sector hacia criterios sostenibles; éstos se desarrollarán conforme las prioridades del espacio turístico.

Las líneas de acción para consolidar los destinos turísticos tradicionales y desarrollar nuevos destinos son descritas a continuación.

### 7.2.3 Impulsar el programa de facilitación turística

El programa está orientado a facilitar el acceso de los extranjeros que visitan el país con fines turísticos e impulsar la adopción de medidas tendentes a minimizar los obstáculos y viabilizar los flujos turísticos que ingresan por la vía terrestre, aérea y acuática.

A pesar de que el requisito de visa que se exige a los ciudadanos de algunos países, representa una limitación para el ingreso de visitantes, se considera que su eliminación será un proceso a corto, mediano y largo plazo. Asimismo en el corto plazo se deberán realizar esfuerzos para agilizar su obtención con fines turísticos.

El programa deberá contemplar la simplificación de trámites, la construcción de facilidades e infraestructuras, y el suministro de información en fronteras, que permitan una adecuada recepción del turista. Adicionalmente, se deberá dotar de la correspondiente señalización a las rutas turísticas.

Es importante establecer los mecanismos de comunicación tanto en los mercados de origen del turista como en los puestos fronterizos y puertos de ingreso, para informar de los requisitos -por ejemplo, de visa si se necesitara y montos de impuesto por salida del país-, a efecto de facilitar los procedimientos y evitar los cobros indebidos. El único impuesto vigente de salida del país es por vía aérea.

También es necesario evaluar las formas para hacer más competitivo el traslado aéreo hacia y dentro de Guatemala y de la región centroamericana, con el objeto de contribuir a mejorar la situación de desventaja que representa el alto costo del pasaje aéreo para la captación de turismo desde los mercados emisores hacia el país, en comparación con otros destinos de la región latinoamericana y del Caribe.

Es oportuno mencionar los esfuerzos realizados en **la remodelación de los aeropuertos** La Aurora en la ciudad capital y Mundo Maya en Petén, debido a que la mayor parte de turistas internacionales ingresan al país por esa vía. El aeropuerto La Aurora ostenta la categoría 1, según la Administración Federal de Aviación, conocida por sus siglas en inglés FAA. No obstante, enfrenta serios problemas en el mantenimiento de sus instalaciones de recepción y salida de pasajeros. Existe una iniciativa de Ley para que la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC), se convierta en una entidad autónoma. El resto de aeropuertos del interior de la República, como Puerto Barrios y San José, se encuentran muy por debajo de las regulaciones establecidas de acuerdo con los estándares de seguridad.

Es vital considerar la construcción o habilitación de pistas de aterrizaje en las áreas cercanas a los atractivos turísticos, tomando en cuenta las condiciones impuestas por los planes de

manejo de las áreas naturales y culturales, adecuadas para la recepción de cruceros y la remodelación de los puestos de control fronterizos.

Es importante mencionar la creación de la Asociación Guatemalteca de Proveedores de Turismo de Cruceros, en diciembre de 2009, cuya finalidad es el beneficio de ésta industria para Guatemala. La Asociación se ha trazado como objetivo en su Plan Estratégico para los próximos 10 años, 2011-2021, aumentar el número de cruceros en el país, por medio de las siguientes acciones: mejorar la infraestructura portuaria, mejorar las terminales para recepción de pasajeros, desarrollar y mejorar los destinos de excursiones. A continuación se presentan dos tablas con un análisis de la situación de infraestructura portuaria y de recepción de visitantes existente y los aspectos que necesitan ser mejorados para cumplir con los requisitos mínimos exigidos por dicha industria.

- – No cumple con Parametros Mínimos
- ◐ – Cumple Parcialmente
- – Cumple Totalmente

Requisitos Mínimos	Costa Pacífico	Atlántico	Observaciones
Dragado (13m de ancho / 12m de profundidad)	●	◐	El dragado es suficiente ahora pero necesita mejorar
Muelle principal exclusivo	●	○	El caribe occidental solamente hay un muelle comercial
Bunker / Sludge	◐	●	En el la costa pacífico, hay que moverse al muelle comercial
Aprovisionamiento	●	●	No se ha requerido, pero si se puede hacer
Muelle secundario exclusivo (2 barcos a la vez)	◐	○	
Remoción de Basura	●	●	
Flexibilidad de uso de remolcadores	○	○	Algunos barcos no necesitan remolcadores
Flexibilidad en horario de servicio de pilotaje	○	◐	
Seguridad Portuaria	●	●	

○	– No cumple con Parametros Mínimos
◐	– Cumple Parcialmente
●	– Cumple Totalmente

Requisitos Mínimos	Costa Pacifico	Atlántico
Área de recepción adecuada con información turística y del país	●	◐
Baños limpios y de tamaño adecuado	●	◐
Infraestructura digna para apoyo de traslado de pasajeros (buses, taxis, etc.)	◐	◐
Mercado de artesanía - artesanos entrenados , vendiendo productos guatemaltecos	◐	◐
Taxistas capacitados, seguros y organizados	◐	◐
Área de espectáculos	◐	◐
Servicios de teléfono e internet	◐	◐
Servicios de cambio de divisas	◐	●
Apoyo de atención médica	◐	●
Apoyo de la autoridad portuaria a operadores de turismo	●	◐
Apoyo de los alcaldes a operadoras de turismo y su entorno	○	○
Facilidades específicas para tripulación	○	○
Apoyo INGUAT	●	●

#### 7.2.4 Desarrollar el programa de fomento a la inversión turística

Este programa se divide en cuatro componentes:

##### a. Implementación y fortalecimiento del sistema nacional de planificación turística

Entre las principales acciones para alcanzar un desarrollo turístico sostenible, ordenado y equilibrado, que responda a las necesidades reales del país, se encuentran la implementación y el fortalecimiento del **sistema nacional de planificación turística**.

La planificación es una herramienta útil tanto para la construcción de una visión del desarrollo turístico a largo plazo, como para enfrentar situaciones coyunturales imprevistas y urgentes;



la planificación turística incorpora las exigencias y necesidades de todos los actores que intervienen en este proceso y de la demanda turística internacional, facilita las coordinaciones público-privadas, y entre el Gobierno central y los municipales. Debe ser el resultado de amplios procesos de consulta, en los que se definan por consenso las prioridades del sector turismo. La figura de los CAT cobra particular importancia en este tema, el INGUAT propiciará el diseño de planes de desarrollo turístico local en cada uno de los CAT priorizados, después de la evaluación que se efectúe (ver numeral 7.1.1, literal b).

Las visiones de desarrollo turístico en el corto y en el largo plazo, así como las acciones a llevar a cabo a nivel nacional, regional y local, deberán ser trazadas en forma articulada y complementaria.

**En el ámbito nacional se deberá atender una serie de temas:** la investigación de productos y mercados, la promoción de la imagen turística de Guatemala en el exterior, el desarrollo de productos que involucren a más de una región dentro del país, la ejecución de proyectos de envergadura nacional, los planes y programas de integración turística con otros países, la implementación de certificaciones de calidad, y el sistema de información turística, entre otros. El INGUAT debe jugar un papel preponderante y realizar las consultas y consensos necesarios con los sectores involucrados.

La Comisión de Turismo del Congreso de la República, con la participación de entidades del sector público y privado, llevaron a cabo el Proyecto Inducción para el Plan de Nación del Sector Turismo. Asimismo, el INGUAT ha solicitado el apoyo de la Organización Mundial del Turismo para la elaboración del Plan Nacional de Turismo de Guatemala 2013-2025, con la finalidad de hacer operativa la presente Política.

**El Plan de desarrollo turístico de la región o localidad** debe incluir la realización de inventarios de atractivos, servicios turísticos e infraestructura en general, la elaboración de estudios de la demanda actual y potencial, el apoyo y fomento a la empresa turística que propicie encadenamientos productivos competitivos, la conservación y desarrollo de atractivos turísticos, entre otros. Los comités de autogestión turística, bajo la orientación técnica de los asesores especializados en el tema, apoyarán y validarán este proceso.

Los planes nacionales, regionales y locales deben priorizar en una **cartera de proyectos**, las acciones propuestas en el corto, mediano y largo plazo para el aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos, definiendo las posibles fuentes de financiamiento responsables de la ejecución, supervisión y administración. Es importante que el INGUAT fomente proyectos que contribuyan a alcanzar la visión de desarrollo de la región o localidad y a evitar el apoyo a esfuerzos aislados.

Los proyectos, formulados a nivel de prefactibilidad, deberán cumplir con la realización de estudios de evaluación de impacto ambiental –naturaleza, cultura y sociedad, estudios antropológicos y sociológicos principalmente en las comunidades tradicionales–, de capacidad de carga o soporte del sitio, de límites de cambio aceptable en las áreas de conservación natural; contar con un adecuado plan de manejo turístico y un programa de monitoreo que retroalimente el ciclo, previamente a la ejecución de cualquier proyecto se considerarán los indicadores de sostenibilidad turística.



## **b. Conformación de una cartera de proyectos**

El desarrollo del producto turístico en las áreas objetivo implica necesariamente la ejecución de proyectos de inversión pública y privada, factibles de ser promocionados y negociados en los ámbitos local, nacional e internacional.

De acuerdo con el estudio y la evaluación de la situación actual y las perspectivas de desarrollo, tanto de los principales destinos turísticos como de los nuevos productos, se conformará una cartera de proyectos, elaborada a nivel de prefactibilidad, orientada al inversionista nacional y extranjero, a los sectores público y privado.

Cabe destacar que los proyectos correspondientes al sector público serán ejecutados por las diferentes instancias, según su especialidad y competencia, bajo la coordinación del Gabinete de desarrollo turístico, explicado con anterioridad.

La cartera de proyectos incluirá oportunidades para la inversión privada y pública, y buscará canales para su promoción.

También es importante ordenar y armonizar los diferentes esfuerzos que se realizan en el país, por diversos actores (ONG, cooperantes internacionales, organismos bilaterales y multilaterales, entre otros) en los ámbitos nacionales y locales, en torno al desarrollo de planes, programas y proyectos turísticos. Es necesario unificar la visión y prioridades de éstos, para evitar el caos y la duplicidad de esfuerzos y recursos.

Se propone que el INGUAT participe activamente en la orientación de la visión de desarrollo turístico, en las instancias en donde se definen las prioridades de contenidos y áreas geográficas de la cooperación bilateral con países amigos (AECID, ACDI, AID, etc.). Asimismo, que lidere la definición de propuestas ante los organismos de cooperación multilateral. Los planes, programas y proyectos que resulten de gestiones ante organismos bilaterales o multilaterales de cooperación y que se pretendan implementar en el territorio nacional, deberán ser registrados en el INGUAT por las unidades ejecutoras, para lo cual se crearán los procedimientos y herramientas necesarias.

Se debe sensibilizar a las autoridades locales sobre la importancia de la planificación e implementación de proyectos de desarrollo turístico, principalmente en aquellos territorios con alta potencialidad con la finalidad de identificar y encontrar fuentes de financiamiento en las municipalidades, Concejos de Desarrollo Departamental, CODEDE; y presupuesto del Estado, entre otras, en función de los montos y la naturaleza de los proyectos. En este sentido, resulta importante realizar una alianza estratégica con la Dirección Técnica de Proyectos de la Secretaría de Planificación e Inversión Pública, de SEGEPLAN, para asesorar y capacitar a las municipalidades en el proceso de identificación, selección, formulación y evaluación de los planes y proyectos.

Se proponen como base para la identificación de proyectos de inversión, para el desarrollo de la infraestructura y servicios turísticos, el proyecto del Sitio El Mirador, los proyectos contenidos en los documentos del BID, INCAE, JICA, ASIES; así como los Proyectos "Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural con Comunidades Indígenas Mayas de Guatemala", y la promoción de los productos turísticos de las comunidades de las 4 rutas basadas en la cosmovisión Maya" y "Centros de coordinación turística, que buscan promover y vender



la oferta turística local”, impulsados por la CAMTUR, ver anexo 3, y los proyectos que se prioricen en los planes nacionales, regionales y locales de desarrollo turístico, como resultado de procesos de planificación turística participativa.

Es de interés indicar la existencia de planes departamentales, dentro de los cuales es oportuno mencionar el Plan Estratégico de Dinamización Turística para el Lago de Atitlán, 2007, que ha servido de base para orientar las acciones e inversiones turísticas en el departamento de Sololá, como las impulsadas por el Programa de Desarrollo Económico Rural, financiado por la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional, ACDI; y el plan de desarrollo turístico del departamento de Sacatepéquez, 2010, elaborado por iniciativa del INGUAT, que aun no cuenta con fuentes de financiamiento para su ejecución. El proyecto Panchoy 50, que tiene como objetivo crear una región de importancia para los pobladores, las comunidades, los municipios y la Nación, para estimular el crecimiento económico en forma sostenida, en donde se beneficien todos los municipios del departamento de Sacatepéquez; y que dentro de sus temas principales incluye la participación de todos los sectores para constituir un destino de calidad mundial, el posicionar al turismo como un eje articulador de la economía intersectorial, educación, cultura, urbanismo, hábitat, seguridad, salud, economía y desarrollo municipal. En el año 2011 se desarrolló la marca ciudad: La Antigua Guatemala destino cultural.

Es oportuno mencionar la implementación del Programa de desarrollo de Petén para la conservación de la reserva de la biósfera Maya, con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, 2008-2014, cuyo objetivo principal es “promover la conservación de la Reserva de la Biósfera Maya, a través del uso y manejo sostenible, participativo e incluyente de los recursos naturales, del patrimonio cultural, la actividad turística y la adecuada gestión ambiental, mejorando la calidad de vida de la población local del Petén.

El referido programa está integrado por tres componentes: 1) Manejo sostenible de los recursos naturales y el ambiente. 2) Puesta en valor de los sitios arqueológicos y turísticos. 3) Fortalecimiento Institucional. Los proyectos a financiar dentro del componente dos son: i) sistemas de gestión de sitios arqueológicos, incluso autogestión, EIAs y diseños; y ii) restauración arqueológica, infraestructura turística, señalización, centros de información turística, etc. Entre los proyectos específicos destaca la construcción y equipamiento del Museo de la cultura del Mundo Maya, en el área de Tayasal. Así como, el diseño de la infraestructura turística para el circuito Carmelita-Mirador, que ofrece facilidades a lo largo del sendero y en los principales sitios arqueológicos, incluso Mirador. También con recursos de este préstamo, se financiará parte de la implementación de esta infraestructura.

Por su parte, la administración del gobierno de Guatemala 2008-2012 se trazó como objetivo aumentar el turismo, promovió en Petén un Parque Arqueológico, con una extensión de aproximadamente 20 mil kilómetros cuadrados denominado Cuatro Balam, en honor a la cultura Maya. Aunque esta iniciativa tuvo pocos resultados concretos, existe una solicitud de préstamo ante el BID para retomar el proyecto en una forma más amplia e integral.

Como otras iniciativas, la Fundación Patrimonio Cultural y Natural Maya (PACUNAM), el Fondo del Patrimonio Mundial (GHF por sus siglas en inglés), la Fundación para la Investigación Antropológica y los estudios ambientales (FARES) y el Instituto de Antropología e Historia (IDAEH) están trabajando juntos para desarrollar y proteger el sistema cultural y natural Mirador. Dicho sistema es un activo único del departamento de Petén en Guatemala, Centroamérica y el mundo, con algunas de las pirámides más grandes jamás construidas y



un sistema único de calzadas de algunas de las ciudades históricas mayas en la región. Su riqueza arqueológica sin paralelo y su ecosistema rico y diverso, hacen que esta región sea especialmente única y valiosa para el estudio de la sociedad Maya, el Período Preclásico y para el desarrollo del turismo.<sup>14</sup>

En este marco surge el proyecto: Definición y gestión de un destino turístico en el clúster norte del área Cuatro Balam en Petén, 2009-2012, el cual es ejecutado por la Fundación para el Desarrollo de Guatemala, FUNDESA, y financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones, (FOMIN).

El proyecto está integrado por cinco componentes: 1) Definición del mercado objetivo y planificación turística del destino. 2) Desarrollo y aplicación de un modelo de asociatividad comunitaria turística. 3) Desarrollo de Producto y Programa de Microcrédito. 4) Fortalecimiento Comunitario enfocado a la demanda turística, a través de Formación y Asistencia Técnica. 5) Mercadeo y Promoción.

A finales del año 2006 se instaló la mesa multisectorial para la conservación y el manejo de la zona del Mirador-Río Azul, tierra en las que según los últimos hallazgos surgió la civilización maya, razón por la cual esta zona puede llegar a constituirse en un atractivo excepcional del país, siempre que se logre un desarrollo turístico de calidad mundial en el marco de la sostenibilidad. La mesa multisectorial continúa en funciones, constituye un punto potencial de encuentro del trabajo conjunto de los sectores público y privado en el área, por lo que el seguimiento y apoyo a esta iniciativa resulta de sumo interés.

Entre otros proyectos existentes se debe mencionar el Estudio de Desarrollo Turístico Nacional para la República de Guatemala 2002, elaborado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA. Este estudio contempla proyectos piloto y proyectos de corto, mediano y largo plazo para las Áreas de Desarrollo Turístico Prioritarias (ADTP) de Petén (incluye proyecto de la Cuenca del Mirador y otros sitios arqueológicos relevantes), las Verapaces y el Altiplano Sur-occidente. Desafortunadamente estos no han sido implementados como estaba previsto, pero han servido de referencia para la ejecución de algunos proyectos en las áreas antes enumeradas.

La Red Nacional de Grupos Gestores cuenta con una Comisión de Turismo e implementa proyectos en diferentes municipios del país. En el año 2010 estos grupos elaboraron una caracterización de algunos atractivos turísticos de los siguientes departamentos: Quetzaltenango, Suchitepéquez, Sololá, Totonicapán, Guatemala, Sacatepéquez, Petén, Izabal, Santa Rosa, San Marcos, Baja y Alta Verapaz.

Dentro de la figura de las mancomunidades impulsada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID, 4 de las 5 mancomunidades apoyadas por esta agencia implementan algún tipo de proyecto turístico. Estas son la mancomunidad Copán Ch'orti', integrada por cuatro municipios de Chiquimula; Olopa, San Juan Ermita, Jocotán y Camotán, en donde se llevan a cabo los proyectos: Cuevas del Rey Negro, Las ventanas y Aguas termales el Brasilar, entre otros. Y tres mancomunidades que se encuentran en el departamento de Sololá: 1. Mancomunidad Kaqchikel Chichoy Atitlán: Mankatitlán impulsa

<sup>14</sup> Tomado del Resumen Ejecutivo del Plan Integral de Desarrollo del Patrimonio Cultural, elaborado por PACUNAM, GHF, FARES e IDAEH.



el proyecto Ecomuseo, que incluye los municipios de Panajachel, San Andrés Semetabaj, San Antonio Palopó y Santa Catarina Palopó (este último temporalmente fuera de la mancomunidad); 2. Mancomunidad de Municipios La Laguna: Manclalaguna, implementa el proyecto Destino Ecoturístico en los municipios de San Pedro La Laguna, San Pablo La Laguna y San Marcos La Laguna; y 3. Mancomunidad de Tzolojya: Manctzolojya, desarrolla la Ruta escénica cultural, integrada por Sololá, San José Chacayá y Santa Lucía Utatlán.

En el caso de Huehuetenango, la Unión Europea, UE, desarrolla el turismo ecológico comunitario, por medio del proyecto denominado Antesala al Cielo en el que invierte en infraestructura, equipo, senderos y cabañas para hospedaje; fortalecimiento de formación y atención al turista. El proyecto ofrece circuitos en el área de la Sierra de los Cuchumatanes: Laguna Magdalena, La Maceta y Chiabal, y en el área de la mancomunidad Huista: El Cimarrón y El Limonar.

Con relación a la Ciudad Capital, la CAMTUR impulsa tres proyectos: 1. La creación y promoción de un circuito cultural en el Centro Histórico. 2. La promoción de la Ciudad de Guatemala como un destino de reuniones, salud y bienestar. 3. El cluster del sector turismo de Ciudad de Guatemala (ver anexo 4).

**La cartera de proyectos** también deberá contener acciones relacionadas con:

#### **Mejora del paisaje natural y cultural**

Es necesario que las municipalidades de cada localidad, con la asesoría de técnicos especialistas, realicen las declaratorias de rutas y sitios de interés paisajístico, establezcan normas de construcción y de colocación de vallas publicitarias, con el objeto de propiciar su integración al entorno natural, sociocultural y urbano, considerando los rasgos más representativos de la arquitectura vernácula local. Asimismo, se deberán implementar acciones para el ornato y limpieza del lugar.

#### **Infraestructura general y servicios básicos**

Conforme los planes de desarrollo turístico nacional, regional y local, se identificarán y priorizarán los proyectos que serán presentados por el INGUAT para ser ejecutados por las diferentes instancias públicas que conforman el Gabinete de desarrollo turístico, según su especialidad y competencia, tales como infraestructura vial, red de instalaciones sanitarias, suministro de energía eléctrica y agua potable, sistemas de recolección, disposición y tratamiento de basuras, servicios de salud, comunicaciones, entre otros.

Resulta vital el mantenimiento de los tramos viales existentes (vías principales y alternas) a efecto de garantizar en temporada seca y lluviosa los desplazamientos turísticos en forma segura a los destinos tradicionales del país: la ciudad de Antigua Guatemala, poblaciones alrededor del Lago de Atitlán, Chichicastenango, entre otros. Es importante realizar y priorizar propuestas de macro y micro estructura vial para la comunicación desde y hacia los centros de distribución y estadía, y los centros de interés turístico, a efecto de asegurar el adecuado acceso a los mismos; cabe mencionar una propuesta para la comunicación entre Petén y regiones turísticas aledañas, por medio de tres tramos viales, y de doce tramos para brindar acceso a sitios turísticos dentro de Petén.



Así también las propuestas de periférico en torno a la ciudad de Santo Tomás Chichicastenango para desviar de su casco histórico el tránsito vehicular pesado, de 10 kilómetros de longitud; y periférico en torno a la ciudad de Antigua Guatemala, con similar propósito, de 37 kilómetros de longitud. Estas propuestas cuentan con la validación local y con dictámenes técnicos del Instituto de Antropología e Historia, Consejo Nacional de Áreas Protegidas e INGUAT, como instituciones que investigaron en campo la viabilidad ambiental, arqueológica y turística de esta infraestructura.

### **Planta turística**

Las entidades públicas administradoras de los sitios naturales y culturales que están siendo o que tengan la potencialidad de ser aprovechados turísticamente, serán responsables de dotarlos de senderos, señalización, mobiliario, servicios sanitarios y de seguridad, áreas para el descanso, exposición, consumo de alimentos y bebidas, adquisición de recuerdos o souvenirs, entre otros, y de adecuar las normativas existentes para la integración de estos elementos al entorno; tal como lo expresa el Manual de infraestructura turística para áreas de protección natural y cultural, formulado por el INGUAT para este fin. El porcentaje del impuesto de salida del país por vía aérea, que actualmente reciben las entidades públicas administradoras de los sitios culturales y naturales, el Ministerio de Cultura y el CONAP, del 4% cada uno, respectivamente, deberá ser invertido por éstas en el desarrollo de proyectos de interés turístico.

También se deberán definir lineamientos para la concesión de la planta turística dentro de los atractivos culturales y naturales a cargo del Estado (gobierno central y municipalidades), a empresas privadas o comunitarias, a efecto de brindarles un adecuado mantenimiento y administración, hasta convertir los sitios en unidades económicamente autosuficientes.

### **Animación cultural**

Tomando en cuenta que el patrimonio cultural constituye la principal motivación de la visita del turista a nuestro país, se hace necesario que el Ministerio de Cultura y Deportes y las asociaciones locales públicas y empresariales desarrollen programas que promuevan las manifestaciones artísticas, la gastronomía y las artesanías; también que den a conocer las festividades tradicionales, ferias y eventos que se realizan en los diferentes lugares de interés turístico. El INGUAT brindará asesoría y promoción para el aprovechamiento turístico de estas manifestaciones, dentro del marco del respeto a la diversidad cultural étnica y religiosa del país.

En el marco de las acciones de animación cultural es importante fomentar y apoyar festivales y actividades culturales como las de Mosaico Cultural en la Antigua Guatemala, para que también se lleven a cabo en los principales destinos turísticos del país, a efecto de poder elaborar un calendario sobre este tipo de eventos que constituya un atractivo turístico adicional, susceptible de ser incorporado en los materiales promocionales que se distribuyen en los mercados emisores de turismo.

#### **c. Revisión de la Ley de Fomento Turístico Nacional**

Se deberán revisar las propuestas existentes para la actualización de la Ley de Fomento Turístico Nacional y su reglamento, Decreto No. 25-74 del Congreso de la República, con el objeto de que la misma cumpla efectivamente con la finalidad de promover la inversión necesaria para el desarrollo de las áreas consideradas prioritarias, de conformidad con el



ordenamiento territorial en función turística y los diferentes productos a desarrollar. De particular importancia será la definición de incentivos a la inversión en los nuevos destinos turísticos, a fin de lograr que se diversifique la oferta del país (ver propuesta anexo 5).

El fomento a la inversión turística podrá establecer incentivos fiscales de manera temporal, en áreas geográficas específicas del interior del país, que coincidan con las prioridades establecidas en esta Política. Especial atención recibirán las inversiones en turismo que sean compatibles con el respeto y adecuado manejo de los recursos naturales y culturales, así como aquellas que contribuyan a la generación de empleo en el área rural. En la definición de estos incentivos se analizarán las distintas experiencias internacionales exitosas que han logrado el impulso a la actividad turística y la han ubicado como una de las principales fuentes del desarrollo económico, social y ambiental.

El fomento turístico también debe contemplar una serie de incentivos no necesariamente fiscales. Principalmente se evaluará la viabilidad de establecer incentivos relacionados con el acceso a financiamiento; la promoción en el exterior; la incorporación en los circuitos de viajes de familiarización y prensa; la participación en ferias nacionales e internacionales; y la asesoría técnica y capacitación. Todo ello en apoyo a las nuevas iniciativas que se desarrollen por parte del sector privado, particularmente en los proyectos que permitan la diversificación de los destinos turísticos, en áreas como la construcción de nueva infraestructura turística; dotación de equipamiento o ampliación y renovación de los existentes; en los esfuerzos de transferencia tecnológica; actividades de investigación y desarrollo; uso de tecnología amigable con el medio ambiente; introducción de buenas prácticas ambientales en las empresas turísticas; obtención de certificaciones de calidad; proyectos de conservación y manejo de recursos naturales y culturales, entre otros.

También se hace necesario coordinar esfuerzos con el Ministerio de Economía, a efecto de promover la ley de competencia en el país y agilizar los trámites, así como garantizar la seguridad y la certeza jurídica de las inversiones extranjeras que se efectúen en el sector, al mismo tiempo que se establecen los mecanismos que aseguren el beneficio de estas inversiones, no sólo en la generación de empleo digno y responsable sino en la utilización, adaptación y transferencia de tecnología apropiada.

Se deberá dar énfasis al seguimiento de la propuesta formulada por el INGUAT a la Oficina de Control de las Áreas de Reservas Territoriales del Estado (OCRET), para considerar las zonas de interés turístico dentro de los criterios de otorgamiento de inmuebles en arrendamiento a condiciones atractivas y competitivas de largo plazo (90 años) con otros países de la región y para el inversionista; fortalecer la coordinación interinstitucional en el proceso de consulta previa y durante la vigencia de los contratos correspondientes. Asimismo se deberá revisar lo dispuesto en la Ley Reguladora de las Áreas de Reservas Territoriales del Estado de Guatemala, Decreto número 126-97, con la finalidad de estudiar los cambios necesarios para concretar esta propuesta. Esquemas de desarrollo turístico similares se han implementado exitosamente en México (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, FONATUR) y en otros países centroamericanos.

#### **d. Creación del Fondo Nacional de Turismo**

El INGUAT, el Ministerio de Finanzas Públicas, el Ministerio de Economía (MINECO) y su Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, deberán reactivar



la creación del Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala (FODESTUR), considerando que es un elemento vital en el desarrollo turístico de las áreas territoriales priorizadas y la conformación de los clusters turísticos.

Dadas las potencialidades y carencias existentes en el país, es importante que el Estado asuma el fomento al turismo rural como un instrumento de combate a la pobreza, por medio de la creación de fuentes de empleo y diversificación de ingresos, que declare su apoyo como una prioridad y que destine una línea de financiamiento específico para tal efecto.

En este sentido se propone la creación del FODESTUR para el desarrollo de infraestructuras, servicios básicos, y facilidades turísticas de uso público, para desarrollar las áreas turísticas prioritarias del país. Tomando como orientación el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, FONATUR, de México; en una versión adaptada y simplificada a la realidad del país. La sostenibilidad financiera del FODESTUR se garantizará mediante la asignación de una cantidad no menor del uno por ciento (1%) anual del presupuesto de gastos del INGUAT, el que se incrementará con aportes que el Estado efectúe con producto de rentas fiscales disponibles y con donaciones que para el efecto se reciban de la cooperación financiera internacional.

El FODESTUR podrá también canalizar fondos a la micro, pequeña y mediana empresa turística por medio de entidades intermediarias financieras, de conformidad con las normas establecidas para el efecto por el Ministerio de Economía. El FODESTUR podrá manejar recursos financieros provenientes de fuentes nacionales y extranjeras, canalizados a través del MINECO, entidad a la que le corresponderá establecer como una de sus prioridades el apoyo al sector turístico.

A fin de propiciar la mejora continua de las empresas, de los nuevos encadenamientos empresariales productivos y de fortalecer los existentes, también se deberá brindar asistencia técnica, capacitación y apoyo en la promoción y comercialización a las empresas que prestan servicios de hospedaje, alimentación y bebidas, transporte, guías, información, animación y operación turística, y venta de artesanías, entre otras; y que se encuentran ubicadas en las regiones y localidades prioritarias conforme el ordenamiento turístico territorial del país.

### **7.2.5 Formular un programa orientado a propiciar el desarrollo sostenible del sector turístico**

Las nuevas tendencias de la demanda turística internacional han evolucionado hacia el turismo más respetuoso del medio ambiente y de las culturas locales, que busca el contacto del turista con la naturaleza, en su afán de escapar del entorno urbano e impersonal en el que vive y trabaja. Esta tendencia también se refleja en el inversionista potencial, que deseoso de asegurar la competitividad y en general el éxito de la inversión, persigue aquellas oportunidades en las que la armonía entre los intereses económicos, sociales, culturales y ambientales, es manifiesta.

En todos los países los gobiernos deben fomentar la sostenibilidad y la aplicación de buenas prácticas, sobre la base de criterios globales de Turismo Sostenible en el desarrollo de la actividad turística que realizan empresarios, turistas, comunidades y gobierno. Sin embargo, particularmente en los países en desarrollo como Guatemala, los gobiernos municipales y sus comunidades deben sensibilizarse y apoyarse para que comprendan que la protección de su entorno, así como de su patrimonio natural y cultural, además de ser una potencial



fuentes de ingresos incidirá positivamente en el mejoramiento de su calidad de vida; en vista de que unido a la presión que ejerce la llegada de turistas y la actividad que realizan los empresarios en un destino, un alto porcentaje de la contaminación y depredación se realiza por la población local, en buena parte debido a los altos niveles de pobreza y extrema pobreza que se registran en el país.

