



**POLÍTICA NACIONAL
PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO SOSTENIBLE
DE GUATEMALA
2004 - 2014**

Percepción Artística del Sitio El Mirador, 200 a.C.,
Predálico Tierilo (T.W. Rutledge, National Geographic, Sept. 1987). Reproducción autorizada.

Guatemala, noviembre 2003

Edición actualizada, enero 2008

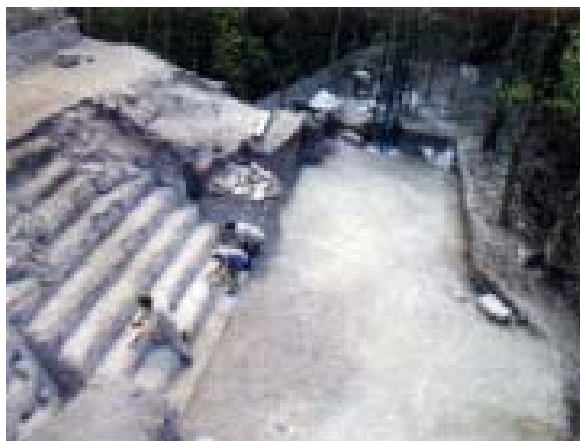
*EL TURISMO SOSTENIBLE COMO EJE ARTICULADOR
DEL DESARROLLO DE GUATEMALA*



Percepción Artística del Sitio El Mirador, 200 a.C., Preclásico Tardío
(T.W. Rutledge, National Geographic, Sept. 1987). Reproducción autorizada



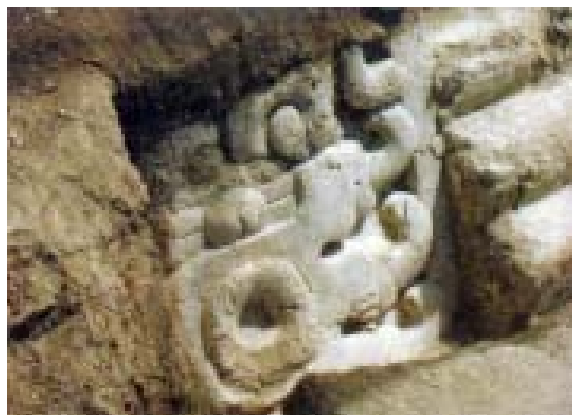
Templo Preclásico, El Mirador. (Preclásico Tardío)
© 2003, FARES, UCLA
Reproducción autorizada



Edificios Preclásicos en El Mirador, Estr. 34
Preclásico Tardío
© 2003, FARES, UCLA
Reproducción autorizada



Edificios Preclásicos en El Mirador, Estr. 34
Preclásico Tardío
© 2003, FARES, UCLA
Reproducción autorizada



Panel de Garras de Jaguar,
Est. 34. El Mirador
© 2003, FARES, UCLA
Reproducción autorizada



**POLÍTICA NACIONAL
PARA EL DESARROLLO
TURÍSTICO SOSTENIBLE
DE GUATEMALA
2004 - 2014**

Percepción Artística del Sitio El Mirador, 200 a.C.,
Fredrico Tierlio (T.W. Rutledge, National Geographic, Sept. 1987). Reproducción autorizada.

Guatemala, noviembre 2003

Edición actualizada, enero 2008

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



La Cámara de Turismo de Guatemala, CAMTUR, es una entidad no lucrativa y autorregulada. Está orientada al servicio de los asociados desde hace 30 años, propiciando la participación activa de nuestros miembros y líderes.

Se constituye como la organización vocera del sector privado turístico organizado que promueve programas y actividades de forma proactiva para incrementar la afluencia turística, que permitan un crecimiento económico y social a todo nivel.

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.

CAMTUR tiene como visión ser la entidad líder que represente al sector privado turístico de Guatemala a nivel nacional e internacional, siendo reconocida como una entidad proactiva y comprometida con el desarrollo del país.

Para ello se ha establecido como misión apoyar el desarrollo de la actividad turística del país, con el objeto de contribuir a la consolidación del sector como el mayor generador de empleo y del crecimiento social y sostenible.

La Cámara de Turismo de Guatemala está organizada por una Asamblea General, Junta Directiva, Asociaciones, Filiales y Gremiales, cuyas actividades se ejecutan a través de la participación de los socios y de la Dirección Ejecutiva.

La Cámara está conformada por:

Agencias de Viajes	Guías de Turismo	Operadores de Turismo
Arrendadoras de Vehículos	Hoteles	Publicaciones y Revistas de Turismo
Artesanos	Instituciones Académicas	Restaurantes
Consultores en Turismo	Líneas Aéreas	Tiendas de Artesanía
Fincas de Agroturismo	Museos	Transportes Turísticos

La Cámara de Turismo de Guatemala -CAMTUR- agradece a la Asociación de Investigación y Estudios Sociales -ASIES- y en especial al señor **Arnoldo Kuestermann Richter** por su valioso aporte en la coordinación de la formulación de la Política Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2004-2014.

Asimismo, hace extensivo el agradecimiento al equipo de consultoras dirigido por la Licenciada **Lucía Barreda de Hurtado**, e integrado por las Licenciadas **Ana Ma. de Mérida, Sandra Monterroso y Adela Arreaga**, quienes tuvieron a su cargo la elaboración de este documento.

Reconoce la importante contribución brindada por los consultores de ASIES, Licenciados **Anaí Herrera, Erick Coyoy, Carlos Vega, Juan Pablo Pira, Ana Ma. de Specher y Herbert Méndez**.

El presente estudio fue actualizado durante el segundo semestre del año 2007 y su contenido ha sido revalidado por los participantes del V Congreso Nacional de Turismo, celebrado en la ciudad de Esquipulas, departamento de Chiquimula durante los días 16 y 17 de noviembre del 2007.

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

El presente documento contó con la participación de más de 300 empresarios, comunidades, gobiernos locales, miembros del sector académico y de investigación de toda la República, además del valioso compromiso y aporte de la Junta Directiva y Tribunal de Honor 2002-2003 de la Cámara de Turismo de Guatemala - CAMTUR - , quienes iniciaron el proceso de consulta y diagnóstico para recopilar la información de cada región. Asimismo, participaron miembros de las distintas gremiales y filiales de CAMTUR, quienes contribuyeron decididamente en representación de todos los sectores a aportar recursos y retroalimentación en el proceso. Por su parte los grupos de trabajo conformados por representantes de las regiones geográficas del país, tuvieron a su cargo la priorización de los problemas identificados durante el I Encuentro Nacional de Turismo, y propusieron las soluciones posibles a cada uno de ellos. Finalmente, la Junta Directiva y Tribunal de Honor 2003-2004, continuó con el proceso de revisión y retroalimentación de la propuesta de política, con la responsabilidad de socializarla con los partidos políticos y buscar su participación activa en la implementación de la misma y el desarrollo y ejecución de los planes operativos que se deriven.

Junta Directiva 2003-2004

Sandra Muralles	Presidenta
Erick Mencos	Vicepresidente I
Otto Rios	Vicepresidente II
Arturo Ruiz	Tesorero
Iris de Reyes	Tesorerera Suplente
Julio Orozco	Secretario
Mariano Beltranena	Secretario Suplente
Ada Pinelo	Vocal I
Brenda Arriaza	Vocal I Suplente
Fabiola de Barrios	Vocal II
Carlos Tabarini	Vocal II Suplente

Tribunal de Honor 2003-2004

Julio Santizo	Presidente
Enrico Caputo	Presidente Suplente
Maritza Cordón	Vocal I
Pedro Castellanos	Vocal I Suplente
Alida Pérez	Vocal II
Andreas Kuestermann	Vocal II Suplente

Junta Directiva 2005-2006

Sandra Muralles	Presidenta
Erick Mencos	Vice-Presidente
Julio Orozco	Secretario
Arturo Ruiz	Tesorero
Charles Rogers	Tesorero Suplente
Ada Pinelo	Vocal I
Mynor Cordón	Vocal I Suplente
Fabiola de Barrios	Vocal II
Álida Pérez	Vocal II Suplente

Tribunal de Honor 2005-2006

Iris de Reyes	Presidenta
Arnoldo Kuestermann	Vice-Presidente
Rafael Sagastume	Vocal I
Carlos Monteros	Vocal II
Mariano Beltranena	Vocal II Suplente

