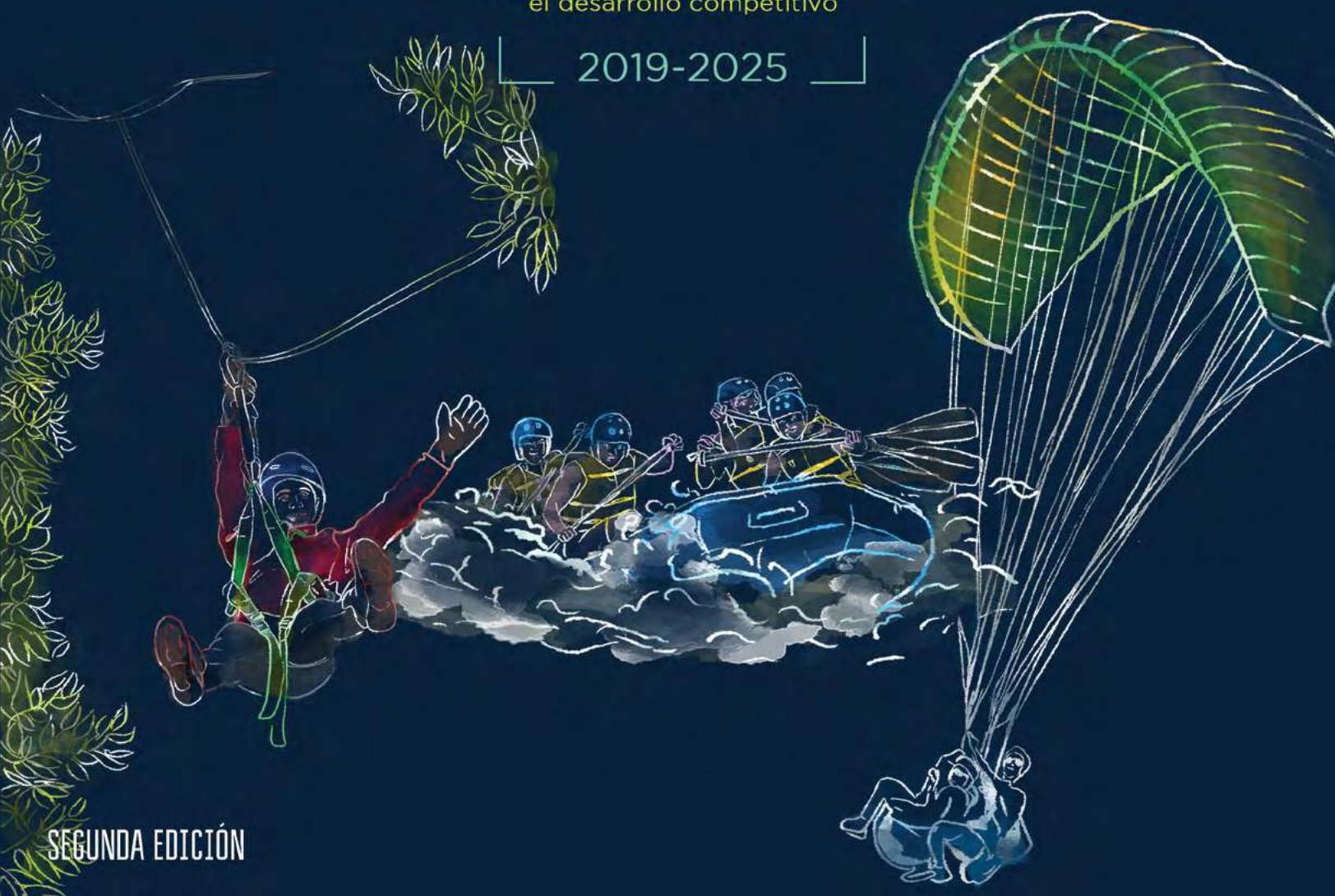


PLAN ESTRATÉGICO PARA EL SEGMENTO DE AVENTURA

Un compromiso de nación para
el desarrollo competitivo

2019-2025



SEGUNDA EDICIÓN





PLAN ESTRATÉGICO PARA EL SEGMENTO DE AVENTURA

Un compromiso de nación para
el desarrollo competitivo

2019-2025





Índice

Contenido

INTRODUCCIÓN	Pág. 1	MEZCLA DE MERCADEO: PRODUCTO	Pág. 44
ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL DEL SEGMENTO	Pág. 4	Descripción de la oferta de producto	Pág. 46
Panorama mundial	Pág. 6	Atractivos prioritarios / atractivos a desarrollar	Pág. 50
Panorama nacional	Pág. 7	Estrategias, indicadores y acciones	Pág. 51
Tendencias	Pág. 10	Descripción de la oferta de servicios	Pág. 54
ANÁLISIS ESTADÍSTICO	Pág. 12	MEZCLA DE MERCADEO: PLAZA Y PROMOCIÓN	Pág. 56
Participación y crecimiento del segmento por mercado	Pág. 14	Descripción de los canales de comercialización y herramientas de promoción	Pág. 58
Gastos vrs. estadía por región	Pág. 16	Promoción	Pág. 59
Visitantes no residentes de los países más relevantes para Aventura	Pág. 18	Estrategia de comunicación	Pág. 62
DIAGNÓSTICO	Pág. 20	PRIORIDADES DEL SEGMENTO DE AVENTURA	Pág. 64
Ciclo de vida del segmento de Aventura	Pág. 22	I. ANEXOS	Pág. 68
Análisis de la competencia	Pág. 23	Proyectos incluidos en el PMTS relacionados con el segmento de turismo de aventura:	Pág. 68
Análisis por temporada y por estación	Pág. 25	II. GLOSARIO	Pág. 69
FODA	Pág. 26	III. SIGLAS Y ACRÓNIMOS	Pág. 71
ANÁLISIS ESTRATÉGICO	Pág. 28	IV. REFERENCIAS	Pág. 72
Retos	Pág. 30	V. ÍNDICE DE GRÁFICAS, IMÁGENES Y TABLAS	Pág. 74
Ventajas competitivas y comparativas	Pág. 31	VI. CRÉDITOS	Pág. 75
ESTRATEGIAS DEL SEGMENTO DE AVENTURA	Pág. 32		
Mercado objetivo	Pág. 34		
Descripción de los grupos objetivos	Pág. 35		
Visión	Pág. 36		
ÁMBITO INSTITUCIONAL	Pág. 38		
Descripción del ámbito institucional y actores que intervienen	Pág. 40		
Estrategias, indicadores y acciones	Pág. 41		

Introducción

Para que un viaje sea considerado turismo de aventura debe involucrar, al menos, dos de los siguientes tres elementos: interacción con el entorno, compartir con la cultural local y realización de actividad física. Las diferentes actividades que clasifican como viajes de turismo de aventura se dividen en dos categorías: "aventura extrema" y "aventura ligera", según la Adventure Travel Trade Association (ATTA).

Guatemala cuenta con muchos aspectos geomorfológicos y bióticos que generan una gran riqueza para el desarrollo del turismo de aventura y naturaleza en el país, se pueden apreciar paisajes impresionantes, volcanes, montañas, valles, lagos, ríos, cuevas y extensas planicies kársticas.

El país ha sido reconocido por su rica biodiversidad, en la parte biótica, por lo que está incluido en la lista de países megadiversos del mundo. Asimismo, por su historia geológica, cuenta con altos índices de endemismo en diversos taxones de flora y fauna, los que hace al país atractivo para el segmento de aventura.

Según la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022, el segmento de Aventura es prioritario impulsar y constituye una fuente importante de ingresos para las comunidades receptoras y empresas prestadoras de servicios.

El INGUAT ha dado soporte al desarrollo del turismo de aventura, en coordinación con municipalidades, CONAP y el sector privado, empresarios prestadores de servicios, comunidades anfitrionas y otras autoridades como la DISETUR para hacer la experiencia del viajero segura y placentera.

En ese contexto, se formuló en el PMTS 2015-2025 un diagnóstico que abarca la oferta de Guatemala, las ventajas del segmento, la competencia directa, principales retos, grupo objetivo, características demográficas, socioeconómicas y psicográficas, mercados meta estratégico y de oportunidad.

También la orientación estratégica de desarrollo de producto y mercadeo del segmento, actividades que están siendo consideradas en la ejecución presupuestaria del INGUAT y demás entidades que conforman el segmento. Sin embargo, se consideró importante contar con un análisis de la situación actual de este segmento, para poder definir una estrategia de mercadeo conjunta con su respectivo plan operativo.

En 2016, se realizó un taller en el que se definieron las prioridades para el desarrollo de la industria de aventura. Para ello se convocó a miembros del segmento, como agencias de viajes, turoperadores, CONAP, autoridades locales, Centro de Estudios Conservacionistas -CECOM-, entre otros. Se obtuvo como resultado una Estrategia Nacional del Segmento de Turismo de Aventura, en la que se define un plan de acción para posicionar a Guatemala como líder de turismo de aventura en Latinoamérica, con estándares de seguridad y calidad reconocidos mundialmente.

Como resultado del plan de acción, se creó la Mesa Nacional del Segmento de Aventura en 2017, como instancia de gestión y planificación. Mediante ella las instituciones públicas y privadas acuerdan un marco de colaboración, trabajar en conjunto para desarrollar el segmento o producto y diversificar la oferta turística del país, según acuerdo de Dirección General No. 121-217-DG del INGUAT.

Es importante recalcar, que así como la elaboración de este documento ha sido interinstitucional, su ejecución e instrumentalización también lo es. Esto implica, que en el desarrollo de los planes operativos anuales y multianuales, se requerirá integrar acciones de todas las instituciones públicas, privadas, organizaciones no gubernamentales, asociaciones comunitarias, cooperativas comunitarias y academia involucradas y cuantificar el aporte presupuestario que cada una hará para su implementación. Constituye una responsabilidad compartida del sector de la industria de turismo de aventura en Guatemala.

Proceso de Construcción



Instituciones
Facilitadoras

INGUAT
CAMTUR
COMATUR
ASIES
OES

2 equipos
de trabajo

INGUAT

Funcionarios
y técnicos
internos
INGUAT

Dirección de
Mercadeo

Dirección de
Desarrollo del
Producto
Turístico

7 documentos
consultados

PMTS
Estadísticas
Definiciones
OMT
Boletines
ATTA
Revistas
Aventura



2 talleres
30 personas

Resultado final

4
Componentes

Mezcla
de Mercadeo
Producto
Plaza
Promoción

15
Estrategias

64
Líneas de
acción



Estela "E", Parque Nacional y Ruinas de Quiriguá, Izabal

ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL DEL SEGMENTO





Ambito nacional e internacional

Panorama mundial

Según la Organización Mundial de Turismo - OMT- "El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. El turismo de aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, el « puenting », la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo. Hay también algunas actividades de turismo de aventura que pueden practicarse en espacios cerrados." (OMT, 2019)

El turismo de aventura es uno de los segmentos que tiene un gran crecimiento a nivel mundial por lo que también es una fuente de ingresos por viajero. También el aumento de la demanda, hace que crezca la oportunidad de prestadores de servicios y en este caso de empresas especializadas, las cuales deben operar desde servicios considerados extremos hasta otras aptas para todos los públicos.

Muchos países se están posicionando en este segmento pues reconocen su valor ecológico o natural, cultural y económico, volviéndose un producto sostenible.

La oferta mundial se encuentra desde subir el Everest, con costo aproximado de 42,000 Euros por persona, que incluye viaje, contratación de sherpas y permisos para escalar, hasta una expedición arqueológica, canopy, rafting por ríos, pesca, cabalgatas, etc.

El viajero que busca el turismo de aventura lo encuentra en entornos culturales y sobre todo en entornos naturales en tierra, agua y aire; entre las actividades se identifican las siguientes:

Tierra:

- Caminatas
- Espeleismo (cuevas)

- Escalada en roca
- Cañonismo
- Ciclismo de montaña
- Alpinismo
- Rappel
- Cabalgatas

Agua

- Buceo autónomo
- Buceo libre
- Espeleobuceo
- Rafting o descenso en ríos
- Kayaquismo
- Pesca recreativa

Aire

- Paracaidismo
- Vuelo en parapente
- Vuelo en ala delta
- Vuelo en globo
- Vuelo en ultraligero

Los mayores emisores de personas interesadas en la aventura que se han mapeado son de origen europeo, norte y sur americano. Estos turistas tienden a realizar sus viajes por su cuenta, sin utilizar los servicios de agencias de viajes o turoperadores.

No obstante, la tendencia es que el turoperador se especialice en actividades de aventura ligera, con viajes personalizados dirigidos a grupos multigeneracionales, así también con un gran interés de vivir experiencias culturales del país que visitan. Shannon Stowell, presidenta de -ATTA- menciona: "Debido a que el turismo de aventura tiene sus activos principales en el patrimonio natural y cultural, esta actividad puede ser usada como un modelo para crear, desarrollar y sostener negocios rentables y destinos prósperos, siguiendo los criterios de turismo sostenible".

Panorama nacional

Guatemala está considerado entre los 19 países megadiversos del mundo por su gran riqueza natural y cultural, según la nota verbal No.11-2180 del departamento de Relaciones Exteriores de la República de Filipinas (Manila, 2011), que ostentó la presidencia de la 10a. Conferencia de las partes (COP-10) de la convención de la diversidad biológica celebrada en Nagoya, Japón en octubre de 2010. Esta nación posee 7 biomas:

- Selva tropical húmeda
- Selva tropical lluviosa
- Selva de montaña
- Bosque de montaña
- Chaparral espinoso
- Selva sub-tropical húmeda
- Sabana tropical húmeda

De igual forma posee 7 humedales Ramsar

- Parque Nacional Yaxha-Nakum-Naranjo
- Area de Protección especial Manchón Guamuchal
- Refugio de Vida Silvestre Bocas del Polochic
- Reservas de Uso Múltiple Río Sarstún
- Refugio de Vida Silvestre de Punta de Manabique
- Parque Nacional Laguna Lachuá
- Parque Nacional Laguna del Tigre

Asimismo, posee 3 Reservas de Biósfera, reconocidas por UNESCO en el programa Hombre y la Biósfera

- Biósfera Maya
- Biósfera de Sierra de las Minas
- Reserva de Trifinio Fraternidad

Toda esta riqueza natural conlleva a una gran variedad de flora y fauna, que habitan entre cordilleras, volcanes, cuevas, lagos, ríos, playas, selvas y bosques, formando el escenario perfecto para el desarrollo de actividades de aventura. Sumado a la gran diversidad de cultura entre xinca, garífuna, maya y mestiza. Además, los cientos de sitios arqueológicos de la civilización maya y la olmeca que habitaron el país.

Guatemala es heredera de una de las civilizaciones más grandiosas de la historia de la humanidad: La cultura maya, cuyos descendientes aún habitan la mayor parte del país, brindan su eterna sabiduría y comparten sus tradiciones, magia y color. Los vestigios arqueológicos de esta admirable civilización pueden ser apreciados a lo largo y ancho de todo el país. Asimismo, ciudades coloniales son objeto de gran admiración, al presentar una riqueza arquitectónica, religiosa y gastronomía incomparable. Las festividades y tradiciones son fiel manifestación de las culturas vivas que se encuentran en nuestro territorio, desde los indígenas mayas de las tierras altas a los afro-caribeños Garinagu del mar Caribe.

Guatemala cuenta con 3 patrimonios de la humanidad tangibles y 3 intangibles nombrados por la UNESCO

Tabla 1
Patrimonios de la humanidad UNESCO

Tangibles	Intangibles
Parque Nacional Tikal (patrimonio cultural y natural)	La lengua, la danza y la música garífuna
La Antigua Guatemala	La tradición del teatro bailado Rabinal Achí
Parque Arqueológico Quirigua	El Ceremonial de La Paach

Fuente: INGUAT, 2019

Todos estos atractivos culturales y naturales que posee el país hacen que los empresarios en turismo desarrollen productos turísticos en diferentes segmentos, entre ellos los de aventura.

