

# **Plan Estratégico 2020-2030**

## **Instituto Guatemalteco de Turismo**

### **-INGUAT-**

Marzo 2020



## INTRODUCCIÓN

El Instituto Guatemalteco de Turismo es una entidad descentralizada con patrimonio propio, que ejerce su función conforme lo regula el Decreto número 1701 del Congreso de la República, Ley Orgánica del INGUAT y su reglamento. Es la entidad rectora del sector turístico de Guatemala y su finalidad fundamental es la promoción del país y fomentar el turismo interno y receptivo.

El INGUAT como ente responsable de la rectoría, la promoción, el fomento de la inversión en turismo, orienta la oferta de servicios turísticos mediante el impulso y la regulación de empresas ligadas directamente a la prestación de servicios turísticos, tales como establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, entre otros; además, brinda asistencia al visitante y contribuye a la capacitación y formación de recursos humanos y empresarios en turismo sostenible.

El 14 de enero de 2020, asume la Presidencia de la República de Guatemala, el Doctor Alejandro Eduardo Giammattei Falla y surge la Política General de Gobierno 2020-2024 -PGG- que se fundamenta en el Plan Nacional de Desarrollo -PLANID- con la definición de lineamientos y acciones estratégicas. En virtud, que la PGG se constituye en el marco de política que servirá de base para que las instituciones públicas definan sus acciones para la implementación de la propuesta integrada en cinco pilares que la conforman, esta administración incorpora al Plan Estratégico Institucional para el período 2020-2030, los compromisos para alcanzar las metas plasmadas en esta política.

Para el cumplimiento de sus funciones, el INGUAT tiene como referencia principal, la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022, aprobada por medio del Acuerdo Gubernativo No. 98-2012 de fecha 23 de mayo de 2012, que tiene como objetivo consolidar al turismo como eje articulador del desarrollo económico de la Nación en un marco de sostenibilidad económica, social, financiera, ambiental y cultural. Posteriormente se formula el Plan Maestro de Turismo Sostenible -PMTS- 2015-2025, el cual fue aprobado por los distintos actores del sector turismo, oficializado mediante el Acuerdo Gubernativo No. 149-2016 de fecha uno de noviembre del 2016. Este plan está vinculado con el Plan Nacional de Desarrollo K'atun Nuestra Guatemala 2032, en los ejes Guatemala Urbana y Rural y Riqueza para Todos y Todas, específicamente en relación con la promoción y el fortalecimiento de la cultura y las prácticas ancestrales que propician el desarrollo rural sostenible y la generación de un crecimiento económico acelerado sobre la base de la diversificación en las actividades turísticas.



En sinergia con las políticas, planes antes identificados y la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el Plan Estratégico Institucional del INGUAT para el periodo 2020-2025, se formuló en base al análisis de la problemática del turismo en el país y sus diferentes factores de causalidad, así como, en el análisis de fuerzas y contrafuerzas conocido como análisis FODA que permite determinar los factores internos y externos que influyen en el funcionamiento de la institución.

Se ha definido ampliamente el Marco Político Estratégico, que hace referencia a las principales políticas y estrategias nacionales que sirven de referencia para la formulación del plan y el Marco Filosófico con la visión, misión y valores del Instituto, los objetivos estratégicos y las líneas de acción relacionadas directamente con los ocho ejes de trabajo del PMTS.

A partir del 2019, esta institución incorporó el enfoque de Gestión por Resultados -GpR-, como un elemento sustancial para la nueva dinámica del instituto, con la finalidad de promover el cambio y el fortalecimiento de las acciones que esta entidad debe realizar a corto, mediano y largo plazo, con el propósito de generar efectos de impacto. Para este fin, se cuenta con la estructura funcional y presupuestaria, alineado a las prioridades del país en materia de promoción y desarrollo turístico, para garantizar la coherencia entre insumos, actividades, productos y resultados; y fomentar una cultura en la que el centro de la gestión del INGUAT, sean los visitantes y la población que habita en los territorios con algún tipo de actividad turística.

Esto implica la coordinación de las acciones institucionales y la participación de los diferentes sectores y actores en los distintos niveles de gestión, para lograr elevar la eficiencia y la eficacia institucional en el desarrollo de turismo a nivel local, regional y nacional, en áreas con potencial turístico.

Además, contiene el resumen de los resultados del análisis de la problemática y sus diferentes factores de causalidad, factores internos y externos -FODA-. El marco filosófico incluye la visión, misión y valores, marco estratégico, propósito, objetivos estratégicos y las líneas de acción que van directamente relacionadas con los ocho ejes del PMTS los cuales han orientado la planificación de planes operativos anuales y multianuales.

Es importante mencionar que el Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural -CONADUR- en los Puntos Resolutivos números 08-2017 y 03-2018 de fechas 5 de diciembre de 2017 y 11 de mayo de 2018, respectivamente, entre las Prioridades Nacionales de Desarrollo de Empleo e Inversión establece la meta estratégica de desarrollo "Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales"; esta meta forma parte del Modelo de Competitividad Turística, contenido en el plan estratégico y la corresponsabilidad por parte del sector público.

El Plan Estratégico Institucional del INGUAT, fue elaborado con la participación y el aporte de los directores de cada una de las direcciones del Instituto, (Administrativa Financiera, Mercadeo y Desarrollo del Producto Turístico), y personal técnico y profesional designado por cada dirección y constituye la base para la formulación de los planes operativos anuales y multianuales, para hacer efectivo el funcionamiento operativo y estratégico de la institución.

**Sr. Mynor Arturo Córdón Lemus**  
**Director General**



## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I, Sector turístico</b> .....	8
1. Contexto del Sector Turístico .....	9
2. Políticas, Planes y Otros .....	31
3. Identidad Institucional .....	42
 <b>CAPÍTULO II, Guatemala como destino turístico</b> .....	 52
4. Guatemala.....	53
4.1 Demanda Turística.....	55
4.2 Oferta Turística.....	62
4.3 Competencia.....	64
4.4 Índice de Competitividad Turística .....	68
 <b>CAPÍTULO III, Marco Estratégico</b> .....	 70
5. Análisis de actores .....	71
6. Árbol de Problemas .....	81
7. Árbol de Objetivos .....	82
8. Recursos Financieros .....	83
9. Presupuesto por Resultados .....	85
10. Marco Estratégico.....	86
10.1 Propósito.....	86
10.2 Metodología .....	86
10.3 Objetivo Superior Sectorial: Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022 .....	87
10.4 Visión Plan Maestro .....	88
10.5 Estrategia Competitiva PMTS.....	88
10.6 Objetivo general del PMTS.....	88
10.7 Visión Institucional .....	88
10.8 Misión Institucional .....	88
10.9 Valores Institucionales .....	89
10.10 Objetivos Estratégicos .....	90



<b>10.11 Análisis de fuerzas y contrafuerzas, FODA .....</b>	<b>90</b>
<b>10.12 Componentes.....</b>	<b>95</b>
<b>1) Componente de posicionamiento de la imagen del país (eje 6 y 7 PMTS) .....</b>	<b>95</b>
<b>2) Componente de desarrollo empresarial (eje 5 PMTS).....</b>	<b>98</b>
<b>3) Componente de fortalecimiento y diversificación de la oferta turística (eje 2 y 3 del PMTS) .....</b>	<b>101</b>
<b>4) Componente de fortalecimiento de la coordinación del sector turístico a nivel nacional e internacional (ejes PMTS 1, 4 y 8) .....</b>	<b>102</b>
<b>10.13 Mecanismos de implementación del plan.....</b>	<b>107</b>
<b>10.14 Monitoreo y Evaluación .....</b>	<b>107</b>
<b>10.15 Referencia bibliográfica.....</b>	<b>109</b>



## SIGLAS Y ACRÓNIMOS

<b>ASIES</b>	Asociación de Estudios Sociales
<b>CATA</b>	Agencia de Promoción Turística de Centroamérica
<b>CEMT</b>	Código Ético Mundial para el Turismo
<b>CODEDE</b>	Consejos Departamentales de Desarrollo Urbano y Rural
<b>CONADUR</b>	Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural
<b>CONACOEEX</b>	Comisión Nacional Coordinadora de Exportaciones
<b>CONAP</b>	Consejo Nacional de Áreas Protegidas
<b>CONAPEX</b>	Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones
<b>CONRED</b>	Consejo para la Reducción de Desastres
<b>DGAC</b>	Dirección General de Aeronáutica Civil
<b>DTP</b>	Dirección Técnica del Presupuesto
<b>FUNDESA</b>	Fundación para el Desarrollo de Guatemala
<b>INFOM</b>	Instituto de Fomento Municipal
<b>INGUAT</b>	Instituto Guatemalteco de Turismo
<b>MAGA</b>	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación
<b>MARN</b>	Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
<b>MCD</b>	Ministerio de Cultura y Deportes
<b>OCSET</b>	Oficina Coordinadora Sectorial de Estadísticas de Turismo
<b>ODS</b>	Objetivos de Desarrollo Sostenible
<b>OMM</b>	Organización Mundo Maya
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>PACIT</b>	Programa de Agregados Comerciales, Inversión y Turismo
<b>PESCNNA</b>	Programa de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en el Sector Turístico
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto
<b>PLANID</b>	Plan Nacional de Innovación y Desarrollo
<b>PMTS</b>	Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025
<b>PRONACOM</b>	Programa Nacional de Competitividad de Guatemala
<b>SAT</b>	Superintendencia de Administración Tributaria
<b>SEGEPLAN</b>	Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia
<b>SICA</b>	Sistema de la Integración Centroamericana
<b>UNESCO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
<b>WEF</b>	Foro Económico Mundial
<b>WTTC</b>	<i>World Travel and Tourism Council</i>

# CAPÍTULO I

## Sector turístico





## 1. Contexto del Sector Turístico

El turismo es una actividad reconocida a nivel mundial como uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez, ya que guarda una estrecha relación con el desarrollo y cada vez aparecen nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, ya que su volumen de negocio iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles, a la vez que representa una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento que va de la mano de una profunda diversificación y de la competencia entre los destinos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

A nivel mundial existe un organismo que es reconocido como la principal organización internacional en el ámbito turístico, que es la Organización Mundial del Turismo (OMT).

### Acerca de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

La Organización Mundial del Turismo (OMT), un organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional en el campo del turismo. Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.



Como principal organización internacional en el ámbito turístico, la OMT aboga por un turismo que contribuya al **crecimiento económico**, a un **desarrollo incluyente** y a la **sostenibilidad ambiental**, ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.



La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT), que es un documento compuesto de diez artículos que fueron aprobados por unanimidad en la reunión de la Asamblea General de la (OMT), en Santiago de Chile, septiembre/octubre 1999, cuyo objetivo es maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos.

Integrada en la actualidad por 156 países, la OMT alienta la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, con el fin de maximizar la contribución socioeconómica del

turismo y minimizar a la vez los posibles impactos negativos que pudiera tener. Guatemala es socio de la OMT, como país, a través del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT).

### Turismo por los ODS – Súmate al viaje 2030

La OMT está encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos que tenga en su punto de mira el cumplimiento de **la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, cuyo alcance es universal.

Además, se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo, con fuerte impacto en los objetivos 8, 12 y 14.

La OMT genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza, formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

### Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible



La OMT ofrece liderazgo y apoyo al sector turístico para ampliar conocimientos e impulsar políticas turísticas en todo el mundo, defender un turismo responsable y promover el turismo como fuerza motriz del crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad ambiental.

Entre sus miembros figuran 158 países, 6 miembros asociados y más de 500 miembros afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.

### Prioridades de la OMT – La Sostenibilidad, la Innovación y la Accesibilidad

En el marco de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur), la OMT situó la innovación y la sostenibilidad en los primeros puestos de la agenda en la 40ª edición de la mayor feria del sector, el organismo especializado de las Naciones Unidas hizo





hincapié en la firme resistencia del turismo y en su papel de faro de estabilidad en tiempos de incertidumbre política, económica y social.

Fitur 2020 fue testigo de la labor llevada a cabo por la OMT a partir de su presencia en la reciente COP25 de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, donde subrayó la capacidad única y transversal del turismo de contribuir a varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Turismo (ODS). La COP o Conferencia de las Partes, por sus siglas en inglés, es la reunión de los países firmantes del Convenio Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC).

En la víspera de Fitur la OMT celebró su conferencia de prensa anual, donde presentó sus logros hasta la fecha, así como su visión de futuro, tanto para el 2020, proclamado por la OMT como Año del Turismo y el Desarrollo Rural, como después.

En el día de la inauguración de Fitur la OMT presenta su Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos, una oportunidad insoslayable para que operadores y destinos turísticos se conviertan en líderes mundiales en la reducción del consumo de plásticos y la contaminación. La iniciativa cuenta ya con el apoyo de importantes actores del sector.

Además de la presentación de la Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos, la OMT auspició también la final de la segunda edición de la Competición de Start-ups de Turismo, que sirve para encontrar a aquellos innovadores que están actuando como disruptores del sector y alineando estrechamente el turismo con los ODS. Además, junto con la Fundación ONCE, la OMT participa en las Menciones «Destinos Turísticos Accesibles», que reconocen a los destinos que se abren de manera proactiva a los turistas con todo tipo de capacidades y contextos sociales.

Con la vista puesta en los próximos eventos, el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, manifestó: «Durante 40 años, Fitur ha sido un punto de referencia clave para los líderes del sector, reuniendo al sector público y al privado para impulsar hacia delante al turismo. Ahora, mirando al futuro, no me cabe duda de que Fitur volverá a generar ideas y planes concretos, necesarios para garantizar que el turismo pueda convertirse en un componente cada vez más importante de la agenda del desarrollo sostenible. En este inicio de 2020, la comunidad mundial tiene solo diez años para alcanzar unos ambiciosos objetivos de desarrollo y de lucha contra el cambio climático, y el sector turístico tiene que afrontar su enorme responsabilidad y reconocer también su excepcional potencial».

## La importancia del turismo



“El turismo es mucho más de lo que se imagina”, es un predicamento de la OMT, derivado del observar constantemente el fenómeno turístico, que ha permitido determinar que:

- El turismo es pilar para la preservación cultural, la protección del medio ambiente, la paz y seguridad, la generación de empleo, crecimiento económico y por ende del desarrollo.
- Además, genera **1 de cada 10 empleos** a nivel mundial, representa US\$ 1.6 billones en exportaciones en Estados Unidos, el 10% del PIB mundial, 7% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios.

## LA IMPORTANCIA DEL TURISMO



El turismo es mucho más de lo que se imagina

### Conservación de las identidades culturales en aras del futuro del turismo

La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Cultura y el Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ponen de relieve el valor añadido de la cultura en los destinos y se centra en la futura sostenibilidad del turismo cultural.



A lo largo de los dos últimos días, varios delegados han debatido en la capital de la cultura del Japón la manera de mantener en el centro del turismo, en beneficio de las generaciones venideras, la valoración del patrimonio y la expresión cultural contemporánea. El diálogo intercultural, las comunidades locales y los sistemas



*innovadores de medición ocupan un lugar destacado en las conclusiones de la Conferencia, expuestas en la Declaración de Kyoto.*

Manuel Butler, Director Ejecutivo de la OMT, afirmó que: "Un turismo cultural gestionado de forma responsable puede enriquecer la vida de los visitantes y los residentes al promover la diversidad y el diálogo intercultural. La Declaración de Kyoto nos ayudará a velar por que el rico patrimonio y la diversidad creativa de nuestro mundo sean maravillas que nuestros hijos también tengan oportunidad de descubrir por cuenta propia".

Xing Qu, Subdirector General de la UNESCO, agregó que: "La comunidad internacional debe percibir los beneficios de conectar la cultura y el turismo como fuerzas mundiales que aúnan a los pueblos. La UNESCO se complace en asociarse en esta iniciativa con la OMT y espera poder profundizar y ampliar la colaboración".

*Las prácticas responsables ocupaban el primer plano en las soluciones propuestas por destacados expertos en la materia, como la inclusión de la población local en todos los niveles del desarrollo del turismo cultural, el uso de nuevas tecnologías para gestionar de forma sostenible las corrientes de visitantes y la distribución equitativa de los beneficios del turismo.*

*El Sr. Daisaku, alcalde de Kyoto, presentó a representantes de más de 50 países del mundo el "Modelo de Kyoto" en calidad de medio eficaz para encontrar un equilibrio adecuado entre el marketing del patrimonio cultural y su conservación en aras de las generaciones venideras.*

La OMT también expuso durante la Conferencia las "Recomendaciones de la OMT sobre desarrollo sostenible del turismo indígena", recopiladas en estrecha consulta con empresarios, activistas y representantes indígenas.

Las recomendaciones ofrecen orientación sobre la elaboración de operaciones sostenibles y responsables a las comunidades indígenas que quieren abrirse al desarrollo turístico o mejorar las experiencias turísticas que ya se ofrecen en sus comunidades.

### **Notas para las redacciones**

La Conferencia Mundial sobre la Cultura y el Turismo celebrada en 2019 por la OMT y la UNESCO es la cuarta de la serie. Las anteriores se celebraron en Estambul (Turquía) en 2018, Muscat (Omán) en 2017 y Seam Riep (Camboya) en 2015. La Cuarta Conferencia fue amablemente acogida por el Organismo Turístico del Japón, el Organismo del Japón para Asuntos Culturales, la Prefectura de Kyoto y la Municipalidad de Kyoto.

4th UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture  
UNWTO Recommendations on Sustainable Development of Indigenous Tourism



## La Organización Mundial del Turismo presenta su primer proyecto piloto de Turismo de Compras en León-Guanajuato (México)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) se ha unido al municipio de León (Guanajuato, México) para presentar el primer proyecto de la OMT sobre turismo de compras, con el objetivo de impulsar la economía, crear empleo y promover un desarrollo sostenible e inclusivo.



El proyecto piloto es el resultado de una colaboración de más de un año entre el organismo especializado de las Naciones Unidas y el municipio de León, llevado a cabo con el apoyo de la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato. La iniciativa aspira a maximizar los beneficios de la actividad turística en la ciudad de León y a promover a esta como destino de compras, tanto en México como en el resto del mundo. El proyecto se centra en varios aspectos clave, a saber: la atracción de visitantes, la creación de productos turísticos, el uso eficiente de los atractivos turísticos y la calidad de la infraestructura. Junto a ello, se presta atención también a la participación de las comunidades en el turismo, así como al bienestar socioeconómico y la promoción del empleo.



El primer paso consistió en la realización de alrededor de 65 entrevistas a agentes del turismo, el comercio y el diseño, así como a representantes del sector público y del Gobierno. Se organizaron a continuación dos talleres participativos para identificar, crear y validar las iniciativas propuestas. Como resultado, se identificaron 21 iniciativas, de las cuales 10 fueron seleccionadas sobre la base de diferentes criterios, entre ellos su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), su impacto y el calendario.

Entre las iniciativas se encuentra el desarrollo de productos y servicios turísticos tales como la tarjeta de compras de León, así como intervenciones urbanas como los distritos del diseño de León, que implican la transformación de zonas emblemáticas y la instalación de talleres de diseñadores, tiendas exclusivas o la Casa de la Innovación y las Tendencias, un espacio público interactivo de



carácter único y abierto a todos, donde los diseñadores locales podrían interactuar con los visitantes y descubrir las tendencias del diseño del futuro.

Gloria Magaly Cano de la Fuente, directora general de Hospitalidad y Turismo de León, afirmó: «Para ser un destino líder es preciso crear una nueva cultura del servicio a los visitantes, basada en la creación de experiencias innovadoras y con valor añadido: así es como nos va a definir este prototipo de turismo de compras».

León, la capital del calzado y el cuero, fue el destino seleccionado porque el 27 % de sus visitantes van a la ciudad a comprar, sobre todo artículos de piel. Con este proyecto y con el apoyo de la OMT, León aspira a posicionarse como un destino de turismo de compras con valor añadido, gracias a experiencias innovadoras en este ámbito. Al mismo tiempo, aspira a promover la integración de empresas y particulares de diferentes áreas en la cadena de valor del turismo y el comercio en León y sus alrededores (artesanía, agricultura, artículos de piel, calzado, diseño, automoción, entre otros), a la vez que se estimula la creación de empleo y nuevas oportunidades basadas en la promoción del turismo de compras con elevado valor añadido y el desarrollo local.



### El Día Mundial del Turismo 2019 "Turismo y Empleo: un futuro mejor para todos"

Nueva Delhi, 27 de septiembre de 2019: el potencial del turismo para construir un "futuro mejor para todos" es el mensaje central del Día Mundial del Turismo 2019, que se celebró oficialmente en una cumbre de alto nivel en Nueva Delhi, India. El Vicepresidente, Venkaiah Naidu, se unió al Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Zurab Pololikashvili, para conmemorar el día de observación global, destinado a crear conciencia sobre el valor social, cultural y económico del sector turístico y su contribución única a la Agenda de Desarrollo Sostenible.



La OMT reconoce el 2019 como el año de "Empleo, habilidades y trabajo", representantes de más de 100 países se reunieron en Nueva Delhi para reconocer y celebrar la capacidad del sector para crear más y mejores empleos, incluyendo a mujeres, jóvenes y minorías. En la actualidad, el turismo representa el 10% del PIB mundial y proporciona cerca de uno de cada 10 empleos en todo el mundo. Ante esto, India, una de las economías de más rápido crecimiento del mundo, fue identificada como la anfitriona ideal para el Día Mundial del Turismo 2019, y la presencia del Vicepresidente destacó el



compromiso del país con el mandato de la OMT de guiar el crecimiento del sector en de manera sostenible y responsable.

Al inaugurar el evento, Pololikashvili dijo: “El verdadero potencial del turismo, tanto como creador de empleo, como motor de igualdad y desarrollo sostenible, solo se está empezando a hacerse realidad. Brindar oportunidades de trabajo decente y contribuir al desarrollo de habilidades profesionales es el núcleo, por lo que en el Día Mundial del Turismo 2019, hacemos un llamamiento a las naciones y a los interesados del sector público y privado de todo el mundo para garantizar los numerosos beneficios que conlleva el aumento de la llegada de turistas compartiéndolo de la forma más extensa posible”.



El Sr. Venkaiah Naidu, vicepresidente de la India, añadió: “La India está comprometida con la cultura y el turismo. Turismo significa transformación. Puede beneficiar a las personas y es una herramienta de empoderamiento para las comunidades. Progreso, armonía y paz: esos son nuestros objetivos comunes, y el turismo puede ayudarnos a alcanzarlos”.

La ceremonia de inauguración, en la que se reconoció lo mejor del sector a través de los Premios Nacionales de Turismo de la India, fue seguida por un taller especial sobre Empleos en Turismo del Futuro, con un enfoque especial en ayudar a las pequeñas empresas y empresarios a ampliar sus ideas para interrumpir sector y promover la sostenibilidad y la inclusión. La importancia de la innovación se enfatizó aún más durante el evento plenario del Día Mundial del Turismo 2019. Con el tema "Maximizar el potencial del turismo para crear más y mejores empleos", contó con las contribuciones de los líderes del sector público y privado y fue moderador del presentador internacional de CNN Andrew Stevens.

También en el marco del Día Mundial del Turismo, los Miembros Afiliados de la OMT, una red internacional que comprende organizaciones de la sociedad civil, partes interesadas del sector privado, ONG y académicos, celebraron la "Panorama de las iniciativas del turismo responsable", un taller destinado a ayudar al sector privado a trabajar más estrechamente con la agencia de la ONU para mejorar las prácticas de turismo sostenible y responsable. Durante este taller en Nueva Delhi los Miembros Afiliados de la OMT participaron por primera vez en un evento oficial del Día Mundial del Turismo, reforzando el compromiso de la organización de establecer vínculos más estrechos con el sector privado.

## Cifras clave del turismo 2018



Según la OMT, organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que ofrece, que ayuda a los destinos a posicionarse de forma sostenible en mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Por ello, la OMT promueve que los países en desarrollo puedan beneficiarse del turismo sostenible y actúa para que así sea.

A continuación, las cifras que muestran la importancia de esta actividad económica a escala mundial.

# CIFRAS CLAVE DEL TURISMO



Organización Mundial del Turismo

## Turismo receptivo



**1.400 millones**

de llegadas de turistas internacionales en 2018



**1,7 billones \$EEUU**

Ingresos por turismo internacional en 2018



**57%** de todas las llegadas de turistas internacionales fueron por vía aérea



**55%** de todas las llegadas de turistas internacionales fueron por ocio y recreo (13% por negocios)

Las exportaciones por turismo representan el **7%** de las exportaciones totales

Ingresos por exportación según categoría (miles de millones de dólares), 2017

(Exportaciones por turismo = Ingresos por turismo internacional + transporte de pasajeros)  
Fuente: WTO, UNWTO

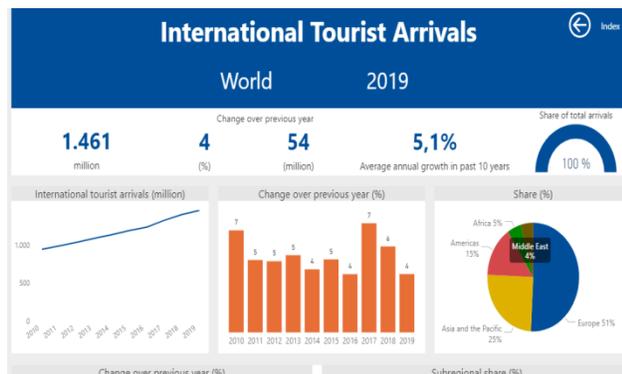




## El turismo internacional sigue adelantando a la economía global 2019

En 2019 se registraron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo. Se espera que este incremento del 4% con respecto al año anterior se repita en el 2020, lo que confirma la posición del turismo como un sector económico pujante y resistente, especialmente teniendo en cuenta las actuales incertidumbres. Precisamente por eso, es necesario gestionar el crecimiento con responsabilidad y aprovechar de la mejor manera posible las oportunidades que el turismo puede ofrecer a las comunidades de todo el mundo.

Según el primer informe completo de cifras y tendencias del turismo mundial de la nueva década, el último **Barómetro OMT del Turismo Mundial**, este es el décimo año consecutivo de crecimiento.



En 2019 las llegadas internacionales crecieron en todas las regiones. Sin embargo, la incertidumbre en torno al Brexit, el hundimiento de Thomas Cook, las tensiones geopolíticas y sociales y la ralentización de la economía global hicieron que el crecimiento fuera más lento en 2019 en comparación con las excepcionales tasas de

crecimiento de 2017 y 2018. Esta ralentización afectó sobre todo a las economías avanzadas, y en especial a las regiones de Europa y Asia y el Pacífico.

Para el futuro, se prevé un crecimiento de entre el 3% y el 4% en 2020, una perspectiva que queda reflejada en el último Índice de Confianza de la OMT, que muestra un prudente optimismo: el 47% de los participantes creen que el turismo tendrá mejores resultados que en 2019 y el 43% cree que se mantendrá al mismo nivel. Es de prever que algunos grandes eventos deportivos, entre ellos los Juegos Olímpicos de Tokio, y otros eventos culturales, como la Expo 2020 de Dubái, tendrán un impacto positivo en el sector.

## Crecimiento responsable



En la presentación de los resultados, el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, ha subrayado que «en estos tiempos de incertidumbre y volatilidad, el turismo sigue siendo un sector económico fiable». En un entorno de perspectivas económicas a la baja, de tensiones en el comercio internacional, de inestabilidad social y de incertidumbre geopolítica, «nuestro sector sigue adelantándose a la economía mundial y exige no solo crecer, sino crecer mejor», añadió.

Dada la posición del turismo como uno de los primeros sectores de exportación y creación de empleo, la OMT defiende la necesidad de un crecimiento responsable. El turismo ocupa, por lo tanto, un lugar primordial en las políticas mundiales de desarrollo, y puede aún alcanzar un mayor reconocimiento político e incidir de manera efectiva en este «decenio de acción», con solo diez años por delante para alcanzar la **Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

### Oriente Medio en cabeza

La región de **Oriente Medio** ha sido la región con un mayor crecimiento en cuanto a las llegadas de turistas internacionales en 2019, habiendo duplicado casi la media mundial (+8%). El crecimiento en **Asia y el Pacífico** se ralentizó, pero sigue arrojando un crecimiento superior a la media, con un aumento del 5% en el número de llegadas internacionales.

**Europa**, donde el crecimiento fue también inferior al de los años previos (+4%) sigue a la cabeza en términos de número de llegadas internacionales, con 743 millones de turistas internacionales el pasado año (el 51% del mercado mundial). Las **Américas** (+2%) ofrecieron unos resultados heterogéneos, ya que si bien muchas islas caribeñas consolidaron su recuperación tras los huracanes de 2017, al mismo tiempo el número de llegadas a Sudamérica cayó, debido en parte a los disturbios sociales y políticos. Para **África** (+4%) se dispone de datos limitados, pero se observa el mantenimiento de unos resultados muy positivos en el Norte de África (+9%) y un menor crecimiento en el África Subsahariana (+1,5%).

