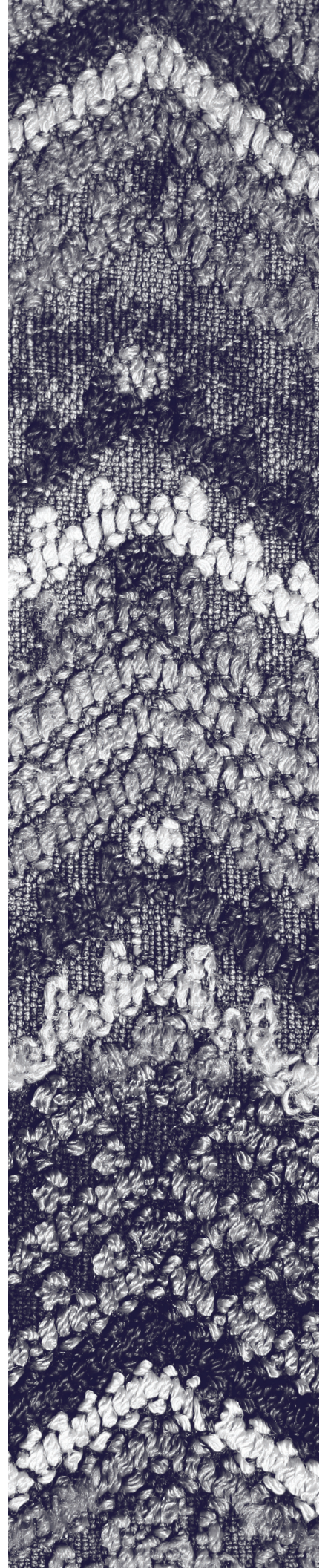


Gobierno de Guatemala
Presidencia de la República

Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022

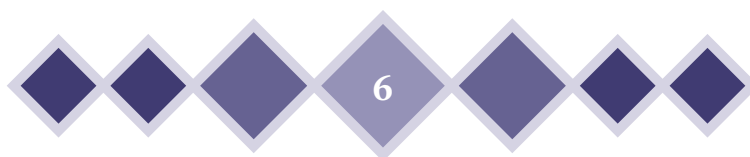
Guatemala, 24 de mayo del 2012



Índice

Introducción	7
Entorno Nacional, Regional e Internacional del Turismo	9
Objetivos	17
Objetivo Superior	19
Objetivos Específicos	19
Ejes Estratégicos de la Política	21
Eje 1: Marco Institucional	23
1.1 Desarrollo y fortalecimiento institucional	25
1.2 Estructura del sector turístico	28
1.3 Fortalecimiento de las instancias locales de coordinación turística	30
Eje 2: Desarrollo Turístico Sostenible	33
2.1 Conservación y protección de destinos turísticos	35
2.2 Certificación de calidad	36
2.3 Turismo social y accesible	36
2.4 Códigos de ética	37
2.5 Alianzas con instituciones y organismos que impulsen la sostenibilidad	37
Eje 3: Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística	39
3.1 Planificación turística	42
3.2 Compromisos de corto y mediano plazo	42
3.3 Coordinación para el desarrollo integral de los destinos turísticos	44
3.4 Programa de Fomento a la Inversión Turística	45
Eje 4: Sistema de Información Turística	49
4.1 Estudios integrales y efectivos de inteligencia de mercados: oferta y demanda turística	51
4.2 Programa de comunicación	53
Eje 5: Competitividad Turística	55
5.1 Atracción de inversión privada	58
5.2 Desarrollo de clusters	58
5.3 Categorización de servicios turísticos	58

5.4	Facilitación turística	59
5.5	Innovación	60
5.6	Marco legal	61
5.7	Cultura y formación turística	61
Eje 6: Mercadeo Turístico		63
6.1	Marca	65
6.2	Mercadeo de la oferta turística	66
6.3	Relaciones públicas	69
6.4	Publicidad	71
6.5	Estrategia de mercadeo con el sector privado	71
6.6	Representaciones en el exterior	71
6.7	Plan de Mercadeo de Turismo Interno	72
6.8	Plan de Mercadeo de Turismo Intraregional	73
6.9	Fondo Mixto de Promoción Turística	73
Eje 7: Programa Nacional de Seguridad Turística		75
7.1	Protección al turista	77
7.2	Comité de Gestión de Crisis	78
7.3	Protección al turista nacional y extranjero en corredores y centros turísticos	78
7.4	Seguridad integral	78
Eje 8: Instancias Nacionales y Regionales		81
8.1	Procesos de liberalización del comercio e integración	83
8.2	Potenciar los planes, programas y proyectos regionales	86
8.3	Otros Proyectos Regionales	86
Siglas y Acrónimos		89
Referencias		95



INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico sostenible es un eje articulador claro y contundente, tomando en cuenta las ventajas absolutas y comparativas que tiene el país frente al mundo.

Para Guatemala, representa una opción real de desarrollo económico y social, demostrando su capacidad de contribuir de forma eficaz a la generación de empleo digno y ocupaciones productivas, a la protección del medio ambiente y el patrimonio cultural, así como al fortalecimiento de la identidad nacional.

El 2012 es un año muy significativo para Guatemala, debido a que inicia una nueva era, según el calendario solar Maya y por la coyuntura positiva que representa el nuevo Gobierno, el cual otorga prioridad al crecimiento económico, la seguridad y al desarrollo social de la población en general.

Dentro de la Agenda de Cambio, que constituye el Plan de Gobierno del Presidente Otto Pérez Molina, se incluyen cuatro motores y dinamizadores de la economía de Guatemala, uno de ellos es el turismo. El desarrollo sostenible del sector se desenvolverá dentro del marco del respeto a la diversidad cultural y la conservación del patrimonio natural. Asimismo se procurará el desarrollo del turismo rural y comunitario, basado en los saberes y conocimientos ancestrales de los Pueblos Indígenas.

El turismo ha sido incluido también como uno de los ejes estratégicos en la Agenda Nacional de Competitividad 2012-2021. En este sentido, se impulsarán las transformaciones necesarias para elevar la competitividad del sector turístico, los encadenamientos productivos, la inteligencia de mercados, mejora del clima de negocios, el marco legal y la inversión, así como todas aquellas acciones que permitan competir eficazmente a nivel mundial.

Una tarea importante para el fortalecimiento del turismo en Guatemala, es promover la transformación de los sectores público y privado, mediante la reforma institucional del sector en su conjunto, en el sentido de eficiencia administrativa, profesionalismo en la conducción y capacidad de respuesta, frente a las principales demandas ciudadanas y para competir de forma eficaz en el ámbito internacional.

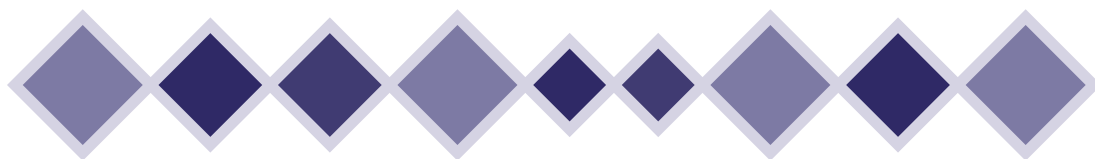
Con la presente Política, se adopta el Turismo como motor del desarrollo económico y social para Guatemala, acogiendo el modelo de sostenibilidad como eje transversal.

Su aplicación y ejecución, será un trabajo de coordinación interinstitucional, en colaboración conjunta con el sector privado y la sociedad civil.

¡El Turismo es compromiso de todos!



**ENTORNO
INTERNACIONAL,
REGIONAL Y NACIONAL
DEL TURISMO**



ENTORNO INTERNACIONAL, REGIONAL Y NACIONAL DEL TURISMO

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

Acerca de los datos sobre ingresos y gastos

Según los datos publicados por la OMT en el 2011, los ingresos por turismo internacional se asemejan a los de exportación y abarcan todas las transacciones relacionadas con el consumo de los visitantes internacionales de alojamiento, alimentos y bebidas, combustible, transporte en el país, entretenimiento y compras, entre otros. Incluye las transacciones generadas tanto por los visitantes del día como por los visitantes que pernoctan. Los ingresos derivados de los visitantes del día pueden ser cuantiosos, sobre todo en los casos de países limítrofes en los que visitantes transfronterizos del día efectúan gran cantidad de compras de bienes y servicios.

No obstante, los datos sobre ingresos por turismo extranjero no cubren el gasto en transporte internacional de pasajeros contratado fuera del país de residencia de los viajeros, que figura en una partida distinta de la balanza de pagos. Indica además, que con datos financieros establecidos en diferentes divisas es bastante complicado determinar con precisión por las variaciones relativas, ya que los ingresos han de expresarse en una moneda común y suelen también comunicarse en precios corrientes, esto es, sin tomar en cuenta las fluctuaciones de los tipos de cambio y la inflación.

Las variaciones de la tasa de cambio pueden influenciar sustancialmente la cantidad indicada en dólares de un año a otro. Cuando el dólar se deprecia contra por ejemplo el euro, los ingresos mundiales expresados en dólares se incrementan relativamente, y viceversa en el caso de apreciación del dólar. En promedio para el año, en 2010 y 2009 el dólar de EE.UU. (y las divisas vinculadas por ejemplo, de algunos de los destinos en el Caribe o el Oriente Medio) se ha apreciado un 5% frente al euro, mientras que en 2008 el dólar se depreció un 7% y en 2007 el 8%. Durante los años 2005 y 2006 el dólar EE.UU. y el euro mantuvieron un tipo de cambio relativamente estable, aunque ambas monedas fluctuaron frente a otras divisas.

A fin de dar cuenta de las variaciones en los tipos de cambio y la inflación, los ingresos por turismo internacional expresados en dólares se convirtieron de nuevo a las monedas de cada destino, ponderadas en función de su porcentaje y deflactadas en función de la tasa de inflación correspondiente. Aunque de este modo se obtienen

datos comparables, las tendencias resultantes deben no obstante interpretarse con cautela, ya que las estadísticas, en la mayoría de los casos, son todavía provisionales.

En cuanto a los totales, la OMT realiza evaluaciones basadas en los datos del año anterior y la tendencia de la subregión. A diferencia de los datos sobre llegadas, en los que las revisiones logran compensarse más o menos, los datos sobre ingresos suelen revisarse al alza.

En muchos países en desarrollo, el turismo constituye una de las principales fuentes de ingreso de divisas y ocupa el número uno en la categoría de exportaciones, convirtiéndose en un sector clave para el desarrollo del país y para la generación de empleo. La contribución del turismo al producto interno bruto (PIB) en el ámbito global se estima cerca del 10%. Sin embargo, para países en desarrollo, destinos regionales o locales, su contribución puede llegar a ser considerablemente mayor.

Visión general de las cifras y tendencias a nivel mundial

En el 2011, con cifras de un total de 150 países de todo el mundo que monitorea la OMT, y que corresponden prácticamente a todos los destinos principales que reportan datos mensuales o trimestrales, el 83% (125) muestra datos positivos y de ellos 35% (52 países) con variaciones de dos dígitos. De lo anterior, se desprende que solamente 25 países (17%) obtuvieron datos negativos, por lo que se estima que el crecimiento al cerrar el 2011 llegará a +4.4%.

El turismo internacional alcanzará un billón de llegadas en el 2012

Según los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la llegada de turistas internacionales creció más del 4% en el 2011 con 980 millones y se espera que el crecimiento continúe en el 2012.

La OMT pronostica un crecimiento continuo del turismo internacional en el 2012, aunque a un ritmo más lento. En cuanto a los arribos se espera un aumento del 3% al 4%, hasta alcanzar la marca histórica de mil millones para finales del año.

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. El mundo enfrenta hoy en día una crisis de empleo, sin embargo, en el 2011 el sector turístico contribuyó a la economía global generando más de 254 millones de empleos, equivalentes al 8.7% del total de empleos en el mundo. En el 2012 se espera que crezca en un 2.0 % alcanzando la cifra de 260 millones de empleos, según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo WTTC, así como de la Organización Internacional del Trabajo OIT.

En cuanto a las inversiones de capital que se generan alrededor del mundo —un poco más del 10% del total corresponde al sector turístico y a industrias relacionadas —, éstas causan un efecto neto positivo sobre importantes sectores en las ramas

de comunicaciones, sistema bancario, construcción, artesanías, agricultura y procesamiento de alimentos, entre otras.

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

Asimismo, se ha comprobado que el desenvolvimiento de actividades turísticas enmarcadas bajo criterios de sustentabilidad, contribuye directamente a la conservación y valoración del patrimonio natural y cultural de la Nación, y constituye rural.

Es importante destacar que en la región centroamericana el turismo ha sido identificado entre las actividades económicas con mayores ventajas absolutas y comparativas naturales para insertarse por esa vía en la economía global, en función de tres elementos: “La posición geográfica de Centroamérica como puente entre Norte y Sudamérica, y entre los océanos Pacífico y Atlántico, a manera de enlace entre diferentes culturas e idiomas; la diversidad ecológica y los recursos ambientales únicos; y la potencialidad agrícola y forestal por las condiciones climatológicas estables durante todo el año”.¹ Cabe mencionar que la región incluye la zona en donde se desarrolló la civilización Maya.

Los datos de los últimos años para Guatemala, si bien se han presentado de forma positiva, para el período que recién termina muestran que las llegadas de visitantes no residentes a Guatemala tuvieron una variación ligeramente inferior al año 2010 con una disminución de -2.8%, que representa un descenso de 53,114 visitantes. Para 2011, los ingresos por turismo en el país también tuvieron una variación negativa comparada con el año inmediato anterior, con un descenso de -2%, pues se tuvo un total de US\$ 1,350.2, cifra que está relacionada con el ingreso de visitantes y los datos que genera la Encuesta del Gasto Turístico, desarrollada por INGUAT.