Entre los productos o actividades de aventura que se desarrollan en Guatemala están:

Tabla 2
Productos potenciales a empaquetar

Tierra	Aire	Agua
Tour de cuevas (<i>caving</i>)	Canopy	Rafting
<i>Rappel</i>	Parapente	Canotaje / <i>kayak</i>
<i>Trekking</i>		<i>Hidrospeed</i>
Bicicleta de montaña		Buceo autónomo
Montañismo		

Fuente: INGUAT, 2019

Según la intensidad pueden ser considerados extremos o ligeros.

De acuerdo al PMTS y el taller de planeación estratégica de la Mesa de Aventura desarrollado en 2016, se identificó que los mercados europeo y norteamericano son de los mayores consumidores de actividades de aventura desarrollados en los departamentos de Sacatepéquez, Sololá, Petén, Izabal, Alta Verapaz y Quiché. Aventura está ligada directamente con naturaleza y cultura, por lo que es complementario con dichos segmentos. Al presente año, se cuenta con acuerdos interinstitucionales entre el INGUAT, CONAP y municipalidades que cuentan con destinos o actividades de este segmento, por lo que se han elaborado instrumentos para el desarrollo y manejo de algunos de esos destinos de aventura.

El INGUAT ha capacitado a guías y guarda recursos que laboran en los destinos turísticos de aventura en los temas de primeros auxilios, anfitrión turística, entre otros.

Por parte del INGUAT se ha entregado equipo de seguridad y buenas prácticas de actividades de aventura con la finalidad de prestar un buen servicio al visitante. Entre las comunidades y municipalidades que se ha apoyado se encuentran:

Tabla 3
Comunidades y asociaciones que han recibido equipamiento de aventura

Asociación o Comunidad	Atractivo Turístico o Producto Turístico	Departamento
Asociación de desarrollo integral de Sepalau (ADEISP)	Puerta al Mundo Maya	Alta Verapaz
Asociación Maya Q'ueq'chi de desarrollo de turismo Candelaria Camposanto (AMDETCA)		
Asociación B'omb'il Pek el porvenir II (ASBOPP)		
Asociación Indígena Q'eqchi' Much'ilha (ASIQMUC)		

Asociación o Comunidad	Atractivo Turístico o Producto Turístico	Departamento
Comunidad Siguanhá II	Cuevas de Se'tzol	Alta Verapaz
Comunidad de Río Negro	Política de resarcimiento de las comunidades vulneradas por la construcción de la hidroeléctrica Chixoy medida de rehabilitación 9.12.11.4	
Comunidad de Chicruz		
Comunidad Chirramos		
Dirección Regional Verapaces del CONAP	Monumento Natural Semuc Champey	
Biotopo del Quetzal, Mario Dary	Biotopo del Quetzal, Mario Dary	Baja Verapaz
Municipalidad de Acatenango	Volcán de Acatenango	Chimaltenango
Municipalidad de San Vicente Pacaya	Parque Nacional volcán de Pacaya y laguna Calderas	Escuintla
Asociación Tiq'wal de la comunidad Aguas Calientes	Cuevas Aguas Calientes	Izabal
Comunidad Gran Plan Tatín	Cuevas del Tigre	
Asociación Aaqakar	Centro Turístico Reserva Natural Cañón Seacacar	
Asociación de Turismo Comunitario Cruce dos Aguadas	Maya Treck	Petén
Cooperativa de Comercialización Carmelita R.L	Carmelita-Mirador	
Asociación de sociedad Civil Laborantes del Bosque (Comisión de Turismo)	Bloque Melchor	
Propetén	Cuevas de Actún Kan	
Asociaciones de Lancheros de Flores Petén	Lago Petén Itzá	
Organización manejo y conservación OMYC, S.C	Uaxactun	
Asociación Sostenible para el Desarrollo Integral y Turístico de Loma Linda (ASODILL)	Centro Turístico Loma Linda, El Palmar	Quetzaltenango
Parque Arqueológico Takalik Abaj	Sitio Arqueológico Takalik Abaj	Retalhuleu
Municipalidad San Rafael Pie de la Cuesta	Parque Municipal de San Rafael	San Marcos
Municipalidad de San Marcos La Laguna	Parque Ecológico San Marcos La Laguna	Sololá
Asociación Parcialidad Indígena Chumazán del Parque Ecológico Comunitario Chajil Siwan	Parque Ecológico Comunitario Chajil Siwan	Totonicapán

Fuente: INGUAT, 2019

En 2018 se desarrollaron los manuales de buenas prácticas de turismo de aventura en Guatemala, para las actividades de ascenso de volcanes, parapente biplaza y buceo autónomo. En 2019, se está trabajando en los manuales para rappel y canopy con la colaboración de la Mesa Nacional de Turismo de Aventura integrada por miembros de: INGUAT, CAMTUR, ATAG, CONAP, RIOS Guatemala, Asociación de Canopy de Guatemala, además de la valiosa participación de turoperadores, instructores, pilotos y técnicos certificados.

El objetivo es facilitar una guía de recomendaciones generales para un desarrollo responsable y sostenible de cada actividad de aventura. En los manuales se hace hincapié en los elementos indispensables para minimizar los riesgos y porcentajes de accidentes. En ellos se toma como referencia normas y regulaciones establecidas por autoridades nacionales e internacionales para ofrecer calidad turística. Además, se contó con información facilitada por quienes participan en el desarrollo turístico y deportivo.

Los manuales están dirigidos a los prestadores de servicios y técnicos que ofrecen las actividades especializadas de turismo de aventura.

Algunos de los capítulos más relevantes:

- Listado de los sitios turísticos donde se practica cada modalidad de aventura
- Recomendaciones para la práctica responsable y sostenible
- Descripción del equipamiento individual y colectivo; además de su mantenimiento y homologaciones requeridas
- Recomendaciones para el prestador de servicios
- Recomendaciones para el turista en la contratación de los servicios
- Recomendaciones para los instructores, pilotos, etc.
- Recomendaciones de prevención y manejo de riesgos

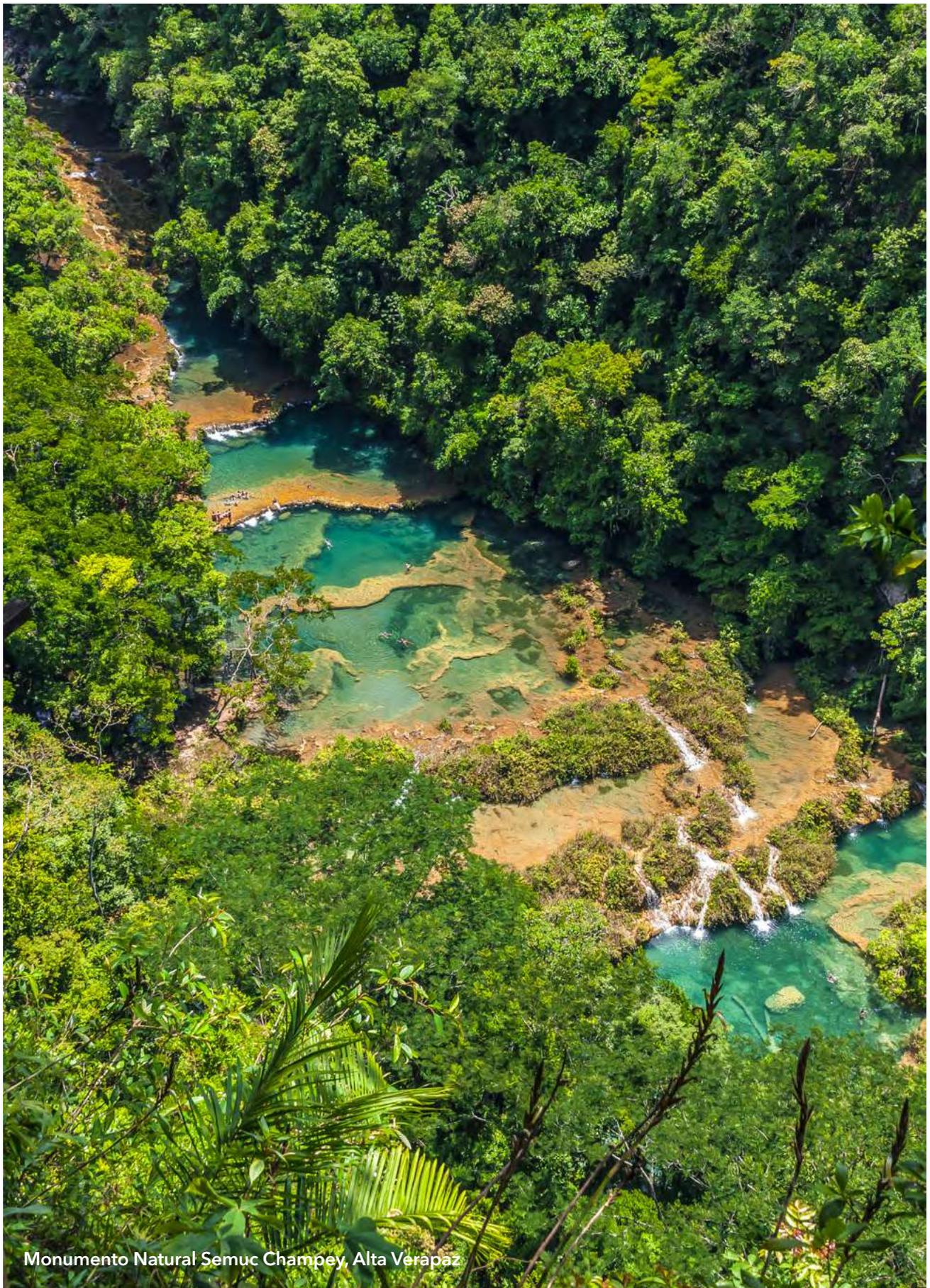
Tendencias

Tendencias internacionales del turismo de aventura

- En 2012, un 42% de viajeros reportaron haber realizado algún tipo de actividad relacionada con el turismo de aventura; comparado con un 29% en 2009 (Dudley 2014).
- Se estima que en 2013 el valor total del mercado del turismo de aventura fue de US\$ 263 billones a nivel mundial, representando un incremento en comparación a 2010, cuando fue de US\$ 89 billones.
- La mayoría de viajeros que realizan actividades de aventura, se concentran en tres regiones clave: Europa, Norte y Sur América. El gasto

promedio por viaje para los turistas de aventura se incrementó de US\$ 599 en 2009 a US\$ 947 en 2012, mostrando un aumento del 20%.

- La duración del tiempo promedio para los viajes de aventura es de 10 días, en diferentes regiones del destino visitado. Se sabe que los participantes en actividades aventura necesitan de vestimenta y equipo especializado y se estima que en 2012 los gastos relacionados alcanzaron los US\$ 82 billones.
- Un 57% de los participantes en actividades de aventura son hombres (43% solteros), la edad promedio es de 36 años y poseen ingresos anuales de US\$ 46,800. Los participantes en actividades de aventura son más propensos a contratar turoperadores y servicios profesionales especializados que los turistas tradicionales. Esto debido a que las actividades que realizan requieren de guías e instructores con una formación adecuada. De igual forma, tienden a utilizar más internet para la planificación de sus viajes, revisión de opiniones de amigos y familiares; y se convierten en generadores de contenido al publicar sus experiencias en redes sociales. El porcentaje de viajeros de aventura que utilizan *Facebook* es de un 78%, y este valor se ha casi duplicado desde 2010 (ATTA y GWU 2013).
- Más adrenalina: Las actividades que bombean adrenalina continúan creciendo con dos nuevas generaciones que están dispuestas a superar sus límites.
- El turismo de aventuras presenta cifras que al ser analizadas de forma independiente ofrecen un panorama totalmente distinto. Según la información de la Asociación Mundial de Turismo Aventura, (ATTA por sus siglas en inglés), en un informe generado en abril de 2018 denominado "2018 Adventure Travel Trends Snapshot", indica que las utilidades generadas por el turismo de aventura de 2016 a 2017 aumentaron un 21% en Centro América, y según informes anteriores de la misma organización desarrollado entre sus socios (Turismo Aventura) indican que más del 70% de sus miembros reportaron un crecimiento superior al 40% entre 2016 y 2017 (ATTA, 2018).
- La tasa anual compuesta de crecimiento (CAGR) desde 2012 muestra un aumento de un 21%, lo que da cuenta de la gran oportunidad que presenta el turismo de aventura para países de economías emergentes con recursos naturales y culturales únicos. De ahí entonces el desafío y propuesta a generar una curva ascendente que capture mercados internacionales asociados al turismo de aventura.



Monumento Natural Semuc Champey, Alta Verapaz

ANÁLISIS ESTADÍSTICO





Análisis estadístico

Este análisis incluye estadísticas del comportamiento del segmento de aventura y se analizan los principales datos de la encuesta del gasto. Asimismo, se agrupan las actividades dentro de los once segmentos priorizados en el PMTS y se determina el porcentaje de participación de cada mercado por segmento.

De acuerdo al Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, la captura de información es a través de la encuesta de gasto turístico receptor (visitante no residente), por medio del método de muestreo probabilístico estratificado según país de residencia. Al sumar la totalidad de segmentos, da más del 100% ya que un visitante puede realizar más de una actividad. Por ejemplo viene por una actividad de aventura, pero también visita La Antigua Guatemala (cultura) y hace compras (entretenimiento). Solo esta persona ya realizó tres actividades. En cuanto al gasto y estadía es del total del viaje (tal como lo establecen las Recomendaciones Internacionales de Estadísticas de Turismo -RIET- de la OMT), no se tiene el alcance para medir cada una de las actividades en tiempo y monetariamente. Para ello se necesitan hacer estudios específicos por segmento.