### El gasto turístico mantiene su fortaleza

En un contexto de ralentización económica mundial, el gasto turístico siguió creciendo, especialmente entre los diez países del mundo que más gastan en turismo. Francia fue el país que registró el mayor crecimiento del gasto en turismo internacional de los diez primeros mercados emisores mundiales (+11%), mientras que Estados Unidos (+6%) lideró el crecimiento en términos absolutos, ayudado por la fortaleza del dólar.

No obstante, algunos grandes mercados emergentes como Brasil y Arabia Saudita registraron un descenso del gasto turístico. En China, el primer mercado emisor mundial,

los viajes emisores aumentaron un 14% en la primera mitad de 2019, aunque el gasto cayó un 4%.

### El turismo ofrece «oportunidades muy necesarias»

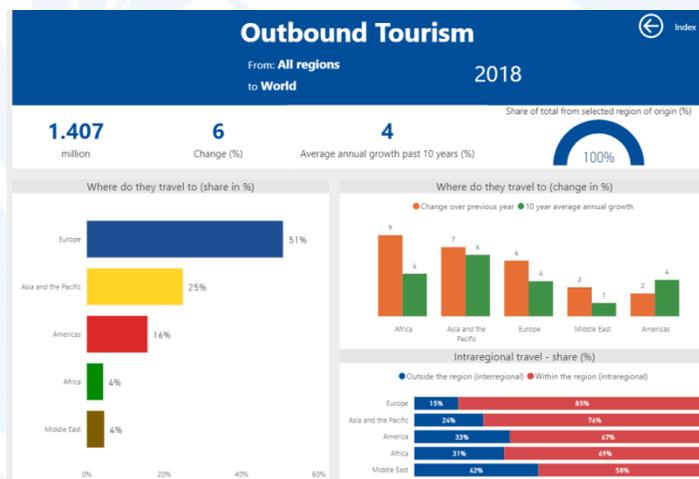
«El número de destinos que obtienen 1.000 millones de dólares de los EE.UU. o más del turismo internacional casi se ha duplicado desde 1998», agregó el Sr. Pololikashvili. «El reto que afrontamos es garantizar que esos beneficios se distribuyan de la manera más amplia posible y que nadie se quede atrás. En 2020, la OMT celebra el Año del Turismo y el Desarrollo Rural, y esperamos que nuestro sector lidere un cambio positivo en las comunidades rurales, creando empleo y oportunidades, impulsando el crecimiento económico y preservando la cultura».

Estos últimos datos, que demuestran la fortaleza y la resistencia del sector turístico, llegan en un año en que las **Naciones Unidas celebran su 75.º aniversario**. Durante 2020, a través de la iniciativa ONU75, las Naciones Unidas están entablando la conversación más amplia e inclusiva hasta la fecha sobre el papel de la cooperación mundial en la construcción de un futuro mejor para todos, y el turismo ha de ocupar un lugar prominente en la agenda.

### Turismo Emisor –principales emisores por gasto 2018

El listado de países que más gastos reportan en sus viajes emisores está liderado por China, Estados Unidos y Alemania.

Los viajeros del 2018, dependiendo la región, tuvieron un comportamiento distinto, pues en el caso de Europa, la región más viajera, el 15% son de larga distancia y 85% dentro de la misma región, América tiene un 33% intrarregional y el 67 % en las Américas, mientras que el Medio Oeste se observa como la más equilibrada con 42% a otras regiones y 58% en la misma región.



Guatemala ha visualizado este fenómeno, ya que de los diez países que más gastan, nueve forman parte del grupo denominado mercados clave, estratégicos y de oportunidad (MCEO) dentro del Plan Maestro Turístico de Desarrollo Sostenible 2015-2025, así:



- **Mercados clave:** Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia y Reino Unido.
- **Mercados estratégicos:** Italia y Australia
- **Mercados de oportunidad:** China y Federación Rusa

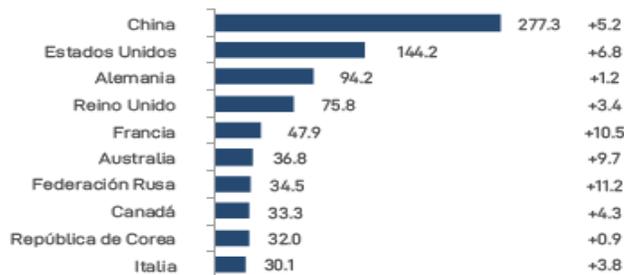
No obstante, un factor a tomar en cuenta es que 4 de cada 5 turistas viajen dentro de su propia región.

**Turismo emisor**

4 de cada 5 turistas  
viaja dentro de su propia  
región



Principales mercados emisores por gasto 2018  
(miles de millones \$ EE.UU. y variación (%))

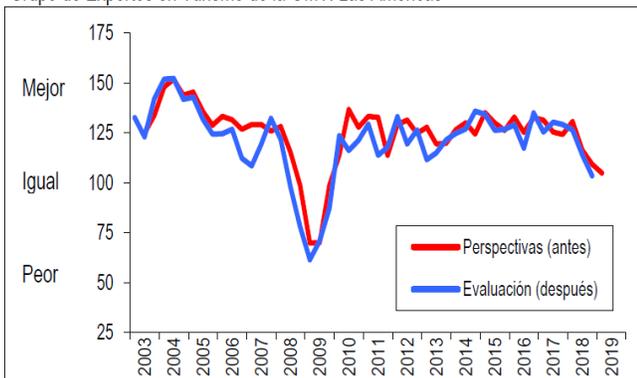


© Organización Mundial del Turismo (UNWTO) Mayo 2019

**El Grupo de Expertos de la OMT sobre el Índice de Confianza se muestra optimista acerca del crecimiento en el futuro**

La confianza en el turismo mundial ha comenzado su recuperación tras haberse ralentizado a finales de 2018, según la encuesta más reciente de la OMT sobre el Índice de Confianza. Las perspectivas para el período de mayo a agosto de 2019, la temporada alta para muchos destinos en el hemisferio norte, son más optimistas que en períodos recientes, y más de la mitad de los encuestados espera una mejora de los resultados en los próximos cuatro meses. La evaluación de los expertos sobre los ingresos del sector del turismo en los primeros cuatro meses de 2019 también fue bastante positiva y acorde con las expectativas expresadas al inicio de ese período.

Grupo de Expertos en Turismo de la OMT: Las Américas

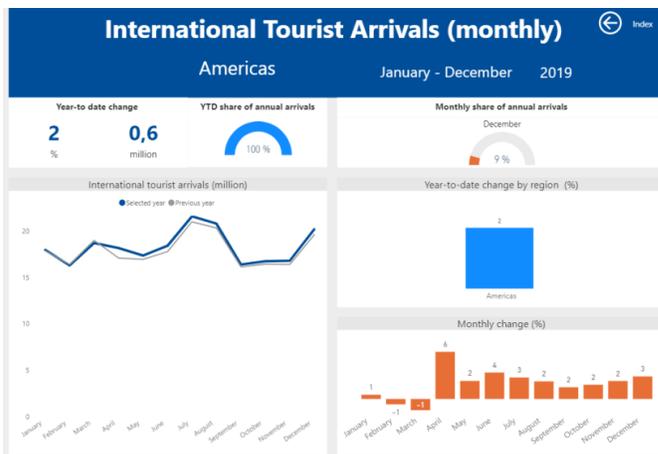


Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

La OMT prevé un incremento de entre el 3 % y el 4 % en las llegadas de turistas internacionales en 2019.

### El turismo en Las Américas en 2019 según la OMT

Datos preliminares de la OMT indican que la región de Las **Américas** (+2%) ofrecieron unos resultados heterogéneos en el año que recién finalizó, ya que si bien muchas islas caribeñas consolidaron su recuperación tras los huracanes de 2017, al mismo tiempo el número de llegadas a Sudamérica cayó, debido en parte a los disturbios sociales y políticos.



En las Américas existe estacionalidad en las llegadas, que se ve probablemente influenciados por temporadas como Semana Santa, que se celebra de forma muy especial en muchos de los países de esta región; de igual manera junio y julio, así como noviembre y diciembre que coinciden en buena parte con periodos vacacionales en los mercados emisores para la región.

### El turismo en Las Américas en 2018 según la OMT

Dentro de la información que recopila la OMT, se encuentran datos que permiten conocer sobre el comportamiento del turismo para la región de Las Américas.

Las Américas recibieron 338 mil millones de US\$ por concepto de turismo en 2018, lo que corresponde al 23% del total de ingresos y el tercer lugar a nivel mundial, con 9 mil millones más que el año anterior (+0.7%) que equivale a una de las variaciones más modestas de la última década. América del Norte recibe la mayor parte con 78%, El Caribe recibió 10%,





En 2018 el turismo representó el 9% de las exportaciones en América con un total de 393 mil millones de US\$ (86%), que incluyen 54 mil millones de transporte de pasajeros (14%). Un detalle que se puede observar en estos datos es que en 1980 los ingresos para las Américas correspondían al 40% de las exportaciones, mientras que en 2018 representó el 35%; no obstante los ingresos aumentaron de 200 mil millones en 2006 a casi 400 mil millones en 2018.

Al año 2018 el turismo muestra una balanza positiva para Las Américas, ya que hay un 38% más de ingresos que de lo que consumen los residentes en la región en sus viajes emisores con 242 mil millones de US\$ de los cuales el 36% lo gastan en la región de Asia y el Pacífico, Europa 35%, 17% se queda en Las Américas, 2% en África. El gasto por viaje alcanza los 1,120 US\$, cantidad que se ha mantenido en el transcurso del 2009 al 2018, con una leve baja en relación con el año anterior.



Los datos registrados en OMT reflejan que los principales motivos de viaje de los visitantes a la Región de las Américas son: ocio 46%, visita a familiares y amigos 26%, negocios y profesionales 10%. Los primeros dos además han tenido una variación de 5% del 2008 al 2018.



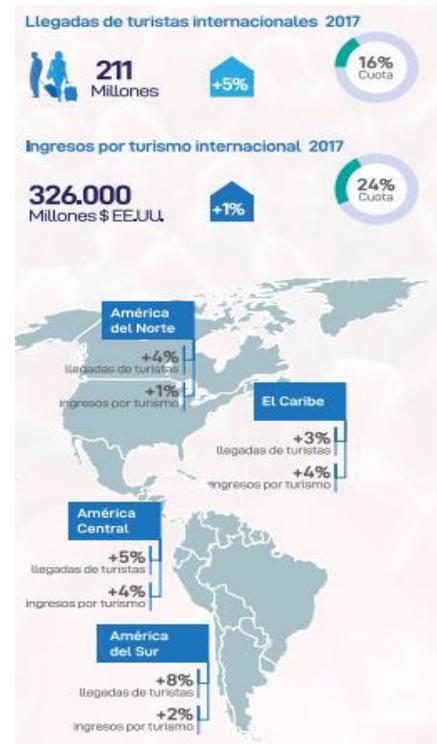
## El turismo en Las Américas en 2017 según la OMT

La OMT calcula que las llegadas a Las Américas han aumentado en un 5%, con un incremento ligeramente menor en ingresos.

**América del Sur** mantuvo un alza continua derivado del aumento del turismo emisor intrarregional.

**América del Norte**, que abarca las dos terceras partes de las llegadas internacionales y de los ingresos en la región, registró en 2017 un crecimiento positivo en llegadas, aunque más modesto en los ingresos.

**El Caribe** muestra resultados variados, pues mientras países como República Dominicana y Jamaica presentan un crecimiento, en otros destinos de esa subregión se registraron bajas debido a los huracanes que afectaron varias islas en agosto y septiembre.



<http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-05-21/turismo-internacional-aumentan-las-cifras-y-la-confianza>

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

<https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-omt>

<https://www.unwto.org/es/tourismo-por-los-ods>

<https://www.unwto.org/es/omt-en-fitur-2020-sostenibilidad-innovacion-accesibilidad>

<https://www.unwto.org/es/preserving-cultural-identities-for-the-future-of-tourism>

<https://www.unwto.org/es/primer-proyecto-piloto-turismo-compras>

<https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2019-celebrates-tourism-and-jobs-better-future-all> - PR No.: PR 19065

<https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>

## El turismo en Guatemala

En seguimiento a las recomendaciones de la OMT, la demanda turística para el país presenta la siguiente caracterización.

### Evolución del turismo receptor (visitantes no residentes):

Según los registros del INGUAT, que datan del año 1965, en términos generales el turismo ha evolucionado de forma positiva, a excepción de algunos años en que se han presentado eventos únicos que produjeron disminución en la llegada de visitantes.

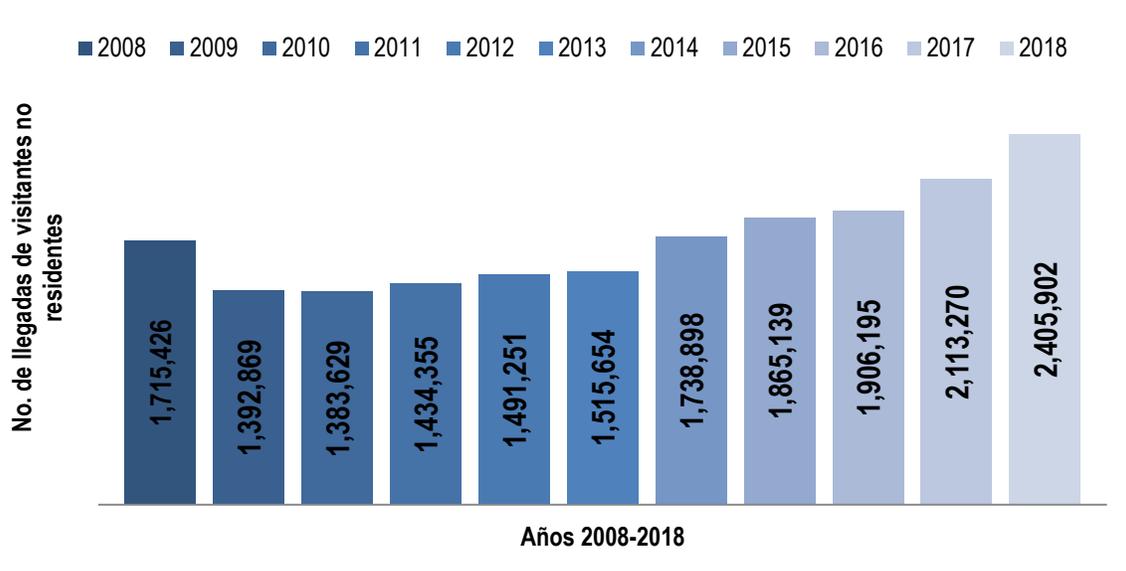
En el año 2015, se realizó una actualización de la serie de llegada de visitantes del periodo 2009-2015 y Guatemala adopta las Recomendaciones Internacionales para



Estadísticas de Turismo -RIET 2008-, donde se clasifican las llegadas de visitantes no residentes según el país de residencia habitual, en lugar de la nacionalidad, lo que ha permitido contar con datos estadísticamente homologables a nivel internacional. A la vez permitió la desagregación por tipología del visitante turistas y excursionistas.

En la siguiente gráfica se observa que durante la última década, la tendencia permaneció favorable, ya que el crecimiento ha sido una constante en la evolución de la actividad turística. La variación que se observa del año 2008 al 2009 se debe a la mencionada actualización. A partir del año 2010, se puede observar un incremento constante con un promedio de 6.4% anual.

### Llegada de visitantes no residentes 2008-2018



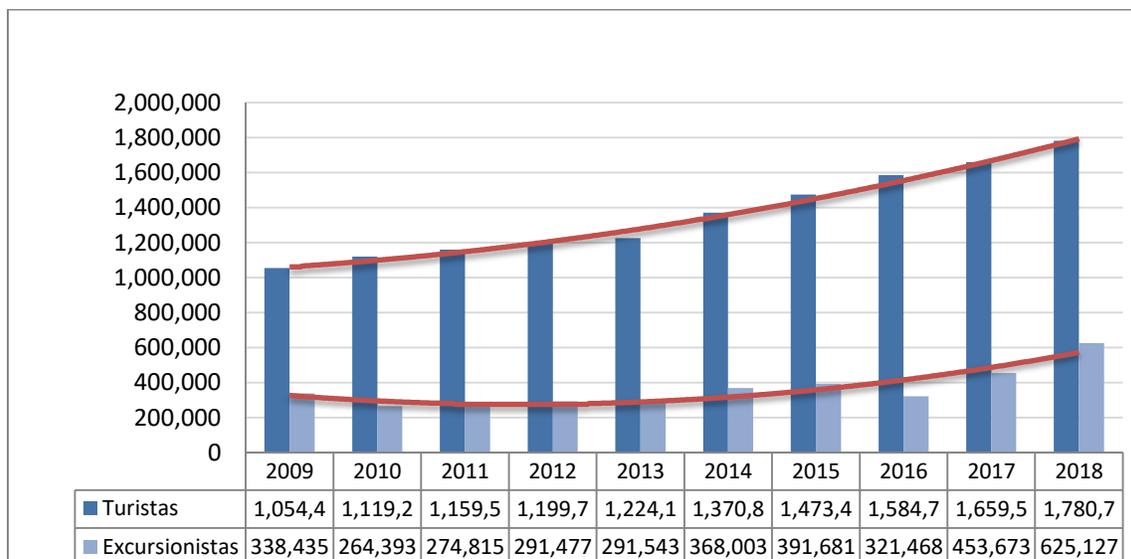
Fuente: INGUAT, 2019, datos preliminares

### Llegadas por tipo de visitante 2009-2018

Las llegadas de turistas y excursionistas presentan tendencias diferentes, lo que se ha podido conocer por medio de la caracterización que lleva a cabo el INGUAT por medio de la encuesta complementaria de correos.

La gráfica muestra que los años 2010 y 2016 tuvieron descenso en llegadas de excursionistas; en tanto que los turistas tienen un comportamiento diferente que en esta serie observada presenta variaciones interanuales positivas con el 2014 como el de mejor desempeño comparado con el año anterior.

### Llegadas de turistas y excursionistas 2009 - 2018



Fuente: Departamento de Investigación de Mercados, INGUAT, 2019

Los años 2016 a 2018 muestra variaciones positivas en llegadas de turistas, lo que reflejan resultados positivos de las estrategias de promoción y mercadeo utilizadas por el INGUAT, pues es el nicho de visitantes que utiliza más servicios en el país y por consiguiente su derrama económica es mayor.

### Comparación de llegadas por mes, años 2017-2018

En el año 2018, las cifras de turismo receptor en Guatemala marcan una tendencia positiva, con un 14% de crecimiento que en valores absolutos significa 292 632 visitantes más que el año 2017, registrando un total de 2 405 902 de llegadas internacionales.

Dicho crecimiento se ha debido a diferentes factores que han propiciado una mayor llegada de visitantes no residentes a Guatemala, entre otros: esfuerzos en la mejora de la conectividad aérea; acciones promocionales del destino con el propósito de lograr un posicionamiento por segmento; que favorecen el atractivo de Guatemala como destino turístico.

**Tabla No. 3**  
**Comparación de Llegadas de visitantes por mes, años 2017 y 2018**

Mes	Visitantes 2017					Visitantes 2018					Variación mensual	
	Turistas	Excursionistas	Desglose excursionista		Total visitantes 2017	Turistas	Excursionistas	Desglose excursionista		Total visitantes 2018	Absoluta	Relativa
			Crucelistas	Visitantes del día				Crucelistas	Visitantes del día			
Enero	145,454	32,102	18,286	13,816	177,556	147,636	67,907	29,506	38,401	215,543	37,987	21%
Febrero	136,531	24,301	12,865	11,436	160,832	130,108	45,268	16,491	28,777	175,376	14,544	9%
Marzo	158,240	42,873	11,212	31,661	201,113	189,739	73,985	17,604	56,381	263,724	62,611	31%
Abril	177,759	61,783	20,271	41,512	239,542	135,414	61,168	19,374	41,794	196,582	-42,960	-18%
Mayo	117,761	24,894	5,908	18,986	142,655	125,020	49,343	8,936	40,407	174,363	31,708	22%
Junio	122,465	28,342	1,460	26,882	150,807	140,038	40,247	2,020	38,227	180,285	29,478	20%
Julio	153,890	30,016	1,543	28,473	183,906	169,044	42,527	-	42,527	211,571	27,665	15%
Agosto	139,123	37,178	-	37,178	176,301	167,435	53,409	743	52,666	220,844	44,543	25%
Septiembre	98,039	32,335	4,268	28,067	130,374	112,821	40,937	2,149	38,788	153,758	23,384	18%
Octubre	115,281	38,271	12,419	25,852	153,552	129,091	46,001	14,864	31,137	175,092	21,540	14%
Noviembre	133,054	39,540	15,268	24,272	172,594	151,299	44,918	17,760	27,158	196,217	23,623	14%
Diciembre	162,000	62,038	25,563	36,475	224,038	183,130	59,417	20,945	38,472	242,547	18,509	8%
<b>Total</b>	<b>1,659,597</b>	<b>453,673</b>	<b>129,063</b>	<b>324,610</b>	<b>2,113,270</b>	<b>1,780,775</b>	<b>625,127</b>	<b>150,392</b>	<b>474,735</b>	<b>2,405,902</b>	<b>292,632</b>	<b>14%</b>

Fuente: Departamento de Investigación de Mercados, INGUAT, 2019

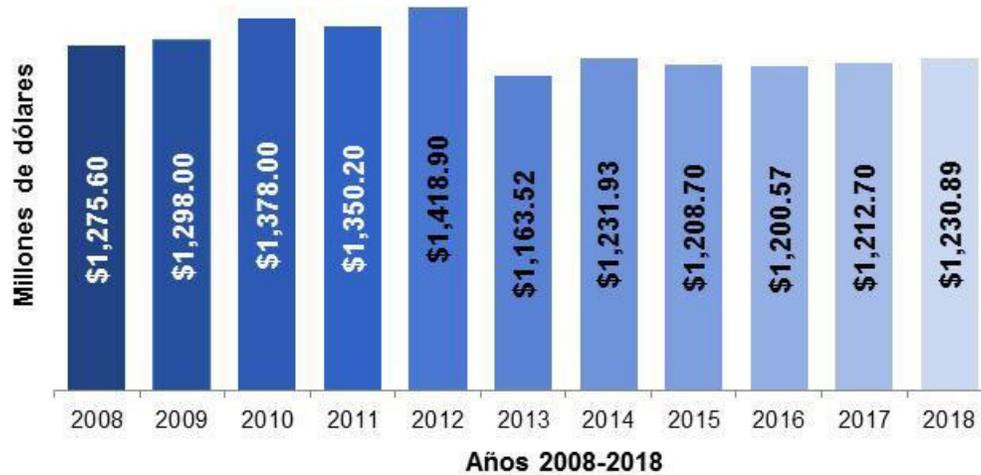
## Datos Económicos del Turismo de Guatemala

### Ingresos por turismo:

En términos económicos según la gráfica siguiente, la actividad turística en el último decenio registró un comportamiento atípico derivado de muchos factores que son objeto de análisis.

Actualmente se está implementando una nueva metodología en el cálculo de divisas (en función de las RIET 2008 de la OMT), por lo que los datos presentados son preliminares, sujetos a actualización del período 2009 al 2018 (están siendo revisados para su aprobación por parte de un consultor externo avalado por la OMT).

### Ingreso de divisas por turismo 2008-2018

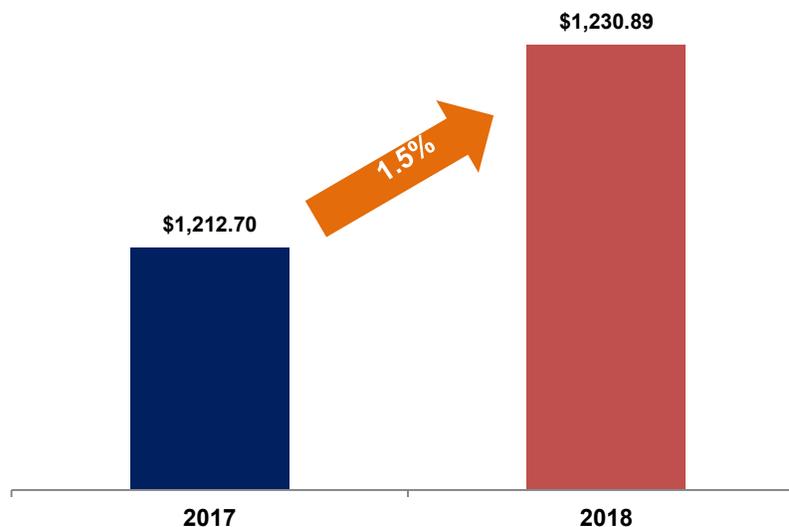


Fuente: estimaciones en base a estadísticas del Departamento de Investigación de Mercados, INGUAT, 2019

### Comparación de Ingresos por turismo, años 2017 y 2018:

El ingreso de divisas por turismo en el 2018, acumuló un total de 1 230.89 millones de dólares americanos, 1.5% más que el 2017, como se puede observar en esta gráfica.

### Ingreso de divisas por turismo 2017 - 2018 (Millones de US\$)



Fuente: estimaciones en base a estadísticas del Departamento de Investigación de Mercados, INGUAT, 2019

### Sobre la economía en Guatemala y el turismo:



Según el banco mundial, en los últimos años, gracias a un manejo macroeconómico prudente, Guatemala ha tenido uno de los mejores desempeños económicos de América Latina, con una tasa de crecimiento por encima del 3 por ciento desde 2012 y que alcanzó el 4.1 por ciento en 2015. El país creció a un 2.8 por ciento en 2017 y un 3.0 por ciento en 2018, según las últimas estimaciones, y se prevé que en 2019 crezca un 3.3 por ciento.

De acuerdo a la capacidad de recuperación macroeconómica de Guatemala, los próximos años ofrecen la oportunidad para reducir la pobreza mediante un crecimiento económico más alto. Si bien las políticas que favorezcan a los pobres podrían producir mejoras marginales, acelerar el crecimiento será crucial para alcanzar los objetivos sociales a mediano y largo plazo.

Impulsar el crecimiento dependerá de reformas continuas para movilizar una mayor inversión privada, al igual que de la movilización de ingresos para financiar inversiones en infraestructura y capital humano que fomenten el crecimiento.

Tanto la cifra como la variación en los ingresos por turismo correspondientes al año 2018 están en proceso de revisión. Se considera que el turismo presente ciertas características y bondad frente a otros sectores económicos y que los esfuerzos en mejorar la conectividad aérea, las fuertes acciones promocionales para posicionar el destino y los segmentos turísticos, así como la riqueza natural y cultural del país son factores que han contribuido a que la industria sin chimeneas de Guatemala muestre resultados positivos en términos económicos.

<https://www.bancomundial.org/es/country/guatemala/overview> - Última actualización: Abr 04, 2019

## Proyecciones de los principales indicadores del turismo

### Llegadas de visitantes no residentes, años 2019 - 2025

La siguiente tabla muestra la proyección de ingreso de visitantes no residentes 2019-2025, en la que se observa un aumento promedio anual del 4.7%, que corresponde a 127,179 personas más. La misma se elaboró basada en datos históricos.

Año	Visitantes	Variación Anual	
		Absoluta	Relativa
2019	2,646,492	240,590	10%
2020	2,752,352	105,860	4%
2021	2,862,446	110,094	4%
2022	2,908,962	46,516	2%
2023	3,044,215	135,253	5%
2024	3,179,468	135,253	4%
2025	3,306,647	127,179	4%

Fuente: Encuesta de conteos 2009-2018, Departamento Investigación y Análisis de Mercados



### Ingreso de divisas por turismo, años 2019 – 2025 (Millones US\$)

La estimación de ingreso de divisas prevé un crecimiento del 1%, lo que significa que en el 2025 ingresarán US\$10.76 millones más que en el año anterior.

Año	Divisas	Variación Anual	
		Absoluta	Relativa
2019	\$1,249.35	\$18.46	1%
2020	\$1,281.88	\$32.53	3%
2021	\$1,285.47	\$3.59	0%
2022	\$1,289.06	\$3.59	0%
2023	\$1,292.65	\$3.59	0%
2024	\$1,296.23	\$3.59	0%
2025	\$1,306.99	\$10.76	1%

Fuente: estimaciones del Departamento de Investigación de Mercados

### Metas principales indicadores de Turismo 2019 – 2025

Descripción	META	
	Proyección	Variación
Ingreso de visitantes	3,306,647	4%
Ingreso de divisas (millones de US \$)	\$1,306.99	1%
Gasto promedio diario del visitante (US\$)	\$157.37	5%
Estadía promedio (días)	6.2	-1%

Fuente: INGUAT, 2019

Es oportuno indicar que estas estimaciones se calcularon basados en datos históricos, con una tendencia normal y sin tomar en cuenta factores que podrían impactar en los datos.

## 2. Políticas, Planes y Otros

## Vinculación con el Plan Nacional De Desarrollo, K'atun 2032

Eje 1: Guatemala Urbana y Rural

Prioridad 1, 1.1, lineamiento o) Promover y fortalecer la cultura y prácticas ancestrales que propician el desarrollo rural sostenible: el INGUAT, a través de la Sección de Patrimonio Cultural da apoyo logístico o económico a diferentes festivales, eventos y actividades culturales para el rescate del patrimonio cultural del país.