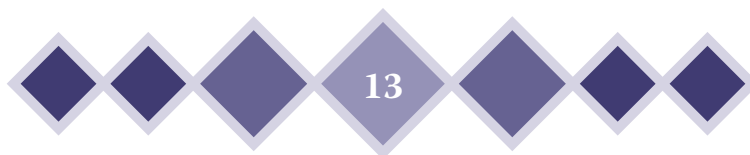
No obstante, la actividad turística una vez más superó a las exportaciones de café y azúcar, las cuales registraron ingresos por US\$ 1,147.6 y 629.3 millones respectivamente.

Según las estadísticas oficiales, en el año 2011 se registró un total de 1,822,663 visitantes no residentes de los cuales el 67% es turista y 33% excursionista y 1,350.2 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas.

Metas de Crecimiento Nacional

Como resultado de la operatividad de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022 con acciones concretas, en el corto, mediano y largo plazo,

¹ 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.



tendientes 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 promedio anual del 6.6% en lo que corresponde al número de llegadas de turistas² internacionales al país, para el período 2012-2016, y del 8% para el 2016-2022. El incremento en el número de turistas no incluye excursionistas, y corresponderá a los segmentos específicos prioritarios en esta Política, de forma congruente con las promociones y los esfuerzos en el desarrollo de una oferta turística que satisfaga las necesidades y expectativas de esos mismos segmentos.

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

En lo que corresponde al ingreso de divisas³ por concepto de turismo, se pretende alcanzar una tasa de crecimiento promedio anual del 8.6% para el período 2012-2016 y del 9.9% para el 2016-2022.

Es relevante señalar que, si bien estas metas de crecimiento constituyen una medida de la evolución del desempeño del sector turismo para el período 2012-2022, representan sólo una aproximación sobre el posible efecto cuantitativo en llegadas de visitantes internacionales que se prevén con la implementación de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022.

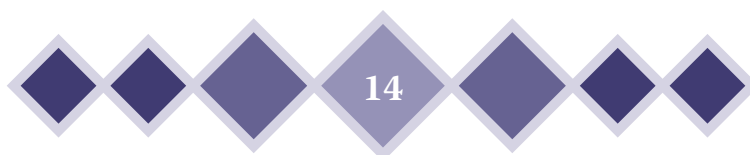
Asimismo, las metas de crecimiento del sector no toman en cuenta los efectos que para el desarrollo de esta actividad podría tener la serie de factores exógenos no controlables, tal como la evolución de la economía mundial, la persistencia de la crisis financiera en países emisores del turismo, los efectos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

Índice de Competitividad Turística

Para medir el avance en materia de competitividad turística se toman como referencia los 14 pilares que conforman los 3 subíndices del índice de Competitividad de Viajes y Turismo, publicado anualmente por el Foro Económico Mundial, WEF. Guatemala ocupó en el año 2009 el puesto 70 en el ranking mundial de 139 países, y retrocedió al 89 en el 2011. En el período de la implementación de la Política, se pretende ubicar a Guatemala en la posición 70, del Índice de Competitividad Turística a nivel mundial.

2 Los datos de número de turistas internacionales no contemplan el número de excursionistas, ni de personas que visitan el país por un día, sin pernoctación.

3 Los datos de ingreso de divisas no incluyen los gastos de los excursionistas, sólo de los turistas internacionales.

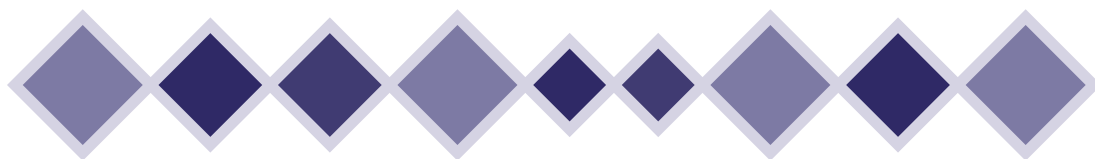


Para la operativización de la **Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022** se contará con un Plan de Acciones Prioritarias y un Plan Operativo Anual que incluya indicadores de medición de la ejecución de acuerdo a los ocho ejes estratégicos que incluye dicha Política. Estos indicadores serán por destino turístico dentro del país, siguiendo la metodología trazada en la Guía Práctica de Indicadores de Desarrollo Sostenible para Destinos Turísticos, elaborada por la OMT, obtenidas según las opiniones de los principales actores turísticos (grado de satisfacción de los turistas y de los residentes en relación con el turismo o de estos con elementos específicos), los beneficios económicos para la comunidad y el destino, la gestión energética, la calidad del agua potable, el tratamiento de aguas residuales, gestión de residuos sólidos, control de la intensidad del uso y desarrollo turístico, entre otros.

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

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	2011	Metas 2012- 2016	Variación
Marco Regulator de Viajes y Turismo			
Políticas y regulaciones	57	40	17
Sostenibilidad ambiental	118	99	19
Protección y seguridad	131	110	21
Salud e higiene	94	90	4
Prioridad de viajes y turismo	78	57	21
Entorno Empresarial e Infraestructura de Viajes y Turismo			
Infraestructura de transporte aéreo	71	68	3
Infraestructura terrestre de transporte	102	94	8
Infraestructura turística de país	85	75	10
Infraestructura de las TIC	78	70	8
Competitividad de los precios	27	22	5
Recursos Naturales, Culturales y Humanos de Viajes de Turismo			
Recursos humanos	88	80	8
Afinidad para el desarrollo de viajes y turismo	67	40	27
Recursos naturales	26	20	6
Recursos culturales	79	75	4

OBJETIVOS DE LA POLÍTICA NACIONAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE



OBJETIVOS DE LA POLÍTICA NACIONAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

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.

Objetivos Específicos

- Integrar horizontal y verticalmente las prioridades contenidas en los ejes 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.
- 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.
- Elevar la competitividad y capacidades de las empresas turísticas a nivel nacional, a través del desarrollo de un sistema normativo de la actividad turística, la mejora constante en la calidad y la profesionalización del capital humano.
- Fortalecer los programas de información, seguridad integral y asistencia al visitante nacional y extranjero.
- Implementar la Cuenta Satélite de Turismo y la Unidad de Inteligencia de Mercados, así como el uso de nuevas tecnologías.
- Incrementar el número de visitantes, divisas y generación de empleo a través de acciones que propicien el turismo interno, fronterizo e intrarregional, así como mediante la implementación de planes de mercadeo específicos por mercados meta y por segmento.
- Fomentar la inversión en infraestructura de acceso, servicios básicos, planta turística (equipamiento e instalaciones) y atractivos.
- Diversificar y enriquecer la oferta turística con destinos, productos y servicios de calidad.
- Fomentar la competitividad mediante la integración de clusters, cadenas productivas y la asociatividad.

- Implementación de la Unidad de Competitividad Turística para asesorar y monitorear la operativización de la Política y la Agenda Nacional de Competitividad, en materia turística.

Ejes Estratégicos de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible

- 1. Marco institucional**
- 2. Desarrollo turístico sostenible**
- 3. Consolidación y diversificación de la oferta turística**
- 4. Sistema de información turística**
- 5. Competitividad del sector turístico**
- 6. Mercadeo turístico**
- 7. Seguridad turística**
- 8. Instancias nacionales y regionales**

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

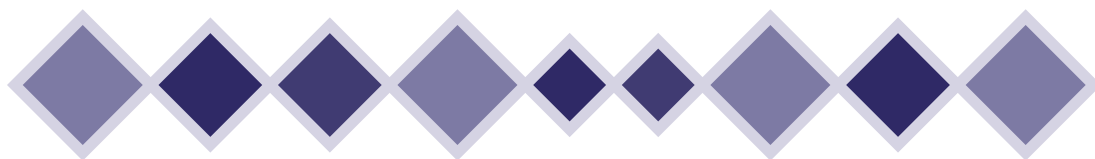
1. Entre los tres Poderes del Estado,
2. En el Gabinete Específico de Desarrollo Turístico,
3. En la alianza entre sector público, sector privado organizado, comunidades anfitrionas y sector académico.

EJES ESTRATÉGICOS DE LA POLÍTICA



EJE 1

Marco Institucional



EJE 1: Marco Institucional

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

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

1.1 Desarrollo y fortalecimiento institucional

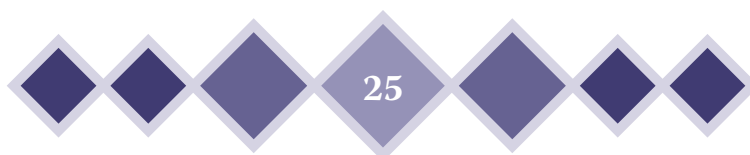
Considerando que el desarrollo de la actividad turística requiere de la participación y compromiso de todas las estructuras institucionales del sector; que estas tienen un papel protagónico y ejercen responsabilidades diferenciadas, pero interdependientes; que son imprescindibles los objetivos y metas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

Para lograr los objetivos planteados en esta política, se presentan las siguientes líneas de acción:

- Creación de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la República, mediante Acuerdo Gubernativo. Posteriormente se impulsará la modificación de la Ley del Organismo Ejecutivo para su transcendencia en los siguientes períodos gubernamentales.
- Actualización y modificación de la Ley Orgánica del INGUAT vigente, Decreto 1,701 del Congreso de la República, en virtud de que se hace necesario dotar al Instituto Guatemalteco de Turismo de un marco legal que permita ser un ente ágil en su gestión y asumir los retos del desarrollo turístico del país, implícitos en la operatividad de esta Política.

Con relación a las funciones de Dirección del INGUAT y después de haberse modificado su Ley Orgánica, se nombrará la Junta Directiva, integrada en forma paritaria por representantes del sector público y privado turístico, con el objeto que el desarrollo turístico tenga una visión de largo plazo y dé continuidad a los planes y proyectos, que trascienda a los períodos gubernamentales.

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 considerará su inclusión al más alto nivel y se establecerán los enlaces interinstitucionales –que faciliten la formulación de políticas públicas, la coordinación y ejecución de programas y proyectos–, con las diferentes entidades que forman la estructura organizacional del Estado en su conjunto, indispensables para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad turística nacional; por tal razón, se implementará:



- Gabinete Específico de Desarrollo Turístico. Se reestructurará la figura del Gabinete de Desarrollo Turístico, mediante un Acuerdo Gubernativo, que modifique el Acuerdo Gubernativo No. 227-2008, de fecha 16 de septiembre de 2008, y reformado por el Acuerdo Gubernativo No. 3-2010, de fecha 5 de enero de 2010, dirigido por el Vicepresidente de la República, e integrado por:
 - a) El Vicepresidente de la República, quien lo preside y coordina
 - b) Ministro de Relaciones Exteriores
 - c) Ministro de Gobernación
 - d) Ministro de Economía
 - e) Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda
 - f) Ministro de Ambiente y Recursos Naturales
 - g) Ministro de Cultura y Deportes
 - h) Secretario de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia
 - i) Secretario de Planificación y Programación de la Presidencia
 - j) Secretario de Turismo de la Presidencia
 - k) Secretario de Comunicación Social de la Presidencia
 - l) Director del Instituto Guatemalteco de Turismo
 - m) Coordinador General del Comité Ejecutivo del Programa Nacional de Competitividad
 - n) Comisionado Presidencial para el Desarrollo Rural Integral

Cuando la agenda de las reuniones del Gabinete Específico de Desarrollo Turístico lo requiera, en atención a su agenda prevista, por conducto de la Vicepresidencia, se invitará a participar a funcionarios públicos, personas del sector privado o de la sociedad civil que se considere pertinente.

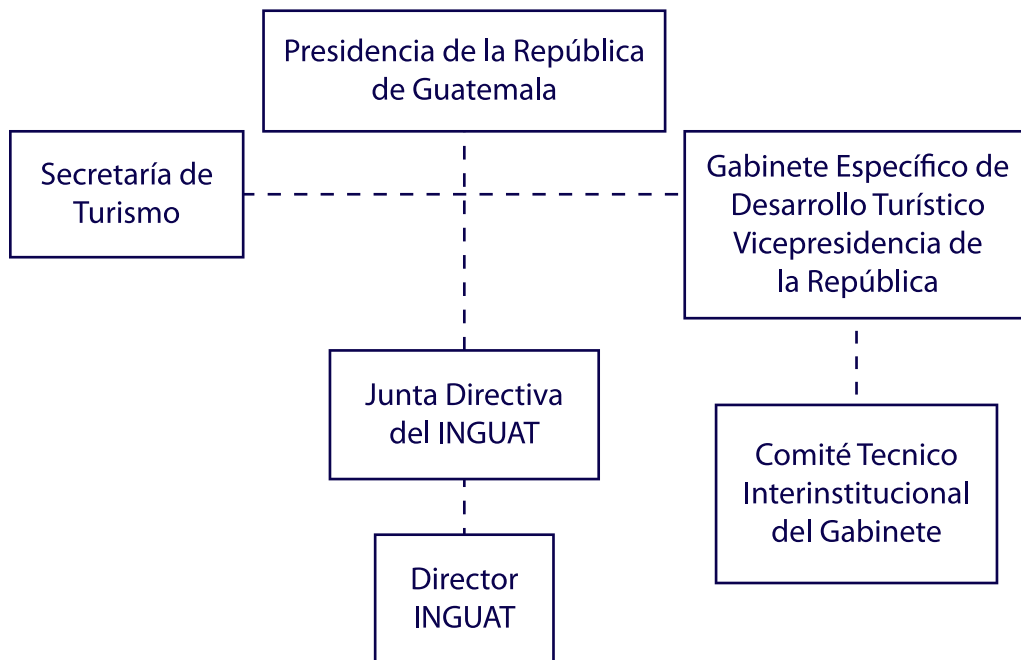
El Gabinete Específico de Desarrollo Turístico se reunirá ordinariamente en forma trimestral y extraordinariamente por convocatoria del Vicepresidente de la República o a solicitud de por lo menos cinco de sus integrantes.

El Gabinete Específico de Desarrollo Turístico funcionará por un plazo de cuatro años contados a partir de la vigencia del Acuerdo que le de vigencia, en forma *ad honorem*.