Junta Directiva 2007-2008

Mariano Beltranena	Presidente
Arnoldo Kuestermann	Vicepresidente
Charles Rogers	Vicepresidente II
Luis Reyna	Secretario
Mercedes de Lembke	Secretaria Suplente
Arturo Ruiz	Tesorero
Erick Mencos	Tesorero Suplente
Humberto Domínguez	Vocal I
Mynor Cordón	Vocal II
Esther Brol	Vocal II Suplente

Tribunal de Honor 2007-2008

Juan Manuel Monteros	Presidente
Pedro Castellanos	Vicepresidente
Alejandro Valladares	Vocal I
Euda Morales	Vocal I Suplente
Luis Rey	Vocal II
José Roberto Guzmán	Vocal II Suplente

Asociaciones, Filiales y Gremiales 2007-2008

Asociación de Guías de Turismo de Guatemala

Belisario González
Presidente
7a. Avenida 1-17, zona 4
Edificio INGUAT 8to. Nivel,
Guatemala, Ciudad.
Tel. 2361-9582 / 2361-9537 /
2421-2800 Ext.5100
Fax 2361-9537

Asociación Guatemalteca de Líneas Aéreas

André Delpree
Presidente
Avenida Las Américas 18-81,
zona 14, Edif. Columbus Center,
1er nivel oficina 2.
Telefax 2383-2900

Asociación de Hoteles del Centro Histórico

Luis Esteban Rey
Presidente
8a. Avenida 15-62 zona 1,
Guatemala, Ciudad.
Tel. 2232-0488 / 2251-7795 /
2251-3005
Fax 2251-8097

Asociación de Pequeños Hoteles de Guatemala -APEHGUA-

Mayra de Alarcón
Presidenta
8va. Avenida 16-44 zona 1,
Guatemala, Ciudad.
Tel. 2220-9343/5 / 2230-5779
Fax 2220-9348

Asociación Guatemalteca de Operadores de Turismo Receptivo -ASOPTUR-

Rolando Schweikert
Presidente
Oficinas: 12 calle 6-61 zona 1,
Centro Histórico
Teléfono: 2238-0520
Fax: 2238-0520

Asociación Gremial Guatemalteca de Artesanos

Alida Pérez
Presidenta
Dirección: 1ª. Calle Poniente # 51
Teléfono: 7832-3169
Fax: 7832-3169

Asociación de Guías de Turismo de Guatemala

Belisario Gonzalez
Presidente
Dirección: 7a. Ave. 1-17, zona 4
Edif. INGUAT Nivel 8
Teléfono: 2361-9582
Fax: 2361-9537

Asociación Guatemalteca de Arte Culinario(AGUAC)

Euda Morales
Presidenta
Dirección: 1ª. Av. 13-51 zona 10,
Local 3, Guatemala Ciudad
Teléfono: 2337-4524
Fax: 2337-4524

Buró de Convenciones de Guatemala

Andreas Kuestermann
Presidente Junta Directiva
"La Casa del Turismo"
12 calle 6-61 zona 1, Centro
Histórico, Guatemala, Ciudad.
Telefax. 2251-3734

Filial Esquipulas

Nicolás Rodríguez,
Presidente
1ª. Ave. 7-01, interior, zona 5,
Colonia San José Obrero,
Esquipulas Chiquimula.
Tel. 7943-4315 / 16 / 5555-3215

Filial Las Verapaces

María del Carmen Ponce
Presidenta
"9ª. Avenida 3-03, 2do. Nivel
zona 4, Barrio San Marcos,
Cobán, Alta Verapaz.
Tel. 5897-6305 / 5309-5162
Fax 7951-1434

Filial Monterrico

Thomas Stutzer, Presidente
Playa de Monterrico, Taxisco,
Santa Rosa.
Teléfono 2478-4386

Filial de Occidente

Patrick E. Vercouter
Presidente
13 avenida 4a. Calle Interior
Pasaje Enriquez, zona 1,
Quetzaltenango.
Tel. 7761-4509 Fax 7761-4520

Filial Petén

Alfredo Villavicencio
Presidente
1ra. Calle 5-01, zona 1, Santa
Elena, Flores, Petén.
Tel. 7926-0880 Fax 7926-0866

Filial de Retalhuleu

Arturo Ruiz, Presidente
3ra. Avenida 5ta. Calle esquina
Edificio Woonsky, Retalhuleu.
Tel. (502). 5847-5313

Filial Sacatepéquez

Luis Reyna Castillo
Presidente
7ª. Calle Poniente No. 14,
Antigua Guatemala
Tel. 7832-9450

Filial Sololá

Rosalio Ajcet Costop
Presidente
Avenida Santander 1-77 zona 2,
Panajachel, Sololá
Tel. 7762-2591

Filial Tecpán

Victor Hugo Sánchez
Presidente
1er. Nivel, Edificio de la
Municipalidad de Tecpán
Guatemala, Chimaltenango.
Tel. 5848-3777

Fundación de Hoteleros de Guatemala -FUNGUAT-

Mario Granai
Presidente
Heidi Salamanca
Gerente Ejecutiva
"La Casa del Turismo"
12 calle 6-61 zona 1, Centro
Histórico, Guatemala, Ciudad.
Tel. 2251-3734

Gremial de Colegios de Turismo

Fabiola de Barrios
Presidenta
Oficinas: 11ª. Avenida 7-37 zona 1
Teléfono: 2253-7044/2232-8682
Fax: 2220-9192

INDICE

SIGLAS Y ACRÓNIMOS	9
INTRODUCCIÓN	11
1. PROCESO PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA	15
2. ENTORNO INTERNACIONAL, REGIONAL Y NACIONAL DEL TURISMO	16
3. PREVISIONES DEL TURISMO MUNDIAL	19
4. METAS DE CRECIMIENTO NACIONAL	20
5. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO	21
5.1 Objetivo Superior	
5.2 Objetivos Específicos	
6. CONDICIONANTES PREVIOS AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	21
7. PILARES ESTRATÉGICOS Y LÍNEAS DE ACCIÓN	22
7.1 Marco institucional	23
7.1.1 Desarrollo y fortalecimiento institucional	
a. Modernizar la estructura institucional	24
b. Fortalecer las instancias locales de coordinación turística	25
7.1.2 Coordinación interinstitucional	28
7.2 Consolidación de destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos	29
7.2.1 El espacio turístico nacional	30
7.2.2 Prioridades por el lado de la oferta	33
7.2.3 Impulsar el programa de facilitación turística	35
7.2.4 Desarrollar el programa de fomento a la inversión turística	36
a. Implementación y fortalecimiento del sistema nacional de planificación turística	
b. Conformación de una cartera de proyectos	37
c. Revisión de la Ley de Fomento Turístico Nacional	42
d. Creación del Fondo Nacional de Turismo	43
7.2.5 Formular un programa orientado a propiciar el desarrollo sostenible del sector turístico	44
a. Conservación y protección de sitios turísticos	45
b. Certificación de calidad	46
c. Turismo social y turismo accesible	46

7.3	Integración turística regional	47
7.3.1	Aprovechar los procesos de liberalización del comercio e integración	
7.3.2	Potenciar los planes, programas y proyectos regionales	50
7.4	Sistema de información turística	55
7.4.1	Efectuar estudios integrales y efectivos de investigación de mercado: oferta y demanda turística	56
7.4.2	Desarrollar el sistema nacional de estadísticas y la cuenta satélite de turismo	
7.4.3	Impulsar un programa de comunicación	57
7.5	Cultura y formación turística	58
7.5.1	Contribuir al desarrollo de un programa de educación y formación en turismo	59
7.5.2	Promover la ejecución de un programa de capacitación turística integral	60
7.5.3	Llevar a cabo un programa de sensibilización turística	62
7.5.4	Implementar el sistema de información y formación turística de Guatemala	64
7.6	Mercadeo	65
7.6.1	Posicionamiento	
7.6.2	Prioridades por el lado de la demanda	
7.6.3	Crear el Fondo Mixto de Promoción, como instrumento promocional de la imagen turística del país	69
7.6.4	Fortalecer las acciones de promoción	70
7.6.5	Elaborar y ejecutar un plan de promoción de turismo interno	72
7.6.6	Elaborar y ejecutar un plan de promoción de turismo fronterizo e intrarregional	73
7.6.7	Ejecutar el plan de turismo de aventura e interés especial	74
7.6.8	Ejecutar el plan de turismo de congresos, convenciones e incentivos	75
7.6.9	Seguir elaborando y ejecutando el plan de turismo de cruceros	77
7.7.	Programa de seguridad	79
7.7.1	Protección al turista	
7.7.2	Normas de higiene y seguridad	81
	REFERENCIAS	83