Prioridad 2, 2.1, lineamiento a) Ampliar los servicios ambientales de las áreas rurales, con participación de la organización social local: el INGUAT apoya en el desarrollo, fomento y promoción del ecoturismo y segmentos afines al turismo sostenible con base en la naturaleza a través de capacitaciones a guías comunitarios de turismo, impresión de información de destinos de turismo de naturaleza y observación de la vida silvestre.

El turismo está enmarcado dentro del eje 3 Riqueza para Todos está vinculado al turismo, principalmente porque a través de las actividades turísticas que se desarrollan en los diferentes destinos del país, se contribuye a la reducción de la pobreza en las comunidades con potencial natural y cultural. En el cuadro siguiente se identifican las acciones priorizadas que el INGUAT ha establecido para los ejercicios 2020- 2030.

Metas	Resultados	Lineamientos del plan	Acciones Priorizadas	Responsable	2020	2021	2022-2030	Nivel y/o Lugar de intervención (Competencia)						
								Institucional	Nacional	Regional	Departamento	Municipio		
<b>EJE 1 GUATEMALA URBANA Y RURAL</b>														
<b>PRIORIDAD</b>	<b>Desarrollo rural integral</b>													
1. En el año 2032 la población rural goza de los beneficios del desarrollo humano sostenible	1.1. La población del área rural (mujeres, niñas y niños, personas de la tercera edad, jóvenes, población con discapacidad) se desarrolla con equidad y se reconocen sus derechos.	o) Promover y fortalecer la cultura y prácticas ancestrales que propician el desarrollo rural sostenible.	Apoyo logístico y económico a diferentes festivales, eventos y actividades culturales, para el rescate del patrimonio cultural del país.	INGUAT, Departamento de Planeamiento, Sección de Patrimonio Cultural	45 eventos	45 eventos	45 eventos		X	X	X	X		
2. Para el año 2032, las áreas rurales generadoras de bienes y servicios son manejadas de manera sostenible	2.1. La población del área rural se beneficia por los servicios ambientales que proveen, los recursos naturales.	a) Ampliar los servicios ambientales de las áreas rurales, con participación de la organización social local.	Desarrollo, fomento y promoción del ecoturismo y segmentos afines al turismo sostenible con base en la naturaleza.	Entidad responsable INGUAT. Entidades de apoyo Consejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP; Instituto Nacional de Bosques INAB; Centro de Estudios Conservacionistas CECON / USAC; Autoridades Manejo Sostenible de Cuencas; Municipalidades que administran Parques Regionales Municipales.	Capacitación a guías comunitarios de turismo; diseño, planificación y financiamiento de construcción de servicios y facilidades turísticas en áreas protegidas; consultorías en destinos de naturaleza	Capacitación a guías comunitarios de turismo; diseño, planificación y financiamiento de construcción de servicios y facilidades turísticas en áreas protegidas; consultorías en destinos de naturaleza	Capacitación a guías comunitarios de turismo; diseño, planificación y financiamiento de construcción de servicios y facilidades turísticas en áreas protegidas; consultorías en destinos de naturaleza		X		X	X	X	

Metas	Resultados	Lineamientos del plan	Acciones Priorizadas	Responsable	2020	2021	2022-2030	Nivel y/o Lugar de intervención (Competencia)							
								Institucional	Nacional	Regional	Departamento	Municipio			
<b>EJE 3 RIQUEZA PARA TODAS Y TODOS</b>															
<b>PRIORIDAD</b>	<b>Aceleración del crecimiento económico con transformación productiva</b>														
1. En 2032, el crecimiento del PIB real ha sido paulatino y sostenido, hasta alcanzar una tasa no menor del 5.4%:	1.1. El crecimiento económico se ha acelerado sobre la base de la diversificación y transformación productiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>El turismo: considerar que este sector realiza una contribución importante a la economía del país, expresada en la generación de empleo, la protección del medio ambiente y el patrimonio cultural, contribuyendo también al fortalecimiento de la identidad nacional.</li> <li>» El fortalecimiento del sector y de la institución rectora.</li> <li>» La promoción y el mercadeo: - Incremento del presupuesto promocional. - Desarrollo de campañas especiales enfocadas en los mercados cercanos y el mercado doméstico.</li> <li>» Mejora y desarrollo de infraestructura general y de servicios básicos.</li> <li>» Formación de profesionales del turismo, considerando sus diferentes variantes.</li> <li>» Desarrollo de programas de asistencia técnica.</li> <li>» Diversificación de la actividad turística: - Promoción del turismo rural comunitario. - Turismo sostenible. - Implementación de programas de innovación turística que propicien el desarrollo de nuevos productos y destinos turísticos.</li> <li>» Creación de juntas (público-privadas) para monitorear el desarrollo del sector y sus mercados generadores.</li> <li>» Impulso a las asociaciones y la competencia cooperativa.</li> </ul>	<p>Aumentar en el 2017, un 1.3% el ingreso de divisas por turismo, como un eje de desarrollo económico del país.</p> <p>Socializar y promocionar en el 2017 el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, como marco de referencia para la planificación de Guatemala como destino turístico.</p>	INGUAT Sector público y privado turístico	<p>Campañas promocionales a nivel nacional e internacional</p> <p>Participación en ferias turísticas</p> <p>Misiones comerciales (caravanas) Viajes de prensa y filmación Boletines estadísticos de turismo</p>	<p>Campañas promocionales a nivel nacional e internacional</p> <p>Participación en ferias turísticas</p> <p>Misiones comerciales (caravanas) Viajes de prensa y filmación Boletines estadísticos de turismo</p>	<p>Campañas promocionales a nivel nacional e internacional</p> <p>Participación en ferias turísticas</p> <p>Misiones comerciales (caravanas) Viajes de prensa y filmación Boletines estadísticos de turismo</p>	X	X	X	X	X			

Metas	Resultados	Lineamientos del plan	Acciones Priorizadas	Responsable	2020	2021	2022-2030	Nivel y/o Lugar de intervención (Competencia)						
								Institucional	Nacional	Regional	Departamento	Municipio		
<b>EJE 3 RIQUEZA PARA TODAS Y TODOS</b>														
<b>PRIORIDAD</b>	<b>Aceleración del crecimiento económico con transformación productiva</b>													
1. En 2032, el crecimiento del PIB real ha sido paulatino y sostenido, hasta alcanzar una tasa no menor del 5.4%: a) Rango entre 3.4 y 4.4% en el quinquenio 2015-2020. b) Rango entre 4.4 y 5.4% en el quinquenio 2021-2025. c) No menor del 5.4% en los siguientes años, hasta llegar a 2032.	1.1. El crecimiento económico se ha acelerado sobre la base de la diversificación y transformación productiva	» Fomentar el apoyo regional e interregional.- Desarrollo y promoción de itinerarios multiturismo. - Realización de eventos y festividades transfronterizos.» Implementación de mecanismos de coordinación y cooperación entre los distintos actores del sector. - Difusión amplia de los servicios de apoyo al sector turístico.» Otorgamiento de facilidades crediticias a los distintos actores del sector turístico para la renovación y modernización de la infraestructura, así como para el fomento de la inversión turística.» Articular las políticas del sector con las de promoción productiva.» Implementación de un observatorio del sector turístico.» Protección y conservación del patrimonio nacional y cultural del país. » Implementación de mecanismos de protección y seguridad turística.	Aumentar en el 2017, un 1.3% el ingreso de divisas por turismo, como un eje de desarrollo económico del país. Socializar y promocionar en el 2017 el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, como marco de referencia para la planificación de Guatemala como destino turístico.	INGUAT Sector público y privado turístico	Señalización turística del país Información turística en destinos turísticos Empresas con sello de calidad turística Empresas y personas individuales capacitadas y sensibilizadas Asistencia técnica a empresas y actividades turísticas registradas en el INGUAT	Señalización turística del país Información turística en destinos turísticos Empresas con sello de calidad turística Empresas y personas individuales capacitadas y sensibilizadas Asistencia técnica a empresas y actividades turísticas registradas en el INGUAT	Señalización turística del país Información turística en destinos turísticos Empresas con sello de calidad turística Empresas y personas individuales capacitadas y sensibilizadas Asistencia técnica a empresas y actividades turísticas registradas en el INGUAT	X	X	X	X	X		

## **Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-**

Guatemala adoptó oficialmente los ODS ante las Naciones Unidas en el año 2015, con la Declaración de Transformar Nuestro Mundo: la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, que está enfocada a las personas, planeta y a la prosperidad y como objetivo está combatir a la pobreza.

El Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural -CONADUR- estipuló que la Agenda ODS sería objeto de análisis y adecuación a la realidad y prioridades del país. Esto permitió que durante el último semestre del 2016, se desarrollara una estrategia de articulación de los ODS al Plan Nacional de Desarrollo K'atun Nuestra Guatemala 2032 y de ahí priorizar las metas.

EL INGUAT dentro de su plan estratégico comprende la implementación del objetivo 8 de los ODS que se refiere a “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”.

En este objetivo, la meta 8.9 cita: “Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”, en el caso de Guatemala, se tiene la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022 aprobada por Acuerdo Gubernativo No. 98-2012 y el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 que actualmente se está ejecutando, mediante la coordinación de la Mesa Multisectorial de Turismo integrada por todos los actores vinculados a la actividad turística en el país.

Los indicadores 8.9.1 “Proporción directa del turismo en el PIB como proporción del PIB total y en la tasa de crecimiento” y 8.9.2 “Número de empleos en el sector turístico como proporción del número total de puestos de trabajo y la tasa de crecimiento del empleo, desglosado por sexo”, son congruentes con el propósito planteado en este plan, que indica: contribuir a la generación de empleo digno, mediante el fortalecimiento de la competitividad y la consolidación del turismo como eje articulador del desarrollo de la nación en el marco de la sostenibilidad.

## **Metas Estratégicas de Desarrollo -MED-**

Buscan implementar el Plan Nacional de Desarrollo K'atun y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de manera articulada y estratégica. Las MED se constituyen en el marco estratégico al cual debe estar alineado la planificación estratégica y operativa institucional y territorial; para ello las 16 MED se agruparon en 10 prioridades de desarrollo, las cuales guardan congruencia con el desarrollo sostenible, según se muestra a continuación:

## PRIORIDADES NACIONALES DE DESARROLLO



Fuente: SEGEPLAN

### Política General de Gobierno 2020-2024

La Política General de Gobierno -PGG- se fundamenta en el Plan nacional de Innovación y Desarrollo -PLANID- en la que se definen los lineamientos y acciones públicas estratégicas articuladas que deben seguir las instituciones del sector público durante el período de administración gubernamental 2020-2024, en sinergia con las Prioridades Nacionales de Desarrollo, derivadas del proceso de integración del Plan Nacional de Desarrollo K'atun: Nuestra Guatemala 2032 y la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Establece cinco pilares y 50 metas estratégicas que buscan mejorar las condiciones de vida de la población guatemalteca, en el entorno social, político, económico y ambiental, así:

1. Economía, Competitividad y Prosperidad
2. Desarrollo Social
3. Gobernabilidad y Seguridad en Desarrollo
4. Estado Responsable, Transparente y Efectivo
5. Relaciones con el Mundo.

Dentro de los pilares Economía, Competitividad y Prosperidad, y Relaciones con el Mundo, el turismo está implícito dentro de objetivos estratégicos, sectoriales y acciones estratégicas para potenciar al sector turístico.

Durante este período de gobierno, el INGUAT y el MINEX son responsables del cumplimiento de las metas:

- Para el año 2023 se ha completado el impulso de la marca país
- Para el año 2023 se ha mejorado la calificación el índice de competitividad turística en 0.6 puntos porcentuales

### **Política Económica 2016-2021**

Propone las líneas de acción generales en las que el Gobierno enfocará los desafíos que delinean una serie de propuestas nacionales, sectoriales e institucionales y que deben quedar adecuadamente incorporadas en lo que el país debe atender. En esta Política, el INGUAT forma parte del Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones, Inversiones y Turismo y del Gabinete Económico del Programa Nacional de Competitividad de Guatemala -PRONACOM- y del Sistema Nacional de Consejos de Desarrollo. Esta política coincide con el PMTS en promover la sostenibilidad económica, social y ambiental, así como la inclusión pluricultural, multiétnica con equidad de género; y dinamizar la economía local que contribuya a la reducción de la pobreza. La focalización territorial, es decir, que se promueve el turismo en aquellos destinos con potencial turístico. También resalta temas fundamentales para la competitividad turística como son la interconexión de carreteras, pasos fronterizos eficientes y conectividad aérea, fomento de las Mipymes y su acceso al crédito, capacitación y educación para el trabajo, el emprendimiento e innovación. El turismo en esta Política constituye una prioridad dentro de los sectores económicos. (Ministerio de Economía, 2016)



## **Agenda Nacional de Competitividad 2016-2032**

Esta Institución incluye acciones dentro de su planificación y programación operativa que contribuye de manera directa e indirecta con los siguientes ejes:

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.

Esta Agenda, persigue que Guatemala se posicioné como destino turístico, no solo por sus ventajas competitivas, sino porque es un generador de empleo directo e indirecto que contribuye con el desarrollo económico del país. En la Agenda de Competitividad y Agenda Urbana se incluye el desarrollo de centros urbanos en el interior del país, los cuales coinciden con los principales centros de distribución turísticos identificados en el PMTS. (Programa Nacional de Competitividad de Guatemala, 2016)

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

El Instituto Guatemalteco de Turismo establece las líneas de acción en los ejes estratégicos que establece la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022, aprobada por Acuerdo Gubernativo No. 098-2012 de fecha 24 de mayo de 2012.

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

## **Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025 -PMTS-**

El INGUAT formuló el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, aprobado por Acuerdo Gubernativo No. 149-2016 del 1 de agosto de 2016.



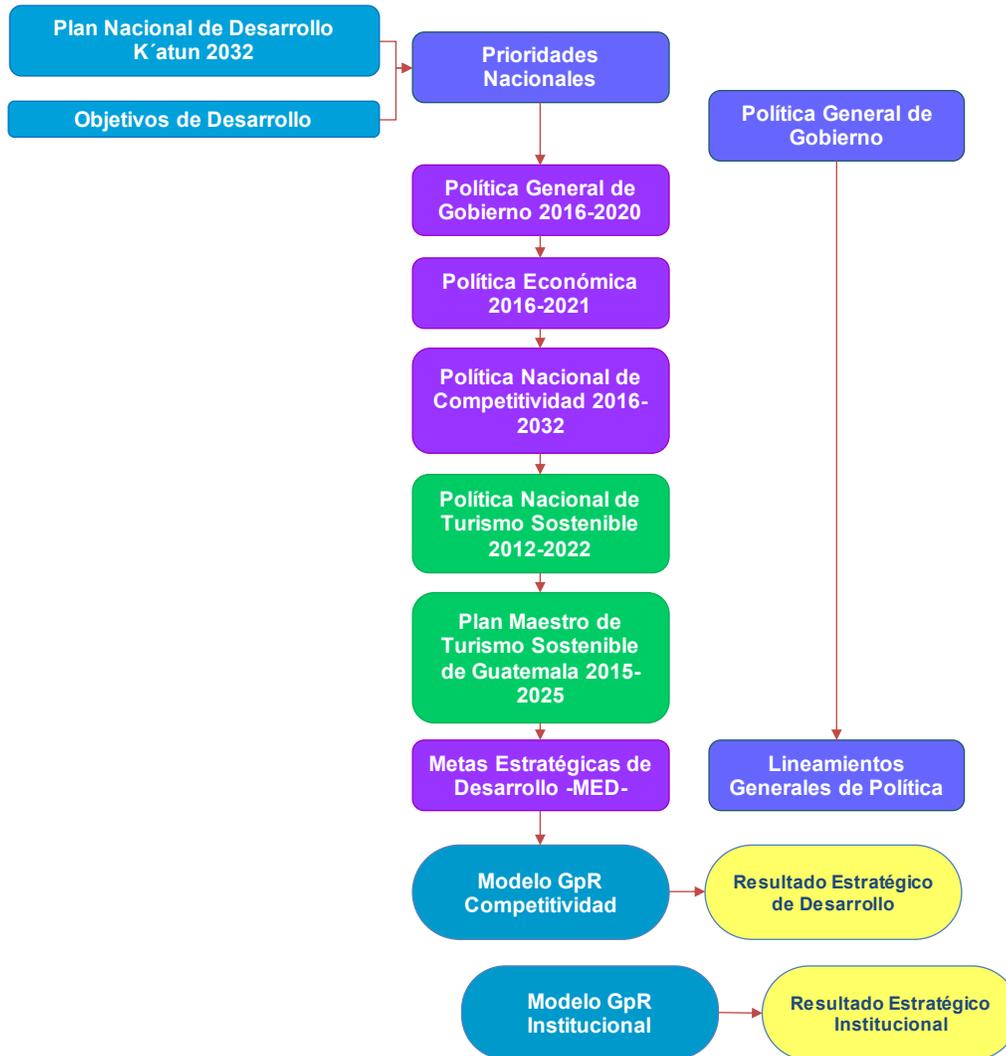
Con la implementación del PMTS, las instituciones que tengan atribuciones y funciones relacionadas con este sector, deben dar efectivo cumplimiento, a través de integrar las acciones que correspondan en sus planes, programas y presupuestos.

En este marco, el INGUAT como entidad rectora del turismo en Guatemala, ha socializado el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025, como un instrumento de planificación que visualiza el desarrollo del sector a 10 años. A partir de la aprobación del PMTS como política pública, esta Institución ha gestionado alianzas estratégicas con el sector público y privado turístico, con el propósito de movilizar las cadenas de valor entre los diferentes actores y fortalecer la parte interinstitucional de las entidades para que orienten sus esfuerzos hacia la consecución de programas y proyectos que beneficien al turismo en Guatemala.

La visión del PMTS “En el año 2025, Guatemala está posicionada como el Corazón del Mundo Maya, es uno de los tres principales destinos culturales de América, y el turismo es la más importante actividad económica del sector de servicios en el país”. (INGUAT, 2015)

En el siguiente esquema, se visualizan las diferentes normativas, políticas, planes entre otros, para desarrollar el sector turismo.





Fuente: INGUAT, 2020

De conformidad con el artículo 9 del Decreto 1701 “Ley Orgánica del INGUAT” la Dirección General del INGUAT, convocará a la Junta Asesora de Turismo, que tiene como objetivo asesorar en temas que le compete a cada integrante de acuerdo a la entidad que represente.

### Otros aspectos del contexto:

- Política Pública de Reparación a las Comunidades Afectadas por la construcción de la Hidroeléctrica Chixoy, cuyos Derechos Humanos Fueron Vulnerados. Acuerdo Gubernativo Número 378–2014: dentro de las acciones a desarrollar está el “Desarrollo de una industria turística, que integre el corredor cultural Maya Achí, para proponer una fuente de desarrollo sostenible a estas comunidades”. (Política



Pública de Reparación a las Comunidades Afectadas por la construcción de la Hidroeléctrica Chixoy, cuyos Derechos Humanos fueron Vulnerados, 2014)

- Agenda Rural 2016-2020: dentro de uno de sus objetivos, establece un proceso sostenido que haga convergente la Agenda Rural con la Agenda Urbana, que facilite la gestión integrada de los programas, proyectos y acciones territoriales de desarrollo. El INGUAT se identifica en esta política como institución de apoyo en el eje 2 Desarrollo Productivo con dos intervenciones estratégicas y las acciones: promover el turismo sostenible en comunidades rurales con potencial turístico, áreas protegidas y población en pobreza y extrema pobreza; fomentar la inversión turística con enfoque en el valor del patrimonio cultural y natural del área rural.

Por otro lado, al INGUAT le corresponde coordinar con el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN- y otras entidades vinculadas, para que brinden la asistencia técnica a las municipalidades ubicadas en los destinos turísticos priorizados en el PMTS, para la gestión integral y manejo de residuos sólidos y aguas residuales, y promover alianzas estratégicas público privadas y de cooperación internacional para la conservación ambiental en áreas turísticas priorizadas. (Et al, 2016).

- El Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural -CONADUR- en los Puntos Resolutivos números 08-2017 y 03-2018 de fechas 5 de diciembre de 2017 y 11 de mayo de 2018, respectivamente, entre las Prioridades Nacionales de Desarrollo de Empleo e Inversión establece la meta estratégica de desarrollo “Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”; esto permitió incorporar esta meta dentro del Modelo de Competitividad Turística, contenido en el plan estratégico y la corresponsabilidad por parte del sector público.
- Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las mujeres y Plan de Equidad de Oportunidades (PNPDIM-PEO) 2008-2023: las acciones a cargo del INGUAT, responden al eje 1 de Desarrollo Económico y Productivo con Equidad, para ello, esta institución dentro de su Plan de trabajo anual, desarrolla un programa de capacitación sobre diferentes temas, como: cultura turística general, seguridad turística, calidad en el servicio al turista, biodiversidad de Guatemala y turismo con gestión comunitaria, entre otros, con el propósito que las comunidades que tienen un acercamiento con los visitantes nacionales e internacionales brinden un mejor servicio y además se beneficien de esta actividad. Con estas acciones se promueve la equidad de género en las diferentes etnias del país, principalmente porque de manera directa e indirecta contribuyen



con la inserción laboral en las actividades turísticas (prestación de servicios, venta de artesanías, entre otros). (Mujer, 2009)

Esta institución apoya al sector artesanal con capacitación para la innovación de sus productos y coordina con otras instituciones públicas y privadas, con el propósito que los productos elaborados por mujeres y hombres sean más competitivos a nivel nacional e internacional.

Por otro lado y como parte del desarrollo integral de los trabajadores del INGUAT, a través de la Sección de Capacitación del Departamento de Recursos Humanos, se imparten cursos, talleres, seminarios, entre otros, con el propósito de fomentar la especialización y nuevas competencias para mujeres y hombres.

En este sentido, se considera que el INGUAT como ente rector del turismo en Guatemala ha propiciado la participación de mujeres de las diferentes etnias, generando desarrollo económico y bienestar familiar dentro de los programas y actividades del sector turístico.

### 3. Identidad Institucional

El Instituto Guatemalteco de Turismo fue creado mediante el Decreto número 1701 del Congreso de la República de fecha 8 de septiembre de 1967, el cual contiene la Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. Su funcionamiento también está regulado por el Acuerdo Gubernativo M. de E. No. 33-69, que contiene el Reglamento a la Ley Orgánica de INGUAT, modificado por Acuerdo Gubernativo sin número de fecha 22 de julio de 1980. Dentro de las finalidades de su ley, el INGUAT queda obligado a desarrollar funciones encaminadas al fomento del turismo interno y receptivo y se constituye en el ente rector del turismo en Guatemala (Gobierno de Guatemala, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, 1967).

#### **Funciones:**

El Instituto Guatemalteco de Turismo como entidad descentralizada, con personalidad jurídica y con patrimonio propio, queda obligado a desarrollar funciones encaminadas al fomento del turismo interno y receptivo de esta manera se desarrollan en los siguientes artículos del Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala:

*“Artículo 4º.: ....*

- a. Determinar cuáles son los lugares de atracción turística en el territorio nacional, con el objeto de evaluarlos y desarrollarlos, según su importancia, con apego a las prioridades previamente establecidas;



- b. Cooperar con las instituciones encargadas del mantenimiento, conservación, exhibición, restauración y conocimiento de nuestros tesoros arqueológicos, históricos y artísticos, aportando cuanto sea necesario para que, sin menoscabo de su integridad y pureza, dicha riqueza pueda aprovecharse en los planes de desarrollo turístico;
- c. Elaborar un plan de turismo interno, que permita un mejor conocimiento entre los guatemaltecos, como miembro de la comunidad nacional a la vez que les depare la oportunidad de apreciar las manifestaciones de la cultura de las distintas regiones y la belleza de sus paisajes;
- d. Fomentar las industrias y artesanías típicas, colaborando en su desarrollo, promoviendo la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales, proporcionándoles informaciones que puedan beneficiar el mejoramiento de sus productos y aplicando los medios publicitarios de que disponga, para lograr una mayor demanda de los mismos;
- e. Habilitar playas, jardines, parques, fuentes de aguas medicinales y centros de recreación con sus fondos propios; y colaborar con las municipalidades respectivas, en la dotación de los servicios esenciales y en el embellecimiento y ornamentación de los mismos, cuando tales zonas estén bajo su custodia;
- f. Construir hoteles o albergues, responsabilizándose en todo caso de que tales construcciones respondan a las necesidades del turismo nacional, en cuanto a su funcionalidad y belleza, y procurando que la arquitectura de dichas construcciones estén en consonancia con el ambiente, uso y tradiciones de la zona. Dichas edificaciones, cuando sean hechas por cuenta propia, deben ser entregadas para su explotación a personas idóneas, en el sentido que se considere conveniente a los intereses de la nación y especialmente al incremento del turismo;
- g. Divulgar las propiedades terapéuticas de las fuentes de aguas medicinales, despertando el interés de los guatemaltecos y extranjeros por aprovecharlas;
- h. Organizar o colaborar en la celebración de ferias internacionales, nacionales, departamentales y locales; festivales folklóricos y ceremonias tradicionales;
- i. Divulgar los programas religiosos de los más venerados santuarios de la República y las fechas de las solemnidades más importantes;
- j. Disponer la construcción de aeródromos y vías de acceso a los lugares de interés turístico; y gestionar su ejecución ante el Ministerio de Comunicaciones y Obras Públicas;
- k. Emitir, previa opinión favorable de la Junta Monetaria, del Ministerio Público y llenando los requisitos que establecen las leyes, bonos de turismo para la construcción de obras autofinanciables, tales como hoteles, moteles, turicentros, funiculares y otras obras que tiendan a incrementar el turismo;
- l. Colaborar con el Instituto de Recreación de los Trabajadores en la organización de sistemas de turismo obrero, y con los establecimientos de enseñanza en la promoción del turismo escolar, para los cuales el INGUAT, de común acuerdo con los propietarios o arrendatarios de hoteles, debe fijar tarifas especiales en



- temporadas apropiadas, que permitan el fácil conocimiento de las diferentes zonas turísticas al mayor número de personas de escasos recursos;
- m. Fundar por cuenta propia y con la ayuda de las universidades una escuela de turismo, en colaboración con las entidades interesadas en esta materia; abrir centros de capacitación y de adiestramiento para el personal al servicio del turismo y otorgar becas para que los guatemaltecos que se distinguen o tengan vocación, puedan asistir a escuelas del extranjero con iguales fines;
  - n. Orientar la organización y funcionamiento de las asociaciones, comités y otras entidades que se constituyan con fines de promoción turística;
  - o. Inscribir, clasificar e inspeccionar el funcionamiento de las Empresas Turísticas para que puedan operar en el país;
  - p. Autorizar de acuerdo con la clasificación por categorías previamente establecida por el INGUAT, las tarifas máximas de los hoteles, moteles, pensiones, autobuses y taxis dedicados al turismo y controlar la observancia de las mismas. La clasificación podrá ser revisada, a solicitud de parte, tomándose en cuenta todas las circunstancias, en cada caso;
  - q. Formar y mantener actualizado, bajo su más estricta responsabilidad, el inventario turístico del país;
  - r. Proporcionar toda la información que se le solicite, sobre lugares, servicios y cualquier objetivo turístico;
  - s. Imprimir el mapa vial de Guatemala, buscando su mejor presentación y calidad, y actualizarlo cada año; editar folletos y guías que contengan información sobre todos los asuntos de interés que se mencionan en el inciso anterior;
  - t. Empezar periódicamente campañas publicitarias dirigidas al turismo interior, a fin de que durante los períodos de vacaciones, los guatemaltecos visiten los centros de recreación del país;
  - u. Imponer las sanciones correspondientes a las personas que infrinjan esta ley o sus reglamentos;
  - v. Solicitar al Ejecutivo que se entreguen las zonas turísticas a su custodia;
  - w. Organizar con las entidades encargadas, o especializadas, partidas de caza y pesca, en lugares turísticos, empeñándose en crear temporadas y competencias;
  - y,
  - x. Fomentar por todos los medios a su alcance, el turismo interior y receptivo.”