El Secretario de Turismo será a su vez el Secretario del Gabinete de Turismo. 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. Dicho Comité será dirigido por el Director de INGUAT.

Cada uno de los respectivos ministerios o secretarías podrá ejecutar 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.

- Paralelamente, para elevar la competitividad turística del país, se requiere del fortalecimiento del sector privado turístico para potenciar y desempeñar efectivamente su importante papel como interlocutor de la diversidad de empresas que conforman la industria turística. Es imprescindible que el sector empresarial turístico se unifique y fortalezca ya que actualmente se encuentra disperso en diferentes instancias nacionales y locales.



1.2 Estructura del Sector Turístico

Entidad	Descripción y Función
<p>Secretaría de Turismo de la Presidencia</p>	<p>Propone al más alto nivel gubernamental, en coordinación con diferentes sectores y entidades, las acciones necesarias para apoyar el desarrollo y consolidación de la oferta turística del país, así como la promoción y el fortalecimiento de la imagen de Guatemala como destino turístico de clase mundial. El Secretario de Turismo, participa en el Gabinete de Gobierno y es el asesor directo del Presidente de la República y del Gabinete Específico de Desarrollo Turístico, en esa materia. Tendrá a su cargo el monitoreo permanente de la implementación de la Política y su Plan Operativo, por parte del INGUAT como ente ejecutor, gestionando al más alto nivel el marco regulador, así como políticas y proyectos que contribuyan a elevar la competitividad del sector. Adicionalmente funge como Secretario del Gabinete Específico de Desarrollo Turístico.</p>
<p>Gabinete Específico de Desarrollo Turístico</p>	<p>Es dirigido por la Vicepresidencia de la República y tiene potestad de reunir a los tres poderes del Estado, autoridades y actores locales. A cargo de propiciar y facilitar la coordinación interinstitucional para la implementación de la Política en el ámbito nacional.</p> <p>Facilita la formulación de políticas públicas, la coordinación y ejecución de programas y proyectos previamente por las diferentes entidades que forman la estructura organizacional del Estado en su conjunto, indispensables para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad turística nacional.</p>
<p>Comité Técnico Interinstitucional</p>	<p>Coordinará y dará seguimiento a las comisiones operativas encargadas de la ejecución de los programas y proyectos aprobados en el Gabinete Específico de Desarrollo Turístico. La coordinación de esta instancia estará a cargo del Director del INGUAT.</p>

<p>INGUAT</p>	<p>Ente rector del turismo y responsable de la implementación y ejecución de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022 y la consecución de sus resultados. Propicia la asociación productiva entre los sectores público-privado y las comunidades anfitrionas. Es a la vez, el ente facilitador y coordinador con otras instancias públicas y privadas que contribuyan al desarrollo del turismo.</p>
<p>Junta Directiva de INGUAT</p>	<p>Dentro de las atribuciones de la Junta Directiva estará la Dirección General del INGUAT, la cual estará integrada en forma paritaria por representantes del sector público y privado turístico, con el objeto que el desarrollo turístico tenga una visión de largo plazo y dé continuidad a los planes y proyectos.</p>
<p>Dirección General de INGUAT</p>	<p>El Director General del INGUAT tiene funciones ejecutivas, orientadas a la implementación de la Política e implementará las directrices emanadas de la Junta Directiva y basadas en dicha Política. Participa en el Gabinete de Turismo. Así mismo coordina el Comité Técnico Interinstitucional del Gabinete de Turismo. El INGUAT contará también con un Sub-Director General.</p>
<p>Sector Privado Turístico Organizado</p>	<p>Tiene la responsabilidad compartida de liderar la ejecución de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022. Para el desarrollo competitivo del sector, 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. Designan representantes para la Junta Directiva de INGUAT mediante proceso de elección, según se establezca en el reglamento específico que se elabore para dicho fin.</p>

<p>Comités de Autogestión turística CATS</p>	<p>Los CAT serán integrados por los actores clave de su ámbito de acción, tanto del sector privado como del sector público, dentro del que se encuentran las autoridades municipales y departamentales. Asimismo, actuarán como vínculo con los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, así como con los Grupos Gestores. Los CAT gestionarán y canalizarán fondos del Consejo de Desarrollo Departamental y otras fuentes financieras disponibles en los niveles locales hacia proyectos turísticos consensuados en el seno de los mismos.</p>
<p>Gobiernos Municipales</p>	<p>Principal actor en el proceso de planificación del desarrollo turístico de sus municipios, especialmente aquellos que tienen bajo su cargo y jurisdicción el manejo de la administración pública en ciudades, patrimonio natural y cultural o destinos turísticos.</p>
<p>Comisión de Turismo del Congreso de la República</p>	<p>Es el órgano técnico del Congreso de la República para el estudio y conocimiento de diversos asuntos en materia turística, así como para generar iniciativas de ley que impulsen el desarrollo, fortalecimiento y competitividad de la industria turística.</p>

1.3 Fortalecimiento de 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 fortalecerán las instancias locales de coordinación turística.

Comités de Autogestión Turística, CAT

Como instrumentos vitales para el desarrollo turístico local, mediante el proceso de conformación de clusters, la figura del Comité de Autogestión Turística es la base de la planificación del desarrollo turístico competitivo del país.

INGUAT dentro de los Comités de Autogestión Turística, actúa como facilitador y asesor de las funciones de desarrollo de producto y promoción turística de los

municipios o sitios en donde se establezcan estos comités, así como propiciador, a mediano plazo, de que obtengan autonomía en la gestión de su propio desarrollo.

Se impulsará una alianza estratégica con los Grupos Gestores, con el fin de promover proyectos y programas que contribuyan al desarrollo económico y rural en las diversas regiones del país.

En conjunto con los asesores técnicos del INGUAT, el Programa Nacional de Competitividad; el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, INTECAP; expertos nacionales e internacionales, asociaciones 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 en línea con el Plan Maestro de Turismo Sostenible, y su respectiva cartera de proyectos.

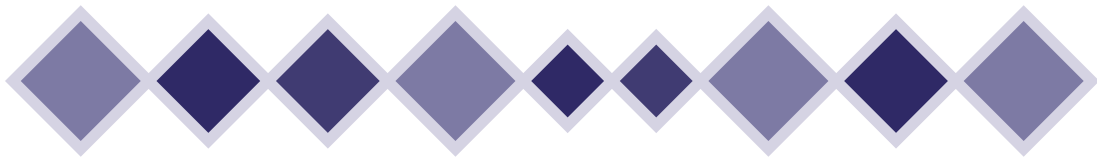
El papel del INGUAT, respecto a la obtención de financiamiento, será certificar que el proyecto se encuentra contemplado dentro de las prioridades establecidas en esta Política y el **Plan Maestro de Turismo Sostenible** (PMTS). Los programas y proyectos seleccionados por el Comité de Autogestión Turística podrán ser ejecutados por la Municipalidad de la localidad, conjuntamente con los correspondientes Consejos de Desarrollo, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

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.

Los Comités de Autogestión Turística CAT de cada departamento integrarán una mesa de coordinación a nivel departamental, en la cual se llegará a consensos sobre los proyectos y actividades para el desarrollo local. Contarán con personería jurídica y con el Reglamento que normará su funcionamiento.

EJE 2

Desarrollo Turístico Sostenible



EJE 2: Desarrollo Turístico Sostenible

Las nuevas tendencias de la demanda turística internacional han evolucionado hacia el turismo más respetuoso del medio ambiente y de las culturas locales, que busca el contacto del turista con la naturaleza, en su afán de escapar del entorno urbano e impersonal en el que vive y trabaja.

Esta tendencia también se refleja en el inversionista potencial, que deseoso de asegurar la competitividad y en general el éxito de la inversión, persigue aquellas oportunidades en las que la armonía entre los intereses económicos, sociales, culturales y ambientales, es manifiesta.

En todos los países los gobiernos fomentan la sostenibilidad y la aplicación de buenas prácticas, sobre la base de **Criterios Globales de Turismo Sostenible** en el desarrollo de la actividad turística que realizan empresarios, turistas, comunidades y gobierno.

Sin embargo, particularmente en los países en desarrollo como Guatemala, los gobiernos municipales y sus comunidades deben sensibilizarse y apoyarse para que comprendan que la protección de su entorno, así como de su patrimonio natural y cultural, además de ser una potencial fuente de ingresos incidirá positivamente en el mejoramiento de su calidad de vida; en vista de que unido a la presión que ejerce la llegada de turistas y la actividad que realizan los empresarios en un destino, un alto porcentaje de la contaminación y depredación se realiza por la población local, en buena parte debido a los altos niveles de pobreza y extrema pobreza que se registran en el país.

Fortalecer los gobiernos municipales con los recursos financieros y capacidades administrativas y técnicas por una parte, para enfrentar los grandes retos de lograr el desarrollo económico, social, ambiental y cultural de sus localidades, es indispensable para alcanzar la sostenibilidad. Por lo tanto, se propiciará por medio del Gabinete Específico de Desarrollo Turístico, proyectos que mejoren las condiciones de vida en las comunidades del interior del país, dotación adecuada de infraestructuras y servicios básicos mínimos a ese nivel, por lo menos en los centros urbanos que funcionan como centros y subcentros de distribución turística; adecuados sistemas de disposición de desechos sólidos y líquidos, entre otros.

2.1 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.

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

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.

En el marco de la sostenibilidad y coincidiendo con los principios enunciados en el Código Ético Mundial para el Turismo, de la OMT, se declara que: “Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad”, por lo que es función de todos los guatemaltecos velar por su conservación, para que continúen siendo fuente de bienestar y riqueza para las generaciones futuras. Como un aspecto relevante se debe abordar el tema de cambio climático y medio ambiente⁴, en virtud de que el turismo depende en gran parte del clima, los recursos naturales y el ambiente.

Se trabajará en conjunto con el IDAEH, MARN, MICUDE, CONAP y otras instancias involucradas en el manejo de patrimonio cultural y natural, lo relativo a la medición de la capacidad de carga de los sitios. Dicha información será al sector turístico en general, así como a las comunidades anfitrionas, para su manejo bajo el criterio de sostenibilidad.

2.2 Certificación de calidad

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, es imperante la revisión y actualización de la clasificación de entidades turísticas nacionales.

Con el propósito de lograr calidad integral de los servicios turísticos en nuestro país, el INGUAT, desarrollará el **Programa de Clasificación, Calidad, Sostenibilidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos**.

Dicha certificación representará una herramienta de mercadeo de un producto competitivo, diferenciado y confiable a la vista de clientes actuales y potenciales, siendo a la vez un incentivo para que los empresarios se motiven a implementar planes para la mejora constante de sus negocios, tanto en lo que respecta a la calidad de los servicios, como al manejo sostenible de los mismos.

2.3 Turismo Social y 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 privado y público, para el desarrollo de una oferta turística que se adapte a las necesidades de estos segmentos del mercado.

⁴ Guatemala es uno de los 10 países más vulnerables al cambio climático y uno de los tres más afectados por eventos climatológicos en los últimos años.

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, por lo que se impulsarán los programas y proyectos que permitan calificar a Guatemala como un destino amigable para este grupo objetivo.

2.4 Códigos de Ética

Se impulsará la implementación del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT, así como la puesta en práctica de los Códigos de Ética y Conducta para las empresas, los operadores, las comunidades y los turistas, los cuales fueron basados en el Código antes mencionado y desarrollados en el marco del programa de rutas de turismo cultural con comunidades mayas “Pueblos Mayas”.

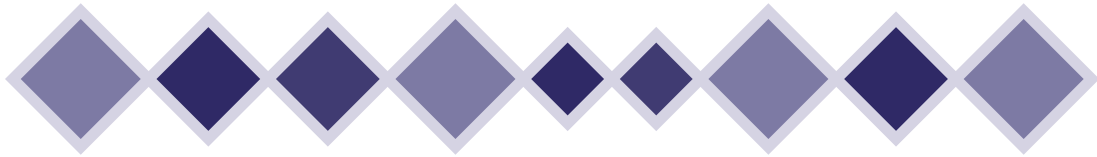
Estos buscan la valorización y conservación de las manifestaciones culturales, la interacción e intercambio de respeto mutuo y ética entre turistas y comunidades, la participación de las comunidades en el proceso de gestión y desarrollo turístico, la contribución de los beneficios de la actividad turística en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, y el fortalecimiento del respeto, conservación y uso sostenible de los recursos naturales de las comunidades.

2.5 Alianzas con Instituciones y Organismos que impulsen la Sostenibilidad.

Se promoverán las alianzas y proyectos de cooperación con instituciones privadas, organizaciones y empresas con experiencia en el impulso de programas de sostenibilidad, con lo cual se puedan realizar acciones de formación, desarrollo y mercadeo, entre otros. Asimismo, se propiciará la ejecución de programas con los cuales se vean beneficiadas las pequeñas y medianas empresas en la implementación de buenas prácticas sostenibles.

EJE 3

Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística



EJE 3: Consolidación y Diversificación de la Oferta Turística

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

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

Adicionalmente se fomentará el desarrollo de las áreas turísticas prioritarias del país, a través de acuerdos por las autoridades municipales y las comunidades anfitrionas, la Oficina de Control de Reservas Territoriales del Estado –OCRET, el Ministerio de Recursos Naturales y Medio Ambiente – MARN, el Ministerio de Cultura y Deportes - MICUDE, el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda - MICIVI, entre otros.

Se gestionará ante las entidades competentes, que se lleve a cabo la reinversión de los recursos financieros que se generen por cobros de ingreso y otros, en las áreas naturales, monumentos culturales y sitios arqueológicos para efecto de su desarrollo y mantenimiento.

Paralelamente, resulta imprescindible disminuir la presión sobre los destinos existentes, ya que se percibe que algunos han alcanzado o están por alcanzar el punto de máxima utilización, sobrepasando la capacidad de carga turística, por lo que se impulsará la diversificación de la oferta turística del país, por regiones y segmentos con mayor potencial.