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ADTP	Áreas de Desarrollo Turístico Prioritarias de Petén
ALCA	Área de Libre Comercio de las Américas
ASIES	Asociación de Investigación y Estudios Sociales
ASISTUR	Programa de Asistencia al Turista
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CAF	Corporación Andina de Fomento
CAFTA	Central American Free Trade Agreement
CAMTUR	Cámara de Turismo de Guatemala
CATA	Agencia de Promoción Turística de Centroamérica
CCT	Consejo Centroamericano de Turismo
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
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
CST	Cuenta Satélite de Turismo
DIACO	Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor
DISETUR	División de Seguridad Turística
EIBTM	The Global Meetings & Incentives Exhibition
FAA	Administración Federal de Aviación (siglas en inglés)
FAGOC	Federación de Operadores de Turismo de Centroamérica
FCCA	Floridan Caribbean Cruise Association
FEDECATUR	Federación Centroamericana de Cámaras de Turismo
FODESTUR	Fomento al Desarrollo del Turismo Sostenible
FODETUR	Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo (México)
FONTIERRA	Fondo de Tierras
GTZ	Cooperación Técnica Alemana (siglas en alemán)
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
MPI	Meeting Planners International
OCRET	Control de Reservas Territoriales del Estado
OEA	Organización de los Estados Americanos
OMM	Organización Mundo Maya
OMT	Organización Mundial de Turismo
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PPP	Plan Puebla-Panamá
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
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
SITE	Society of Incentive Travel Executives
TLCAN	Tratado de Libre Comercio e América del Norte
TLCAUSA	Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos
UE	Unión Europea
UIA	Union of International Association
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

POLÍTICA NACIONAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE GUATEMALA, 2004-2014

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.

Precisamente, el estancamiento en los precios del grano manifestado en los últimos 50 años, en comparación con otros productos y servicios, obliga a una transformación integral de nuestro país, que debe realizarse sobre la base de un proyecto de desarrollo económico, social y ambiental, viable, sostenible y generador de empleo digno y responsable.

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.

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 que a continuación se presenta 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 NACIONAL**, 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 2008-2011, 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 (CANTUR), que implica no sólo la coordinación sino 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 nacional 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 y de 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 ya señalado, como producto del esfuerzo nacional, ni 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 no sólo coinciden con las tendencias de la demanda del turismo internacional, sino 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, 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 propuesta que se presenta 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 donde simplemente existan 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 nacional en donde se privilegia al turismo dentro de las actividades productivas del país, asumido y apoyado por el Estado en su conjunto.

A efecto de lograr la coordinación interinstitucional que se requiere, se continuará impulsando 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 el 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 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—, 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 la construcción de una visión compartida entre el sector privado, comunidades anfitrionas y gobiernos 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 y 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 partió de un diagnóstico de la situación actual, para formular las líneas estratégicas de actuación y las prioridades que hagan del turismo el eje articulador del desarrollo nacional.

Para el efecto, la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR) inició el 15 de septiembre del año 2002, 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 la Antigua Guatemala, el 20 de noviembre de 2002, y 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 de tiempo se genera más información que en todos los cientos de años previos”,¹ los esfuerzos de revisión y actualización constantes se convierten en un imperativo. El presente documento, resultado de la revisión de los cumplimientos de cada una de las acciones propuestas en los pilares de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014, responde al principio de flexibilidad del proceso de planificación estratégica y constituye el primer esfuerzo de posteriores actualizaciones que se esperan realizar en el futuro.

La Política Nacional de 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 **producto 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 según la Organización Mundial del Turismo, OMT, se sitúa como categoría de exportación en el cuarto lugar detrás de los combustibles, los productos químicos y los productos de la industria automotriz.

Según datos de la OMT, **durante el año 2006 se registraron cerca de 842 millones de llegadas turísticas alrededor del mundo, lo que significó un incremento de 4.5% con respecto al año 2005; esto demuestra además del dinamismo de la actividad, su resistencia para enfrentar la crisis originada por los atentados y desastres naturales.** En el año 2006 los ingresos generados por la actividad turística experimentaron un incremento de 8.41% con respecto al año anterior, lo que representa un monto total de 735 mil millones de dólares estadounidenses, que al incluir el transporte internacional

¹ Argudín, Yolanda. *Educación basada en competencias*. Trillas, México, 2006.

alcanza los 883 mil millones de dólares; por lo tanto el turismo constituye una importante actividad económica que en el ámbito mundial genera un total de 2.4 mil millones de dólares diarios.

El turismo representa alrededor del 12% del total de la producción bruta mundial — cerca de US\$500 mil millones— y genera uno de cada diez (10) puestos de trabajo alrededor del mundo. Según estimaciones efectuadas, cada habitación hotelera crea un total de 2.5 empleos, tanto directos en el sector turístico, como indirectos en otros sectores económicos; por cada 100 turistas en promedio que visitan un país, surgen cinco empleos directos en el sector; y cada US\$100,000 que se invierte en turismo, representa la generación de tres empleos en la economía en su conjunto.² 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 sector constituye un factor de desarrollo económico para el país, debido a que sus operaciones favorecen a las actividades económicas en otros sectores vinculados, tales como transporte, producción de artesanías, telecomunicaciones, servicios generales, entre otros.

Asimismo, se ha podido comprobar 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*

² 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.

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**.³ Cabe mencionar que la región incluye la zona en donde se desarrolló la **civilización maya**.

Figura 1
GUATEMALA
NAFTA, CARICOM Y MERCOSÚN



Según la Organización Mundial del Turismo,⁴ para el año 2006 la región centroamericana creció en un 10.8% con respecto al año anterior, situándose por encima de la tasa media de crecimiento observada a nivel mundial, con un total de 7 millones de llegadas internacionales, en comparación con las 6.3 millones registradas en el año 2005. Se estima que en el año 2006 se generaron en la región un total de 5,400 millones de dólares estadounidenses producto de la actividad turística, superior en 10.5% al monto registrado en el año 2005 cuando se ubicó en 4,600 millones de dólares.

³ 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.

⁴ Ver "Datos esenciales del turismo", edición 2007, OMT.

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. Según datos del Banco de Guatemala, en el año 2006 la actividad turística en el país generó un total de 1,012.7 millones de dólares estadounidenses, sobrepasando las exportaciones de café y azúcar, las cuales registraron ingresos por US\$ 529.4 y 530.9 millones respectivamente. En el año 2006, el ingreso de divisas por turismo representó el 26.6% del ingreso de divisas por exportaciones totales y el 28.1% del total de remesas familiares.

El año 2006 presentó indicadores favorables con relación al 2005 tanto en el ingreso de divisas como en el de visitantes internacionales, observándose incrementos del 16.6% y del 14.2%, respectivamente. Según las estadísticas del INGUAT, en el año 2006 se registró un total de 1.502,069 visitantes internacionales.

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 año 2010 superará los 1,000 millones y 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,⁵ 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 representará 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 situarán en 5.0 y 7.5 millones para los años 2010 y 2020, respectivamente, lo que supone tasas de crecimiento del 4.5% anual entre el año 2000 y 2010, 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.

⁵ 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.

4. METAS DE CRECIMIENTO NACIONAL

Sobre la base en la Agenda Nacional 2008-2011 de ASIES, como resultado de la operativización de la Política Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2004-2014 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 crecimiento anual del 10% en lo que corresponde al número de llegadas de turistas internacionales al país. El incremento en el número de turistas 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 los mismos.

Es importante tener en cuenta que, como el crecimiento del número de turistas por sí mismo no garantiza una efectiva implementación de esta Política, se deberán conjugar otros factores: el incremento en el gasto promedio y la duración de la estadía, la 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 por concepto de turismo, siempre basado en la Agenda Nacional 2008-2011 de ASIES, se pretende alcanzar una tasa de crecimiento anual del 15%.

Es importante señalar que, si bien estas metas de crecimiento constituyen una medida de la evolución del desempeño del sector turismo para el período 2004-2014, representan sólo una aproximación sobre el posible efecto cuantitativo en llegadas de visitantes internacionales que se prevén con la implementación de la Política Nacional de Turismo. 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, los efectos del terrorismo, la inestabilidad política, los desastres naturales entre otros.

5. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

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 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, servicios y productos turísticos.
- 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.