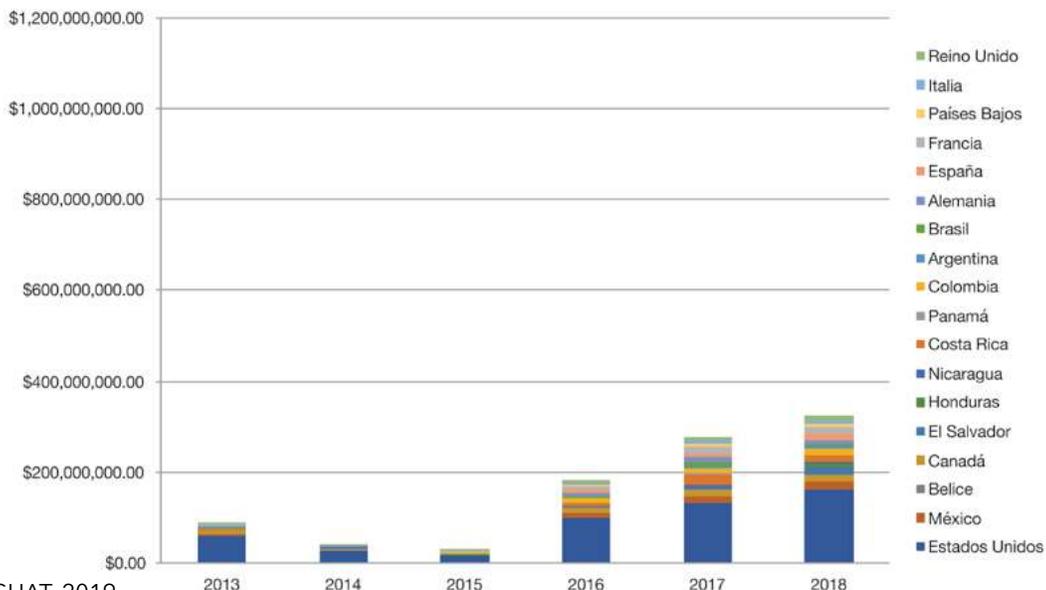
Por lo anterior, la siguiente información es una aproximación que permite tomar una idea del comportamiento del segmento. Adicional, es importante mencionar que se analizaran únicamente 18 países de 4 diferentes regiones como se describen a continuación:

- Norte América: Canadá, Estados Unidos y México.
- Centro América: Belice, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Panamá.
- Sur América: Argentina, Brasil y Colombia.
- Europa: Alemania, España, Francia, Italia, Países Bajos, y Reino Unido

Participación y crecimiento del segmento por mercado

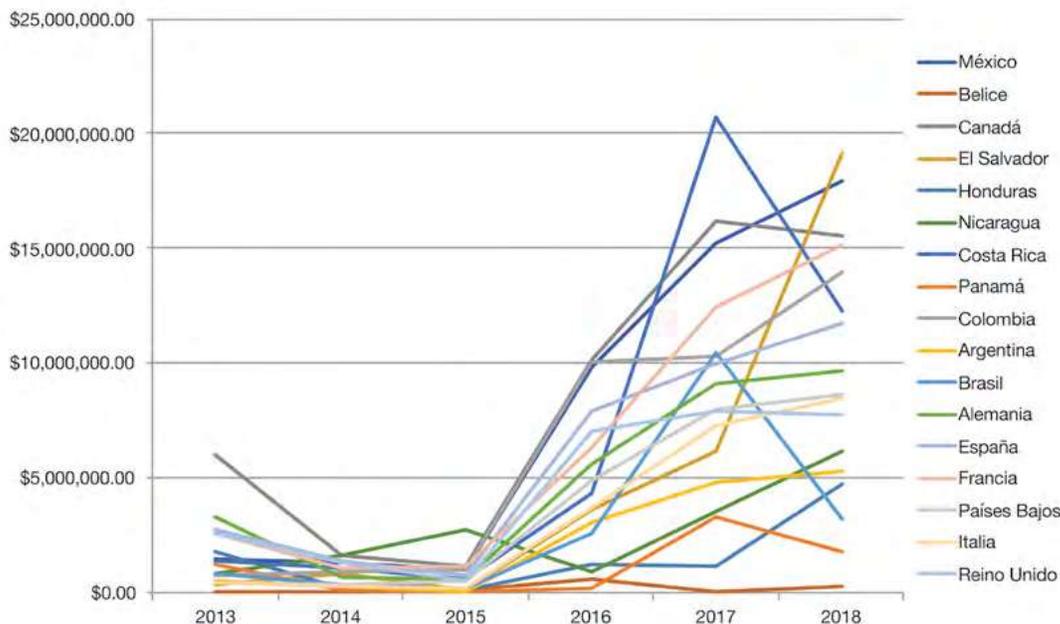
En las siguientes gráficas se analiza la participación representada en divisas estimadas de los visitantes que realizaron actividades del segmento en análisis (medida como la multiplicación del número de visitantes no residentes por el gasto promedio diario por la estadía promedio), comparado entre los mercados descritos anteriormente en los últimos seis años.

Gráfica 1
Divisas estimadas generadas por los visitantes no residentes que realizaron actividades del segmento por país de origen



Fuente: INGUAT, 2019

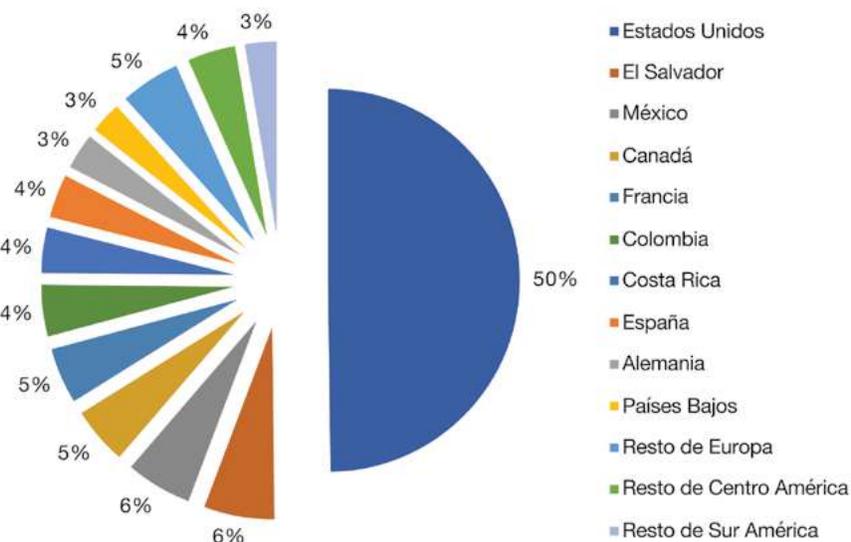
Gráfica 2
Divisas estimadas generadas por los visitantes no residentes que realizaron actividades del segmento por país de origen, sin incluir Estados Unidos



Fuente: INGUAT, 2019

En las gráficas anteriores, se puede notar el comportamiento del mercado en los últimos seis años del segmento de aventura. Se observa un crecimiento significativo durante el 2018 del 16% derivado del esfuerzo de fortalecer la cadena de comercialización y promoción internacional. Para el mismo año, Estados Unidos es el país más representativo del segmento (50%). Le sigue en su orden El Salvador (5.9%), México (5.6%), Canadá (4.8%), Francia (4.7%) y Colombia (4.3%). Brasil presenta una baja del 69% con respecto al 2017.

Gráfica 3
Participación en las divisas estimadas generadas por los visitantes no residentes que realizaron actividades del segmento de aventura en el 2018



Fuente: INGUAT, 2019

En la gráfica 3, se observa que Estados Unidos representa el 50% del gasto realizado por los visitantes que participan en alguna actividad del segmento, seguido por El Salvador (5.9%), México (5.6%), Canadá (4.8%), Francia (4.7%) y Colombia (4.3%). Estados Unidos, sin duda es el mercado más importante para el segmento tanto en número de visitantes que realizan alguna de las actividades categorizadas en el mismo (36%) como en las divisas generadas durante su estadía.

Gastos vrs estadía por región

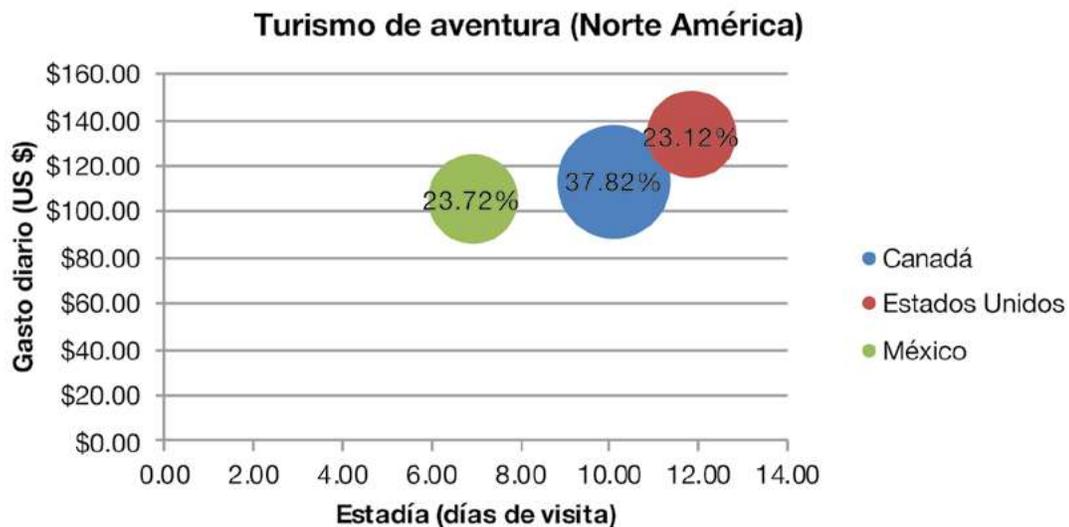
A continuación se presentan las tablas realizadas por el Departamento de Investigación y Análisis de Mercados de Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, referente al gasto promedio diario y a la estadía promedio de los visitantes de Norte América, Centro América, Sur América y Europa durante el 2018. El peso del segmento hace referencia al número de visitantes no residentes que realizaron alguna actividad del segmento en análisis.

Tabla 4
Estadía promedio y gasto promedio diario de Norte América

País	Estadía (días de visita)	Gasto promedio diario (US \$)	Peso del segmento
Canadá	10.10	\$113.26	37.82%
Estados Unidos	11.84	\$133.74	23.12%
México	6.90	\$105.20	23.72%

Fuente: INGUAT, 2019

Gráfica 4
Estadía y gasto diario por país de Norte América



Fuente: Encuesta del gasto turismo receptor 2018.

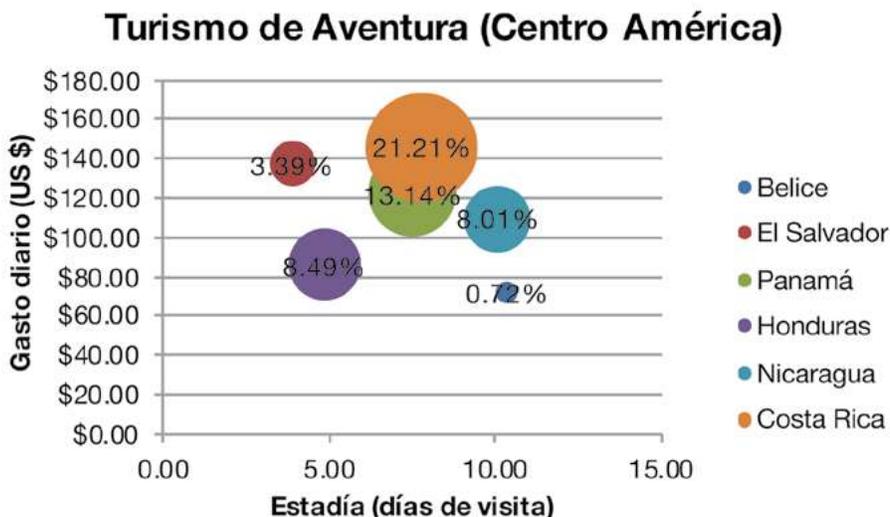
La gráfica 4, muestra el comportamiento de Norte América. Como se puede observar Estados Unidos es el país que posee la estadía promedio en Guatemala más alta con 11.84 días, así como el mayor gasto promedio diario de la región (US \$133.74); México es quien realiza el gasto promedio diario más bajo (US\$105.20) así como la estadía promedio más baja (6.90 días). Estados Unidos es el país clave de esta región.

Tabla 5
Estadía promedio y gasto promedio diario de Centro América

País	Estadía (días de visita)	Gasto promedio diario (US \$)	Peso del segmento
Belice	10.36	\$71.92	0.72%
El Salvador	3.88	\$137.37	3.39%
Honduras	4.85	\$86.17	8.49%
Nicaragua	10.08	\$109.33	8.01%
Costa Rica	7.79	\$145.81	21.21%
Panamá	7.51	\$122.47	13.14%

Fuente: INGUAT, 2019

Gráfica 5
Turismo de aventura en Centro América



Fuente: Encuesta del gasto turismo receptor 2018.

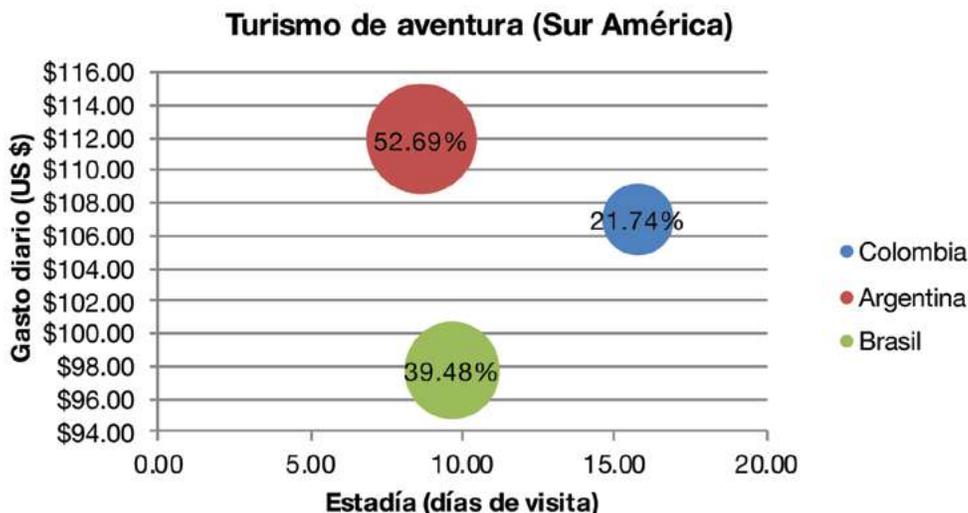
La gráfica 5 representa el comportamiento de Centro América, se observa que Costa Rica es el país que tiene mayor gasto promedio diario (US \$ \$145.81). Aunque Belice posee la estadía promedio más larga en el país (10.36 días), es quien menos visitantes no residentes aporta. El Salvador es el mercado principal de la región centroamericana que realizan actividades del segmento de aventura.

Tabla 6
Estadía promedio y gasto promedio diario de Sur América

País	Estadía (días de visita)	Gasto promedio diario (US \$)	Peso del segmento
Colombia	15.79	\$106.96	21.74%
Argentina	8.67	\$111.91	52.69%
Brasil	9.67	\$97.76	39.48%

Fuente: Encuesta del gasto turismo receptor 2018.

Gráfica 6
Turismo de aventura en Sur América



Fuente: Encuesta del gasto turismo receptor 2018.

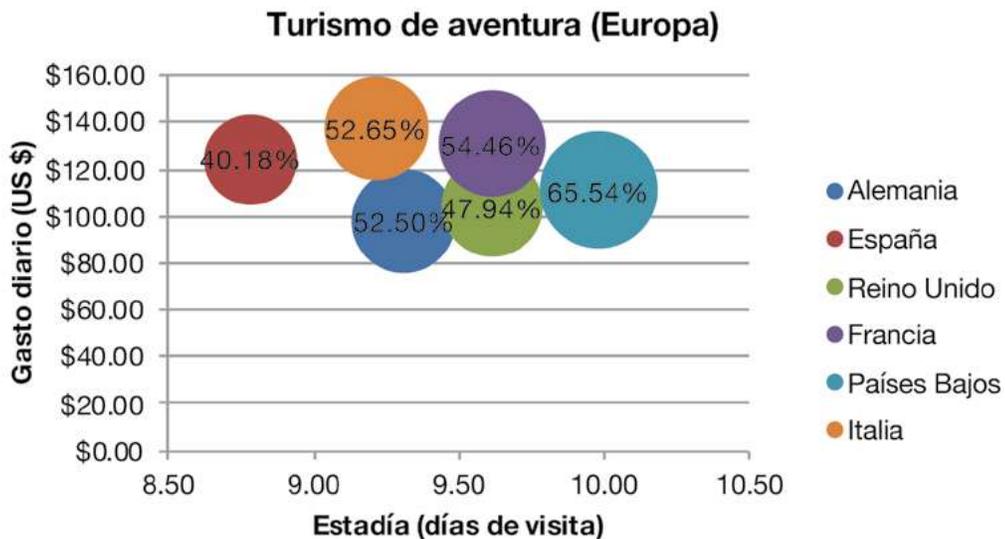
La gráfica 6 representa el comportamiento de Sur América en el segmento de aventura, donde se observa a Argentina como líder de gasto promedio diario (US \$ 111.91), sin embargo es el segundo país que más visitantes aporta para el segmento de la región (32%). Colombia por su parte posee el segundo gasto promedio diario más alto de la zona (US \$106.96), cuenta con la estadía promedio más alta (15.79 días) y es quien más visitantes contribuye del territorio suramericano que realizan actividades del segmento (48%).