“Artículo 5º. ....:

- a. Fomentar y estimular la inversión de capital guatemalteco o extranjero en hoteles y centros de recreación dedicados al turismo, proporcionando las informaciones que se le soliciten en todo lo relativo a impuestos, tasas, incentivos y demás datos que pueden fundamentar los estudios previos de inversión;
- b. Hacer por cuenta propia, en periódicos, revistas, radio, televisión y otros medios que se considere igualmente adecuados y eficaces, del extranjero, frecuentes campañas de promoción turística, que divulguen nuestras bellezas naturales,



- riquezas arqueológicas, centros de deporte y recreación social, de descanso y esparcimiento con el objeto de atraer a Guatemala la corriente turística de otros países;
- c. Prestar toda su colaboración y usar su influencia para que las compañías de transporte internacional, agencias de viajes, cadenas de hoteles y empresas de cualquier otra índole, relacionadas con el turismo, por su cuenta hagan campañas de promoción a favor de Guatemala, en el extranjero;
  - d. Proporcionar a los consulados de Guatemala, toda clase de propaganda e información para que puedan incrementar el turismo a nuestro país y resolver las consultas que se les dirijan;
  - e. Imprimir libros, folletos y carteles sobre Guatemala, producir películas documentales, fotografías y todo el material necesario de cualquier naturaleza que sea, que pueda usarse en la promoción turística;
  - f. Establecer contacto con universidades, centros de enseñanza media, cámaras de comercio e industria y otras entidades o instituciones del extranjero que se interesen en nuestro país, para promover viajes de negocios, estudio o recreación;
  - g. Integrar con la colaboración de las embajadas y consulados de nuestro país, y otras entidades que se considere conveniente, las asociaciones de Amigos de Guatemala, que colaboren con el INGUAT en la divulgación de nuestra propaganda turística;
  - h. Organizar y llevar a cabo cursillos de orientación y enseñanza, dirigidos a los empleados de aduanas, migración y policía y otras entidades que tengan contacto con el turismo y exterior, para enseñarles formas de trato social al turista;
  - i. Fomentar la integración de conjuntos musicales y de otra índole de guatemaltecos que vistan los trajes típicos de las distintas regiones del país y actúen en bares, restaurantes y lugares públicos, ofreciéndoles el diseño del traje y la ayuda que sea compatible con los propósitos de incremento turístico y las posibilidades del INGUAT;
  - j. Ofrecer en lugares adecuados, representaciones de danza y bailes folklóricos con la mayor periodicidad posible, para lo cual el INGUAT debe preocuparse por integrar los conjuntos que sean necesarios;
  - k. Organizar, colaborar y participar en los eventos nacionales e internacionales relacionados con el turismo;
  - l. Celebrar acuerdos con entidades similares: México, Centroamérica y otros países para el establecimiento de circuitos turísticos que incluyan a Guatemala; y,
  - m. Ejercer todas las demás funciones que tiendan a crear e incrementar atracción turística por nuestro país.”

#### **MARCO LEGAL:**

1. Legislación que da marco legal a la actuación del INGUAT:
  - a. Constitución Política de la República de Guatemala.



- b. Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo.
- c. Decreto 25-74 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Fomento de Turismo Nacional.
- d. Decreto No. 57-92 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas, Ley de Contrataciones del Estado.
- e. Decreto No. 119-96 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de lo Contencioso Administrativo.
- f. Decreto 89-2002 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Probidad y Responsabilidades de Funcionarios y Empleados Públicos.
- g. Decreto 57-2008 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Acceso a la Información Pública.
- h. Decreto 42-2010 del Congreso de la República de Guatemala y su reforma, Ley que Promueve el Turismo Interno.
- i. Acuerdo Gubernativo M. de E. No. 33-69 y sus reformas, Reglamento a la Ley Orgánica de INGUAT.
- j. Acuerdo Gubernativo M. de E. 23-74, Reglamento para la aplicación de la Ley de Fomento Turístico Nacional.
- k. Acuerdo Gubernativo No. 1144-83, Reglamento para Establecimientos de Hospedaje.
- l. Acuerdo Gubernativo Número 313-2005 Reglamento de la Ley de Probidad y Responsabilidades de Funcionarios y Empleados Públicos.
- m. Acuerdo Ministerial Número 24-2010, Normas de Transparencia en los Procedimientos de Compra o Contratación Pública.
- n. Acuerdo Gubernativo 98-2012 de fecha 23 de mayo 2012, Aprobación de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022.
- o. Acuerdo Gubernativo No. 149-2016 que aprobó el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025.
- p. Código de Ética de la Organización Mundial del Turismo –OMT-.
- q. Acuerdo Gubernativo No. 25-2016 de fecha 12 de enero de 2016 Reglamento Orgánico del Instituto Guatemalteco de Turismo.
- r. Acuerdo Gubernativo 106-2016, Reglamento General de Viáticos y Gastos Conexos y sus reformas.
- s. Acuerdo Gubernativo 122-2016, Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado y sus reformas.
- t. Acuerdo Gubernativo 192-2016 Reformas al Acuerdo Gubernativo 306-2004, Programa Nacional de Competitividad.
- u. Acuerdo Ministerial 445-2016 (Reforma al Acuerdo Ministerial 336-2016 control migratorio, Aeródromo Retalhuleu.
- v. Acuerdo A-110-2013 de la Contraloría General de Cuentas de fecha 18 de noviembre de 2013



w. Circular Conjunta del Ministerio de Finanzas Públicas, Oficina Nacional de Servicio Civil y Contraloría General de Cuentas, enero 2017.

2. Legislación que rige el manejo presupuestario del INGUAT:

- Decreto 1701 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo.
- Acuerdo Gubernativo M. de E. No. 33-69 y sus reformas, Reglamento a la Ley Orgánica de INGUAT.
- Decreto 101-97 del Congreso de la República de Guatemala y sus reformas, Ley Orgánica del Presupuesto.
- Decreto 57-92 Ley de Contrataciones del Estado y su reglamento
- Decreto del Congreso de la República, Ley de implementación de medidas fiscales, aprobación del presupuesto general de ingresos y egresos del Estado para cada ejercicio y aprobación del financiamiento para el ejercicio fiscal
- Acuerdo Gubernativo 540-2013 y sus reformas, Reglamento de la Ley Orgánica del Presupuesto.
- Decreto 25-2018 del Congreso de la República “Ley de Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal Dos Mil Diecinueve (vigente para el ejercicio fiscal 2020).
- Acuerdo Gubernativo 288-2019 que aprobó el Presupuesto General de Ingresos y Egresos para el ejercicio fiscal 2020

Leyes Tributarias:

- Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala, Código Tributario y sus reformas.
- Decreto 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Actualización Tributaria y sus reformas.
- Decreto 1-98 del Congreso de la República, Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria y sus reformas.
- Decreto 37-2016 Ley para el Fortalecimiento de la Transparencia fiscal y la Gobernanza de la Superintendencia de Administración Tributaria.
- Decreto 4-2012 Disposiciones para el Fortalecimiento del sistema Tributario y Combate a la Defraudación y al Contrabando.

Leyes Tributarias:

- a. Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala, Código Tributario y sus reformas.
- b. Decreto 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Actualización Tributaria y sus reformas.
- c. Decreto 1-98 del Congreso de la República, Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria y sus reformas.

- d. Decreto 37-2016 Ley para el Fortalecimiento de la Transparencia fiscal y la Gobernanza de la Superintendencia de Administración Tributaria.
- e. Decreto 4-2012 Disposiciones para el Fortalecimiento del sistema Tributario y Combate a la Defraudación y al Contrabando.

Otras leyes o normas jurídicas relacionadas con el ámbito de su competencia (Ministerio de Relaciones Exteriores):

Para coadyuvar al logro de las estrategias de desarrollo turístico del país, se optimiza la participación de Guatemala, a través del INGUAT, en instancias nacionales, regionales e internacionales, de carácter turístico, comercial, política pública y otras que incidan positivamente en la actividad turística.

Dentro de ese marco y con el fin de impulsar la cooperación internacional, las autoridades del INGUAT han firmado los siguientes instrumentos de cooperación turística, los cuales se encuentran vigentes a la fecha:

Instrumento	Objeto	Fecha de suscripción
<b>BILATERALES</b>		
Memorándum de Entendimiento entre la <b>Secretaría de Gobierno de Turismo de la República Argentina</b> y el Instituto Guatemalteco de turismo de la República de Guatemala	Transferencia de conocimiento y tecnología, fomento del desarrollo del turismo sostenible y viajes turísticos organizados y no organizados; organización de programas de intercambio; promoción de inversiones en materia turística y la conectividad.	11 de julio 2019
Memorándum de entendimiento entre el Instituto Guatemalteco de turismo de la República de Guatemala y la Secretaría de Turismo del <b>Estado de Baja California</b> de los Estados Unidos Mexicanos	Fomento al desarrollo del turismo sostenible, mediante la transferencia de conocimiento en la implementación de un modelo y mejores prácticas de sustentabilidad turística.	24 de noviembre 2017
Carta Intención que suscriben la <b>Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato</b> de los Estados Unidos Mexicanos y el INGUAT	Cooperación turística y cultural en materia de intercambio de experiencias e información en materia turística y promoción y difusión turística	15 de octubre 2015

Instrumento	Objeto	Fecha de suscripción
Memorándum de entendimiento entre el Instituto Guatemalteco de turismo de la República de Guatemala y la Secretaría de Turismo del <b>Estado de Guanajuato</b> de los Estados Unidos Mexicanos	Transferencia de conocimiento y tecnología entre Observatorios Turísticos	19 de octubre 2017
<i>Cooperation Letter between Guatemala Tourism Board and The Jerusalem Development Authority</i>	Transferencia de conocimiento en turismo sostenible, desarrollo y crecimiento económico, mejores prácticas para medir el impacto económico, social y ambiental del turismo.	13 de febrero 2019
<i>Cooperation Letter between Guatemala Tourism Board and The Ministry of Tourism of Israel</i>	Transferencia de conocimiento en tecnología y mejores prácticas de turismo en general, en seguridad turística, gestión comunitaria, turismo sostenible, plataformas tecnológicas para que los turistas puedan planificar y organizar sus viajes.	13 de febrero 2019
Memorándum de entendimiento sobre cooperación turística entre la <b>Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos</b> y el Instituto Guatemalteco de Turismo de la República de Guatemala	Intercambio de conocimientos y buenas prácticas en relación el Programa Pueblos Mágicos, fomento y desarrollo del turismo sostenible en definición y medición de indicadores de impacto económico, sociocultural, ambiental y en la implementación de un modelo de sustentabilidad turística.	29 de junio 2018
Convenio de Cooperación Turística entre el Instituto Guatemalteco de Turismo del Gobierno de Guatemala y la Secretaría Nacional de Turismo de la <b>República del Paraguay</b>	Intercambio de experiencias técnico-turísticas, particularmente en planes y proyectos que fomenten el desarrollo de turismo comunitario, producción y comercialización de artesanías, posadas rurales, turismo rural, multidestinos y barrios turísticos, políticas de captación turística.	15 de mayo 2015
Declaración del Instituto Guatemalteco de Turismo – INGUAT- y la <b>Secretaría Nacional de Turismo –SENATUR- (Paraguay)</b>	Apoyar la cooperación entre los sectores turísticos en ambos países, tanto de carácter público como privado, sostenibilidad, promoción y comercialización turística, planificación y desarrollo de destinos turísticos, programas de calidad, innovación tecnológica en turismo, participación en ferias y eventos internacionales, promoción de los atractivos turísticos, formación de recurso humano en capacitaciones existentes y prácticas profesionales.	12 de septiembre 2018
<b>MULTILATERALES</b>		
Carta Convenio entre la República de Guatemala y el <b>Banco Interamericano de Desarrollo</b> para la Cooperación Técnica	Desarrollar nuevos modelos de turismo comunitario de manera sostenible.	4 de marzo 2016

Instrumento	Objeto	Fecha de suscripción
Regional No Reembolsable No. ATN/OC-15132-RG <b>Proyecto Regional de Turismo Comunitario Maya</b>		
Memorando de Entendimiento entre el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y <b>World Wildlife Fund Inc. (WWF)</b>	Apoyo conjunto al proyecto “Aprovechando la Comunidad Conservacionista Global para Potenciar el Turismo de Base Comunitaria en el Arrecife Mesoamericano”, específicamente para las actividades que se desarrollen en Izabal, Guatemala. El impacto del proyecto es contribuir a la inclusión de los emprendimientos turísticos comunitarios en la cadena productiva del turismo en el Sistema Arrecifal Mesoamericano.	15 de octubre 2016
<b>NACIONALES/ INTERINSTITUCIONALES</b>		
Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- y el <b>Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-</b> para la ejecución del Programa de Desarrollo de Turismo Sostenible en Áreas Protegidas –IMPULSA	Establecer la cooperación interinstitucional para la ejecución del Programa de Desarrollo de Turismo Sostenible en Áreas Protegidas – Programa IMPULSA.	19 de diciembre 2016
Convenio Marco de Cooperación No. 004 entre el Instituto Guatemalteco de Turismo y la <b>Fundación Patrimonio Cultural y Natural Maya</b>	Cooperar técnica y programáticamente, en programas y proyectos encaminados a la puesta en valor turístico de recursos naturales y culturales, el desarrollo turístico sostenible orientado a la conservación del patrimonio cultural y natural de la Reserva de la Biósfera Maya (RBM), y la divulgación y promoción de las actividades y productos turísticos.	13 de octubre 2015
Convenio Administrativo de Cooperación entre Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- y la <b>Dirección General de Aeronáutica Civil –DGAC-</b>	Establecer bases de cooperación entre ambas partes para la promoción del país, mantenimiento, funcionamiento, remozamiento, decoración y limpieza, de espacios abiertos al público de las terminales aéreas administradas por DGAC así como la facilitación turística, para brindar mejor servicio al turista.	24 de mayo 2017
Protocolo interinstitucional de operación del <b>Aeródromo de Quetzaltenango</b> – Convenio de coordinación interinstitucional para ejercer controles coordinados en el ingreso y egreso de personas,	Constituir herramienta efectiva en el cumplimiento de las atribuciones de cada una de las instituciones que participan en la operación o funcionamiento del Aeródromo de Quetzaltenango en virtud de su uso mixto, coordinado para ello las funciones, obligaciones	6 de septiembre 2016

Instrumento	Objeto	Fecha de suscripción
mercancías y medios de transporte en puestos fronterizos, puertos marítimos y aeropuertos en la República de Guatemala – Convenio de cooperación interinstitucional entre la superintendencia de administración tributaria y el Ministerio de Gobernación para coadyuvar a la prevención y reducción de la defraudación y el contrabando aduaneros y otros ilícitos.	y actuaciones que le corresponden a cada institución signataria, a efecto del desarrollo, aprovechamiento y un efectivo control e inspección a las aeronaves, personas y mercancías que entren y salgan del país por medio de este Aeródromo.	
Protocolo interinstitucional de operación del <b>Aeródromo de Puerto Barrios, Izabal</b> Convenio de coordinación interinstitucional para ejercer controles coordinados en el ingreso y egreso de personas, mercancías y medios de transporte en puestos fronterizos, puertos marítimos y aeropuertos en la República de Guatemala – Convenio de cooperación interinstitucional entre la superintendencia de administración tributaria y el Ministerio de Gobernación para coadyuvar a la prevención y reducción de la defraudación y el contrabando aduaneros y otros ilícitos.	Constituir herramienta efectiva en el cumplimiento de las atribuciones de cada una de las instituciones que participan en la operación o funcionamiento del Aeródromo de Puerto Barrios, Izabal en virtud de su uso mixto, coordinado para ello las funciones, obligaciones y actuaciones que le corresponden a cada institución signataria, a efecto del desarrollo, aprovechamiento y un efectivo control e inspección a las aeronaves, personas y mercancías que entren y salgan del país por medio de este Aeródromo.	24 de enero 2017

Fuente: Unidad de Competitividad/Cooperación Internacional del INGUAT

A nivel internacional el INGUAT está enmarcado en acuerdos, convenios, lineamientos y códigos establecidos por organismos de carácter regional e internacional:

- a. Código de Ética de la Organización Mundial del Turismo -OMT-
- b. SITCA-CATA
- c. OMM

## CAPÍTULO II

### Guatemala como destino turístico





#### 4. Guatemala

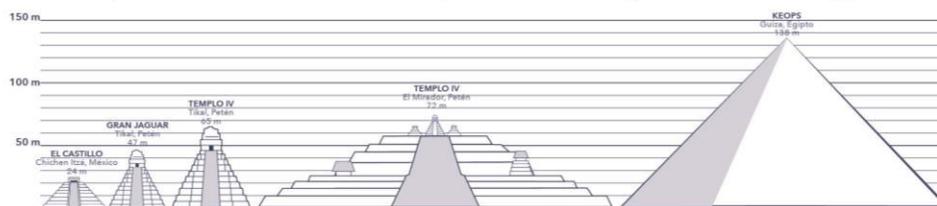
A continuación en las figuras No. 1 y 2, se muestran infografías con características de la oferta natural, cultural y sociodemográfica que tiene Guatemala.

Figura No. 1



### Complejo Piramidal La Danta (72m de altura)

Parque Nacional Mirador-Río Azul posee un volumen mayor a las Pirámides de Egipto

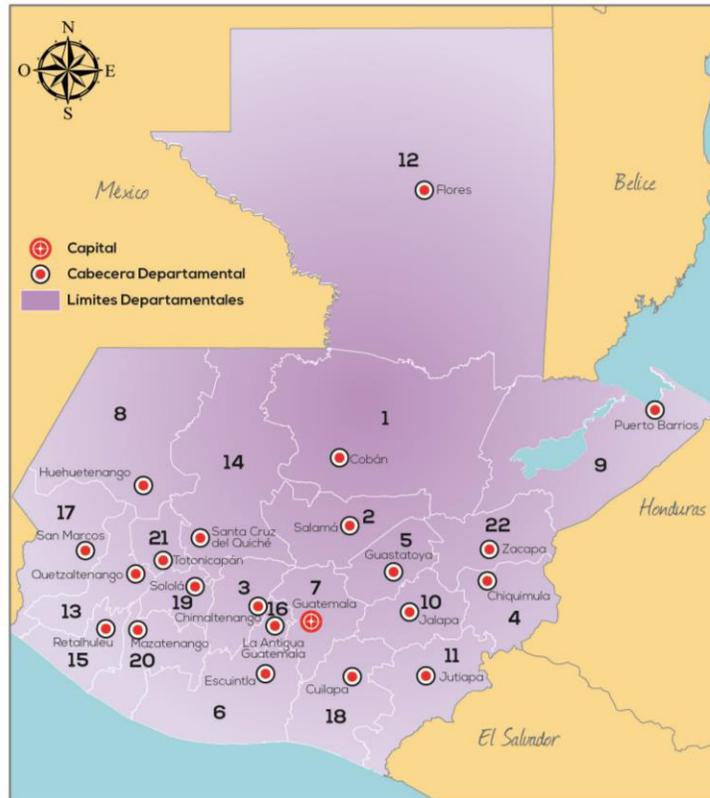


Fuente: Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025

Figura No. 2

Mapa 1  
Departamentos de Guatemala

- DEPARTAMENTOS**
1. Alta Verapaz
  2. Baja Verapaz
  3. Chimaltenango
  4. Chiquimula
  5. El Progreso
  6. Escuintla
  7. Guatemala
  8. Huehuetenango
  9. Izabal
  10. Jalapa
  11. Jutiapa
  12. Petén
  13. Quetzaltenango
  14. Quiché
  15. Retalhuleu
  16. Sacatepéquez
  17. San Marcos
  18. Santa Rosa
  19. Sololá
  20. Suchitupéquez
  21. Totonicapán
  22. Zacapa



Fuente: IGN, 2014



<p>Idioma oficial <b>ESPAÑOL</b></p> <p>Además se hablan 22 lenguas de origen <b>MAYA, 1 XINCA y 1 GARÍFUNA</b></p>		<p><b>PIB</b> <b>US\$58.83</b> mil millones</p>		<p><b>FUERZA LABORAL:</b> 6.0 millones de personas, de las cuales 27.4% tiene una edad entre 15 y 24 años y 72% entre 25 y 65 años</p>	
<p>Moneda <b>Quetzal</b></p>		<p><b>+ 16</b> millones de habitantes</p>		<p><b>3 Patrimonios de la Humanidad</b> <b>-UNESCO-</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Nacional Tikal (Patrimonio Cultural y Natural)</li> <li>• La Antigua Guatemala</li> <li>• Parque Arqueológico Quirigua</li> </ul>	
<p><b>7 Biomas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selva tropical húmeda</li> <li>• Selva tropical lluviosa</li> <li>• Selva de montaña</li> <li>• Bosque de montaña</li> <li>• Chaparral espinoso</li> <li>• Selva sub-tropical húmeda</li> <li>• Sabana tropical húmeda</li> </ul>		<p><b>7 Humedales Ramsar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parque Nacional Yaxha-Nakum-Narajo</li> <li>• Área de Protección especial Manchón Guamuchal</li> <li>• Refugio de Vida Silvestre Bocas del Polochic</li> <li>• Reservas de Uso Múltiple Río Sarstún</li> <li>• Refugio de vida Silvestre de Punta de Manabique</li> <li>• Parque Nacional Laguna Lachuá</li> <li>• Parque Nacional Laguna del Tigre</li> </ul>		<p><b>3 Reservas de BIÓSFERA</b></p> <p>Reconocidas por <b>UNESCO</b> en el programa Hombre y la Biósfera</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva de Biósfera Maya</li> <li>• Reserva de Biósfera de Sierra de las Minas</li> <li>• Reserva de Trifinio Fraternidad</li> </ul>	

Fuente: Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025

## 4.1 Demanda Turística

### Comparación ingreso de visitante por mes, años 2017 y 2018

Los meses con mayor aumento de visitantes no residentes con respecto al año anterior fueron marzo (+31%), agosto (+25%) y mayo (+22%). Es de hacer notar que debido al asueto de Semana Santa durante el mes de marzo, hubo un aumento del 90% de visitantes hondureños y un 26% de los procedentes de Estados Unidos. En el mes de mayo se presentó un alza de llegadas de visitantes por vía aérea del 15% por la apertura de nuevas rutas aéreas.

Mes	Visitantes 2017			Visitantes 2018			Variación mensual	
	Turistas	Excursionistas	Total visitantes 2017	Turistas	Excursionistas	Total visitantes 2018	Absoluta	Relativa
	Enero	145,454	32,102	177,556	147,636	67,907	215,543	37,987
Febrero	136,531	24,301	160,832	130,108	45,268	175,376	14,544	9%
Marzo	158,240	42,873	201,113	189,739	73,985	263,724	62,611	31%
Abril	177,759	61,783	239,542	135,414	61,168	196,582	-42,960	-18%
Mayo	117,761	24,894	142,655	125,020	49,343	174,363	31,708	22%
Junio	122,465	28,342	150,807	140,038	40,247	180,285	29,478	20%
Julio	153,890	30,016	183,906	169,044	42,527	211,571	27,665	15%
Agosto	139,123	37,178	176,301	167,435	53,409	220,844	44,543	25%
Septiembre	98,039	32,335	130,374	112,821	40,937	153,758	23,384	18%
Octubre	115,281	38,271	153,552	129,091	46,001	175,092	21,540	14%
Noviembre	133,054	39,540	172,594	151,299	44,918	196,217	23,623	14%
Diciembre	162,000	62,038	224,038	183,130	59,417	242,547	18,509	8%
<b>Total</b>	<b>1,659,597</b>	<b>453,673</b>	<b>2,113,270</b>	<b>1,780,775</b>	<b>625,127</b>	<b>2,405,902</b>	<b>292,632</b>	<b>14%</b>

Los meses con mayor incremento de visitantes no residentes con respecto al año anterior fueron enero (21%), marzo (31%), y mayo (22%). Es de hacer notar que debido al asueto de Semana Santa durante el mes de marzo, hubo un aumento del 90% de visitantes hondureños y un 26% de los procedentes de Estados Unidos. En el mes de mayo se presentó un alza de llegadas de visitantes por vía aérea del 15% por la apertura de nuevas rutas aéreas.

Durante el mes de agosto se registró una alza del 4% con respecto al mes de julio. El Salvador presentó un crecimiento del 27% debido a las fiestas Agostinas.

### Llegadas internacionales a Guatemala 2018:



Durante el año 2018, ingresaron un total de 2 405 902 visitantes, con un incremento del 14% con respecto al año anterior.

Más de la mitad de los visitantes (58%) vinieron de Centroamérica, especialmente de El Salvador, país que representa la mayor cantidad de visitantes que recibe Guatemala, con un participación del 44.1%. Le siguen en orden descendente Estados Unidos con un 18.3%, Honduras y México con 5.5 y 4.3 de participación respectivamente.

Los diez principales mercados emisores para Guatemala: El Salvador, Estados Unidos, Honduras, México, Nicaragua, Belice, Costa Rica, Colombia, Canadá, y España representan el 84% de las llegadas de visitantes no residentes al país. Otros países emisores importantes son: Francia, Alemania, Reino Unido, Panamá e Italia.

### Principales indicadores de los visitantes internacionales 2018

País	Llegadas	Días de visita	Gasto Total US\$	Gasto diario US\$	Participación de mercado en Llegadas a Guatemala
El Salvador	1,060,958	3.14	\$ 368.23	\$ 130.50	44.10%
Estados Unidos	439,139	11.62	\$ 836.49	\$ 108.84	18.25%
Honduras	133,346	3.35	\$ 238.19	\$ 82.87	5.54%
México	104,179	5.12	\$ 422.09	\$ 92.30	4.33%
Nicaragua	70,363	7.33	\$ 461.38	\$ 83.99	2.92%
Belice	58,387	0.95	\$ 76.90	\$ 50.24	2.43%
Costa Rica	50,889	6.25	\$ 693.85	\$ 135.84	2.12%
Colombia	38,000	12.14	\$ 727.76	\$ 99.35	1.58%
Canadá	36,030	8.54	\$ 767.86	\$ 120.82	1.50%
España	26,847	8.10	\$ 738.57	\$ 121.36	1.12%
Francia	22,104	8.53	\$ 827.26	\$ 131.97	0.92%
Alemania	20,176	8.52	\$ 719.71	\$ 114.32	0.84%
Reino Unido	16,109	7.20	\$ 705.74	\$ 124.74	0.67%
Panamá	14,760	6.29	\$ 588.02	\$ 110.23	0.61%
Italia	12,816	8.51	\$ 919.87	\$ 136.82	0.53%
Holanda	11,852	8.81	\$ 938.47	\$ 133.53	0.49%
Argentina	10,394	8.35	\$ 688.87	\$ 106.55	0.43%
Brasil	8,642	7.85	\$ 625.75	\$ 105.24	0.36%
Israel	8,626	9.46	\$ 758.52	\$ 97.55	0.36%
Australia	7,873	7.83	\$ 859.56	\$ 135.16	0.33%
Japón	4,742	10.07	\$ 805.63	\$ 123.66	0.20%
China	3,646	7.24	\$ 856.39	\$ 162.09	0.15%
Rusia	1,837	10.11	\$ 1,454.26	\$ 370.94	0.08%
Otros países	244,187	8.44	\$ 805.75	\$ 124.61	10.15%
<b>TOTALES</b>	<b>2,405,902</b>	<b>6.48</b>	<b>\$ 558.17</b>	<b>\$ 111.16</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Dirección General de Migración, Estimación de Flujos Terrestres y Encuesta del Gasto turismo receptor 2018 Depto. Investigación y Análisis de Mercados –INGUAT–, datos preliminares.



En cuanto a los días de visita, Colombia y Estados Unidos son los países con mayor estadía (12 días), seguido por Rusia y Japón (10 días). La estadía promedio diaria es 6.5 días.

En relación con el gasto en Guatemala, los visitantes provenientes de Rusia son los que incurren en mayor gasto total promedio por viaje (US\$ 1 454.26), seguido por Holanda (US\$ 938.47) e Italia (US\$ 919.87). El gasto promedio diario para este tipo de turismo es de US\$ 111.16, en tanto que los países con mayor gasto promedio diario son: Rusia (US\$ 370.94), China (US\$ 162.09) e Italia (US\$ 136.82).

### Mercados Clave, Estratégicos y de Oportunidad (MCEO):

Con el fin de enfocar las estrategias con base en información de inteligencia de mercados, el PMTS identifica lo que el INGUAT analizó como los principales mercados para Guatemala –Clave, Estratégicos y de Oportunidad-.

En la figura No.3 se pueden apreciar los mercados claves y estratégicos de acuerdo al análisis realizado en el PMTS. Además de estos mercados, se han identificado los mercados de oportunidad que son Rusia, China y Australia.