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, se

consideran como condiciones para lograr su operatividad en el corto plazo, las siguientes:

- Que es imperativo contar con la voluntad política del Estado de otorgar prioridad al desarrollo turístico y al cumplimiento de los pilares estratégicos y las líneas de acción contenidas en esta propuesta.
- Que se modernice la actual estructura organizacional del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) con el objeto de dar respuestas técnicas y profesionales, indispensables para la ejecución de las acciones contenidas en los siete pilares estratégicos que se explican más adelante, y que constituyen el contenido medular del documento.
- Que se realicen 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.

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:

- 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 deberán conformar anualmente comisiones específicas mixtas —sector público, sector privado organizado 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.

7.1 Marco institucional

Las funciones que desempeña el sector público, desde el conjunto de instituciones que lo integran, reviste gran importancia, 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 éstas tienen un rol protagónico y ejercen responsabilidades diferenciadas, pero interdependientes; que, para el logro de los objetivos y metas a alcanzar, se establece:

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 Nacional 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.

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 pro 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

- Actualización y modificación de la Ley Orgánica del INGUAT, Decreto 1,701 del Congreso de la República, actualmente vigente, en virtud de que se hace necesario dotar al Instituto Guatemalteco de Turismo de un marco legal que le permita ser un ente ágil en su gestión, para poder asumir los retos del desarrollo turístico del país, que implica la operatividad de esta Política.

Con relación a las funciones directivas del INGUAT, se propone que queden a cargo de una Junta Directiva integrada en forma paritaria por representantes del sector público y privado turístico, de manera que el desarrollo turístico tenga una visión de largo plazo y presente continuidad en los planes y proyectos.

El INGUAT, basado en la política nacional de turismo 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 la desconcentración administrativa de aquellos bienes y funciones que no tienen relación directa con las actividades que realmente competen 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.

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 y modernización de la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR), ente privado que representa los intereses del sector en el ámbito nacional, para: potenciar 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 de los servicios de las empresas del sector; e instituir prácticas de turismo responsables en el marco de la sostenibilidad.

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 fortalecer 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, que conjuntamente con otras instancias de participación local constituirán la base para propiciar 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.

Dentro de los comités de autogestión turística, se recomienda la participación: de **autoridades municipales o departamentales**, según el caso, cuya función será favorecer la aplicación de reglamentos y ordenanzas en beneficio de la actividad, y actuar como vínculo entre los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural y el Comité de autogestión turística; de representantes de los **empresarios locales** relacionados 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.

La función 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, 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, FODETUR, 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, éstos 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, mas no el manejo de los mismos.

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 canalizan, priorizan y discuten en el seno de éstos. Por tanto, se deberá contar con delegados o representantes de turismo a esos niveles, que podrán ser los propios gobernadores departamentales y alcaldes municipales, o un representante del comité nombrado para el efecto.

Se espera que con los lineamientos técnicos del INGUAT, el 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:

- Crear dentro de la estructura organizacional una instancia de coordinación, apoyo y monitoreo de las acciones que realicen los comités de autogestión turística.
- Realizar al interno del INGUAT o a través de otras organizaciones como INTECAP, PRONACOM, etc., 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 señala en este documento.
- Revisar el manual de funcionamiento para determinar si se adecúa a las necesidades operativas de los comités de autogestión turística.
- 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

y otros organismos locales. Se priorizará la gestión de recursos financieros ante entidades nacionales e internacionales, de aquellos planes, programas y proyectos turísticos que beneficien en mayor medida a la comunidad.

- Evaluar las capacidades humanas y financieras del INGUAT para atender en forma consistente a los Comités creados a la fecha para que efectivamente se conviertan en facilitadores del desarrollo turístico de sus localidades. Asimismo, 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.

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 *sector público*, 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 continuará impulsando la figura del Gabinete de Desarrollo Turístico, el cual deberá ser oficializado mediante Acuerdo Gubernativo, coordinado directamente por el Presidente o Vicepresidente de la República, e integrado por:

Los Ministros de **Cultura y Deportes** —desarrollo turístico de sitios arqueológicos y monumentos coloniales—; **Medio Ambiente y Recursos Naturales** —aprovechamiento turístico sostenible de las áreas protegidas e implementación de normativas para proteger y mejorar el medio ambiente en sitios de interés turístico—; **Finanzas** —coordinación asignaciones Presupuesto Ingresos y Egresos del Estado—; **Segeplan** —incorporación política planes desarrollo nacional y proyectos de cooperación internacional—; **Economía** —desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa turística, fomento y promoción a la inversión—; **Trabajo** —cumplimiento de la legislación nacional e internacional en materia laboral—; **Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda** —implementación de tramos viales de interés turístico y ordenamiento de vallas—; **Gobernación** —manejo de asuntos relacionados con la seguridad—; **Educación** —coordinación de áreas de cultura y formación turística—; y **Salud** —implementación de programas de salubridad e higiene—, el Presidente de la Junta Directiva una vez que se haya reformado la ley del INGUAT, y el **Director del Instituto Guatemalteco de Turismo**.

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, telecomunicación, luz y drenajes; seguridad, servicios médicos y controles sanitarios; medidas de protección y conservación del patrimonio natural y cultural; campañas de concienciación turística, control y manejo de la basura, señalización, líneas de crédito para la inversión turística, entre otros.

El Gabinete de desarrollo turístico se reunirá ordinariamente en forma mensual como mínimo, 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 contará con un Comité técnico interinstitucional, que coordinará y dará seguimiento a las comisiones operativas encargadas de la ejecución de los programas y proyectos aprobados.

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.

Paralelamente a lo antes expresado, resulta imprescindible disminuir la presión sobre los destinos actuales, ya que se percibe que algunos han alcanzado o están por alcanzar el punto de máxima utilización, sobrepasando la capacidad de carga turística.

En gran medida esto 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;⁶ 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 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:⁷ 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, la ciudad de Antigua Guatemala 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.

⁶ 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.

⁷ 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.

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,⁸ 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 consideradas en este documento se refieren a: **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.

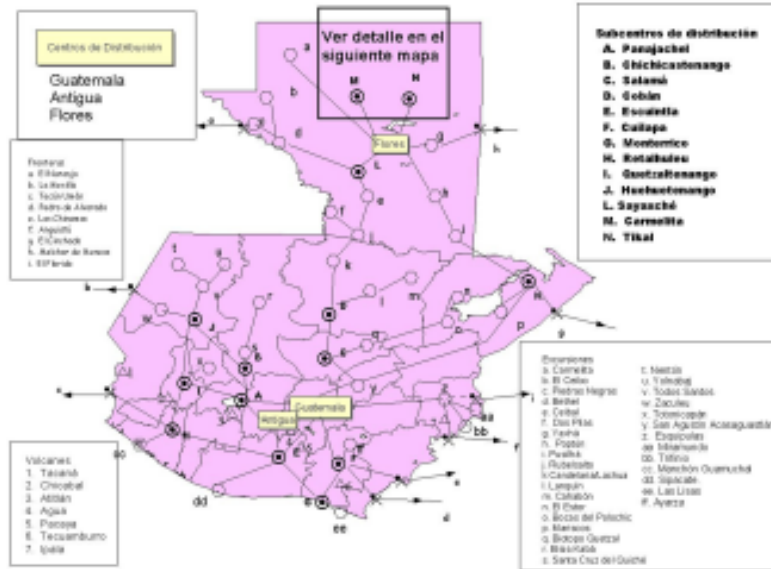
Los corredores turísticos en Guatemala, como en la mayoría de países de América Latina, han surgido espontáneamente sin planificación, y aunque constituyen un elemento clave para estructurar el espacio turístico y están integrados por la red vial, no cuentan con las facilidades necesarias para el visitante.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

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.

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.

⁸ 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.

Figura 2
ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO EN FUNCIÓN TURÍSTICA



Fuente: Estrategia Nacional de Turismo, 2002

Figura 3



© 2003, FARES, UCLA. Reproducción autorizada.

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 y la Antigua Guatemala/Valle de Panchoy
- **Altiplano:** Tecpán, Panajachel/Cuenca del lago 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.

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 tres a cinco años, en los siguientes sitios y en lugares cercanos, con potencialidad turística:

- **Sur-Oriente:** Esquipulas
- **Altiplano:** Huehuetenango, Totonicapán, San Marcos
- **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 cinco 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;⁹ 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**
- **Alojamientos, 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.

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.