Tabla 7
Estadía promedio y gasto promedio diario de Europa

País	Estadía (días de visita)	Gasto promedio diario (US \$)	Peso del segmento
Alemania	9.31	\$98.44	52.50%
España	8.78	\$124.21	40.18%
Francia	9.61	\$130.97	54.46%
Países Bajos	9.98	\$111.34	65.54%
Italia	9.21	\$137.04	52.65%
Reino Unido	9.61	\$104.24	47.94%

Fuente: Encuesta del gasto turismo receptor 2018.

Grafica 7
Turismo de aventura en Europa



Fuente: Encuesta del gasto turismo receptor 2018.

En la gráfica 7 se muestra el comportamiento de Europa, Países Bajos es el país que posee mayor estadía promedio en el Guatemala (9.98 días), mientras que Italia es el que mayor gasto promedio diario realiza (US \$137.04). Es importante resaltar que Francia es el país que más visitantes no residentes aporta para el segmento en análisis.

Visitantes no residentes de los principales países relevantes para aventura

La tabla siguiente muestra que Estados Unidos es el país que más visitantes no residentes atrae a Guatemala para realizar alguna actividad del segmento de aventura, seguido por El Salvador, México, Canadá y Francia.

Tabla 8
Análisis comparativo por país año 2018

País	Visitantes 2018
Estados Unidos	101,528
El Salvador	35,975
México	24,712
Canadá	13,626
Francia	12,039
Honduras	11,321
Costa Rica	10,792
España	10,786
Alemania	10,592
Colombia	8,261
Países Bajos	7,769
Reino Unido	7,723
Italia	6,748
Nicaragua	5,633
Argentina	5,476
Brasil	3,412
Panamá	1,940
Belice	422

Fuente: INGUAT, 2019

Análisis de mercados

Tabla 9
Resumen de los principales mercados de aventura

País	Estadía (días de visita)	Gasto promedio diario (US \$)	Participación del mercado	Peso del segmento
Estados Unidos	11.84	\$ 133.74	36.4%	23.12%
El Salvador	3.88	\$137.37	12.9%	3.39%
México	6.90	\$105.20	8.9%	23.72%
Canadá	10.10	\$ 113.26	4.9%	37.82%
Francia	9.61	\$ 130.97	4.3%	54.46%
Honduras	4.85	\$86.17	4.1%	8.49%
Costa Rica	7.79	\$145.81	3.9%	21.21%
España	8.78	\$ 124.21	3.9%	40.18%
Alemania	9.31	\$ 98.44	3.8%	52.50%
Colombia	15.79	\$ 106.96	3.0%	21.84%
Países Bajos	9.98	\$ 111.44	2.8%	65.54%
Reino Unido	9.61	\$ 104.24	2.8%	47.94%
Italia	9.21	\$ 137.04	2.4%	52.65%

Fuente: INGUAT, 2019

Estados Unidos es el mercado con mayor número de visitantes que realizan actividades del segmento y posee la segunda estadía más alta de los países en análisis y el cuarto puesto en gasto promedio diario más alto. Por su parte, Costa Rica es el país con mayor gasto promedio diario y séptimo en número de visitantes que aporta para el segmento. Colombia cuenta con la estadía promedio más alta en Guatemala (15.79 días). Se puede concluir que Estados Unidos es sin duda el principal mercado del segmento.

A person is rappelling down a rock face into a river. The person is wearing a white helmet, a blue jacket, and a yellow harness. They are holding a rope and are positioned on the left side of the frame. The background is a large, dark, textured rock face. The river is visible at the bottom of the frame, with water splashing. The overall scene is outdoors and appears to be a recreational activity.

DIAGNÓSTICO

Diagnóstico

A continuación se incluye el diagnóstico del segmento de aventura, el cual ha servido de base para el análisis de la industria y determinar así los retos que la misma tiene para su desarrollo y promoción.

Ciclo de vida del segmento de aventura

En la gráfica siguiente, se muestra que el segmento de Aventura se encuentra en la etapa de crecimiento en el ciclo de vida de los segmentos/producto que el país desarrolla. Esto quiere decir, que requiere de fuerte inversión en promoción para lograr competir con los países de la región, así como mejorar la oferta, pues a pesar de tener algunos años de desarrollo, no se han planteado innovaciones y fortalecimiento de producto.

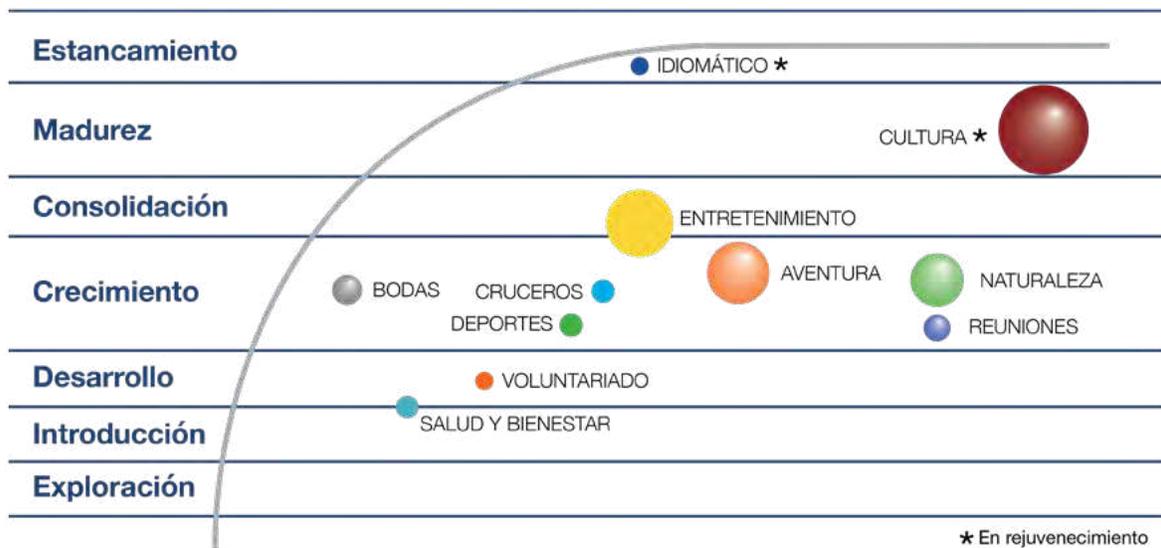
De acuerdo a esta etapa, se analiza que la oferta se está desarrollando. Se han hecho esfuerzos en fortalecerla con capacitaciones de rescate

y primeros auxilios, se ha dotado de equipo especializado para las actividades de aventura a comunidades rurales. Se ha trabajado en conjunto con administradores, municipalidades, oenegés y comunitarios que prestan servicios de guiaje, elaboración de manuales de buenas prácticas en las ramas de parapente, ascenso de volcanes, buceo autónomo, canopy y rappel.

Los costos por cliente están en un rango medio, las utilidades van en aumento, se encuentra oferta innovadora con responsabilidad de presentar al cliente sus servicios con mayor calidad y seguridad. Hasta este último año están iniciando a crecer los proveedores. Sin embargo, aún requiere de muchas actividades de desarrollo en temas de seguridad, planificación y organización del sector privado.

De igual forma, internacionalmente hay mayor oferta turística de los países cercanos a Guatemala que brindan nuevas experiencias en este segmento.

Grafica 8
Ciclo de vida de segmentos



Nota: La posición en el eje horizontal representa los años que lleva el producto/segmento dentro del portafolio de la industria turística del país, mientras que en el eje horizontal se representa el crecimiento interanual acumulado desde su etapa de exploración. Finalmente, el tamaño del círculo representa la contribución total con relación al gasto, expresado por la multiplicación del total de visitantes no residentes y el gasto promedio diario en actividades en el segmento.

◆ Análisis de la competencia

Los principales actores competitivos para Guatemala en el segmento de aventura son México, Costa Rica y Belice, que cuentan con una amplia oferta de actividades turísticas destinadas a la aventura. Como destinos de distancia media se encuentran Colombia, Perú y Chile; y Tailandia, India, Kenia y Nigeria en distancia larga sobre todo en actividades como trekking, rafting, biking y canopy.

Tabla 10
Análisis de competencia en actividades

Segmento	Actividad	Cercanos a Guatemala							Media distancia				Lejanos a Guatemala							
		El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Belice	México	Colombia	Perú	Ecuador	Chile	Egipto	Turquía	Indonesia	Tailandia	India	Kenia	Nigeria	Nepal
Aventura	Caving		3			3	3	3	3	3	3		3	3	3					
	Rafting		3	3	3	3		3	3	3	3				3	3	3	3	3	3
	Bicicleta de montaña		3	3	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3	3	3	3
	Rappel	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3	3	3	3
	Canopy	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3				3			3	3	
	Trekking		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	Montañismo		2	3	3	2	3	3	3	3	3	3		3			3	3	3	3

1 grado de competencia bajo, 2 grado de competencia media y 3 competencia alto

Fuente: PMTS, con actualización de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura

En la siguiente tabla se muestra la competencia directa que tiene Guatemala en el turismo de aventura.

Competencia directa:

Tabla 11
Análisis de competencia

País competencia	Productos estrella
México	<p>México es uno de los 5 países con mayor biodiversidad en el mundo. Con más de 200 000 especies, es hogar del 10-12% de la biodiversidad mundial (CONEVYT). Se coloca en primer lugar en biodiversidad por sus reptiles con 707 especies conocidas; segundo, por sus mamíferos, con 438 especies; cuarto, por sus anfibios, con 290 especies; y cuarto, por su flora, con 26 000 diferentes especies. Es considerado el segundo país en el mundo por sus ecosistemas y cuarto por sus especies en general.</p> <p>Aproximadamente el 5% de su territorio y 2 500 especies están legalmente protegidas. Tiene 4 sitios naturales declarados Patrimonio de la Humanidad.</p> <p>Tiene una importante oportunidad para desarrollar e implementar estrategias de adaptación que apoyen sus esfuerzos de conservación de sus recursos naturales, tales como la exploración para el desarrollo de un mercado del turismo de aventura y naturaleza.</p>

País competencia	Productos estrella
	<p>La ley establece la coordinación entre Secretaría de Turismo -SECTUR- y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales -SEMARNAT- en la "... instrumentación de los programas y medidas para la preservación de los recursos naturales, prevención de la contaminación, para la ordenación y limpieza de las playas, para promover el turismo de naturaleza y el de bajo impacto, así como para el mejoramiento ambiental de las actividades e instalaciones turísticas."</p> <p>En sus estrategias tiene definido el turismo de naturaleza en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades: ecoturismo, aventura y rural. El desarrollo del turismo de naturaleza es el objetivo de instrumentos de planeación y política del gobierno, caracterizado por la participación y concurrencia de diferentes dependencias.</p> <p>Dentro de sus líneas de acción de promoción y comercialización integrada, está la creación de canales de comercialización para acceso a mercados de la oferta de turismo de naturaleza y circuitos y rutas temáticas, así como asistencia técnica para la comercialización de los destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias en nichos de naturaleza. Se consideran también, instrumentos, programas de mercadotecnia y promoción, así como clubes de producto de naturaleza.</p>
<p>Costa Rica</p>	<p>El territorio está dividido en 28 parques naturales, 8 reservas biológicas, 71 refugios de vida silvestre, 31 zonas protectoras, así como otra serie de áreas protegidas que cautivan a los amantes de las actividades ecoturísticas. La oferta de excursiones y paseos es muy variada, desde paseos a caballo hasta caminatas por senderos montañosos y salidas guiadas para la observación de aves.</p> <p>El Parque Nacional Tortuguero es famoso por el desove de tortugas marinas y por poseer canales naturales que albergan especies amenazadas como el manatí, la nutria y el cocodrilo.</p> <p>La principal ventaja comparativa de Costa Rica es su sistema de parques nacionales y áreas protegidas, que cubren alrededor de un 25% del territorio nacional, la mayor del planeta en porcentaje, ese tesoro natural está protegido por el Sistema Nacional de Áreas de Conservación, y alberga una rica variedad de flora y fauna, que se estima contiene un 5% de la biodiversidad del mundo, en menos del 0.1% de la masa terrestre del planeta.</p> <p>Costa Rica cuenta con siete maravillas naturales elegidas en 2007 por los costarricenses, a través de un concurso abierto organizado por un periódico nacional, estos sitios naturales están entre los favoritos tanto de los turistas locales como extranjeros, que son: volcán Arenal, Cerro Chirripó, Río Celeste, Canales de Tortuguero, volcán Poás, Reserva Monteverde y la isla de Coco, la cual es menos visitada debido a su difícil acceso, ya que se localiza aproximadamente a 550 km de la costa Pacífica de Costa Rica.</p>
<p>Belice</p>	<p>El producto turístico de Belice depende en gran medida del patrimonio natural y cultural del país. Además de muchos sitios arqueológicos, Belice posee una red de zonas terrestres y marinas protegidas que ofrecen oportunidades para el buceo, la observación de aves y de la fauna y flora silvestres, el senderismo y otras actividades recreativas. Gracias a la facilidad de acceso a reservas de bosques tropicales y arrecifes coralinos, que figuran en segundo lugar entre las más importantes del mundo, Belice tiene varias ventajas competitivas en el sector en relación con los países de Centroamérica y el Caribe.</p>

País competencia	Productos estrella
	<p>Su Sistema de Reservas de la Barrera del Arrecife es una serie de arrecifes de coral que se ubican a una distancia variable de la costa beliceña, unos 300 metros de la costa en el norte y a unos 40 kilómetros en el sur. Tiene una longitud aproximada de 300 kilómetros y forma parte del Sistema Arrecifal Mesoamericano, el segundo más grande en el mundo después de la Gran Barrera de Coral de Australia. Es el destino turístico más importante de Belice, atrayendo a la mitad de sus 260 000 visitantes. Asimismo, es vital para su industria pesquera.</p> <p>En Belice se puede observar cientos de diferentes especies de aves, ha registrado más de 540 especies de aves dentro de sus fronteras; es posible ver más de 100 especies en tan solo unos días. Debido a la escasa población de Belice y la falta de industria, la mayor parte de este país se ha mantenido prácticamente inalterada. Alrededor del 60% del país continúa forestado, por lo tanto es el hábitat perfecto para aves y vida silvestre.</p> <p>En varias islas se encuentran reservas para aves, tales como el ave Gato Negó, en Cayo Caulker y un santuario de aves sobre el Hombre-de-guerra del Cayo, donde se encuentran los pelícanos, fragatas y aves Bobbies Marrón.</p>

Fuente: INGUAT, 2014

◆ Análisis por temporada y por estación

Estacionalidad

Se observa que en el transcurso del año es afectada la visitación por el clima, este favorece o afecta a la actividad de aventura turística:

- Mayo a septiembre, los ríos están con un caudal ideal para rafting (evaluar rápidos)
- Entre octubre y febrero ideal para ascenso de volcanes por los cielos despejados
- Temporada seca de octubre a mayo ideal para *trekking*
- Parapente, se tiene la influencia de vientos moderados con térmicas, en los meses de lluvia solo se vuela por la mañana.
- El *Mountain Bike* en temporada de lluvia los senderos se vuelven muy lodosos eso complica la práctica de dicha actividad así también en marzo y abril los senderos son muy secos por lo que el polvo es un factor incómodo para el que practica la actividad.