Con gobiernos municipales sumamente débiles en función de los recursos financieros limitados y de diferentes niveles de capacidades administrativas y técnicas por una parte, y por otra, con grandes retos a enfrentar para lograr el desarrollo económico, social, ambiental y cultural de sus localidades, resulta difícil hablar de sostenibilidad, mientras no se garanticen mejores condiciones de vida en las comunidades del interior del país, dotación adecuada de infraestructuras y servicios básicos mínimos a ese nivel, por lo menos en los centros urbanos que funcionan como centros y subcentros de distribución turística; el contar con adecuados sistemas de disposición de desechos sólidos y líquidos resulta imprescindible.

En este sentido, se deben revisar los criterios de declaratoria e impulsar el Programa de Municipios Amigos del Ambiente, que desarrolla el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, MARN; con la finalidad de fortalecer las acciones de saneamiento socio-ambiental y de gestión ambiental municipal con el fin de rescatar, resguardar los bienes y servicios ambientales de manera integral, con un enfoque esencial de cambio climático; el mismo que se intentó poner en práctica en la Cuenca del Lago de Atitlán<sup>15</sup>, a raíz del surgimiento de la cianobacteria, en ese cuerpo de agua.

Es importante considerar la expansión de iniciativas turísticas que apoyen la conservación, como el ecoturismo y el agroturismo, según la potencialidad del país y como una opción de negocio. Las políticas de ecoturismo y de agroturismo sostenible fueron formuladas por medio de talleres de validación coordinados por el INGUAT y con la participación de representantes del sector turístico del interior del país. La estructura de la Estrategia Nacional de Turismo, elaborada en el año 2000, sirvió como fundamento.

En estas políticas se proponen acciones específicas, se identifica a responsables directos e indirectos, y se señalan métodos e indicadores para evaluar el avance en el cumplimiento de los objetivos. Al respecto se considera necesaria la creación y fortalecimiento de instancias encargadas de dar seguimiento a este proceso.

Bajo la coordinación del INGUAT también se implementaron la Mesa de Aviturismo en el año 2004 y la Mesa de Turismo Comunitario en el 2009. La Mesa de Aviturismo se encuentra integrada por actores públicos y privados, y se ha establecido en un modelo de organización, una instancia bastante consolidada y con credibilidad. Han formulado dos documentos la Estrategia Nacional de Aviturismo, 2004-2009 y la más reciente 2010-2014. Se ha establecido una Unidad de Aviturismo dentro de la División de Mercadeo y se apoyan las acciones de Desarrollo de Producto desde la Sección de Patrimonio Cultural del INGUAT. Cuentan con un conjunto de valiosos materiales que en su mayor parte han sido financiados por la Organización de Estados Americanos, OEA, los cuales van desde material de educación, formación y capacitación hasta de promoción e investigación. Desde el año 2005 se realizan Encuentros Internacionales de Aviturismo, los que se han constituido en instrumentos de desarrollo, promoción y comercialización de diferentes destinos del país.

---

<sup>15</sup> El Lago de Atitlán constituye el tercer destino turístico más visitado del país, después de la Ciudad Capital y la Antigua Guatemala



En el año 2004 la Oficina Internacional del Trabajo (OIT), invitó a sectores interesados a definir una Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, la cual se concreta hasta el año 2010. Sin embargo en el interin se conforma la Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala, FENATUCGUA, y se integra la Mesa Nacional de Turismo Comunitario, con participación de los sectores público y privado, y liderada por el INGUAT. La Mesa de Turismo Comunitario, también cuenta, como se mencionó anteriormente, con la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario, 2011-2015, validada durante el I Encuentro Nacional de Turismo Comunitario convocado por el INGUAT en el año 2010. Con fondos de la OEA se han producido materiales de capacitación y promoción. Resulta importante continuar con el desarrollo y la consolidación de ambas mesas.

Con relación a los códigos de ética, dentro de las actividades que se desarrollaron en el Proyecto de Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural en Comunidades Mayas de Guatemala, en el año 2007, se elaboraron cuatro documentos que contienen los Códigos de Ética y Conducta para las empresas, los operadores, las comunidades y los turistas, los cuales se basaron en el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT; estos buscan la valorización y conservación de las manifestaciones culturales, la interacción e intercambio de respeto mutuo y ética entre turistas y comunidades, la participación de las comunidades en el proceso de gestión y desarrollo turístico, la contribución de los beneficios de la actividad turística en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, y el fortalecimiento del respeto, conservación y uso sostenible de los recursos naturales de las comunidades.

Estos códigos de ética deben difundirse y aplicarse, se proponen jornadas de capacitación y sensibilización, y la constitución de un tribunal de honor integrado por actores que intervienen en la actividad tanto del sector público como privado, que tenga la potestad de hacer investigaciones, recibir denuncias, evaluar situaciones que atenten en contra del turismo sostenible, hacer denuncias y darles seguimiento ante las instancias correspondientes, cuando las situaciones lo ameriten. Asimismo podrán reconocer los casos de éxito y de buenas prácticas.

En cuanto a las buenas prácticas ambientales en empresas turísticas, la CAMTUR juega un papel importante en su difusión y fomento.

#### **a. Conservación y protección de sitios turísticos**

Las entidades administradoras de los sitios turísticos actuales y potenciales, deberán fortalecer los mecanismos de aplicación de leyes internacionales y nacionales de protección del patrimonio natural y cultural; establecer equipos combinados y especializados que provean seguridad, por medio de un programa intensivo de formación y capacitación; y proporcionar las facilidades indispensables. Es importante destacar que las acciones a implementar se deben basar en los planes maestros, planes de desarrollo turístico, y en la continua verificación de los indicadores de sostenibilidad para cada sitio.

Considerando la alta potencialidad del país en cuanto al desarrollo del ecoturismo se refiere, se debe brindar seguimiento al Programa de Desarrollo Turístico de Áreas Protegidas, elaborado por el INGUAT, el Consejo Nacional de Áreas Protegidas, CONAP; Consejo Técnico de Turismo en Áreas Protegidas, COTURAP; y el Instituto de Antropología e Historia (IDAEH), en el



marco de las prioridades territoriales determinadas por la Estrategia Nacional de Turismo 2000, y con apego a lo establecido en la Ley de Áreas Protegidas, Decreto número 4-89 del Congreso de la República y la Ley de Protección del Patrimonio Cultural de la Nación, Decreto Número 26-97 del Congreso de la República, modificado por el Decreto 81-98.

Los planes de desarrollo turístico de las áreas protegidas seleccionadas por su alto potencial, deben corresponder a las funciones y actividades permitidas por las categorías de manejo de las mismas definidas por la Ley: Categoría I: Parque nacional y reserva biológica. Categoría II: Biotopo protegido, monumento natural, monumento cultural y parque histórico. Categoría III: Área de usos múltiples, reserva protectora de manantiales, reserva forestal y refugio de vida silvestre. Categoría IV: Área recreativa natural, parque regional, rutas y vías escénicas. Categoría V: Reserva natural privada. Categoría VI: Reserva de biósfera.

Asimismo, al INGUAT le corresponderá dar seguimiento al Programa de Apoyo a las Reservas Naturales Privadas, formulado en coordinación con el Consejo Nacional de Áreas Protegidas y la Asociación de Reservas Naturales Privadas de Guatemala, en el cual se propone incentivar el registro de la propiedad privada con alta riqueza natural para fines de conservación, mediante asesoría en el manejo turístico sostenible e infraestructura de bajo impacto, capacitación y promoción turística.

En el marco de la sostenibilidad y coincidiendo con los principios enunciados en el Código Ético Mundial para el Turismo, de la OMT, se declara que: "Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad", por lo que es función de todos los guatemaltecos velar por su conservación, para que continúen siendo fuente de bienestar y riqueza para las generaciones futuras. Como un aspecto relevante se debe abordar el tema de cambio climático y medio ambiente <sup>16</sup>, en virtud de que el turismo depende en gran parte del clima, los recursos naturales y el ambiente. En ese sentido, el INGUAT debe asumir funciones de coordinador de las instancias estatales, entre otras, CONAP, FONTIERRA, OCRET, INAB y especialmente el MINISTERIO DE AMBIENTE y RECURSOS NATURALES, a las que compete proteger el ambiente, prevenir y evitar la destrucción, invasión o toma intencional del patrimonio natural o cultural así como de las áreas e instalaciones turísticas, de conformidad con la legislación de la materia.

## **b. Certificación de calidad**

De acuerdo a lo establecido en su Ley Orgánica, corresponde al INGUAT el registro de empresas turísticas y clasificación de las habitaciones hoteleras, en función de la calidad de la construcción, instalaciones, dotaciones, servicios y ubicación. Teniendo en cuenta que las nuevas tendencias del mercado obligan a reconocer otros valores y atributos, así como la integración de las instalaciones al paisaje, la autenticidad del servicio y su relación con el entorno natural y social, esta clasificación debe ser revisada y actualizada.

El INGUAT y el sector turístico privado organizado deben además, analizar, seleccionar e implementar, según los criterios de ordenamiento territorial, otros programas de certificación específicos que resulten convenientes para mejorar la calidad de las empresas turísticas y los servicios que brindan; considerar beneficios tangibles para las empresas, información

<sup>16</sup> Guatemala es uno de los 10 países más vulnerables al cambio climático y uno de los tres más afectados por eventos climatológicos en los últimos años.



fidedigna para el turista, adopción de estándares mínimos y criterios globales adaptados a las condiciones locales y mecanismos de asistencia técnica y financiera.

Una certificación de calidad de este tipo representará un medio de desarrollo y mercadeo de un producto diferenciado, confiable y prestigioso a la vista del cliente potencial y permitirá que los empresarios se motiven a elaborar planes para mejorar sus establecimientos, no sólo en la calidad de la prestación del servicio turístico, sino en la interacción de la empresa con el ambiente y el entorno social, lo que garantizará procesos y productos en el marco de la sostenibilidad.

Se debe continuar apoyando una efectiva implementación del programa Great Green Deal, que constituye el sello guatemalteco mediante el cual se certifican las prácticas turísticas que se desarrollan en forma responsable en el marco de la sostenibilidad.

Desde finales del año 2009, el agravamiento de la contaminación que experimenta el Lago de Atitlán, que se evidenció por el surgimiento de cianobacterias hacia la superficie, ha vuelto a colocar en primer plano de discusión la necesidad de exigir la aplicación de buenas prácticas ambientales, en los procesos productivos de las principales actividades económicas que se realizan en la cuenca del mismo, incluso al turismo. Razón por la que existe una nueva iniciativa en ese lugar que se denomina Sello Azul y la cual debe ser analizada en este contexto como una posible herramienta que contribuya en la implementación de un proceso de reconversión hacia prácticas cada vez más sostenibles. Así como la emisión del reglamento de Descargas de Aguas Residuales en la Cuenca del Lago de Atitlán, Acuerdo gubernativo No. 12-2011.

### **c. Turismo social y turismo accesible**

En el marco de una auténtica igualdad de oportunidades en el disfrute de las actividades turísticas, se deberán propiciar e implementar acciones tendentes a fomentar la creación de programas orientados al turismo juvenil, el turismo de tercera edad y el turismo de personas con discapacidad física. En este sentido resulta importante un esfuerzo conjunto de los sectores empresarial y público, para el desarrollo de una oferta turística que se adapte a las necesidades de estos segmentos del mercado. Atención especial merece el turismo accesible que busca ajustar el espacio físico a las personas con discapacidad y derribar las barreras que limitan la integración de las mismas al entorno y al aprovechamiento de las infraestructuras, equipamientos y recorridos turísticos. Es oportuno que se revise la legislación guatemalteca sobre este tema, a efecto de que todas las edificaciones públicas y privadas de uso público, así como los transportes públicos, adapten sus estructuras a los requerimientos técnicos que permitan el fácil acceso a dichas personas. Esto se hace cada vez más necesario, ya que según las tendencias del turismo, de la OMT, el promedio de edad del visitante internacional tiende a incrementarse y puede constituirse en un aspecto diferenciador de la oferta turística del país.

### **7.3 Integración turística regional**

Conociendo que el panorama mundial en que se desenvuelve el turismo se caracteriza por el surgimiento de múltiples esquemas de integración —bilaterales y multilaterales— y



la profundización de los procesos de liberalización del comercio, tendencia que según las proyecciones se espera se incremente en el futuro; tomando en cuenta que la cooperación técnica y financiera internacional para el turismo tiende a otorgarse en la actualidad con carácter regional frente a la dirigida individualmente a cada país centroamericano; y considerando la importancia que reviste para los actores ligados a la actividad turística el anticiparse a los posibles escenarios que imponen a la misma las nuevas reglas de la globalización, se proponen las siguientes líneas de acción:

### 7.3.1 Aprovechar los procesos de liberalización del comercio e integración

El turismo ha sido escasamente considerado cuando se han tratado aspectos relacionados con la liberalización del comercio, no obstante que contribuye con el 5% al comercio mundial, entre 25% y 30% al comercio mundial de servicios, y que para el país constituye la primera fuente de divisas, si se compara al turismo con los principales productos de exportación.

Como resultado del proceso de liberalización del comercio de bienes, se ha registrado un incremento importante del turismo de negocios entre los países miembros de los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio. Sin embargo, la liberalización del comercio de servicios ocasionará un mayor impacto en la actividad turística, puesto que no sólo generará un aumento en los viajes de negocios, sino en los vacacionales, facilitará la inversión turística y en general el comercio de servicios turísticos.

La puesta en práctica de los principios generales de la liberalización del comercio de servicios, como acceso a mercados, trato nacional, nación más favorecida, entre otros, provoca cambios importantes en la competitividad, rentabilidad, productividad y nivel de desarrollo de las empresas turísticas. Así como un impacto positivo en la generación de empleos e ingresos, y asignación de recursos productivos de las economías de los países que suscriben un acuerdo comercial.

La liberalización del comercio de servicios en términos de **política turística** propicia en la región centroamericana **procesos de estandarización** referentes a **los servicios turísticos** —mediante la implementación de sistemas de certificación equivalentes—, **la legislación turística, las estadísticas turísticas**<sup>17</sup>, **y el sistema de contratación de servicios**; se registra también una progresiva disminución de costos, la agilización de procedimientos y la uniformidad en los trámites migratorios y aduanales de entrada y salida de turistas y transportes relacionados. Asimismo, se iniciará la definición de criterios tendentes a liberalizar el transporte aéreo, terrestre y marítimo. Paulatinamente, títulos y grados de carreras técnicas y profesionales en turismo, hotelería y gastronomía, entre otras, tenderán a una futura homologación.

Es importante que el sector público turístico participe en forma permanente y efectiva juntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Economía en las negociaciones y procesos de liberalización del comercio e integración económica. De igual manera que se establezca una agenda de seguimiento y preparación para abordar los retos y las oportunidades que se crearán como consecuencia de estos procesos.

---

<sup>17</sup> El INGUAT y el Banco de Guatemala homologaron con el Banco de Reservas de El Salvador y la Corporación salvadoreña de turismo, la metodología para la obtención del dato de ingreso de divisas por concepto de turismo.



El sector turístico empresarial también debe conocer la realidad y potencialidad de los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio y fijar una postura propositiva sobre el tema. El sector privado debe ser consciente de los impactos directos e indirectos, las oportunidades y amenazas que para la actividad turística implican entre éstos: el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos, conocido por sus siglas en inglés DR-CAFTA; el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, también conocido por NAFTA; los tratados de libre comercio entre Guatemala y los siguientes países: Chile, China (Taiwán), Colombia, Ecuador (firmado, pendiente de ratificación), México y Panamá; y en proceso de negociación: Canadá, Perú y la Unión Europea (UE). Así como el Tratado de Inversión y Comercio de Servicios entre las repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

El Tratado de Integración Económica Centroamericana ha generado ya una serie de efectos positivos de facilitación, desarrollo y promoción turística; así también de la creación en 1991 de la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) y su Dirección de Turismo, que se encarga de apoyar las directrices y definición de políticas y estrategias del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), órgano integrado por los ministros de turismo de los siete países miembros. Este esquema turístico regional cuenta también con un Comité Ejecutivo y un Comité de Mercadeo de Centroamérica (COMECATUR) que se encargan de asesorar técnicamente al CCT y de ejecutar acciones en los temas que les competen; ambos comités se encuentran conformados por personal especializado de los ministerios de turismo.

El sector privado turístico participa de estos esfuerzos de integración, por medio de la Federación Centroamericana de Cámaras de Turismo (FEDECATUR), y la Federación de Operadores de Turismo de Centroamérica (FACOT).

Se llevan a cabo reuniones mensuales entre el sector turístico privado y público de la región; se realizan gestiones específicas de facilitación migratoria, aduanera, de transporte y seguridad; se buscan mecanismos de financiamiento y de apoyo a la competitividad del sector, de conformidad con los acuerdos contenidos en la Declaración de San José, diciembre del año 2002, y su plan de acción en materia de turismo. Se adoptó una identidad corporativa común para los países de la región: "Centroamérica, tan pequeña y tan grande", para efectos de imagen, promoción y comercialización, resulta oportuno indicar que de acuerdo a una investigación realizada existe poco conocimiento sobre los países que integran la región<sup>18</sup>; se creó la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, conocida como CATA, con sede en Madrid, España, para promocionar la región en su conjunto en Europa y Asia, a ese respecto se deben evaluar los resultados obtenidos y el posicionamiento de la marca en función de la inversión efectuada; y se implementan planes, programas y proyectos para el desarrollo e integración del producto turístico con enfoque regional, entre los que se pueden mencionar: la Ruta colonial y de los volcanes, y la Red de posadas rurales.

La Ruta Colonial se basa en la cultura e historia de época colonial y republicana; inicia en la Ciudad de Guatemala, con un recorrido por el altiplano guatemalteco, para continuar la visita en El Salvador, Honduras y finalizar en Nicaragua. La ruta de los volcanes, con un

---

<sup>18</sup> Encuesta a turistas potenciales en Europa, PRODETUR, S.A., agosto de 2008.



mayor componente de naturaleza y aventura, y la temática predominante de los volcanes, comienza en San José, Costa Rica hasta Managua, Nicaragua con un recorrido por tierra, y de ahí a San Salvador para finalizar en Antigua Guatemala.

La Red de Posadas Rurales, proyecto que busca potenciar competitivamente el turismo rural de la región, y propiciar una red centroamericana de MIPYME del sector turismo rural, basado en el modelo Gites de France, que facilita espacios de diálogo, coordinación de actores y transferencia de buenas prácticas regionales e internacionales; este proyecto está coordinado por el sector privado turístico de Centroamérica.

Como resultado de un convenio suscrito entre la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) y el Sistema de Integración Turística Centroamericana (SITCA) se elaboró la Estrategia de Promoción y Mercadeo Turístico Centroamericano Interregional. Asimismo, se busca que los jefes de Estado y Presidentes de la SICA, declaren el 2012 como el año dedicado al turismo sostenible en Centro América.

Dentro del Sistema de Información Geográfico Turístico de América Central, SIGTUR-AC, proyecto prioritario del Consejo Centroamericano de Turismo en el marco de la Estrategia regional de desarrollo turístico, se contempla crear en el corto plazo un Geoportal de mapas de todos los países, similar al de Guatemala: [www.geovisitguatemala.com](http://www.geovisitguatemala.com) y realizar la actualización del mapa turístico centroamericano.

Como un complemento al esfuerzo de integración centroamericana, es importante evaluar la posibilidad de establecer o reforzar acuerdos binacionales en materia turística con Costa Rica, República Dominicana, Cuba y Perú, entre otros, con el objeto de facilitar los accesos y conexiones para que los turistas que visitan esos países puedan ampliar su viaje hacia Guatemala.

### **7.3.2 Potenciar los planes, programas y proyectos regionales**

Adicionalmente al programa turístico, en el marco del esquema centroamericano de integración regional, descrito en el literal anterior, el país participa en los siguientes esfuerzos:

- **El Plan Puebla-Panamá, PPP**, surge en el marco del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla, con el objeto de activar la integración e impulsar el desarrollo social y económico en los nueve estados del Sur-Sureste de México y el Istmo Centroamericano. Así como aprovechar las riquezas y las ventajas absolutas y comparativas de la región, subsanar su déficit de infraestructura, reducir sus índices de pobreza y vulnerabilidad a los desastres naturales. El Grupo técnico interinstitucional, GTI, del PPP está integrado por BID, CEPAL, CAF, INCAE, PNUD, SICA y SIECA, entre otros.

El Plan Puebla Panamá fue reemplazado por el "Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica" ó "Proyecto Mesoamérica", PM, por medio de la Declaración de Villahermosa el 28 de junio del 2008 y avanza formalmente desde el 29 de julio del 2009, de conformidad con el Acta que institucionaliza dicho Proyecto, suscrita por los Jefes de Estado de los países miembros en la ciudad de Guanacaste, Costa Rica.



Los programas que integran la cartera de proyectos del PM se divide en dos ejes:

1. Eje de infraestructura y competitividad: energía, transporte, telecomunicaciones, facilitación comercial y competitividad.
2. Eje social y desarrollo humano: salud, medio ambiente, desastres naturales y vivienda.

El PM representa diez países: Belice, Colombia, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, México, Panamá y República Dominicana. En el 2010, la presidencia *pro-témpore* la ejercieron en forma semestral Panamá y Colombia respectivamente. Cuenta con una dirección ejecutiva con sede en El Salvador y una copresidencia permanente ejercida por México.

El PM ha logrado construir consensos y atraer recursos a prioridades regionales, ha generado una nueva dinámica basada en la cooperación, cohesión e identidad regional para el enfoque de problemas comunes y soluciones conjuntas bajo el principio de corresponsabilidad.

- **El Programa Mundo Maya** constituye una iniciativa de integración turística de los sectores público y privado de México, Belice, Guatemala, El Salvador y Honduras, países que conforman la región en la que se desarrolló la civilización maya. Desde que comenzó la ejecución de este programa por medio de la Organización Mundo Maya, OMM, ha logrado captar el interés de los operadores turísticos internacionales y del público extranjero en general.

Con el apoyo técnico y financiero del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Unidad de Preparación de Proyectos funcionó dentro de la Secretaría Técnica Permanente, ejecutora del programa "Turismo Sostenible Mundo Maya",<sup>19</sup> que buscaba contribuir al desarrollo social y económico sostenible de la región, por medio de la implementación de un circuito de turismo cultural, ecológico y de aventura, basado en la preservación de sus patrimonios, asegurando la participación de las comunidades locales.

Este programa identificó<sup>20</sup> las siguientes siete líneas de acción, dirigidas a aprovechar el potencial que la región ocupa en Mundo Maya y contribuir a resolver algunos problemas que la afectan:

1. **Consulta y participación:** vinculación de las comunidades locales en el diseño, ejecución, operación y seguimiento de lo que se plantee.
2. **Restauración arqueológica:** restauración parcial y total de los sitios arqueológicos prioritarios por ser estratégicos.
3. **Infraestructura turística:** dotación de infraestructura de acceso terrestre, aéreo y fluvial; centros de visitantes, museos, centros de interpretación, etc., en sitios arqueológicos y atractivos naturales.

<sup>19</sup> Organización Mundo Maya, Secretaría Técnica Permanente. Programa de Turismo Sostenible Mundo Maya, 2002, p.3.

<sup>20</sup> Ibid. pp. 11 y 12



4. **Facilitación fronteriza:** agilización y mejora en la calidad del servicio de trámites de migración de los visitantes en fronteras entre los países.
5. **Iniciativa productiva comunitaria:** conformación de empresas comunitarias, en asociación con el sector privado, para prestar servicios durante la construcción, operación y mantenimiento de proyectos; apoyo a los pequeños empresarios y administración de proyectos por parte de las comunidades.
6. **Conservación ambiental:** generación de instancias de coordinación interinstitucional para garantizar la preservación y conservación del medio ambiente de la región.
7. **Infraestructura social:** dotación de vías, suministro de agua, saneamiento, etc., a las comunidades más pobres.

El circuito regional<sup>21</sup> busca unir a los cinco países participantes dentro del Programa Mundo Maya, al conectar atractivos arqueológicos y naturales con alta potencialidad de mejora y capacidad para motivar al turista internacional a cruzar al menos una frontera (ver mapa, figura No.2).

El circuito turístico seleccionado para Guatemala incluye las mejoras del cruce fronterizo de Melchor de Mencos; la restauración del sitio arqueológico Naranjo, dentro del triángulo Yaxhá-Nakúm-Naranjo; y la rehabilitación de los caminos que conectan los tres sitios. La elaboración de un plan de infraestructura de visitantes y arquitectura del paisaje para Tikal; el mejoramiento de la carretera que conecta a Tikal con el sitio arqueológico de Uaxactún; la restauración de éste; así como el plan urbano, suministro de agua y saneamiento para la población de Uaxactún.

Se llevó a cabo la gestión de fondos para la ejecución del plan de inversiones que comprende éste y los otros circuitos del resto de países que integran el programa. Según el BID<sup>22</sup> una segunda etapa contempla el desarrollo de circuitos turísticos adicionales en Mundo Maya, y otros que incluyan Costa Rica, Panamá y Nicaragua.

**Referente a la segunda etapa resulta importante para los países que integran el Programa Mundo Maya, mantener su posicionamiento de marca y diferenciación de producto, con respecto a otros países de Centroamérica o estados del sur de México que pertenecen a otras iniciativas como el PM-PPP, pero no a la región del Mundo Maya; por tal razón se recomienda evaluar el desarrollo de otros circuitos ajenos dentro del programa.**

La Organización Mundo Maya, OMM, gestiona ante la Organización de Estados Americanos, OEA, el apoyo necesario para desarrollar un plan estratégico y un plan de mercadeo regional. Por otra parte, no existe ninguna iniciativa conjunta en el ámbito de la OMM, para celebrar el año 2012, cambio de ciclo del Calendario Maya, no obstante se organizan diferentes actividades en cada uno de los países miembros que la integran.

---

<sup>21</sup> Ibid. pp 13 y 14

<sup>22</sup> Ayuda de Memoria, Reunión Comisión Ejecutiva del Plan Puebla Panamá, Ciudad de Panamá, 04-02-03.

**Figura 4**  
**Circuitos Turísticos**  
**Programa Turismo Sostenible Mundo Maya**



Fuente: Organización Mundo Maya, Secretaría Técnica Permanente, Programa de Turismo Sostenible Mundo Maya, 2002.

Se considera beneficioso apoyar otros proyectos de desarrollo turístico ya existentes, y en los que participa el país, tales como Zona de Turismo Sustentable del Caribe, la Asociación de Estados del Caribe, AEC; Corredor Biológico Mesoamericano, CBM; Sistema Arrecifal Mesoamericano, SAM; e iniciativas de carácter regional vinculadas con los patrimonios natural y cultural, que poseen un componente turístico, y otros que se puedan desarrollar en un futuro, a efecto de fortalecer la posición de Guatemala en el mercado e incrementar su influencia ante los operadores internacionales sobre la elección del destino.

Igualmente, es prioritario asumir un papel protagonista en los proyectos de integración en los que participa el país y reforzar los programas de desarrollo turístico vinculados a estos esfuerzos.

Resulta vital participar activamente en programas regionales que promuevan el desarrollo sustentable de las comunidades y sus atractivos turísticos; que permitan diversificar y fortalecer la presencia de Guatemala en los mercados objetivo; que generen valor agregado a la oferta actual; y estrechen los lazos con los países integrantes de los mismos.

Con el objeto de optimizar la participación de Guatemala en programas multinacionales que fomenten la integración de atractivos turísticos y el desarrollo de productos nacionales



competitivos, atractivos y diferenciados y que contribuyan al mejor posicionamiento de la oferta en el mercado, se recomienda llevar a cabo las siguientes acciones:

- Suscribir convenios de cooperación turística y dar seguimiento y cumplimiento a los ya vigentes, de manera que se posibilite conocer, adaptar e incorporar las experiencias exitosas y los avances de otros destinos turísticos que han encontrado en la actividad una fuente generadora de bienestar y desarrollo.
- Gestionar asistencia técnica y financiera con organismos internacionales que permitan la creación e implementación de programas regionales de desarrollo turístico sustentable, la incorporación de las comunidades anfitrionas a los beneficios que genera la actividad, la revalorización y el rescate de los atractivos turísticos, la creación de nuevos productos y el apoyo a los esfuerzos en materia de promoción y comercialización conjunta.
- Desarrollar planes regionales, fruto del consenso de los países participantes, direccionando las acciones como mínimo a los siguientes aspectos:
  - Infraestructura de mercadeo: acciones conjuntas de posicionamiento de marca y base de datos.
  - Sistema de comunicación: viajes y conferencias de prensa, elaboración de folletos regionales, actualización de la página Web, DVD, manuales de venta y kit de prensa.
  - Sistema de ventas: presentaciones a mayoristas y tour operadores, participación conjunta en ferias, seminarios para agentes de viajes, viajes de familiarización y publicidad conjunta.

#### **7.4 Sistema de información turística**

Considerando que la mayoría de estudios en el país ha coincidido en señalar la deficiencia cuantitativa y cualitativa, tanto en la disponibilidad de información sobre este importante sector, como en los instrumentos de difusión; y tomando en cuenta que el sistema de información turística constituye un importante medio para establecer estrategias y políticas puntuales de desarrollo y mercadeo del producto, que en las condiciones actuales incide en forma determinante en la toma de decisiones en beneficio de la actividad turística.

Reconociendo la creciente importancia de la información, la gestión del conocimiento y la valorización internacional que se le otorga al capital intelectual como materia prima y parte de los activos intangibles de cualquier empresa –particularmente la turística– para alcanzar el éxito.

Partiendo de que en Guatemala existe conciencia de las grandes potencialidades que ofrece el turismo, y que sin embargo, no se cuenta aún con los instrumentos de análisis macroeconómico que permitan demostrar con cifras el peso de éste en la economía nacional y su contribución e interacción con otros sectores. Conscientes de la importancia de construir la Cuenta Satélite de Turismo, para tener los indicadores que señalen la trascendencia del



sector turismo como factor clave para el desarrollo del país y así alcanzar el reconocimiento y el indispensable apoyo a sus actividades.

**Se hace necesario desarrollar un sistema permanente de investigación y análisis de la oferta y la demanda turística; fortalecer el apoyo a la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo, que a su vez propicie un sistema de estadísticas que cumpla con estándares internacionalmente reconocidos;<sup>23</sup> e implementar un programa de difusión de la información.**

El sistema de información deberá proporcionar las líneas de base e indicadores de éxito del desarrollo del sector, congruentes con los objetivos de sostenibilidad, de forma que se incorporen los factores cualitativos sociales y ambientales, además de factores cuantitativos tales como ingresos y llegadas internacionales, e incrementos en la planta turística. Asimismo, éste deberá hacer uso de las innovaciones tecnológicas en el manejo de la información y en su posterior difusión y comunicación.