Por medio de esta diversificación se busca desarrollar un turismo activo, rural, de aventura e interés especial, en el marco de un destino cultural, dotado de una impresionante riqueza natural⁵, que apoye la conservación y protección de los recursos, que sea acorde con las nuevas y crecientes tendencias del mercado internacional, sin descuidar aquellos productos que por sus características particulares son capaces de captar el turismo interno, tan importante para promover

⁵ 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.

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.

3.1 Planificación Turística

En el país se han identificado siete regiones turísticas:

1. **Guatemala, Moderna y Colonial**
2. **Altiplano, Cultura Maya Viva**
3. **Petén, Aventura en el Mundo Maya**
4. **Izabal, un Caribe Verde**
5. **Las Verapaces, Paraíso Natural**
6. **Pacífico, Exótico y Diverso**
7. **Oriente, Místico y Natural**

Tomando en cuenta la dinámica del sector turístico a nivel mundial y la importancia de validar el ordenamiento territorial, se desarrollará el **Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible (PMTS) 2012-2022**, el cual cumplirá con el siguiente objetivo:

Planificación y ordenamiento territorial de Guatemala en función turística, de mediano y largo plazo, identificando las áreas de desarrollo turístico de interés nacional así como la planificación de los programas, proyectos y productos turísticos sostenibles que las conforman.

Asimismo, mediante el PMTS se pondrá en valor la oferta turística actual y se promoverá su diversificación con una adecuada planificación, en función de la demanda y orientada al desarrollo de las comunidades anfitrionas, lo que permitirá volver más competitivo y sostenible al sector turístico.

Para la formulación de dicho PMTS se tomarán en cuenta los planes de desarrollo turístico existentes en algunas de las regiones y se formularán los que aún no se han desarrollado, homologando su estructura e integrándolos al mismo.

3.2 Compromisos de Corto y Mediano Plazo

Con el propósito de dinamizar el desarrollo turístico en las áreas turísticas del país, se establecen los **Compromisos** mínimos de ejecución por parte del Gobierno Central para los próximos diez años, que constituye el horizonte temporal de la presente política:

Compromisos en el Corto Plazo (2012 – 2015):

Se crearán las condiciones necesarias para avanzar en el desarrollo turístico del departamento de **Petén**, como cuna de la civilización Maya y por la importancia que reviste el cambio de era según el calendario solar Maya. Para impulsar el turismo en esta región se ejecutará un Plan Integral de Desarrollo de Producto y Mercadeo, en coordinación con otras entidades que actualmente ejecutan proyectos orientados a dicho fin.

Asimismo, dentro de las acciones se continuará impulsando el desarrollo turístico y puesta en valor de **El Mirador – Rio Azul**; por su invaluable patrimonio natural y cultural, propiciando su declaratoria como Patrimonio de la Humanidad ante la UNESCO, en coordinación con los actores clave.

Adicionalmente y dada la importancia del segmento de Cruceros para el desarrollo turístico de Guatemala, se gestionará la inversión en la construcción de la **terminal de cruceros en el mar Caribe**.

Con el espíritu de elevar la competitividad de Guatemala en el segmento de reuniones, se propiciará la construcción del **Recinto Ferial y Centro de Convenciones de la Ciudad de Guatemala**, en el lugar que reúna las mejores condiciones para dicho fin.

Adicionalmente se continuará apoyando el **Plan de Desarrollo del Litoral del Pacífico**, mediante la creación de recorridos que aprovechen, entre otros, el humedal Manchón-Guamuchal, el Sitio Arqueológico Takalik Abaj y el corredor que comunica a la Costa Sur con la Región del Altiplano Occidental, Sololá y Quetzaltenango, entre otros. De igual forma se apoyarán las gestiones para la declaratoria de Takalik Abaj como Patrimonio de la Humanidad por UNESCO.

Con ocasión del Oxlajuj B´aktun, que constituye el final de la cuenta larga del Calendario Maya y tomando en cuenta la importancia de contribuir con el desarrollo económico en el área rural, se promoverán las **rutas** desarrolladas dentro del programa Pueblos Mayas:

- 1. Calendario Maya**
- 2. Dualidad Maya**
- 3. Universo Maya**
- 4. De los B´aktunes**

Compromisos en el Mediano Plazo (2015 – 2022)

Las autoridades de gobierno seguirán el proceso en la línea trazada por el gobierno anterior y deberán asumir los siguientes compromisos para continuar apoyando el fortalecimiento de la industria turística del país:

El desarrollo de la **Costa Atlántica**, tomando en cuenta que Guatemala muestra una desventaja comparativa y competitiva en el desarrollo del producto de playas, el cual se debe contrarrestar con un desarrollo diferenciador que combine éstas con productos excepcionales culturales y naturales creando recorridos únicos e innovadores, de reservas naturales, sitios arqueológicos y poblados que mantienen su cultura ancestral. Por ejemplo Punta de Manabique, Punta de Palma, Río Dulce y Lago de Izabal, Sitio Arqueológico de Quiriguá, y poblados como Livingston, que conservan la riqueza de la cultura garífuna.

Adicionalmente, para elevar la competitividad de Guatemala en el segmento de Cruceros, se impulsará la inversión para el proyecto de **construcción de la terminal de cruceros en la Costa Pacífica**.

Asimismo, Guatemala debe consolidar su posicionamiento como un destino cultural, por lo que debe fortalecer un desarrollo turístico integral en la región del Altiplano, ya que es donde la cultura viva se manifiesta con mayor esplendor. Para ello se promoverán los proyectos de infraestructura y servicios que permitan elevar la competitividad y conectividad de los diferentes destinos turísticos que ahí se ubican.

La región de **Alta y Baja Verapaz** destaca por su invaluable diversidad y riqueza natural, además de contar con manifestaciones culturales declaradas Patrimonio Intangible de la Humanidad, como el Rabinal Achí, por lo que es importante impulsar su conservación y promoción. Adicionalmente se harán las gestiones respectivas para dotar a esta región de la infraestructura y servicios necesarios para constituirse en un polo de desarrollo turístico sostenible.

La región de **Oriente** alberga patrimonio cultural y manifestaciones religiosas de alto reconocimiento nacional e internacional, adicional a su riqueza natural y una posición geográfica estratégica, en la región del Trifinio; por lo que se impulsará el desarrollo de producto, infraestructura y servicios para que se convierta en otro polo turístico, de gran interés a nivel nacional, regional e internacional.

3.3 Coordinación para el Desarrollo Integral de los Destinos Turísticos

Es importante tener presente que el desarrollo de cada área priorizada, requiere de un esfuerzo integral y armonizado del sector público, el sector privado y las comunidades beneficiadas, llevando a cabo un proceso de clusterización mediante el cual se integren todos los actores y cada uno desempeñe el rol que le corresponde, para contribuir al desarrollo turístico competitivo de cada región.

Con el fin de impulsar la inversión en la construcción de vías de acceso; prestación de servicios básicos: agua, telecomunicaciones, luz y drenajes; seguridad, servicios médicos y controles sanitarios; medidas de protección y conservación del patrimonio natural y cultural; campañas de promoción y de concienciación turística, educación y formación, control y manejo de la basura, señalización, líneas de crédito para la inversión turística, entre otros, se generarán propuestas que serán canalizadas por medio del Gabinete Específico de Desarrollo Turístico, así como a otras instancias

a nivel nacional, como FONAPAZ, INFOM, entre otros. De igual forma se formularán proyectos para ser presentados a la Cooperación Internacional.

Dichas inversiones buscarán no sólo una rentabilidad financiera, sino la rentabilidad en los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales, logrando un desarrollo justo para todos los actores y equilibrado con el entorno.

3.4 Desarrollar el Programa de Fomento a la Inversión Turística

Conformación de una cartera de proyectos de impacto para el desarrollo turístico nacional

El desarrollo del producto turístico, congruente al ordenamiento incluido en el PMTS y los compromisos de mediano y largo plazo establecidos en la presente Política, implica necesariamente la ejecución de proyectos de inversión pública y privada, factibles de ser promocionados y negociados en los ámbitos local, nacional e internacional.

De acuerdo con el PMTS, en el cual se incluirá la evaluación de la situación actual y las perspectivas de desarrollo, tanto de los principales destinos turísticos como de los nuevos productos, se conformará una **Cartera de Proyectos**, elaborada a nivel de prefactibilidad, orientada al inversionista nacional y extranjero, a los sectores público y privado.

La cartera de proyectos será coordinada por INGUAT a través de la **Unidad de Promoción de Inversiones** y en conjunto con el **Programa Invest-In Guatemala**, se desarrollarán las herramientas adecuadas para su promoción a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, se propiciará la figura de las **Alianzas Público-Privadas**, para el desarrollo de los proyectos que se enmarquen dentro del marco regulatorio establecido para tal fin.

Cabe destacar que los proyectos correspondientes al sector público serán ejecutados por las diferentes instancias, según su especialidad y competencia, bajo la coordinación del Gabinete Específico de Desarrollo Turístico.

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

El INGUAT participará activamente en la orientación de la visión de desarrollo turístico, en las instancias en donde se definen las prioridades de contenidos y áreas

geográficas de la cooperación bilateral con países amigos (AECID, JICA, USAID, GIZ, etc.). Asimismo, INGUAT liderará la definición de propuestas en coordinación con SEGEPLAN, ante los organismos de cooperación multilateral.

Se sensibilizará a las autoridades locales sobre la importancia de la planificación e implementación de proyectos de desarrollo turístico, en el marco del PMTS, con la finalidad de identificar y encontrar fuentes de financiamiento en las municipalidades, Concejos de Desarrollo Departamental, CODEDE; y presupuesto del Estado, entre otras.

La cartera de proyectos también considerará acciones prioritizadas relacionadas con:

a. Mejora del paisaje natural y cultural

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

b. 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 Específico de Desarrollo Turístico, según su especialidad y competencia, tales como infraestructura vial, red de instalaciones sanitarias, suministro de energía eléctrica y agua potable, sistemas de recolección, disposición y tratamiento de basuras, servicios de salud, comunicaciones, entre otros.

Resulta vital el mantenimiento de los tramos viales existentes (vías principales y alternas) a efecto de garantizar en temporada seca y lluviosa los desplazamientos turísticos en forma segura a los destinos turísticos del país.

Es importante realizar y priorizar propuestas de macro y micro estructura vial para la comunicación desde y hacia los centros de distribución y estadía, y los centros de interés turístico, a efecto de asegurar el adecuado acceso a los mismos.

c. 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. Se fomentará que la utilización de los ingresos por concepto de impuesto de la salida por vía aérea, sean invertidos en el desarrollo de proyectos de interés turístico.

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

Animación cultural

Tomando en cuenta que el patrimonio cultural constituye la principal motivación de la visita del turista a nuestro país, se hace necesario que el Ministerio de Cultura y Deportes y las asociaciones locales públicas y empresariales desarrollen programas que promuevan las manifestaciones artísticas, la gastronomía y las artesanías; también que den a conocer las festividades tradicionales, ferias y eventos que se realizan en los diferentes lugares de interés turístico.

En el marco de las acciones de animación cultural es importante fomentar y apoyar festivales y actividades culturales que 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.

Fomento a la Inversión Turística

Con el objeto de promover nuevas inversiones, la generación de empleo y la mejora de factores que contribuyan a incrementar la productividad y la competitividad, se impulsará la aprobación de la **Ley de Promoción de Inversiones, Empleo y Productividad**, tomando en cuenta que el sector turístico se encuentra incluido en el sector servicios, en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Debido a que el turismo es un sector estratégico para el desarrollo económico y social de Guatemala y que la potencialidad turística no siempre se da en las áreas más deprimidas del país, se promoverá que se otorguen los beneficios establecidos en la ley sin que necesariamente se tome en cuenta la priorización geográfica establecida en la misma, al igual que otros sectores estratégicos incluidos en dicha iniciativa.

Creación del Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala - FODESTUR

Con el objeto de impulsar el desarrollo de infraestructuras, servicios básicos, y facilidades turísticas de uso público en las áreas turísticas prioritarias del país, el INGUAT creará el FODESTUR, para lo cual asignará una cantidad no menor del uno por ciento (1%) anual de su presupuesto de ingresos.

La sostenibilidad financiera del FODESTUR se alcanzará mediante aportes que el Estado efectúe con producto de rentas fiscales disponibles y con donaciones que para el efecto se reciban de la cooperación financiera internacional.



El FODESTUR podrá también canalizar fondos a la micro, pequeña y mediana empresa turística por medio de entidades intermediarias financieras y en coordinación con el MINECO. Adicionalmente, el FODESTUR podrá manejar recursos financieros provenientes de fuentes nacionales y extranjeras.

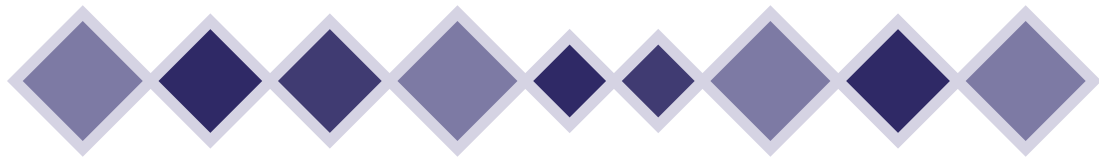
La administración del FODESTUR estará a cargo de una Comisión Interinstitucional integrada por el INGUAT, MINECO, SEGEPLAN y MINFIN.

Dadas las potencialidades del país y tomando en cuenta que el desarrollo rural es uno de los ejes prioritarios establecidos en la Agenda del Cambio (Plan de Gobierno), se impulsará el fomento al turismo rural como un instrumento de combate a la pobreza y un importante generador de empleo, en las diversas regiones del país.

A fin de propiciar la mejora continua de las empresas, de los nuevos encadenamientos empresariales productivos y de fortalecer los existentes, también se brindará 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, establecido en el PMTS.