Sumado a esto la estacionalidad es afectada por la disponibilidad del visitante, según periodos de vacaciones de los países emisores.

Tabla 12
Estacionalidad del segmento

Actividad/mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Rafting												
Ascenso de volcanes												
Trekking												
Parapente biplaza												
Caving												
Bicicleta de montaña												
Buceo autónomo												
Canopy												

Fuente: Inguat 2019, Mesa nacional de aventura



Tabla 13
FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Observación de volcanes activos en cualquier temporada • Acceso terrestre a cualquiera de los destinos (aunque algunos en mal estado) • Variedad de atractivos naturales • Alianzas público-privadas • Cultura viva • Creciente personal con interés de formarse en actividades de aventura • Aguas termales (recursos naturales) • Autenticidad de experiencia • Biodiversidad • Dos costas • Buena actitud de los proveedores al servicio de los visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa infraestructura servicios y señalización • Percepción de inseguridad del país • El seguro de viajero no es obligatorio para actividades de aventura • No estar posicionados en los mercados prioritarios • No se cuenta con personal capacitado y guías especializados • Ausencia de seguridad para el turista • Falta normativa de aventura • No existe empaquetamiento de la oferta. No se cuenta con una oferta exportable • Falta de comunicación de Cocodes con municipalidades para desarrollo de actividades • Pocos de Planes de uso público en áreas protegidas • Pocos planes de uso público en áreas protegidas • No se cuenta con listado de proveedores de servicios de aventura • No se cuenta con normativos de concesiones de CONAP • Falta de estadísticas de las visitas de turistas • Deficiente conectividad entre comunidades, se pierden los destinos, cierran pasos de servidumbre y carreteras • Diversidad hay muchas sub actividades en el segmento y eso hace que sea complicada la coordinación • Demanda de turismo nacional débil (turismo interno no tiene conciencia entre valor y calidad) • Débil control hacia turoperadores por parte del INGUAT (competencia desleal)
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado emergente • Conectividad con mercados prioritarios • Fácil acceso a las redes sociales (visibilizar a Guatemala en el mundo) • Las tendencias en las generaciones milenial y centenal buscan expandir sus horizontes y compartir con otras culturas y destinos emergentes • Extranjeros de tercera edad activos • Vida saludable y contacto con la naturaleza • Conexión multidesestino para vernos como una región • Articulación con otros segmentos complementarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación sociopolítica afecta imagen • Cambios de patrones de comportamiento del segmento (demanda) • Cambio climático • Desastres naturales • Situación económica mundial y regional • Advertencias de viajes • No se puede invertir en áreas privadas o que no tiene certeza jurídica comunitaria

Fuente: INGUAT 2019, 1er taller del segmento de aventura



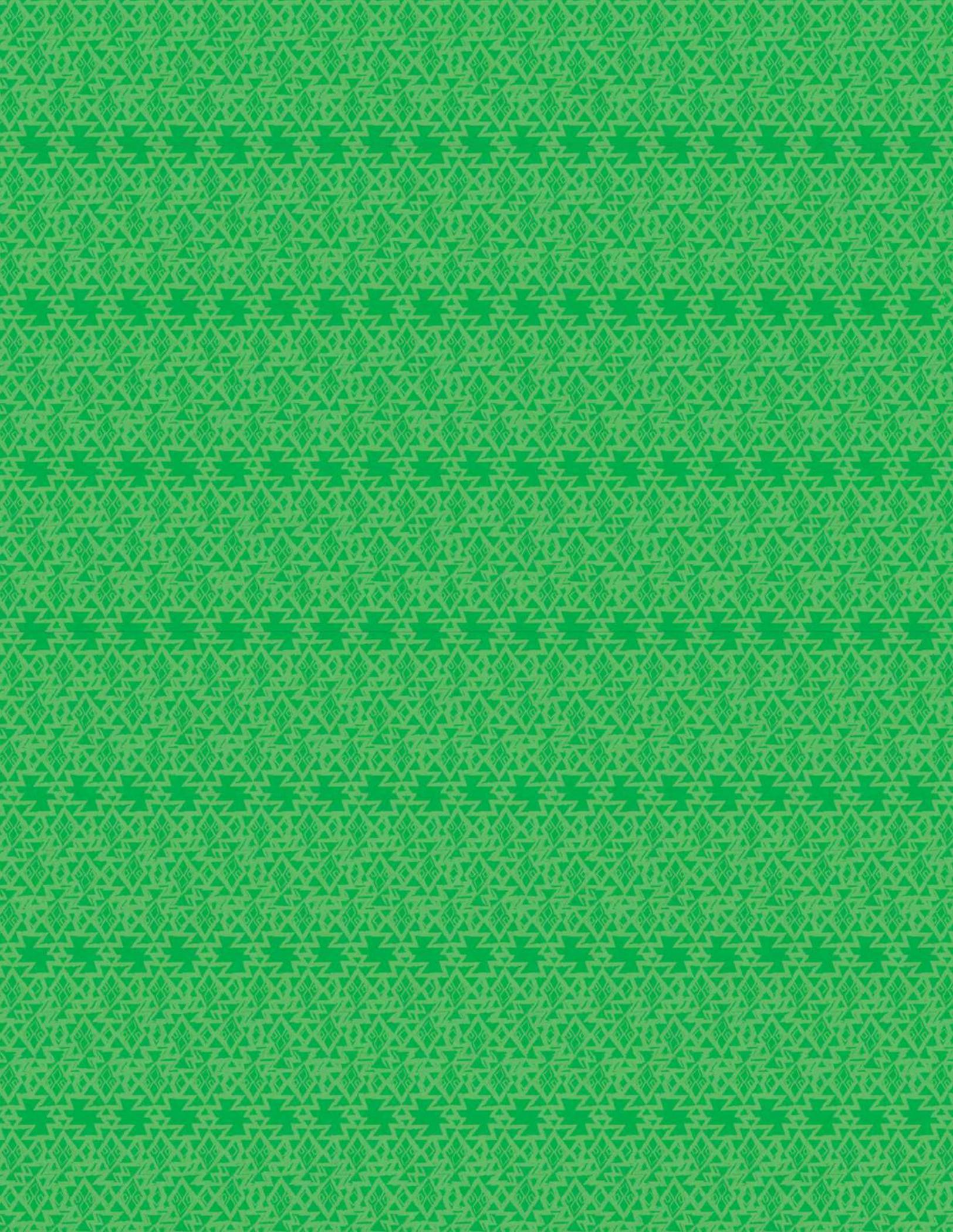
Parque Arqueológico Iximché, Chimaltenango





ANÁLISIS ESTRATÉGICO





Análisis estratégico

Retos

De acuerdo al PMTS 2015-2025 (INGUAT, 2015), los retos que presenta el segmento de aventura que además coinciden con los resultados del análisis son:

1. Contar con estadísticas de visitantes propias del segmento y un estudio especializado, data completa del visitante.
2. Tener base de datos de la oferta existente en Guatemala actualizada, por departamento y actividad de aventura (Mesas departamentales de turismo)
3. Contar con una oferta regulada y registrada
4. Contar con una oferta profesionalizada, guías especializados.
5. Empaquetamientos de productos complementarios
6. Contar con planes de mitigación y de contingencia con guías por incidentes o accidentes.
7. Desarrollar productos turísticos basados en la geomorfología del país.
8. Capacitar a los prestadores de servicios para ofertar productos turísticos relacionados con los recursos geomorfológicos y de aventura.
9. Registrar y capacitar a guías especializados en actividades de aventura (biking, rappel, caving, montañismo, rafting, entre otros).
10. Sensibilizar a la población guatemalteca sobre la pérdida del recurso turístico a través de la destrucción y fragmentación de hábitat, contaminación y destrucción por erosión, así como su recuperación.
11. Sensibilizar a la población guatemalteca sobre el impacto negativo en el entorno derivado de la contaminación ambiental por las diferentes actividades humanas, así como su recuperación.
12. Incrementar el nivel de posicionamiento nacional e internacional de Guatemala como destino de turismo de aventura.
13. Desarrollar infraestructura en general y facilidades turísticas en sitios clave de actividades de turismo de aventura.
14. Gestión de turismo bajo criterios de sostenibilidad para destinos y empresas turísticas. Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
15. Elevar los índices de competitividad en los atractivos turísticos naturales jerarquizados 3, 4 y 5, y mejorar la metodología de jerarquización de atractivos turísticos naturales, en el ordenamiento y planificación territorial.
16. Mejorar la atención en los servicios para el turista en los principales destinos y aumentar los niveles de conocimiento del idioma inglés de los guías especializados y guías de las comunidades.
17. Fortalecer la formación y sensibilización turística de acuerdo a las necesidades de desarrollo del sector en los destinos más conocidos del país, así como en los potenciales.
18. Fortalecer las capacidades de gestión en las comunidades anfitrionas y administradores de áreas protegidas, por medio de creación de mecanismo de articulación con otros sectores y actores.
19. Facilitar el desarrollo económico y acciones para mejorar los índices de desarrollo social en las comunidades anfitrionas, por medio de mecanismo de articulación con otros sectores y actores.
20. Relación con otros segmentos como voluntariado, bienestar, cultura y naturaleza, para aumentar las actividades de aventura

Ventajas competitivas y comparativas

Tabla 14
Ventajas competitivas y comparativas

Ventajas competitivas	Ventajas comparativas
<p>Aspectos geomorfológicos: diversidad de montañas, volcanes, cavernas, fuentes de agua y bióticos: flora y fauna del país.</p> <p>La diversidad ecológica del país tiene variaciones altitudinales que van desde el nivel del mar hasta los 4,000 msnm</p> <p>La biodiversidad natural del país se basa en 7 biomas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selva tropical húmeda • Selva tropical lluviosa • Selva de montaña • Bosque de montaña • Chaparral espinoso • Selva subtropical húmeda • Sabana tropical húmeda <p>La variedad de fuentes de agua, entre ríos, lagos, lagunas y 2 costas (arena negra y arena blanca)</p> <p>La existencia de cuevas en el país.</p> <p>La biodiversidad cultural del país, con las culturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xinca • Maya • Garífuna • Mestiza <p>Atractivos arqueológicos en áreas remotas.</p>	<p>Precios competitivos.</p> <p>Servicios turísticos brindados con gestión comunitaria.</p> <p>Fusión con segmento de cultura y naturaleza.</p> <p>Clima agradable durante la mayor parte del año,</p>

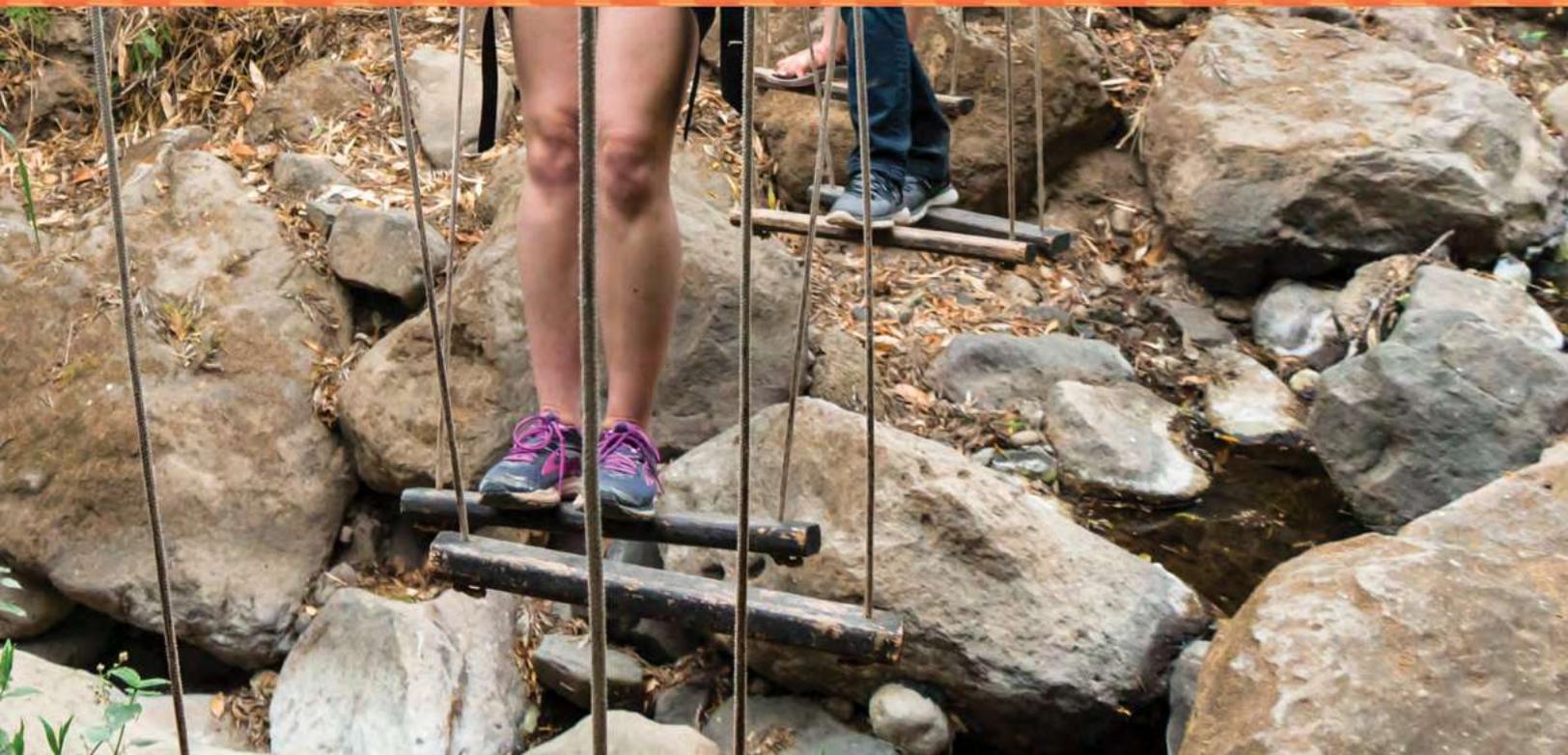
Fuente: INGUAT, 2019



Festival de Barriletes Gigantes de Sumpango, Chimaltenango



ESTRATÉGIAS DEL SEGMENTO



Estrategias del segmento aventura

◆ Mercado objetivo

Descripción de mercados prioritarios

En el Eje 6 Mercadeo del PMTS, se analizaron los mercados clave, estratégicos y de oportunidad, para la determinación de mercados prioritarios. Se consideró la demanda actual y potencial de los mercados meta y se dividió en tres grupos: mercados clave, son lo que actualmente representan la mayor parte del mercado de aventura que están consolidados como fuente de turismo del país, incluidos dentro de la cadena de comercialización del producto Guatemala y existe conectividad principalmente área. Los estratégicos que por su cercanía y volúmenes potenciales, resultan importantes para impulsar la promoción y los de oportunidad que se vislumbran con posibilidades de desarrollo, pero en los que deben impulsar estrategias complementarias para hacer más viable su crecimiento, son insipientes en cuanto a conectividad y existen aún barreras con las facilidades de prestación de servicios, visas, idiomas entre otros.

En la tabla siguiente se muestran los mercados clave, estratégicos y de oportunidad para los visitantes de aventura.