### Líneas de acción

#### 7.4.1 Efectuar estudios integrales y efectivos de investigación de mercado: oferta y demanda turística

- Realizar inventarios sobre la infraestructura de acceso; medios de transporte; servicios básicos como agua, luz, comunicaciones, drenajes, servicios médicos, y otros servicios de apoyo; condiciones de los atractivos; recorridos turísticos; y disponibilidad de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, operadores y guías de turismo, entre otros).
- Elaborar estudios sobre la potencialidad turística de una unidad territorial (nacional, regional o local) a efecto de planificar su desarrollo, mediante el uso del Sistema de Información Geográfica.
- Establecer un sistema de inteligencia de mercado que permita conocer las nuevas tendencias de la demanda, la oferta y las oportunidades de negocio que surgen en el ámbito internacional y la manera en que pueden ser aprovechadas localmente.
- Recopilar y mantener información actualizada sobre los productos y precios de la competencia.
- Medir el nivel de satisfacción del turista cuando realiza su visita a los principales destinos turísticos del país. Dentro de las encuestas en fronteras, que lleva a cabo el INGUAT para determinar el gasto turístico, se realiza una medición ex post que no incorpora el total de aspectos que integran el producto y tampoco aporta datos en relación al viaje como una experiencia total.

---

<sup>23</sup> Conforme la definición de la OMT, se identifica como turista internacional a toda persona que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de visita no es ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.



- Identificar y estudiar los mercados, segmentos y nichos prioritarios y potenciales, en el corto, mediano y largo plazo para los productos turísticos guatemaltecos.
- Elaborar estudios sobre el perfil del turista nacional y extranjero. Las encuestas en fronteras, para establecer el gasto turístico realizadas por el INGUAT tienen la potencialidad de proporcionar datos sobre el perfil del turista extranjero, sin embargo la información que se publica es de carácter general.

#### **7.4.2 Desarrollar el sistema nacional de estadísticas y la cuenta satélite de turismo**

Conscientes de la necesidad de avanzar en el desarrollo del Sistema de Estadísticas de Turismo (SET), detectado en diferentes estudios, con el objeto de cubrir las carencias y vacíos de información existentes, y tomando en cuenta que la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), conceptualizada como un proceso, obliga al desarrollo de los componentes del SET; se propone concentrar los esfuerzos en la construcción de ésta.

La puesta en marcha de la CST permitirá además del proceso de mejora del SET antes indicado, la medición del conjunto de impactos del turismo en la actividad económica del país y por ende, una mayor influencia en las decisiones de los responsables de la administración pública. Asimismo, la amplia base de datos que genera la Cuenta será de especial interés para la toma de decisiones de los distintos actores del sector.

No obstante que en la elaboración de la CST intervienen —adicionalmente al INGUAT— entidades como el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Banco de Guatemala, diferentes dependencias del Estado —las responsables del control fronterizo y de las distintas modalidades de tráfico—, y el sector empresarial turístico, deberá ser el INGUAT el que tome el liderazgo y garantice el carácter periódico de la producción de estadísticas y su análisis, a efecto de asegurar la continuidad en el proceso de elaboración de la CST. Para alcanzar lo anterior, el INGUAT deberá lograr compromisos de cooperación de las diferentes instituciones protagonistas y gestión de los recursos financieros y humanos necesarios.

El INGUAT ha implementado algunas acciones para la elaboración de la CST, tales como el proyecto Encuestas en Fronteras, para determinar el gasto turístico, 2006-2007, durante un trimestre en los años 2008 y 2009 (sólo vía aérea), y en el período 2010-2011; sin embargo es importante señalar que estos esfuerzos se deben realizar en forma periódica, mediante el uso de la misma base y la información necesaria para completar las tablas respectivas; por lo que se deberá dar seguimiento a la sistematización y continuidad de las mismas.

El proyecto de sistema de medición de flujos turísticos en fronteras terrestres, que inició en julio 2009, y que incluye mensualmente los siguientes datos: residencia, nacionalidad, transporte utilizado, pernoctación prevista, lugares a visitar en el país, entre otros. En ese mismo año se puso en práctica una nueva metodología para calcular el ingreso mensual de divisas por turismo, utilizando los datos obtenidos en las encuestas. El ingreso de visitantes salvadoreños, hondureños y nicaragüenses también se calcula mediante encuestas y conteos en las fronteras de Honduras y El Salvador. Se encuentra en proceso de suscripción el Convenio de entre Guatemala, El Salvador y Honduras para el intercambio del flujo vehicular en fronteras.



Se han realizado gestiones oficiales ante la Secretaría de Turismo de México, SECTUR, para la implementación del sistema DATATUR.

Hay que indicar que a pesar de estos avances, no se ha trabajado en la conjunción de ésta y otra información, necesaria para la construcción de la Cuenta Satélite de Turismo; sin embargo existe una iniciativa del INGUAT y el Banco de Guatemala para construir una cuenta satélite piloto, para lo cual se revisarán experiencias de países más avanzados en este tema.

El personal del INGUAT realiza tareas de reelaboración de información recibida y tratamiento básico de los datos, por lo que resulta vital capacitar al recurso humano de esta Institución y de otras instancias que como la Dirección General de Migración, toman parte directa o indirectamente en el proceso de captación y procesamiento de los datos. De la misma manera, es importante capacitar a las personas que realizan el análisis de los datos, porque esa interpretación de la realidad será útil según la claridad y profundidad del análisis que se realice.

Resulta necesario establecer mecanismos para generar datos estadísticos e indicadores sobre la actividad turística desarrollada en el ámbito regional y departamental, ya que la información que se obtiene actualmente tiene carácter nacional.

#### 7.4.3 Impulsar un programa de comunicación

El programa debe contemplar las acciones de difusión y relaciones públicas, tanto para comunicar a los interesados en forma eficiente y oportuna la información generada por medio del Sistema de Información Turística, como para posicionar interna y externamente una imagen favorable y relevante del sector.

La difusión de la información generada en el sistema debe ser acorde con los usuarios del mismo; se identifican como usuarios de este sistema al sector público, empresarios del sector privado, potenciales inversionistas nacionales y extranjeros, turistas, universidades, estudiantes, medios de comunicación, líderes de opinión y público en general.

Cada uno de los usuarios antes señalados debe ser analizado para satisfacer en forma efectiva sus necesidades de información; por ejemplo, puede catalogarse como **turista potencial**, aquél que se encuentra en su país de origen y cuya visita se desea captar; y **turista real**, que se encuentra de visita en Guatemala, ya sea nacional o extranjero. La información que requerirá cada uno de ellos será diferente en contenido y presentación.

El programa de comunicación deberá constituir un vínculo con el plan de contingencias al que se hace referencia en el numeral 7.7.1 Protección al turista, y establecer un canal oficial con la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República de Guatemala, en caso de ocurrir algún hecho de violencia o desastre natural que afecte directa o indirectamente a la actividad turística o a los visitantes. También deberá acordar las medidas a tomar para resarcir y minimizar el daño causado a la imagen del país por un eventual acontecimiento de efectos adversos.

Resulta necesario que la Dirección Ejecutiva del INGUAT integre formalmente, dentro de la estructura organizacional de la Institución, al sistema de información turística, por lo que se deberá proceder a revisar y adecuar las funciones de las unidades que lo componen,



establecer un nivel jerárquico y asignar un presupuesto de acuerdo a la importancia que reviste, a efecto de lograr un trabajo coordinado y efectivo. Entre otros, los departamentos y secciones de investigación de mercado, estadísticas, oficinas de información turística, relaciones públicas, y el centro de documentación e información, que se constituirá en otro canal de difusión de la información generada en el propio sistema, y que deberá fortalecerse por medio de donaciones, canjes y compras de documentos especializados. Cabe señalar el importante papel que desempeñan, dentro del sistema de información, las sedes diplomáticas de Guatemala en el exterior, en particular, las personas encargadas en dichas sedes de la actividad turística, en países considerados como prioritarios y potenciales para Guatemala.

### 7.5 Cultura y formación turística

Convencidos de que la educación, formación y gestión de los recursos humanos son aspectos clave en la sostenibilidad y competitividad de un destino turístico así como en la creación del valor agregado que tanto contribuye a diferenciar y especializar la oferta, se considera prioritario **mejorar la calidad y cobertura de la educación en turismo en el país y fomentar la cultura turística**. En consecuencia, se desarrollarán acciones en las áreas de educación, capacitación y sensibilización, dirigidas a las empresas del sector turístico, las comunidades locales receptoras del turismo, al personal de entidades públicas y privadas que tienen contacto con el turista y a los guatemaltecos en general. Tales acciones se deberán adecuar a las características, idiomas y necesidades de la población objetivo. También debe propiciarse un turismo responsable por parte de los visitantes, de quienes se espera que guarden un código de conducta en el marco de la ética, el respeto a la diversidad cultural, al medio ambiente y a las prácticas sociales de las comunidades. Se propiciará la difusión y conocimiento de los códigos de ética y conducta elaborados dentro del Proyecto de Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural en Comunidades Mayas de Guatemala.

#### Líneas de acción

##### 7.5.1 Contribuir al desarrollo de un programa de educación y formación en turismo

Conscientes de la necesidad de elevar la calidad de la educación para el turismo e impartirla desde la niñez, y que la misma debe estar orientada a fortalecer la identidad nacional, la valoración y conservación de los recursos culturales y naturales, el respeto a la diversidad étnica y trato cordial al turista. Reconociendo la importancia de contar con centros educativos especializados en turismo, que abarquen desde el bachillerato hasta la universidad, que respondan de manera competitiva a las necesidades reales de la demanda y posibiliten la inserción de sus egresados en las empresas y entidades dedicadas a la actividad turística; se considera prioritario coordinar esfuerzos con el Ministerio de Educación y centros educativos públicos y privados, ya que en ellos recae el compromiso de formar las nuevas generaciones, y con las universidades e institutos de formación técnica llamados a profesionalizar el capital humano en cada una de las áreas del sector.

Para el efecto se favorecerá la inclusión de las siguientes líneas de actuación:

- Incorporar por parte del Ministerio de Educación en el currículo Nacional Base del sistema nacional de educación, aspectos de formación turística



dirigidos a fortalecer la identidad nacional, respetar, valorar y preservar el patrimonio natural y cultural, así como el conocimiento del turismo como fuente generadora de bienestar y desarrollo al servicio de la paz.

- Fomentar por parte del Ministerio de Educación, la elaboración de cartillas y materiales para la educación en turismo, especialmente dirigidos al nivel de educación primaria. Revisar el contenido del Currículo Nacional Base para el Bachillerato en Ciencias y Letras con Orientación Técnica en Turismo, autorizado mediante el Acuerdo Ministerial No. 379-2009, con la finalidad de facilitar la inserción laboral a los egresados del mismo, ya que éste es demasiado amplio, teórico y poco focalizado en una especialidad que responda a los requerimientos de las empresas turísticas.
- Invertir el porcentaje que el MINEDUC recibe, 32% del total de impuesto que se recauda por concepto de salida vía aérea del país, para financiar los gastos en que se incurra para la educación en turismo. De conformidad con la Ley Orgánica del INGUAT este porcentaje es específico para sufragar los programas de alfabetización; sin embargo por la naturaleza de la fuente de ingreso, dicho monto deberá utilizarse para fortalecer la enseñanza del turismo. Por tal razón se hace necesario incluir dicha modificación en la reforma de la Ley Orgánica que se menciona en el numeral 7.1.1, literal a.
- Propiciar los desplazamientos con fines educativos que fortalezcan el conocimiento y aprecio por el patrimonio turístico del país. A ese respecto se llevarán a cabo alianzas con centros recreativos y vacacionales públicos y privados, compañías de transporte terrestre y empresas del sector con el objeto de conformar paquetes de turismo estudiantil adecuados a las necesidades, intereses y capacidad de pago de la demanda.
- Desarrollar alianzas estratégicas con centros educativos de nivel medio y superior para implementar un programa de becas.
- Coordinar conjuntamente INGUAT-SEGEPLAN la revisión de requisitos para la inscripción en el registro de consultores precalificados en turismo de esa Secretaría, para su posterior difusión, a efecto de contar con una mayor oferta de servicios especializados en esa rama del conocimiento.

Evaluación y acreditación de calidad para la educación turística:

De acuerdo a la importancia del turismo para la economía nacional, a los retos que plantea la globalización y la tendencia a una futura homologación de las carreras técnicas y universitarias, se debe implementar un instrumento para evaluar y acreditar en el país la calidad de la educación turística que se imparte en los diferentes niveles educativos, con la finalidad de asegurar que todas las instituciones educativas, públicas y privadas, brinden una sólida formación científica e integral, que permita contar con técnicos y profesionales competitivos en el ámbito de la actividad turística. Un mecanismo que permita evaluar y acreditar el grado en que una institución de educación llena los requerimientos de calidad definidos y aceptados internacionalmente, para lo cual es necesario institucionalizar un **Consejo Nacional para la Acreditación de la Educación Turística**, que tenga a su



cargo velar por la excelencia de la educación turística en el país, que analice la adopción de un instrumento de evaluación y acreditación de calidad para la educación turística ya existente, que por sus características se considere idóneo, ó el desarrollo de uno propio. El Instituto Guatemalteco de Turismo, como institución miembro de la OMT, podrá solicitar información y asesoría del departamento de educación y gestión del conocimiento de dicha organización, sobre la certificación TedQual; o mediante la cooperación bilateral horizontal con países latinoamericanos que hayan desarrollado instrumentos similares como es el caso de México que cuenta con el Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística A.C., CONAET.

### 7.5.2 Promover la ejecución de un programa de capacitación turística integral

La capacitación constante del capital humano que trabaja en el sector, incide directamente en la productividad de las empresas y su permanencia en el mercado, en el nivel de satisfacción y fidelidad del cliente, y contribuye a que el viaje se convierta en una experiencia única y enriquecedora. La ejecución de este programa se encamina a lograr **“la excelencia en el servicio”**, mediante el fortalecimiento de la competencia laboral y la mejora continua de la calidad de los servicios, como requisitos indispensables para que el país alcance mejores niveles de competitividad en el mercado turístico.

El sector turismo se verá beneficiado al contar con personal calificado, capaz de brindar un servicio de calidad a los turistas y proporcionar vivencias de viaje altamente satisfactorias. En ese sentido, se considera prioritario que:

- El INTECAP, como ente coordinador y facilitador de los programas de capacitación, en forma conjunta con CAMTUR, elaborarán un diagnóstico de necesidades en el sector, con el objeto de dotar de un marco de referencia a aquellas entidades que llevan a cabo programas de capacitación dirigidos a las diferentes especialidades de la actividad turística. Los comités de autogestión turística contribuirán a la identificación de las necesidades de formación, capacitación y asistencia técnica de sus comunidades.
- El INGUAT y el sector privado turístico organizado unirán esfuerzos con el objeto de evaluar el desarrollo e implementación de un programa de certificación de competencia laboral que eleve la calidad de los servicios turísticos, brinde las herramientas necesarias para desempeñar eficazmente un trabajo y producir los resultados requeridos por una organización.
- La Cámara de Turismo deberá continuar con la implementación, en el ámbito nacional, del programa “Service Best” (ver anexo 6) y otros programas orientados a mejorar la calidad de los servicios que prestan las empresas turísticas.
- El INGUAT suscribirá convenios de cooperación con diferentes países y entidades internacionales con el objeto de facilitar la transferencia de tecnología, *know how*, experiencias de éxito en el campo de la capacitación turística y la obtención de becas.
- El INTECAP, por medio de su Centro de Capacitación en Turismo está llamado a ser la entidad líder en la ejecución de este programa, ya que cuenta con



sedes regionales y departamentales ubicadas en las áreas de interés turístico, desarrolla programas para los diferentes niveles de gestión empresarial y diversas especialidades del sector, y posee una de las mejores infraestructuras de América Latina para la capacitación turística.

En las áreas turísticas en donde no se cuente con la infraestructura adecuada para impartir cursos especializados se hará necesario realizar alianzas estratégicas con CAMTUR y empresas del sector privado, de manera que éstas proporcionen el equipo e instalaciones necesarias; y que el INTECAP provea el instructor correspondiente.

Se considera de especial interés:

- Capacitar en el uso de las nuevas tecnologías que han venido a revolucionar la actividad turística.
- Establecer alianzas con los institutos de idiomas y universidades para crear mayores oportunidades en el aprendizaje de los idiomas extranjeros, principalmente de los países considerados mercados prioritarios y de aquellos con potencial a mediano y largo plazo.
- Desarrollar e implementar programas de gestión empresarial, para fomentar y facilitar el surgimiento de micro, pequeñas y medianas empresas turísticas y la consolidación de las ya existentes.
- Fortalecer los programas de capacitación para el trabajo, dirigidos a mejorar las habilidades, aptitudes y actitudes de la persona en el desempeño de una actividad específica en la prestación de los servicios turísticos, para que puedan obtener la certificación de competencia laboral.
- Propiciar la actualización continua de los guías de turistas así como la formación de guías locales y especializados. El INGUAT, CAMTUR e INTECAP llevarán a cabo un proceso de monitoreo y evaluación del desempeño de los guías acreditados. Se recomienda implementar dentro del Programa de Becas un apartado específico para formación de guías generales y especializados, locales y nacionales.
- Implementar programas de capacitación para los miembros de las embajadas y consulados acreditados en el exterior, para los trabajadores del gobierno y personal de servicios públicos, especialmente aquellos que tienen contacto directo con el turista: empleados de migración, aduanas, personal de fronteras, puertos y aeropuertos, policías, operadores de autobuses y taxis, receptores de quejas de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), entre otros.
- Crear un programa de becas orientado a favorecer la capacitación para la pequeña y mediana empresa turística.

### **7.5.3 Llevar a cabo un programa de cultura turística**

La cultura turística reconoce que dentro de la cultura de la sociedad, una parte está orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y



la obtención del mayor beneficio para las comunidades anfitrionas, en el marco del desarrollo sostenible.

La difusión de conocimientos y valores, por medio de la cultura turística genera: actitudes que contribuyen a una mejor comprensión del turismo y sus impactos, valoración y adecuada gestión del patrimonio natural y cultural; desarrollo y consolidación de destinos, productos y servicios, adaptados al medio y a la identidad de los anfitriones, a efecto de atender con más eficiencia al turista, propicie mayor número de visitantes y mejore la calidad de vida de las comunidades.

Para la realización de este programa, se propone que el INGUAT se involucre directamente y coordine con las autoridades locales, entidades públicas y privadas, el diseño y la implementación de campañas de concienciación que contengan mensajes dirigidos a:

- Valorar la actividad turística como generadora de bienestar, desarrollo y convivencia armónica entre los pueblos
- Fortalecer la identidad nacional
- Conservar y valorar los recursos naturales y culturales
- Ornato y limpieza (inclusive el manejo adecuado de desechos)
- Trato y asistencia cordial al turista
- Prevención contra la violencia
- Evitar el maltrato de animales
- Prevención de enfermedades, higiene personal y en la manipulación de alimentos, entre otros.

El Gabinete de Turismo establecerá alianzas para el mejor desarrollo de las campañas de cultura turística, con los Ministerios de Cultura, Ambiente y Recursos Naturales, Gobernación, Salud y otras entidades que se considere oportuno tomar en cuenta, según sea el caso.

Asimismo, el Gabinete gestionará ante la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República, la concesión de espacios dentro de los principales medios de comunicación nacional, como un apoyo del Gobierno Central a la efectiva realización del Programa.

El INGUAT, CAMTUR y los ministerios del gobierno que participen en las campañas de cultura turística reforzarán el impacto de las mismas por medio de la participación de sus representantes al más alto nivel, en programas en vivo de radio y televisión y la convocatoria a conferencias de prensa.

El INGUAT y la Cámara de Turismo unirán esfuerzos con entidades líderes de opinión a nivel nacional e internacional, con el objeto de propiciar la realización de foros, congresos y reuniones que giren en torno a la actividad turística, su impacto en el desarrollo, tendencias, actualización y tópicos de interés.

El INGUAT celebrará contratos para realizar las siguientes actividades:

- Campañas informativas dedicadas a la población en general y particularmente a las comunidades anfitrionas con el objeto de destacar la importancia del turismo y estimular actitudes y comportamientos adecuados y amigables con el visitante.



- Campañas de divulgación dirigidas a los guatemaltecos en general y a los jóvenes y personas de tercera edad en lo particular, con el objeto de aprovechar el tiempo libre en función de visitar los atractivos turísticos del país y conocer sus costumbres y tradiciones.
- Campañas de información y sensibilización en apoyo a la valorización, protección y conservación de los recursos naturales y culturales.
- Campaña de “Buen Anfitrión” dirigida a todas las personas que tienen contacto directo con el turista.

Es necesario tomar en cuenta que las campañas de cultura turística deberán llevarse a cabo de manera planificada, sistemática y consistente, para que produzcan los resultados esperados.

#### **7.5.4 Implementar el sistema de información y formación turística de Guatemala**

Desarrollar y poner en marcha el sistema de información y formación turística de Guatemala dentro del sitio web oficial del país; con la finalidad de apoyar los procesos de información, formación, educación, capacitación y sensibilización turística, por parte del Consejo Nacional para la Acreditación de la Educación Turística, como fuente de consulta dedicada a:

- Proveer información sobre las ventajas que conllevan la acreditación de la calidad de la educación turística en el país, y los procedimientos para la evaluación de los programas educativos.
- Facilitar información actualizada sobre las diferentes especialidades de la actividad turística y sus tendencias a nivel mundial, a las universidades y establecimientos de nivel medio que ofrecen carreras relacionadas con turismo, en apoyo a los procesos de revisión y adaptación continua del contenido de los planes de estudios y en la creación de programas de posgrado, de conformidad con los estándares internacionales, de manera que los egresados de dichas carreras respondan con flexibilidad a los retos que el sector demanda. Asimismo proveerá información a:
  - Entidades educativas públicas y privadas
  - Empresarios del sector turístico
  - Formadores y capacitadores
  - Consultores especializados
  - Estudiantes
  - Personal de contacto directo con el turista
  - Residentes de las comunidades anfitrionas
  - Visitantes y turistas en general

El sistema deberá proporcionar información completa y actualizada relacionada con:

- Parámetros internacionales de calidad de la educación turística, en función de las áreas, los criterios y los indicadores correspondientes (en un futuro se podrán incluir los parámetros nacionales que se lleguen a desarrollar)



- Boletines informativos dirigidos a educadores
- Cartillas de formación turística
- Versiones electrónicas de material didáctico como apoyo a los programas escolares de formación turística
- Experiencias de éxito que pueden ser incorporadas localmente
- Entidades educativas internacionales que ofrecen carreras en las distintas especialidades de turismo y sus diferentes currículos de estudios
- Carreras y cursos virtuales de formación turística
- Información sobre becas nacionales y en el extranjero
- Oferta educativa del país en lo que respecta a las carreras de formación turística en sus diferentes niveles y especialidades
- Calendario de los eventos de capacitación que llevarán a cabo entidades nacionales e internacionales
- Recomendaciones, códigos de ética y de conducta. Esta información deberá ofrecerse como mínimo en inglés y en español, y disponible en el sitio web oficial del destino.

## 7.6 Mercadeo

Siendo consecuentes con las prioridades establecidas respecto a consolidar la oferta turística tradicional, diversificar y adaptar el producto a las nuevas tendencias y necesidades del mercado, resulta necesario establecer estrategias de segmentación precisas, y en general, mecanismos más puntuales de promoción y comercialización; también que se identifiquen los mercados, segmentos y nichos, con los destinos y productos ubicados en los diferentes espacios geográficos del país que pueden satisfacerlos.

Tomando en consideración que la promoción y comercialización deben mantener una estricta congruencia con la oferta turística real del país, que con el objeto de no crear falsas expectativas en los visitantes, las acciones promocionales deberán evolucionar en apoyo a la consolidación de los destinos clásicos, para paulatinamente ampliarse y especializarse conforme se vaya diversificando la oferta: **Es necesario reconocer que la diversificación es un proceso y por lo tanto no implica dejar de promocionar Guatemala, y que el país debe continuar fortaleciendo su posicionamiento como un destino cultural en el marco de una extraordinaria riqueza natural.**

### 7.6.1 Posicionamiento

Guatemala deberá fortalecer su posicionamiento como uno de los principales destinos culturales del mundo, debido a que cuenta con atractivos únicos como la Cultura Maya Viva y fascinantes sitios arqueológicos, cuyos recientes hallazgos sitúan a Guatemala como origen y corazón del Mundo de la civilización Maya. Razón por la cual se deberá continuar trabajando en el posicionamiento de la marca del destino: Guatemala, Corazón del Mundo Maya, al implementar armonizadamente una serie de acciones del *marketing mix*, congruentes con el concepto que se desea transmitir, de forma tal que se enfatice este importante diferenciador de forma clara, sencilla, pero con la suficiente fuerza y contundencia, para que el mensaje llegue, sea recibido y retenido por el público objetivo.

Asimismo, deberán resaltarse otras ventajas competitivas del destino, como la riqueza y diversidad de sus recursos naturales, la posibilidad de ofrecer e integrar una variedad de



actividades en un territorio relativamente pequeño, su estupendo clima durante todo el año y la hospitalidad de su gente.

El plan de mercadeo 2012 Guatemala: El Amanecer de los Mayas, constituye una importante iniciativa interinstitucional, que contribuirá a alcanzar un mejor posicionamiento del país en los mercados prioritarios (ver anexo 7).

### 7.6.2 Prioridades por el lado de la demanda

Con el objeto de maximizar los recursos que se inviertan en las acciones de promoción turística en aquellos mercados y segmentos identificados como de mayor rentabilidad en la generación de turistas y divisas, se desarrollará un plan estratégico de mercadeo integral con objetivos y estrategias bien definidas y armonizadas entre los distintos componentes del *marketing mix*; de acción en el que se hará énfasis en las ventajas absolutas y comparativas que Guatemala ofrece como destino turístico, priorizando las características percibidas como únicas y especializadas; y un plan operativo anual, con acciones puntuales en los diferentes componentes a implementar.

Se espera captar un turismo nacional e internacional cuidadoso y respetuoso de los entornos naturales y culturales en los que realiza la visita, y en general, un turismo que implique mayores beneficios económicos y sociales en un marco de desarrollo sostenible para el país.

Considerando los constantes avances tecnológicos en la comunicación, el transporte y el manejo de la información, que han acortado las distancias entre los países, han incrementado sustancialmente la competencia mundial y han contribuido al surgimiento de un cliente más conocedor y exigente, se **requiere ejecutar un programa de promoción de la oferta turística de Guatemala efectivo e innovador**, y el establecimiento de **nuevas estrategias enfocadas a los segmentos del mercado**.

Dichas estrategias se orientarán a captar mayores niveles de demanda turística y cuotas en los mercados emisores considerados de mayor rentabilidad; y a satisfacer a los consumidores mediante la mejora continua en la calidad de productos y servicios que garanticen la fidelidad hacia el destino y su recomendación.

**También se buscarán mecanismos más puntuales e innovadores de promoción y comercialización, haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación; asimismo, se priorizarán las acciones**, para orientarlas y focalizarlas hacia segmentos y nichos de mercado específicos, conforme a las nuevas tendencias de la demanda turística y a las ventajas del producto turístico del país.

Es importante mantener una presencia permanente para lograr el posicionamiento de Guatemala como destino turístico en **los segmentos y nichos de los mercados clásicos identificados como prioritarios: América del Norte** (Estados Unidos y México); **Europa** (Reino Unido, Francia, España, Alemania e Italia); y **Centroamérica**, que constituye un mercado natural para el país, destacando El Salvador como el más importante. Se deberá integrar a Brasil y Suiza dentro de los mercados prioritarios de Guatemala, en vista del alto nivel de gasto por viaje que ambos representan, y además en el caso de Brasil, debido al crecimiento de los flujos de viajes al exterior. Paralelamente habrá que tomar en cuenta



que los arribos internacionales se pueden ver afectados por hechos sobre los que no se tiene injerencia directa, **por lo que se considera de primer orden fortalecer la promoción del turismo interno, fronterizo e intrarregional.**

Asimismo, **se continuará con las acciones de mercadeo en los segmentos y nichos de mercado de los siguientes países sudamericanos y caribeños:** Chile, Argentina y Colombia, considerados de interés por las mejoras en la comunicación aérea, con la apertura de nuevas rutas y por el dinamismo de las relaciones comerciales que se han establecido con estos países.

Es necesario realizar esfuerzos de promoción y comercialización en Canadá, Bélgica, Holanda y Rusia, países en donde la tendencia al crecimiento los sitúa como atractivos mercados potenciales.

En cuanto a los mercados de oportunidad, se sugiere llevar a cabo acciones orientadas a **penetrar los segmentos y nichos del mercado chino y japonés**, que según previsiones de la OMT, se ubicarán para el año 2020 entre los diez principales países emisores de turismo en el ámbito mundial.

Guatemala debe promocionarse como un destino cultural en el marco de una extraordinaria riqueza natural. Esta política privilegia los siguientes segmentos: turismo de congresos, convenciones e incentivos; llegadas de cruceros; y turismo de aventura e interés especial.

Por lo que, se considera necesario el desarrollo de las siguientes iniciativas:

- Investigación de mercado:<sup>24</sup> es indispensable fortalecer la realización en forma periódica de estudios e investigaciones de mercados con el objeto de proveer una base sólida para la elaboración de los planes de marketing estratégicos y operativos, así como la toma de decisiones para planificar las acciones continuas e innovadoras de desarrollo de productos turísticos competitivos y experiencias de alta calidad; la diversificación de productos que respondan a las cambiantes tendencias del mercado; las acciones de mercadeo, y el establecimiento de un sistema de comercialización eficiente y eficaz.
- Planes de *marketing*: es prioritario contar con una visión de mercadeo integral sostenible y de mayor alcance, por lo que se deberán elaborar planes de *marketing* estratégicos (a cinco años) y operacionales (de duración anual).
- Promoción:
  - Se considera de vital importancia potenciar el presupuesto disponible para la promoción turística por medio de la realización de alianzas estratégicas con el sector privado, mayoristas y operadores de los mercados objetivo; y la creación de fondos mixtos para la promoción del destino turístico.

---

<sup>24</sup> Ver numeral 7.4.1



- Se concentrarán mayores esfuerzos promocionales en los mercados más rentables, en aquellos productos que sean atractivos, bien definidos y diferenciados, ya sean éstos tradicionales o resultado del proceso de diversificación de la oferta.
- Se propiciará conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores la implementación de oficinas de turismo en los mercados prioritarios y el desarrollo de acciones promocionales a través de las embajadas y consulados de Guatemala acreditados en los mercados potenciales y de oportunidad. El mercado turístico está cada vez más dominado por la demanda y es preciso monitorearla para responder oportuna y eficientemente al respecto. En tal sentido, adquiere mayor importancia la labor de los delegados de turismo y las actividades que realizan en las áreas de investigación de mercado, la atención al público, la capacitación de intermediarios, las relaciones con mayoristas, agentes de viajes, prensa especializada y la participación en eventos de promoción y venta.
- Relaciones públicas: se establecerá un programa de información permanente con el objeto de mejorar y mantener una imagen favorable de Guatemala como destino turístico, dirigido a las empresas del sector y los medios de comunicación nacionales, mayoristas, agencias de viajes en el exterior y medios de comunicación extranjeros, que incluya el desarrollo de las siguientes acciones:
  - Elaboración y envío de *Newsletters* en español e inglés. Con una sección especial dedicada a la divulgación de buenas noticias sobre el sector y el país en general.
  - Convocatorias a conferencias de prensa, presentaciones de destino, de nuevos productos y temas de interés.
  - Organización de viajes de familiarización, filmación y prensa; envío constante de información dirigido a medios de comunicación interesados en generar cobertura positiva del país.
  - Distribución de materiales promocionales y acciones de capacitación dirigidas a agencias de viaje de los mercados prioritarios.
  - Elaboración e implementación del Plan de Contingencias, en lo que corresponde al manejo y difusión de información en caso de que ocurra algún hecho de violencia o desastre natural, la cual realizará el Comité de Crisis en forma coordinada con la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República y el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Publicidad:
  - Campañas cuidadosamente estructuradas con mensajes claros y concisos, a realizarse de forma continua y sistemática.
  - Monitoreo de las campañas para medir su impacto y el nivel de respuesta que generan en la captación de la demanda. Las acciones publicitarias deberán ser antecedidas y respaldadas con esfuerzos serios, para ampliar la red de ventas y propiciar el mayor conocimiento del destino y la oferta de servicios por parte de los intermediarios y las personas que tengan contacto directo con los turistas potenciales.