**Figura No. 3  
Mercados Prioritarios**

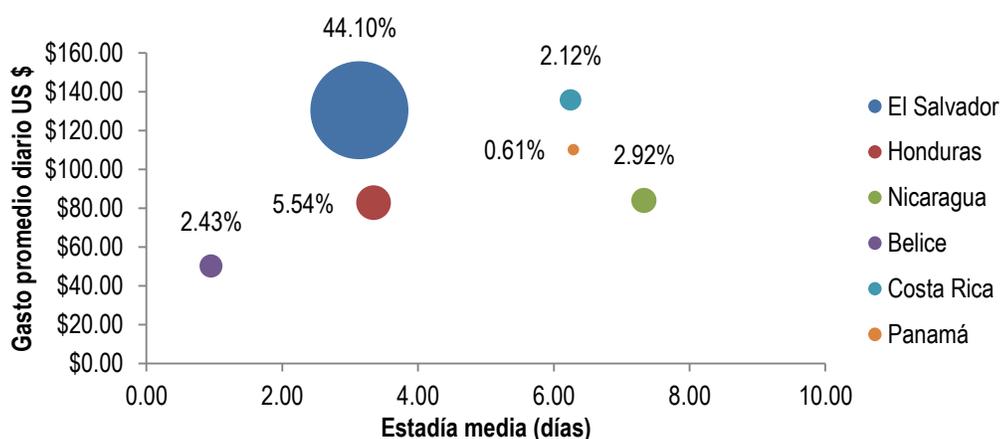


Fuente: INGUAT, 2017

## Comportamiento en participación, estadía y gasto promedio por región de procedencia

### Centroamérica

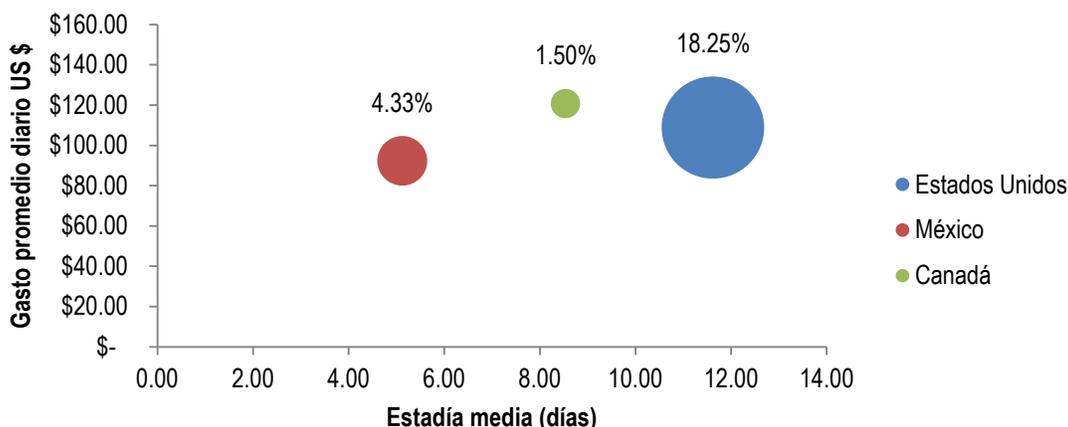
Los mercados de la subregión centroamericana tienen un comportamiento particular, pues como se mencionó anteriormente, el 44% de visitantes hacia Guatemala provienen de El Salvador, pero en relación a los visitantes centroamericanos, este país representa el 76% de ellos como se aprecia en la gráfica; así mismo posee el mayor gasto promedio diario a nivel de la región (US\$ 130.50).



Fuente: Elaboración INGUAT en base encuesta de conteo y encuesta de turismo receptor 2018, datos preliminares.

### América del Norte

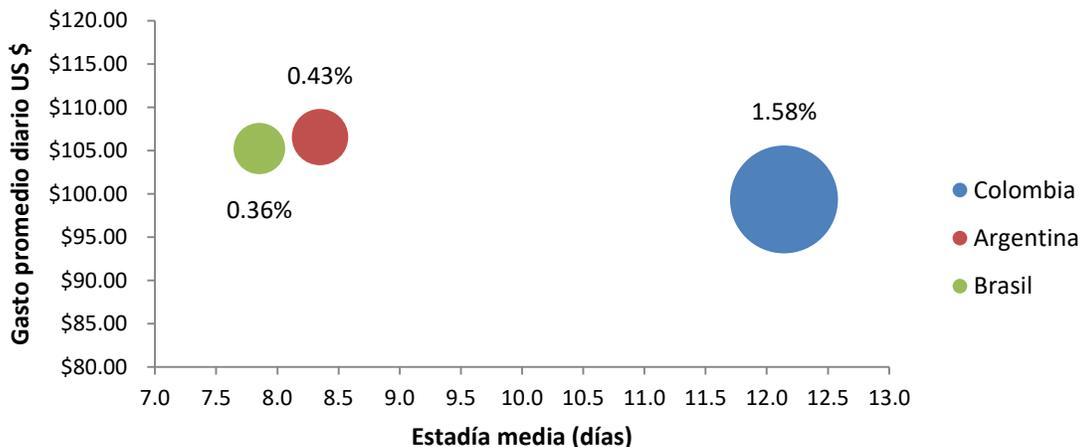
Estados Unidos representa para Guatemala el 18% de todos los visitantes, pero de la región de Norteamérica, este país representa al 76% de ellos, también permanecen más tiempo en el país con 12 días en promedio; Canadá por su parte posee el mayor gasto promedio diario a nivel del área (US\$ 120.82).



Fuente: Elaboración INGUAT en base encuesta de conteo y encuesta de turismo receptor 2018, datos preliminares.

### América del Sur

En relación a los visitantes suramericanos, Colombia representa para Guatemala casi el 2% del total de llegadas; sin embargo con respecto a los demás países suramericanos tiene una participación del 43%, como se aprecia en la siguiente gráfica. Argentina representa el mayor gasto promedio diario a nivel de la región (US\$ 106.55).

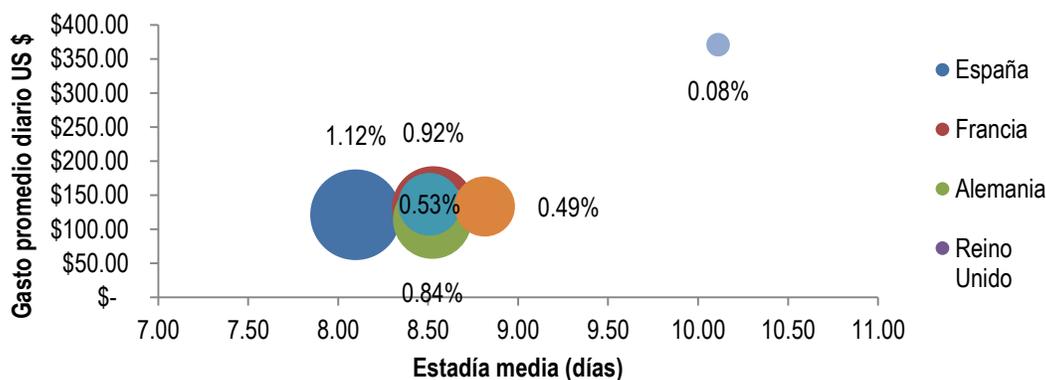


Fuente: Elaboración INGUAT en base encuesta de conteo y encuesta de turismo receptor 2018, datos preliminares.

### Europa

Para Guatemala, España representa el 1.12% de sus visitantes, pero su importancia aumenta al comparar el número de españoles que visitan anualmente Guatemala con el resto de países de esa región, ya que corresponde al 18% de visitantes europeos ellos; sin embargo Rusia posee el mayor gasto promedio diario a nivel de la región (US\$ 370.94) al igual que la estadía promedio que es de 10 días.

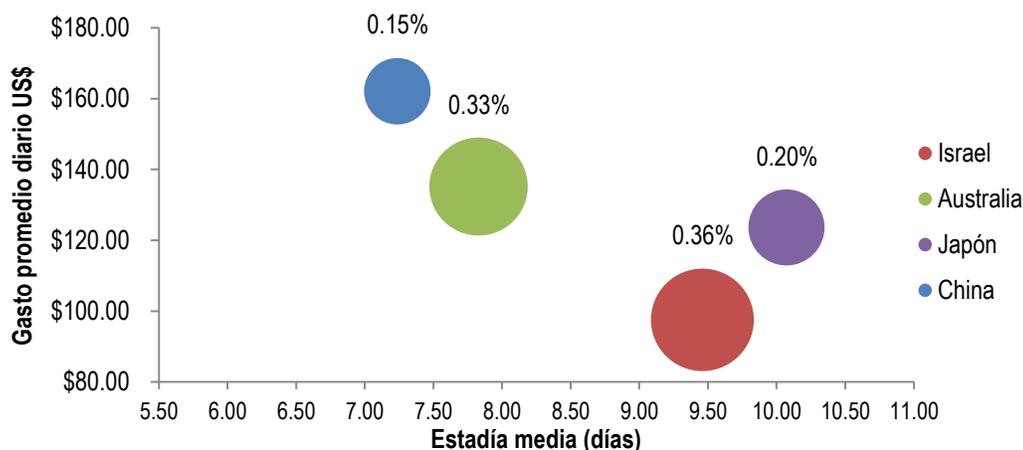
Un aspecto interesante de los registro de Europa es que los mercados prioritarios, España, Francia, Alemania y Reino Unido presentan datos similares en estadía y gasto promedio diario, por ello aparecen agrupados en la siguiente gráfica.



Fuente: Elaboración INGUAT en base encuesta de conteo y encuesta de turismo receptor 2018, datos preliminares.

### Otros Países

En la próxima gráfica se presenta la estadía y gasto promedio de otros países, tales como Israel, Australia, China y Japón. El que tiene mayor gasto promedio diario es China (US\$162.09) y el de mayor estadía media corresponde a Japón con 10 días.



Fuente: Elaboración INGUAT en base encuesta de conteo y encuesta de turismo receptor 2018, datos preliminares.

En la tabla No.2 se identifica el interés de los visitantes provenientes de los países clave, estratégicos y de oportunidad por segmento de mercado, análisis realizado en el año 2014, como parte del diagnóstico del PMTS. La calificación puede ser del 1 al 3, siendo 1 “muy alta participación del mercado en el segmento”, 2 “alta participación del mercado en el segmento” y 3 “mediana participación del mercado en el segmento”.

**Tabla No.2**  
**Interés de visita de países clave, estratégicos y de oportunidad por segmento de mercado**

Segmento	Centroamérica						N. América			S. América			Europa						Otros Países			
	Belice	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	México	Estados Unidos	Canadá	Colombia	Brasil	Argentina	Alemania	España	Francia	Reino Unido	Holanda	Italia	China	Rusia	Israel	Australia
Cultural	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Naturaleza	2	1	1	2	2	2	3	1	1	2	3	3	1	1	1	1	2	2		2	1	2
Aventura	3	1	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	1	1	2	2		2	1	2
Deportes		2		1	2	2		3	3	1	1	1	1	3	1		3					
Entretenimiento	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	3	2	3	3	3	3				
Idiomático	3							1	1		2		2			2	2	3	3	2	2	
Voluntariado	3	3	3	3	3	3	3	1	1				2	2	2	1	2	1			2	3
Salud y bienestar		1				2	2	1	1	2		1	3	3		3						
Reuniones	3	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	3	3	3	3				
Bodas de destino y lunas de miel		1	1	1	1	1		1	1	1	2	2	3	3		3						
Cruceros							3	1	1				2	3		2						

Nota:

1 Muy alta participación del mercado en el segmento 2 Alta participación del mercado en el segmento 3 Mediana participación del mercado en el segmento

Fuente: INGUAT, 2014

### Datos relevantes del turismo en Guatemala

En la figura No. 4, se pueden observar los lugares más visitados en Guatemala, el promedio de gasto total del viaje que en 2018 fue de US\$ 558.17 y el tipo de alojamiento más utilizado por visitantes son hoteles en un 59%, seguido de casas familiares en un 30%. Además se muestran los datos de contribución del turismo al Producto Interno Bruto -PIB- y al empleo según estudio del WTTC.

Figura No. 4



Fuente: INGUAT, 2019

#### 4.2 Oferta Turística

La oferta turística de Guatemala está constituida por diversos atractivos naturales y culturales, para cuya promoción están ubicados en siete regiones turísticas, con su respectiva designación territorial:

- Guatemala: Moderna y Colonial
- Altiplano: Cultura Maya Viva
- Petén: Aventura en el Mundo Maya
- Izabal: Un Caribe Verde
- Las Verapaces: Paraíso Natural
- Oriente: Místico y Natural
- Pacífico: Exótico y Diverso

Con el análisis realizado durante la elaboración del PMTS, se priorizaron los productos estratégicos hacia los cuales se enfocan los esfuerzos de desarrollo y promoción, los cuales se pueden observar en la figura No. 5.

Tomando en consideración que la conectividad interna es uno de los proyectos prioritarios de la administración de Gobierno, con la finalidad de fortalecer al turismo como uno de los pilares que contribuye a la dinamización de la economía del país, el INGUAT dirige la Mesa de Alto Nivel para la operación de los aeropuertos. A la fecha se han habilitado tres



aeropuertos en el interior del país (Retalhuleu, Quetzaltenango e Izabal), por su importancia se continuará con esta estrategia, para optimizar el tiempo de traslado de los visitantes hacia los diferentes atractivos turísticos.

**Figura No. 5**

## Regiones Turísticas



### POSICIÓN GEOGRÁFICA PRIVILEGIADA:

- Territorio relativamente pequeño
- Excelente conectividad aérea
- Más de 260 vuelos semanales de Europa, Norte y Sur América

Uno de los 3 países más reformadores de América Latina según el índice **Doing Business** en el 2015

### EN EL 2015

Guatemala escaló 10 posiciones en el índice de competitividad de viajes y turismo Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés)

## Productos Especializados



Reconocida como la **Capital del Mundo para la Pesca Deportiva de PEZ VELA**. **Récord de captura y liberación, 1 barco por día: 124 Pez Vela**

### CAPACIDAD en INFRAESTRUCTURA

- Aproximadamente con 3000 habitaciones 5 y 4 estrellas en Ciudad de Guatemala
- Más de 9,000 butacas en 9 teatros en la Ciudad de Guatemala
- 46,000 m<sup>2</sup> en espacios para eventos en la Ciudad de Guatemala y más de 25,000 m<sup>2</sup> en diferentes ciudades en el interior como Antigua, Flores, Panajachel, Retalhuleu y Quetzaltenango

**Fuente:** Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025

La oferta turística que promueve el INGUAT se complementa con una serie de servicios diversos que mejoran la experiencia de los visitantes al país. Entre los servicios que registra el INGUAT se presentan en la siguiente figura:

**Figura No. 6  
Oferta turística**



Fuente: INGUAT, 2020

### 4.3 Competencia

Con base a la similitud de la oferta turística de Guatemala con respecto a otros países, se definieron siete de ellos, que constituyen la competencia turística con el país.

A continuación en la tabla No. 7, se presenta un resumen de las características de los principales países competidores, así como las instituciones que dirigen el turismo y los segmentos de posicionamiento que ofrece cada país.

**Tabla No. 7**  
**Características de los principales países competidores**

Descripción	Instituciones						
	México	Colombia	Perú	Ecuador	Chile	Costa Rica	Panamá
<b>Dependencia responsable del Turismo</b>	Secretaría de Turismo del Gobierno de la República -Sectur-.	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo / Viceministerio de Turismo - MINCOMERCIO-. Centro de Información Turística de Colombia -CTUR-.	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo / Viceministerio de Turismo de Perú.	Ministerio de Turismo, -MINTUR.	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Subsecretaría de turismo. - Servicio Nacional de Turismo, Sematur	Instituto Costarricense de Turismo	Autoridad de Turismo de Panamá (ATP)
<b>Principales actores</b>	Consejo de Promoción Turística -CPM- S.A. de C.V. (de naturaleza Público/privada). Sector privado turístico. Instituto de Competitividad Turística. PROMEXICO: Inversión y comercio	Procolombia. Sector privado turístico. Entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la marca país.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo -PROMPERÚ-. Es una entidad dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. Tiene su sede en la ciudad de Lima.	Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, -PROECUADOR.	Consejos público-privado. " Consejo Directivo del Programa Estratégico Nacional de Turismo Sustentable (PENTS) " "El Consejo Consultivo de la Promoción Turística es una instancia de trabajo público/privado" "Comité técnico asesor de estadísticas y estudios"	Comité Mixto ICT-CANATUR (Cámara Nacional de Turismo) Sector privado turístico.	Instituto Panameño de Turismo (IPAT) Sector privado turístico.
<b>Planificación Turística</b>	* Plan Nacional de Desarrollo -PND- 2013-2018. * Programa Institucional 2014-2018, del CPM. * Programa Sectorial de Turismo 2013-2018. * Política de fomento a la gastronomía nacional.	* Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018 "Turismo para la construcción de la Paz".	* Plan Estratégico Nacional de Turismo de Perú -PENTUR 2025-.	* Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador -PLANDETUR 2020-. * Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014, MINTUR (no se encuentra disponible una versión más actualizada).	* Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable". * Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020. * Plan de acción de turismo sustentable en áreas protegidas del estado 2014-2018.	* Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018. * Plan Nacional de Turismo Sostenible 2010-2016. (no se encuentra disponible una versión actualizada)	* Plan Estratégico y Plan Maestro de Turismo de Panamá 2007-2020
<b>Segmentos de posicionamiento</b>	1. Sol y playa 2. Aventura 3. Naturaleza. 4. Negocios y Reuniones 5. Deportivo 6. Religioso 7. Segunda residencia 8. De lujo 9. Bodas (Romance) 10. Gastronómico 11. Turismo social 12. Salud y bienestar 13. LGBT.	1. Cultura. 2. Cruceros. 3. Náutico. 4. Naturaleza. 5. Reuniones. 6. LGBT. 7. Aventura. 8. Bienestar. 9. Sol y playa. Nichos de mercado específicos de cada segmento.	1. Cultural 2. Aventura 3. Naturaleza 4. Gastronomía 5. Negocios 6. Intereses especiales (Avistamiento de Aves, Termalismo)	1. Aventura 2. Ecoturismo 3. Cultural 4. Comunitario 5. Gastronomía 6. Fiestas y Folklore	1. Naturaleza. 2. Aventura y deporte. 3. Vinos y gastronomía. 4. Cultura. 5. Astroturismo. 6. Playa. 7. Vida urbana. 8. Cruceros y navegaciones. 9. Termas. 10. Spa y relax	1. Ecoturismo 2. Aventura y deporte 3. Sol y playa 4. Cruceros 5. Salud y Bienestar 6. Negocios 7. Lunas de miel 8. Turismo Rural 9. Cultural	1. Cruceros 2. Negocios 3. Compras 4. Sol y Playa 5. Ecoturismo/ naturaleza 6. Activo / Aventura 7. Náutico / pequeños cruceros y pesca Deportiva 8. Científico 9. Médico / Wellness 10. Cultural y comunitario 11. Agroturismo 12. Otros (De lujo, golf, parques temáticos, gastronomía, entretenimiento)
Mercadeo							
<b>Mercados meta *</b>	Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, México, Asia, otros mercados.	Latinoamérica/ Caribe Norteamérica Europa.	Ecuador, Chile, Colombia, Argentina, Brasil, Alemania, Francia, España, EEUU y China.	Colombia, Norteamérica, Perú, España, Alemania, Otros: Argentina, Venezuela, Chile.	Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Inglaterra y Perú.	Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, España e Italia <b>Mercados Nuevos:</b> Chile, Colombia, Argentina, Inglaterra, Portugal, Holanda, Suiza, Suecia, Japón y México.	Estados Unidos, Colombia, México, Costa Rica, Canadá, España, Alemania, Reino Unido, Italia, Francia, Ecuador, Venezuela, Argentina
<b>Principales campañas</b>	"Vive México" "Mexico City, Live it to Believe it"	<b>Marca turística:</b> "Colombia es Realismo Mágico" (vigente) "Colombia, el único riesgo es que te quieras quedar" <b>Marca país:</b> "Colombia es Pasión" "La respuesta es Colombia" (vigente)	"Perú, Vive La Leyenda" "Lo que sea que necesites, hoy está en Perú" "Perú imperio de tesoros escondidos" (fase I) "Perú, país de tesoros escondidos (vigente). "Perú dedicado al mundo". Campaña táctica: "El Sabor de la Victoria"	"Ecuador Ama la Vida" "All you need is Ecuador" "Life at its purest" / "La vida en estado puro"	"Chile, All Ways Surprising" / "Sorprende Siempre" "Chile, naturaleza en movimiento"	Marca país: "Esencial Costa Rica" (vigente). "Save the Americans" / "Save the Canadians" "Costa Rica, Sin Ingredientes Artificiales"	"Para exploradores, no para turistas". (vigente) "It will never leave you" / "Se queda en ti"
<b>Marca país</b>							

\*Los mercados meta se han definido a través de un análisis de acciones realizadas según país.  
Fuente: INGUAT, 2017

Fuente: Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025

En la siguiente tabla se identifican las principales actividades turísticas, realizadas por los visitantes internacionales en los países que son competencia de Guatemala, además cada actividad se relaciona con un segmento o producto, en total se analizan once segmentos turísticos. Esta relación se evalúa de acuerdo a la siguiente escala: 1 “grado de competencia bajo”, 2 “grado de competencia medio” y 3 “grado de competencia alto”.

Según el grado de competencia identificado en esta tabla, se han definido a México, Colombia, Perú, Ecuador, Chile, Costa Rica y Panamá como los principales países competidores para Guatemala. Esta tabla corresponde a la tabla 65 del PMTS.

**Tabla No.8**  
**Análisis de la competencia por producto/segmento**

Segmento	Actividad	Cercanos a Guatemala			Media distancia			Lejanos a Guatemala					OBSERVACIONES								
		El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Belice	México	Colombia	Perú	Ecuador	Chile		Egipto	Turquía	Indonesia	Tailandia	India	Kenia	Nigeria	Nepal
Turismo Cultural	Turismo Místico/Religioso	1					3	3	3	1		3	3	3	3	3				3	* Para el segmento de turismo cultural, México representa el principal competidor para Guatemala en destino de corta distancia, seguido por Belice. * Como países competidores de media distancia Guatemala compete fuertemente con Colombia, Perú, Ecuador y Chile. * Como países lejanos a Guatemala, se identificó a Indonesia, India y Nepal como los principales competidores en turismo cultural.
	Arqueología precolombina	1	3				3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				3	
	Turismo con Gestión Comunitaria	3	3	3			3	3	3	3	3	3		1	3	1	3	3	3	3	
	Ciudades Coloniales y Centros Históricos	1	1	3	1	3		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			3	
	Cultura Viva (Maya, Garífuna, Xinka)		3			3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	
	Gastronomía	3	1	3			3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3			3	
Artesanías	1	1	1	1	1		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
Turismo de Naturaleza	Agroturismo	1	3	3	3			3	3	3	1	3	1			3	3		1	* Según la similitud de su oferta en turismo de naturaleza los principales competidores para Guatemala son: Costa Rica, México y Nicaragua (cercana distancia); Colombia, Perú y Chile (distancia media); Tailandia e India (lejanos a Guatemala).	
	Eotourismo	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3		
	Turismo en Áreas Protegidas	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3		
	Aviturismo	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3		1
	Observación de Fauna Marina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3					
	Cabalgatas	1		3	3	3		3	3	3	1	3	1	1	1	3	1	3	3		
Hiking	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3		
Turismo de Aventura	Caving			1	1		3	3	3	1	3	1		3	3	3			1	* México, Costa Rica y Belice son los principales competidores de la región para Guatemala en actividades de turismo de aventura. * Como destinos de distancia media y larga destacan Colombia, Perú, Ecuador y Chile; Tailandia, India, Kenia y Nigeria; sobre todo en actividades como trekking, rafting, biking y canopy.	
	Rafting		3	3	3	3		3	3	3	3			1	3	3	3	3	3		
	Biking	1		3	3	3	3	3	3	3	3	1		3	3	3	3	3	3		
	Rappel	1		1	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3	3	3		
	Canopy	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1		1	3	1	3	3			
	Trekking		1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3
Montañismo			3	3		3	3	3	3	3	3		3		1	3	3	3	3		
Turismo de Deportes	Maratón						1										3	3		* La Pesca deportiva, el surfing y buceo son las actividades deportivas con la que más competencia tiene Guatemala ya que se realizan también en países de corta y mediana distancia. El golf es una oferta fuerte en Honduras, Nicaragua, Costa Rica y México. * Destaca Guatemala a nivel regional en maratones. Solo en países lejanos a Guatemala como Kenia y Nigeria esta es una actividad primordial.	
	Pesca Deportiva	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			1	1	1			1		
	Golf			3	3	3		3	3	1	1	3	3	3	3	1	1				1
	Surfing	3	1	3	3	3		3	3	3	3	3		1	3	1	3				
	Buceo		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3			
Entretenimiento	Compras				1	3		3	3					1	3					* Panamá, México, Colombia y Tailandia son destinos con una amplia oferta en compras tanto en centros comerciales como en artesanías. En parques temáticos, Guatemala compete con México y Colombia.	
	Parques Temáticos						3	3													
Idiomático	Estudiar español			3	3			3	3	3										* Países como Nicaragua, Costa Rica, México, Colombia y Perú, ofrecen amplia oferta para el aprendizaje del idioma español.	
Voluntariado	Social	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	* Los programas de voluntariado son parte de la oferta de la mayoría de países tanto a nivel regional como internacional.	
	Científico			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
Turismo de Salud y Bienestar		3	1	3	3	3		3	3	3	1	3	3	3	3	3				* Tratamientos de salud y bienestar cuentan con amplia oferta en los principales mercados para Guatemala de corta, media y larga distancia, exceptuando a Honduras y Belice. * El turismo de reuniones cobra auge en Nicaragua, Costa Rica, Panamá y México. * El turismo de bodas de destino y Lunas de Miel es de crecimiento internacional. * Destinos de corta y media distancia son atractivos para recibir varias líneas de cruceros.	
Turismo de Reuniones				3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3						
Turismo de Bodas de Destino y Lunas de Miel			3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3		
Turismo de Cruceros		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3								

1 Grado de competencia bajo 2 Grado de competencia medio 3 Grado de competencia alto

Fuente: Plan Maestro de Turismo Sostenible, 2015 -2025

#### 4.4 Índice de Competitividad Turística

El Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, elaborado por el Foro Económico Mundial -WEF-, por sus siglas en inglés, con sede en Suiza, se publica bianualmente y contiene el Índice de Competitividad Turística, que es el estudio comparativo y de medición más importante entre países acerca de los factores, políticas y procedimientos, que inciden en la competitividad y el desarrollo de la industria turística en un país. La publicación de la edición 2019, evaluó 140 países, donde Guatemala obtuvo una evaluación de 3.4 sobre 7. La publicación 2019, conserva la misma estructura de evaluación que la del 2017, es decir: 4 subíndices, 14 pilares y 90 indicadores:

**Tabla No. 9**  
**Resultados por pilar para Guatemala (2017 – 2019)**

Pilar		Posición en el ranking 2017 (de 136 países)		Posición en el ranking 2019 (de 140 países)		Diferencia
Posición Global en el Índice		Ranking /86	Evaluación /3.5	Ranking /99	Evaluación /3.4	-0.1
1	Clima de negocios	67	4.4	96	4.2	-0.2
2	Seguridad y vigilancia	121	3.7	129	4.0	0.3
3	Salud e higiene	98	4.6	104	4.5	-0.1
4	Recursos humanos y mercado laboral	104	4.1	117	3.9	-0.2
5	Tecnologías de la información y comunicación	92	3.8	97	4.0	0.2
6	Priorización de viajes y turismo	82	4.4	82	4.5	0.1
7	Apertura internacional	44	3.9	44	3.9	0
8	Competitividad de precios	16	5.6	33	5.7	0.1
9	Sostenibilidad ambiental	104	3.8	109	3.9	0.1
10	Infraestructura de transporte aéreo	118	1.9	121	1.8	-0.1
11	Infraestructura terrestre y de puertos	97	2.7	115	2.4	-0.3
12	Infraestructura de servicios turísticos	81	3.7	83	3.8	0.1
13	Recursos naturales	45	3.7	67	3.0	-0.7
14	Recursos culturales y viajes de negocios	73	1.6	83	1.5	-0.1

Fuente: INGUAT con base al Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, 2017 y 2019

El país obtuvo sus mejores puntuaciones en los pilares de: Competitividad de precios (5.7), Priorización de viajes y turismo (4.5) y Salud e higiene (4.5); por el contrario, las puntuaciones más bajas las obtuvo en los pilares de: Recursos culturales y viajes de negocios (1.5), Infraestructura aérea (1.8) e Infraestructura terrestre y portuaria (2.4). En los pilares de apertura internacional y competitividad de precios, Guatemala está entre el 40% de los países con mejor puntuación. En los pilares de priorización de viajes y turismo, infraestructura de servicios turísticos, recursos naturales y recursos culturales y viajes de negocios, tiene una puntuación promedio en comparación con los otros países. Guatemala se encuentra en el 40% de los países con menos puntuación en los pilares de clima de negocios, salud e higiene, tecnologías de la información y comunicación, y sostenibilidad ambiental.

# CAPÍTULO III

## Marco Estratégico





## 5. Análisis de actores

Como el logro de resultados no depende exclusivamente de lo que pueda hacer el INGUAT, fue necesario efectuar el análisis de los intereses y la capacidad de influencia de otros actores y grupos involucrados que aportan información y sobre todo los productos a entregar.

A través de este análisis, se logran determinar los actores potenciales aliados y obstaculizadores del proceso, además de evaluar la viabilidad política de determinadas estrategias de intervención que fomenten las adhesiones.

Este proceso de análisis permite identificar a los actores del sector público y privado, así como organizaciones no gubernamentales de interés, que desarrollan sus actividades en el marco de fortalecer o desarrollar diversas actividades turísticas en el país, así como determinar sus intereses y quienes ejercen una mayor influencia por su poder o liderazgo.