Tabla 15
 Mercados prioritarios

Mercado Clave	Mercado Estratégico	Mercado de Oportunidad
Estados Unidos Canadá Italia Países Bajos España	Reino Unido Francia Alemania	Argentina Brasil Colombia

Fuente: 2do taller de segmento de aventura 2019

De acuerdo con el análisis realizado en los talleres, se determinó los mercados clave y estratégicos para el segmento de Aventura y se tomó en cuenta los datos estadísticos, experiencia del sector privado, asimismo, se plantea la concentración de esfuerzos en los mercados que aparecen en la siguiente tabla, que detalla las ciudades prioritarias, el objetivo a alcanzar y la estrategia de abordaje. Cabe mencionar que se debe considerar las variables psicográficas, demográficas y socio económicas para implementar las acciones para la estrategia de cada país y ciudad en particular.

Tabla 16
Estrategia según países

País	Ciudades	Objetivo	Estrategia
Estados Unidos (mercado clave)	Colorado, Las Carolinas	Atraer un turismo responsable y con una mayor capacidad de gasto y mayor número de visitante	Desarrollo de producto: empaquetamientos de circuitos, rutas o producto a comercializar
Canadá (mercado clave)	Vancouver		
Italia (mercado clave)	Milán		
Países Bajos (mercado clave)	Amsterdam		
España (mercado clave)	Barcelona, Madrid		

Fuente: 2do taller de segmento de aventura 2019

De acuerdo con el análisis realizado en los talleres se determinó los mercados clave y estratégicos para aventura, tomando en cuenta los datos estadísticos, experiencia del sector privado se plantea la concentración de esfuerzos en los mercados que aparecen en la siguiente tabla, en la cual también se detalla las ciudades prioritarias, el objetivo a alcanzar y la estrategia de abordaje. Cabe mencionar que se debe considerar las variables psicográficas, demográficas y socio económicas para implementar las acciones para la estrategia de cada país y ciudad en particular.

Características psicográficas

- La utilización de medios tradicionales como revistas especializadas y periódicos, es de 6.2 horas al día.
- Sus principales motivaciones de viaje son:
 - Explorar lugares nuevos
 - Relajación
 - Experimentar actividades nuevas
 - Descubrir culturas por medio de actividades de aventura
 - Buscan más que adrenalina, están enfocados en experiencias de viaje auténticas y personalizadas
 - La combinación entre el turismo de aventura, la naturaleza y la cultura sumada al apoyo para mitigar los Objetivos de Desarrollo Sostenibles -ODS-, hace que el turista se sienta responsable de sus actividades de aventura.
 - Con relación a la organización del viaje, los visitantes compran sus paquetes a través de las agencias y los tours son operados localmente por empresas guatemaltecas, muchos de los visitantes realizan actividades de aventura como complementarias al objetivo primordial de su viaje: cultura y/o naturaleza.

Descripción de los grupos objetivos

A continuación se describe el perfil de la persona que visita el país para realizar actividades de aventura según el PMTS:

Características demográficas

- Personas entre 20 a 40 años
- Procedencia de Europa, Norteamérica y Sudamérica
- Se dividen en aventureros novatos, intermedios y moderados.
- 57% de los participantes en la actividad de aventura son hombres y 43% mujeres
- Del universo de personas visitantes de actividades de aventura el 43% son solteras
- La edad promedio es de 36 años

Características socioeconómicas

- Nivel de ingresos: USD\$46,800 en promedio
- Gasto promedio anual en equipo
 - Novatos USD\$418.00
 - Intermedios USD\$393.00
 - Extremos USD\$638.00
- Gasto promedio
 - Por viaje USD\$600.00

Visión

“Para el año 2025 Guatemala está posicionada como un destino de aventura auténtico, comprometido con la sostenibilidad, que ofrece experiencias con cultura viva en un entorno megadiverso”

Indicadores
Variación porcentual anual por la participación de visitantes extranjeros en actividades de aventura
Cambio de posición de Guatemala en el share of mind, como destino de aventura, naturaleza y cultura en América, en comparación con los países de referencia.



Lago de Atitlán, Solola





Volcán de Acatenango, Chimaltenango





ÁMBITO INSTITUCIONAL



Ámbito institucional

◆ Descripción del ámbito institucional y actores que intervienen

Actualmente el segmento de Aventura cuenta con una mesa de trabajo, la cual busca desarrollar en conjunto, acciones estratégicas para este segmento. Adicionalmente, el INGUAT realiza reuniones periódicas con organizaciones internacionales y nacionales con el objetivo de posicionar a Guatemala como destino de aventura sostenible.

Entre los actores de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura se encuentra la Asociación de Turismo de Aventura de Guatemala -ATAG-, una asociación civil, no gubernamental y sin fines de lucro que promueve las buenas prácticas en actividades turísticas, buscando de esta manera ofrecer un respaldo a todos los turistas en el territorio nacional con el cumplimiento de estándares de seguridad y servicio por parte de todos los asociados y a su vez la sostenibilidad del turismo guatemalteco, promoviéndolo de acuerdo al marco jurídico legal del país y en función de los intereses de los empresarios de turismo de Guatemala, en especial de aquellos dedicados al turismo de aventura en sus múltiples disciplinas.

Además, promueve la superación de pequeños, medianos y grandes empresarios del turismo de aventura en el país a través de una currícula formativa de múltiple alcance.

Otras instancias que participan en el segmento:

- CAMTUR: Promueve la asociatividad y gestión empresarial de sus miembros impulsando el desarrollo turístico nacional y regional, en el marco de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala
- CONAP: Es el órgano máximo de dirección y coordinación del Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas (SIGAP).
- Municipalidades: Apoyo en gestión y/o coadministración de logística para el desarrollo del destino.
- Universidades nacionales: Acompañamiento como parte de la academia.
- Oenegés: Apoyan en el desarrollo de los atractivos turísticos de aventura.

Tabla 17
Actores involucrados en el segmento aventura

Gestores	Coejecutores	Facilitadores	Aliados
INGUAT	Turoperadores	CONAP	ONGs
ATAG	Guías	Universidades nacionales	Municipalidades
Asociaciones	Comunidades	CECON	
CAMTUR	Municipalidades	Municipalidades	
	Áreas Protegidas privadas		
	Parques nacionales		

Fuente: INGUAT, 2019

◆ Estrategias, indicadores y acciones

A continuación se presentan las estrategias por componente. En paréntesis se hace referencia al número de eje del PMTS al que está alineado dicho objetivo y que en algunos casos es el mismo de dicho instrumento o con algunas adaptaciones.

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

Objetivo 1: promover entre los actores involucrados la necesidad de coordinar la implementación y monitoreo del desarrollo de la estrategia del segmento

Objetivo 2: medir los avances de la estrategia del segmento mediante información estadística oportuna para la toma de decisiones

Objetivo 3: implementar alianzas público privado, nacional e internacionales para el desarrollo de la estrategia del segmento

Indicadores y objetivos del componente de fortalecimiento de la coordinación del sector turístico a nivel nacional e internacional

Indicadores
Número de actores que participan en el desarrollo de la estrategia por año
Porcentaje de participación en las reuniones de la mesa nacional de turismo de aventura por año
Número de informes y estudios específicos del segmento generados por año
Número de convenios y compromisos con instancias nacionales e internacionales para el desarrollo de la estrategia, por año

Fuente: INGUAT, 2019

Tabla 18
Estrategia de Componente de fortalecimiento de la coordinación del sector turístico a nivel nacional e internacional

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
1.1 Actualizar el mapeo de actores que tienen incidencia en el segmento	<ol style="list-style-type: none"> Elaborar la herramienta para actualizar el inventario actores de los destinos, actividades y atractivos del segmento Implementación de la herramienta Análisis y socialización de resultados 	Integrantes de la mesa cuentan con un mapeo actualizado de actores del segmento	1	<ul style="list-style-type: none"> INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Unidad de Innovación y Desarrollo del Producto; Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura CAMTUR CONAP Municipalidades INAB ONGs Asociaciones comunitarias Cooperativas comunitarias Áreas protegidas privadas Turoperadores Guías Atractivos privados MCD CONRED

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
				<ul style="list-style-type: none"> • DISETUR • MARN
1.2 Establecer mecanismos de participación formal dentro de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar necesidades de participación de cada uno de los actores externos dentro de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura • Establecer compromisos formales de participación de los integrantes de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura • Seguimiento de los compromisos adquiridos en marco de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura con actores externos 	Integrantes de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura y otros actores clave comprometidos en el desarrollo de la estrategia	1	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y desarrollo de productos turísticos; Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura • CAMTUR • CONAP • Municipalidades • INAB • ONGs • Asociaciones comunitarias • Cooperativas comunitarias • Áreas protegidas privadas • Turoperadores • Guías • Atractivos privados • MCD • CONRED • DISETUR • MARN
1.3 Establecer contacto con actores relevantes para el desarrollo de la estrategia	<ul style="list-style-type: none"> • Priorización de destinos de aventura • Comunicación con actores • Presentación de la estrategia y proyectos locales • Establecer el canal de comunicación 	Actores locales conocen la estrategia	1	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y desarrollo de productos turísticos; Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura • CAMTUR • CONAP • Municipalidades • INAB • ONGs • Asociaciones comunitarias • Cooperativas comunitarias • Áreas protegidas privadas • Turoperadores • Guías • Atractivos privados • MCD • CONRED • DISETUR • MARN
2.1 Fortalecer el sistema de información estadística del segmento	<ul style="list-style-type: none"> • Definir las necesidades de información 	Autoridades cuentan con información efectiva y oportuna para la	4	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto; Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar e implementar los instrumentos de medición • Análisis y difusión de la información 	toma de decisiones en cuanto al segmento		<ul style="list-style-type: none"> • CAMTUR • CONAP • Municipalidades • INAB • ONGs • Asociaciones comunitarias • Cooperativas comunitarias • Áreas protegidas privadas • Turoperadores • Guías • Atractivos privados • MCD • CONRED • DISETUR • MARN
2.2. Contar con datos asertivos para el desarrollo del segmento en los mercados prioritarios	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar estudio de mercado de oferta y demanda. • Elaboración de mapas y tablas de la oferta • Análisis del estudio. • Prioridades para el desarrollo del segmento. • Socialización del estudio 	Los actores del segmento conocen información estadística y cualitativa del segmento para la toma de decisiones	4	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación; Desarrollo de Productos; Dirección de Mercadeo, Segmentos Aventura, Investigación y análisis de mercados • CAMTUR • AGEXPORT • CONAP • Municipalidades • ONGs • Asociaciones comunitarias • Cooperativas comunitarias • Áreas protegidas privadas • Turoperadores • Guías • Atractivos privados
3.1 Propiciar convenios de cooperación nacional e internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de cooperantes, nacionales e internacionales • Priorización de proyectos • Comunicación con cooperantes • Presentación de estrategia y proyectos de interés del cooperante • Convenios de cooperación 	El segmento cuenta con alianzas que viabilizan la implementación de la estrategia	8	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos; Dirección de Mercadeo, Segmentos Aventura, • CAMTUR • CONAP • Municipalidades • INAB • ONGs • Asociaciones comunitarias • Cooperativas comunitarias • Áreas protegidas privadas • Turoperadores • Guías • Atractivos privados • MCD • CONRED • DISETUR • MARN

Fuente: INGUAT, 2019



MEZCLA DE MERCADEO: PRODUCTO



Mezcla de mercadeo: producto

◆ Descripción de la oferta de producto de segmento

Guatemala cuenta con muchos aspectos geomorfológicos y bióticos que le hacen uno de los países megadiversos. Es ideal para la práctica de actividades de aventura gracias a sus paisajes impresionantes, volcanes, montañas, valles, lagos, ríos, cuevas y extensas planicies kársticas, además de todos sus biomas y su variedad de microclimas.

El visitante puede practicar actividades en las tres modalidades: Tierra, aire y agua

Tabla 19
Productos potenciales a empaquetar

Tierra	Aire	Agua
<i>Tour de cuevas (caving)</i>	<i>Canopy</i>	<i>Rafting</i>
<i>Rappel</i>	Parapente	Canotaje / kayak
<i>Trekking</i>		<i>Hidrospeed</i>
Bicicleta de montaña		Buceo autónomo
Montañismo		

Fuente: INGUAT, 2019

De ellos, la mayoría se practican en las 7 regiones del país.



Tabla 20
Regiones turísticas donde se realiza el segmento...

Regiones de planificación turística	Productos-destinos, departamento
<p>Guatemala, Moderna y Colonial</p>	<p>Turismo en áreas protegidas, cabalgatas, hiking, aviturismo, ecoturismo: Cooperativa San Cristóbal El Alto, RPM Cerro Alux, Finca Santiago, Parque Ecológico Cayalá, RNP Finca Filadelfia, Finca La Azotea, Finca El Pilar, Finca Los Nietos, ZV volcán de Fuego, ZV volcán de Acatenango, ZV volcán de Agua, La Antigua Guatemala, Sacatepéquez y ciudad de Guatemala, Guatemala.*** Agroturismo: RNP Finca Filadelfia, Cooperativa San Cristóbal El Alto, Finca Valhalla, Sacatepéquez*** Cabalgata, hiking, ecoturismo, aviturismo, visita a APs: PN Naciones Unidas, Amatitlán * Agroturismo: Finca Colombia, Sacatepéquez, Cooperativa As Green as it Gets, Sacatepéquez** Ecoturismo, hiking: El Tular, San José Pínula, Guatemala**</p>
<p>Altiplano, Cultura Maya Viva</p>	<p>Agroturismo, ecoturismo, turismo en áreas protegidas, aviturismo, hiking: RNP Molino Helvetia, Rincón Suizo, Parque Arqueológico Iximche, Chimaltenango *** Agroturismo, ecoturismo, turismo en áreas protegidas, aviturismo, hiking: Reserva de Usos Múltiples Cuenca del Lago de Atitlán *** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Agroturismo: RNP El Yalu, Chimaltenango * Hiking, Aviturismo, Ecoturismo: ZV volcán San Pedro, ZV volcán Atitlán, ZV, volcán Tolimán: Sololá *** Hiking, Aviturismo, Ecoturismo: ZV volcán Santiaguito, ZV volcán Santa Maria, ZV volcán Chicabal Quetzaltenango. *** Hiking, Aviturismo, Ecoturismo: ZV volcán Tacana, ZV volcán Tajumulco, San Marcos *** Ecoturismo, Agroturismo, Aviturismo, Cabalgata: Unicornio Azul, Huehuetenango*** Ecoturismo, Agroturismo, Hiking, Hacienda Rural Chacula, Huehuetenango *** Hiking, Ecoturismo, Nebaj, Chajul, Quiche *** Aviturismo, Ecoturismo, Hiking: PRM El Refugio del Quetzal, San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos *** Ecoturismo, Hiking: San Andres Xecul. Totonicapán* Ecoturismo, Hiking: Momostenango, Totonicapán* Ecoturismo, Hiking: K'umarcaaj, Utatlán, Quiche * Ecoturismo, Hiking: Uspantan, Quiche* Aviturismo, Ecoturismo, Hiking: San Miguel Totonicapán** Ecoturismo, Hiking: San Francisco El Alto, Totonicapán** Hiking: Zaculeu, Huehuetenango** Ecoturismo, Hiking: Chiantla, Huehuetenango** Hiking, Ecoturismo: Laguna Magdalena, Huehuetenango** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo: Catarata La Igualdad** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo: Comunidad de Todos Santos Cuchumatan y PRM Todos Santos Cuchumatan, Huehuetenango ** Ecoturismo, Aviturismo, Hiking: PRM San Juan Ostuncalco, Quetzaltenango ** Ecoturismo, Aviturismo, Hiking: PRM San Pedro Sacatepéquez, San Marcos ** Aviturismo, Ecoturismo, Hiking : RNP Corazón del Bosque, Sololá** Ecoturismo, Hiking: Reserva San Buenaventura Atitlán, Sololá *** Hiking, Agroturismo, Ecoturismo: San Juan La Laguna, Sololá Agroturismo, Ecoturismo: San Pedro La Laguna, Sololá Agroturismo, Ecoturismo: San Ricardo Farm and Lodge, Finca Caleras Chichavac, Tecpan, Chimaltenango *</p>