EJE 4

Sistema de Información Turística



EJE 4: Sistema de Información Turística

El sistema de información turística constituye un importante medio para establecer estrategias y políticas puntuales de desarrollo y mercadeo del producto, que incide en forma determinante en la toma de decisiones en beneficio de la actividad turística.

Partiendo de que en Guatemala existe conciencia de las grandes potencialidades que ofrece el turismo, y que sin embargo, no se cuenta aún con los instrumentos de análisis macroeconómico que permitan demostrar con cifras el peso de éste en la economía nacional y su contribución e interacción con otros sectores, se construirá la **Cuenta Satélite de Turismo**, como parte fundamental del Sistema de Información, que genere 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.

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. Basándose en datos estadísticos confiables y del empleo de una metodología consistente que deberá hacer uso de las innovaciones tecnológicas en el manejo de la información y en su posterior difusión y comunicación.

4.1 Estudios integrales y efectivos de inteligencia de mercados: Oferta y Demanda Turística

a. Unidad de Inteligencia de Mercados Turísticos

Como parte medular de la realización de estudios integrales de investigación de mercados, se implementará la **Unidad de Inteligencia de Mercados Turísticos** para fomentar la competitividad y desarrollo sostenible del sector turístico. Para ello, se hará una re-ingeniería de la estructura existente, dotándola de la tecnología, equipo y recursos humanos necesarios, para su implementación.

La Unidad de Inteligencia de Mercados permitirá conocer las nuevas tendencias de la demanda y las oportunidades de negocio que surgen en el ámbito internacional; elaborará estudios sobre la potencialidad turística de las diferentes unidades territoriales, brindará a las MIPYMES turísticas, con énfasis en las del interior del país, acceso a información específica de acuerdo al giro de sus negocios que les permita desarrollarse y fortalecer su gestión empresarial, de manera que proporcionándoles un flujo continuo de información, tengan herramientas que les proporcionen las bases para sus gestiones administrativas y puedan tomarse decisiones que incrementen las cifras de la industria.

Puntualmente, a través de esta Unidad, se identificarán y estudiarán los mercados, segmentos y nichos prioritarios y potenciales, en el corto, mediano y largo plazo para los productos turísticos del país. Asimismo, recopilará y mantendrá información actualizada sobre los productos y precios de la competencia.

Por lo tanto, la inteligencia de mercados será la base para fundamentar los planes de INGUAT, en sus respectivas divisiones de Desarrollo de Producto y Mercadeo.

Asimismo, se establecerán los mecanismos de coordinación permanente entre las Divisiones de Mercadeo, Desarrollo de Producto y Administrativa, para la eficaz implementación de la presente Política.

b. 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 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, será INGUAT quien lidere esta iniciativa 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.

Los esfuerzos de INGUAT en las acciones para la elaboración de la CST, se realizarán en forma periódica, mediante el uso de la misma base y la información necesaria para completar las tablas respectivas; por lo que se deberá dar seguimiento a la sistematización y continuidad de las mismas.

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. No obstante, es necesario realizar un estudio del impacto del turismo interno, especialmente en las áreas de alojamiento, transporte, alimentos y bebidas.

Se actualizará la información turística en sus diferentes catálogos (sitios de interés turístico, registro de empresas turísticas, datos estadísticos, rutas alternas que son monitoreadas por el Programa de Asistencia al Turista, etc.) del Geoportal que se administra por INGUAT. Esta información podrá ser visualizada por usuarios externos, por medio de un servidor de mapas dinámicos, para consulta e información previo a realizar un viaje en el país, y así cumplir con la divulgación de los atractivos turísticos naturales y culturales.

El Geoportal, es una infraestructura de datos espaciales en un sitio web, con servicios de mapas dinámicos, basado en tecnología de los sistemas de información geográfica, que tiene como objetivo ofrecer información turística Geoposicionada, oficial del país, de forma práctica, precisa y actualizada, dando a conocer los principales atractivos turísticos naturales, culturales y socioeconómicos, así como su facilidades, los cuales a través de una búsqueda, muestran su ubicación en el mapa, breves descripciones, galería de fotografías, y servicios básicos que estos prestan; convirtiéndose en una herramienta de uso práctico para la elaboración de rutas basadas en la selección de lugares de interés a visitar en su próximo viaje dentro de Guatemala.

Se continuarán impulsando proyectos que contribuyan al desarrollo de herramientas estratégicas y de alto impacto en la promoción y posicionamiento de Guatemala como destino cultural y de naturaleza mega diversa, como el caso de la Guía Turística y sitio web “Viaje por las Areas Protegidas de Guatemala” www.turismo-sigap.com

Paralelo al proceso de conocer y documentar el turismo receptor, es importante medir y entender el comportamiento de los diferentes países del mundo, por lo que se realizarán estudios que permitan conocer la dinámica de los diferentes países de manera que los esfuerzos de promoción se puedan direccionar de una manera más efectiva a fin de optimizar los costos de la misma.

4.2 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 nacionales y extranjeros, universidades, estudiantes, medios de comunicación, líderes de opinión y público en general. Cada uno de los usuarios antes señalados será analizado para satisfacer en forma efectiva sus necesidades de información.

Cabe señalar el importante papel que desempeñan, dentro del sistema de información, las Misiones Diplomáticas de Guatemala en el exterior, en particular, las personas encargadas de la actividad turística en dichas Misiones, en países considerados como prioritarios y potenciales para Guatemala.

EJE 5

Competitividad Turística



EJE 5: Competitividad Turística

Mejorar el clima de negocios para atraer inversión nacional y extranjera, generadora de oportunidades de empleos formales para los guatemaltecos, es uno de los objetivos del **Eje de Desarrollo Económico Competitivo del Plan de Gobierno 2012 – 2016**.

En tal sentido, la competitividad se constituye en el factor fundamental y transversal de las acciones y políticas públicas que se impulsen, para ofrecer mejores oportunidades para los guatemaltecos y edificar una Guatemala próspera, solidaria y equitativa.

Es por ello que el Gobierno Central lanzó en febrero del 2012, la **Agenda Nacional de Competitividad 2012-2022**, la cual es coordinada por el Comisionado Presidencial para la Competitividad y la Inversión y el Ministerio de Economía, cuyo objetivo es posicionar a Guatemala como uno de los mejores lugares para invertir, generar empleo y hacer negocios de Mesoamérica.

La ANC se divide en seis ejes estratégicos en los cuales clasifica sus principales acciones para generar un proceso sostenido de crecimiento inclusivo:

- 1. Sociedad sana, educada, capacitada e incluyente**
- 2. Modernización y fortalecimiento institucional**
- 3. Sostenibilidad social y ambiental**
- 4. Descentralización y desarrollo local**
- 5. Fortalecimiento de infraestructura productiva y tecnológica**
- 6. Fortalecimiento del aparato productivo**

Los primeros dos ejes corresponden a reducir los limitantes de crecimiento imperativos, mientras que los siguientes tres se enfocan en eliminar las restricciones estratégicas al crecimiento. El último eje apuntala a elevar las condiciones que generan valor en el país a través de impulsar la rentabilidad privada y social del aparato productivo del país. El avance de la agenda en estos seis ejes constituye el factor determinante para elevar la competitividad de Guatemala y la creación de desarrollo sostenible que eleve la calidad de vida de sus habitantes.

La Agenda Nacional de Competitividad Turística establece líneas de acción específicas para el sector turístico, las cuales deben ser coordinadas por INGUAT, mediante las cuales se alcanzarán mayores niveles de competitividad en la industria turística y con ello elevar el índice de competitividad turística a nivel mundial, publicado anualmente por el Foro Económico Mundial, WEF.

Es importante destacar que las principales acciones establecidas para el sector turístico en la Agenda Nacional de Competitividad 2012 – 2022, van en consonancia con la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022.

Con el objeto de dar seguimiento a la implementación de la Agenda Nacional de Competitividad y la presente Política, se creará la **Unidad de Competitividad Turística** dentro de INGUAT que será el enlace con el PRONACOM, Invest in Guatemala y PACIT. Esta Unidad deberá reportar directamente a la Dirección y Subdirección de INGUAT.

Para elevar los niveles de competitividad turística de Guatemala, se deben implementar como mínimo, las siguientes líneas de acción:

5.1 Atracción de inversión privada

Se promoverá la inversión necesaria para el desarrollo de las áreas consideradas prioritarias, de conformidad con el ordenamiento territorial en función turística establecido en el *Plan Maestro de Desarrollo Turístico*, los compromisos al corto, mediano y largo plazo establecidos en la presente Política y los principales proyectos establecidos en los planes regionales y locales de desarrollo turístico, como resultado de los procesos de planificación turística participativa. En esta misma línea se promoverá la *Ley de Promoción de Inversiones, Empleo y Productividad*.

Así mismo se impulsará la cartera de proyectos relacionados con la mejora del paisaje natural y cultural, infraestructura general y servicios básicos, planta turística y animación cultural, entre otros.

5.2 Desarrollo de Clusters

Un tema relevante en la industria turística es la complementariedad, tangible e intangible, de redes formales e informales de actores y empresas (clusters) involucrados en la prestación de servicios turísticos y el desarrollo de productos turísticos, permitiendo la prestación de productos y servicios más integrados y competitivos.

Por lo anterior, se impulsará la conformación o fortalecimiento de clusters turísticos por servicios (alojamiento, alimentación, tour operación, transporte, etc.), por marco geográfico (regiones, rutas, etc.) o por productos turísticos (Turismo Rural Sostenible, Turismo Cultura, de Naturaleza, Deportes y Aventura, Voluntariado y Escuelas de Español, Turismo de Salud y Bienestar, Turismo de Reuniones y Cruceros). Para ello, se impulsará el trabajo coordinado a través de las Mesas específicas.

Se brindará apoyo a programas de encadenamientos productivos y asociatividad, que promuevan la interacción entre los actores relevantes, para lograr sinergias que les permitan ser más competitivos. Los miembros de los clusters cooperarán para mejorar su competitividad y para alcanzar objetivos comunes, así como para la implementación de los planes y proyectos que se generen en las mesas específicas.

5.3 Categorización de Servicios Turísticos

Con el propósito de lograr calidad integral de los servicios turísticos en nuestro país, el INGUAT, en un trabajo conjunto con el sector turístico, desarrollará el **Programa**



de Clasificación, Calidad, Sostenibilidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos.

Para ello se implementará el proceso de “**Regularización**” de la industria turística, mediante el cual se busca otorgar orden, estructuración y asesoría para los prestadores de servicios turísticos, a través de normas técnicas generadas en conjunto con la propia industria. Posteriormente se procederá a realizar una actualización y “**Registro**” de la totalidad de los prestadores turísticos a nivel nacional, mediante un mecanismo estandarizado que permita contar con un sistema de información para el turista, con empresas formalmente establecidas.

Se procederá a impulsar el programa de “**Certificación de Calidad y Sostenibilidad**” para las empresas registradas en INGUAT, la cual contará con normas técnicas que correspondan según la actividad de cada servicio, evaluando aspectos relacionados con la calidad, sostenibilidad y seguridad en la prestación de servicios turísticos. Las empresas que cuenten con la certificación de calidad y sostenibilidad, obtendrán el **Sello de Excelencia Turística** (que abarque todos los aspectos), lo que incrementará su nivel de competitividad en el mercado nacional e internacional.

INGUAT velará por el cumplimiento de las normas establecidas en el programa de Clasificación, Calidad, Sostenibilidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos Registro, incluyendo la normativa establecida para el uso del Sello de Excelencia. Todo ello, para brindar a los visitantes la mejor experiencia turística posible en Guatemala.

5.4 Facilitación turística

Dentro de las acciones tendientes a mejorar el clima de negocios y la competitividad en materia turística, se propiciará la mejora constante de la eficiencia administrativa.

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

Se realizarán esfuerzos para eliminar de forma progresiva los requisitos de visa aun vigentes y para agilizar su obtención con fines turísticos.

Asimismo, se plantean varias acciones en la facilitación de terminales de cruceros como una prioridad para elevar la competitividad del país en ese ámbito.

También se coordinarán esfuerzos con el Ministerio de Economía y el Programa Nacional de Competitividad PRONACOM, a efecto de promover la *Agenda Nacional de Competitividad* con acciones tendientes a agilizar los trámites, así como garantizar la seguridad y la certeza jurídica de las inversiones extranjeras que se efectúen en el sector.

Adicionalmente es necesario evaluar las formas para hacer más competitivo el traslado aéreo hacia y dentro de Guatemala, así como a la región centroamericana, con el objeto de contribuir a mejorar la situación de desventaja que representa el alto costo del boleto 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.

Asimismo, se realizarán esfuerzos permanentes, en coordinación con la Dirección General de Aeronáutica Civil para mejorar y ampliar la conectividad aérea y con las entidades competentes para impulsar la conectividad marítima y terrestre a Guatemala.

Es oportuno mencionar los esfuerzos realizados en la remodelación de los aeropuertos La Aurora en la ciudad capital y Mundo Maya en Petén, debido a que la mayor parte de turistas internacionales ingresan al país por esa vía. El aeropuerto La Aurora ostenta la categoría 1, según la Administración Federal de Aviación, conocida por sus siglas en inglés FAA, no obstante se impulsarán las mejoras en la recepción y salida de pasajeros que contribuyan a elevar el índice de competitividad turística de nuestro país, así como a realizar las gestiones pertinentes por medio del Gabinete Específico de Turismo, para impulsar las mejoras en otros aeropuertos del interior de la República.

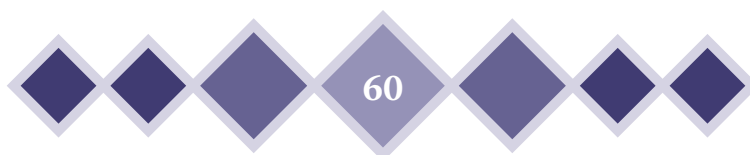
5.5 Innovación

El ambiente para desarrollar la tecnología y la innovación es la base para ser competitivos, pues facilita la creación de emprendimientos de alto impacto; aumenta las condiciones para crear empleo y mejorar los ingresos de las familias guatemaltecas.