Este grupo de interés es importante e imprescindible para poder aprovechar sus competencias e incidencia en la conformación de productos y subproductos que ha identificado el INGUAT y que conlleva trabajar en un marco de corresponsabilidad e incidencia, principalmente con la puesta en valor del PMTS 2015-2025.

En la tabla No.10, se han identificado 55 actores que están relacionados de forma directa e indirecta con el que hacer de esta Institución, así también se agregan instituciones que tienen su función de fiscalización.

**Tabla No. 10: Análisis de actores**

No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
1	Presidencia	Humanos	Política de Gobierno. Velar por la administración pública, que sea eficiente y eficaz. Ejercita sus facultades de iniciativa de ley para proponer al Congreso de la República. Promueve la transparencia.	Nacional
2	Vicepresidencia	Humanos	Política de Gobierno. Coordinar los gabinetes de gobierno.	Nacional
3	Secretaría Privada de la Presidencia	Humanos	Atender al despacho de asuntos que se dirige al presidente, apoyar la gestión o trámite de asuntos que sometan a su consideración orientándolos a las dependencias del Estado que correspondan, atender asuntos y relaciones políticas que le encomiende el presidente.	Nacional
4	Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia	Humanos	Colaborar en la coordinación del Consejo de Desarrollo Urbano y Rural (Director Ejecutivo), y el sistema de Consejos Regionales y Departamentales	Nacional
5	Secretaría de Comunicación Social	Humanos	Vínculo de información con los medios de comunicación social, coordina y ejecuta la política de comunicación del gobierno.	Nacional
6	Comisión de Turismo del Congreso de la República	Legales	De conformidad con lo que establece la Ley Orgánica del Organismo Legislativo, las Comisiones de Trabajo constituyen órganos técnicos de estudio y conocimiento de los diversos asuntos que les someta a consideración el Pleno del Congreso de la República, o que sean promovidas por su propia voluntad, encaminados esencialmente a la realización del bien común de los guatemaltecos, en cumplimiento al mandato constitucional.	Departamental



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
7	Ministerio de Finanzas Públicas	Financieros	Cumplir y hacer cumplir todo lo relativo al régimen jurídico hacendario del Estado, incluyendo la recaudación y administración de los ingresos fiscales, la gestión de financiamiento interno y externo, la ejecución presupuestaria y el registro y control de los bienes que constituyen el patrimonio del Estado. Programar, gestionar, negociar, contratar por delegación de la autoridad competente, registrar y fiscalizar las operaciones de financiamiento externo, así como también disponer lo relativo a la cooperación internacional en general, Presupuesto general de ingresos y egresos del estado -DTP-.	Nacional
8	Dirección Técnica del Presupuesto -DTP- del Ministerio de Finanzas Públicas	Técnicos	Presupuesto general de ingresos y egresos del estado.	Departamental
9	Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia - SEGEPLAN-	Técnicos	Acuerdo Gubernativo No. 271-2010: es el órgano de planificación del Estado y de apoyo a las atribuciones de la Presidencia de la República.	Departamental
10	Ministerio de Economía	Técnicos	Acuerdo gubernativo 182-2000 "Reglamento Orgánico interno del Ministerio de Economía": hacer cumplir el régimen jurídico relativo al desarrollo de las actividades productivas no agropecuarias, del comercio interno y externo, de la protección al consumidor, del fomento a la competencia, de la represión legal de la competencia desleal, de la limitación al funcionamiento de monopolios, de la inversión nacional y extranjera, de promoción a la competitividad y del desarrollo industrial y comercial.	Nacional



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
11	Ministerio de Cultura y Deportes	Técnicos y Financiero	Acuerdo Gubernativo No. 27-2008 "Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Cultura y Deportes": es el encargado de cumplir y hacer cumplir el régimen jurídico relativo a la conservación y desarrollo de las culturas, las artes, la recreación y el deporte no federado ni escolar del país, así como la protección, conservación y promoción del patrimonio cultural y natural de la nación, con la participación activa del guatemalteco.	Nacional
12	Ministerio de Relaciones Exteriores	Humanos	Acuerdo Gubernativo No. 415-2003 "Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Relaciones Exteriores": formulación de las políticas y la aplicación del régimen jurídico relativo a las relaciones del Estado de Guatemala con otros Estados y personas o instituciones jurídicas de derecho internacional, a la representación diplomática del Estado, la nacionalidad guatemalteca, la demarcación del territorio nacional, los tratados y convenios internacionales, y los asuntos diplomáticos y consulares.	Nacional e Internacional
13	Ministerio de Gobernación	Técnicos, Humanos y Financieros	Acuerdo Gubernativo No. 635-2007 "Reglamento orgánico del Ministerio de Gobernación": formular las políticas, cumplir y hacer cumplir el régimen jurídico relativo al mantenimiento de la paz y el orden público, la seguridad de las personas y de sus bienes, la garantía de sus derechos, la ejecución de las órdenes y resoluciones judiciales, el régimen migratorio y refrendar los nombramientos de los Ministros de Estado incluyendo el de quien lo suceda al cargo.	Nacional



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
14	Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda	Técnicos, Humanos y Financieros	Acuerdo Gubernativo 520-99 "Reglamento orgánico interno del Ministerio de comunicaciones, infraestructura y vivienda": formular las políticas y hacer cumplir el régimen jurídico aplicable al establecimiento, mantenimiento y desarrollo de los sistemas de comunicaciones y transporte del país; al uso y aprovechamiento de las frecuencias radioeléctricas y el espacio a la obra pública; a los servicios de información de meteorológica, vulcanológica e hidrología; y a la política de vivienda y asentamientos humanos.	Nacional
15	Ministerio de Educación	Humanos	Servicios escolares y extraescolares para la educación, política educativa, coordina esfuerzos con Universidades y otros centros educativos del país, coordina y vela el funcionamiento de los sistemas nacionales de alfabetización. Impresión de textos relativos para los servicios educativos.	Nacional
16	Dirección General de Aeronáutica Civil -DGAC-	Humanos	Institución de seguridad encargada de controlar, verificar y garantizar a nacionales y extranjeros, su entrada, permanencia y salida del territorio guatemalteco.	Nacional
17	Instituto Nacional de Estadísticas -INE-	Humanos, Técnicos	Tiene por objeto formular y realizar la política estadística nacional, así como planificar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades del Sistema Estadístico Nacional	Nacional
18	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-	Humanos	En coordinación con el MARN, ejecuta la política para el manejo de recursos pesqueros, define el ordenamiento territorial y utilización de las tierras. Impulsa el desarrollo empresarial agropecuario, pecuario e hidrobiológico.	Nacional
19	Invest in Guatemala /PACIT (Guatemala trade and investment)	Técnicos e Humanos	Ofrece apoyo directo a inversionistas extranjeros, cuenta con asesores expertos en los sectores potenciales de inversión, ofrecen información y asesoría, brindando asistencia personalizada y profesional.	Nacional
20	Dirección General de Migración	Humanos	Garantizar un eficaz ordenamiento migratorio, regulando la entrada y salida de nacionales y extranjeros del territorio nacional, así como la permanencia de estos últimos dentro del mismo.	Nacional



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
21	Fundación para el Desarrollo de Guatemala - FUNDESA-	Humanos	Entidad que representa un foro nacional de reflexión, discusión y propuesta de los fenómenos socio-políticos, económicos, ambientales y culturales a través de actividades públicas y de incidencia ciudadana.	Nacional
22	Instituto Nacional de Capacitación y Productividad - INTECAP-	Técnicos	Decreto 17-72 "Ley Orgánica de INTECAP": la coordinación de sus actividades con la política general del Estado se hará por conducto del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, como órgano competente y de comunicación con el Ejecutivo, señalará al Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, los lineamientos de la política gubernativa en lo que se refiere al aprendizaje, adiestramiento, formación profesional y perfeccionamiento de los recursos humanos.	Nacional
23	Programa Nacional de Competitividad -PRONACOM-	Técnicos	Facilitador de esfuerzos y alianzas interinstitucionales entre sectores para mejorar las condiciones de competitividad, relacionadas con el clima de negocios, generar la inversión nacional y extranjera, contribuyendo con el desarrollo descentralizado de Guatemala.	Departamental
24	Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales -MARN-	Técnicos	Cumplir y hacer que se cumpla el régimen concerniente a la conservación, protección, sostenibilidad y el mejoramiento del ambiente y recursos naturales, el derecho humano a un ambiente ecológicamente equilibrado, prevenir la contaminación del ambiente y pérdida del patrimonio natural. Formula políticas y normas, coordina la incorporación del componente ambiental en la formulación de políticas económicas y sociales. Políticas para el manejo de cuencas hidrográficas, zonas costeras, recursos marinos. Propicia la participación de la población en el aprovechamiento y manejo sostenible de los recursos.	Nacional
25	Consejo Nacional de Áreas Protegidas -CONAP-	Técnicos	Órgano máximo de dirección y coordinación del Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas.	Nacional



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
26	Consejo para la Reducción de Desastres - CONRED-	Técnicos, Humanos y Financieros	Decreto No. 109-96 "Ley de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres": prevenir, mitigar, atender y participar en la rehabilitación y reconstrucción por los daños derivados de los efectos de los desastres.	Nacional
27	Agencia Nacional de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica - ANADIE-	Técnicos y Financieros	Fomentar la inversión público, privada en infraestructura económica al viabilizar proyectos con los más altos estándares de servicio y calidad para el público y los contribuyentes.	Nacional
28	Banco de Guatemala	Técnicos	Contribuir a la creación y mantenimiento de las condiciones más favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional, para lo cual, propiciará las condiciones monetarias, cambiarias y crediticias que promuevan la estabilidad en el nivel general de precios.	Nacional
29	Ministerio de Trabajo y Previsión Social	Legales	Hacer cumplir el régimen jurídico relativo al trabajo, la formación técnica y profesional y la previsión social; Formular la política laboral, salarial y de salud e higiene ocupacional del país	Nacional
30	Municipalidades	Técnicos y Financieros	Propiciar desarrollo social, económico y tecnológico que prevenga la contaminación del ambiente y mantenga el equilibrio ecológico.	Municipal
31	Cámara de Turismo de Guatemala	Técnicos y Financieros	Representar al sector privado turístico.	Nacional
32	Asociación Guatemalteca de Exportadores	Técnicos	Promover y fomentar el desarrollo de las exportaciones del país.	Departamental
33	Buró de Convenciones	Técnicos y Financiero	Busca posicionar a Guatemala como un destino de primer orden para el segmento de turismo de reuniones. Representan servicios para la realización y coordinación de eventos internacionales.	Nacional
34	Asociación Guatemalteca de Líneas Aéreas - AGLA-	Técnicos	Agrupar a todas las líneas aéreas comerciales que operan en Guatemala tanto para el transporte de personas así como carga.	Nacional



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
35	Asociación de Guías de Turistas de Guatemala - AGTG-	Humanos	Representa a los guías certificados de turismo de Guatemala.	Nacional
36	Prestadores de servicios turísticos (hoteles, tour operadores, guías de turistas, escuelas de español, marinas, otros)	Humanos y Financieros	Proveer servicios para atención a los visitantes nacionales e internacionales.	Nacional
37	Oficina Coordinadora Sectorial de Estadísticas de Turismo - OCSET- (Banco de Guatemala, Instituto Nacional de Estadística, Dirección General de Migración, Cámara de Turismo, Instituto Guatemalteco de Turismo, Asociación de Investigación y Estudios Sociales y la Asociación General de Líneas Aéreas)	Técnicos	Construir la cuenta satélite de turismo experimental.	Departamental
38	Contraloría General de Cuentas	Técnicos	Ente fiscalizador del estado	Nacional
39	Procuraduría General de la Nación	Legales	Tiene a su cargo la función de asesoría y consultoría de los órganos y entidades estatales	Nacional
40	Asociación de Estudios Sociales -ASIES-	Técnicos	Centro de pensamiento, no lucrativo, de carácter privado. Impulsa estudios e investigaciones.	Nacional



No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
41	Medios de Comunicación	Político	Comunicación positiva o negativa del país, y desarrollo de la industria turística.	Nacional
42	Comités de Autogestión Turística -CAT-	Humanos	Vínculo con los consejos de desarrollo urbano y rural, grupos gestores, consejo de desarrollo departamental.	Departamental
43	Comité Académico de Turismo	Humanos	Apoyo académico al sector.	Departamental
44	Consejos Departamentales de Desarrollo Urbano y Rural -CODEDE-	Humanos y Financieros	Organizar y coordinar la administración pública mediante la formulación de políticas de desarrollo, planes y programas presupuestarios y el impulso de la coordinación interinstitucional, pública y privada.	Departamental
45	ONG's	Técnicos, Humanos, Financieros y Políticos	Manejar, proteger y conservar el patrimonio natural y/o cultural del país. Asesorar y apoyar a las comunidades y pequeñas empresas en la generación de ingresos sostenibles.	Nacional
46	<i>World Travel and Tourism Council</i> -WTTC-	Técnicos	Foro de dirigentes empresariales en el sector de Viajes y Turismo. Con la presencia de los directores ejecutivos pertenecientes al centenar de empresas líderes en el mundo del sector de viajes y turismo, además de sus miembros.	Internacional
47	Foro Económico Mundial -WEF-	Técnicos	Fundación sin fines de lucro con sede en Ginebra y reúne anualmente a los principales líderes empresariales, líderes políticos internacionales, periodistas e intelectuales selectos para analizar los problemas más apremiantes que afronta el mundo; entre ellos, la salud y el medio ambiente.	Internacional
48	Organización Mundial de Turismo -OMT-	Técnicos	Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.	Internacional
49	Agencia de Promoción Turística de Centroamérica -CATA-	Técnicos	Promoción turística de Centroamérica en Europa.	Europa
50	Secretaría de Integración Turística Centroamericana -SITCA-	Técnicos	Alcanzar la integración de Centroamérica para constituir la en una región de paz, libertad, democracia y desarrollo. Promoción turística de Centroamérica en Europa.	Regional (Centroamérica)

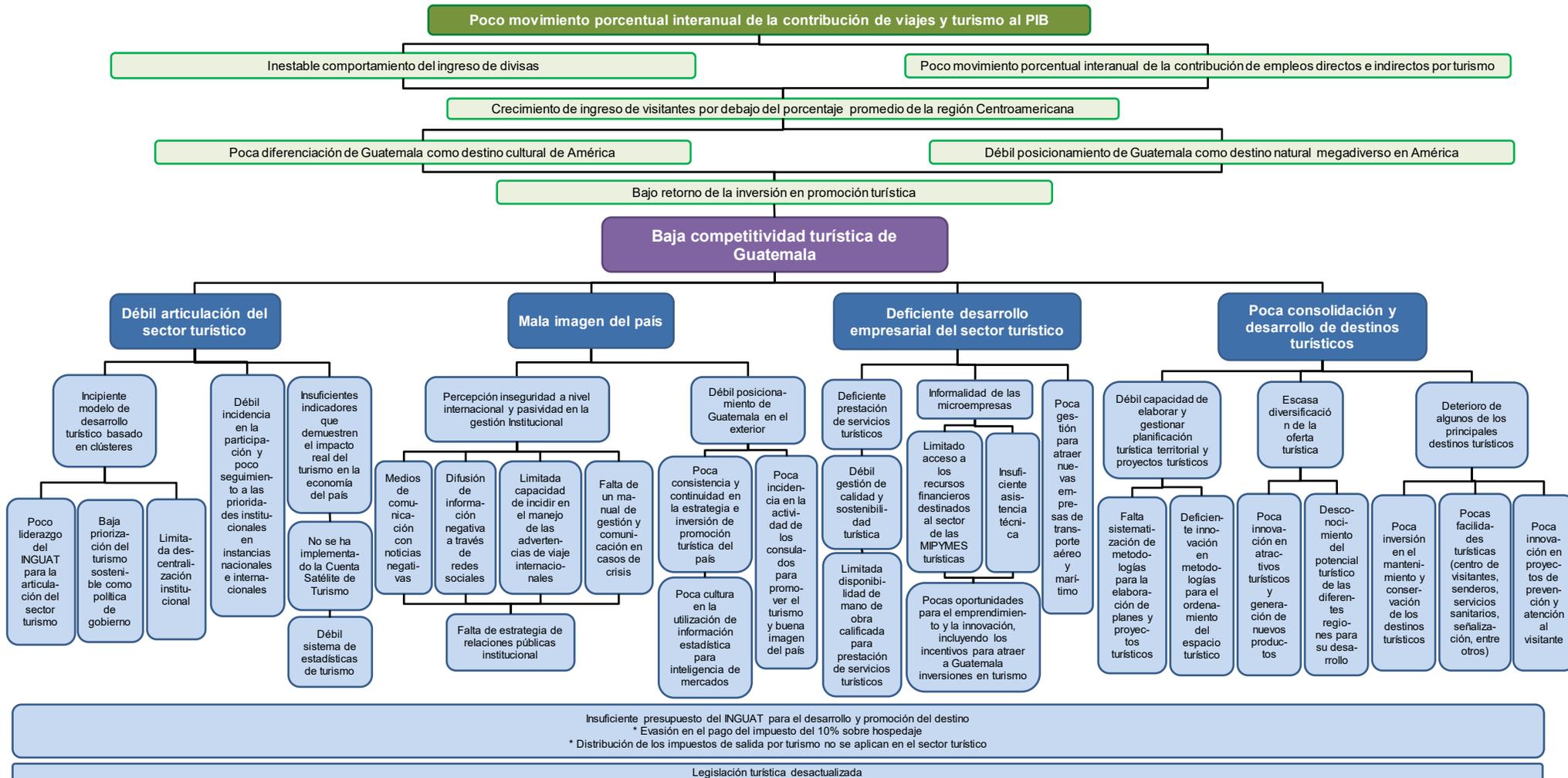


No.	Actor nombre y descripción	Recursos	Acciones principales y ¿cómo puede influir en la gestión institucional del problema?	Ubicación geográfica y área de influencia
51	Organización Mundo Maya - OMM-	Técnicos	Coordinar, asistir y estimular el desarrollo turístico, cultural y ambiental de la región en la que se desarrolló la Civilización Maya.	Regional (Países que pertenecen al Mundo Maya)
52	Cooperación Internacional	Técnicos / Financieros	Busca eliminar la pobreza y la desigualdad, así como promover el crecimiento económico sostenible. Apoya en el diseño de proyectos, y provee asistencia financiera y técnica y servicios de conocimiento en apoyo a las intervenciones del desarrollo.	Internacional
53	Plan Trifinio	Financieros	Protección del área del trifinio	Regional
54	Asociación de del Estados del Caribe -AEC-	Técnicos	Fortalecimiento de la cooperación regional y del proceso de integración, con el propósito de crear un espacio económico ampliado en la región; preservar la integridad medioambiental del Mar Caribe, considerado como patrimonio común de los pueblos de la región; y promover el desarrollo sostenible del Gran Caribe.	Regional
55	Centro de Gobierno	Técnicos	Agilizar procesos a alto nivel en diferentes programas y proyectos.	Nacional

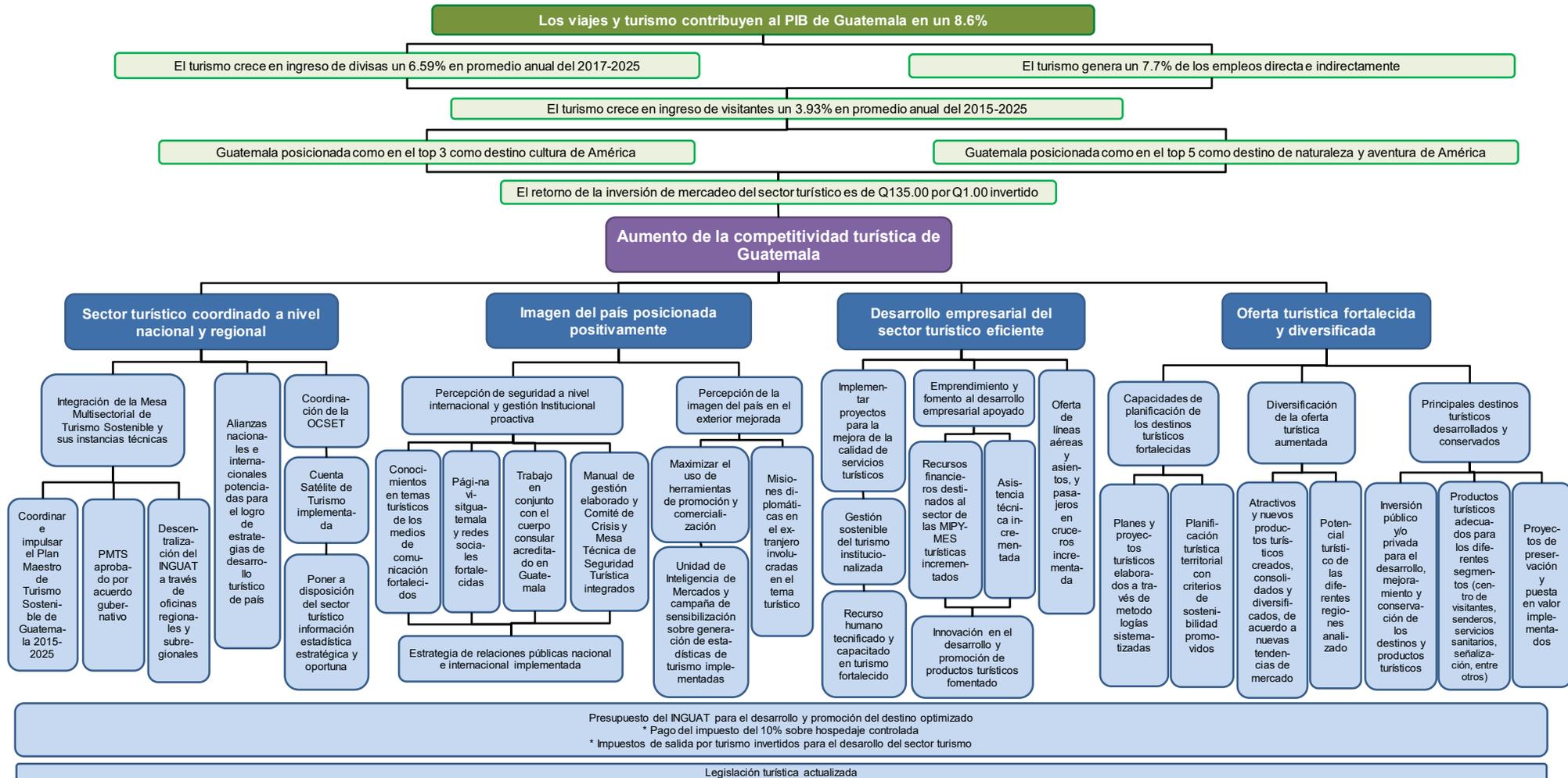
Fuente: INGUAT, 2019

Para efectos de este Plan, los actores fueron examinados por cada una de las direcciones del INGUAT. Las instituciones analizadas, que tienen mayor importancia para la gestión de esta institución, en su mayoría tienen un rol de aliados y/o facilitadores. Estas instituciones se pueden dividir entre las que tienen un alto poder, que básicamente tienen incidencia política desde su función pública o privada; y las identificadas con bajo poder, son instituciones de apoyo técnico nacionales e internacionales, que facilitan el análisis para la toma de decisiones.

## 6. Árbol de Problemas



## 7. Árbol de Objetivos





## 8. Recursos Financieros

El INGUAT como una entidad estatal, descentralizada jurídica, para adquirir derechos, contraer obligaciones y con patrimonio propio.

Los ingresos que por ley percibe el INGUAT, son los siguientes:

- Impuesto del 10% Sobre Hospedaje.
- Impuesto de Salida del País Vía Marítima.
- Impuesto de Salida del País Vía Aérea.
- Otros (ingresos por otros servicios y venta de bienes (presentaciones Ballet Folklórico, cobro por ingreso al Castillo de San Felipe de Lara), renta de locales, otros).

Distribución de los impuestos:

- Impuesto del 10% sobre Hospedaje:
  - INGUAT 100%
- Impuesto de Salida del País Vía Marítima:
  - Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- 75%
  - Ministerio de Cultura y Deportes 15%
  - Comisión Nacional de Áreas Protegidas –CONAP- 10%
- Impuesto de Salida del País Vía Aérea:
  - Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- 33%
  - Ministerio de Educación 32%
  - Dirección general de Aeronáutica Civil 27%
  - Ministerio de Cultura y Deportes 4%
  - Comisión Nacional de Áreas Protegidas –CONAP- 4%

En el proceso de proyección se estima que los ingresos de esta institución continuarán con un incremento del 4% al 6% anual (escenario moderado), con la expectativa que las condiciones de cada año sean superiores a este porcentaje.

A continuación se presenta un cuadro que contiene el resumen de proyección de ingresos:

**Tabla No.11**  
Proyección de Ingresos 2021-2030

RUBRO	AÑO					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>INGRESOS TRIBUTARIOS</b>						
IMPUESTOS INDIRECTOS						
IMPUESTO FISCAL POR SALIDA DEL PAÍS						
Impuesto fiscal por salida del país Aéreo	118,582,792.95	125,264,815.06	131,076,925.81	138,508,913.72	144,389,802.12	150,270,690.52
Impuesto fiscal por salida del país Marítimo	155,007.28	165,779.52	175,414.65	185,049.77	194,684.90	204,320.03
<b>OTROS IMPUESTOS INDIRECTOS</b>						
Impuesto al 10% sobre hospedaje	144,408,421.28	151,958,263.86	159,508,106.43	167,057,949.01	174,607,791.59	182,157,634.17
<b>INGRESOS NO TRIBUTARIOS</b>						
OTROS INGRESOS NO TRIBUTARIOS						
Otros servicios y venta de bienes	4,715,419.24	4,780,723.69	4,847,044.18	4,914,398.15	4,982,803.33	5,052,277.79
<b>RENTAS DE LA PROPIEDAD</b>						
Intereses						
Por depósitos Internos	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00
DONACIONES CORRIENTES DE ORGANISMOS INTERNACIONALES						
DISMINUCIÓN E OTROS ACTIVOS FINANCIEROS						
DISMINUCIÓN DE DISPONIBILIDADES						
Disminución de caja y bancos	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00
<b>TOTAL ESTIMADO AÑOS 2020-2030</b>	<b>87,121,640.74</b>	<b>301,429,582.12</b>	<b>314,867,491.08</b>	<b>329,926,310.66</b>	<b>343,435,081.94</b>	<b>356,944,922.50</b>
INGRESOS CORRIENTES	269,121,640.74	283,429,582.12	296,867,491.08	311,926,310.66	325,435,081.94	338,944,922.50
Saldo estimado de caja	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00
<b>TOTAL ESTIMADO DISPONIBLE</b>	<b>287,121,640.74</b>	<b>301,429,582.12</b>	<b>314,867,491.08</b>	<b>329,926,310.66</b>	<b>343,435,081.94</b>	<b>356,944,922.50</b>
<b>% de incremento de ingresos corrientes</b>	<b>1.05</b>	<b>1.05</b>	<b>1.05</b>	<b>1.05</b>	<b>1.04</b>	<b>1.04</b>



RUBRO	AÑO				
	2026	2027	2028	2029	2030
<b>INGRESOS TRIBUTARIOS</b>					
IMPUESTOS INDIRECTOS					
IMPUESTO FISCAL POR SALIDA DEL PAÍS					
Impuesto fiscal por salida del país Aereo	160,155,519.96	166,316,968.10	174,632,816.51	183,364,457.33	192,532,680.20
Impuesto fiscal por salida del país Maritimo	138,715.64	140,624.14	143,436.62	146,305.35	149,231.46
<b>OTROS IMPUESTOS INDIRECTOS</b>					
Impuesto al 10% sobre hospedaje	187,970,346.61	195,348,001.77	205,115,401.86	215,371,171.95	226,139,730.55
<b>INGRESOS NO TRIBUTARIOS</b>					
OTROS INGRESOS NO TRIBUTARIOS					
Otros servicios y venta de bienes	5,823,611.37	5,901,493.91	6,078,538.72	6,260,894.89	6,448,721.73
<b>RENTAS DE LA PROPIEDAD</b>					
Intereses					
Por depósitos Internos	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00	1,260,000.00
DONACIONES CORRIENTES DE ORGANISMOS INTERNACIONALES					
DISMINUCIÓN E OTROS ACTIVOS FINANCIEROS					
DISMINUCIÓN DE DISPONIBILIDADES					
Disminución de caja y bancos	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00
<b>TOTAL ESTIMADO AÑOS 2020-2030</b>	<b>373,348,193.58</b>	<b>386,967,087.92</b>	<b>405,230,193.71</b>	<b>424,402,829.52</b>	<b>444,530,363.94</b>
<b>INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>355,348,193.58</b>	<b>368,967,087.92</b>	<b>387,230,193.71</b>	<b>406,402,829.52</b>	<b>426,530,363.94</b>
Saldo estimado de caja	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00	18,000,000.00
<b>TOTAL ESTIMADO DISPONIBLE</b>	<b>373,348,193.58</b>	<b>386,967,087.92</b>	<b>405,230,193.71</b>	<b>424,402,829.52</b>	<b>444,530,363.94</b>
<b>% de incremento de ingresos corrientes</b>	<b>1.04</b>	<b>1.04</b>	<b>1.05</b>	<b>1.05</b>	<b>1.05</b>

Fuente: Departamento Financiero INGUAT

## 9. Presupuesto por Resultados

Formular los planes de trabajo y los programas de desarrollo de la Institución, constituyen un compromiso para esta institución y estos deben responder a la visión y misión institucional y al cumplimiento de las acciones indicadas en el Decreto 1701, y genera un valor agregado para que todo el personal asuma la responsabilidad de trabajar bajo una Gestión por Resultados (GpR) que oriente los esfuerzos de las entidades de gobierno a dirigir los recursos - humanos, financieros y tecnológicos – sean estos internos o externos, hacia el logro de los resultados de desarrollo, al incorporar y articular políticas, estrategias y procesos para mejorar la toma de decisiones, la transparencia y la rendición de cuentas.