Regiones de planificación turística	Productos-destinos, departamento
<p style="text-align: center;">Petén, Aventura en el Mundo Maya</p>	<p>Hiking, Agroturismo: Finca Agro Ecoturística El Profe, Poptún Peten ** Agroturismo, Ecoturismo, Hiking, Turismo de Áreas Protegidas: Uaxactún** Turismo en APs, Ecoturismo, Hiking: Biotopo Protegido San Miguel La Palotada, El Zotz. *** Hiking, Ecoturismo: Parque Arqueológico Ixlu* Turismo en APs , Ecoturismo, Aviturismo, Hiking: Biotopo Protegido Cerro Cahui** Hiking: Canopy Tours Tikal*** Aviturismo, Hiking: Parque Arqueológico Aguateca*** Aviturismo, Hiking: Parque Arqueológico Ceibal *** Hiking, Aviturismo, Ecoturismo: Parque Nacional Tikal*** Hiking, Turismo en APs , Ecoturismo, Aviturismo: Estación Biológica Las Guacamayas*** Hiking ,Turismo en APs : Parque Nacional El Rosario** Hiking, Cabalgata, Aviturismo, Ecoturismo: Parque Natural Ixpanpajul*** Hiking, Ecoturismo: Balneario Las Monjas, Balneario Las Pozas* Cabalgata, Hiking, Ecoturismo: Finca Ixobel*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo ,Turismo en APs: PNYNN*** Hiking, Ecoturismo: Cascada Las Delicias* Hiking, Turismo en APs , Ecoturismo: PN Sierra del Lacandón ** Hiking, Ecoturismo: Comunidad La Técnica** Hiking, Ecoturismo: Comunidad Melchor de Mencos (ACOFOP) ** Cabalgata: Ruta Carmelita - Mirador***</p>
<p style="text-align: center;">Izabal, Un Caribe Verde</p>	<p>Hiking, Ecoturismo, Aviturismo: PA Quirigua *** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RPM Cerro San Gil *** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs, Observación de fauna acuática: RVS Bocas del Polochic** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs, Observación de fauna acuática: RVS Punta de Manabique ** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs, Observación de fauna acuática: Biotopo Protegido Chocón Machacas ** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs, Observación de fauna acuática: PN Rio Dulce*** Hiking, Ecoturismo: El Boquerón** Hiking, Ecoturismo: Cascada Finca El Paraíso** Hiking, Ecoturismo: Siete Altares** Hiking, Ecoturismo: Rio Sarstún** Ecoturismo: Ensenada Verde*** Hiking, Ecoturismo: Comunidad Plan Grande Quehueche** Hiking, Ecoturismo: Comunidad Agua Caliente** Hiking, Ecoturismo: Ak Tenamit** Hiking, Ecoturismo: Chapín Abajo * Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Tijax</p>
<p style="text-align: center;">Las Verapaces, Paraíso Natural</p>	<p>Hiking, Ecoturismo, Visita a APs: PRNM Las Conchas, Chahal*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: Biotopo Protegido Mario Dary Rivera (Del Quetzal), Purulha, Baja Verapaz*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: PN Laguna Lachua, Cobán, Alta Verapaz*** Hiking, Agroturismo, Ecoturismo: Coffee Tour Chicoj, Finca Santa Margarita, Finca Santa Teresa, Cobán*** Hiking, Agroturismo, Ecoturismo: EcoTour de Té Chirripeco, Cobán***</p>

Regiones de planificación turística	Productos-destinos, departamento
	<p>Hiking, Ecoturismo: Mundo Perdido, Cobán *** Hiking, Ecoturismo: Reserva Orquigonia, Cobán*** Hiking, Agroturismo, Ecoturismo: EcoTour de Té Chirripeco, Cobán*** Hiking, Ecoturismo: Mundo Perdido, Cobán *** Hiking, Ecoturismo: Reserva Orquigonia, Cobán*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a AP's: RNP Posada Montaña del Quetzal*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs, RNP Ram Tzul*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Ranchitos del Quetzal*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Rio Escondido*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo: Vivero Verapaz*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Biotopin*** Hiking, Ecoturismo: Parque Arqueológico Cancuen*** Ecoturismo: Rio Sachicha*** Ecoturismo: Cuevas de Juliq y Bombilpek*** Ecoturismo: Cuevas de Candelaria Camposanto*** Ecoturismo: Cuevas de Mucbilha*** Ecoturismo: Parque Ecológico Hu Nal Ye*** Ecoturismo: Lagunas de Sepalau*** Ecoturismo: cuevas Los Nacimientos*** Hiking, Ecoturismo, Visita a APs: PN Laguna Lachua*** Ecoturismo: Grutas de Lanquin*** Ecoturismo: MN Semuc Champey*** Ecoturismo: Grutas de Kam - ba*** Hiking, Ecoturismo, Visita a APs: RNP Country Delight* Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Chelemhá*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RBM Sierra de las Minas***</p>
<p>Oriente, Místico y Natural</p>	<p>Cabalgata, Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: AUM Volcán de Ipala, Jutiapa y Chiquimula*** Cabalgata, Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Cascadas de Tatasirire*** Cabalgata, Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Erhcopark La Aventura** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: ZV Volcán Quetzaltepeque* Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: ZV Volcán Suchitan ** Ecoturismo: Centro turístico Cueva de las Minas, Chiquimula** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo: Sitio Arqueológico Guaytan** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo: Reserva de la Heloderma, Zacapa** Agroturismo: Finca El Cascajal, Esquipulas, Chiquimula**</p>
<p>Pacífico, Exótico y Diverso</p>	<p>Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: AUM Monterrico*** Cabalgata, Hiking, Ecoturismo, Visita a APs: PN Volcán de Pacaya y Laguna de Calderas*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: APE Takalik Abaj *** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Los Tarrales*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Los Andes*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Patrocinio*** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: Takalik Abaj Mayan Lodge *** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: PN Sipacate - Naranja*** Hiking, Ecoturismo, Visita a APs: PN Laguna del Pino** Hiking, Ecoturismo, Aviturismo, Visita a APs: RNP Manchón Huamuchal ** Hiking, Ecoturismo: Parque Vuelo Extremo**</p>

*** Producto prioritario ** Producto complementario * Producto potencial

Fuente: Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala. INGUAT, 2015

Atractivos prioritarios / atractivos a desarrollar

En la siguiente tabla se presentan los destinos que el sector ha identificado como prioritarios y los que se pueden desarrollar en un mediano plazo para mercadear.

Imagen 1
Atractivos priorizados y a desarrollar

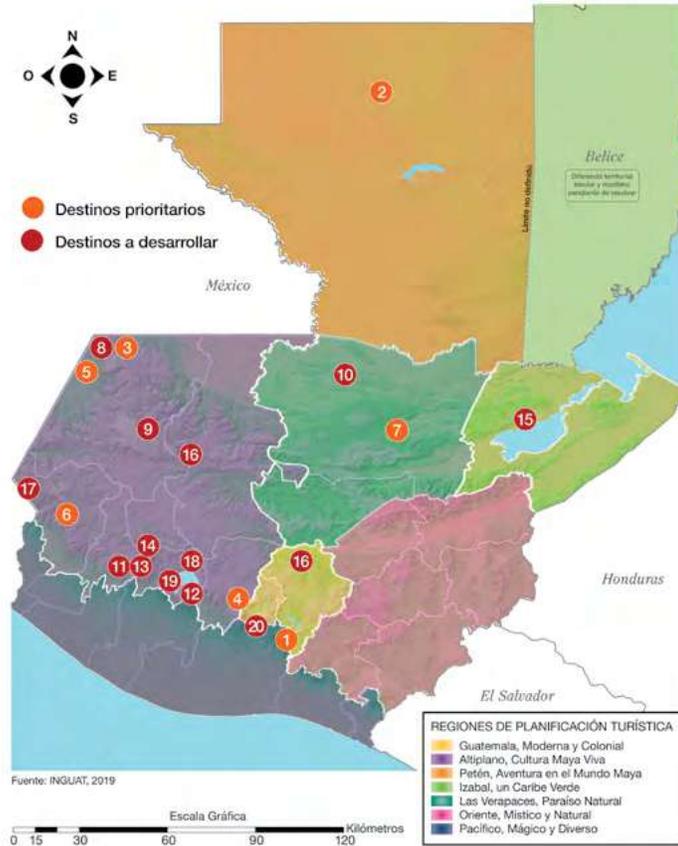


Tabla 21
Atractivos priorizados y a desarrollar

Destino prioritario	A desarrollar
1. Pacaya	8. El Cimarrón
2. Circuito Carmelitas, el Mirador y Uaxactún.	9. Laguna Magdalena
3. Laguna Brava y cenotes.	10. Las cuevas de Bombil Pek
4. Volcán Acatenango	11. Volcán de Santa Maria
5. Cenotes de Candelaria	12. Volcán Atitlán
6. Volcán Tajumulco	13. Volcán Zunil
7. Semuc Champey	14. Volcán Santo Tomás
	15. Caxlampom
	16. Trekking de Nebaj, Chajul y Chortí
	17. Volcán Tacaná
	18. Trekking de Atitlán
	19. Kayak en Atitlán
	20. Trilogía de Acatenango, Fuego y Agua

El número es de referencia, no implica orden de prioridad.

Fuente: 2do taller de segmento de aventura 2019

Para estimular la demanda selectiva, a través de productos diferenciados, se recomienda continuar con el desarrollo del segmento de Aventura con las acciones siguientes:

- Contar con infraestructura básica in situ tal como, centro de visitantes, caminamientos, señalización interpretativa, servicios sanitarios, entre otros y de acceso vial, universal, comunicación
- Implementar un manejo de residuos, agua potable y servidas, manejo de desechos sólidos
- Contar con guías adecuadamente formados
- Calidad / seguridad en la prestación de servicios
- Implementar normativas locales enfocadas en el apoyo al desarrollo del turismo de naturaleza y aventura
- Tener presencia de prestadores de servicios de calidad en las cercanías
- Desarrollar programas de seguridad para el segmento.
- Manuales y capacitación
- Registro de turoperadores del segmento.
- Articulación con actores de otros segmentos
- Desarrollo de productos para el turismo de aventura
- Desarrollo de diferencias de calidad (nuevas gamas)

◆ Estrategias, indicadores y acciones

Componente 2: Fortalecimiento y diversificación de la oferta turística (Eje 2 y 3 PMTS)

Objetivo 1: fomentar el desarrollo sostenible de la actividad turística para el segmento de Aventura, a través de la aplicación de buenas prácticas socioculturales, ambientales y económicas empresariales, con base en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, (Eje 2 PMTS)

Objetivo 2: impulsar el fortalecimiento y diversificación de la oferta turística del segmento de Aventura, de acuerdo al ordenamiento del espacio turístico nacional, (Eje 3 PMTS)

Indicadores Objetivos Componente 2 Mezcla de mercadeo Desarrollo de Producto

Indicadores
Número de atractivos turísticos de aventura que implementan buenas prácticas de sostenibilidad
Número de productos turísticos desarrollados y fortalecidos por año
Articulación de actividades de aventura con otros segmentos



Volcán y laguna de Ipala, Chiquimula

Tabla 22
Estrategia de Componente 2 Mezcla de mercadeo, Desarrollo de Producto

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
1.1 Impulsar el conocimiento de las buenas prácticas de sostenibilidad en atractivos de aventura y la adopción del Sello Q Verde	<ul style="list-style-type: none"> Identificación y priorización de atractivos de aventura Implementar plan de sensibilización y capacitación en buenas prácticas de sostenibilidad turística Socializar y asesorar atractivos turísticos en la implementación del Sello Q Verde 	Atractivos turísticos de aventura sensibilizados y capacitados sobre buenas prácticas de sostenibilidad	2	<ul style="list-style-type: none"> INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos CAMTUR CONAP Municipalidades INAB ONGs Asociaciones comunitarias Cooperativas comunitarias Áreas protegidas privadas Turoperadores Guías Atractivos privados MCD CONRED DISETUR MARN
1.2 Implementar acciones para un turismo sostenible y responsable	<ul style="list-style-type: none"> Evaluar, apoyar e implementar la accesibilidad universal en actividades de aventura Desarrollar productos con gestión comunitaria de turismo de aventura Implementar proyectos de protección del patrimonio ambiental en atractivos de aventura 	Buenas prácticas de sostenibilidad implementadas en atractivos de aventura	2	<ul style="list-style-type: none"> INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos; Dirección de Mercadeo, Segmentos Aventura, CAMTUR CONAP Municipalidades INAB ONGs Asociaciones comunitarias Cooperativas comunitarias Áreas protegidas privadas Turoperadores Guías Atractivos privados MCD CONRED DISETUR MARN
2.1 Mejora la oferta de atractivos de aventura mediante su desarrollo y fortalecimiento integral	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de cada atractivo de aventura Fortalecimiento de las entidades administradoras de los atractivos Evaluación de señalización vial hacia el atractivo Evaluación de señalética direccional e interpretativa 	<p>El segmento cuentan con un diagnóstico de infraestructura y equipamiento existente en cada rama de aventura sostenible para el 2020</p> <p>Se han implementado mejoras en atractivos existentes</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos; Dirección de Mercadeo, Segmentos Aventura, CAMTUR CONAP Municipalidades INAB ONGs Asociaciones comunitarias Cooperativas comunitarias Áreas protegidas privadas Turoperadores

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de factibilidad de inversión de infraestructura básica • Evaluación de factibilidad de inversión de infraestructura especializada • Evaluación de equipamiento especializado actual • Provisión de equipamiento especializado si fuese factible • Plan de desarrollo de mejoras de infraestructura y equipamiento por rama de turismo de aventura sostenible • Gestión con autoridades u otras instancias 	<p>Se han desarrollado nuevos atractivos integralmente</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Guías • Atractivos privados • MCD • CONRED • DISETUR • MARN
<p>3.1. Desarrollo y fortalecimiento de actividades de turismo de aventura y su vinculación con actividades de otros segmentos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación, priorización y desarrollo de actividades de aventura • Elaboración de reglamentos de actividades de aventura • Desarrollo y mejoramiento de servicios y facilidades turísticas en sitios para el desarrollo de aventura 	<p>Incremento de visitantes residentes y no residentes.</p> <p>Incremento del gasto y estadía de visitantes no residentes en el segmento de aventura</p>	<p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos; Dirección de Mercadeo, Segmentos de Aventura • CAMTUR • AGEXPORT • CONAP • Municipalidades • INAB • Oenegés • Asociaciones privadas • Asociaciones comunitarias • Cooperativas comunitarias • Áreas protegidas privadas • Turoperadores • Guías • Atractivos privados • MCD • CONRED • DISETUR • MARN

Fuente: INGUAT, 2019

◆ Descripción de la oferta de servicios

La planta turística del segmento de aventura en Guatemala está constituida por:

- Turoperadores
- Turoperadores que se han especializado en determinada actividad de aventura
- Guías generales
- Guías locales
- Guías comunitarios
- Guarda recursos
- Transportistas
- Instructores según actividad turística
- Prestadores de servicios de renta de equipo
- Atractivos turísticos de aventura administrados por:
 - o CONAP
 - o CECON
 - o Municipalidades
 - o Gestión comunitaria
 - o Cooperativas
 - o Asociaciones
 - o Privados

Dicha planta turística se debe fortalecer en formación y calidad, como base inicial desarrollar en cada destino turístico así también al prestador de servicios en “Buenas Prácticas de Turismo de Aventura” según la actividad a desarrollar, velando principalmente por la integridad física, emocional del visitante, el recurso humano del atractivo turístico y la sostenibilidad ambiental y cultural del mismo recurso turístico.