- Distribución: para mejorar el conocimiento del destino y de la oferta turística y contribuir a fortalecer la red de ventas, es necesario realizar acciones equilibradas de promoción hacia los intermediarios (técnicas *push*) y consumidores finales (técnicas *pull*). Acciones para tener disponible y hacer más accesible la información en las redes de ventas y dar respuesta a las demandas específicas de los turistas potenciales en los mercados emisores.
- Mercadeo directo: a través del uso de las nuevas tecnologías que están modificando los esquemas tradicionales de información, comunicación, distribución y ventas del producto turístico, como el Web 2.0: sitio web interactivo, central única de reserva, campañas *pay per click*, redes sociales, *microblogging*, *podcasting*, aplicaciones sobre mapas, compartir videos y fotos, buscadores 2.0, noticias y contenidos votados, entre otros. Debido al constante cambio y con la finalidad de continuar adaptando nuevas tecnologías al mercadeo del país, se deberá crear en el INGUAT la Unidad de Mercadeo Tecnológico, para lo cual se realizarán alianzas estratégicas con universidades nacionales e internacionales.

Partiendo del conocimiento de las ventajas y desventajas que presenta Guatemala como destino turístico; de la necesidad de concentrarse en mercados específicos; y de unir esfuerzos de cooperación entre los sectores públicos y privados en las acciones de promoción y comercialización turística, se recomienda:

**Resaltar las ventajas y bondades del país desde el punto de vista turístico, dentro de las que se pueden agregar:** la oportunidad de ofrecer un destino auténtico, su cercanía con el mercado estadounidense (principal emisor de turismo en el ámbito mundial), la ventaja económica que representa el fortalecimiento del euro frente al dólar para el mercado europeo, y en general, una relación favorable entre precio/calidad y entre el valor percibido/recibido.

A continuación se señalan las acciones de mercadeo que tienen por objeto **resaltar los aspectos favorables y minimizar las desventajas de Guatemala como destino turístico.**

**Líneas de acción:**

### **7.6.3 Crear el Fondo Mixto de Promoción, como instrumento promocional de la imagen turística del país**

Desarrollar y fortalecer la asociación entre los sectores público y privado tanto en el área de planificación de las acciones promocionales como en la ejecución y financiamiento de las mismas.

Los esfuerzos de promoción de Guatemala, internos y externos, privados y públicos, deben incluir el uso consistente de la imagen corporativa. La marca país Guatemala deberá fortalecer los valores del producto turístico como son la diversidad, autenticidad, diferenciación, los recursos únicos culturales y naturales, así como la hospitalidad de los guatemaltecos. Buscará también identificar a todos los productos de exportación y a las acciones de captación de inversiones extranjeras bajo la misma marca, con la finalidad de generar una percepción unificada y positiva del país.



Para el efecto se propone:

- Establecer una Comisión de Mercadeo como una plataforma de diálogo y coordinación en el INGUAT con el sector privado organizado, en la figura del Buró de Convenciones de Guatemala, para monitorear y reajustar los planes, programas y proyectos que se implementen en el área de mercadeo, y velar por transmitir una imagen positiva del país, de acuerdo a los lineamientos contenidos en este documento.
- Crear el Fondo Mixto de Promoción de la imagen de Guatemala como destino turístico en el exterior, con aportes del sector público y privado.

La ejecución del Fondo para efectos de promoción turística tendrá que ser congruente con el nivel de desarrollo de los destinos, procurando que aquellos que ya se encuentran consolidados reciban mayores esfuerzos en su promoción y comercialización que los que aún están en niveles de desarrollo incipiente.

Adicionalmente es recomendable que se realice una labor tendente a posicionar la marca país relacionándola con imágenes e ideas consistentes con el mensaje que se quiere transmitir. La marca Guatemala: GUATEMALA, CORAZON DEL MUNDO MAYA, se vinculará a eventos y congresos que se realicen en el país o en el exterior, tales como exposiciones arqueológicas, fotográficas, de artesanías, conciertos, y desfiles de trajes típicos; a los esfuerzos de promoción de inversiones, promover los principales productos de exportación de Guatemala en el exterior –los promotores podrán exponer y vender sus productos en *stands* y ofrecer degustaciones en las ferias de turismo– y a otros aspectos favorables que también contribuyan a presentar una imagen real y positiva; a proyectos de desarrollo social, de conservación ambiental y de protección de la flora y fauna; a consolidaciones y descubrimientos arqueológicos; a proyectos de inversión que apliquen criterios de sostenibilidad, entre otros. Es aconsejable que en mensajes promocionales del país, intervengan personajes guatemaltecos reconocidos en el ámbito internacional, como la Doctora Rigoberta Menchú Tum o el cantante Ricardo Arjona.

**La marca Guatemala debe percibirse como una marca de calidad**, por lo que podrán hacer uso de ella las empresas y destinos que se hayan comprometido con un proceso de mejora continua o de Certificación de Calidad que satisfaga las expectativas de los visitantes. Es importante el registro y normativa de la marca Guatemala.

Es imprescindible el uso de la marca Guatemala por parte de los principales actores del cluster turístico y en los sitios de interés turístico, con el objeto de transmitir una imagen confiable e integral del sector, que garantice una experiencia de calidad.



#### 7.6.4 Fortalecer las acciones de promoción

En general se propone:

##### **Concentrar las acciones promocionales en los mercados identificados como de mayor rentabilidad:**

- Fortalecer las acciones de promoción y ampliar la red de ventas a través de oficinas y/o representaciones en el exterior, ubicadas estratégicamente en los mercados objetivo y el trabajo conjunto con los Agregados Comerciales y de Turismo en las embajadas y consulados de Guatemala, acreditados en los mercados considerados prioritarios, potenciales y de oportunidad. Brindar periódicamente seminarios de actualización sobre Guatemala como destino turístico a Embajadores, Agregados Comerciales y de Turismo; así como proporcionar la instrucción correspondiente al funcionario cuando asuma un cargo, en las embajadas de los mercados emisores prioritarios, potenciales y de oportunidad, principalmente.
- **Presentaciones de destino y seminarios** dirigidos a los intermediarios de los principales mercados emisores, con la finalidad de actualizar el conocimiento del destino y su oferta turística.
- **Participación en ferias turísticas. Optimizar la participación en ferias turísticas especializadas en los segmentos priorizados por esta política, con la finalidad de construir redes comerciales que dinamicen e incentiven la demanda. Evaluar la participación en ferias virtuales de turismo.**

##### **Fortalecer el uso de las nuevas tecnologías que han venido a revolucionar los mecanismos de promoción y comercialización turística:**

- Convertir al **sitio web promocional del destino** en una verdadera herramienta interactiva de promoción y ventas que provea al viajero potencial, información completa y actualizada sobre Guatemala, sus atractivos turísticos, las diferentes actividades susceptibles de llevarse a cabo en el país e información sobre los prestadores de servicios. A la vez que retroalimenta de información respecto al nivel de satisfacción de la experiencia de viaje, al INGUAT, a los operadores y los proveedores nacionales de los servicios turísticos; así como a otros potenciales visitantes.
- Posicionar el sitio web del destino.
- Facilitar el acceso a la tecnología a las pequeñas empresas y apoyar su participación en la central única de reservas.

**Organizar viajes de prensa y filmación**, propiciar la visita al país de periodistas especializados, equipos de filmación y líderes de opinión, interesados en generar reportajes que comuniquen una imagen positiva del país, y un mayor conocimiento de sus atractivos turísticos que despierte el interés de viajeros potenciales sensibles a la oferta turística guatemalteca. Se buscará que la experiencia de viaje de los grupos de prensa y filmación gire en torno a los tipos de turismo prioritarios en esta Política.



**Evaluar constantemente la imagen que Guatemala transmite al público objetivo.**

Lograr un mejor posicionamiento de la marca País y más consistencia entre el contenido del mensaje, el objetivo de la comunicación y el público al que se dirige el mensaje. Posicionarla como una marca de calidad con amplio uso tanto en el sector público como privado, y asociarla a eventos que refuercen los valores corporativos y la credibilidad del destino.

**Revisar, actualizar y desarrollar las herramientas promocionales en función del público objetivo (consumidor final, canales de distribución y comercialización) en cada uno de los segmentos prioritarios y desarrollar materiales informativos de cada uno de los destinos turísticos prioritarios del país; hay que tomar en cuenta como elemento promocional la sostenibilidad (proyectos ecológicos, empresas turísticas certificadas, entre otros), mediante:**

- Las bases de datos y el banco de imágenes existentes.
- Los instrumentos de promoción y venta que actualmente se utilizan:
  - Folleto general de imagen
  - Folletos especializados
  - Mapas turísticos
  - Manuales de ventas
  - DVD
  - Página web
  - Afiches
  - Videos
  - Kit de prensa
  - Redes sociales
- Materiales informativos
  - Mapas de sitio que permitan al turista recorrer los destinos e incrementar su estadía.
  - Guías turísticas con eventos programados, gastronomía local, aviturismo, etc.

**Elaborar indicadores de éxito para medir la efectividad de:**

- Participación anual en ferias de turismo
- Presentaciones y seminarios de Guatemala en el exterior
- Viajes de prensa, filmación y familiarización
- Eventos en Guatemala de carácter internacional
- Publicaciones en medios y revistas especializadas en los mercados objetivo

**7.6.5 Elaborar y ejecutar un plan de promoción de turismo interno**

Reconociendo que el turismo interno representa el mayor generador de ingresos y desplazamientos para aquellos países que han encontrado en la actividad turística una fuente de desarrollo económico y social; que tiene un gran impacto en la redistribución del ingreso; disminuye la estacionalidad y optimiza el uso de las instalaciones existentes; y que, además, es un medio para fortalecer la identidad nacional, la valorización y conservación del patrimonio natural y cultural del país, se considera prioritario desarrollar las siguientes acciones:



- Realizar un estudio del impacto del turismo interno, especialmente en las áreas de alojamiento, transporte, alimentos y bebidas.
- Establecer alianzas sector privado e INGUAT para desarrollar una oferta turística dirigida al mercado nacional, que responda a las características de la demanda. Principalmente en las temporadas del año que registran bajas de afluencia de turismo internacional, lo que disminuirá la estacionalidad de la visita turística y permitirá obtener precios favorables para el turista nacional.
- Implementar programas especiales para los segmentos de turismo joven, de tercera edad y personas con capacidades distintas, en el marco del turismo social, en el cual el Estado facilita y hace posible la visita turística
- Incorporar a las pequeñas empresas del sector turismo para que participen en la conformación de paquetes y en la obtención de los beneficios.
- Apoyar promocionalmente, por parte del INGUAT, a aquellas empresas del sector privado que participen en el plan de turismo interno.
- Desarrollar campañas informativas y publicitarias dirigidas a motivar a los nacionales a visitar los atractivos turísticos del país, propiciando así el orgullo por lo nuestro y mejor aprovechamiento del tiempo libre, el derecho al ocio y la recreación.
- Elaborar material promocional y guías de sitio dirigidas al mercado local.
- Implementar dentro del sitio web promocional del destino, un espacio dirigido al turismo interno que motive el mejor conocimiento y el deseo de desplazarse a los sitios turísticos del país, que contenga información detallada para la mejor planificación de los viajes y la oferta de los prestadores de servicios, e incluya de manera especial, a las PYME turísticas.

#### **7.6.6 Elaborar y ejecutar un plan de promoción de turismo fronterizo e intrarregional**

La tendencia mundial de viajes internacionales según la Organización Mundial de Turismo, se concentra en un alto porcentaje, en desplazamientos hacia países fronterizos o de corta distancia dentro de la región. Por lo tanto, existe un alto potencial para Guatemala en la captación de un mayor número de visitantes provenientes de El Salvador, Honduras, el sureste de México, Belice y el resto de la región centroamericana. En ese sentido se llevarán a cabo acciones dirigidas a:

- Enfocar esfuerzos y recursos en los mercados de corta distancia como una estrategia para contrarrestar los efectos negativos que ocurren en los mercados prioritarios por hechos fuera de las predicciones y tendencias; y reducir el impacto que los mismos puedan generar en la actividad turística nacional.
- Reforzar las acciones de promoción dirigidas al mercado emisor salvadoreño, que tradicionalmente ha sido el mercado regional más importante para Guatemala.



- Desarrollar campañas de promoción y atractivos paquetes turísticos dirigidos especialmente para captar la demanda potencial del sureste de México, Honduras y Costa Rica.
- Llevar a cabo alianzas con las líneas aéreas que operan en la región, el sector privado (especialmente hoteles), los mayoristas en los países emisores y el INGUAT, para conformar y publicitar paquetes turísticos con precios competitivos y servicios de alta calidad, aprovechando principalmente las temporadas bajas.
- Infraestructura de mercadeo: reforzar la información turística disponible en aeropuertos, fronteras, agencias de viajes, embajadas y consulados.
- Sistema de comunicación: conferencias de prensa enfocadas en la oferta, aspectos de facilitación turística y seguridad, refuerzo a los viajes de prensa, radio y filmación para generar mayor cobertura positiva del país en los medios de comunicación de los mercados intrarregionales, elaboración de guías de viaje, folletos y mapas de sitio especialmente dirigidos al turismo que ingresa al país por la vía terrestre, promoción del sitio web y actualización de su contenido, entre otros.
- Sistema de ventas: presentaciones a mayoristas y agentes de viajes, seminarios para agentes de viajes y medios de comunicación, viajes de familiarización y campañas de publicidad conjunta que incluyan tarifas atractivas de paquetes turísticos y/o alojamiento.
- Coordinar acciones conjuntas con el sector privado y entidades públicas dirigidas a mejorar las condiciones actuales en aspectos de facilitación y seguridad turística.

Es importante tomar en cuenta las orientaciones que ofrece y la información que presenta el documento: Estrategia de promoción y mercadeo turístico centroamericano interregional, elaborado en el año 2008, en el marco de un convenio entre SITCA y FEDECATUR.

#### **7.6.7 Ejecutar el plan de turismo de aventura e interés especial**

El turismo de aventura e interés especial es de los segmentos de mayor crecimiento en el ámbito internacional según informes de la OMT. Al analizar las características de los atractivos que conforman la oferta turística guatemalteca, se aprecia una total coincidencia con los requerimientos de materia prima que exige este segmento turístico. Esa afinidad entre la demanda y la oferta de este tipo de turismo, hacen que su desarrollo presente una alta potencialidad para el país. Los viajes de aventura tienen relación con actividades deportivas que exigen un esfuerzo físico de fuerte a moderado. Los viajes de interés especial son viajes temáticos basados en aficiones más relacionadas con el intelecto, el aprendizaje y el desarrollo personal. Entre estos segmentos cabe destacar los siguientes: observación de aves, ecoturismo, turismo comunitario, agroturismo, turismo religioso, turismo étnico o nostálgico, turismo solidario<sup>25</sup> (voluntarios), turismo educativo (escuelas de español), turismo de salud, golf y pesca deportiva.

---

<sup>25</sup> Combina el apoyo al desarrollo, el intercambio cultural y el turismo.



Es importante mencionar algunas de las iniciativas existentes: en agroturismo ANACAFÉ impulsa el proyecto denominado Coffee Tour; en lo que corresponde a turismo de salud, el INGUAT creó una Mesa Nacional para abordar este tema; y AGEXPORT integró la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar, para implementar acciones de mejoramiento de la calidad y obtención de acreditaciones, así como la promoción de las instituciones y profesionales que conforman dicha Comisión.

Para iniciar las acciones de mercadeo del turismo de aventura e interés especial, se deben priorizar aquellos productos que ya se encuentren desarrollados y presenten niveles de madurez que permitan su promoción y comercialización, para posteriormente incorporar en las acciones de mercadeo los nuevos productos que se desarrollen y atender este segmento turístico de manera que responda a las expectativas del visitante. Así como propiciar la realización de festivales culturales en destinos turísticos importantes y eventos deportivos de carácter regional e internacional, deportes extremos que refuercen la imagen del país como un destino para turismo de aventura<sup>26</sup> dentro de un marco rico en cultura viva, historia y vestigios culturales de primer orden mundial.

En cuanto al apoyo al turismo de aventura es importante apoyar el Programa para el Fomento de la Normativa en Deportes de Aventura, Canopy y Rafting, impulsado por la Asociación Nacional de Canopy y la entidad Descubre Guatemala (ver anexo 8).

**El plan de mercadeo del turismo de aventura e interés especial, básicamente comprenderá las siguientes acciones:**

- Infraestructura de mercadeo: bases de datos, banco de imágenes e inteligencia de mercado.
- Sistema de venta: actividades con operadores de los mercados de América del Norte, Europa, Sudamérica, Centroamérica y otras regiones que representan una demanda potencial para el país; presentaciones de Guatemala en América del Norte, Europa, Asia, Sudamérica, Centroamérica y otros de interés; información general y especializada en el Internet (página web, redes sociales, etc.) y publicidad selectiva.

#### **7.6.8 Ejecutar el plan de turismo de congresos, convenciones e incentivos**

Tomando en consideración que Guatemala cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales, prestadores de servicios con muy buena capacidad de organización e infraestructura, y equipamiento de alto nivel, que constituyen oportunidades que deben ser mejor aprovechadas a fin de seguir posicionando al país como un destino atractivo, auténtico y diferente para la realización de congresos, convenciones e incentivos, se propone realizar las siguientes acciones:

- Desarrollar el Parque de la industria como Centro de convenciones.
- Focalizar esfuerzos en los mercados considerados de mayor rentabilidad, que cuenten con conexiones aéreas que faciliten el acceso de:
  - Corta distancia: EE.UU., Canadá, México y Centroamérica
  - Larga distancia: Reino Unido, Alemania, España, Francia e Italia.

<sup>26</sup> Eventos como el Rally Mundo Maya, y el programa Survivor Yaxhá entre otros.



Se recomienda enfatizar, en los mercados de larga distancia, acciones promocionales orientadas principalmente a la captación del segmento de incentivos.

- Coordinar esfuerzos INGUAT, Buró de Convenciones de Guatemala, empresas del sector privado y oficinas en el exterior, para promover y apoyar la candidatura de Guatemala como sede de congresos, convenciones, seminarios, exposiciones, ferias y viajes de incentivo.<sup>27</sup>
- Establecer las condiciones necesarias y realizar las gestiones ante representantes de líneas aéreas, para que el país cuente con un mayor número de vuelos directos o charters, y con tarifas aéreas competitivas.
- Concienciar al sector privado sobre la necesidad de generar un mayor número de ofertas creativas e innovadoras, que más que servicios, ofrezcan experiencias de viaje únicas, diferenciadas y altamente enriquecedoras.
- Suscribir convenios de colaboración con diferentes países; y membresías con entidades internacionales — International Congress and Convention Association (ICCA), Society of Incentive Travel Executives (SITE), Meeting Planners International (MPI), Union of International Association (UIA), entre otras— que propicien un mejor conocimiento del mercado, transferencia de *know how*, experiencias de éxito y acceso a mejores oportunidades de posicionar al destino.
- Dar continuidad a la propuesta de Acuerdo, existente entre el Servicio de Rentas Internas (IRS) de los Estados Unidos de América y la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala, para mejorar la tributación, el intercambio de información tributaria y permitir la deducibilidad del gasto por concepto de convenciones realizadas en Guatemala; esto implica un menor costo del evento para las corporaciones y organizaciones estadounidenses.
- Realizar investigaciones de mercado que generen información confiable sobre el número de congresos y convenciones nacionales e internacionales que se realizan en el país, su impacto en la ocupación hotelera, número de participantes y procedencia, estadía, gasto promedio y repercusión económica para el destino, entre otros.
- Infraestructura de mercadeo: posicionamiento de la marca Guatemala asociada al logotipo del Bureau de Convenciones de Guatemala, bases de datos, banco de imágenes y seminarios de inteligencia de mercado.
- Sistema de comunicación: Dossier de instrumentos de venta (kit de ventas), Catálogo Guatemala para Incentivos y Guía de planificación de reuniones, en versiones digital e impresa, videos sobre reuniones e incentivos.

<sup>27</sup> Por ejemplo, cuando el país fue sede de la 48 Asamblea Anual de Gobernadores del BID, la 119 Sesión del Comité Olímpico Internacional y el XIX Congreso Interamericano de Turismo, OEA.



- Mercadeo directo tradicional y con aplicación de las nuevas TIC a empresas y operadores especializados, organizadores de reuniones e incentivos, *decision makers* de empresas independientes, asociaciones, etc.
- Publicidad en revistas especializadas.
- Viajes de reconocimiento, prensa y familiarización.
- Espacio en la página web promocional del destino, dirigido a organizadores de reuniones e incentivos con información completa y actualizada del destino, infraestructura y equipamiento, prestadores de servicios, actividades y tipos de viajes susceptibles a ser realizados.
- Sistema de ventas: acciones conjuntas INGUAT, Bureau de Convenciones de Guatemala, Empresas del Sector Privado para la coordinación y participación en presentaciones (Roadshow), ferias especializadas —EIBTM, Ginebra e ITME, Chicago—, publicidad selectiva, presentación de candidaturas para congresos.

#### 7.6.9 Ejecutar el plan de turismo de cruceros

La posición geográfica privilegiada de Guatemala, por su cercanía a los puertos emisores norteamericanos, con puertos en las importantes zonas de tránsito para cruceros en el Caribe Occidental y el Pacífico, así como su riqueza natural y cultural, constituyen ventajas competitivas que benefician la llegada de cruceros al país.

**Según previsiones de la Organización Mundial del Turismo, el sector cruceros está experimentando una sustancial tasa de crecimiento y se espera que en el próximo decenio continúe esta tendencia.**

Para fortalecer y potenciar el crecimiento de este segmento se requiere del trabajo conjunto de todas las entidades públicas y privadas relacionadas con la actividad, a fin de captar un mayor nivel de arribos de cruceros en escala, ubicar a los puertos en la modalidad de *Home Port* y contar con diversidad de excursiones que llenen y sobrepasen las expectativas de los visitantes y que contribuyan a posicionar los puertos y al país como un destino turístico atractivo para las líneas de cruceros cuyos barcos transitan por el Pacífico y el Caribe Occidental.

Para el efecto, se deberán llevar a cabo, entre otras, las siguientes iniciativas:

- Conformar el Consejo Nacional de Cruceros, con representantes de los siguientes ministerios y entidades: Ministerios de Comunicaciones y Obras Públicas, de Gobernación, de Cultura y Deportes, de Ambiente y Recursos Naturales, de Economía y de Salud; Puertos, Bases Navales, Municipalidades de las áreas visitadas, División de Estudios Económicos y Sociales del Banco de Guatemala y la Asociación Guatemalteca de Proveedores de Turismo de Cruceros, que representa a la mayoría de beneficiarios, para coordinar y fortalecer las acciones necesarias, con la finalidad de presentar un destino y productos que satisfagan y superen las expectativas de las líneas de cruceros y sus visitantes.



- Posicionamiento de los puertos y del destino (tomar en cuenta la promoción de las actividades contenidas en el plan de mercadeo de la iniciativa “Guatemala 2012, el Amanecer de los Mayas”):
  - En el Pacífico como un puerto destino ideal para los viajes “transcanal”, para los barcos que están siendo “reposicionados” –llevados de la Costa Caribeña a la del Pacífico y viceversa, según la temporada–; e igualmente, para las líneas de cruceros que programan viajes alrededor del mundo, viajes de exploración y de incentivos.
  - En el Caribe Occidental como un destino complementario, distinto a la oferta existente, aprovechando la tendencia mundial de la demanda orientada a productos culturales (costumbres, tradiciones, monumentos culturales y vestigios arqueológicos ancestrales) y de naturaleza.
- Infraestructura de mercadeo: bases de datos de cruceros internacionales que recorren las rutas del Pacífico, Caribe Occidental y de Sudamérica (tamaño y capacidad de sus barcos, para determinar si los puertos del país están en condiciones de recibirlos, y si éstos se encuentran incluidos en sus itinerarios), banco de imágenes, organización y participación en seminarios de inteligencia de mercado. Coordinar acciones con la Asociación Guatemalteca de Cruceros, la cual es conocida en el extranjero como el “Guatemala Cruise Council”.
- Sistema de comunicación:
  - Folletos especializados, que además de proporcionar información general del país, incluyan opciones de visita de productos y atractivos, posibles de realizar desde los puertos en ambas costas. Apoyar los esfuerzos de mercadeo de los puertos para que cada uno produzca folletos que den información precisa de sus características y servicios.
  - Información en versión digital completa del destino: puertos de arribo, opciones de excursiones, tour operadores nacionales que manejan este segmento, –especifican los que son miembros asociados a la Florida Caribbean Cruise Association, FCCA–, fotografías de alta calidad, entre otros.
  - Información completa y actualizada en el sitio web promocional del país.
- Sistema de ventas: participación conjunta con el sector privado en *trade shows*, *workshops*, conferencias y seminarios especializados (Conferencia Anual de la FCCA y Cruise Shipping Miami); publicidad en revistas y en publicaciones cuidadosamente seleccionadas del ramo de los cruceros. Invitar a las líneas de cruceros para que vengan al país a filmar sus propios videos promocionales de las excursiones que se ofrecen desde cada puerto, para proyección dentro de los camarotes del barco, brindándoles las mismas facilidades que se otorgan a otros grupos de filmación de medios especializados extranjeros, en temas turísticos.



- El INGUAT suscribirá convenios de cooperación con diferentes países y membresías con entidades internacionales –como la FCCA– que propicien la transferencia de *know how*, experiencias de éxito, programas de capacitación especializados y asesoría en la organización de este tipo de operaciones.
- Coordinar acciones conjuntas con el sector privado nacional e internacional y entidades públicas, tales como autoridades de los puertos, migración y entidades encargadas de la seguridad, con el objeto de:
  - Contar con terminales mejor dotadas para el embarque y desembarque de pasajeros.
  - Elaborar un plan de seguridad y de contingencia para los visitantes de cruceros.
  - Agilizar los procedimientos y trámites migratorios.
  - Adecuar los gastos portuarios y el *pax fee* dentro de los niveles de competitividad.
  - Elevar la calidad de los servicios.
  - Mejorar la limpieza y el ornato de las zonas portuarias.
  - Implementar proyectos de revitalización urbana de las poblaciones aledañas a los puertos, mantenimiento de los tramos viales y rescate del paisaje natural de los corredores turísticos que las conectan con éstos.
  - Optimizar el uso de las facilidades turísticas más cercanas a los puertos.
  - Desarrollar programas de animación turística.
  - Diversificar la oferta actual de tours.
- **Brindar una recepción de calidad a los pasajeros de cruceros que arriban a los puertos del país en excursión, para incentivar su retorno al país en calidad de turista.**
- **Elaborar la estrategia y acciones necesarias para convertir a los puertos del país en *home ports* y actuar en consecuencia.**

### 7. 7 Programa de seguridad

La seguridad entendida como el resguardo de la integridad física de los visitantes -nacionales y extranjeros- y sus bienes, de la vida y la salud de los colaboradores del sector, la observancia de las normas de calidad e higiene, la correlación entre precio/calidad de los servicios prestados por las empresas del sector turismo, y de la protección de los recursos naturales y culturales<sup>28</sup> que conforman el patrimonio turístico de Guatemala, constituyen importantes condicionantes no sólo en cuanto al incremento del flujo de turistas, sino también de las posibilidades reales del país para posicionarse como un destino repetitivo de calidad internacional. Un destino tiene que ser seguro y percibirse como tal.

Lo antes expuesto justifica la ejecución de un Programa de Seguridad para el visitante, que se ha dividido en dos partes:

<sup>28</sup> Ver numeral 7.2.5, literal a



### 7.7.1 Protección al turista

Con el fin de crear condiciones de seguridad para los desplazamientos de los turistas, nacionales y extranjeros, dentro del país, el Ministerio de Gobernación elaborará un **plan de asistencia y protección al turista**, con el apoyo de la cooperación internacional, en coordinación con el Programa de atención al turista, PROATUR del INGUAT y el sector turístico privado organizado. El plan se formulará con la finalidad de asegurar los desplazamientos y visitas dentro de los espacios turísticos priorizados conforme el Ordenamiento Territorial contenido en este documento; se establecerán acciones concretas para garantizar la asistencia y supervisión, tanto en las carreteras y caminos rurales donde transitan los turistas, como en los centros y atractivos que visitan. Se instalará un Comité de crisis del sector turismo, con participación interinstitucional; y un subcomité de éste, integrado por miembros designados del sector privado turístico organizado y el Ministerio de Relaciones Exteriores, en forma coordinada con la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República, para armonizar las comunicaciones oficiales hacia el exterior. Los Comités de Autogestión Turística, CAT y las filiales de la Cámara de Turismo (CAMTUR), constituyen importantes canales de comunicación e información sobre los peligros que puede correr el turista en determinadas áreas. Por medio de centros CAT se crearán redes de comunicación y alerta temprana, para identificar e informar sobre posibles riesgos y vulnerabilidades, que puedan afectar el normal desarrollo de las actividades turísticas en el territorio, que permitan implementar acciones que eviten o minimicen los mismos.

Es importante fortalecer el sistema de justicia para que los hechos delictivos cometidos contra turistas sigan procesos judiciales efectivos, y se sancionen los delitos que se cometen contra estos, con procesos ágiles que incidan en la reducción de tales hechos.

En este sentido, se deberá proceder a la creación, en el seno del Ministerio Público, de una Fiscalía Especial de Delitos contra Turistas. En este contexto igualmente, se deberá emitir una ley de Protección del Turista nacional y extranjero.

También se considera necesario elevar a la categoría de Subdirección General de la Policía Nacional Civil a la actual Unidad de seguridad turística (USETUR) que opera en el seno de dicho órgano. Esto implica aumentar el número y calidad profesional de sus integrantes, el manejo del idioma inglés como mínimo, asegurar su educación y especialización, así como dotarla de los equipos de comunicación y transporte que le permitan realizar una efectiva labor de prevención y protección de los turistas. Asimismo, se deberá fortalecer el Programa de Asistencia al Turista (PROATUR) como enlace entre la iniciativa privada y los cuerpos de seguridad del Estado, otorgándole las facultades legales y administrativas que le permitan al INGUAT prestar un servicio de prevención turística a nivel nacional, con personal más especializado y capacitado.