⁹ Banco Interamericano de Desarrollo, *Análisis del turismo en Guatemala*, 1999, Capítulo VI.

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.

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 la importancia que reviste **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. La más reciente remodelación del aeropuerto La Aurora implicó su reclasificación a la categoría 1, según la Administración Federal de Aviación, conocida por sus siglas en inglés FAA. 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 importante 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.

Igualmente necesaria resulta la construcción y equipamiento de instalaciones adecuadas para la recepción de cruceros y la remodelación de los puestos de control fronterizos.

En el 2006 se construyó en el Puerto Santo Tomás de Castilla el centro de atención al visitante y se tiene previsto en el mismo puerto por iniciativa privada, la construcción de una **terminal** para cruceros con inversión de la iniciativa privada, que contará con dos muelles, un parque, restaurantes, bares y un mercado de artesanías.

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

Dentro de las principales acciones para alcanzar un desarrollo turístico sostenible, ordenado y equilibrado, que responda a las necesidades reales del país, están 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-privada, 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.

En el ámbito nacional se deberán 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.

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

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 insistir en el fomento del INGUAT a 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; y 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 tanto pública como privada, factibles de ser promocionados y negociados en los ámbitos 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 tanto al inversionista nacional como extranjero. 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 el proceso de identificación, selección, formulación y evaluación de los mismos.

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

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

- Se proponen como base para la identificación de proyectos de inversión, para el desarrollo de la infraestructura y servicios turísticos, la realización de estudios para la identificación de ventajas comparativas del país en relación a países vecinos de Centroamérica y México, tales como el fascinante proyecto del Sitio El Mirador, así como también los proyectos contenidos en los documentos del BID, INCAE, ASIES, Programa Mundo Maya, Proyecto “Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural con Comunidades Indígenas Mayas de Guatemala”, cuya ejecución está a cargo de la Cámara de Turismo de Guatemala, con fondos provenientes del BID/INGUAT. El Plan de Desarrollo Turístico de Guatemala elaborado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y los proyectos que se prioricen en los planes regionales y locales de desarrollo turístico, como resultado de procesos de planificación turística participativa, tal como los realizados para el desarrollo de la Cuenca del lago de Atitlán y Petén, entre otros.

- A finales del año 2006 se instaló la mesa multisectorial para la conservación y el manejo de la zona del Mirador-Río Azul, en la que según los últimos hallazgos surgió la civilización maya, y por lo tanto 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, dado que el seguimiento y apoyo a esta iniciativa resulta de sumo interés.

Dentro de estos proyectos cabe destacar el Estudio de Desarrollo Turístico Nacional para la República de Guatemala 2002 antes mencionado, el cual fue 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 de Petén (ADTP), las Verapaces y el Altiplano Sur-Occidente, dirigidos al:

- Mejoramiento turístico de sitios arqueológicos y museos
- Embellecimiento de ciudades turísticas y uso inteligente de ciudades históricas
- Desarrollo de museos vivos¹⁰ y centros de cultura regional y arqueológica
- Desarrollo de corredores e instalaciones turísticas
- Desarrollo turístico sustentable de áreas protegidas y atractivos turísticos naturales y culturales

¹⁰ El término museo vivo ha sido discutido en búsqueda de una mejor opción como puede ser museo abierto o turismo comunitario.

Para el Área de Desarrollo Turístico prioritario de Petén, el estudio contempla:

Proyectos piloto de corto plazo

- Mejoramiento turístico de Yaxhá y Nakúm
- Desarrollo del Centro de investigación y estudios mayas
- Mejoramiento turístico de los sitios arqueológicos de Aguateca y el Ceibal
- Mejoramiento turístico del sitio arqueológico de Uaxactún
- Desarrollo del Centro de cultura regional y arqueológica

Proyectos de corto plazo

- Desarrollo del museo vivo en San José
- Embellecimiento de Noj Petén
- Estudio de mejoramiento del medio ambiente en el lago Petén Itzá
- Estudio de planeación del sistema de manejo de visitantes en Tikal
- Mejoramiento del museo arqueológico Silvanus Morley en Tikal
- Desarrollo del corredor turístico Norte-Sur
- Desarrollo del corredor turístico Este-Oeste

Proyectos de mediano y largo plazo

- Paquete de desarrollo vacacional en Petén Itzá
- Desarrollo del museo vivo en Uaxactún
- Mejoramiento turístico de la Cuenca Mirador
- Mejoramiento turístico del sitio arqueológico de El Naranjo
- Mejoramiento turístico del sitio arqueológico de Dos Pilas
- Mejoramiento turístico del sitio arqueológico de El Perú
- Mejoramiento turístico del sitio arqueológico de El Zotz
- Mejoramiento turístico del sitio arqueológico de Cancuén
- Mejoramiento del museo vivo en San José
- Mejoramiento de los tramos carreteros
- Desarrollo de atractivos turísticos en el bosque tropical y los humedales

Para el Área de Desarrollo Turístico Prioritario de las Verapaces, el estudio contempla:

Proyectos piloto de corto plazo

- Mejoramiento turístico de la sierra de Yalijux
- Desarrollo del Centro de interpretación del ecocorredor de las Verapaces
- Desarrollo del bosque nuboso de la Sierra Pampacché

Proyectos de corto plazo

- Desarrollo del museo vivo en San Cristóbal Verapaz
- Mejoramiento turístico de Semuc Champey
- Mejoramiento turístico de las Cuevas de Candelaria
- Mejoramiento turístico de las Cuevas de Lanquín

Proyectos de mediano y largo plazo

- Mejoramiento turístico de la ciudad de Cobán
- Mejoramiento turístico de la laguna de Lachuá
- Mejoramiento turístico de la cascada de Chilascó
- Mejoramiento del museo vivo en San Cristóbal Verapaz
- Desarrollo del corredor turístico alternativo Este-Oeste

Para el Área de Desarrollo Turístico Prioritario del Altiplano Sur-Occidente, el estudio contempla:

Proyecto piloto de corto plazo

- Desarrollo del museo vivo en Momostenango

Proyectos de corto plazo

- Mejoramiento turístico de la ciudad de Quetzaltenango
- Construcción del museo del juguete
- Desarrollo de un escaparate de artesanías y de un museo heráldico
- Mejoramiento del museo de la comunidad y extensión del taller en San Cristóbal Totonicapán
- Desarrollo integrado a San Martín Sacatepéquez

Proyectos de mediano y largo plazo

- Desarrollo de instalaciones para caminatas por el volcán Zunil
- Mejoramiento de las instalaciones de las aguas termales para *spa*, en Zunil
- Mejoramiento del museo vivo en Momostenango

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, establezcan normas de construcción y de colocación de vallas publicitarias, con el objeto de propiciar su integración al entorno paisajístico, 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. En este sentido, debe brindarse seguimiento a la propuesta de tramos viales de interés turístico, presentada por el INGUAT en abril del año 2001 al Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, con el objeto de formar parte del Programa de rehabilitación y modernización vial II.

Esta propuesta incluyó: a) tres tramos de macroestructura vial para la comunicación entre Petén y regiones turísticas aledañas, con una extensión total de 380 kilómetros; b) doce tramos de microestructura vial para brindar acceso a sitios turísticos de Petén, con una extensión total de 165 kilómetros; c) 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; d) periférico en torno a la 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 que actualmente reciben las entidades públicas administradoras de los sitios culturales y naturales 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, 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.

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, 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; 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 y 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 para el país, 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 encargada del Control 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 con otros países de la región para el inversionista y de largo plazo (90 años), y 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 y el Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, adscritos al Ministerio de Economía (MINECO) deberán reactivar la creación del Fondo de inversión y desarrollo turístico de Guatemala (FODETUR) para orientarlo al apoyo de la micro, pequeña y mediana empresa turística, considerando que es un elemento importante en la conformación de los *microclusters* turísticos.

El FODETUR canalizará los 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 MINECO. El FODETUR será constituido con recursos financieros provenientes de fuentes nacionales y extranjeras, canalizados a través del Ministerio de Economía, entidad que deberá establecer como una de sus prioridades el apoyo al sector turístico.

A fin de propiciar la mejora continua de las empresas, 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.

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

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.

Es importante considerar la expansión del segmento de ecoturismo y agroturismo, según la potencialidad del país y como una opción de negocio, dentro del marco de las políticas de ecoturismo y de agroturismo sostenible, las cuales se formularon como una orientación bajo la coordinación del INGUAT y con la participación de representantes del sector turístico del interior del país, por medio de talleres de validación; 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 importante la creación y fortalecimiento de instancias encargadas de dar seguimiento a este proceso.