Implementar la metodología de presupuesto por resultados, constituye el pleno respeto y cumplimiento a las normas jurídicas que rigen la gestión financiera de las entidades Estado y que INGUAT para dar una oportuna rendición de cuentas en los términos que la ley dispone, siempre cumple con adoptar las herramientas creadas en el Sistema de Administración Financiera -SIAF-, para alcanzar ese objetivo.

El Instituto Guatemalteco de Turismo, con la metodología de presupuesto por resultados (PpR) donde todas las actividades (Plan-Presupuesto-Ejecución-



Seguimiento y Evaluación) a partir del Ejercicio Fiscal 2019 implementó la Gestión por Resultados, con el apoyo de la Dirección Técnica del Presupuesto del Ministerio de Finanzas Públicas, principalmente en el área de capacitación en los temas de inventarios, centros de costos y propiamente el módulo de ejecución por resultados, para facilitar el cumplimiento de normas, lineamientos políticas y procesos establecidos para la gestión operativa y metodología establecidas en el Decreto 25-2018 del Congreso de la República “Ley del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal Dos Mil Diecinueve” y Decreto 101-97 del Congreso de la República, Ley Orgánica del Presupuesto.

Esta Institución, para cumplir con el Plan Estratégico Institucional y el Plan Operativo Anual, necesita de los recursos financieros, por lo que de conformidad con la Ley Orgánica del Instituto y la Ley Orgánica del Presupuesto, procede a la formulación del Presupuesto de Ingresos y Egresos para cada ejercicio fiscal, bajo la metodología presupuestaria orientada a realizar el ciclo presupuestario de programación, aprobación, ejecución, seguimiento y evaluación en función de los resultados.

La Dirección Administrativa Financiera coordina para que se logren los objetivos de una gestión por resultados vinculada con los recursos financieros asignados a esta entidad y así rendir cuentas en los términos previstos para informar a la ciudadanía.

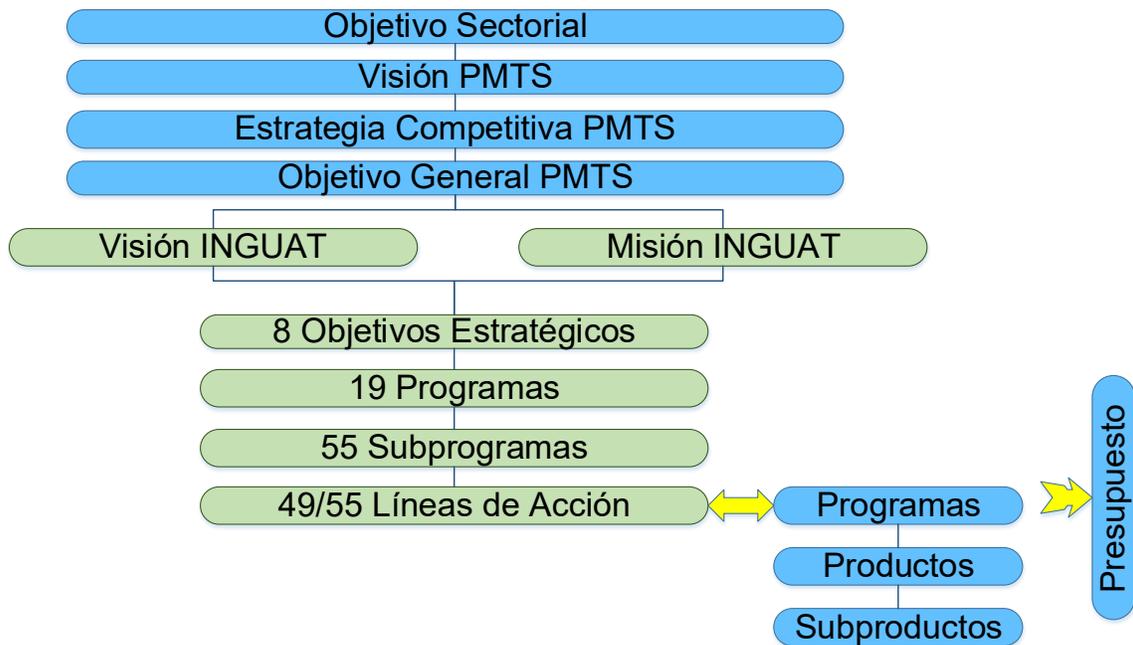
## 10. Marco Estratégico

### 10.1 Propósito

Contribuir a la generación de empleo digno, mediante el fortalecimiento de la competitividad y la consolidación del turismo como eje articulador del desarrollo de la nación en el marco de la sostenibilidad.

### 10.2 Metodología

El trabajo que se realizó fue participativo, a través de reuniones técnicas con el Director General y Subdirector General, directores de cada área y personal técnico. Se hizo un mapeo del contenido de los diferentes temas como el FODA, análisis de actores, revisión y actualización de la visión y misión, ventajas competitivas, factores críticos, objetivos estratégicos, competencias, entre otros.



### 10.3 Objetivo Superior Sectorial: Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022

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.

Del cual se deriva el propósito:

Contribuir a la generación de empleo digno, mediante el fortalecimiento de la competitividad y la consolidación del turismo como eje articulador del desarrollo de la nación en el marco de la sostenibilidad.

Y el objetivo sectorial:

Contribuir a consolidar el turismo como la más importante actividad del sector económico del país.



#### 10.4 Visión Plan Maestro

En el año 2025, Guatemala está posicionada como Corazón del Mundo Maya, es uno de los tres principales destinos culturales de América, y el turismo es la más importante actividad económica del sector de servicios en el país.

#### 10.5 Estrategia Competitiva PMTS

Ofrecer productos diferenciados, en segmentos y mercados especializados, que permita aprovechar las fortalezas y características de Guatemala: un destino cultural único en un entorno natural megadiverso, el Corazón del Mundo Maya.

Los objetivos, metas y resultados expresados en el Plan Estratégico de la institución serán ejecutados por las Direcciones Administrativa Financiera, Desarrollo del Producto Turístico y Mercadeo, a través de los programas 01 Actividades centrales, 11 “Servicios de turismo”, 12 “Incremento de la competitividad turística” y 13 “Promoción del potencial turístico de Guatemala”. La planificación operativa anual y multianual, será programada de acuerdo a la metodología de trabajo que solicite en cada ejercicio fiscal la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República -Segeplán-.

#### 10.6 Objetivo general del PMTS

Elevar la competitividad turística del país, por medio de la puesta en valor de la oferta turística actual, su diversificación y promoción, con planificación y mercadeo estratégico; a través del ordenamiento del territorio en función turística, así como de la identificación de áreas de desarrollo prioritarias, bajo los Criterios Globales de Sostenibilidad Turística.

#### 10.7 Visión Institucional

Para el 2025, el INGUAT se ha consolidado como el ente rector que articula y coordina eficazmente, el desarrollo y promoción turística del país, con las instituciones públicas y privadas, en el marco del Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, en beneficio de la población guatemalteca.

#### 10.8 Misión Institucional

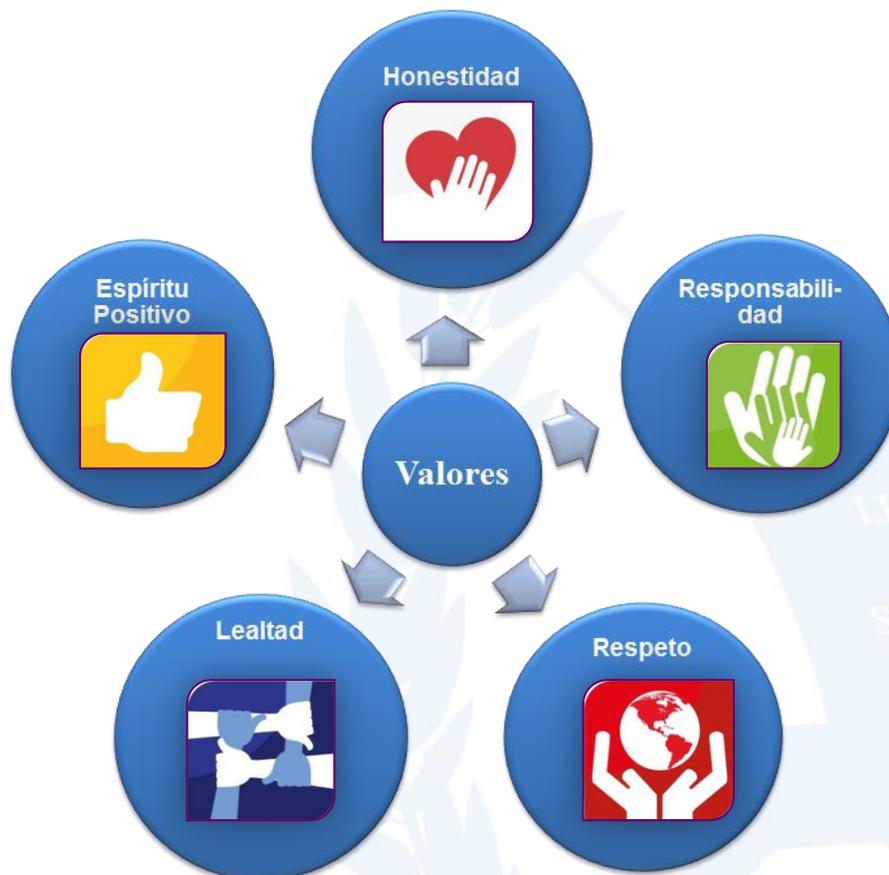
Somos la autoridad superior en materia de turismo en Guatemala, que rige y controla la promoción, fomento y desarrollo sostenible en coordinación con el sector público, privado y sociedad civil de la industria turística, en beneficio de visitantes, prestadores de servicios y comunidades receptoras.

En Acuerdo de Dirección General No. 191-2019-DG de fecha 22 de abril de 2019, se aprobó la visión y misión institucional.

**10.9 Valores Institucionales** (aprobados por Acuerdo de Dirección No.199-2014 del 10 de junio 2014)

La transmisión de información y atención al cliente, constituye un pilar fundamental para conocer las necesidades de nuestros usuarios y exceder sus expectativas, principalmente, a través de aquellos colaboradores que por sus competencias atienden al público, por ser responsables de proyectar la imagen de servicio del INGUAT.

- *Responsabilidad:* cumplir a cabalidad los propios deberes.
- *Honestidad:* obrar correctamente reconociendo los errores y manteniendo la conciencia limpia.
- *Espíritu Positivo:* identificar y valorar lo positivo de las personas y de las situaciones.
- *Respeto:* honrar la dignidad de las personas y sus derechos.
- *Lealtad:* compromiso de defender los valores de nuestra institución.





## 10.10 Objetivos Estratégicos

### Estrategia de Diferenciación

Destacar las fortalezas y características únicas y sobresalientes de los distintos productos turísticos que ofrece el país. Consolidar la oferta y la demanda turística actual, con el propósito de atraer nuevos visitantes.

### Estrategia de Comunicación

Desarrollar acciones que busquen fortalecer el posicionamiento de Guatemala a nivel nacional e internacional, dirigidas a los mercados claves, estratégicos y de oportunidad.

### Estrategia de Desarrollo Institucional

Aplicar las normativas en materia financiera para la optimización de los recursos financieros y transparencia del gasto público.

## 10.11 Análisis de fuerzas y contrafuerzas: FODA

El turismo representa uno de los sectores económicos más dinámicos a nivel mundial, y ante los desafíos para consolidar e impulsar el crecimiento de este sector en el país, es necesario que el Instituto Guatemalteco de Turismo, como ente rector del turismo, desarrolle sus capacidades para desempeñar con efectividad las funciones que por mandato legal le corresponde, así como el logro de sus objetivos, de tal forma que se procedió a realizar un análisis sobre la estructura, procesos, recursos de financiamiento, entre otros.

Para el efecto, se trabajó el análisis al FODA institucional, mediante varios ejercicios participativos, que permitieron efectuar un análisis interno de la institución y de las tendencias del entorno, como base para definir las estrategias que permitan al INGUAT alcanzar su objetivo general y específicos, mediante acciones a corto y mediano plazo,



para maximizar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, minimizar las amenazas y eliminar las debilidades que actualmente se enfrenta para alcanzar mayor efectividad en el logro de los objetivos.

**Tabla No. 12**  
**Análisis FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN
1. Ser el ente superior en turismo.	1.- Legislación turística obsoleta y desactualizada (Ley Orgánica del INGUAT) y reglamentos.
2.- El INGUAT es una entidad descentralizada con fondos propios.	2.- Los ingresos por concepto de impuesto de hospedaje no llega en su totalidad al INGUAT.
3.- Disponibilidad de equipo técnico humano capacitado.	3.- A pesar que el INGUAT cuenta con una serie de sistemas informáticos apropiados para la función turística, estos no son actualizados de manera permanente de acuerdo a la demanda de los servicios y existe poca divulgación en la aplicación de los mismos.
4.- Capacidad para coordinar e impulsar el PMTS 2015-2025.	4.- Procesos obsoletos y pocos facilitadores para el registro y supervisión de empresas.
5.- Capacidad de articular los actores para la ejecución de las diferentes acciones interinstitucionales relacionadas con el turismo.	5.- Insuficiente espacio del archivo institucional y poca sistematización de la información.
6.- Capacidad para generar información estadística actualizada sobre los movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuertos.	6.- Falta de una estrategia para el manejo adecuado de las relaciones públicas.
7.- Capacidad para liderar el funcionamiento de la Oficina Coordinadora Sectorial de Estadísticas de Turismo -OCSET-.	7.- El INGUAT no cuenta con reglamentos para el funcionamiento de parques, fincas, restaurantes, actividades de aventura y otros servicios y actividades turísticas.
8.- Capacidad para homologar estadísticas de turismo de acuerdo a recomendaciones de la OMT.	8.- Faltan algunos directorios turísticos tales como restaurantes, artesanos, tour operadores por segmento y otros.
9.- Estrecha comunicación con el cuerpo consular acreditado en Guatemala.	9.- No se cuenta con suficiente información estadística del turismo interno, turismo emisor, empleos por turismo, etc.



Fortalezas	Debilidades
10.- Capacidad para mantener buenas relaciones con diferentes actores del sector turismo.	10.- No se ha logrado integrar el Sistema Nacional de Inversión Turística, para la gestión y seguimiento de proyectos.
11.- Capacidad del INGUAT para realizar acciones promocionales y de mercadeo de acuerdo a las tendencias mundiales.	11.- Poco control en el seguimiento de los planes de desarrollo de municipio.
12.- Disponibilidad y actualización de directorios turísticos (hospedaje, fiestas, parques, fincas, playas, museos).	
13.- Contar con el distintivo: Sello Q de Calidad Turística	
14.- Se cuentan con oficinas regionales y subregionales en los principales destinos turísticos.	
15.- Se cuenta con un geoportal con el posicionamiento de lugares y destinos turísticos.	
16.- Se cuenta con un software para el registro y seguimiento de proyectos turísticos.	
17.- Se ha logrado el posicionamiento y credibilidad del Departamento de Asistencia Turística.	
18.- Capacidad de organizar eventos nacionales de promoción y comercialización turística.	
19.- Funcionamiento del Programa Impulsa INGUAT como un mecanismo para fomentar el emprendimiento en pequeños proyectos turísticos.	

Oportunidades	Amenazas
DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN
1.- Política Nacional de Turismo Sostenible como marco para elaborar el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025 reconocido a través de Acuerdo Gubernativo No. 149-2016.	1.- Cambio climático que genera desastres naturales que pueda afectar la visitación turística.
2.- Los visitantes internacionales reconocen a Guatemala como Corazón del Mundo Maya.	2.- Percepción de inseguridad por parte de los visitantes nacionales e internacionales.
3.- La sociedad civil reconoce el turismo como un sector que no crea conflictividad y que genera oportunidades.	3.- Conflictos sociales que afectan la imagen del país y movilización de los visitantes
4.- Los diferentes sectores económicos del país y los ambientalistas reconocen que el turismo como un sector que propicia la conservación del patrimonio natural y cultural, y promueve el desarrollo de las comunidades y Mipymes.	4.- Riesgo de que a través de las nuevas tecnologías se difunda información negativa sobre el país que genere un efecto en la visitación turística.



Oportunidades	Amenazas
5.- Se cuenta con sitios declarados como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO. (Parque Nacional Tikal, Quirigua, La Antigua Guatemala).	5.- Preferencia por otros países con mejores condiciones de infraestructura, calidad, seguridad y certidumbre, para la experiencia del visitante.
6.- Guatemala cuenta con una institución técnica - INTECAP- líder en la formación profesional de los trabajadores de las empresas prestadoras de servicios turísticos, entre otros.	6.- Implementación en otros países de promociones más intensivas y con presupuestos mayores para atraer a los turistas.
7.- Hay más empresas interesadas en obtener el distintivo Sello Q Guatemala.	7.- Poca cultura de informar y de proporcionar datos fidedignos en materia turística a nivel nacional.
8.- Crecimiento de la conectividad aérea interna y externa.	8.- Poca utilización de las estadísticas de turismo por parte del sector.
9.- Aumento del interés por promover el país por parte de mayoristas internacionales hacia algunos segmentos del mercado, especialmente cultura.	9.- Páginas consulares con advertencias de viajar a Guatemala poco sustentadas y desactualizadas por parte de las embajadas.
10.- Mayor involucramiento de la mujer en el sector artesanal, lo que produce un incremento en la oferta de las artesanías como elemento turístico.	10.- Destinos turísticos en fase de madurez que tienden al declive como Chichicastenango y Amatitlán.
11.- Creciente interés de las comunidades en desarrollar proyectos turísticos.	11.- Insuficiente inversión en infraestructura de apoyo al turismo (comunicación satelital, red vial, energía eléctrica, agua potable, manejo de residuos sólidos).
12.- Interés de extranjeros por aprender el idioma español.	12.- Estacionalidad de la actividad turística.
13.- Mayor conocimiento de los visitantes de Guatemala como destino turístico.	13.- Bajo interés de las empresas y servicios turísticos en registrarse ante el INGUAT.
14.- Diversificación de la oferta turística por el interés del sector privado de incursionar en el mercado de nichos especializados.	14.- Poca interés de los prestadores de servicios turísticos en fortalecer sus capacidades para mejorar la calidad de atención al visitante.
15.- Oferta de productos turísticos para los diferentes segmentos.	15.- Algunos planes de desarrollo turístico formulados por el INGUAT, no se implementan por parte de los municipios o departamentos.
16.- Mayor interés de los visitantes por la oferta gastronómica del país.	16.- Existencia de demandas e influencias externas para la priorización y ejecución de algunos proyectos y actividades turísticas, que afectan la ejecución de los planes operativos.
17.- Preferencia de los visitantes a buscar productos turísticos especializados, derivado de las tendencias mundiales.	17.- Pandemias o epidemias que afecten el turismo.
18.- Fuentes internacionales de información a disposición del INGUAT (para la definición de políticas y planificación).	



Oportunidades
19.- Mayor acceso de los potenciales visitantes a fuentes de información de los productos turísticos de Guatemala (plataformas en línea).
20.- Posibilidad de participación en eventos de promoción y comercialización nacionales e internacionales que proyectan el destino.
21.- Interés de las entidades nacionales, organismos regionales e internacionales en apoyar el desarrollo del turismo en Guatemala.
22.- Misiones diplomáticas de Guatemala en el extranjero, que trabajan en los temas comerciales y culturales, que apoyan a la promoción de la oferta turística de Guatemala.
23.- Posibilidad de captar visitantes de los países que conforman el bloque del BRIC (Brasil, Rusia, India, China).
24.- Posibilidad de participar en diferentes instancias nacionales como CONAP, CONAPEX, CONACOEEX, PACIT, MCD para establecer acuerdos de cooperación para el desarrollo y promoción turística.
25.- Ser miembro de la OMT, Sistema de la Integración Centroamericana -SICA-, Organización Mundo Maya -OMM- y otros, permite contar con información valiosa del sector turismo a nivel mundial y ser partícipes de proyectos en beneficio de Guatemala.
26.- El uso internacional de nuevas tecnologías de telecomunicación e información.
27.- Emisión de los Punto Resolutivos 8-2017 y 3-2018 del CONADUR en los que respecta a la meta estratégica: Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
28.- Ser miembros del Consejo Consultivo de la OMT a partir del 2020.

Fuente: INGUAT, 2020



## 10.12 Componentes

Los componentes que se identifican a continuación, corresponden al resultado de análisis del árbol de problemas y para ello se tomaron como base los ejes del PMTS, Modelo Institucional, entre otros, que permita alcanzar los objetivos del INGUAT.

### 1) Componente de posicionamiento de la imagen del país (eje 6 y 7 PMTS)

- **Objetivo:** mejorar la percepción de la imagen del país como destino turístico seguro, con atractivo cultural y natural a nivel nacional e internacional.

Para alcanzar este objetivo, la Dirección de Mercadeo debe elaborar un Plan Estratégico de Mercadeo que contenga el análisis de los mercados y segmentos, así como los criterios para definir las prioridades estratégicas, que permita la programación de las acciones de promoción, comercialización, relaciones públicas y asistencia al turista en los planes operativos anuales y multianuales.

- **Indicadores:**

- ◆ El turismo crece en ingreso de divisas un 1.30% en promedio anual del 2020-2030.
  - ◇ Gasto promedio diario por mercado
  - ◇ Estadía promedio por mercado
- ◆ El turismo crece en ingreso de visitantes un 4% en promedio anual del 2020-2030.
  - ◇ Llegadas de visitantes no residentes por mercado
  - ◇ Viajes de visitantes residentes (turismo interno con pernoctación)
- ◆ Se sostiene un promedio de 3.14% de visitantes que organizan alguna porción del viaje a través de un tour operador.

- **Productos:**

- ◆ Promoción de destinos turísticos de Guatemala.
- ◆ Actividades de comercialización turística en beneficio de personas jurídicas e individuales
- ◆ Servicio de asistencia en seguridad a visitantes nacionales e internacionales.

- **Estrategias:**

Estrategias	Tácticas/ Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
Fortalecer las acciones de Relaciones Públicas de Guatemala como destino turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Capacitación (presencial o en línea) y concientización del gremio periodístico a través del diplomado en periodismo turístico para periodistas, editores, jefes de redacción y dueños en temas turísticos; y evaluación, a efecto de convertirlos en aliados estratégicos.</li> <li>* Aprovechar los medios de comunicación digitales para comunicar noticias positivas de Guatemala como destino turístico, especialmente youtube, instagram, entre otros.</li> <li>* Implementar un mecanismo de información oportuna, con el cuerpo diplomático y consular, para la difusión de información veraz sobre los incidentes y la divulgación de actividades positivas que se dan en el país (boletines, conferencias de prensa, viajes de familiarización y videos).</li> <li>* Realizar viajes de prensa con medios y/o secciones especializadas de medios de comunicación nacional e internacional.</li> <li>* Realizar viajes de familiarización dirigidos a <i>influencers</i> que tengan incidencia en los nichos de mercado objetivo.</li> <li>* Aprovechar las acciones de relaciones públicas con las instancias regionales para fortalecer la mejora de la percepción de imagen del destino.</li> <li>* Alianza con entidades especializadas para realizar expediciones o visitas de investigadores, observadores y científicos, a efecto de ampliar el conocimiento de la oferta turística guatemalteca y generar un efecto divulgador. (Ej: National Geographic Expeditions).</li> </ul>	Guatemala con una imagen favorable como destino turístico	6 y 7	Dirección General Dirección de Mercadeo Comunicación Social Departamento de Asistencia al Turista Departamento de Operación y Comercialización
Disponer de herramientas de promoción modernas y efectivas en los mercados y segmentos clave, estratégicos y de oportunidad para posicionar la oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Impulsar el desarrollo y promoción de la marca país.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer las alianzas con sectores de exportación de productos reconocidos de Guatemala, para promover la imagen de marca país.</li> </ul> </li> <li>* Integrar dentro de la campaña de promoción nacional e internacional el mensaje que Guatemala es un destino sostenible a través de dar a conocer el distintivo de calidad sello Q y sello Q verde, y las empresas y sitios que cuentan con este distintivo.</li> <li>* Aprovechar las nuevas tecnologías de telecomunicaciones, para ayudar a fortalecer las acciones promocionales y de mercadeo, y ponerlas a la vanguardia de acuerdo a las tendencias mundiales.</li> <li>* Participar en eventos de promoción nacionales e internacionales, que posicionen a Guatemala como destino turístico, para generar un mayor conocimiento de la oferta turística del país.</li> <li>* Realizar campañas de publicidad (internacionales y nacionales) dirigidas al canal de comercialización y consumidor final a través de medios tradicionales y no tradicionales.</li> <li>* Realizar campañas promocionales en alianza con el sector privado dirigidas al consumidor final.</li> <li>* Incluir acciones de promoción multidesino para mercados de larga distancia e intrarregional, en alianza con las ANT de otros países especialmente Centroamérica y México.</li> <li>* Articular propuestas de la Mesa de Mercadeo con base al PMTS.</li> <li>* Promocionar las rutas turísticas existentes y las nuevas.</li> </ul>	Aumento porcentual interanual del número de visitantes nacionales y extranjeros	6	Dirección de Mercadeo Departamento de Promoción

Facilitar el incremento de las ventas de los productos turísticos innovadores y sostenibles a través de las diferentes cadenas de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Participar en ferias y otros eventos nacionales e internacionales dirigidos al canal de comercialización y al consumidor final.</li> <li>* Organizar caravanas, blitz y otros eventos similares, interdepartamentales e internacionales, para facilitar el contacto a los prestadores de servicios de los canales de distribución.</li> <li>* Organizar ruedas de negocios entre mayoristas y proveedores de servicios turísticos nacionales e internacionales en el marco de otras actividades de promoción y comercialización.</li> <li>* Realizar viajes de familiarización nacionales e internacionales dirigidos a tour operadores, mayoristas y otros miembros de la cadena de valor y de comercialización, para el incremento de ventas de productos turísticos tradicionales y nuevos.</li> </ul>	Incremento de visitantes nacionales y extranjeros que viajaron mediante un paquete organizado	6	Dirección de Mercadeo Departamento de Operación y Comercialización
Posicionar a Guatemala en el extranjero a través de las misiones diplomáticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Informar a las misiones diplomáticas en el extranjero de los atractivos turísticos de Guatemala y de las ventajas que tiene el país para la visitación turística, a través de presentaciones y viajes de familiarización en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores.</li> <li>* Ampliar la información sobre los diferentes destinos y atractivos turísticos, a las misiones diplomáticas de Guatemala en el extranjero, que trabajan en temas comerciales y culturales, a través de boletines, trífolios, videos, entre otros.</li> <li>* Apoyar al cuerpo diplomático de Guatemala acreditado en el extranjero, en la realización de eventos promocionales en mercados prioritarios.</li> <li>* Fortalecer los mecanismos de coordinación y articulación de las misiones diplomáticas en el extranjero para que apoyen al INGUAT, en la realización de ferias, eventos, etc.</li> <li>* Fortalecer los mecanismos de coordinación y articulación de las misiones diplomáticas en el extranjero para que incidan en los Ministerios de Relaciones Exteriores y en los medios de comunicación locales, en los países donde están acreditados en la percepción de la imagen de Guatemala.</li> </ul>	Guatemala como destino turístico posicionada en el extranjero, a través de las misiones diplomáticas	6	Dirección de Mercadeo
Aumentar el turismo interno en épocas de aprovechamiento según corresponda	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaborar material promocional específico para promover el turismo interno, de tal manera que aprovechen las ofertas especiales que se coordinarán con el sector privado.</li> <li>* Incentivar a los oferentes de atractivos y servicios turísticos para que diseñen ofertas con valor agregado.</li> <li>* Potenciar atractivos turísticos y segmentos de menor visitación mediante los viajes de familiarización y prensa con periodistas y operadores turísticos nacionales.</li> </ul>	Turismo interno aumentado en épocas de aprovechamiento según corresponda	6	Dirección de Mercadeo
Establecer e informar a los visitantes nacionales y extranjeros sobre las medidas que deben tomar para prevenir, reducir y minimizar los riesgos de situaciones de crisis por desastres	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Coordinar con CONRED, municipalidades, entidades de auxilio y otras la sensibilización a visitantes sobre las medidas que se adoptan para reducir los riesgos de los efectos del cambio climático, fenómenos naturales y seguridad en rutas y destinos turísticos.</li> <li>* Impulsar procesos de educación sobre las medidas de seguridad que las empresas y servicios turísticos deben de adoptar, para evitar riesgos a los visitantes.</li> <li>* Coordinar y gestionar planes especiales de atención y prevención de percances, especialmente en temporadas altas como Semana Santa y Fiestas Agostinas, así como para segmentos que por su naturaleza requieren de dicha atención como cruceros</li> <li>* Coordinar, elaborar, socializar e implementar con todos los actores vinculados, un manual de operación y comunicación en situaciones de crisis.</li> </ul>	Visitantes nacionales y extranjeros prevenidos para reducir y minimizar los riesgos	7	Departamento de Asistencia Turística

naturales u otros incidentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implementar el proyecto de destinos seguros, en lugares priorizados con criterios técnicos.</li> <li>* Diseñar e implementar el proyecto de rutas seguras en tramos estratégicos de mayor circulación de visitantes nacionales y extranjeros</li> <li>* Coordinar con las entidades del sector seguridad y justicia, las acciones necesarias para mejorar los procesos de atención, investigación y condena en caso de delitos contra visitantes.</li> </ul>			
Brindar asistencia y contribuir a la percepción de seguridad del visitante nacional y extranjero	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Difundir por diferentes medios a los visitantes sobre las medidas y acciones que tiene disponible el INGUAT para resguardar su seguridad.</li> <li>* Enviar información a los <i>tour</i> operadores y mayoristas sobre las medidas y acciones de seguridad que implemente el INGUAT para que sean transmitidas a los visitantes.</li> <li>* Facilitar servicios de asistencia turística a los visitantes nacionales y extranjeros en las rutas y destinos turísticos principales.</li> </ul>	Percepción de visitantes nacionales e internacionales en tema de seguridad turística mejorada	7	Departamento de Asistencia Turística

## 2) Componente de desarrollo empresarial (eje 5 PMTS)

- **Objetivo:** mejorar la competitividad e innovación de los destinos turísticos mediante el fortalecimiento de la capacidad empresarial para la prestación de servicios turísticos de calidad con capital humano capacitado y el respaldo de un marco normativo eficaz.
- **Indicador:**
  - ◆ Disminuido en un 30% el tiempo de trámite de registro e inscripción de empresas de servicios turísticos en el INGUAT.
  - ◆ Se ha aumentado en un 10% la disponibilidad de recursos para programas de innovación, emprendimiento y encadenamientos turísticos.
- **Productos:**
  - ◆ Asistencia técnica en legislación turística a personas jurídicas e individuales.
  - ◆ Personas jurídicas e individuales capacitadas en temas turísticos.
  - ◆ Personas jurídicas e individuales con el distintivo de calidad turística.
  - ◆ Señalización turística en beneficio de visitantes nacionales e internacionales.