Para lograr este objetivo, en la Agenda Nacional de Competitividad 2012-2022, se identificaron algunos lineamientos que fortalecerán la competitividad del país, los cuales son aplicables a la industria turística:

- Establecer e implementar una política de emprendimiento e innovación.
- Facilitar la formalización a todo nivel.
- Garantizar calidad de estudiantes y mano de obra capaz.
- Facilitar la inversión privada en proyectos estratégicos.
- Velar por el establecimiento de emprendimientos de alto impacto.
- Fortalecer la institucionalidad para el desarrollo tecnológico

Por lo anteriormente expuesto, se implementarán y apoyarán programas que fomenten la innovación en el sector turístico, relacionada con productos y servicios, en el sector público y privado.



5.6 Marco Legal

Con el objeto de elevar la posición de Guatemala en el Índice de Competitividad Turística a nivel mundial, se harán las gestiones respectivas ante el Organismo Ejecutivo y Legislativo, en coordinación con la Comisión de Turismo del Congreso de la República, para impulsar la aprobación de las siguientes iniciativas de ley:

1. **Creación de la Secretaría de Turismo de la Presidencia**
2. **Reformas a la Ley Orgánica de INGUAT**
3. **Ley de Atracción de Inversiones, Empleo y Productividad**
4. **Ley de Protección al Turista Nacional y Extranjero**
5. **Creación del Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico - FODESTUR**
6. **Ley de Pensionados y Rentistas**
7. **Ampliar a otros días festivos, la Ley de Asuetos vigente**
8. **Creación del Fondo Mixto de Promoción**

Mediante la aprobación de dichas leyes se mejorará el clima de negocios en el país, estableciendo el marco idóneo para el desarrollo y fortalecimiento de la industria turística en Guatemala.

5.7 Cultura y Formación Turística

Convencidos de que la educación, formación y gestión de los recursos humanos son aspectos clave en la sostenibilidad y competitividad de un destino turístico así como en la creación del valor agregado que tanto contribuye a diferenciar y especializar la oferta, se considera prioritario mejorar la calidad y cobertura de la educación en turismo en el país y fomentar la cultura turística.

En consecuencia, se desarrollarán acciones en las áreas de educación, capacitación y sensibilización, dirigidas a las empresas del sector turístico, las comunidades locales receptoras del turismo, al personal de entidades públicas y privadas que tienen contacto con el turista y a los guatemaltecos en general. Tales acciones se deberán adecuar a las características, idiomas y necesidades de la población objetivo.

También debe propiciarse un turismo responsable por parte de los visitantes, de quienes se espera que guarden un código de conducta en el marco de la ética, el respeto a la diversidad cultural, al medio ambiente y a las prácticas sociales de las comunidades. Se propiciará la difusión y conocimiento de los códigos de ética y conducta elaborados dentro del Proyecto de Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural en Comunidades Mayas de Guatemala.

Líneas de acción prioritarias:

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

Conscientes de la necesidad de elevar la calidad de la educación para el turismo e impartirla desde la niñez, y que la misma debe estar orientada a fortalecer la identidad nacional, la valoración y conservación de los recursos culturales y naturales, el respeto a la diversidad étnica y trato cordial al turista. Reconociendo la importancia de contar con centros educativos especializados en turismo, que abarquen desde el bachillerato hasta la universidad, que respondan de manera competitiva a las necesidades reales de la demanda y posibiliten la inserción de sus egresados en las empresas y entidades dedicadas a la actividad turística; se considera prioritario coordinar esfuerzos con el Ministerio de Educación así como con los 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.

Promover la ejecución de un programa de capacitación turística integral

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

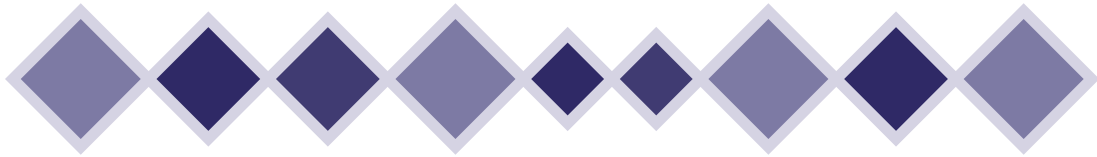
Programa de Cultura Turística

La cultura turística reconoce que dentro de la cultura de la sociedad, una parte está orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades anfitrionas, en el marco del desarrollo sostenible.

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

EJE 6

Mercadeo Turístico



EJE 6: Mercadeo Turístico

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, se establecerán estrategias de segmentación precisas, y en general, mecanismos más puntuales de promoción y comercialización, basados en la inteligencia de mercados que se llevará a cabo de forma permanente.

Asimismo, se identificarán los mercados, segmentos y nichos, con los destinos y productos ubicados en los diferentes espacios geográficos del país, que pueden satisfacerlos, para el desarrollo de planes de acción específicos que permitan potenciarlos.

La promoción y comercialización mantendrán una estricta congruencia con la oferta turística real del país, que con el objeto de no crear falsas expectativas en los visitantes. Las acciones de mercadeo evolucionarán en apoyo a la consolidación de los destinos clásicos, para paulatinamente ampliarse y especializarse conforme se vaya diversificando la oferta.

Asimismo, se continuará fortaleciendo el posicionamiento de Guatemala como destino turístico de clase mundial y la marca.

6.1 Marca

La marca refleja la identidad del país, resalta las características que lo hacen único y contribuye a fortalecer su posicionamiento como destino turístico de primer orden.

La marca **Guatemala, Corazón del Mundo Maya** expresa los valores del producto turístico del país, como son la diversidad, autenticidad, diferenciación, los recursos culturales y naturales únicos, así como la hospitalidad de los guatemaltecos.



La marca Guatemala, Corazón del Mundo Maya, se vinculará a eventos y congresos que se realicen en el país o en el exterior, tales como exposiciones arqueológicas, fotográficas, de artesanías, modas y conciertos, entre otros, así como a los esfuerzos de promoción de inversiones y exportación de servicios.

Así mismo se vinculará 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 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 imprescindible el uso de la marca Guatemala por parte de los principales actores del cluster turístico y en los sitios de interés turístico, con el objeto de transmitir una imagen confiable e integral del sector, que garantice una experiencia de calidad, por lo que se fomentará el uso de la misma, según la normativa desarrollada para dicho fin.

La marca contará con el registro respectivo, así como con el manual de uso de la misma.

a. Posicionamiento

Se fortalecerá el posicionamiento del país 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.

Es por ello que se continuará impulsando el posicionamiento de la marca del destino: **Guatemala, Corazón del Mundo Maya**, al implementar armoniacamente una serie de acciones del *marketing mix*, congruentes con el concepto que se desea transmitir, de forma tal que se enfatice este importante diferenciador de forma clara, sencilla, pero con la suficiente fuerza y contundencia, para que el mensaje llegue, sea recibido y retenido por el público objetivo.

Asimismo, se resaltarán 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.

La iniciativa interinstitucional **2012 Guatemala: El Amanecer de los Mayas** y su plan de acción, contribuirá a fortalecer el posicionamiento de Guatemala como cuna y corazón de la civilización Maya y como destino turístico competitivo a nivel mundial.

6.2 Mercadeo de la Oferta Turística

Con fines de promover los diferentes destinos turísticos del país, se continuará desarrollando acciones promocionales de acuerdo a las Siete Regiones turísticas,



debido a que cada una de ellas cuenta con características propias y productos complementarios lo que motiva la visita a cada una de ella:

1. **Guatemala, Moderna y Colonial**
2. **Altiplano, Cultura Maya Viva**
3. **Petén, Aventura en el Mundo Maya**
4. **Izabal, un Caribe Verde**
5. **Las Verapaces, Paraíso Natural**
6. **Pacífico, Exótico y Diverso**
7. **Oriente, Místico y Natural**

Adicionalmente, se promoverá el turismo de interés especial, por medio de planes específicos para productos/segmentos como:

1. **Turismo Rural Sostenible**
2. **Turismo Cultural**
3. **Turismo de Naturaleza**
4. **Deportes y Aventura**
5. **Voluntariado y Escuelas de Español**
6. **Turismo de Salud y Bienestar**
7. **Turismo de Reuniones**
8. **Cruceros**

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

Los planes estratégicos de mercadeo estarán orientados a atraer 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 ejecutará un programa de promoción de la oferta turística de Guatemala efectivo e innovador,

así como 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.

Es importante mantener una presencia permanente para lograr el posicionamiento de Guatemala como destino turístico en los segmentos y nichos de los mercados clásicos identificados como prioritarios: América del Norte (Estados Unidos y México); Europa (Reino Unido, Francia, España, Alemania e Italia); y Centroamérica, que constituye un mercado natural para el país, destacando El Salvador como el más importante, tomando en cuenta el número de visitantes que se registra anualmente.

Asimismo, se integrarán Brasil y Suiza dentro de los mercados prioritarios de Guatemala, en vista del alto nivel de gasto por viaje que ambos representan, y además en el caso de Brasil, debido al crecimiento de los flujos de viajes al exterior.

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

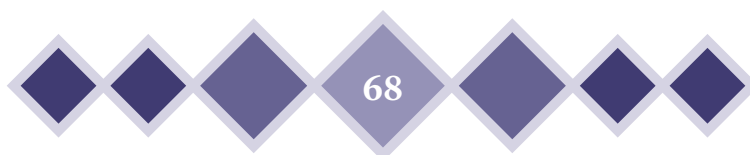
Asimismo, se continuará con las acciones de mercadeo en los segmentos y nichos de mercado de los siguientes países sudamericanos y caribeños: Chile, Argentina y Colombia, considerados de interés por las mejoras en la comunicación aérea, con la apertura de nuevas rutas y por el dinamismo de las relaciones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

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

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

Por lo anteriormente expuesto, se llevarán a cabo las siguientes iniciativas:

- Implementación de la **Unidad de Inteligencia de Mercados**, mediante la cual se contará con información estratégica para la elaboración de planes de mercadeo 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.



- **Plan Estratégico de Mercadeo Turístico:** Es prioritario contar con una visión de mercadeo integral, sostenible y de mayor alcance, por lo que se elaborarán planes de mercadeo estratégico (a tres años) y operacionales (de duración anual).
- **Planes Estratégicos de Mercadeo de los Productos Turísticos definidos como prioritarios:** Para la formulación, validación, seguimiento y monitoreo de los planes, se integrarán mesas específicas por producto turístico. Estas mesas tendrán los siguientes objetivos:
 - Consolidar los productos turísticos que ya se encuentren desarrollados y presenten niveles de madurez que permitan su promoción y comercialización.
 - Coordinar acciones con el sector privado para alcanzar niveles de presencia y notoriedad en canales de comercialización y público final en los mercados y segmentos meta.

6.3 Relaciones Públicas

Se establecerá un programa permanente de relaciones públicas con el objetivo de mejorar y mantener una imagen favorable de Guatemala como destino turístico. Además se buscará mantener un flujo de comunicación efectivo con los públicos meta previamente definidos.

Las estrategias de comunicación y relaciones públicas deberán estar dirigidas a: empresas del sector turístico, mayoristas, agencias de viajes, líderes de opinión, cuerpo diplomático y organismos internacionales, funcionarios públicos y medios de comunicaciones tanto nacionales como internacionales.

Para ejecutar las acciones de relaciones públicas en mercados meta podrá contarse con los servicios de agencias especializadas y con amplia experiencia internacional comprobable en el manejo de imagen de marca país y promoción de destinos turísticos para el desarrollo de un plan de acción, dirigido a los medios de comunicación y al sector profesional del turismo en dichos mercados, además de otros públicos meta.

El plan de comunicación y relaciones públicas deberá contemplar la participación activa de los medios de comunicación nacionales como actores fundamentales para la promoción de cultura turística en los guatemaltecos y el desarrollo del turismo interno. Institucionalmente se debe contribuir con la generación y facilitación de contenidos que sean de valor para la difusión en los distintos medios de comunicación.

Deberá contemplarse un plan de acción específico dirigido para cada nivel dentro de la estructura de medios de comunicación: a) Gerencia y Directores b) Editores y Jefes c) Reporteros y fotógrafos.

Deben aprovecharse las posibilidades que ofrecen las tecnologías de comunicación e información para la difusión de mensajes y establecer vínculos de comunicación con los públicos meta.

Contenido mínimo del plan de Relaciones Públicas:

- Comunicación proactiva
- Diseño, contenido, producción y distribución de Kit de Prensa.
- Elaboración de matriz de mensajes clave para el INGUAT y autoridades de turismo.
- Elaboración de Programa de Formación de Voceros institucionales.
- Elaboración y envío de boletín informativo en español, inglés y alemán. Con una sección especial dedicada a la divulgación de buenas noticias sobre el sector y el país en general.
- Monitorear la imagen percibida del destino y proponer acciones para consolidar el posicionamiento de Guatemala.
- Convocatorias y seguimiento a conferencias de prensa, presentaciones de destino, de nuevos productos y temas de interés.
- Agendas de entrevistas y reuniones clave de funcionarios de INGUAT en visitas oficiales a sus áreas de influencia.
- Organización de viajes de familiarización, filmación y prensa; envío constante de información dirigido a medios de comunicación interesados en generar cobertura positiva del país.
- Distribución de materiales promocionales y acciones de capacitación dirigidas a agencias de viaje de los mercados prioritarios.
- Coordinación de acciones con el Comité de Gestión de Crisis.
- Monitoreo de medios de comunicación y análisis de contenidos.
- Elaboración de contenidos diarios
- Gestión con medios de comunicación para colocar en agenda temas de interés para la promoción de la cultura turística y el posicionamiento de destinos no tradicionales.
- Contacto personal y visitas a medios de comunicación.

Viajes de Prensa y Filmación

Organizar viajes de prensa y filmación para propiciar la visita al país de periodistas especializados, equipos de filmación y líderes de opinión, interesados en generar reportajes que comuniquen una imagen positiva del país, y un mayor conocimiento de sus atractivos turísticos que despierte el interés de viajeros potenciales sensibles a la oferta turística guatemalteca.