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 y el Instituto de Antropología e Historia, 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 biosfera.

Asimismo, el INGUAT deberá 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. 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.

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 de personas con discapacidad. 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.

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 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 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.

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.

En ese sentido, los países centroamericanos han iniciado avances con la negociación del Tratado de Inversión y Comercio de Servicios entre las repúblicas de Costa Rica,

El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, el cual fue aprobado el 13 de febrero del año 2007 en la ciudad de Guatemala y se encuentra en los poderes legislativos de los países de la región para su discusión y aprobación definitiva.

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** deberá propiciar el inicio tanto en la región centroamericana como en el continente americano en general, de **procesos de estandarización** referentes a **los servicios turísticos**—mediante la implementación de sistemas de certificación equivalentes—, **la legislación turística, las estadísticas turísticas, y el sistema de contratación de servicios**; se esperaría 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, deberían tender 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.

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 estar 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 Centroamérica y los Estados Unidos, TLCAUSA; el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, TLCAN; el Área de Libre Comercio de las Américas, ALCA; y otros en proceso de negociación, dentro de ellos el acuerdo de asociación con la Unión Europea (UE) y Canadá (CA4FTA).

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 (FAGOC).

En la actualidad 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. También se debe mencionar la adopción de una identidad corporativa común para los países de la región: "Centroamérica, tan pequeña y tan grande", para efectos de imagen, promoción y comercialización; la creación de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), con sede en Madrid, España, para promocionar la región en su conjunto en Europa y Asia; y la implementación de planes, programas y proyectos para el desarrollo e integración del producto turístico con enfoque regional.

Dos proyectos importantes de mencionar dentro de esta iniciativa centroamericana son la ruta colonial y de volcanes que implica dos versiones; la primera la ruta colonial, que 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 segunda versión la constituye la ruta de los volcanes, con un 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 la Antigua Guatemala. Se gestiona el plan de comercialización y señalización vial de la ruta de ciudades coloniales y los volcanes.

Asimismo, se debe mencionar la red de posadas rurales, proyecto que busca potenciar competitivamente el turismo rural de la región, y propiciar una red centroamericana de MIPYMES 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 un complemento al esfuerzo de integración centroamericano, es importante evaluar la posibilidad de establecer o reforzar acuerdos binacionales, en materia turística, con República Dominicana, Cuba, Costa Rica 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**, es una propuesta formulada para acelerar la integración e impulsar el desarrollo social y económico en los nueve estados del Sur-Sureste de México y el Istmo Centroamericano. El PPP busca 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. Incluye entre otras, una iniciativa mesoamericana de turismo, coordinada por Belice. Esta iniciativa involucra el desarrollo de circuitos integrales en la región, proyectos ecoturísticos indígenas y afrocaribeños, implementación de cuentas satélites de turismo, y también el proyecto certificación para la sostenibilidad turística. El Grupo técnico interinstitucional del PPP está integrado por BID, CEPAL, CAF, INCAE, PNUD, SICA y SIECA.

El Memorando de Entendimiento suscrito en marzo de 2004, entre los países integrantes de esta iniciativa, definió una cartera de seis proyectos prioritarios para la región: 1) Facilitación Migratoria, 2) Mejoramiento de Estadísticas tendentes a la Creación de Cuentas Satélites, 3) Certificado de Sostenibilidad Turística, 4) Enoturismo y 5) Ruta del Caribe, y 6) Seguridad para el Turista.

Con respecto a las rutas se encuentra vigente la implementación de dos de ellas para Guatemala: Circuito No.1: litoral Pacífico que incluye el paso fronterizo El Carmen, museo Coatepeque, sitio arqueológico Takalik Abaj, museo La Democracia, Parque Nacional Sipacate-Naranjo, museo y muelle Puerto San José, volcán de Pacaya, Biotopo Monterrico y paso fronterizo Pedro de Alvarado, con un total de nueve proyectos propuestos dentro del mismo. Circuito No. 2: Transversal del norte que integra paso fronterizo Gracias a Dios, paso fronterizo Ingenieros, laguna Lachuá, sitio arqueológico Cancuén, biotopo Chocón Machacas, Punta Manabique, Cerro San Gil, El Estor, sitio arqueológico Quiriguá y paso fronterizo El Cinchado, con un total de diez proyectos.

- **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. La ejecución de este programa por medio de la Organización Mundo Maya, OMM, desde que comenzó 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”,¹¹ 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 identificó¹² las siguientes siete LÍNEAS DE ACCIÓN, que buscan 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.
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.

¹¹ Organización Mundo Maya, Secretaría Técnica Permanente. *Programa de Turismo Sostenible Mundo Maya*, 2002, p.3.

¹² Ibid. pp. 11 y 12

El circuito regional¹³ 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.

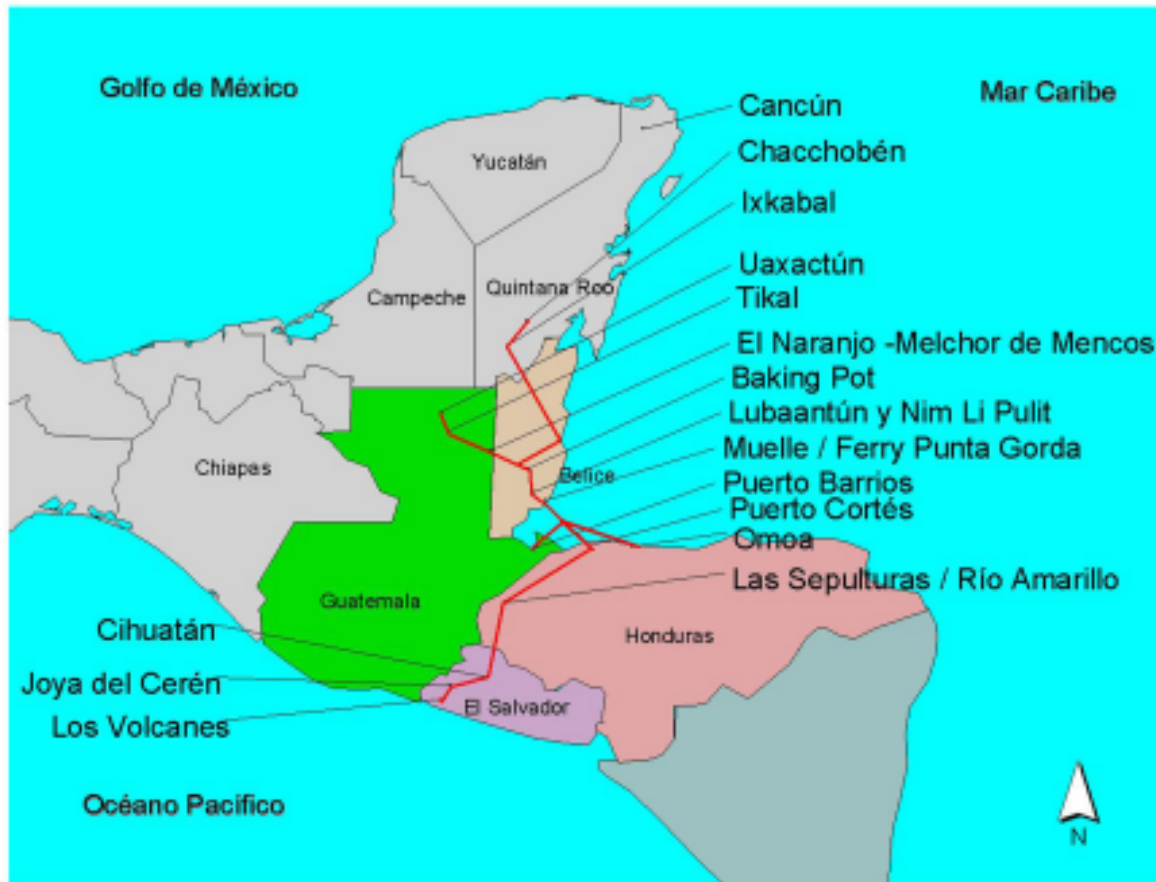
Se ha iniciado la gestión de fondos para la ejecución del plan de inversiones que comprende éste y los otros circuitos del resto de países que integran el programa. Según el BID¹⁴ una segunda etapa contempla el desarrollo de circuitos turísticos adicionales en Mundo Maya, y otros que incluyan Costa Rica, Panamá y Nicaragua.