• **Estrategias:**

Estrategias	Tácticas/ Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
Establecer acuerdos para facilitar las condiciones para el aumento de la oferta de servicios de transporte aéreos	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Generar los casos de negocio (se demuestra el potencial del mercado, oferta-demanda), para lograr que las líneas aéreas aperturen su oferta en Guatemala.</li> <li>* Fortalecer la coordinación interinstitucional de la Mesa de Aeropuertos de Alto Nivel para:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- La mejora integral de los aeropuertos del país.</li> <li>- Fomentar la participación e inversión de empresas de líneas aéreas en vuelos internos.</li> <li>- Gestionar cooperación internacional para dotar del equipo de operación de los aeropuertos nacionales.</li> </ul> </li> <li>* Desarrollar actividades conjuntas con las líneas aéreas dirigidas al canal de distribución y al consumidor:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentaciones de país.</li> <li>- Seminarios educativos a los agentes de viajes emisores de Guatemala y de los países de origen.</li> <li>- Campaña cooperativa (divulgación a través de revistas, videos, trifoliales, otros, durante el vuelo).</li> </ul> </li> <li>* Incidir con el Gobierno de Guatemala para generar mejores condiciones tributarias para las líneas aéreas.</li> </ul>	Oferta de servicios de transporte aéreo aumentada	5	Dirección General de Mercadeo Dirección de Desarrollo del Producto Turístico
Consolidar el Programa Impulsa, el Sello Q y otros programas, para apoyar el emprendimiento y fomento al desarrollo empresarial turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Continuar la implementación del Programa de Calidad Turística Sello Q.</li> <li>* Implementar proyectos para la mejora de la calidad en el servicio en entidades de gobierno que atienden visitantes.</li> <li>* Impulsar la incorporación de los criterios globales de sostenibilidad en la gestión de los servicios y destinos.</li> <li>* Generar incentivos para mantener a las empresas con el distintivo de calidad.</li> <li>* Capacitaciones en calidad y sostenibilidad turística.</li> <li>* Institucionalizar el Programa Impulsa, ampliar la disponibilidad de recursos y dar seguimiento a los beneficiarios de ediciones anteriores.</li> <li>* Diseñar e implementar cursos que generen la capacidad de una visión empresarial en los gestores de empresas y servicios turísticos.</li> </ul>	Desarrollo empresarial turístico y emprendimientos fortalecidos	5	Unidad de Calidad y Sostenibilidad Turística Unidad de Competitividad
Fortalecimiento institucional en beneficio del sector empresarial turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Aplicar el Plan de Acción propuesto, que incluye la mejora de los procesos, implementación de normativas y procedimientos actualizados de la Sección de Registro y Verificación de Empresas Turísticas.</li> <li>* Fortalecer el Departamento de Fomento Turístico, para sensibilizar a las empresas sobre su obligación de inscribirse en el registro de empresas del INGUAT, Artículo No.29 de la Ley Orgánica del INGUAT, así como para aplicar las sanciones correspondientes establecidas en el Artículo No.41 de dicha ley.</li> <li>* Diseñar un sistema para el manejo, seguimiento y resolución de quejas.</li> </ul>	Sector empresarial turístico fortalecido	5	Departamento de Fomento Turístico Sección de Registro y Verificación de Empresas Turísticas

Mejorar la imagen y atención a los visitantes que ingresan por medio de fronteras terrestres	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Mejorar facilidades turísticas y equipamiento de los puestos fronterizos y su entorno.</li> <li>* Señalizar carreteras que conectan con los puestos fronterizos.</li> </ul>	Fronteras terrestres con imagen y atención a los visitantes mejorada	5	Dirección General Desarrollo del Producto Turístico Unidad de Señalización
Fortalecer el marco legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Incidir para que el turismo sea considerado como un eje de desarrollo económico del país y por lo tanto se le de la prioridad necesaria para convertirlo en el motor principal de la economía del país.</li> <li>* Disponer de un marco legal que impulse la institucionalidad para la competitividad del sector turístico: modificación a la Ley Orgánica del INGUAT y la Ley de Desarrollo y Promoción para la Inversión Turística.</li> <li>* Elevar a Acuerdo Gubernativo los reglamentos que fomenten el desarrollo y promoción de productos turísticos de manera competitiva y sostenible.</li> <li>* Promover la declaratoria de zonas de interés turístico.</li> </ul>	Marco legal fortalecido	5	Dirección General Departamento Jurídico Departamento de Fomento Turístico
Impulsar la innovación y encadenamientos productivos dirigidos a la empresa turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Fomentar la innovación en el desarrollo y promoción de productos turísticos.</li> <li>* Facilitar encadenamientos productivos en turismo.</li> <li>* Aceleración de ideas de proyectos turísticos a través de incubadora de proyectos.</li> </ul>	Innovación y encadenamientos productivos en turismo impulsados	5	Unidad de Innovación y Desarrollo de Productos
Implementar programas de formación, tecnificación, capacitación y sensibilización en función de las prioridades de desarrollo del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Concientizar y sensibilizar a la población sobre el valor de los recursos naturales y culturales y la importancia del turismo para el país.</li> <li>* Incluir e implementar el tema cultura turística en el plan de estudios de educación primaria y secundaria.</li> <li>* Mejorar el perfil del egresado de carreras de turismo de nivel medio y superior.</li> <li>* Fortalecer la oferta de recurso humano tecnificado y capacitado en turismo.</li> <li>* Realizar campañas de sensibilización sobre sostenibilidad turística</li> <li>* Implementar cultura en el manejo de los recursos (servicios básicos, uso de papel, manejo de desechos, entre otros)</li> <li>* Levantar un diagnóstico de necesidades de capacitación en función de las prioridades estratégicas anuales detectadas en consenso en las diferentes mesas de trabajo interinstitucionales.</li> <li>* Elaborar con base al diagnóstico el plan anual de capacitación y formación turística (presencial o en línea).</li> </ul>	Programas de formación, tecnificación, capacitación y sensibilización turística en función de las prioridades de desarrollo del sector turístico implementados	5	Sección de Formación Turística

### 3) Componente de fortalecimiento y diversificación de la oferta turística (eje 2 y 3 del PMTS)

- **Objetivo:** elevar el nivel de atracción turística del país mediante el fortalecimiento y diversificación de los destinos turísticos.
- **Indicador:**
  - ◆ *Planes estratégicos de productos con avance del 50%.*
- **Productos:**
  - ◆ Personas jurídicas e individuales beneficiadas con actividades para la conservación del patrimonio.
- **Estrategias:**

Estrategias	Tácticas/ Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
Fomentar el desarrollo sostenible e inclusivo de la actividad turística, a través de la aplicación de buenas prácticas socio-culturales, ambientales y económico empresariales	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Institucionalizar la gestión sostenible e inclusiva del turismo.</li> <li>* Promover la planificación turística territorial con criterios de sostenibilidad.</li> <li>* Fomentar en las entidades públicas y privadas relacionadas con el turismo, la implementación de los CGTS en proyectos y actividades turísticas.</li> <li>* Promover la inclusión de nuevo sitios y manifestaciones como Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> <li>* Implementar proyectos de preservación y puesta en valor de los sitios Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> <li>* Implementar proyectos de preservación y puesta en valor de los sitios Patrimonio Cultural de la Nación.</li> <li>* Promover en el sector turístico la adhesión al Código Ético de Turismo de la OMT.</li> <li>* Fomentar en el sector privado turístico la adopción del programa de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes en el Sector Turístico -PESCENNA-.</li> <li>* Organizar e impulsar excursiones de acceso al turismo para todos (p.ej.: personas de la tercera edad, jóvenes, limitaciones de movilidad) de tal manera que se pueda dar a conocer los atractivos turísticos del país, generar una cultura turística y despertar el interés de las personas por visitar otros lugares, utilizando la oferta de los operadores turísticos privados, estos <i>tours</i> por lo tanto tendrán un enfoque recreativo.</li> </ul>	Desarrollo sostenible de la actividad turística, a través de la aplicación de buenas prácticas socio-culturales, ambientales y económico empresariales, fomentado	2	Dirección General Dirección de Desarrollo del Producto Turístico Departamento de Planeamiento Turístico Departamento de Fomento Turístico Departamento de Asistencia Turística Unidad de Innovación y Desarrollo de Productos

<p>Reducir el efecto de la estacionalidad en el uso en la planta turística, a través del fomento del turismo interno</p>	<p>* Diseñar rutas, circuitos y tours que integren los atractivos a nivel regional o interdepartamental. * Organizar la visita de las rutas, circuitos y tours como proyectos piloto para dar a conocer los nuevos atractivos turísticos. * Promover como parte de la responsabilidad social, que las empresas aporten parte del financiamiento para excursiones escolares, personas con discapacidad y tercera edad. Las excursiones escolares serán aprovechadas para realizar procesos educativos y recreativos, para generar una cultura de respeto ambiental, cultura turística y de identidad nacional. * Promover intercambios departamentales que permitan el conocimiento de la naturaleza y la cultura de cada departamento, así como sus potencialidades.</p>	<p>Efecto de la estacionalidad reducido</p>	<p>3</p>	<p>Dirección de Desarrollo del Producto Unidad de Innovación y Desarrollo de Productos Viajes de Familiarización y Prensa Departamento de Operación y Comercialización</p>
<p>Fortalecer y diversificar la oferta turística, de acuerdo al ordenamiento del espacio turístico nacional</p>	<p>* Investigar y aplicar nuevas metodologías para el inventario turístico. - Organizar los destinos turísticos con base a los atractivos, según su jerarquización y clasificación. * Aplicar y evaluar los planes estratégicos de productos. * Implementar proyectos de imagen urbana. * Implementar metodologías para destinos en declive que incluya consulta social. * Sistematización del diplomado de identificación, formulación y evaluación de proyectos turísticos. * Fortalecer las capacidades de planificación de los destinos turísticos (municipalidades y otros). * Conformar un equipo de trabajo para la formulación de planes de desarrollo y proyectos turísticos. * Elaborar planes de desarrollo turístico local. * Facilitar la inversión público-privada para el desarrollo y mejoramiento del producto turístico, mediante alianzas con diferentes entidades, entidades de cooperación y de apoyo financiero.</p>	<p>Oferta turística fortalecida y diversificada de acuerdo al ordenamiento del espacio turístico nacional</p>	<p>3</p>	<p>Dirección de Desarrollo del Producto Departamento de Planeamiento Turístico Unidad de Competitividad Turística</p>

Para cada ejercicio fiscal se programarán las acciones necesarias a realizar en la planificación operativa. Es importante indicar que muchas acciones se trabajan de manera conjunta con los diferentes actores del sector público y privado.

#### 4) Componente de fortalecimiento de la coordinación del sector turístico a nivel nacional e internacional (ejes PMTS 1, 4 y 8)

- **Objetivos:**

- ◆ Mejorar el desempeño del sector turístico mediante el fortalecimiento de la coordinación y los niveles de articulación de las diferentes entidades que integran el sector a nivel nacional y regional; y de la optimización de los recursos financieros orientadas hacia una gestión por resultados.

- **Indicador:**

- ◆ Cobertura del 100 % de las oficinas regionales y subregionales del INGUAT en los 10 destinos prioritarios.

- ◆ Mejora en un 30% la satisfacción de los colaboradores de los sistemas informáticos administrativos de la institución con relación a los resultados del clima organizacional.
- ◆ Se ha incrementado en un 5% en promedio, la recaudación del impuesto de servicios de hospedaje.
  - ◇ Incremento nacional por tipo de establecimiento
  - ◇ Incremento por departamento por tipo de establecimiento
- ◆ Disminución en un 10% en el gasto administrativo derivado de la implementación de una política interna de sostenibilidad (energía, agua, papel, etc.)
- ◆ Se ha logrado un 85% de la ejecución financiera bajo los criterios de la política de calidad del gasto y gestión por resultados.
- ◆ Para el año 2021 se cuenta con cuatro tablas de la Cuenta Satélite de Turismo.

• **Productos:**

- ◆ Personas jurídicas e individuales con información estadística y promocional turística.

• **Estrategias:**

Estrategias	Tácticas/ Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
Elaboración e implementación de un plan de comunicación orientado a mejorar la imagen del INGUAT, con el propósito fundamental de ampliar las alianzas con los distintos sectores vinculados al turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Aprovechar los medios de comunicación digitales para comunicar noticias positivas sobre las acciones del INGUAT.</li> <li>* Establecer acuerdos de cooperación con la Secretaría de Comunicación de la Presidencia para aprovechar los espacios de los medios de comunicación con los que tienen convenios, así como, las estrategias de comunicación que implementan para divulgar las acciones del gobierno.</li> <li>* Elaborar boletín informativo mensual.</li> </ul>	Imagen del INGUAT mejorada	1	Dirección de Mercadeo Comunicación Social
Descentralizar las funciones administrativas del INGUAT a través de las Oficinas Regionales y Subregionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Fortalecer las Oficinas Regionales y Subregionales mediante procesos de capacitación (presencial o en línea) en gestión turística territorial y de elaboración de los planes maestros regionales de turismo sostenible.</li> </ul>	Funciones administrativas del INGUAT agilizadas	1	Dirección General Dirección de Desarrollo del Producto Turístico Oficinas Regionales y Subregionales

<p>Agilizar los procesos tecnológicos dentro del INGUAT que permitan una mejor atención</p>	<p>* Proponer nuevas tecnologías de información para facilitar y agilizar los procesos dentro del INGUAT, especialmente en la gestión administrativa y el servicio al público. * Reestructurar las aplicaciones de gobierno electrónico e-Inguat.</p>	<p>Procesos tecnológicos agilizados e implementados</p>	<p>1</p>	<p>Departamento Financiero Sección de Computación</p>
<p>Mejorar la recaudación del INGUAT</p>	<p>* Suscribir un convenio de colaboración con la SAT, para intercambio de información para identificar a las personas jurídicas que brindan servicios turísticos. * Fortalecer la Unidad de Fiscalización, para mejorar los niveles de fiscalización en la aplicación y recaudación del Impuesto del 10% sobre hospedaje. * Establecer dentro de la propuesta de Ley Orgánica la autorización para que el INGUAT mediante el reglamento correspondiente pueda modificar y aplicar las multas que garanticen una adecuada sanción a los establecimientos de hospedaje que caigan en morosidad.</p>	<p>Recaudación del INGUAT mejorada</p>	<p>1</p>	<p>Dirección General Dirección Administrativa Financiera Unidad de Fiscalización</p>
<p>Articulación del sector público y privado turístico para cumplimiento del PMTS</p>	<p>* Dar seguimiento a lo establecido en el artículo 3 del Acuerdo Gubernativo No. 149-2016, en el sentido de hacer efectiva la obligatoriedad de las instituciones de participar activamente en la planificación, programación de recursos y ejecución de acciones vinculadas con el PMTS. - Consolidar el funcionamiento de las Mesa Multisectorial de Turismo Sostenible y sus instancias técnicas: Comité Ejecutivo y Comité de Mercadeo, mesas departamentales, mesas de segmentos, mesas de seguridad, usuarios de estadísticas - OCSET- y otras. - Coordinar a nivel nacional, regional, departamental y municipal en instancias multisectoriales la implementación y monitoreo del sector turístico. - Crear un sistema de evaluación y seguimiento del PMTS. * Suscribir y dar seguimiento el Acuerdo Nacional para el Desarrollo Competitivo y Sostenible del Turismo en Guatemala 2018-2032. * Capacitación en línea para el fortalecimiento de capacidades de las municipalidades en la elaboración de proyectos turísticos, con el apoyo del INTECAP a través de la plataforma.</p>	<p>Sector público y privado turístico articulado</p>	<p>1</p>	<p>Dirección General Unidad de Competitividad</p>
<p>Incidir ante el Congreso y el Gobierno central para constituir el turismo en un eje de desarrollo turístico</p>	<p>* Tomando como base el punto resolutivo 8-2017 y el 3-2018 del Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural -CONADUR- se hará la incidencia correspondiente "Elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales", para la cual el INGUAT a través de la Mesa Multisectorial de Turismo Sostenible elaborará y presentará una propuesta de Acuerdo para que el Gobierno de la República declare como principal eje de desarrollo económico del país el turismo y propiciar que esta declaración se eleve a Decreto del Congreso de la República.</p>	<p>El turismo declarado como el eje principal de desarrollo económico del país</p>	<p>1</p>	<p>Unidad de Competitividad</p>

Implementar un sistema interno de gestión de calidad y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaborar e implementar procesos y herramientas de gestión administrativa, salud y seguridad en el trabajo y desempeño ambiental.</li> <li>* Elaborar un autodiagnóstico, previo a implementar un sistema de gestión interno.</li> <li>* Aplicación de las 3 R's en el manejo de residuos sólidos.</li> <li>* Realizar auditorías externas sobre los resultados obtenidos de las acciones anteriores.</li> </ul>	Recursos disponibles del INGUAT utilizados racional y sosteniblemente	1	Departamento Administrativo Departamento de Recursos Humanos Departamento de Fomento de Unidad de Calidad y Sostenibilidad Turística
Optimizar los recursos financieros y transparencia del gasto público, orientados hacia una gestión por resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaborar una política de austeridad interna y calidad del gasto.</li> <li>* Implementar el presupuesto por resultados.</li> <li>* Capacitar al personal sobre la política de austeridad y la gestión por resultados.</li> <li>* Implementar los centros de costo de acuerdo a los lineamientos del Ministerio de Finanzas.</li> </ul>	El manejo de recursos en el INGUAT se ha optimizado y se hace en forma transparente	1	Dirección Administrativa Financiera Departamento Financiero
Aumentar los indicadores y las estadísticas en turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implementar un sistema de información de gestión institucional.</li> <li>* Implementar fuentes alternas de información de movimientos de personas.</li> <li>* Activar y fortalecer la instancia de coordinación turística (OCSET).</li> <li>* Contar con un sistema de base de datos y análisis de datos.</li> <li>* Contar con estudios sobre actividades características y conexas del turismo.</li> <li>* Realizar benchmarking con los mercados competencia especialmente con Costa Rica, Ecuador, Perú.</li> <li>* Implementar la Cuenta Satélite de Turismo.</li> <li>* Implementar el observatorio turístico de Guatemala, con sus correspondientes mecanismos de gestión y ejecución.</li> <li>* Fortalecer la Unidad de Inteligencia de Mercados.</li> <li>* Implementar la publicación de estudios de inteligencia de mercados.</li> <li>* Poner a disposición del sector turístico información estadística estratégica y oportuna.</li> <li>* Realizar actividades de sensibilización e información sobre la importancia de facilitar datos para la construcción de estadísticas de turismo, dirigido a los prestadores de servicios.</li> <li>* Evaluar el impacto de la facilitación de promoción y comercialización en los años sucesivos.</li> </ul>	Indicadores estadísticas y en turismo aumentadas	4	Dirección General Departamento de Investigación y Análisis de Mercados

<p>Aprovechar la autoridad y el liderazgo de Guatemala en la Organización Mundo Maya - OMM-, Consejo Centroamericano de Ministros de Turismo y Secretaría de Integración Turística de Centroamérica -SITCA- y otras instancias regionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Fortalecer la OMM, el Consejo Centroamericano de Ministros de Turismo, el SITCA u otros.</li> <li>* Fortalecer el posicionamiento de los atractivos de la cultura maya a nivel regional.</li> <li>* Establecer acuerdos de intercambio turístico entre los países que conforman estas organizaciones.</li> <li>* Impulsar proyectos de desarrollo y promoción turística en la región Mundo Maya.</li> </ul>	<p>Presencia de Guatemala fortalecida en estas instancias</p>	<p>8</p>	<p>Dirección de Desarrollo del Producto Turístico Unidad de Competitividad</p>
<p>Establecer alianzas con agencias de cooperación nacional e internacional, para ampliar la disponibilidad de fondos y asistencia técnica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Actualizar el directorio de agencias o entidades de cooperación y financiamiento nacionales o internacionales.</li> <li>* Identificar las agencias o entidades de cooperación que apoyan el desarrollo y la gestión turística.</li> <li>* Elaborar el perfil de las agencias o entidades de cooperación en términos de los fondos que asignan, condiciones, tipos de proyectos que apoyan y la asistencia que tienen disponible.</li> <li>* Según perfil elaborar proyectos de cooperación con apoyo de la unidad administrativa interesada.</li> <li>* Establecer alianzas bilaterales y multilaterales a través de la suscripción de diferentes instrumentos de cooperación internacional.</li> <li>* Gestionar proyectos de cooperación ante las diferentes agencias o entidades de cooperación en coordinación con la Segeplán.</li> <li>* Elaborar propuestas de los diferentes instrumentos legales de cooperación.</li> <li>* Crear la Unidad de Cooperación Internacional.</li> </ul>	<p>Disponibilidad de recursos para la realización de inversiones turísticas y asistencia técnica aumentada</p>	<p>8</p>	<p>Unidad de Competitividad / Cooperación Internacional</p>

### 10.13 Mecanismos de implementación del plan

Para la implementación del Plan Estratégico Institucional -PEI- se procedió de la siguiente manera:

1. Se envió el resumen a los Directores para una lectura previa a la reunión de presentación.
2. Se realizó una presentación del plan al Director General, Subdirector General y Directores, en una reunión especial en la que se socializó el plan donde se recibieron observaciones para adecuarlo a las perspectivas de los directores.
3. Se instruye al Departamento de Recursos Humanos, para que proceda a la socialización del plan a todo el personal del INGUAT.

Dentro de las acciones siguientes están:

1. El PEI se trasladará a la SEGEPLAN, Contraloría General de Cuentas y a la Dirección Técnica del Presupuesto del Ministerio de Finanzas, Unidad de Información Pública y se publicará en la carpeta de archivos varios, ubicada en los monitores de las computadoras para su conocimiento de todo el personal.
2. Se tendrán reuniones técnicas con las Direcciones, departamentos, unidades y secciones para inducir sobre la manera de implementar las acciones en los Planes Operativos Anuales y Multianuales, presupuestos y planes anuales de trabajo.

### 10.14 Monitorización y Evaluación

#### 10.14.1 Monitorización

Para garantizar el cumplimiento de las metas anuales de cada una de las direcciones, evitando omisiones, errores y desviaciones, se continuará con el sistema de monitorización del plan operativo anual que comprenderá el siguiente proceso:

1. Los directores de manera mensual presentarán sus reportes a la Dirección Administrativa Financiera, sobre la ejecución de sus actividades y el logro de sus metas, verificando que la información sea la correcta.
2. La Dirección Administrativa Financiera con base a los reportes de los directores la traslada a la Unidad de Información Pública.
3. Con los reportes de cada Dirección verificados, sobre los avances mensuales en la ejecución de su respectivo plan operativo, la Dirección Administrativa Financiera presentará la matriz de avance mensual de las tres direcciones a la Unidad de Información Pública, para que sea publicada en el Portal de Transparencia de esta entidad, en los plazos previstos en la Ley de Acceso a la Información Pública.



4. Los objetivos, metas y resultados expresados en el Plan Estratégico de la institución serán ejecutados por las Direcciones Administrativa Financiera, Desarrollo del Producto Turístico y Mercadeo, a través de los programas 01 Actividades centrales, 11 “Servicios de turismo”, 12 “Incremento de la competitividad turística” y 13 “Promoción del potencial turístico de Guatemala” y los que se puedan generar o cambiar de acuerdo a las necesidades institucionales en los próximos años.
5. La planificación operativa anual y multianual, será programada de acuerdo a la metodología de trabajo que solicite en cada ejercicio fiscal la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia de la República -SEGEPLAN-.
6. La ejecución del plan será evaluado permanentemente por los Directores de cada área y se hará una evaluación al finalizar la ejecución del plan para establecer los logros que se obtuvieron.
7. En el mes de julio de cada año, se trasladará a los directores, la matriz semáforo que identifica el avance de las metas, productos, entre otros, para que den sus explicaciones sobre los atrasos existentes y las observaciones que consideren convenientes.
8. La Dirección Administrativa Financiera agregará a la matriz las justificaciones y observaciones de los directores, para conocimiento de la Dirección General. Posteriormente, las direcciones aplicarán las directrices emitidas por la Dirección General.

#### 10.14.2 Evaluación

Con el objeto de garantizar y verificar el logro de los objetivos se realizarán tres tipos de evaluaciones, una evaluación intermedia durante el ejercicio fiscal 2021 y al finalizar la actual administración para determinar los logros alcanzados y los aspectos pendientes, de tal manera que en el informe de transición se puedan incluir las recomendaciones correspondientes sobre los aspectos en los que deberá que poner mayor atención. Corresponderá a la administración que tome posesión en enero de 2024, evaluar este plan con el propósito de adaptarlo al plan de trabajo que incluya acciones conforme la nueva política de gobierno.

## 10.15 Referencia bibliográfica

- Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022. (2012). Guatemala.
- Política Pública de Reparación a las Comunidades Afectadas por la construcción de la Hidroeléctrica Chixoy, cuyos Derechos Humanos fueron Vulnerados. (2014). Guatemala.
- BID. (s.f.). Plan Alianza para la Prosperidad del Triángulo Norte. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/alianzaparalaprospiedad>
- Et al, M. d. (2016). Agenda Rural 2016-2020. Guatemala, Guatemala.
- Gobierno de Guatemala. (19 de septiembre de 1967). Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. Guatemala, Guatemala: Litografías Modernas.
- Gobierno de Guatemala. (24 de mayo de 2012). Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022. Guatemala, Guatemala.
- Gobierno de la República de Guatemala. (2016) Política General de Gobierno 2020-2024
- INGUAT. (2015). Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025. Guatemala: INGUAT.
- INGUAT, I. G. (2015). Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025. Guatemala, Guatemala.
- Ministerio de Economía, M. (2016). Política Económica 2016-2021. Guatemala, Guatemala.
- Mujer, S. P. ( 2009). Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las mujeres y Plan de Equidad de Oportunidades 2008-2023. Guatemala.
- PNUD. (s.f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Programa Nacional de Competitividad de Guatemala, P. (2016). Agenda Nacional de Competitividad 2016 - 2032. Guatemala, Guatemala.
- World Travel & Tourism Council, W. (2017). Travel & tourism, Global Economic Impact & Issues 2017. United Kingdom.