### Protección al turista nacional y extranjero en Corredores y Centros Turísticos

La seguridad debe ser brindada desde un principio en atención a la importancia de la ruta y los centros turísticos que comunica, hasta que se aseguren las zonas turísticas del país. Según estudios<sup>29</sup> realizados, además de los robos en carreteras, son comunes los robos a personas en calles y plazas, trayectos entre aeropuertos y hospedajes, sitios naturales y

<sup>29</sup> OEA/Ser.K.III.18.1, Turismo-doc.14/97, 31 enero 1997. Original: español.



culturales; también se tiene conocimiento de la aplicación de tarifas arbitrarias por empresas de transporte (autobuses, taxis, embarcaciones, mototaxis) y por personal en las puertas de entrada al país. En consecuencia, se deberá ejercer supervisión principalmente en los Centros Turísticos y Corredores de Traslado de las zonas más visitadas.

Para el efecto se considera necesario implementar un programa de seguridad en ruta con horarios establecidos y fortalecer servicios de apoyo como señalización e información turística, teléfonos de emergencia, áreas de descanso y servicios sanitarios, empresas de hospedaje, alimentos y bebidas, expendedoras de combustible, talleres mecánicos, etc.

Cabe señalar que los corredores turísticos de acceso a los principales destinos y atractivos, deberán permitir el derecho a la libre locomoción, contar con el mantenimiento vial y seguridad de la policía nacional que garantice el desplazamiento seguro de los flujos de visitantes, a destinos paisajísticos, para así potenciar los sitios escénicos existentes y evitar la contaminación visual por rótulos y vallas publicitarias, basureros a la orilla del camino, y otros; de esta manera se estará construyendo una franja de protección visual. Para lo cual la Secretaría de Turismo o el INGUAT conjuntamente con el Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas, el Ministerio de Gobernación, las autoridades locales (departamentales y municipales) deberán realizar las declaratorias respectivas, elaborar la normativa que permita la implementación de planes y proyectos para su recuperación, protección y mantenimiento.

Con la finalidad de dar a conocer el programa a los turistas que alquilan vehículos para sus desplazamientos en el país, a los que cruzan los diferentes puestos fronterizos hacia Guatemala con sus propios vehículos, y a aquellos que utilizan los servicios de operadores y transportistas, se deberá producir y distribuir material informativo sobre la existencia y ubicación de los corredores turísticos y los horarios en que se brinda seguridad en ruta, así como disponer de información sobre los servicios de atención a los turistas que requieran asistencia.

También se realizarán gestiones ante diversas instancias nacionales e internacionales para formular un plan de contingencias, a ejecutarse y difundirse con el apoyo de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED), el Ministerio de Gobernación y el INGUAT, que contemple medidas y actuaciones concretas de asistencia a los turistas en caso de crisis e imprevistos de transporte, salud, asalto, robo, hechos de violencia, desastres naturales, etc. Otro aspecto necesario lo constituye la definición de medidas y mecanismos para resarcir y minimizar el daño que eventualmente pueda ser causado al turista y para lo cual se evaluará la contratación de un seguro.

### 7.7.2 Seguridad integral

Se debe establecer un **Programa de mejora continua de la calidad** que contenga los siguientes aspectos:

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), **calidad** puede definirse como **la relación entre expectativa y realidad, evaluada en función del grado de satisfacción del consumidor.**



#### **a. Seguridad alimentaria**

Las autoridades de Turismo y Salud del sector público, con apoyo del sector privado organizado, tendrán la responsabilidad, de acuerdo a la legislación nacional e internacional aplicable, en la definición y divulgación de normas, control, auditoría y monitoreo de la calidad alimentaria en aspectos de salubridad, condiciones de las instalaciones de preparación y venta, manejo de situaciones imprevistas y procedimientos en el caso de reclamos y denuncias; en la verificación de que cada establecimiento implemente programas de higiene, limpieza y desinfección, control de plagas, control nutricional, control de adquisiciones y suministros, y capacitación del personal.

Para las empresas turísticas del sector de alimentos y bebidas, se podrá aplicar el Manual de Calidad, Higiene e Inocuidad Alimentaria, publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT). En este sentido, en forma coordinada CAMTUR, INGUAT, INTECAP y Ministerio de Salud, implementarán jornadas de capacitación en manipulación higiénica de alimentos en los principales destinos turísticos; y un sistema para certificar la calidad e inocuidad de las empresas que ofrecen estos servicios.

#### **b. Seguridad del colaborador**

Para que la seguridad sea integral deberá incluir la protección a la vida, la salud y el bienestar general de las personas que laboran dentro del sector turismo, por lo tanto el sector privado deberá implementar, en el marco del concepto de responsabilidad social empresarial, medidas y acciones que propicien un ambiente laboral libre de riesgos, un trato y una remuneración justos, adecuado al desempeño de los colaboradores dentro de las empresas.

#### **c. Seguridad del consumidor**

El INGUAT y el sector privado organizado deberán coordinar acciones para definir y hacer que se cumplan las normas de calidad específicas y el rango de tarifas correspondientes en la prestación de los servicios turísticos, tales como hospedajes, transportes, agencias de viajes, guías y otros de apoyo al turista; y establecerán mecanismos para orientar, informar y atender las necesidades y reclamos, por medio de las Oficinas de Información Turística.

Al respecto, se sugiere establecer una alianza entre el INGUAT y la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), para atender de manera especializada y diferenciada las quejas de los turistas nacionales y extranjeros.

#### **d. Protección del patrimonio cultural y natural**

El Ministerio de Cultura y Deportes, el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, y otras entidades vinculadas, en coordinación con el INGUAT y el sector privado organizado, deberán velar por la protección, revalorización y conservación de los recursos culturales y naturales de los destinos turísticos del país, de forma que se realice un aprovechamiento sostenible de los mismos por los visitantes, autoridades, comunidades y empresarios locales.



## REFERENCIAS

- Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA, 2001. *Estudio de desarrollo turístico nacional para la República de Guatemala.*
- Alianza Verde y Conservación Internacional, 1998. *Propuesta de política para el desarrollo del turismo dentro de la Reserva de la Biósfera Maya, Guatemala.*
- Asociación de Investigación y Estudios Sociales, ASIES. *Agenda Nacional 2003 - 2008; una propuesta.* Guatemala, junio 2003.
- \_\_\_\_\_. *Agenda Nacional 2008 - 2011; una propuesta.* Guatemala, mayo 2007
- \_\_\_\_\_. *Agenda Nacional 2012 - 2015; una propuesta.* Guatemala, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Cuarta encuesta al sector turismo: hoteles y operadores de turismo.* Informe de resultados; con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala, enero 2005.
- \_\_\_\_\_. *Estrategia para el desarrollo del sector turismo de Guatemala 1996-2000.* Guatemala, enero 1996.
- \_\_\_\_\_. *Estudio sobre el manejo de estadísticas turísticas en Guatemala y propuesta de solución.* Guatemala, septiembre 2000.
- \_\_\_\_\_. *Quinta encuesta al sector turismo: hoteles y operadores de turismo.* Informe de resultados; con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala. Guatemala, enero 2006.
- \_\_\_\_\_. *Sexta encuesta al sector turismo: hoteles y operadores de turismo.* Informe de resultados; con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala. Guatemala, enero 2007.
- \_\_\_\_\_. Rayo Muñoz, Mariano. *Una propuesta para el desarrollo del ecoturismo.* Guatemala, 1995.
- \_\_\_\_\_. Rodas, Pablo; Carrillo, Luis; Pineda, Brenda. *Temas cruciales en el turismo receptivo de Guatemala.* Guatemala, 1998.
- \_\_\_\_\_. Secaira Pinto, Carlos Enrique. *Comentario sobre la sugerencia de establecer un Gabinete para el estudio económico del turismo.* Guatemala, 1989.

- \_\_\_\_\_ . AID-INGUAT. *Transición 2007 – Borrador*
  - \_\_\_\_\_ . Cámara de Turismo de Guatemala, CAMTUR. *Política nacional para el desarrollo turístico sostenible de Guatemala, 2004-2014*. Guatemala, noviembre 2003.
  - Banco Interamericano de Desarrollo, BID, 1999. *Análisis del turismo en Guatemala*.
  - \_\_\_\_\_ . *Diagnóstico y Estrategia Turística para Guatemala*.
- Bien, Amos; 2001. *La gestión ambiental en micro y pequeñas empresas turísticas*.
- Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible; Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE, 1997. *Guatemala, turismo: el reto de la competitividad*.
  - Congreso de la República. *Ley de Fomento del INGUAT*, Decreto 25-74.
  - \_\_\_\_\_ . *Ley de Protección del Medio Ambiente*, Decreto 68-86.
  - \_\_\_\_\_ . *Ley de Áreas Protegidas*, Decreto 4-89.
  - \_\_\_\_\_ . *Ley de Protección del Patrimonio Cultural*, Decreto 26-97.
  - \_\_\_\_\_ . *Ley Reguladora de las Áreas de Reservas Territoriales del Estado de Guatemala*, Decreto 126-97.
  - \_\_\_\_\_ . *Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo*, Decreto 1701 y sus Reformas, 1967.
  - Comisión Regional del Medio Ambiente, COREMA; PVL; PROMOCAP, 2000. *Turismo y oportunidades de negocio. Estudio sobre la potencialidad del ecoturismo en las Verapaces*, Guatemala.
  - Desarrollo de Personal y Capacitación para un desempeño efectivo. *Cómo diseñar y planear un programa de capacitación*, <http://erc.msh.org>.
  - Diario de Centroamérica, 07 de septiembre 2000, Acuerdo Gubernativo N° 439-2000, Ministerio de Economía. *Respaldo gubernamental a la Estrategia Nacional de Turismo*, ENT, 2000.



- \_\_\_\_\_ . 21 de noviembre 2000, Acuerdo N° 435-2000-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. *Creación de los Comités Locales de Turismo.*
- \_\_\_\_\_ . 21 de agosto 2001, Acuerdo N° 294-2001-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. *Reglamento de los Comités Locales de Turismo*
- \_\_\_\_\_ . 20 de diciembre 2004, 302-2004-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. *Reglamento de los Comités Locales de Turismo.*
- \_\_\_\_\_ . 20 de noviembre 2004, 301-2004-D, respectivamente, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. *Creación de los Comités Locales de Turismo.*
- \_\_\_\_\_ . 16 de septiembre de 2008 y 5 de enero de 2010. *Acuerdos gubernativos 227-2008 y No. 3-2010, respectivamente, Creación del gabinete específico de turismo.*
- Documentos varios relacionados con: a) *Sistema Arrecifal Mesoamericano, Certificación de Sostenibilidad Turística, Corredor Biológico Mesoamericano.*
- Fundesa, 07 de marzo de 2011. *Informe mundial de competitividad turística 2011.*
- Guatemala, Gobierno, julio 2000. *Estrategia Nacional de Turismo.*
- Informe de Avance, 2001. *Plan Puebla Panamá.*
- Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE, y Asociación de Investigación y Estudios Sociales, ASIES, 2000. *Turismo en Guatemala: Un plan de desarrollo de productos y reforma institucional impulsado por el mercado.*
- Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, 2001. *Propuesta de tramos viales de interés turístico.*
- \_\_\_\_\_ . 2002. *Política de agroturismo.*
- \_\_\_\_\_ . *Política de ecoturismo. s.f.*
- \_\_\_\_\_ . y Mesa nacional de Aviturismo, 2009. *Estrategia Nacional de Aviturismo 2010-2014.*
- \_\_\_\_\_ . 2009. Estudio: *Encuesta del gasto turístico en Aeropuerto La Aurora, Informe de resultados.*



- \_\_\_\_\_ . 2008, 2009 y 2010. *Boletín anual estadísticas de turismo*.
- Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN). *Metodología para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión en el Sector Turismo*.
- Organización de Estados Americanos, OEA, 1997. *Sostenibilidad del Turismo mediante la gestión de la seguridad en los lugares de destino*.
- Organización Mundial de Turismo, OMT, 1994. *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Published by Routledge, London. UK.
- \_\_\_\_\_ . 1998. *Towards New Forms of Private Sector Partnership: The Changing Role, Structure and Activities of National Tourism Administrations*, Madrid, Spain.
- \_\_\_\_\_ . 1999. *Promoción de destinos turísticos en el ciberespacio*. Retos del Marketing Electrónico.
- \_\_\_\_\_ . 1999. *Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal*. Edición para América Latina y el Caribe.
- \_\_\_\_\_ . *Código Ético Mundial para el Turismo*. 1999.
- \_\_\_\_\_ . 1999. *Manual de higiene e inocuidad en los alimentos*.
- \_\_\_\_\_ . 2000. *Turismo: Panorama 2020*, volumen 2 Las Américas.
- \_\_\_\_\_ . 2001. *Cooperación entre los sectores público y privado*. Por una mayor competitividad del turismo.
- \_\_\_\_\_ . 2002. *Declaración de Quebec sobre el ecoturismo*, Año Internacional del Ecoturismo 2002. <http://www.cinu.org.mx>.
- \_\_\_\_\_ . *Desarrollo sostenible del Turismo: Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*, Johannesburgo, 2002. <http://www.world-tourism.org>
- \_\_\_\_\_ . Programa las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2002. *La Reglamentación del Ecoturismo*.
- \_\_\_\_\_ . 2003. *Desarrollo sostenible del ecoturismo, Una compilación de buenas prácticas en las PYME*.



- \_\_\_\_\_ . 2003. *Turismo sostenible en áreas protegidas, Directrices de planificación y gestión.*
- \_\_\_\_\_ . 2004. *Cooperación y asociación en el turismo: Una perspectiva mundial.*
- \_\_\_\_\_ . 2005. *Estructuras, ámbitos de competencia y actividades de las administraciones nacionales de turismo.*
- \_\_\_\_\_ . 2005. *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica.*
- \_\_\_\_\_ . 2006. *Por un turismo más sostenible, Guía para responsables políticos.*
- \_\_\_\_\_ . 2008. *Handbook on Emarketing for tourism destinations.*
- \_\_\_\_\_ . 2008. *Turismo de cruceros, Situación y tendencias.*
- \_\_\_\_\_ . *Tendencias y contexto institucional del turismo en las Américas.*
- \_\_\_\_\_ . 2009. *Handbook on tourism destination branding.*
- \_\_\_\_\_ . 2009, 2010 y agosto 2011. *Barómetro OMT del turismo mundial, (tres publicaciones anuales cada cuatro meses).*
- \_\_\_\_\_ . 2010. *Budgets of National Tourism Organizations, 2008-2009.*
- \_\_\_\_\_ . 2010. *Demographic change and tourism.*
- \_\_\_\_\_ . 2010. *Normas y sistemas de calidad en el turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes de turismo, La experiencia de las Américas.*
- \_\_\_\_\_ . 2010 y 2011. *Panorama OMT del turismo internacional.*
- Organización Mundo Maya, OMM, 2002. *Programa de Turismo Sostenible Mundo Maya.*
- Secretaría de Turismo de México, 1998. *Desarrollo y comercialización de productos turísticos, México D.F.*
- *Agenda 21 para el Turismo Mexicano.* Secretaría de Turismo de México, 2000



- \_\_\_\_\_ . *Programa Nacional de Turismo 2001-2006.*
- \_\_\_\_\_ . *Educación y Capacitación Turística, <http://www.sectur.gob.mx>*
- South Australian Tourism Commission. *Tourism Policy and Planning: South Australian Tourism Plan 2003 - 2008 htm.*
- THR, Asesores en Turismo, Hotelería y Recreación, 1999. *Plan Integrado 50,000/100: Plan de reuniones e incentivos y Plan de aventura e interés especial*
- USAID, Counterpart y CEPT, 2008. *Recomendaciones y plan de acción para integrar la conservación de la biodiversidad en políticas turísticas en Guatemala.*
- Western State Tourism Policy Council. *Tourism Policy htm, USA.*
- World economic forum, 2011. *The travel and tourism competitiveness report 2011, Beyond the downturn.*

#### **Información electrónica consultada**

- [http://www.sectur.gob.mx/swb/sectur/sect\\_programa\\_sectorial\\_de\\_turismo\\_20072012](http://www.sectur.gob.mx/swb/sectur/sect_programa_sectorial_de_turismo_20072012)
- <http://www.unwto-themis.org/es/programas/tedqual>
- <http://www.proyectomesoamerica.org>
- [www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com)
- <http://minfin.gob.gt>
- <http://mineduc.gob.gt>
- [www.ine.gob.gt](http://www.ine.gob.gt)
- [www.weforum.org](http://www.weforum.org)
- <http://www.marn.gob.gt>
- <http://www.mcd.gob.gt>
- <http://www.mineco.gob.gt>
- [www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)
- <http://www.camtur.org>



## ANEXO 1

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES COMO RESULTADO DE LAS 15 MESAS DE TRABAJO DEL TALLER DE VALIDACIÓN DE LA POLÍTICA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE GUATEMALA 2012-2022 Realizado en la ciudad de Guatemala el 8 de diciembre 2011

#### MESA 1: MARCO INSTITUCIONAL

- Creación de la Secretaría de Turismo – mediante Acuerdo Gubernativo para su implementación en el corto plazo. En el mediano plazo podría considerarse la reforma a la Ley del Organismo Ejecutivo para formalizar su creación y que sea de forma permanente.
- Impulsar las Reformas a la Ley Orgánica de INGUAT, en base a la iniciativa de ley planteada por la Comisión de Turismo del Congreso de la República, la cual cuenta con dictamen favorable de dicha comisión.
- Buscar el mecanismo legal para la operativización del Gabinete de Turismo, conforme está establecido en el Acuerdo Gubernativo creado para tales efectos.
- Revisar la estructura de conformación de los CATS, para que estén representados todos los actores del cluster de turismo local.
- Impulsar la participación de los CATS en los COCODES y COMUDES, para incidir en el desarrollo turístico local, así como en la toma de decisiones para la implementación de proyectos de inversión, entre otros. Se debe contar con una Agenda Local de Desarrollo Turístico Sostenible que oriente la actividad de los CATS y a la vez fortalezca el proceso de Clusterización desde lo local.

#### MESA 2: CONSOLIDACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS TRADICIONALES Y DESARROLLO DE NUEVOS DESTINOS

Es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Certificación
- Incentivos a Inversión
- Facilitación Turística
- Eficiencia Institucional
- Infraestructura
- Seguridad



### MESA 3: INTEGRACIÓN TURÍSTICA REGIONAL

#### Acuerdo CA-4

- Efectiva implementación de lo que establece este acuerdo en materia de tránsito migratorio para el beneficio tanto de los ciudadanos centroamericanos como de los visitantes internacionales que se movilizan dentro de la región. Se recomienda que el tema sea incluido en la agenda del CCT de manera permanente.

#### CATA /España

- Lograr un mayor nivel de involucramiento e incidencia como Guatemala para obtener mayores beneficios en la promoción y mercadeo en las estrategias implementadas por CATA en los mercados prioritarios de Europa. Se recomienda establecer un enlace efectivo ante esta instancia que monitoree y requiera a la CATA la realización de acciones que favorezcan a Guatemala como destino. Dicho enlace puede lograrse con el apoyo del MINEX e INGUAT, a través de la Agregaduría Comercial y Cultural de la Embajada de Guatemala en España.

#### Proyectos regionales:

- En relación a la Ruta Colonial y de los Volcanes y Red de Posadas Rurales se recomienda implementar un sistema de monitoreo de impacto de estos proyectos sobre la actividad turística de la región.
- Impulsar una estrategia de re lanzamiento de estos programas para posicionarlos entre los productos turísticos de la oferta para comercialización internacional

#### Organización Mundo Maya (Programa Mundo Maya)

- Retomar el liderazgo de este programa a nivel de los países miembros por medio de la creación del Comité de Mercadeo y desarrollar un plan estratégico para la región.

#### Programa De Mercadeo Intraregional

- Crear la alianza a largo plazo entre los sectores público y privado del turismo en la región, para la formulación de una estrategia de mercadeo que incentive los viajes interregionales con principal énfasis en las temporadas bajas.

### MESA 4: SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

- Para la mejor contabilización de los turistas por la vía aérea se deben seguir las recomendaciones de la OMT, el ingreso de visitantes se deben registrar por país de residencia y no por la nacionalidad. Ejemplo: guatemaltecos residentes en Estados Unidos y vienen a Guatemala de turismo, al ingresar con pasaporte guatemalteco entran como un nacional y no como un turista.
- Acuerdo entre SAT y/o Migración para obtener información a través de la vía aérea. Para que alguna institución pague personal que digite la información de las tarjetas de "desembarque" o de entrada para obtener la información país de residencia. Hacer uso de la Ley de Acceso a la Información.

#### Líneas de Acción:

Efectuar estudios integrales y efectivos de investigación de mercado: oferta y demanda turística.



- Consolidar la información sobre comunicaciones, infraestructura, servicios, entre otros. A través del Departamento de Estadísticas del INGUAT quien deberá ser el receptor de la información proporcionada por la División de Desarrollo de Producto. Paralelo a las investigaciones independientes relacionadas al tema.
- Realizar un inventario de productos con potencial turístico con información o estudios de fuentes públicas o privadas para reconocer su potencial y trabajar en su desarrollo, que le correspondería a Desarrollo de Producto, proporcionando información a Investigación de Mercados para publicarla.
- Sistema de Inteligencia de Mercados: aprovechar los sistemas de inteligencia de mercados disponibles y a través de ellos Guatemala haga uso de los mismos para realizar Benchmarking: políticas de estado de turismo de otros países, infraestructura, comunicación, mercadeo, competencia, entre otros. Es importante que se implemente la Unidad de Inteligencia de Mercados Turísticos de entidades u organizaciones independientes.
- Niveles de Satisfacción: revisión una vez por semana los blogs de comentarios de visitantes a Guatemala sobre su nivel de satisfacción y consolidar un informe mensual para la toma de medidas o acciones.
- Estudios de Mercado: elaborar estudios en conjunto con entidades independientes o privadas para obtener datos más específicos.

Desarrollar el sistema nacional de estadísticas y la cuenta satélite de turismo

- Investigar las mejores prácticas que se realizan en otros países sobre la CST y tomar en cuenta las que se apliquen. Es indispensable contar con el PIB TURISTICO.
- Aprovechar el apoyo y la asesoría de la OMT en todo lo relacionado a la Cuenta Satélite de Turismo y otros temas.
- Fortalecer las acciones que resulten en un sistema nacional de indicadores.

Impulsar un programa de comunicación de la información turística

- Una única persona que comunique y decodifique el mensaje para los medios de comunicaciones y otras audiencias.
- Página Web y Redes sociales.

#### MESA 5: CULTURA Y FORMACIÓN TURÍSTICA

Estrategia: La formación es un eje transversal aplicable a todo el país destinado al público en general y al sector, tanto a nivel general como el formalizado. Por medio de:

- Valorizar el turismo y sus beneficios para los habitantes de Guatemala creando la opinión pública por medio de los sistemas educativos de todo nivel.



- Formación pertinente y actualizada para el personal que presta servicios turísticos en el sector especialmente al buen trato del visitante, en los niveles de:
  - Comunitario
  - Operativo
  - Nivel técnico
  - Nivel mandos medios
  - Profesionales

Objetivo estratégico: Lograr mayor competitividad por medio del fortalecimiento del capital humano, por medio de la estructura formal de universidades, institutos técnicos y sistema educativo formal (sinergia) y medios alternos de comunicación social.

Recomendaciones para incluir en la Política

Incluir a los pueblos de todas las comunidades del país y sus culturas. Esto para que sea inclusiva.

Formación desde la infancia hasta la universidad incluirlo como parte de la política de estudios.

CNB

- Incluir a los espacios para conocer los destinos, por medio de acciones de formación actualizada en los entes que utilizan y desarrollan información científica y turística.
- Actividades en el aula, ubicar destinos locales y conocerlos. Programas de valoración de los destinos.
- Participación activa de MARN y MCD en actividades turísticas.
- Fortalecimiento de la identidad nacional por medio del conocimiento del patrimonio natural y cultural, por medio de acciones a docentes, planes de estudio. Pues la vocación turística de los destinos es adicional a fomentar la identidad nacional por medio de la formación.
- Fomento del turismo interno de los establecimientos educativos con giras turísticas, por medio de programas. Revalorización de los destinos turísticos y los patrimonios. Destinos locales y regionales. Evitar que estas giras, se conviertan en gastos excesivos a los padres de familia y una carga en los estudios. Los cobros son excesivos y deben tener claros objetivos de estudio.
- La regulación de dichos costes es recomendable.
- En estas giras se puede solicitar acompañamiento de las fuerzas de seguridad cuando se amerite en dichas giras turísticas. Coordinar con los de la DISETUR
- Fomento del transporte accesible a estos destinos para potenciar la visita y el turismo interno.
- Reportajes de medios nacionales, para crear interés y visita por los guatemaltecos.
- Uso de redes sociales para difusión.



- Cartillas y material promocional actualizado y con cobertura nacional, del fondo de pago de impuesto de salida. Se pide al Ministerio de Educación para su entrega.
- A través de viajes. Apoyo interinstitucional para desarrollar sinergia en el sector.
- Desarrollo de material actualizado para los alumnos de todos los niveles. A través del INGUAT y empresas que apoyan. Debe ser de buena calidad y accesible.
- Material electrónico, descargas. Material multimedia para conocer.
- Material hecho por pasantes en diseño, para buen trabajo de difusión con este material escrito por profesionales y usados para fines de formación con el estudiantado nacional.
- Mayor distribución de este material.
- Impuestos de salida.
- Uso de este material para los fines que fue destinado. Distribución a los estudiantes nacionales.
- Becas.
- Fomento de becas para formación en Guatemala, especialmente en el área nacional.
- Modalidades de formación Sistemas presenciales y semi presenciales, teniendo presente los horarios del personal que trabaja en los subsectores y destinos.
- Registro de precalificados.
- Catalogo actualizado de precalificados según la demanda y formaciones actuales. Los de turismo deben ser adecuados a las carreras y no las que aparecen en registro nacional de Precalificados. Pedir a SEGEPLAN que actualice con carácter de urgencia dicho catalogo, pues solo tiene la categoría de ECOTURISMO, la cual no es la única que hay actualmente.
- Promover las Certificaciones con OMT en materia de acreditamiento de las universidades y desarrollar acciones que permitan homologar dichas carreras.
- Evitar aprovechamiento de las TICS en la formación del sector.
- Apoyo prestación de los servicios por medio de herramientas adecuadas y pertinentes.
- Cursos a servidores por medio de INTECAP por medio de su red nacional y por medio de universidades acreditadas en el país.
- Becas a guías y Mipymes turísticas principalmente, en modalidades de formación presencial, semi presencial. Aprovechamiento de las TICS con modelos e learning y los planes de estudio bien diseñados, que fomenten competencias.



- Guías. Los sistemas de evaluación de guías de turismo y actualizaciones que son obligatorias de cumplimentar, deben desarrollarse de manera conjunta INGUAT, CAMTUR, INTECAP y Universidades que tengan convenio para formación debidamente reconocido. El sistema de evaluación debe permitir mejorar las prácticas y actualizar conocimiento, fortaleciendo la oferta de Guatemala con personal técnicamente preparado para atender a los visitantes, según destinos y mercados que se atiendan.

Agregar el Ministerio de Desarrollo y Ministerio de Educación. A través de insertos en periódicos y reportaje en medios nacionales.

Agregar sistemas de formación e información permanente y actualizada.

#### MESA 6: MERCADEO

##### Posicionamiento

- El posicionamiento de país no es sólo una expresión textual sino involucra lo que el país realmente es. Es por ello que se propone que el posicionamiento inicie desde adentro de Guatemala, haciendo conciencia de la importancia del turismo. El posicionamiento y mercadeo va muy de la mano con todos los pilares y debe existir una plataforma en donde converjan y se discutan las acciones de promoción y publicidad.
- El tema de Cultura Maya debe ser un eje transversal para la promoción de país pero no debe ser lo único. Para ello se propone la elaboración de un PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO a MEDIANO PLAZO (5 años) que busque dar la estrategia por segmento y mercado para la mejor ubicación de los recursos. Este plan debe ser validado por la Comisión de Mercadeo que se propone en la política.
- El año 2012 marca un importante acontecimiento para la Cultura Maya, es una buena oportunidad para lanzar el posicionamiento de Guatemala. Se debe reconocer el plan de mercado e ideas que ha hecho la Mesa 2012. Se puede incluir como prioridad invertir en eventos que se realicen en Guatemala y que tengan un efecto multiplicador a nivel internacional.

##### Segmentos:

Enfocarse e incluir en la estrategia, los segmentos que tienen potencial: deportes de alto ingreso al turismo (golf, pesca, convenciones) . Se deben tomar decisiones basadas en información y estadísticas que validen las acciones de promoción de todos los segmentos.

El Turismo Interno debe crecer y fomentarse. Se debe crear conciencia de la importancia del turismo pero también en valorizar lo que tenemos. Debe unirse con el tema de educación y cultura turística.

##### MERCADOS:

Podría darse una clasificación de mercados primarios o naturales: Centroamérica, México y USA. Enfocarse a los mercados que más rápido reditúan. Se podría segmentar al país por POLOS o atractivos de acuerdo al interés de cada mercado. Que los polos sean un punto de



convergencia de toda la oferta turística de Guatemala y se involucren las mesas de trabajo de cada segmento (ejemplo al norte ubicar naturaleza, arqueología, turismo cultural, etc.)

Relaciones públicas:

Agregar un programa de especialización de formación de periodistas en TURISMO en Guatemala. Hacer una alianza con los medios de comunicación masiva para no resaltar lo negativo, ya que son fuentes de información internacional. Involucramiento y capacitación de las altas autoridades de Ministerios – Gabinete de Turismo y que todos tengan la consigna de conseguir eventos y convenciones a nivel internacional.

Con relaciones exteriores poner metas concretas a los Embajadores que representan al país para la consecución de objetivos de promoción turística

Comercialización:

Se debe fortalecer a través de estrategias como los Centros de Coordinación Turística, en el cual se puedan integrar varios servicios para turistas y ofrecerles descuentos. Para incentivar y promover aún más, se podría crear una ley de Devolución del IVA para el turista (al salir del país se le devuelve).

#### MESA 7: PROGRAMA DE SEGURIDAD

- Acordaron ratificar los 3 puntos del programa de seguridad que se incluyen en la Política de Estado: FISICA, FORTALECIMIENTO DE LA DISETUR, DCREACIÓN DE UNA FISCALIA ESPECIAL DE DELITOS CONTRA TURISTAS.
- Que a través de los CATs se genere una plataforma de monitores sociales.
- La seguridad de turista abarca desde su arribo hasta su salida del país e incluye cobertura en fronteras, puertos, aeropuertos y carreteras.
- La misión del sector turístico es coadyuvar a todas las acciones que se emprendan en seguridad.
- Entendemos como seguridad turística la seguridad de la vida, los bienes, la salud y la protección del patrimonio natural y cultural.
- Seguridad Alimentaria: Manejo higiénico de alimentos
- Seguridad y certificación de los servicios turísticos hoteles, agencias de viajes, tour operadores, taxis, pilotos, etc.
- Seguridad en productos turísticos: buenas prácticas en rafting, canopy, escala y en deportes en general.
- Seguridad acuática, como patrullajes en lanchas. Se debe de contar con equipo mínimo. Acciones preventivas. Ya existe una propuesta de ley.