Con respecto 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 PPP, pero no a la región del Mundo Maya; por tal razón se recomienda evaluar el desarrollo de otros circuitos ajenos dentro del programa.

¹³ Ibid. pp 13 y 14.

¹⁴ *Ayuda de Memoria, Reunión Comisión Ejecutiva del Plan Puebla Panamá*, Ciudad de Panamá, 04-02-03.

Figura 4
CIRCUITOS TURISTICOS
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 Fomento al Desarrollo del Turismo Sostenible, FODESTUR-GTZ; Zona de Turismo Sustentable del Caribe; Corredor Biológico Mesoamericano; Sistema Arrecifal Mesoamericano; 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.

Se recomienda 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, tratando de enfocar 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, CD-ROM, 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 han 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 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 contar con 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;¹⁵ 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

¹⁵ 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.

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 efectos 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 atractivos turísticos y en relación al viaje como una experiencia total.
- 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.

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, a efecto 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 logrará compromisos de cooperación de las diferentes instituciones protagonistas y gestión de los recursos financieros y humanos necesarios.

Se han implementado algunas acciones para la elaboración de la CST, tal como el proyecto Encuestas en Fronteras, que inició en agosto de 2006 y finalizó en julio de 2007; 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 su continuidad.

El personal del INGUAT está dedicado únicamente a tareas de reelaboración de información recibida y tratamiento básico de los datos, por lo que se evaluará 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, con el objeto de brindarles la concienciación y capacitación necesarias. 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 visitando 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 establecer 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 ó a los visitantes. Asimismo deberá establecer 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.

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 **fomentar la cultura turística y mejorar la calidad y cobertura de la educación en turismo en el país**. En consecuencia, se desarrollarán acciones en las áreas de educación, capacitación y sensibilización, orientadas 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.

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, y el respeto a la diversidad étnica y trato cordial al turista. Asimismo, reconociendo la importancia de contar con centros educativos especializados en turismo, 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 en el *pensum* de estudios 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 la elaboración de cartillas y materiales para la educación en turismo, especialmente dirigidos al nivel de educación primaria.
- Apoyar, por medio de la creación de una página web que provea 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 sus procesos de revisión y adaptación continua del contenido de *los pensa* de estudios y en la creación de programas de posgrado, de manera que los egresados de dichas carreras respondan con flexibilidad a los retos que el sector demanda.
- 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.

Evaluación y acreditación de calidad para la educación turística

Es importante 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 de calidad internacional en el ámbito de la actividad turística. Un mecanismo que permita apreciar el grado en que una institución de educación llena los requerimientos de calidad definidos y aceptados internacionalmente, para lo cual es necesario integrar un Consejo Nacional para la Acreditación de la Educación Turística, que tenga a su cargo el análisis para 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; para lo cual el Instituto Guatemalteco de Turismo, como institución miembro de la OMT, podrá pedir el apoyo y asesoría del departamento de educación y gestión del conocimiento de dicha organización ó mediante la cooperación bilateral horizontal con países latinoamericanos que hayan desarrollado instrumentos similares como es el caso de México y 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, 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 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 mejor servicio a los turistas y proporcionar vivencias de viaje altamente satisfactorias. En ese sentido, se considera prioritario:

- El INGUAT, 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 turístico organizado unirán esfuerzos con el objeto de adoptar programas de certificación de competencia laboral que eleven la calidad de los servicios turísticos.
- La Cámara de Turismo deberá continuar con la implementación del programa "Service Best" en el interior del país 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 y los recursos de que disponga por medio de sus unidades móviles.

Se recomienda implementar un fondo destinado a cubrir los costos de transporte, alojamiento y alimentación de los trabajadores del sector privado del interior del país, que se desplacen a la ciudad con el objeto de recibir cursos cortos de capacitación en el trabajo, **que no estén disponibles en las sedes regionales y departamentales del INTECAP**. Para el efecto se propone negociar tarifas preferenciales de alojamiento y alimentación con pequeñas empresas turísticas de la ciudad y cubrir los costos "uno a uno INGUAT/Empresa Privada del Sector Turístico beneficiada con la capacitación".

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.
- Propiciar la actualización continua de los guías de turismo 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. Sería recomendable 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 sensibilización turística

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
 - Prevención de enfermedades, entre otros.
- El Gabinete de Turismo establecerá alianzas para el mejor desarrollo de las campañas de sensibilización 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 que participen en las campañas de sensibilización 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 contratará la realización de:
 - 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 nacionales 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.
 - Desarrollar una 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 sensibilización 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, como fuente de consulta dedicada 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:

- Recomendaciones y códigos de conducta para el visitante*
- Normas de seguridad*
- 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 *pensa* 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

* 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 Maya.

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.

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 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.

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 del país 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, y 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 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.

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**: Brasil, Colombia, Chile, Argentina y República Dominicana considerados de interés por las iniciativas tendentes a mejorar la comunicación aérea 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, Rusia y Suiza, 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 japonés**, que según previsiones de la OMT, se ubicará 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.

De la misma manera y para que sea valorado en su justa dimensión, se enfatiza en la necesidad de promocionar el turismo interno, fronterizo e intrarregional.

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

- Investigación de mercado:¹⁶ 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.
 - 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.

¹⁶ Ver numeral 7.4.1

- 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 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 dirigido a las empresas del sector y los medios de comunicación, que incluya el desarrollo de las siguientes acciones:
 - Elaboración y envío de *Newsletters*.
 - 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.
 - 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, en forma coordinada con la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República.
- Publicidad:
 - Campañas cuidadosamente estructuradas 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 su 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 hacer más transparente la información sobre los canales de comercialización y distribución de la oferta turística del país en los mercados emisores.
- Mercadeo directo: a través del uso de las nuevas tecnologías que están modificando los esquemas tradicionales (información, comunicación, reservación y ventas) de distribución del producto turístico: INTERNET, sitio web promocional, centrales de reservas, correos electrónicos a segmentos de interés, el servicio 1-800, FAX, y correo directo, entre otros.

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: a oportunidad de ofrecer un destino auténtico, infraestructura y servicios de calidad en los principales destinos turísticos, 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 del país 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 buscar el fortalecimiento de los valores del producto como son la diversidad, autenticidad, diferenciación, los recursos únicos culturales y naturales, así como la hospitalidad de los guatemaltecos.

Para el efecto se propone:

- Establecer la Comisión de Mercadeo integrada por representantes del sector privado turístico y del INGUAT, que funcione como un ente asesor de/para las acciones que se realicen en forma conjunta, de acuerdo con los lineamientos establecidos 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 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, a los principales productos de exportación de Guatemala en el exterior 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.

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 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 potenciales y de oportunidad.
- **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. Principalmente en ferias turísticas especializadas en los segmentos priorizados por esta política.**
- **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 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.
 - Facilitar dentro del sitio web, *links para* las páginas de las empresas del sector privado; y códigos para diferentes niveles de acceso a la información dirigidos a mayoristas, agentes de viajes y sector privado guatemalteco.
 - Posicionar adecuadamente el sitio web del destino.
 - Facilitar el acceso a la tecnología a las pequeñas empresas.
- **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 favorecerá 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 en cada uno de los segmentos prioritarios:**
 - 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
 - CD
 - Página web
 - Diapositivas
 - Afiches
 - Videos
 - Kit de prensa

Elaborar indicadores de éxito para medir la efectividad de:

- Participación anual en ferias de turismo
- Presentaciones 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 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 e incluya programas especiales para los segmentos de turismo joven, de tercera edad y discapacitados.
- 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 principales 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 hacia el 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.

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, agroturismo, turismo religioso, turismo étnico, turismo de salud y pesca deportiva.

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 eventos deportivos de carácter regional e internacional, que refuercen la imagen del país como un destino para turismo de aventura.¹⁷

E1 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 Estados Unidos, Europa y otras regiones que representan una demanda potencial para el país; presentaciones de Guatemala en Estados Unidos, Europa y otros países de interés; información general y especializada en el Internet (página web) 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:

- 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 Centro América
 - Larga distancia: 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, Bureau de Convenciones, empresas del sector privado y oficinas en el exterior, para promover y apoyar la candidatura de

¹⁷ Eventos como el Rally Mundo Maya, y el programa Survivor Yaxhá entre otros.