Se buscará que la experiencia de viaje de los grupos de prensa y filmación gire en torno a los tipos de turismo prioritarios en esta Política.

Se implementarán blog-trips con el objeto de invertir a reconocidos bloggers turísticos por su alto impacto previo, durante y posterior al viaje.

6.4 Publicidad

Se realizarán campañas publicitarias cuidadosamente estructuradas con mensajes claros y congruentes con el posicionamiento de Guatemala establecido en la presente Política, ejecutadas de forma continua y sistemática. Se evaluará la realización de campañas dirigidas al intermediario y consumidor final de acuerdo a la prioridad del mercado o segmento.

Se monitoreará las campañas para medir su impacto y el nivel de respuesta que generan en la captación de la demanda. Las acciones publicitarias deberán ser antecedidas y respaldadas con esfuerzos serios, para ampliar la red de ventas y propiciar el mayor conocimiento del destino y la oferta de servicios por parte de los intermediarios y las personas que tengan contacto directo con los turistas potenciales.

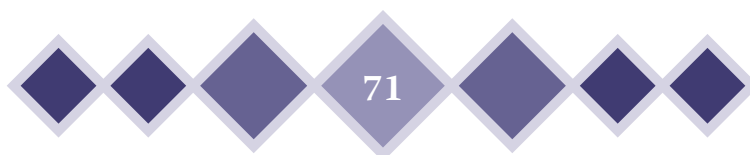
A través del uso de las nuevas tecnologías que están modificando los esquemas tradicionales de información, comunicación, distribución y ventas del producto turístico. Debido al constante cambio de la tecnología la evaluación de estas herramientas deberá ser permanente.

6.5 Estrategia de Mercadeo con el Sector Privado

Con el objeto de contar con una plataforma de diálogo y coordinación con el sector privado organizado, se creará la **Comisión de Mercadeo Turístico**, para recibir insumos e intercambiar información sobre los planes, programas y proyectos que se implementen en el área de mercadeo, y velar por transmitir una imagen positiva del país, de acuerdo a los lineamientos contenidos en este documento.

6.6 Representaciones en el Exterior

Se fortalecerán las acciones de promoción y ampliar la red de ventas a través de oficinas y/o representaciones en el exterior, ubicadas estratégicamente en



los mercados objetivo y el trabajo conjunto con los Agregados Comerciales y de Turismo en las embajadas y consulados de Guatemala, acreditados en los mercados considerados prioritarios, potenciales y de oportunidad.

Se organizarán periódicamente seminarios de actualización sobre Guatemala como destino turístico a Embajadores, Agregados Comerciales y de Turismo; así como proporcionar la inducción correspondiente al funcionario cuando asuma un cargo, en las embajadas de los mercados emisores prioritarios, potenciales y de oportunidad, principalmente, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exterior.

Se propiciará conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores, el desarrollo de acciones promocionales a través de las embajadas y consulados de Guatemala acreditados en los mercados potenciales y de oportunidad.

El mercado turístico está cada vez más dominado por la demanda y es preciso monitorearla para responder oportuna y eficientemente al respecto. En tal sentido, adquiere mayor importancia la labor de los delegados de turismo y las actividades que realizan en las áreas de investigación de mercado, la atención al público, la capacitación de intermediarios, las relaciones con mayoristas, agentes de viajes, prensa especializada y la participación en eventos de promoción y venta.

Se establecerán convenios anuales de trabajo con el Programa Nacional de Agregados Comerciales, de Inversión y Turismo - PACIT, para el desarrollo de las acciones de mercadeo y relaciones públicas en los mercados y áreas de influencia, en donde se cuenta con oficinas comerciales y de turismo.

6.7 Plan de Mercadeo de Turismo Interno

Se elaborará y ejecutará de forma anual un Plan de Mercadeo específico para impulsar el turismo interno, reconociendo que representa una importante fuente de desarrollo económico y social; que tiene un gran impacto en la redistribución del ingreso; que contribuye a disminuir la estacionalidad, impulsar la diversificación y a optimizar el uso de las instalaciones existentes.

Adicionalmente, es un medio idóneo para fortalecer la identidad nacional, la valorización y conservación del patrimonio natural y cultural del país. Dentro del plan se incluirán alianzas estratégicas, campañas cooperativas y acciones conjuntas con el sector privado, para fortalecer la promoción y comercialización del turismo interno.

Dentro del plan se incluirán alianzas estratégicas, campañas cooperativas y acciones conjuntas con el sector privado, para fortalecer la promoción y comercialización del turismo interno.

6.8 Plan de Mercadeo de Turismo Intraregional

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. Es por ello que se elaborará y ejecutará, de forma anual, un plan de mercadeo que impulse el turismo intraregional.

Dentro del plan se incluirán alianzas estratégicas, campañas cooperativas y acciones conjuntas con el sector privado, para fortalecer la promoción y comercialización del turismo intraregional.

6.9 Crear el Fondo Mixto de Promoción Turística

Se impulsará la creación del Fondo Mixto Promoción Turística, como instrumento para desarrollar y fortalecer la asociación entre los sectores público y privado, tanto en el área de planificación de las acciones de mercadeo, como en la ejecución y financiamiento de las mismas.

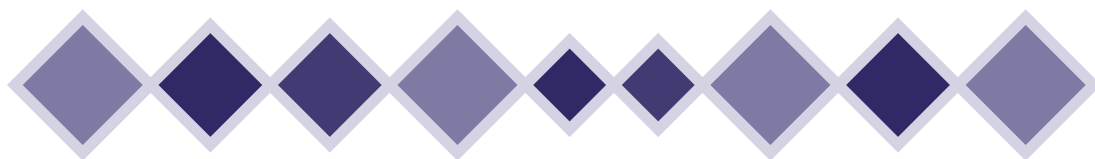
El Fondo se integrará con las aportaciones del INGUAT, así como con las de los prestadores de servicios turísticos y organizaciones nacionales e internacionales interesadas en impulsar la promoción de Guatemala como destino turístico de primer orden.

El propósito de dicho Fondo es el desarrollo y ejecución de planes integrales de mercadeo turístico, entre el sector público y privado para la ejecución de campañas de mercadeo a nivel nacional e internacional, así como para la implementación de programas que contribuyan a elevar la competitividad de Guatemala como destino turístico de clase mundial.

Para su implementación se integrará una comisión específica para realizar un benchmarking con los mejores modelos de fondos de promoción turística en Latinoamérica.

Asimismo, se harán las gestiones respectivas ante la Comisión de Turismo del Congreso de la República para impulsar la ley de creación de dicho fondo.

EJE 7
Programa Nacional de
Seguridad Turística



EJE 7: Programa Nacional de Seguridad Turística

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

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

7.1 Protección al turista

El Programa de Asistencia al Turista –PROATUR– del INGUAT elaborará un **Plan de Asistencia y Protección al Turista** con el apoyo del Ministerio de Gobernación, con el fin de crear condiciones de seguridad para los desplazamientos de los turistas nacionales y extranjeros dentro del país.

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 el PMTS; se establecerán acciones concretas para garantizar la asistencia y supervisión, tanto en las carreteras y caminos rurales donde transitan los turistas, como en los centros y atractivos que visitan.

Se impulsará el trabajo coordinado de seguridad preventiva a través de la **Mesa Técnica de Seguridad Turística**, con la participación de representantes del cuerpo consular acreditado en Guatemala, Ministerio de Gobernación, PNC; Ministerio de Relaciones Exteriores, Gobernación Departamental, Ministerio de la Defensa, CAMTUR, Gremial de Turoperadores de Turismo, COSEHOGUA y CATS.

Se impulsará el fortalecimiento del sistema de justicia para que los hechos delictivos cometidos contra turistas sigan procesos judiciales efectivos, y se sancionen los delitos que se cometen contra estos, con procesos ágiles que incidan en la reducción de tales hechos. En este sentido, se deberá proceder a la creación, en el seno del Ministerio Público, de una *Fiscalía Especial de Delitos contra Turistas*. En este contexto igualmente, se deberá impulsar la aprobación por parte del Organismo Legislativo de la *Ley de Protección del Turista Nacional y Extranjero*.

Asimismo, se harán las gestiones correspondientes para 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, el manejo del idioma inglés como mínimo, asegurar su educación y especialización, así como dotarla de los equipos de

comunicación y transporte que le permitan realizar una efectiva labor de prevención y protección de los turistas.

Adicionalmente, se fortalecerá el Programa de Asistencia al Turista –PROATUR– como enlace entre la iniciativa privada y los cuerpos de seguridad del Estado, otorgándole las facultades legales y administrativas necesarias para prestar un servicio de prevención y asistencia al turista, de forma eficaz.

7.2 Comité de Gestión de Crisis

Ante situaciones de crisis que pueden alterar el funcionamiento de la actividad turística en determinadas ocasiones, se hace necesario contar con un equipo multidisciplinario y de alto nivel, constituido con anticipación, el cual será el encargado de prever y gestionar las circunstancias de crisis que se presenten y que tengan una incidencia directa o indirecta en el desarrollo regular de la industria turística del país.

Por lo anterior, se creará el Comité de Gestión de Crisis a nivel central y local. Así mismo, se desarrollarán los Manuales de Operación y Comunicación que orienten su funcionamiento.

7.3 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 estudios⁶ realizados, además de los robos en carreteras, son comunes los robos a personas en calles y plazas, trayectos entre aeropuertos y hospedajes, sitios naturales y culturales; también se tiene conocimiento de la aplicación de tarifas arbitrarias por empresas de transporte (autobuses, taxis, embarcaciones, mototaxis) y por personal en las puertas de entrada al país. En consecuencia, se deberá ejercer supervisión principalmente en los Centros Turísticos y Corredores de Traslado de las zonas más visitadas.

7.4 Seguridad integral

Se impulsará el Programa de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos que contenga los siguientes aspectos:

a. Seguridad alimentaria

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

⁶ OEA/Ser.K.III.18.1, Turismo-doc.14/97, 31 enero 1997. Original: español.

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

b. Seguridad del colaborador

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

c. Seguridad del consumidor

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

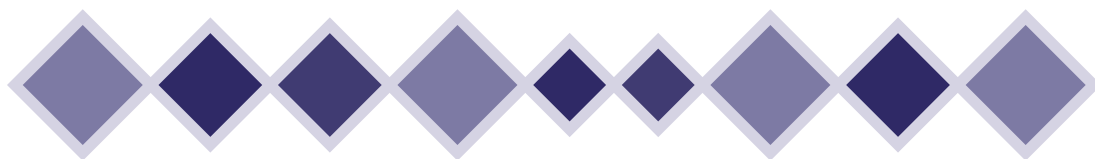
Al respecto, se sugiere establecer una alianza entre el INGUAT y la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO), para atender de manera especializada y diferenciada las quejas de los turistas nacionales y extranjeros.

d. Protección del patrimonio cultural y natural

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

EJE 8

Instancias Nacionales y Regionales



EJE 8: Instancias Nacionales y Regionales

Tomando en cuenta que el sector turismo tiene una relación directa e indirecta con diversas instancias a nivel nacional, se potenciará la participación de INGUAT en foros nacionales y organizaciones tales como:

- Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones – CONAPEX y CONACOEX
- SEGEPLAN
- Programa de Desarrollo de Petén - PDP
- Programa de Agregados Comerciales y Turismo - PACIT
- PRONACOM
- Invest in Guatemala
- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
- Mesa Técnica de Seguridad Turística
- Comité Técnico de Turismo en Áreas Protegidas - COTURAP
- Otros

El panorama mundial en que se desenvuelve el turismo se caracteriza por el surgimiento de múltiples esquemas de integración —bilaterales y multilaterales— y los procesos de liberalización del comercio; la tendencia según las proyecciones, es que 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 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 incluirán las siguientes líneas de acción:

8.1 Aprovechar los procesos de liberalización del comercio e integración

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

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

en los vacacionales, facilitará la inversión turística y en general el comercio de servicios turísticos.

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

La liberalización del comercio de servicios en términos de **política turística** propicia en la región centroamericana **procesos de estandarización** referentes a **los servicios turísticos** — mediante la implementación de sistemas de certificación equivalentes—, **la legislación turística, las estadísticas turísticas⁷, y el sistema de contratación de servicios**; se registra también una progresiva disminución de costos, la agilización de procedimientos y la uniformidad en los trámites migratorios y aduanales de entrada y salida de turistas y transportes relacionados. Asimismo, se iniciará la definición de criterios tendentes a liberalizar el transporte aéreo, terrestre y marítimo. Paulatinamente, títulos y grados de carreras técnicas y profesionales en turismo, hotelería y gastronomía, entre otras, tenderán a una futura homologación.

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

El sector turístico empresarial también debe conocer la realidad y potencialidad de los acuerdos comerciales y tratados de libre comercio y fijar una postura propositiva sobre el tema. El sector privado debe ser consciente de los impactos directos e indirectos, las oportunidades y amenazas que para la actividad turística implican.

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.

⁷ El INGUAT y el Banco de Guatemala homologaron con el Banco de Reservas de El Salvador y la Corporación Salvadoreña de Turismo, la metodología para la obtención del dato de ingreso de divisas por concepto de turismo.

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

Se llevan a cabo reuniones mensuales entre el sector turístico privado y público de la región; se realizan gestiones específicas de facilitación migratoria, aduanera, de transporte y seguridad; se buscan mecanismos de financiamiento y de apoyo a la competitividad del sector, de conformidad con los acuerdos contenidos en la Declaración de San José, diciembre del año 2002, y su plan de acción en materia de turismo. Se adoptó una identidad corporativa común para los países de la región: **“Centroamérica, tan pequeña y tan grande”**, para efectos de imagen, promoción y comercialización, resulta oportuno indicar que de acuerdo a una investigación realizada existe poco conocimiento sobre los países que integran la región⁸; se creó la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, conocida como **CATA**, con sede en Madrid, España, para promocionar la región en su conjunto en Europa y Asia, para implementar planes, programas y proyectos para el desarrollo e integración del producto turístico con enfoque regional, entre los que se pueden mencionar: la Ruta colonial y de los volcanes, y la Red de posadas rurales.