- Certificación de los servicios turísticos, lo debe hacer INGUAT a través del departamento que le compete.
- Seguridad industrial para los hoteles. Elaborar perfiles que permitan por ejemplo que una agencia de viajes no se convierta en otro negocio (farmacia, tienda, etc.)
- Seguridad iniciando con la contratación de personal.
- Es necesario evaluar el proyecto de Kioscos en las rutas / Oasis del viajero.
- Fortalecimiento del Programa de Asistencia al Turista, por medio de encontrar un nombre adecuado y efectuar una campaña publicitaria agresiva en mercados meta.
- Fortalecer la Mesa Interinstitucional que existe de Seguridad Turística en el INGUAT con la participación de una persona de alta jerarquía y que viabilice la toma de decisiones.

#### MESA 8: TURISMO DE REUNIONES

- Fortalecimiento y reconocimiento el Buró de Convenciones de Guatemala, como ente promotor del turismo de reuniones.
- Adaptar a las tendencias mundiales actuales el Parque de la Industria como Centro de Convenciones o evaluar la posibilidad de un nuevo lugar para un nuevo Centro de Convenciones, que pueda ser presentado a inversionistas nacionales o internacionales y que pueda ser trabajado por medio de una comisión que agrupe a representantes de los diferentes sectores y subsectores que estén involucrados, tanto del sector privado como público.
- Focalizar esfuerzos de promoción en los mercados considerados de mayor rentabilidad, particularmente los que cuenten con fácil conectividad aérea que faciliten el acceso de:
  - Corta distancia: EE.UU., Canadá, México y Centro América.
  - Larga distancia: Sudamérica, Reino Unido, Alemania, España, Francia e Italia.

Se recomienda enfatizar, en los mercados de larga distancia, acciones promocionales orientadas principalmente a la captación del segmento de incentivos.

- Coordinar esfuerzos INGUAT, Buró de Convenciones de Guatemala, Invest in Guatemala, Pronacom, empresas del sector privado y oficinas en el exterior, para promover y apoyar la candidatura de Guatemala como sede de congresos, convenciones, seminarios, exposiciones, ferias y viajes de incentivo.
- Elaboración de convenios de cooperación con cada línea aérea para obtener pasajes de cortesía para participar en las reuniones fuera del país: ferias, congresos internacionales, reuniones internacionales para solicitud de sedes, etc. Lograr tarifas



preferenciales para los pasajeros que se movilicen como participantes en eventos de la región.

- Establecer alianzas estratégicas con asociaciones internacionales y organismos no gubernamentales (ONG's) para intercambiar información que permita promocionar y divulgar los eventos en Guatemala, seleccionar organismos con intereses comunes que puedan fortalecer el segmento de reuniones en Guatemala y gestionar acuerdos con organismos como por ejemplo: BID, AECI, etc., para lograr financiamiento para proyectos de investigación de mercados, promoción e inversión.
- Implementar un grupo de trabajo, liderado por el Buró de Convenciones de Guatemala, cuyo objetivo sea conceptualizar, generar y dar a conocer eventos propios del país.
- Concienciar al sector privado sobre la necesidad de generar un mayor número de ofertas creativas e innovadoras, que más que servicios, ofrezcan experiencias de viaje únicas, diferenciadas y altamente enriquecedoras.

#### MESA 9: TURISMO COMUNITARIO, RURAL Y AGROTURISMO

- Contar con un solo marco conceptual para el turismo rural
- Prioridad de inclusión en la Ley Orgánica de INGUAT el fomento al turismo rural

##### Objetivo

- Fomentar la actividad turística de tipo rural, con el fin de que las comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales.

##### Líneas de trabajo:

- Desarrollo de producto
- Capacitación y asistencia técnica
- Mercadeo y promoción

##### Desarrollo de producto

- Investigación y valorización de recursos y patrimonios nacionales
- Turismo solidario
- Voluntariado
- Agroturismo
- Turismo comunitario
- Geoturismo

#### MESA 10: DEPORTES Y AVENTURA

- Crear una Mesa del Segmento de Deportes y Aventura interinstitucional. Incluir en esta mesa a COGUANUR (Comisión Guatemalteca de Normas).
- Elaborar un Plan Estratégico del Segmento que incluya la clasificación de los Deportes y Servicios de Aventura: Aire, Agua y Tierra.



- Inscripción de toda empresa prestadora de estos servicios con el aval de las instituciones especializadas y que el seguro de responsabilidad civil sea uno de los requisitos para su respectiva inscripción.
- Que se desarrolle un Plan de Promoción Internacional y Nacional del segmento que incluya por lo menos:
  - Normar que en todas las ferias internacionales en las que se participe se promueva de forma visual con fotografías que incluyen la práctica de deportes y aventura.
  - Crear un banco de imágenes de alta calidad acorde a cada deporte de aventura que se realiza y practica en Guatemala y ponerlo a disposición de agencias mayoristas, tour operadores, prensa y público en general.
  - Participación en dos ferias especializadas del segmento a nivel internacional de forma anual
  - Desarrollar los materiales promocionales respectivos (impreso y digital) de este segmento y en los idiomas prioritarios
  - Organización de una feria o festival nacional que de a conocer todas las especialidades en este segmento y que esta incluya una Rueda de Negocios con operadores nacionales, mayoristas internacionales y agencias de viajes.
  - Organización de dos fam trips anuales con participación de mayoristas especializados en este segmento.
- Propiciar que a nivel educativo se incluya en el Pensum de Estudio la diversidad turística.
- Crear un Programa de Capacitación para Guías de Turistas tanto locales como generales con el objetivo de brindar una mejor calidad de servicio, conocimiento y asistencia al turista.
- Participar en eventos socioculturales que se desarrollen a lo largo del año.

#### MESA 11: ECOTURISMO Y AVITURISMO

##### Concepto y Visión:

- Posicionarnos como un destino de cultura y naturaleza promoviendo actividades sostenibles.
- Fortalecimiento del turismo de naturaleza sostenibles fomentando el ecoturismo, Aviturismo y otras actividades, considerando su impacto en las comunidades tomando como base los criterios globales de sostenibilidad turística.

##### Fundamentos: Leyes, Reglamentos, Principios

- Formulación y aplicación del Programa de fomento y adopción de los criterios globales de sostenibilidad turística.



- Impulsar una política nacional de sostenibilidad que no solo involucre a las empresas turísticas sino todos aquellos ministerios que tengan un impacto en la industria.
- Promover un Programa de Incentivos al Fomento del Turismo Sostenible, pro implementación de los criterios globales de sostenibilidad turística.
- El sector turístico debe fortalecerse para jugar un papel de mayor incidencia en las tomas de decisión política del país.

#### Desarrollo de Producto: Infraestructura, Capacitación Y Certificación

- Desarrollo planificado de Infraestructura para facilitar el acceso y comunicación con los destinos turísticos de naturaleza y promover la dotación de servicios y facilidades turísticas en los sitios.
- Diversificación de productos turísticos de naturaleza aunado al pilar de consolidación de destinos turísticos tradicionales.
- La infraestructura debe ser desarrollada bajo criterios de sostenibilidad.
- Como una fase preparatoria y de cara a la certificación (mediano y largo plazo), promover e implementar buenas prácticas de turismo sostenible para alcanzar la calidad de la experiencia del visitante que es la meta del desarrollo del producto turístico que esperamos.
- Normatividad y desarrollo de instrumentos para la implementación de buenas prácticas, transferencia de capacidades, supervisión y monitoreo de la aplicación de la política y sanciones donde corresponda.

#### Implementación del mercadeo estratégico: investigación de mercados, estadísticas.

- Implementación de mercadeo estratégico basado en la investigación de la oferta y demanda.
- Identificación de nichos de mercado específicos al ser una oferta especializada.
- Definir oferta ecoturística real para priorizar los mercados metas.
- Cambio climático como una oportunidad para el desarrollo de productos turísticos de naturaleza para mercadearse y potenciar el reconocimiento de Guatemala como uno de los 14 países Mega diversos del Mundo y uno de los 9 del continente Americano.
- Facilitarle al visitante el acceso al atractivo- producto turístico (mapas, guías de viaje, folletería informativa in situ, interpretación turística, sitios web, otros), sin crear falsas expectativas.

#### Coordinación e Integración Interinstitucional y Cooperación

- Potenciar la Coordinación Interinstitucional entre el Sector Público, Privado, sociedad civil (Ong´s; cooperantes; organismos internacionales), y academia para el desarrollo del producto turístico de naturaleza sostenible.



- Aprovechar y potenciar instancias existentes de coordinación interinstitucional y cuerpos colegiados para el fomento del turismo de naturaleza sostenible, a nivel local, municipal, departamental y nacional.
- Formalizar un programa de mapeo y acceso a la cooperación internacional para el desarrollo del sector turístico.

#### MESA 12: CRUCEROS

Ver Plan Estratégico de Cruceros a diez años. (anexo 1a)

#### MESA 13: TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

Presentación:

Inclusión del sector e impulso del turismo de salud y bienestar como política de estado, posicionando a Guatemala como un destino de turismo de salud y bienestar, siendo el sector uno de los ejes y segmentos prioritarios dentro del turismo del país como generador de desarrollo económico y social.

De acuerdo a la Asociación de turismo medico MTA y a estudios internacionales, este sector está creciendo a nivel mundial, a una tasa del 20% anual. El valor del mercado ascenderá a USD 4 billones en el 2012.

A largo plazo, el sistema de salud en EEUU habrá de enfrentarse a una crisis: 1 de cada 4 trabajadores carece de seguros médicos y se estima que para el 2015, el 20% del PIB se destinara a pagar cuidados de salud. En los próximos años habrán 100 millones de retirados o babyboomers en Estados Unidos.

Países Desarrollados: más de 1 Millón de personas están arriba de los 65 años (cada mes)

Países con población arriba de los 65+: Estados Unidos-India-China-

Acciones Concretas para el Sector de Turismo de Salud y Bienestar

- Publicidad en revistas especializadas, viajes de reconocimiento y prensa (Fam Trips-Fam Press).
- Espacio importante dentro de la Pagina Web de INGUAT con link con la Pagina Web de Agexport.
- Acción conjunta entre INGUAT e instituciones publico-privadas en la participación de ferias internacionales, Workshops, Blitzes.
- Creación de un Catalogo integral por parte de INGUAT con todos los profesionales del sector, kits, guía de servicios especializadas.
- Marca País: Vincularse los esfuerzos privados e INGUAT para la marca de GUATEMALA del sector.



- Impuestos de IRS vincularse a la SAT: Programas de incentivos con exoneración de impuestos: deducción de impuestos cuando el paciente regresa a Estados Unidos ya no pagara impuestos (tratados ministerio de economía).
- Programa de incentivos fiscales con exoneración de impuestos para el inversionista que desea desarrollarse en Turismo de Salud.
- Sensibilización y Concientización de los integrantes del sector de turismo de salud y bienestar.
- Sistema de generación de estadística: inclusión del sector para conocimiento de número de pacientes o turistas médicos que visitan al país.
- Sistema Nacional de Acreditación y Certificación que sea avalado por las instituciones correspondientes en la búsqueda del respaldo internacional que pueda posicionar a Guatemala dentro de los mercados internacionales. (Creación de una mesa compuesta por diferentes actores del sector, clínicas, hospitales, ministerios: economía, salud, etc.)

#### MESA 14: TURISMO CULTURAL, ESCUELAS DE ESPAÑOL Y TURISMO RELIGIOSO

##### Turismo cultural:

Forma de vida, por lo que la constituyen todas las expresiones sociales que involucran la actividad humana:

- Historia, arte, arqueología, costumbres, tradiciones, arquitectura, religión, gastronomía, expresión oral, literatura, etc.

##### Marco Institucional

- Existe una vinculación entre las inversiones realizadas por las entidades que reciben fondos del impuesto de salida. Se propone la creación de un reglamento para la utilización de los fondos asignados al MINEDUC, IDAEH y CONAP.
- Gabinete de Turismo:
  - Reivindicar el rol que le corresponde al INGUAT como ente rector de la actividad
  - Creación del Comité Técnico Inter-Institucional y que sea dirigido por INGUAT o el Secretario de Turismo cuando se creen la instancia.
  - Creación de la Comisión Técnica Permanente para la Evaluación y Seguimiento de la Política Nacional de Turismo a lo interno del INGUAT
  - Desconcentración institucional hacia los principales destinos turísticos.
  - Incluir el tema de la Cooperación Internacional para el Desarrollo Turístico Sostenible
- Gestión de Desarrollo Local
  - Velar por el cumplimiento del Reglamento de los CATs



- Inclusión más proactiva de las Municipalidades y de las entidades que velan por el patrimonio histórico-cultural

#### Fortalecimiento y Creación de Destinos

- Emular la creación del Fondo Patrimonial de Yaxhá en todos los sitios aptos para la recepción de visitación turística.
- Diagnóstico e Inventario de los atractivos, actividades, productos y destinos turísticos; para determinar la capacidad actual y necesidades de mejora
- Explicar más ampliamente el rol de los Centros de Distribución
- Incluir a Esquipulas en las prioridades de corto plazo
- En el tema de conservación y protección de sitios turísticos, crear un Comité para el tema de sitios culturales; pues únicamente se habla de sitios naturales y áreas protegidas (COTURAP).

#### Capacitación y formación

- Hablar de Identidad Nacional y Cultura Turística
- Involucras más al MINEDUC y al MINEC en la creación de los programas de capacitación y formación turística

#### Certificación

- Revisión y actualización del sistema de registro, inscripción y categorización de las empresas en el INGUAT.
- Tomar en cuenta la iniciativa del Sistema de Certificación de Calidad que se está trabajando en INGUAT
- Búsqueda de apoyo técnico y financiero internacional para la implementación de los Criterios Globales de Sostenibilidad Turística.
- Creación de Programas de Incentivos para premiar la gestión responsable de las empresas turísticas.

#### Seguridad

- Fortalecer los programas de prevención del tráfico ilícito de patrimonio cultural de la nación.
- Mejorar la seguridad en los sitios turísticos

#### MESA 15: MUNDO MAYA

- El documento de la Política debe de incluir información específica sobre el MM de Guatemala como prioridad ya que enfatiza en el MM regional.
- Es prioritario fortalecer y posicionar la marca MM para Guatemala, el país debe de retomar su liderazgo dentro de la Organización.



- Crear una estrategia de mercadeo y promoción permanente para fortalecer el MM de Guatemala ante la demanda.
- Diversificación del producto Maya creando nuevos circuitos que contribuyan a generar visita turística a otros destinos en el país además de los tradicionales.
- Caminos de tierra balastrada para visitar Uaxactùn, Mirador, San Bartolo entre otros sitios.
- Es urgente la implementación de señalización en los sitios que informen de su historia y su relación con otros sitios. Esto contribuirá a generar el interés del visitante para visitar otros sitios.
- Es urgente la implementación de infraestructura básica en los sitios y lugares a visitar: baños, agua potable, casetas de información, primeros auxilios entre otros.
- Es necesario generar una agenda de país para aprovechar el 2012 como un atractivo importante en Guatemala Corazón del Mundo Maya. Retomar y ejecutar el Plan de Mercadeo de las 3 Rutas de Pueblos Mayas y sumar la 4a. Ruta o de los B'aq'tun.
- Esta agenda debe de ser permanente por lo que habrá de generar alguna estrategia para que después de 2012 Guatemala siga siendo el destino de la Cosmovisión Maya.
- Guatemala debe ser la sede permanente de la Organización Mundo Maya ya que cuenta con los recursos y atractivos culturales y naturales que lo confirman como el Corazón del Mundo Maya, el INGUAT tiene los recursos para que esta sede sea financiada para su permanencia.
- Debe establecerse una estrategia para lograr la conectividad aérea con otros destinos Mundo Maya: Flores/Palenque/Cancún por ejemplo. Implementar un plan de comunicación con los otros destinos MM para generar el flujo turístico entre los diferentes destinos.
- Crear la Comisión MM para que sea la encargada de dar seguimiento a todos los planes, proyectos y propuestas que se plantean por la importancia que tiene establecer su viabilidad.
- Dentro de su gestión esta comisión deberá también ser responsable de que los prestadores de servicios estén debidamente certificados para evitar la piratería. Esta comisión deberá estar integrada por representantes del sector privado y público.

**Turismo de Cruceros  
Plan Estratégico 10 Años  
Asociación Guatemalteca de Proveedores de Turismo de Crucero**

**Diciembre, 201**



**Agenda**

- Objetivos de la Asociación
- Historial de Cruceros en Guatemala
- Objetivos de la Estrategia
- Conclusiones



**La Asociación Guatemalteca de Proveedores de Turismo de Cruceros tiene como principal objetivo apoyar al desarrollo de esta industria en el país**

**Objetivos**

- Contribuir a posicionar los puertos del país como destinos turísticos importantes
- Coordinar el apoyo de las instituciones gubernamentales y privadas
- Procurar el desarrollo de las comunidades en donde impactan las actividades de cruceros
- Atraer mas líneas de cruceros a nuestro país
- Representar de forma organizada a todos los gremios involucrados en la recepción de los barcos y los pasajeros

**En los últimos años, se ha notado un decrecimiento marcado en el numero de barcos que llegan a Guatemala**

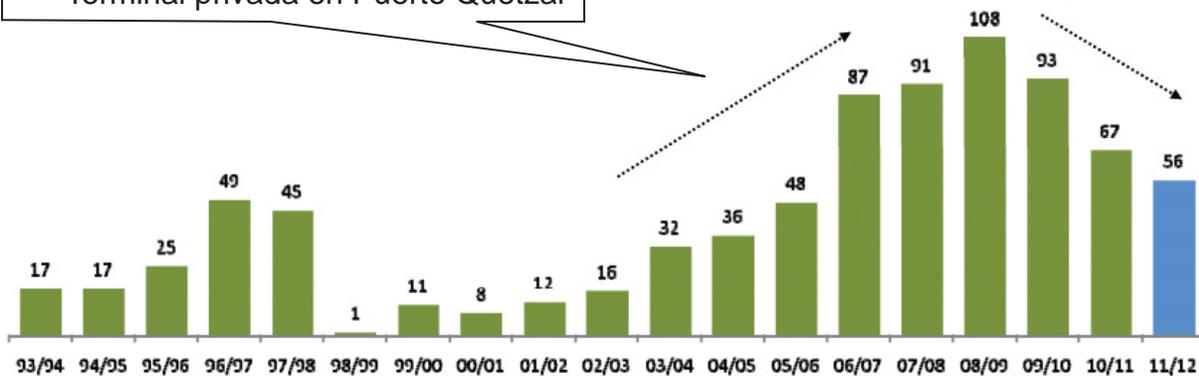
Numero de Cruceros en Guatemala  
(1993 a 2012, 2011/12 estimado)

**Guatemala ingresa en el mapa de cruceros**

- Acercamiento a FCCA de distintos grupos privados nacionales
- Unificación del mensaje a los cruceros
- Mayor conocimiento de la industria por parte de la autoridades del gobierno
- Terminal privada en Puerto Quetzal

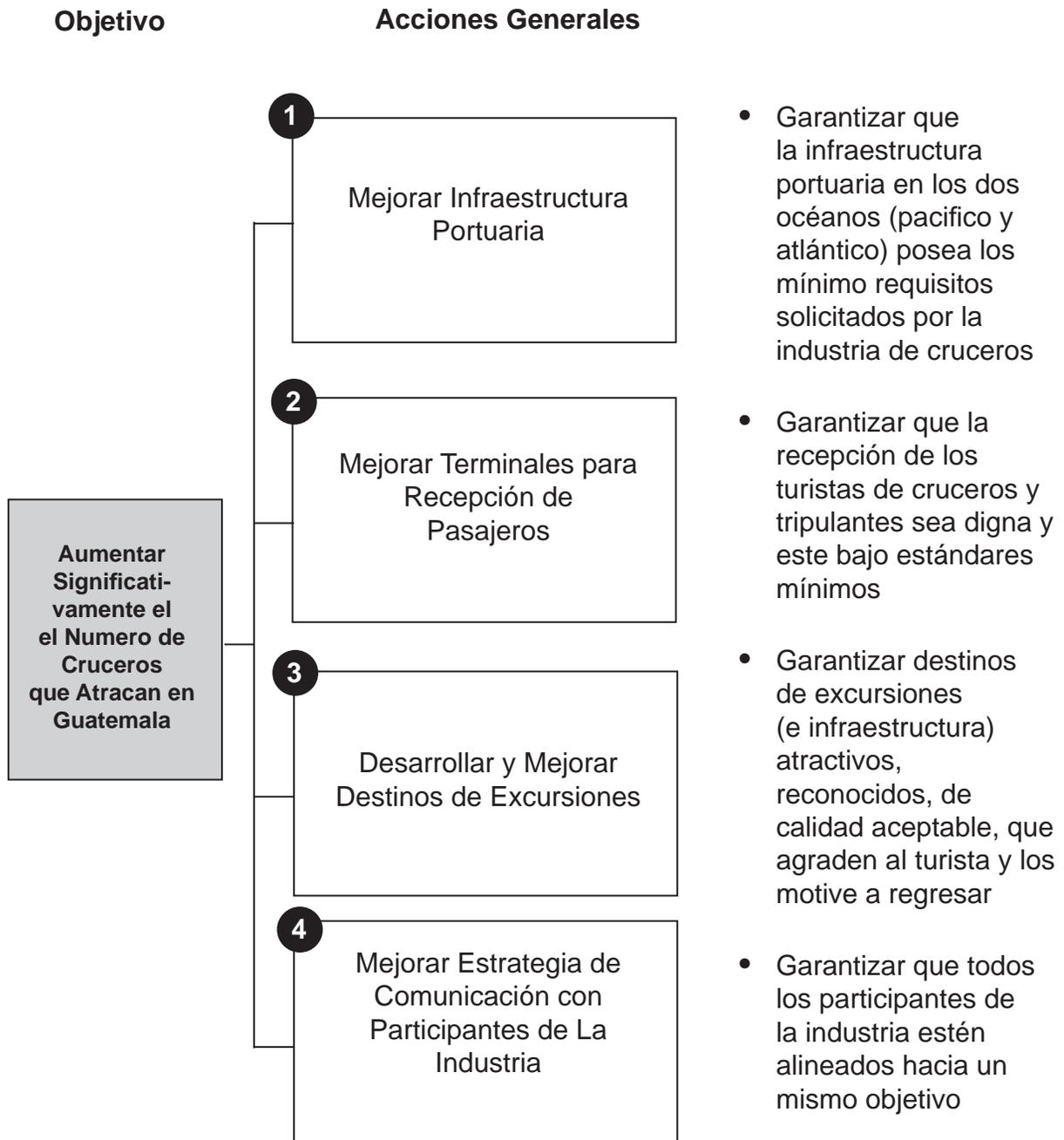
**Decrecimiento rápido por problemas**

- Posibilidad de nuevo impuesto de USD10
- Incidente en recepción a ejecutivos de la industria en Guatemala
- Problemas entre Portuaria Quetzal y Terminal de Crucero Privada
- Incidentes de seguridad en el país



**Como la industria de cruceros es muy planificada crecer el números de barcos en un país es un proceso que lleva tiempo, necesita compromiso de todos los involucrados y una estructura de apoyo al turismo**

Para cumplir el objetivo de aumentar el número de cruceros en Guatemala es necesario enfocarse en 4 puntos importantes



**Actualmente, la infraestructura portuaria necesita ser mejorada para obtener los mínimos requisitos solicitados por la industria de cruceros**

Requerimientos Portuarios Mínimos y Cumplimiento

- – No cumple con Parametros Mínimos
- ◐ – Cumple Parcialmente
- – Cumple Totalmente

Requisitos Mínimos	Costa Pacifico	Atlántico	Observaciones
Dragado (13m de ancho / 12m de profundidad)	●	◐	El dragado es suficiente ahora pero necesita mejorar
Muelle principal exclusivo	●	○	El caribe occidental solamente hay un muelle comercial
Bunker / Sludge	◐	●	En el la costa pacífico, hay que moverse al muelle comercial
Aprovisionamiento	●	●	No se ha requerido, pero si se puede hacer
Muelle secundario exclusivo (2 barcos a la vez)	◐	○	
Remoción de Basura	●	●	
Flexibilidad de uso de remolcadores	○	○	Algunos barcos no necesitan remolcadores
Flexibilidad en horario de servicio de pilotaje	○	◐	
Seguridad Portuaria	●	●	

**Para cumplir con una infraestructura portuaria mínima en el Atlántico, es necesario ejecutar una serie de acciones**

**Acciones Necesarias: Atlántico**

Acciones	Responsables	Fechas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un muelle exclusivo para cruceros</li> </ul>	Empresa Portuaria / Ministerio de Comunicaciones / Iniciativa Privada	2012 - 2014
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ampliar el dragado del canal para cumplir con requerimientos de la industria</li> </ul>	Sector Público / Ministerio de Comunicaciones	2012 - 2014
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar obligatoriedad de utilización de remolcadores</li> </ul>	Empresa Portuaria / Agentes Navieros	2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un muelle secundario exclusivo para cruceros</li> </ul>	Empresa Portuaria / Ministerio de Comunicaciones / Iniciativa Privada	2014 - 2016

**Para cumplir con una infraestructura portuaria mínima en la Costa Pacífico, es necesario ejecutar una serie de acciones**

**Acciones Necesarias: Costa Pacífico**

Acciones	Responsables	Fechas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminar obligatoriedad de utilización de remolcadores</li> </ul>	Empresa Portuaria / Agentes Navieros	2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar flexibilidad de horarios en el servicio de pilotaje</li> </ul>	Empresa Portuaria / Agentes Navieros	2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asegurar limpieza de muelle comercial para recibir un crucero</li> </ul>	Empresa Portuaria / Agentes Navieros	2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar servicios de traslado adecuado de pasajeros del muelle comercial hacia la terminal de cruceros</li> </ul>	Empresa Portuaria	2012

**La Asociación de Proveedores de turismo de Crucero estará proponiendo y dando seguimiento a todas estas iniciativas**

**Actualmente, la infraestructura para recepción de pasajeros necesita ser mejorada para obtener los mínimos requisitos solicitados por los cruceros**

Requerimientos Portuarios Mínimos y Cumplimiento

○	– No cumple con Parametros Mínimos
◐	– Cumple Parcialmente
●	– Cumple Totalmente

Requisitos Mínimos	Costa Pacifico	Atlántico
Área de recepción adecuada con información turística y del país	●	◐
Baños limpios y de tamaño adecuado	●	◐
Infraestructura digna para apoyo de traslado de pasajeros (buses, taxis, etc.)	◐	◐
Mercado de artesanía - artesanos entrenados , vendiendo productos guatemaltecos	◐	◐
Taxistas capacitados, seguros y organizados	◐	●
Área de espectáculos	◐	◐
Servicios de teléfono e internet	◐	◐
Servicios de cambio de divisas	◐	●
Apoyo de atención médica	◐	●
Apoyo de la autoridad portuaria a operadores de turismo	●	◐
Apoyo de los alcaldes a operadoras de turismo y su entorno	○	○
Facilidades específicas para tripulación	○	○
Apoyo INGUAT	●	●

**Para cumplir con una infraestructura mínima de recepción de pasajeros en el Atlántico es necesario ejecutar una serie de acciones prioritarias**

Acciones Necesarias	Descripción	Responsable	Fecha
Convertir a la autoridad portuaria en aliado del turismo de cruceros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr que la autoridad portuaria se involucre y apoye el turismo de cruceros en el Caribe Occidental</li> </ul>	Inguat/Empresa Portuaria	2012-2016
Mejorar la relación con el alcalde local	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer con que los políticos locales entiendan el beneficio de la industria y apoyen su crecimiento</li> </ul>	Inguat	2012-2016
Desarrollar atracciones específicas para la tripulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar e implementar atracciones para atender a los tripulantes de los barcos de cruceros</li> </ul>	Inguat / Oper. de Terminal de Cruceros	2012
Convertir área de recepción de pasajeros, baños y sistema de ventilación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar recepción de pasajeros, limpieza de baños y sistema de ventilación en la terminal</li> </ul>	Empresa Portuaria	2011-2013
Eliminar venta de productos no guatemaltecos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concientización a los artesanos que vendan producto estrictamente nacional</li> </ul>	Inguat	2011-2013

**La Asociación de Proveedores de turismo de Crucero estará proponiendo y dando seguimiento a todas estas iniciativas**

**Para cumplir con una infraestructura mínima de recepción de pasajeros en la Costa Pacífico es necesario ejecutar una serie de acciones**

Acciones Necesarias	Descripción	Responsable	Fecha
Mejorar infraestructura de traslado de pasajeros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar parqueo de buses adecuado, eliminar problema de atención en días de lluvia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operadora de Terminal de Cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012</li> </ul>
Desarrollar atracciones específicas para la tripulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar e implementar atracciones para atender a los tripulantes de los barcos de cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inguat / Operadora de Terminal de Cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012</li> </ul>
Eliminar venta de productos no guatemaltecos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir reglas para garantizar productos originales de Guatemala, y evitar la invasión de los productos asiáticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inguat / Operadora de Terminal de Cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012</li> </ul>
Implementar servicios de cambio de divisas / Mejorar servicios de Internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instalar facilidades en las terminales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operadora de Terminal de Cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012</li> </ul>
Mejorar atención medica disponible a pasajeros en la terminal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar cuarto para atención medica básica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operadora de Terminal de Cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012</li> </ul>

**La Asociación de Proveedores de turismo de Crucero estará proponiendo y dando seguimiento a todas estas iniciativas**

**Las atracciones y destinos cercanos al puerto de atraque son fundamentales para el crecimiento del número de barcos que atracan en el país**

- – No cumple con Parametros Mínimos
- ◐ – Cumple Parcialmente
- – Cumple Totalmente

**Atlántico: Destinos Existentes**

Destinos	Categoría	Nivel de Atractividad
Ruinas de Tikal	Arqueología	●
Ruinas de Quirigua	Arqueología	●
Río Dulce / Castillo San Felipe	Naturaleza	●
Amatique Bay	Ecoturismo	◐
Sendero Las Escobas	Ecoturismo	◐
Livingston	Ciudad Histórica	◐
Proyecto Ak Tenamit, Plantación de Banano	Ecoturismo	◐

**Costa pacífico: Destinos Existentes**

Destinos	Categoría	Nivel de Atractividad
Antigua Guatemala	Ciudad Histórica	●
Lago de Atitlan	Ecoturismo / Turismo Maya	●
Fincas de Café / Caña	Ecoturismo	◐
La Reunión Golf Club	Golf	◐
Canal de Iztapa / Monterico	Ecoturismo	◐
Volcán de Pacaya	Turismo de Aventura	◐
Autosafari Chapin	Entretenimiento	◐

**Son pocos los destinos de alto nivel de actividad cercano a las terminales de cruceros en Guatemala**

Además de tener pocos destinos desarrollados, la infraestructura en estos estos destinos en muchos casos es precaria

### Ejemplos de Problemas con la Infraestructura para Llegar a Destinos Turísticos

#### Carreteras y Vías de Acceso

- Algunas carreteras se encuentran en mal estado, sin señalización adecuada y sin mantenimiento mínimo, aumentando el riesgo al turista de cruceros y el costo a operadores locales

#### Transporte

- En muchos casos hay que pasar por pueblos con vías de acceso limitadas y que ocasionan atrasos a buses y taxis
- En algunos casos, el transporte utilizado por los turista no es adecuado (buses antiguos, taxis sin mantenimiento, etc.)