Guatemala como sede de congresos, convenciones, seminarios, exposiciones, ferias y viajes de incentivo.¹⁸

- Establecer las condiciones necesarias para que el país cuente con un mayor número de vuelos directos 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 seguimiento 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, 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, Guía de planificación de reuniones en CD, videos sobre reuniones e incentivos.

¹⁸ Como 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 o a través de firmas especializadas a empresas y operadores, organizadores de reuniones e incentivos, *decision makers* de empresas independientes, asociaciones, etc.
- Publicidad en revistas especializadas.
- Viajes de reconocimiento, prensa y familiarización.
- Internet: 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, 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 Seguir elaborando y ejecutando el plan de turismo de cruceros

La posición geográfica privilegiada de Guatemala, con costas en las importantes zonas de tránsito para cruceros en el Atlántico y el Pacífico, la riqueza natural y cultural del destino y la existencia de puertos en ambos océanos, 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 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 al destino en la modalidad de *Home Port* y contar con diversidad de *tours* atractivos para la demanda y que contribuyan a posicionar a Guatemala como un destino turístico de cruceros en 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
- Posicionamiento del destino:

- En el Pacífico como un destino ideal para los viajes “transcanal” y para los barcos que están “reposicionando” (regresan a su base después de una temporada).
 - En el Caribe Occidental como un destino complementario a la oferta existente, aprovechando la tendencia mundial de la demanda orientada a productos de cultura y naturaleza.
- Infraestructura de mercadeo: bases de datos de las líneas navieras internacionales que operan las rutas del Pacífico y Caribe Occidental, banco de imágenes, organización o participación en seminarios de inteligencia de mercado.
 - Sistema de comunicación:
 - Folletos especializados, que además de proporcionar información general del país incluyan características y servicios de los puertos.
 - CD Rom con información completa del destino: puertos de arribo, opciones de *tours*, *tour* operadores nacionales que manejan este segmento, fotografías de alta calidad, entre otros.
 - Información completa y actualizada en el sitio web promocional del país, con códigos de acceso diferenciados para mayoristas y *tour* operadores especializados.
 - Sistema de ventas: participación conjunta con el sector privado en *trade shows*, *workshops*, conferencias y seminarios especializados (Conferencia Anual de las Líneas de Cruceros del Caribe, *Sea Cruise Convention*), publicidad en revistas cuidadosamente seleccionadas del *trade* y proyección de videos promocionales de Guatemala en los cruceros.
 - 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.
 - Agilizar los procedimientos y trámites migratorios.

- Adecuar los gastos portuarios y el *paxfee* dentro de los niveles de competitividad.
 - Elevar la calidad de los servicios.
 - Mejorar la limpieza y el ornato de las zonas portuarias.
 - 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 Guatemala en excursión, para incentivar su retorno al país en calidad de turista.**
 - **Elaborar la estrategia y acciones necesarias para convertir a Guatemala en un *home port* y actuar en consecuencia.**

7.7 Programa de seguridad

La seguridad entendida como el resguardo de la integridad física de los visitantes $\frac{3}{4}$ nacionales y extranjeros $\frac{3}{4}$ y sus bienes, **de la vida y la salud de los colaboradores del sector**, la observancia de las normas de calidad e higiene, y la correlación entre precio y calidad de los servicios prestados por las empresas del sector turismo, **y de la protección de los recursos naturales y culturales¹⁹ que conforman el patrimonio turístico del país**, 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.

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

7.7.1 Protección al turista

Con el fin de crear condiciones de seguridad para los desplazamientos de los turistas dentro del país, el Ministerio de Gobernación elaborará un plan de protección al turista, con el apoyo de la cooperación internacional, y en coordinación con el departamento ASISTUR del INGUAT. 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 vigilancia*, tanto en las carreteras y caminos rurales donde

¹⁹ Ver numeral 7.2.5, literal a

transitan los turistas, como en los centros y atractivos que visitan. Los Comités de Autogestión Turística constituyen importantes canales de comunicación e información sobre los peligros que puede correr el turista en determinadas áreas. Es importante fortalecer el sistema de justicia para que los hechos delictivos cometidos contra turistas sigan procesos judiciales efectivos y con penas ejemplares que incidan para reducir tales delitos.

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 éstos. En este sentido, se deberá proceder a la creación inmediata, 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.

También se considera necesario elevar a la categoría de Subdirección General de la Policía Nacional Civil a la actual División de Seguridad Turística (DISETUR) que opera en el seno de dicho órgano. Esto implica aumentar el número y calidad profesional de sus integrantes, asegurar su dedicación 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 (ASISTUR) 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.

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 estudios²⁰ conocidos, además de los robos en carreteras, son comunes los robos a personas en calles y plazas, trayectos entre aeropuertos y hospedajes, sitios naturales y culturales; también se sabe de la aplicación de tarifas arbitrarias por empresas de transporte y por personal en las puertas de entrada al país. En consecuencia, se deberá ejercer vigilancia y control principalmente a 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.

²⁰ OEA/Ser.K.III.18.1,Turismo-doc.I4/97, 31 enero 1997. Original: español.

Cabe señalar que los corredores turísticos deberán ser tratados paisajísticamente, 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.

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.

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 y 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 Normas de higiene y seguridad

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.**

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). Se deben apoyar los esfuerzos que está realizando el INGUAT para implementar el programa H, que es un sistema para certificar la calidad e inocuidad de los servicios de alimentos y bebidas.

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, que permitan un adecuado desempeño de los colaboradores dentro de las empresas.

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.

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 Biosfera 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.
- _____ **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, ASIES, 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, ASIES, 1989.

- _____ y Cámara de Turismo de Guatemala, CAMTUR. **Política nacional para el desarrollo turístico sostenible de Guatemala, 2004-2014.** Guatemala, noviembre 2003.
- AID-INGUAT. **Transición 2007 - Borrador**
- 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.**
- 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 agosto 2001, Acuerdo N° 294-2001-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. **Reglamento de los Comités Locales de Turismo.**
- _____, 21 de noviembre 2000, Acuerdo N° 435-2000-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. **Creación de los Comités Locales de Turismo.**
- Documentos varios relacionados con: a) Sistema Arrecifal Mesoamericano, Certificación de Sostenibilidad Turística, Corredor Biológico Mesoamericano.
- 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.
- 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.**
- _____ 1999. **Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal.** Edición para América Latina y el Caribe.
- _____. **Código Ético Mundial para el 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>
- _____ . 1999. **Manual de higiene e inocuidad en los alimentos.**
- _____ . Programa las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2002. **La Reglamentación del Ecoturismo.**
- Organización Mundial de Turismo, OMT, 1999. **Promoción de destinos turísticos en el ciberespacio. Retos del Marketing Electrónico.**
- _____ . **Tendencias y contexto institucional del turismo en las Américas.**
- 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.**
- Secretaría de Turismo de México, 2000. **Agenda 21 para el Turismo Mexicano.**
- _____ . **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**
- Western State Tourism Policy Council. **Tourism Policy htm, USA.**
- World Tourism Organization, WTO, 1994. **National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies.** Published by Rout ledge, London. UK.
- _____ . 1998. **Towards New Forms of Private Sector Partnership: The Changing Role, Structure and Activities of National Tourism Administrations,** Madrid, Spain.



Es una entidad de servicio, privada y no lucrativa, orientada a la reflexión, la investigación científica y el análisis de la realidad nacional. Trata de estimular la participación ciudadana en los procesos de búsqueda e implementación de soluciones concretas para la problemática del país.

Surgida en 1979 y fundada en 1982, la Asociación de Investigación y Estudios Sociales –ASIES– adquirió personalidad jurídica mediante Acuerdo Gubernativo número 608-88, del 2 de agosto de 1988.

Fines:

- Llevar a cabo investigaciones y análisis de la realidad política, económica-social y cultural del país.
- Promover el estudio, discusión y reflexión sobre los problemas nacionales y sobre aquellos problemas internacionales que afecten al país.
- Contribuir a la formación permanente de los asociados, mediante el enriquecimiento de su caudal de conocimientos científicos.

Funciones:

- Constituir un foro nacional de reflexión y discusión de los fenómenos socio-políticos, económicos, ambientales y culturales que conforman la problemática guatemalteca, mediante la organización de actividades públicas y privadas.
- Mantener relaciones de intercambio y cooperación con entidades públicas y privadas de carácter cultural y científico, tanto nacionales como internacionales.
- Contribuir a la formación de los ciudadanos mediante la difusión de los resultados de sus trabajos de investigación y de análisis de la realidad nacional