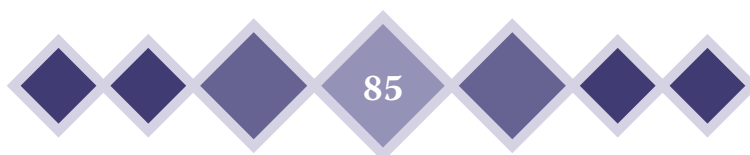
Es importante destacar que el modelo establecido para la creación de CATA cumple diez años de operación, por lo que tomando en cuenta la dinámica del sector turístico a nivel internacional y regional, se hace necesario una estructura que responda a las tendencias y demandas actuales del sector turístico en los mercados meta.

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

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

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

8 Encuesta a turistas potenciales en Europa, PRODETUR, S.A., agosto de 2008.



8.2 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:

- **“Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica”**. Surge como Plan Puebla Panamá, en el marco del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla, con el objeto de activar la integración e impulsar el desarrollo social y económico en los nueve estados del Sur-Sureste de México y el Istmo Centroamericano. Posteriormente es sustituido por el “Proyecto Mesoamérica”.
- **El Programa Mundo Maya** constituye una iniciativa de integración turística de los sectores público y privado de México, Belice, Guatemala, El Salvador y Honduras, países que conforman la región en la que se desarrolló la civilización maya. Desde que comenzó la ejecución de este programa por medio de la Organización Mundo Maya, OMM, ha logrado captar el interés de los operadores turísticos internacionales y del público extranjero en general.

Con el apoyo técnico y financiero del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Unidad de Preparación de Proyectos funcionó dentro de la Secretaría Técnica Permanente, ejecutora del programa “Turismo Sostenible Mundo Maya”,⁹ 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.

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

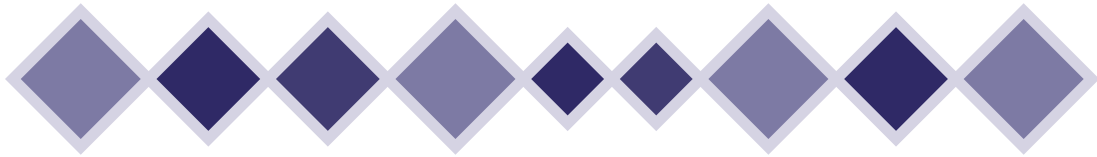
8.3 Otros Proyectos Regionales

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

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

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

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

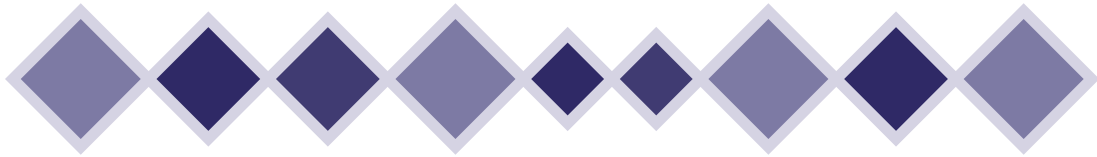


ACDI	Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional
AEC	Asociación de Estados del Caribe
AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
ADTP	Áreas de Desarrollo Turístico Prioritarias de Petén
AGEXPORT	Asociación Guatemalteca de Exportadores
AMCHAM	Cámara de Comercio Guatemalteco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

FODESTUR	Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo (México)
FONTIERRA	Fondo de Tierras
GTI	Grupo Técnico Interinstitucional del PM-PPP
ICCA	International Congress and Convention Association
INAB	Instituto Nacional de Bosques
INCAE	Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
INE	Instituto Nacional de Estadística
INFOM	Instituto de Fomento Municipal
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo
INTECAP	Instituto Técnico de Capacitación y Productividad
IRS	Servicio de Rentas Internas de los Estados Unidos de América
ITME	Exhibición Internacional de Maquinaria Textil (siglas inglés)
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
MINECO	Ministerio de Economía
MIPYMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
M P I	Meeting Planners International
NAFTA	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
OCRET	Control de Reservas Territoriales del Estado
OEA	Organización de los Estados Americanos
OIT	Oficina Internacional del Trabajo
O M M	Organización Mundo Maya
OMT	Organización Mundial de Turismo
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PM-PPP	Proyecto Mesoamérica-Plan Puebla-Panamá
PROATUR	Programa de Asistencia al Turista
PROMOCAP	Programa Promoción de Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa de Guatemala
PRONACOM	Programa Nacional de Competitividad
PYME	Pequeña y Mediana Empresa
SEGEPLAN	Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República
SAM	Sistema Arrecifal Mesoamericano
SAT	Superintendencia de Administración Tributaria
SET	Sistema de Estadísticas de Turismo

SICA	Sistema de la Integración Centroamericana
SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana
SIGAP	Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas
SIGTUR-AC	
SITE	Society of Incentive Travel Executives
U E	Unión Europea
U I A	Union of International Association
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

REFERENCIAS



- Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA, 2001. Estudio de desarrollo turístico nacional para la República de Guatemala.
- Alianza Verde y Conservación Internacional, 1998. Propuesta de política para el desarrollo del turismo dentro de la Reserva de la Biósfera Maya, Guatemala.
- Asociación de Investigación y Estudios Sociales, ASIES. Agenda Nacional 2003 - 2008; una propuesta. Guatemala, junio 2003.
- Agenda Nacional 2008 - 2011; una propuesta. Guatemala, mayo 2007
- Agenda Nacional 2012 - 2015; una propuesta. Guatemala, 2011.
- Cuarta encuesta al sector turismo: hoteles y operadores de turismo. Informe de resultados; con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala, enero 2005.
- Estrategia para el desarrollo del sector turismo de Guatemala 1996-2000. Guatemala, enero 1996.
- Estudio sobre el manejo de estadísticas turísticas en Guatemala y propuesta de solución. Guatemala, septiembre 2000.
- Quinta encuesta al sector turismo: hoteles y operadores de turismo. Informe de resultados; con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala. Guatemala, enero 2006.
- Sexta encuesta al sector turismo: hoteles y operadores de turismo. Informe de resultados; con el apoyo de la Cámara de Turismo de Guatemala. Guatemala, enero 2007.
- Rayo Muñoz, Mariano. Una propuesta para el desarrollo del ecoturismo. Guatemala, 1995.
- Rodas, Pablo; Carrillo, Luis; Pineda, Brenda. Temas cruciales en el turismo receptivo de Guatemala. Guatemala, 1998.
- Secaira Pinto, Carlos Enrique. Comentario sobre la sugerencia de establecer un Gabinete para el estudio económico del turismo. Guatemala, 1989.
- AID-INGUAT. Transición 2007 – Borrador
- Cámara de Turismo de Guatemala, CAMTUR. Política nacional para el desarrollo turístico sostenible de Guatemala, 2004-2014. Guatemala, noviembre 2003.
- Banco Interamericano de Desarrollo, BID, 1999. Análisis del turismo en Guatemala.
- Diagnóstico y Estrategia Turística para Guatemala.
- Bien, Amos; 2001. La gestión ambiental en micro y pequeñas empresas turísticas.

- Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible; Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE, 1997. Guatemala, turismo: el reto de la competitividad.
- Congreso de la República. Ley de Fomento del INGUAT, Decreto 25-74.
- Ley de Protección del Medio Ambiente, Decreto 68-86.
- Ley de Áreas Protegidas, Decreto 4-89.
- Ley de Protección del Patrimonio Cultural, Decreto 26-97.
- Ley Reguladora de las Áreas de Reservas Territoriales del Estado de Guatemala, Decreto 126-97.
- Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, Decreto 1701 y sus Reformas, 1967.
- Comisión Regional del Medio Ambiente, COREMA; PVL; PROMOCAP, 2000. Turismo y oportunidades de negocio. Estudio sobre la potencialidad del ecoturismo en las Verapaces, Guatemala.
- Desarrollo de Personal y Capacitación para un desempeño efectivo. Cómo diseñar y planear un programa de capacitación, <http://erc.msh.org>.
- Diario de Centroamérica, 07 de septiembre 2000, Acuerdo Gubernativo N° 439-2000, Ministerio de Economía. Respaldo gubernamental a la Estrategia Nacional de Turismo, ENT, 2000.
- 21 de noviembre 2000, Acuerdo N° 435-2000-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. Creación de los Comités Locales de Turismo.
- 21 de agosto 2001, Acuerdo N° 294-2001-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. Reglamento de los Comités Locales de Turismo
- 20 de diciembre 2004, 302-2004-D, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. Reglamento de los Comités Locales de Turismo.
- 20 de noviembre 2004, 301-2004-D, respectivamente, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. Creación de los Comités Locales de Turismo.
- 16 de septiembre de 2008 y 5 de enero de 2010. Acuerdos gubernativos 227-2008 y No. 3-2010, respectivamente, Creación del gabinete específico de turismo.
- Documentos varios relacionados con: a) Sistema Arrecifal Mesoamericano, Certificación de Sostenibilidad Turística, Corredor Biológico Mesoamericano.
- Fundesa, 07 de marzo de 2011. Informe mundial de competitividad turística 2011.
- Guatemala, Gobierno, julio 2000. Estrategia Nacional de Turismo.
- Informe de Avance, 2001. Plan Puebla Panamá.

- Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE, y Asociación de Investigación y Estudios Sociales, ASIES, 2000. Turismo en Guatemala: Un plan de desarrollo de productos y reforma institucional impulsado por el mercado.
- Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT, 2001. Propuesta de tramos viales de interés turístico.
- 2002. Política de agroturismo.
- Política de ecoturismo. s.f. y Mesa nacional de Aviturismo, 2009. Estrategia Nacional de Aviturismo 2010-2014.
- 2009. Estudio: Encuesta del gasto turístico en Aeropuerto La Aurora, Informe de resultados.
- 2008, 2009 y 2010. Boletín anual estadísticas de turismo.
- Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN). Metodología para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión en el Sector Turismo.
- Organización de Estados Americanos, OEA, 1997. Sostenibilidad del Turismo mediante la gestión de la seguridad en los lugares de destino.
- Organización Mundial de Turismo, OMT, 1994. National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. Published by Routledge, London. UK.
- 1998. Towards New Forms of Private Sector Partnership: The Changing Role, Structure and Activities of National Tourism Administrations, Madrid, Spain.
- 1999. Promoción de destinos turísticos en el ciberespacio. Retos del Marketing Electrónico.
- 1999. Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal. Edición para América Latina y el Caribe.
- Código Ético Mundial para el Turismo. 1999.
- 1999. Manual de higiene e inocuidad en los alimentos.
- 2000. Turismo: Panorama 2020, volumen 2 Las Américas.
- 2001. Cooperación entre los sectores público y privado. Por una mayor competitividad del turismo.
- 2002. Declaración de Quebec sobre el ecoturismo, Año Internacional del Ecoturismo 2002. <http://www.cinu.org.mx>.
- Desarrollo sostenible del Turismo: Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, Johannesburgo, 2002. <http://www.world-tourism.org>

- Programa las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2002. La Reglamentación del Ecoturismo.
- 2003. Desarrollo sostenible del ecoturismo, Una compilación de buenas prácticas en las PYME.
- 2003. Turismo sostenible en áreas protegidas, Directrices de planificación y gestión.
- 2004. Cooperación y asociación en el turismo: Una perspectiva mundial.
- 2005. Estructuras, ámbitos de competencia y actividades de las administraciones nacionales de turismo.
- 2005. Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica.
- 2006. Por un turismo más sostenible, Guía para responsables políticos.
- 2008. Handbook on Emarketing for tourism destinations.
- 2008. Turismo de cruceros, Situación y tendencias.
- Tendencias y contexto institucional del turismo en las Américas.
- 2009. Handbook on tourism destination branding.
- 2009, 2010 y agosto 2011. Barómetro OMT del turismo mundial, (tres publicaciones anuales cada cuatro meses).
- 2010. Budgets of National Tourism Organizations, 2008-2009.
- 2010. Demographic change and tourism.
- 2010. Normas y sistemas de calidad en el turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes de turismo, La experiencia de las Américas.
- 2010 y 2011. Panorama OMT del turismo internacional.
- Organización Mundo Maya, OMM, 2002. Programa de Turismo Sostenible Mundo Maya.
- Secretaría de Turismo de México, 1998. Desarrollo y comercialización de productos turísticos, México D.F.
- Agenda 21 para el Turismo Mexicano. Secretaría de Turismo de México, 2000
- Programa Nacional de Turismo 2001-2006.
- Educación y Capacitación Turística, <http://www.sectur.gob.mx>
- South Australian Tourism Commission. Tourism Policy and Planning: SouthAustralian Tourism Plan 2003 - 2008 htm.

- THR, Asesores en Turismo, Hotelería y Recreación, 1999. Plan Integrado 50,000/100: Plan de reuniones e incentivos y Plan de aventura e interés especial
- USAID, Counterpart y CEPT, 2008. Recomendaciones y plan de acción para integrar la conservación de la biodiversidad en políticas turísticas en Guatemala.
- Western State Tourism Policy Council. Tourism Policy htm, USA.
- World economic forum, 2011. The travel and tourism competitiveness report 2011, Beyond the downturn.

Información electrónica consultada

- http://www.sectur.gob.mx/swb/sectur/sect_programa_sectorial_de_turismo_20072012
- <http://www.unwto-themis.org/es/programas/tedqual>
- <http://www.proyectomesoamerica.org>
- www.visitguatemala.com
- <http://minfin.gob.gt>
- <http://mineduc.gob.gt>
- www.ine.gob.gt
- www.weforum.org
- <http://www.marn.gob.gt>
- <http://www.mcd.gob.gt>
- <http://www.mineco.gob.gt>
- www.banguat.gob.gt
- <http://www.camtur.org>