#### Infraestructura del Destino

- Para garantizar la seguridad del turista mientras hace su traslado, es importante incentivar a las empresas privadas (operadores) para invertir en mejores medios de transporte
- La inversión en señalización adecuada (bilingüe) y baños dignos y limpios es fundamental para mejorar la experiencia final de los turistas y aumentar a probabilidad de una buena referencia y/o regreso a Guatemala

#### Seguridad en Destino y Carreteras

- Es necesario dar seguimiento para mejorar la seguridad en las carreteras y en los destinos en coordinación con Asistur

**En función de la situación actual se propone las siguientes acciones puntuales para mejorar los destinos en Guatemala**

### **Puntos Importantes para Desarrollar con los Distintos Participantes**

#### **Atracciones y Destinos**

- Es necesario identificar y desarrollar nuevos destinos para aumentar las opciones de tours
- Es fundamental monitorear la calidad de los destinos a través de encuestas frecuentes junto a los turistas y la tripulación

#### **Infraestructura Local**

- Es importante invertir en mejorar la infraestructura de transporte (carreteras, buses, etc.), y de señalización y servicios en las atracciones
- Es importante también implementar una estrategia enfocada en aumentar el número de personas que hablan inglés en cada una de los puntos turísticos

**La estrategia de comunicación del país hacia participantes de la industria del cruceros es deficitaria cruceros es deficitaria**

**Puntos Importantes para Desarrollar con los Distintos Participantes**

Turistas Extranjeros	Población Local	Miembros del Gobierno	Prensa Local	Industria de Cruceros
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Se hace necesaria una estrategia de comunicación a largo plazo, constante y periódica</li> <li>■ Esta estrategia no puede cambiarse con el cambio de gobierno</li> <li>■ Debe ser aceptada por los diferentes participantes de la industria de turismo en el país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Es necesario capacitar a la población local sobre la importancia de la industria de cruceros en el país</li> <li>■ Además, se debe comunicar como funciona la industria</li> <li>■ La capacitación debe ser constante y periódica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ De igual manera se debe capacitar a los miembros del gobierno, alcaldes, diputados sobre la industria de cruceros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ El papel de la prensa local e internacional es fundamental para mantener una buena imagen del país</li> <li>■ Enseñar los beneficios de la industria y evitar que los problemas sean elevados por la prensa es fundamental para el futuro de la industria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mantener relación constante con los miembros de la industria de cruceros es importante por los siguientes motivos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se estrecha la comunicación entre ellos y el país</li> <li>• Se resuelven los problemas mas rápidamente</li> </ul> </li> </ul>



**En función de la situación actual se propone las siguientes acciones puntuales para mejorar la comunicación con participantes de la industria**

**Puntos Importantes para Desarrollar con los Distintos Participantes**

- Se hace necesaria una estrategia de comunicación a largo plazo, constante y periódica
- Esta estrategia no debe cambiarse con el cambio de gobierno
- Debe ser aceptada por los diferentes participantes de la industria de turismo en el país
- Debe ser estructurada de manera distinta para los diferentes participantes de la industria
  - Turistas Extranjeros (visitantes y no visitantes)
  - Población Local (principalmente a través de alcaldes y grupos comunitarios)
  - Miembros del Gobierno (en todos los niveles)
  - Prensa Local
  - Industria de Cruceros

## El apoyo de todos a este plan estratégico traerá muchos beneficios a los municipios cercanos a esta industria

### Beneficios de la Industria de Crucero a Municipios



## Honduras ya se aprovecha de estos beneficios

### Hechos de la Industria de Crucero en Honduras

- Se espera el ingreso de 900mil turistas de crucero en Roatán en 2011
  - En 2010
    - Honduras 800mil (+50% contra 2009)
    - Costa Rica 385mil
    - Panamá 331mil
    - Guatemala 89mil
    - Nicaragua 36mil
- Dos terminales exclusivas de crucero en Roatán (cada una con su muelles, centros comerciales, etc.)
- Industria de crucero posee incentivos legales y fiscales para tener terminales en la isla de Roatán



### Efectos en Roatán

- Exposición de la isla mundialmente, atrayendo inversionistas extranjeros y turistas para estadía mas largas
- Ingreso de divisas directamente por turismo de crucero de proximadamente USD80MM en 2011 (USD86 por turista en promedio)
- Inversión en infraestructura
  - la ultima terminal (Mahogany Bay) fue una inversión de USD62MM
  - Hospital general completamente nuevo
- Organización y recepción de la primera conferencia FCCA de Centro América



## Conclusión

- La industria de cruceros es de suma importancia para Guatemala, principalmente por el impacto económico en todos los ámbitos socioculturales del país
- Es muy importante involucrar a todas las entidades mencionadas en este documento, sin esto no se lograría cumplir con los objetivos propuesto
- La seguridad es imprescindible para la aceptación de Guatemala como destino turístico de cruceros
- Para que las comunidades sean beneficiadas es necesario que sus atracciones alcancen un nivel que llenen las expectativas de los visitantes
- Todas las entidades involucradas deben estar presentes en los eventos internacionales de cruceros, expresando voluntad e interés del país
- La Asociación Guatemalteca de Proveedores de Turismo de Crucero debe tener reuniones periódicas para educar, retroalimentar y dar seguimiento a las acciones propuestas en este documento

## ANEXO 2

### PROPUESTA DE INDICADORES DE LA POLÍTICA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE GUATEMALA, 2012-2022

Objetivo Política	Indicador	Fuente de verificación	Responsables	Tiempo estimado 2012-2016
1.1 Integrar horizontal y verticalmente las prioridades contenidas en los pilares de esta Política, con las políticas de aquellas entidades del Estado, cuyas decisiones inciden directa o indirectamente en la actividad turística, e implementarias por medio de planes, programas, proyectos y acciones concretas.	Recuperar la posición (57) del 2009 del Índice de competitividad turística, pilar Prioridad del sector turismo. Posición al 2011: 78 Reingeniería del INGUAT	Foro Económico Mundial, Marco regulatorio para el sector turismo, subíndice Prioridad del sector turismo Propuesta técnica y calendario de implementación	Gabinete de desarrollo turístico Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR	4 años 6 meses
1.2 Crear al más alto nivel del Estado, una instancia de gestión pública del turismo.	Creación de la Secretaría de Turismo. Reestructurar el Gabinete de desarrollo turístico con instituciones que tienen alta incidencia en el sector, que no han sido tomadas en cuenta.	Acuerdo gubernativo de creación. Acuerdo gubernativo que establece su modificación.	Organismo Ejecutivo Secretaría de turismo/INGUAT	6 meses
1.3 Hacer de la sostenibilidad el eje del desarrollo turístico nacional.	Realizar la declaratoria de área de interés turístico prioritario: Cuenca del Mirador; coordinar e implementar programas y proyectos con las diferentes entidades que forman la estructura organizacional del Estado. Mejorar la posición al 2011: 118, del Índice de competitividad turística, pilar de sostenibilidad ambiental. Posición al 2009: 99	Acuerdo gubernativo de la declaratoria del área de interés turístico y creación del FODESTUR. Foro Económico Mundial, Marco regulatorio para el sector turismo, subíndice sostenibilidad ambiental.	Gabinete de desarrollo turístico Secretaría de turismo/INGUAT	188 meses
1.4 Promover la participación responsable, la toma de decisiones compartidas y la asociación productiva entre los sectores público-privado y las comunidades anfitrionas.	Alcanzar la posición 40, Índice de competitividad turística, pilar afinidad para el desarrollo del turismo. La posición al 2009 era 42 mientras que en el 2011: 67	Foro Económico Mundial, Recursos humanos, naturaleza y cultura, subíndice afinidad para el desarrollo del turismo.	Secretaría de turismo/INGUAT Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales CONAP INAB CAMTUR Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR CAT's	4 años 2 años

Objetivo Política	Indicador	Fuente de verificación	Responsables	Tiempo estimado 2012-2016
1.5 Otorgar a los gobiernos locales y a las comunidades anfitrionas un rol protagónico en el desarrollo turístico del país.	Número de proyectos de desarrollo turístico implementados por departamento y por municipio, que fomenten y promuevan los destinos turísticos del mismo. Tomando como año base el 2011.	Los registros de inversión de los recursos financieros que se manejan en los Consejos de desarrollo, las transferencias municipales y otros fondos especiales. Sistema Nacional de Inversión Pública, SNIP.	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR CAT 's CODEDE 's COMUDE 's COCODE 's SEGEPLAN	4 años
1.6 Desarrollar un sistema normativo de la actividad turística.	Llevar al puesto 40, Índice de competitividad turística, pilar Políticas y regulaciones. Puesto al 2011: 57	Foro Económico Mundial, Marco regulatorio para el sector turismo, subíndice Políticas y regulaciones	Gabinete de Desarrollo Turístico Secretaría de turismo/INGUAT Organismo Legislativo	2 años
1.7 Crear las condiciones para una mejora constante en la calidad de la experiencia turística.	Realizar encuestas de satisfacción de los visitantes en los principales destinos turísticos, con una meta de 95% de satisfacción.	Encuestas de satisfacción de los visitantes en los principales destinos turísticos del país.	Gabinete de desarrollo turístico Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR Gobiernos locales CAT 's	4 años
1.8 Fortalecer los programas de información, seguridad integral y asistencia al visitante nacional y extranjero.	Alcanzar la posición 110, Índice de Competitividad Turística, pilar Seguridad. Puesto al 2011: 131 Lograr obtener el puesto 90, Índice de Competitividad turística, pilar Salud e Higiene. Lugar al 2011: 94	Foro Económico Mundial, Clima de negocios e infraestructura, subíndice Infraestructura de tecnología y comunicaciones.	Secretaría de turismo/INGUAT CONCYT Sector académico	4 años
1.9 Implementar un sistema de información turística y el uso de nuevas tecnologías.	Llevar a la posición 70, Índice de Competitividad Turística, pilar Infraestructura de tecnología de la información y la comunicación. Puesto al 2011: 78	Foro Económico Mundial, Recursos humanos, naturaleza y cultura, subíndice afinidad para el desarrollo del turismo.	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR CAT 's	4 años
1.10 Hacer de la profesionalización del capital humano del sector turismo "el principal valor agregado del destino"	Obtener la posición 80, Índice de Competitividad Turística, pilar Capital humano (compuesto por educación y capacitación y disponibilidad de mano de obra calificada). Puesto al 2011: 88	Foro Económico Mundial, Recursos humanos, culturales y naturales, subíndice Capital humano.	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR INTECAP Consejo Nacional para la acreditación de la educación turística	4 años

Objetivo Política	Indicador	Fuente de verificación	Responsables	Tiempo estimado 2012-2016
1.11 Promover el desarrollo del turismo interno, fronterizo e intrarregional.	Recuperar el porcentaje de crecimiento de visitantes centroamericanos reportado en el periodo 2005 - 2006: 16%. Mantener las tasa de crecimiento de visitantes mexicanos del periodo 2009-2010: 17%. Alcanzar un promedio de ocupación anual hotelera del turista nacional: 38%	Estadísticas del INGUAT	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR FEDECATUR SITCA	4 años
1.12 Fomentar la inversión en infraestructura de acceso, servicios básicos, planta turística (equipamiento e instalaciones) y atractivos.	Alcanzar la posición 68, Índice de Competitividad Turística, pilar de Infraestructura aérea. Puesto al 2011: 71  Obtener la posición 94, Índice de Competitividad Turística, pilar de Infraestructura de transporte terrestre. Lugar al 2011: 102  Llegar a la posición 75, Índice de Competitividad Turística, pilar de Infraestructura turística. Posición al 2011: 85	Foro Económico Mundial, Clima de Negocios e infraestructura, subíndices de infraestructura aérea, terrestre y turística.	Secretaría de turismo/INGUAT Gabinete de Desarrollo Turístico Ministerio de Economía	4 años
1.13 Desarrollar productos turísticos auténticos y competitivos en el marco de la sostenibilidad.	Lograr la posición 20, Índice de Competitividad Turística, pilar de recursos naturales y el puesto 75 pilar de recursos culturales Posición al 2011: 26 y 79, respectivamente	Foro Económico Mundial, Recursos humanos, culturales y naturales, subíndice Capital humano.	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR MARN CONAP INAP Ministerio de Cultura y Deportes	4 años
1.14 Fortalecer las acciones de promoción y comercialización turística.	Obtener variaciones positivas en las cuotas de los mercados prioritarios, potenciales y de oportunidad.  Incrementar la red de ventas del destino Guatemala en el exterior, medido por el incremento en el número de mayoristas internacionales de los mercados prioritarios, potenciales y de oportunidad que lo incluyen en sus catálogos.  Tomando como año base el 2011.  Llegar a la posición 22, Índice de Competitividad Turística, pilar de competitividad de precios. Posición al 2011: 27	Estadísticas del INGUAT. Base de datos de mayoristas internacionales por mercado emisor y una evaluación anual de los catálogos de venta.	Secretaría de turismo/INGUAT Representaciones de Guatemala en el exterior CAMTUR Bureau de Congresos, convenciones y visitantes	4 años

Objetivo Política	Indicador	Fuente de verificación	Responsables	Tiempo estimado 2012-2016
1.15 Lograr un adecuado manejo de la imagen de Guatemala en el exterior, en forma coordinada con las demás instancias de gobierno encargadas de este tema.	Creación de la Comisión de mercadeo como una Plataforma de Diálogo y Coordinación	Acuerdo gubernativo	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR Gabinete de Desarrollo Turístico Ministerio de Relaciones Exteriores Bureau de Congresos, convenciones y visitantes	6 meses
1.16 Implementar acciones congruentes con el concepto diferenciador que se desea transmitir, para lograr un correcto y contundente posicionamiento de la marca del destino: Guatemala, Corazón del Mundo Maya, en el mercado internacional.	Lanzar una agresiva campaña de posicionamiento de la marca destino: Guatemala, Corazón del Mundo Maya. Sostenida en el tiempo, en las áreas geográficas, con segmentos de interés priorizados, y en coordinación con eventos (exposiciones, conferencias, etc.) y actividades en general de otras entidades de gobierno, del sector privado y la sociedad civil. El año 2012 constituye una oportunidad excepcional para iniciar esta campaña.	Una encuesta, o por lo menos un sondeo de opinión, anual en los mercados prioritarios emisores de turismo para el país, con el apoyo de las delegaciones de turismo y representaciones diplomáticas de Guatemala en el exterior. Para conocer si existe una evolución positiva de la imagen asociada adecuadamente a su marca y determinar el avance en el lugar que ocupa la misma en la mente del consumidor en las decisiones de compra del país como destino turístico. Procurar el uso de la misma base, de manera que se favorezca las posibilidades de realizar comparaciones.	Secretaría de turismo/INGUAT CAMTUR Gabinete de Desarrollo Turístico Ministerio de Relaciones Exteriores Bureau de Congresos, convenciones y visitantes	4 años

Adicionalmente a los indicadores nacionales arriba indicados, se recomienda la construcción participativa de indicadores por destino turístico dentro del país, siguiendo la metodología trazada en La guía práctica de indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos, elaborada por la OMT, entre los que se pueden mencionar lo que se obtienen de las opiniones de los principales actores turísticos (grado de satisfacción de los turistas y de los residentes en relación con el turismo o de éstos con elementos específicos); los beneficios económicos para la comunidad y el destino, la gestión energética, la calidad del agua potable, el tratamiento de aguas residuales, gestión de residuos sólidos, control de la intensidad del uso y del desarrollo turístico, entre otros.

## ANEXO 3

# CENTROS DE COORDINACION TURISTICA CCT





## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

- Los “Centros de Coordinación Turística” constituyen un proyecto integral de fortalecimiento empresarial, los cuales estarían ubicados en diversas regiones turísticas del país y en el Aeropuerto Internacional “La Aurora”.
- El objetivo de estos Centros de Coordinación Turística –CCT- es promover y vender la oferta turística local para ser ofrecida a los Tour Operadores Nacionales, así como para complementar la oferta de servicios para turismo interno y viajeros individuales.

## **IMPORTANCIA ESTRATEGICA**

- **Estos Centros serían el brazo coordinador y comercializador de servicios turísticos locales, especialmente enfocado a los turistas que realizan viajes de forma individual.**
- **Con el trabajo de los CCT, las empresas tendrán la oportunidad de incrementar sus ventas.**
- **Es preciso crear la figura legal que permita la asociatividad para comercialización de productos y servicios en cada localidad en donde se implementen.**
- **Los centros estarían adscritos a la Cámara de Turismo de Guatemala, como respaldo institucional.**



## MERCADO & BENEFICIARIOS

- Los principales beneficiarios de los CTT son las Pymes turísticas, ya que constituyen un apoyo en la comercialización de sus productos y servicios.
- Se iniciará con el proyecto en el Aeropuerto La Aurora, en la entrada de los visitantes al país. La iniciativa será replicable para otros destinos como Quetzaltenango, Petén y Tecpán, como importantes centros de distribución.



## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir la alternativa de servicios para atención al visitante en al menos un punto de ingreso al país.</li> </ul>	Juan Pablo Nieto	Noviembre 2011
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar el plan estratégico, y operativo (del primer año de funcionamiento) del servicio, con sus metas e indicadores de éxito.</li> </ul>	Juan Pablo Nieto	Noviembre 2011
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar el plan de mercadeo del servicio para el primer CCT y el marco jurídico para el funcionamiento</li> </ul>	Juan Pablo Nieto	Diciembre 2011
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con el manual de operación del servicio de atención al visitante del primer CCT</li> </ul>	Juan Pablo Nieto	Diciembre 2011
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar las opciones de replicar el modelo en 3 puntos o ciudades clave</li> </ul>	Maru Acevedo	Diciembre 2011
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contratación de expertos para el plan de comercialización y puesta en marcha de 3 CCTs</li> </ul>	Maru Acevedo	Enero 2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de los 3 CCTs / Operación</li> </ul>	Maru Acevedo	Febrero 2012

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir la alternativa de servicios para atención al visitante en al menos un punto de ingreso al país.</li> </ul>	US\$3,000	Camtur y Mineco 100%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar el plan estratégico, y operativo (del primer año de funcionamiento) del servicio, con sus metas e indicadores de éxito.</li> </ul>	US\$5,000	Camtur y Mineco 100%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar el plan de mercadeo del servicio para el primer CCT</li> </ul>	US\$1,500	Camtur y Mineco 100%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con el manual de operación del servicio de atención al visitante del primer CCT</li> </ul>	US\$1,000	Camtur y Mineco 100%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Consultor para identificar y elaborar Perfil de las opciones de replicar el modelo en 3 puntos o ciudades clave</li> </ul>	US\$3,000	100% Cooperante
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contratación de 3 expertos para el montaje, capacitación y puesta en marcha de 3 CCTs</li> </ul>	US\$9,000	100% Cooperante
<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de los 3 CCTs con equipo de oficina (\$5,000 * 3) y gastos de operación por un año (\$1,000 * 3 * 12)</li> </ul>	US\$15,000 US\$ 36,000	100% Cooperante
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contratación de coordinador por un año en los 3 CCT (\$1,500 * 3 * 12)</li> </ul>	US\$ 54,000	100% Cooperante



## PRODUCTOS Y RESULTADOS

- Resultado: **Puesta en marcha del primer CCT en la ciudad de Guatemala**
  - Fecha: Diciembre del 2011
- Resultado: **Validación de los 3 lugares clave en donde replicar el modelo del CCT en el interior de la República**
  - Fecha: Marzo 2012
- Resultado: **Tres nuevos CCT en operación y generando servicios para lograr su sostenibilidad en el año 2013**
  - Fecha: Diciembre del 2012

## LIDERAZGO

LIDER DE INFLUENCIA: Maru Acevedo

LIDER TECNICO: Juan Pablo Nieto – Nancy Mejía

EQUIPO DE TRABAJO:

Nancy Mejía

Migdalia Vásquez

Filiales Camtur

# Apoyo a la promoción de los productos turísticos de las comunidades de las 4 rutas basadas en la Cosmovisión Maya



## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

Crear un programa de acciones y herramientas de promoción que permita desarrollar los productos turísticos en las comunidades de las cuatro Rutas Turísticas basadas en la cosmovisión Maya.





## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

Guatemala, como Corazón del Mundo Maya, presenta tres Rutas de turismo étnico: en el altiplano central: la **Ruta del Calendario Maya**; en el altiplano occidental: la **Ruta de la Dualidad** y en Las Verapaces: la **Ruta del Universo Maya**.

Cada una de las comunidades integrantes de las rutas, es rica en expresiones de la Cultura Maya y su Cosmovisión, la cual aunque compleja, puede definirse en una frase: armonía con el mundo.

Esto significa que los Mayas tienen un gran respeto hacia la creación, la naturaleza y toda forma de existencia. No puede haber armonía si no se respeta el medio ambiente. La profunda espiritualidad maya se refleja en cada una de sus costumbres, ceremonias, danzas e indumentaria.

Se incluyen más de 92 comunidades y organizaciones mayas en las 3 Rutas, con más de 3,000 beneficiarios directos que se han preparado para recibir a turistas. Esta iniciativa busca también que como beneficiarios, las comunidades puedan tener mayores ingresos económicos.



## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

- En el proyectado (BID/INGUAT/CAMTUR 2008-2010) se brindó capacitación a comunidades Mayas incluidas en las rutas Dualidad, Calendario y Universo Maya (3) que podrían brindar servicios turísticos ([www.pueblosmayas.com](http://www.pueblosmayas.com))
- Existe un mapeo e inventario de comunidades, sus atractivos turísticos muy bien elaborado. Con motivo de la celebración del cambio de era maya en el 2012, se ha desarrollado la 4ª Ruta llamada del Baqtun, que incluye Quiriguá, Tikal, Uaxactún, Yax-há y otros sitios importantes.
- Para darle continuidad a la promoción de las rutas de cara al 2012, es necesario que se fortalezcan las capacidades empresariales de los beneficiarios de dichas comunidades.
- Existe material promocional de las 3 primeras rutas, sin embargo falta promover aún más los servicios de las comunidades receptoras de turismo.
- Con ello se difundirá el turismo comunitario con enfoque en la cosmovisión maya y se contribuirá al posicionamiento internacional de Guatemala como un destino cultural.

## MERCADO Y BENEFICIARIOS

- Las comunidades beneficiarias son las incluidas en las Cuatro Rutas Mayas, a la fecha más de 3,000 beneficiarios directos.
- Empresas turoperadoras que decidan promover los productos turísticos de las 4 rutas Mayas.
- Pequeñas y medianas empresas turísticas que desarrollan sus negocios en torno a las 4 rutas Mayas.



## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
Desarrollar inventario de atractivos naturales y culturales de la 4ª Ruta Maya / Baqtún	Mesa 2012	Noviembre 2011
Elaborar contenido y estructura del recorrido de la 4ª Ruta Maya / Baqtún / material promocional	Mesa 2012	Diciembre 2011
Presentaciones de divulgación de la 4ª Ruta Maya a turoperadores y agencias en Guatemala	Mesa 2012 / Maru Acevedo	Diciembre 2011
Lanzamiento internacional de la 4ª Ruta Maya en ferias y eventos internacionales	Mesa 2012 / INGUAT	Noviembre y Diciembre 2011
Elaboración de material informativo y promocional de las Rutas Mayas con fechas y eventos importantes de cara a la celebración del 2012	Mesa 2012 / Maru Acevedo	Diciembre 2011
Realización de 4 eventos en fechas y lugares claves de las Rutas Mayas, relacionadas a la celebración 2012	Mesa 2012	Varios meses del 2012
Realizar 4 viajes de familiarización y prensa, 2 para TTOO locales y 2 para internacionales	Mesa 2012 / INGUAT	Varios meses del 2012
Realizar una rueda de negocios local y una rueda de negocios virtual internacional	Mesa 2012 / INGUAT/	Enero / Marzo del 2012
Campaña de promoción digital en mercados prioritarios para Guatemala	Mesa 2012 y Comité de Mercadeo	Enero – Marzo del 2012

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
Desarrollar inventario de atractivos naturales y culturales de la 4ª Ruta Maya / Baqtún	US\$ 3,000	100% Mesa 2012
Contenido y estructura del recorrido de la 4ª Ruta Maya / Baqtún / material promocional impreso y digital	US\$ 10,000	20% Inguat 80% Cooperante
Presentaciones de la 4ª Ruta Maya a turoperadores y agencias en Guatemala (3 presentaciones * 50 pax)	US\$ 2,500	100% Cooperante
Lanzamiento internacional de la 4ª Ruta Maya en ferias y eventos internacionales (3 presentaciones en Londres, Barcelona, Berlin)	US\$ 15,000	100% Cooperante
Elaboración de material digital e impreso de las Rutas Mayas con fechas y eventos importantes de cara a la celebración del 2012 (Brochure calendario/ página Web, juegos interactivos)	US\$ 15,000	100% Cooperante
Realizar 4 viajes de familiarización y prensa, 2 para TTOO locales (25pax) y 2 para internacionales (15pax)	US\$ 15,000	20% Inguat, 20% Sector privado, 60% cooperante
Realizar una rueda de negocios local y una rueda de negocios virtual internacional	US\$ 10,000	100% Cooperante
Realización de 4 eventos culturales y académicos en puntos clave de las rutas	US\$ 100,000	100% Cooperante
Campaña de promoción digital en mercados prioritarios para Guatemala	US\$ 100,000	100% Cooperante



## PRODUCTOS Y RESULTADOS

- Resultado: **Promoción y divulgación de la 4 ruta Maya, la Ruta del Baqtún**
  - Fecha: Diciembre de 2011
- Resultado: **Desarrollar un programa de promoción nacional e internacional de las 4 rutas**
  - Fecha: Marzo del 2012
- Resultado: **Las herramientas de promoción y divulgación de las 4 rutas implementadas.**
  - Fecha: Marzo del 2012

## LIDERAZGO

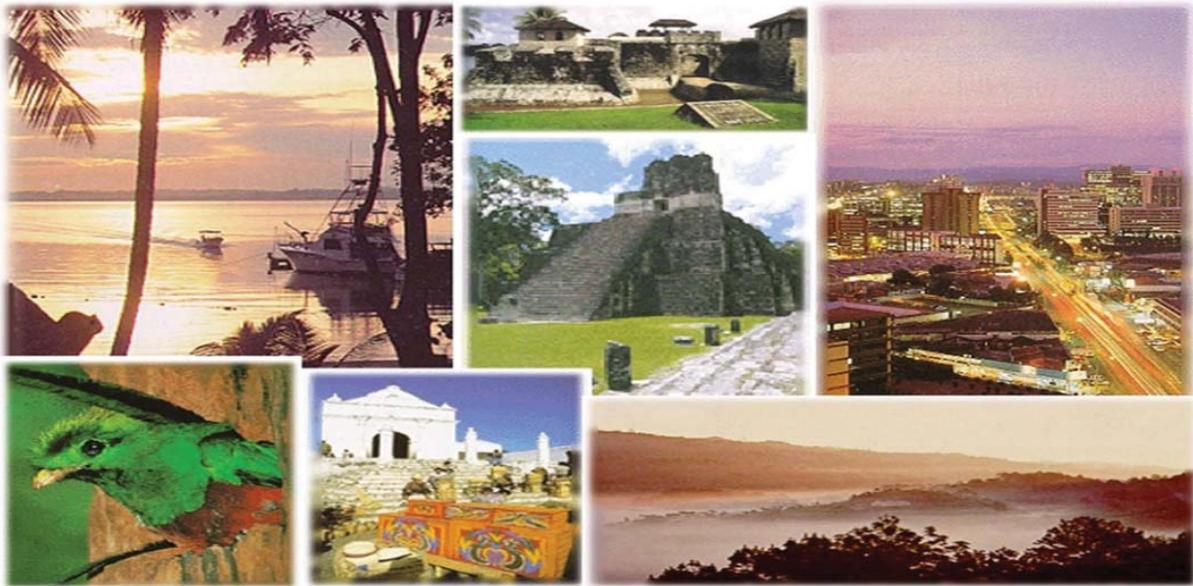
LIDER DE INFLUENCIA: Maru Acevedo / Camtur

LIDER TECNICO: Julio Orozco / Pacit

EQUIPO DE TRABAJO:  
Miembros de la Mesa 2012

## ANEXO 4.

# “CLUSTER DEL SECTOR TURÍSTICO DE GUATEMALA”



## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

- Identificar claramente a los **actores de la industria turística**, la potencialidad de los subsectores y segmentos turísticos así como crear redes de trabajo asociativo.
- Unificar las **acciones comunes de estos grupos** que colaboran y compiten entre sí, especializadas en el sector de turismo.
- Con ello se incrementará la competitividad y el crecimiento de las empresas turísticas del país.





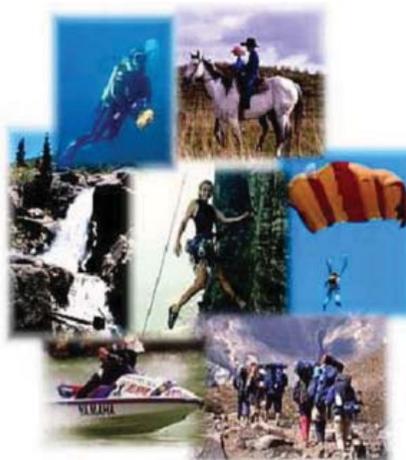
## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

- Impacto directo e indirecto en la creación de oportunidades de empleos formales.
- Efecto multiplicador en otros segmentos de la economía y el aumento en la inversión extranjera directa.
- Incremento del 10% en ingresos de divisas para el año 2012.
- Mejoramiento de la productividad y de procesos de innovación en el sector turístico.
- Estimulación para la formación de nuevas empresas del sector
- Consolidación de la marca turística del país.
- Acceso a sistemas de acreditación y certificación del Sector.
- Estandarización en la prestación de los servicios de los actores del Sector Turístico.

## MERCADO Y BENEFICIARIOS

Más de 3,000 Mipymes que conforman los diversos Sub-sectores del sector turístico de la República de Guatemala:

- Hoteles
- Restaurantes
- Tour Operadores
- Guías de Turistas
- Servicios de Turismo de Salud y Bienestar
- Escuelas de Español
- Líneas Aéreas
- Transporte Turístico
- Artesanos, Centros de Convenciones
- Centros Recreativos y Deportivos
- 92 Comunidades y organizaciones mayas receptoras de turismo
- Centros Culturales, entre otros.



Instituciones vinculadas a la actividad turística del país, tales como: Inguat, Aeronáutica, Migración, Cultura y Deportes, Relaciones Exteriores, Cámaras y Asociaciones, entre otros.

## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
Establecer la mesa de trabajo	Claudia De León A.	6 Septiembre 2011
Presentar ante posibles cooperantes esta iniciativa en la búsqueda de fuentes de financiamiento	Claudia De León A. Migdalia Vásquez. Julio Orozco.	12 Octubre 2011
Elaborar términos de referencia y contratación del Coordinador Ejecutivo de la iniciativa y de la firma consultora a cargo de la elaboración de mapeo y diagnóstico del Cluster de Turismo de Guatemala.	Claudia De León A. Migdalia Vásquez. Julio Orozco.	16 Noviembre 2011
Obtener bases de datos de los actores de Turismo ante las diferentes instancias que las integran	Claudia De León Migdalia Vásquez Julio Orozco	Noviembre- Diciembre 2011
Actualizar las bases de datos.	Firma Consultora	Enero 2012
Delimitar el área geográfica a ser evaluada y definir la metodología e instrumento de medición.	Firma Consultora Claudia de León A.	Enero-Febrero 2012
Realizar una encuesta y su tabulación.	Firma Consultora	Marzo 2012



## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
Realizar un inventario de servicios del sector.	Firma Consultora. Claudia de León A.	Marzo-Mayo 2012
Establecer redes de Sub-sectores por regiones. Implementar una plataforma en red e intercambio de información entre los miembros del Cluster.	Firma Consultora. Claudia de León A. Migdalia Vásquez. Julio Orozco.	Mayo-Julio 2012
Formular el Diagnostico con los diversos Sub-Sectores del Cluster.	Firma Consultora.	Julio-Septiembre 2012
Presentar y validar la información del Diagnostico a los Sub-Sectores.	Claudia De León Migdalia Vásquez Julio Orozco	Octubre 2012
Portafolio de proyectos y acciones a seguir dentro de un Plan Estratégico por cada Sub-Sector Turístico.	Claudia De León Migdalia Vásquez Julio Orozco	Octubre-Noviembre 2012

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
Reuniones y eventos de socialización de la iniciativa del Cluster	US\$2,000	100% participantes de la mesa: Agexport, Camtur, Pacit.
Elaborar términos de referencia y contratación del Coordinador Ejecutivo de la iniciativa y de la firma consultora	\$ 1,500	100% participantes de la mesa: Agexport, Camtur, Pacit.
Obtener y actualizar bases de datos de los actores de Turismo ante las diferentes instancias que las integran.	\$ 5,000	50% participantes de la mesa 50% Cooperación Internacional.
Delimitar el área geográfica a ser evaluada y definir la metodología e instrumento de medición.	\$ 1,500	100 % Cooperante
Realizar una encuesta y su tabulación.	\$5,000	100% Cooperante
Realizar un inventario de servicios del sector.	\$ 4,000	100% Cooperante
Establecer redes de Sub-sectores por regiones. Implementar una plataforma en red e intercambio de información entre los miembros del Cluster.	\$ 2,500	100% Cooperante
Formular el Diagnóstico con los diversos Sub-Sectores del Cluster.	\$ 15,000	100% Cooperante
Presentar y validar la información del Diagnóstico a los Sub-Sectores.	\$2,000	100% Cooperante
Portafolio de proyectos y acciones a seguir dentro de un Plan Estratégico por cada Sub-Sector Turístico.	\$2,000	100% Cooperante

## PRODUCTOS Y RESULTADOS

Resultado:

MAPEO DEL CLUSTER DEL SECTOR TURISTICO DE  
GUATEMALA

Fecha: 1er Trimestre 2012

Resultado:

COMPOSICION DE REDES DE LOS SUB-SECTORES QUE  
CONFORMAN EL CLUSTER.

Fecha: 2do Trimestre 2012

Resultado:

DIAGNOSTICO DEL CLUSTER DEL SECTOR TURISTICO DE  
GUATEMALA

Fecha: Noviembre 2012

## LIDERAZGO

LIDER DE INFLUENCIA y Líder Técnico:  
Claudia de León Aguirre (AGEXPORT)



EQUIPO DE TRABAJO:  
Migdalia Vásquez (CAMTUR),  
Julio Orozco (PACIT),  
Luz Hernandez (AGEXPORT)



## ANEXO 5

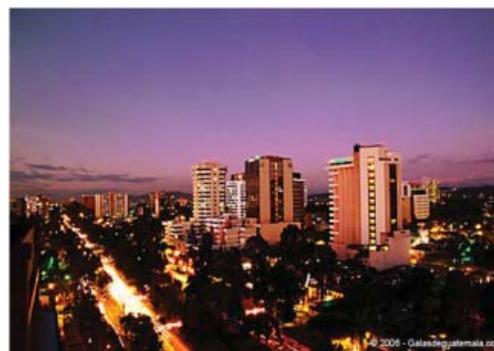
# LEY DE FOMENTO A LA INVERSION EN EL SECTOR TURÍSTICO



## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

- Contar con una ley funcional de fomento a la inversión (nacional y extranjera), enfocada a productos e infraestructura turísticos existentes y al desarrollo de nuevos.

Esta ley fomentará el desarrollo de áreas estratégicas para el país (Segmento de Convenciones, Hotelería, Recursos naturales, Marinas y terminales de cruceros, medio ambiente, conservación del patrimonio cultural, turismo salud y bienestar, cinematografía, etc).





## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

- Actualmente no existe un sistema nacional de promoción e incentivo a inversiones en temas turísticos.
- Existen los entes oficiales que promueven la atracción de inversiones sin embargo no se han dado mayores avances.
- Es importante contar con el marco legal para desarrollar infraestructura y servicios que generen desarrollo y oportunidades de trabajo en el sector turístico para más guatemaltecos.
- Existen países en la región que ya cuentan con leyes de fomento a la inversión turística, por lo que Guatemala pierde competitividad en este ámbito.
- Con la ley en vigencia se lograrán mayores inversiones y desarrollo en el sector turístico, lo cual redundará en generación de oportunidades de empleo.

## MERCADO Y BENEFICIARIOS

- Empresas de la industria turística: hoteles, parques y reservas naturales, transporte, etc.
- Empresas nacionales y extranjeras que deseen incursionar en la inversión turística.
- Comunidades locales en donde se generen los proyectos de inversión.



## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
Generar un ciclo consultivo y participativo entre los actores de la industria turística para darle fundamento al contenido de la ley (El grupo consultivo se sugiere sea integrado por la Comisiones de Turismo y Finanzas, Camtur, Pronacom, AGEXPORT)	Comisión de Turismo del congreso Patty Galvez	Noviembre 2011
Benchmarking de las leyes de inversión e incentivos de la región y otros países competencia de Guatemala en el sector turístico	Roberto Mancilla Invest-In	Diciembre 2011
Identificar los sectores y áreas que necesitan promoción e inversión en la industria turística	Edith Anavisca, Karla de Cordero INGUAT, Invest-in, Camtur, AGEXPORT	Enero 2012
Plantear la iniciativa de ley dentro del grupo consultivo (resultado del ciclo de socialización)	Comisión de turismo del congreso Patty Galvez	Febrero 2012
Presentación al congreso de la República / distintas comisiones involucradas	Comisión de turismo del congreso Patty Galvez	Marzo 2012
Consejo consultivo de seguimiento para la aprobación de la ley	Maru Acevedo, Julio Donado	Marzo 2012
Participar en evento regional y foro de inversión en infraestructura y servicios turísticos	Maru Acevedo	Septiembre 2012

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
Reuniones del ciclo consultivo y participativo entre los actores de la industria turística	US\$ 5,000	80% Cooperante 20% Sector privado
Consultoría para realizar Benchmarking de las leyes de inversión e incentivos de la región y otros países competencia de Guatemala en el sector turístico	US\$ 3,000	30% INGUAT 30% Invest-in Guatemala 40% Cooperante
Identificar los sectores y áreas que necesitan promoción e inversión en la industria turística	US\$ 3,000	30% INGUAT 30% Invest-in Guatemala 40% Cooperante
Crear un portafolio de perfiles de proyecto (consultores que realicen 15 perfiles)	US\$ 20,000	100% Cooperante
Participar en eventos y ferias de inversión a nivel internacional	US\$ 30,000	25% INGUAT 25% Invest In 50% Cooperante

## PRODUCTOS Y RESULTADOS

- Resultado: **Ciclos consultivos realizados para la evaluación del contenido de la Ley de Fomento a la inversión**
  - Fecha: Diciembre 2011
- Resultado: **Contar con una ley funcional y efectiva para la promoción y fomento de las inversiones en el sector turístico**
  - Fecha: Abril 2012
- Resultado: **Contar por lo menos con una cartera de 15 perfiles de proyectos de inversión país**
  - Fecha: Junio 2012

## LIDERAZGO

LIDER DE INFLUENCIA: Julio Donado, Agexport

LIDER TECNICO: Maru Acevedo, Camtur

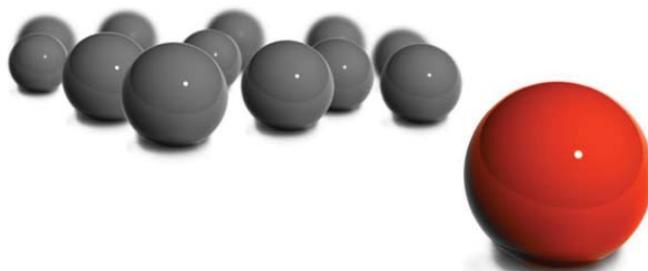
EQUIPO DE TRABAJO:

Julio Orozco, Pacit

Patty Galvez, Asesora de la Comisión de Turismo

## ANEXO 6

# Programa de Mejoramiento de los Estándares de Calidad en el Servicio Turístico (Service Best)





## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

- Capacitar a 600 colaboradores en servicio al cliente de PYMES turísticas, con las herramientas necesarias que contribuyan a elevar los niveles de competitividad y productividad a través de la excelencia en el servicio turístico, implementando soluciones prácticas aplicadas a situaciones reales.
- El Programa Service Best fue constituido a nivel centroamericano con los elementos para formar capacidades y resaltar actitudes positivas a los colaboradores y propietarios de empresas turísticas.
- El Service Best tiene la modalidad de orientarse a personal y Gerentes. El curso se imparte mediante la capacitación y asistencia técnica de un día (8 horas) en la modalidad para personal y la de dos días (16 horas) para Gerentes, para poder transferir tanto la información teórica, como poner en práctica lo aprendido.

## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

- Un buen servicio debe ir más allá de superar las expectativas de los clientes y en la industria turística es un factor clave para posicionar a un destino en la mente de los visitantes.
- Uno de los objetivos es estandarizar las normas de servicio mediante la aplicación de los principios aprendidos y reforzados mediante la capacitación. Con esta estandarización los niveles de satisfacción en los servicios incrementarán.

## MERCADO & BENEFICIARIOS

- Se busca implementar estas capacitaciones en 5 lugares o ciudades clave de la república de Guatemala.
- 200 Pymes de la industria turística: Hoteles, agencias, guías, tour operadores, restaurantes, entre otros.
- 600 Colaboradores en niveles gerenciales y operativos de las distintas Pymes participantes en el programa.





## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
Campaña de concientización y promoción de una cultura de Servicio mediante el programa Service Best	Migdalia Vásquez	Enero 2012
Material promocional y on-line de promoción para los 5 lugares en donde se impartirá el curso	Agencia de Publicidad / Migdalia Vásquez	Enero 2012
Contratación de los 5 expertos en impartir Service Best	Migdalia Vásquez	Febrero 2012
Contratación del lugar y aspectos logísticos de las 5 capacitaciones en varios puntos el país	Migdalia Vásquez y Filiales Camtur	Marzo 2012
Reproducción de Material	Migdalia Vásquez	Marzo 2012
Equipo Audiovisual para las 5 presentaciones	Migdalia Vásquez	Marzo/Junio 2012

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
Campaña de concientización y promoción de una cultura de Servicio mediante el programa Service Best (2 meses)	US\$ 50,000	100% Cooperante
Material promocional y On-line de promoción para los 5 lugares en donde se impartirá el curso	US\$ 3,000	100% cooperante
Contratación de los 5 expertos en impartir Service Best	US\$15,000	100% Cooperante
Contratación del lugar y aspectos logísticos de las 10 capacitaciones en los 5 puntos el país	US\$ 10,000	50% Sector Privado 50% cooperante
Reproducción de Material (600)	US\$1,800	50% Sector Privado 50% Cooperante
Equipo Audiovisual para las 10 presentaciones	US\$1,000	50% Sector Privado 50% Cooperante

## PRODUCTOS Y RESULTADOS

- Resultado 1: **Se sensibilizado al sector turístico y como consecuencia 200 PYMES participantes en el Programa Service Best.**
  - Fecha: Marzo 2012
- Resultado 2: **Seiscientos (600) Colaboradores comprometidos con la implementación del programa Service Best, con actitud positiva y excelencia en el servicio.**
  - Fecha: Junio 2012
- Resultado 3: **Compromiso de las Pymes en la implementación de un sistema de evaluación continua de la satisfacción del cliente.**
  - Fecha: Junio 2012

## LIDERAZGO

LIDER DE INFLUENCIA: Juan Pablo Nieto

LIDER TECNICO: Migdalia Vásquez - Camtur

EQUIPO DE TRABAJO:  
Migdalia Vásquez – Camtur  
Filiales CAMTUR

## ANEXO 7

# PLAN DE MERCADEO “2012 GUATEMALA EL AMANECER DE LOS MAYAS”



## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

### Elaborar y ejecutar el Plan de Mercadeo de la Estrategia GUATEMALA 2012 “Amanecer de los Mayas”.

Como resultado de la ejecución de este plan se contará con:

- Incremento del 10% en el ingreso de visitantes y divisas en turismo
- Generación de oportunidades de empleo para Mipymes en diversas regiones del país.
- Mayor participación de las comunidades mayas involucradas en turismo.





## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

### 1. **Importancia para el crecimiento económico de Guatemala**

El Turismo es una fuente importante de trabajo incluyente que puede beneficiar a miles de guatemaltecos en las siete regiones turísticas del país. Según datos de la OMT, estima que de cada empleo directo en Turismo, son 10 los beneficiados económicamente

### 2. **Potencial de elevar la competitividad de las empresas en la industria turística**

La industria turística en general se vería directamente beneficiada, lo que redundaría en mayores oportunidades de empleo para la población.

### 3. **Guatemala en el 2012**

Oportunidad para posicionarse en segmentos culturales con interés en conocer de la cosmovisión y la cultura maya.

### 4. **Involucramiento de las Comunidades Mayas**

Más de 92 comunidades y organizaciones mayas, con más de 3,000 beneficiarios directos se han preparado en las 4 Rutas de Pueblos Mayas. Esta iniciativa busca también que como beneficiarios, las comunidades puedan tener mayores ingresos económicos.





## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

Constituye parte del Plan de Trabajo del Comité Nacional de Guatemala 2012, que representa una plataforma multidisciplinaria y multisectorial con la visión de llevar a cabo un movimiento nacional que, en ocasión de la culminación del ciclo calendárico maya 13 B'ak'tun, coordina una AGENDA nacional.

### **INTEGRANTES de Guatemala 2012**

Ministerio de Cultura y Deportes –MICUDE–  
Ministerio de Relaciones Exteriores –MINEX–  
Instituto de Antropología e Historia de Guatemala –IDAEH–  
Instituto Guatemalteco de Turismo –INGUAT–  
Asociación de Profesionales de Turismo de Guatemala –APTURS–  
Asociación de Tour Operadores de Turismo Receptivo –ASOPTUR–  
Buró de Convenciones de Guatemala  
Cámara de Turismo de Guatemala –CAMTUR–  
Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala –CDAG–  
Instituto SAHI  
Counterpart International  
Sitio Arqueológico Uaxactún  
Universidad del Valle de Guatemala –UVG–

## MERCADO & BENEFICIARIOS

Beneficiarios en la industria turística:

- **Empresas hoteleras, restaurantes, transportistas, touroperadores de turismo, centros de diversión y entretenimiento, guías de turismo, artesanos, comunidades mayas receptoras de turismo, más de 3,000 empresas relacionadas (350 asociados directos en Camtur y más de 3,000 directamente relacionadas).**

Desarrollo económico en general del país ya que el turismo tiene la ventaja de ser incluyente y de abarcar varios sectores de la economía.



## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

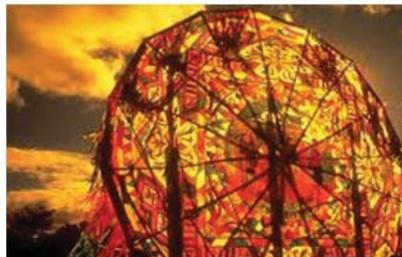
Actividades	Responsable	Fecha
Elaboración del Plan de Acciones de Mercadeo y Relaciones Públicas	Mesa 2012 / Maru Acevedo	Septiembre 2011
Realizar términos de referencia y condiciones de contratación del Coordinador de Mercadeo y Comunicación	Mesa 2012 / Maru Acevedo	Septiembre 2011
Contratación del Coordinador de Mercadeo para el Plan 2012	Mesa 2012 / Maru Acevedo	Octubre 2011
Presentación y Lanzamiento del PLAN en las principales ferias de Europa (WTM en Londres 2011, FITUR en Espana 2012, Italia, Francia y USA – NY, FL, CA, HOU, en el 2012)	Coordinador de Mercadeo, Inguat y mesa 2012	Noviembre 2011
Campaña dirigida al público en mercados seleccionados para el lanzamiento (Metro y Taxis)	Coordinador y agencia de viajes	Nov-Dic 2011 y Primer Trim 2012
<b>Elaborar propuesta de contenidos bilingües para materiales impresos y otros:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Flyer, kit de ventas para tour operadores y posters.</li> </ul>	Coordinador Ejecutivo y Agencia de Publicidad	Octubre 2011
Elaborar plan de acción y estrategia de relaciones públicas con medios de comunicación, a nivel nacional e internacional, así como kit de prensa, artículos y boletines.	Coordinador Ejecutivo a contratar.	Octubre 2011
Ejecutar el plan de acción de mercadeo electrónico. Posicionamiento de página web: <a href="http://ww.2012guatemala.com">ww.2012guatemala.com</a> , <ul style="list-style-type: none"> <li>Banco de imágenes y campaña en medios electrónico como Facebook, Twitter y Google</li> </ul>	Coordinador ejecutivo a Contratar  Empresa de Publicidad y diseño gráfico	Noviembre /diciembre 2011

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
Elaboración del Plan de Mercadeo y Comunicación	US\$ 2,000	100% Mesa de Trabajo 2012
Elaboración de los términos de contratación del Coordinador de Mercadeo	US\$ 2,000	100% Mesa de Trabajo
Lanzamiento y campañas cooperativas en mercados seleccionados	US\$600,000	50% Cooperante 50% INGUAT (?)
Contratación del Coordinador octubre 2011 a enero 2013 (16m)	US\$ 48,000	100% Cooperante
Equipo de oficina y cómputo para ejecución del proyecto	US\$ 10,000	100% Cooperante
Elaboración de herramientas promocionales (guías, catálogos, afiches, souvenirs)	US\$ 35,000	100% Cooperante
Ejecución campaña de mercadeo On-Line (blog trips)	US\$100,000	100% Cooperante

## PRODUCTOS Y RESULTADOS

- Resultado: **Elaborar del Plan de Mercadeo y presupuesto para ejecución**
  - Fecha: Octubre del 2011
- Resultado: **Contratación del Equipo Técnico a cargo de ejecutar el Plan de Acción de Mercadeo y Comunicación**
  - Fecha: Noviembre 2011
- Resultado: **Ejecución del Plan de Mercadeo y Comunicación y presupuesto**
  - Fecha: Enero a Diciembre 2012



## LIDERAZGO

LIDER DE INFLUENCIA: Maru Acevedo, CAMTUR

LIDER TECNICO: Maru Acevedo, Camtury Representantes de la Mesa 2012

EQUIPO DE TRABAJO:  
Mesa Guatemala 2012



## ANEXO 8

# PROGRAMA DE APOYO PARA EL FOMENTO DE LA NORMATIVA EN DEPORTES DE AVENTURA - CANOPY Y RAFTING-



## DESCRIPCION DE LA INICIATIVA

- Poner en marcha un programa de divulgación, capacitación y promoción de la normativa existente para los prestadores de servicios de canopy y rafting.
- Posicionar a Guatemala como un destino de aventura “seguro” en los deportes de canopy y rafting.





## IMPORTANCIA ESTRATEGICA

- Guatemala además de ser un destino cultural, es también ideal para realizar deportes de aventura en un entorno natural y con un excelente clima. De acuerdo a las estadísticas de INGUAT, una de las principales razones de la visita a Guatemala de turistas, es su naturaleza y actividades de aventura.
- La **norma técnica 188-002** de la Comisión Guatemalteca de Normas (Coguanor) establece los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad ambiental, seguridad, competencias y seguro de responsabilidad Civil para la realización de actividades de Turismo de Aventura en la modalidad de circuito o tour de canopy. Igualmente la **norma técnica 188-001** establece los requisitos para la realización de servicios guiados de rafting (descenso en balsa). Este esfuerzo de normar estas actividades de aventura debe divulgarse y promoverse a todos los prestadores de servicios.
- Guatemala podrá posicionarse como un **destino de aventura “seguro”**. Existen en el país 16 parques con servicios de Canopy, aunque no se registran accidentes fatales a la fecha, actualmente sólo 4 de ellos aplican la normativa vigente. Los proveedores de servicios de rafting con experiencia son muy pocos, por lo que debe ampliarse la normativa a todos los que prestan dichos servicios.

## MERCADO & BENEFICIARIOS

Dentro de los beneficiarios de este programa se encuentran:

- Parques con servicios de canopy ubicados en las distintas regiones del país.
- Empresas y personas individuales que proveen servicios para realizar rafting.
- Las comunidades aledañas involucradas en prestar servicios de canopy y rafting.





## ACCIONES A DESARROLLAR - PLAN DE ACCION -

Actividades	Responsable	Fecha
Elaborar la programación de capacitación de la normativas existente a los prestadores de servicios en por lo menos 3 regiones	INGUAT/ Desarrollo de Producto / Guillermo Cuellar	Noviembre 2011
Elaborar contenido y programa de capacitación para los Touroperadores que promueven servicios de aventura en el país	INGUAT / Asociación de Canopy / Guillermo Cuellar	Noviembre del 2011
Diseño del material didáctico e impresión para distribución a prestadores de servicios	Asociación Nacional de Canopy / Guillermo Cuellar	Enero 2012
Ejecutar 2 viajes de familiarización para touroperadores, dando a conocer deporte de Canopy y de Rafting (y servicios)	Asociación de Canopy / INGUAT / Guillermo Cuellar	Marzo 2011
Participación en 2 ferias nacionales o internacionales, para promoción del segmento	Asociación de Canopy / INGUAT	Junio 2012
Generar material promocional impreso y digital para público local e internacional	Asociación de Canopy / Guillermo Cuellar e INGUAT	Junio 2012

## RECURSOS NECESARIOS

Recursos Necesarios	Costo Estimado (US\$)	Posibles Fuentes
Elaborar la programación de capacitación de la normativas existente a los prestadores de servicios en por lo menos 3 regiones	Capacitadores \$3,000 Viáticos \$3,000	20% Sector privado 80% cooperante
Logística (materiales y equipo) y ejecución de las 3 capacitaciones (25 pax en c/u)	US\$ 3,000	20% Sector privado 80% Cooperante
Elaboración de material informativo y didáctico con las normativas (diseño e impresión)	US\$ 5,000	100% Cooperante
Ejecutar 2 viajes de familiarización para 20 touroperadores (todo incluido Q2,000 por c/u)	US\$ 6,000	20% Sector privado 80% Cooperante
Participación en 2 ferias nacionales o internacionales, para promoción del segmento (espacio y decoración)	US\$ 25,000	50% INGUAT 50% Cooperante
Generar material promocional impreso y digital para público local e internacional (folleto y CD interactivo, reproducción)	US\$ 3,000	50% INGUAT 50% cooperante



## PRODUCTOS Y RESULTADOS

- Resultado: **Se han divulgado las normativas nacionales de Canopy y Rafting con los prestadores de servicios**
  - Fecha: Noviembre del 2011
- Resultado: **Material didáctico sobre la normativa listo para distribuir a los prestadores de servicios**
  - Fecha: Enero del 2012
- Resultado: **Materiales de Promoción listos para divulgar a nivel nacional e internacional**
  - Fecha: Abril del 2012

## LIDERAZGO

LIDER DE INFLUENCIA: Guillermo Cuellar / Descubre Guatemala

LIDER TECNICO: Carlos Ixcot / La Rocalla  
Giancarlo Gazolla / Big Mountain

EQUIPO DE TRABAJO:  
Asociación Nacional de Canopy  
INGUAT



## Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022



### Asociación de Investigación y Estudios Sociales

Centro de Pensamiento  
Surgido en 1,979



#### Principios, valores y funciones

##### Nuestra visión

Foro de reflexión, discusión y propuesta de los aspectos socio-políticos, económicos, ambientales y culturales a través de actividades públicas y de incidencia ciudadana, tanto a nivel nacional como regional.

##### Nuestra misión

Entidad pluralista que guarda absoluto respeto a las distintas concepciones y actividades políticas, sociales, económicas y profesionales de sus asociados. No está vinculada con ninguna tendencia política. Los miembros de la Asociación, como personas, poseen diversos criterios y posiciones ideológicas y en su conjunto, les une el propósito de establecer un ordenamiento democrático basado en la justicia, la libertad, la paz y la solidaridad.

##### Valores

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Participación e integración ciudadana.
- Respeto a los Derechos Humanos.

"La solidaridad como medio para la realización de una política que mire el verdadero desarrollo humano", *Juan Pablo II*

##### Fines

Promover y fomentar la investigación, estudio e interpretación de los problemas nacionales e internacionales para proponer soluciones orientadas a la promoción de una convivencia democrática, pluralista y justa.

##### Funciones

- Servir de foro nacional para analizar y proponer soluciones a la problemática local y regional.
- Promover actividades y encuentros que faciliten el abordaje de modelos y propuestas de solución a la problemática nacional y regional.
- Asesorar y cooperar con entidades públicas y privadas.
- Contribuir a la formación democrática de los guatemaltecos y el fortalecimiento de la institucionalidad de los partidos políticos.

#### Áreas de estudio e investigación

##### Derechos Humanos y Estado de Derecho

Respeto, tutela y aplicación de los Derechos Humanos, fortalecimiento del Estado de Derecho. Comparación de los sistemas de justicia y la legitimidad de las instituciones democráticas.

##### Área Jurídica

Elaboración de anteproyectos de ley, dictámenes y opiniones consultivas, análisis e implicaciones del ordenamiento jurídico nacional, como contribución a la consolidación del Estado de Derecho.

##### Area Sociopolítica

Fortalecimiento del sistema político guatemalteco y de sus instituciones, así como el fortalecimiento de la sociedad civil.

##### Área Económica

Evolución de la economía nacional, regional e internacional; encuestas empresariales; análisis y seguimiento de ejecución del presupuesto del Estado; análisis en diversos temas con referencia a la economía social de mercado.

##### Area de Investigación Educativa

Investigación para fortalecer el proceso educativo; auditoría social de programas y servicios del Ministerio de Educación y formación docente.

##### Área de Desarrollo Sostenible

Apoyo al fortalecimiento de las políticas ambientales nacionales y regionales.

##### Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP)

Unidad especializada en el diseño y ejecución de investigaciones científicas representativas o cualitativas, periódicas o coyunturales.

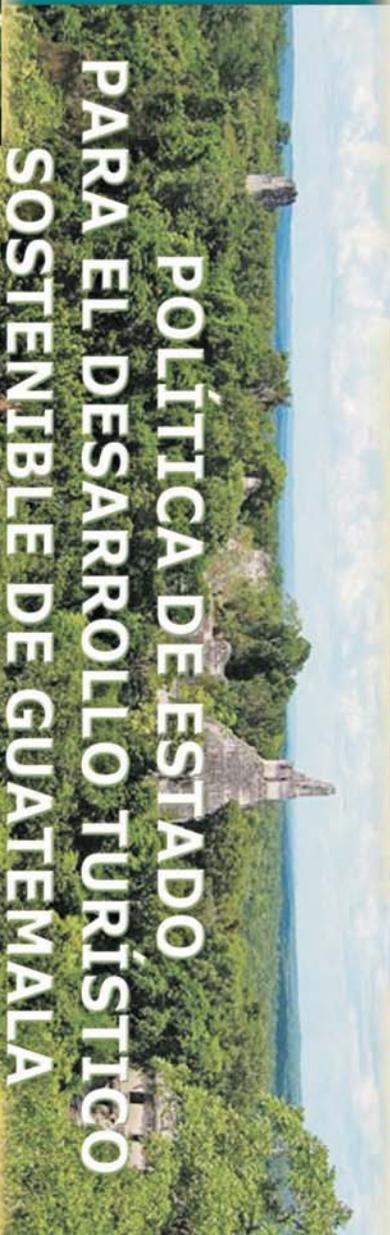
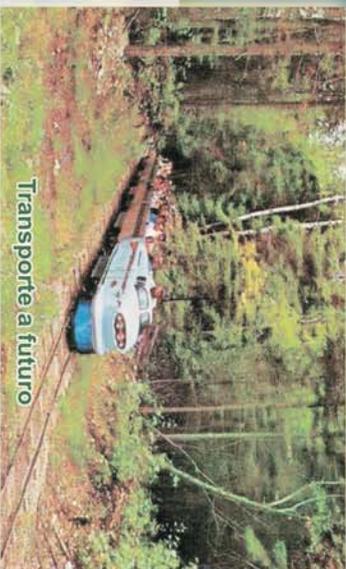
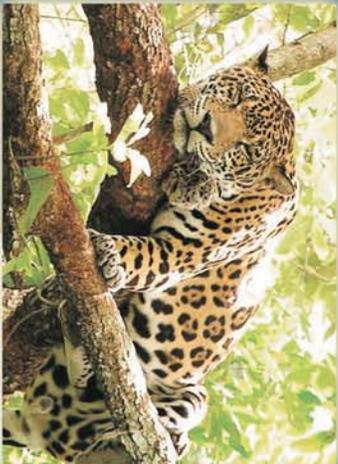
##### Centro de Información y Documentación (CID)

Unidad de apoyo técnico a Consultores y al público en general. Cuenta con una amplia colección bibliográfica debidamente clasificada. Atiende consultas personales, telefónicas y electrónicas (correo: cid@asies.org.gt).

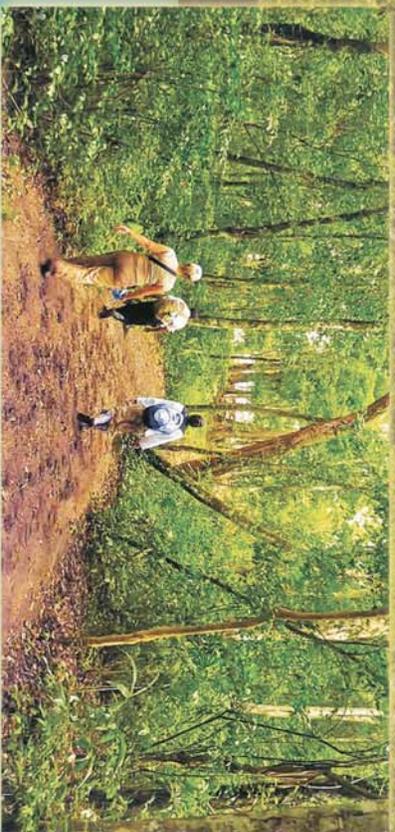
10a. Calle 7-48, Zona 9. Ciudad de Guatemala  
Tels.: (502) 23322002 - 23347178 - 23347179 Fax.: (502) 2360-2259

Correo electrónico: asies@asies.org.gt  
Página Web: www.asies.org.gt





# POLÍTICA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE GUATEMALA 2012 - 2022



“Cuenca del Mirador, Petén, Guatemala”