Llevar a cada actividad turística de aventura a desarrollar sus normas COGUANOR y cada prestador de servicio apegarse a las mismas.

Estrategias, indicadores y acciones

Objetivo 1: mejorar la experiencia del viajero a través del impulso de la competitividad e innovación de los prestadores de servicios del segmento de aventura, con prácticas de calidad y capital humano capacitado, (Eje 5 PMTS)

Indicadores y objetivos del Componente 2 Mezcla de mercadeo desarrollo de producto

Indicadores
Número de personas capacitadas en temas de turismo de aventura, por año
Número de cursos desarrollados para el segmento de aventura, por año
Número de prestadores de servicios de aventura con Sello Q, por año

Fuente: INGUAT, 2019

Tabla 23
Estrategia de Componente 2 Mezcla de mercadeo, Desarrollo de Producto, competitividad

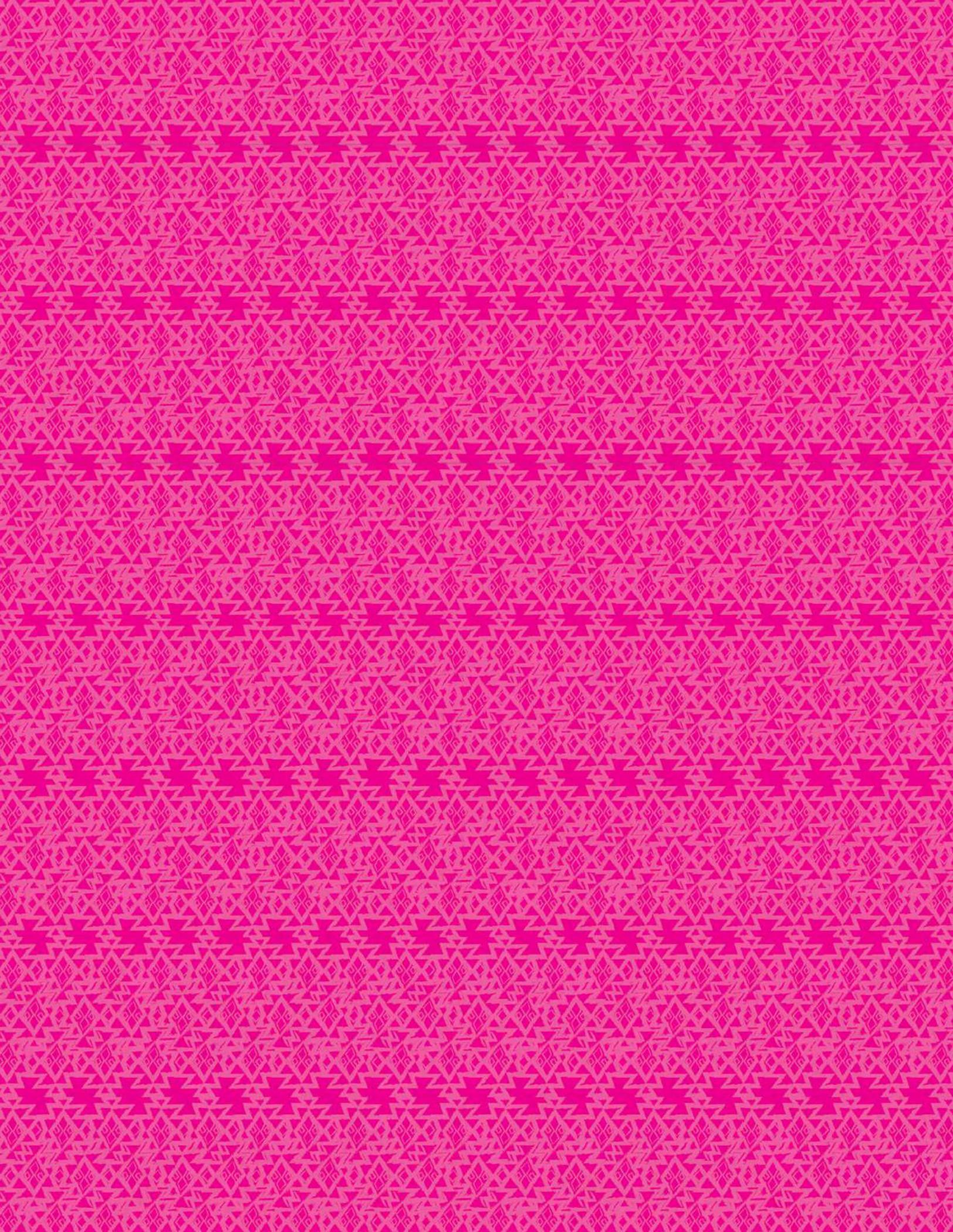
Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
1.1 Implementar un programa de formación especializada para prestadores de servicios de aventura.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar diagnóstico de necesidades de turismo de aventura • Desarrollar un programa de capacitación especializado del segmento de aventura dirigido 	Capacitar al recurso humano que presta los servicios de aventura al visitante	5	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos, Sección de Formación • Dirección de mercadeo, Segmentos turísticos • ATTA • INTECAP • CONRED

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
	<p>a guías, tto y otros prestadores de servicios ejemplo: primeros auxilios en lugares agrestes, servicio al cliente, entre otros</p> <ul style="list-style-type: none"> Implementar capacitaciones basadas en los manuales de buenas prácticas de turismo de aventura 			<ul style="list-style-type: none"> Universidades nacionales Capacitadores nacionales y/o internacionales según rama de aventura
1.2 Propiciar la certificación de las actividades de turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar en la elaboración de normas COGUANOR de turismo de aventura Gestionar para que entidades expertas certifiquen las actividades de turismo de aventura Mejorar el registro de prestadores de servicios de aventura en los sistemas de INGUAT 	Prestadores de servicios certificados en sus modalidades de turismo de aventura.	5	<ul style="list-style-type: none"> INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos, Departamento de Fomento, Unidad de calidad; Dirección de mercadeo, Segmentos turísticos ATTA INTECAP COGUANOR
1.3 Elevar la competitividad del producto / segmento de aventura mediante el impulso del Sello Q	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar y asesorar a prestadores de servicio sobre el Sello Q Verde Verificar el cumplimiento de las normas. 	Guatemala cuenta con prestadores de servicio de aventura con Sello Q	5	<ul style="list-style-type: none"> INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos, Departamento de Fomento, Unidad de calidad, Sección de Formación; Dirección de Mercadeo, Segmentos de Aventura Actores: Destinos privados Turoperadores Guías especializados Destinos administrados por municipalidades

Fuente: INGUAT, 2019



**MEZCLA DE MERCADEO:
PLAZA Y PROMOCIÓN**



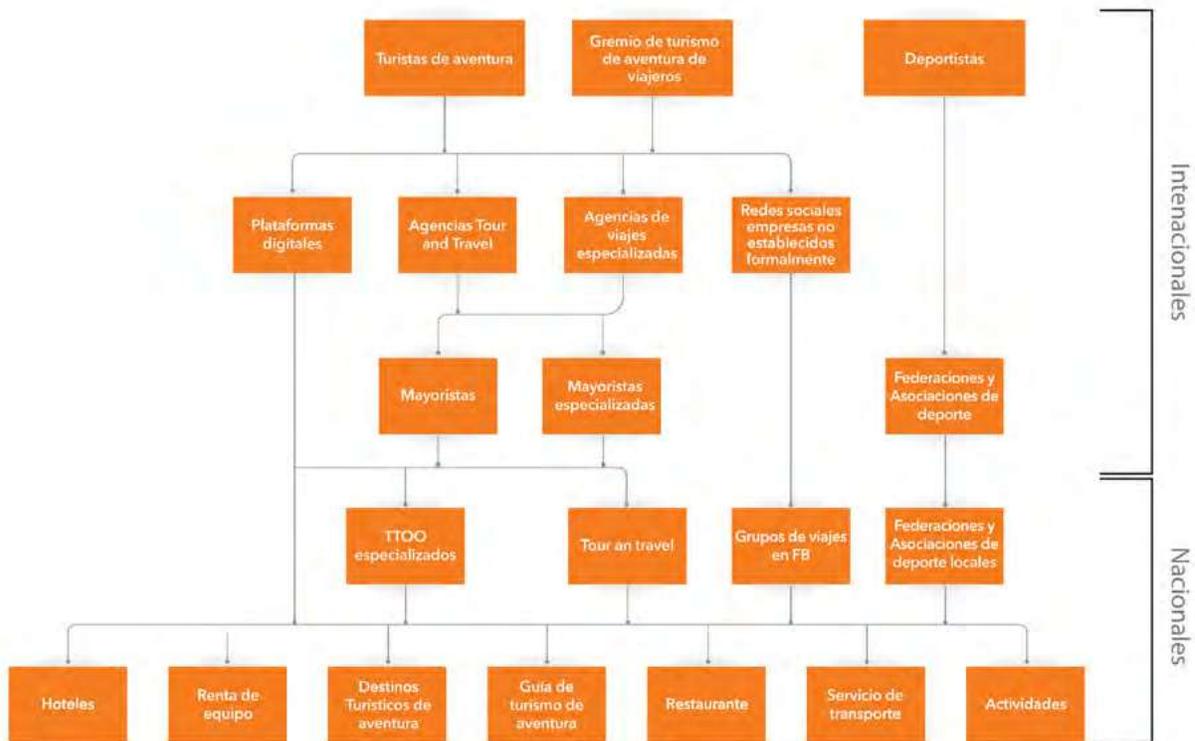
Mezcla de mercadeo: plaza y promoción

Descripción de los canales de comercialización y herramientas de promoción

Comercialización

En la siguiente figura se muestra la cadena de comercialización para el segmento de aventura. Puede observarse que existen varios canales de distribución desde mayoristas, agencias de viajes especializadas de actividades específicas, o no necesariamente especializado como el que comercializa cultura y naturaleza en general, entre otros.

Imagen 2
Cadena de comercialización segmento



Fuente: INGUAT, 2019

En la cadena de comercialización del segmento de aventura, se observa que los visitantes viajan por medio de agencias de viajes especializados o por su cuenta, gracias a la información que tienen a través de redes sociales o plataformas digitales.

Los turoperadores o prestadores de servicios locales deben estar capacitados para prestar una estadía agradable en el país y que los servicios sean de calidad.

El visitante de aventura se incluyen en paquetes de turoperadores con temas de otros productos o segmentos, los cuales integran actividades de: cultura y naturaleza

Por aparte el visitante puede pagar servicios turísticos, mayormente en el momento de la compra del paquete que incluye:

- Transporte
- Alimentación
- Tours
- Entradas a sitios
- Actividades de aventura
- Guías

Promoción

Las estrategias actuales de promoción y comunicación para el segmento de aventura deben estar dirigidas a:

- Turoperadores especializados
- Visitante que practica aventura extrema y
- Visitante que practica aventura ligera

Actividades de mercadeo

Publicidad: Promoción a través de medios especializados (revistas, tv, blogs, etc)

- 50% Norte América
- 25% Europa
- 25% Sur América

Otras actividades:

- Ferias Internacionales
- Viajes de familiarización
- Viajes de prensa
- Caravanas

Estrategias, indicadores y acciones

Componente 4: posicionamiento de la imagen país (Eje 6 y 7PMTS)

Objetivo 1: impulsar el segmento de aventura a través de canales de distribución: mayoristas, TTOO, Agencias de viajes especializadas en aventura, OTA's, federaciones y asociaciones de actividades de aventura, así como visitante de aventura, (Eje 6 PMTS)

Objetivo 2: implementar acciones de promoción y publicidad dirigido a los actores del segmento de aventura en mercados prioritarios anclado con la marca Guatemala Corazón del Mundo Maya, (Eje 6 PMTS)

Objetivo 3: fortalecer los mecanismos de prevención y asistencia al turista nacional y extranjero en rutas y destinos turísticos para el visitante en atractivos de aventura, (Eje 7 PMTS)

Indicadores Objetivos Componente 2 Mezcla de mercadeo Plaza

Indicadores
Porcentaje de actividades ejecutadas de comercialización del segmento por mercado clave, por año
Cantidad de contactos efectivos realizados por las acciones de promoción para el segmento de aventura, por año
Porcentaje de acciones de comercialización del segmento por mercado clave por año
Porcentaje de acciones de publicidad del segmento por mercado clave por año
Porcentaje anual de percepción de seguridad de visitantes internacionales que han realizado actividades de aventura.

Fuente: INGUAT, 2019

Tabla 24
Estrategia de componente 2 Mezcla de mercadeo, Promoción

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
1.1 Comercialización del segmento de aventura en mercados clave	<ul style="list-style-type: none"> • Priorizar la participación en los eventos internacionales que cuenten con espacio de negocios • Capacitar a delegados de INGUAT y empresarios para las ferias internacionales • Participar en las ruedas de negocios con un delegado capacitado por empresarios del sector • Desarrollar actividades de vinculación entre segmentos • Realizar plan de comercialización anual • Ejecución del plan de comercialización anual. 	Los empresarios de aventura cuentan con contactos internacionales para su comercialización	6	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos; Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura • CAMTUR • AGEXPORT • Asociaciones privadas Destinos privados • Turoperadores • Guías especializados • Destinos administrados por municipalidades • Destinos operados con gestión comunitaria

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento a los contactos realizados en los eventos para futuros viajes de familiarización 			
<p>2.1 Promoción del segmento de aventura en mercados clave</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de medios internacionales especializados del segmento en mercados prioritarios • Priorizar la publicación en los medios más convenientes • Realizar plan de publicidad anual fortaleciendo el área digital (redes sociales y canales digitales con KPI's como Engagement, Alcance y conversiones) • Realizar viajes de prensa especializada de los mercados clave • Desarrollar presentaciones país en los mercados prioritarios • Implementar actividades de formación al canal a través de webinars • Ejecución del plan de publicidad integral anual 	<p>Los empresarios de aventura cuentan con contactos internacionales para su comercialización</p>	<p>6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos, Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura • CAMTUR • AGEXPORT • Asociaciones privadas • Destinos privados • Turoperadores • Guías especializados • Destinos administrados por municipalidades • Destinos operados con gestión comunitaria
<p>3.1 Informar a los visitantes y los actores de otros países de las condiciones de Guatemala</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la gestión con autoridades locales en tema de seguridad, sanidad del destino, entre otras • Coordinación con PROATUR, DISETUR y otras instancias cuando sea necesario 	<p>Visitantes y actores nacionales e internacionales en conocer las condiciones para la prevención de cualquier eventualidad</p>	<p>7</p>	<ul style="list-style-type: none"> • INGUAT: Dirección de Desarrollo de Producto, Innovación y Desarrollo de productos, Dirección de Mercadeo, Segmento de Aventura • CAMTUR • AGEXPORT • Asociaciones privadas • Destinos privados • Turoperadores

Estrategia	Tácticas/Acciones	Resultado	Eje PMTS	Responsable
	<ul style="list-style-type: none"> • Consultar y divulgar boletines de CONRED • Socializar en la cadena de comercialización y prestadores de servicios las funciones de PROATUR 			<ul style="list-style-type: none"> • Guías especializados • Destinos administrados por municipalidades • Destinos operados con gestión comunitaria • PROATUR • DISETUR • Autoridades locales • CONRED

Fuente: INGUAT, 2019

◆ Estrategia de comunicación

Mensaje clave

- Guatemala es más que aventura, es adrenalina enriquecida con culturas y biodiversidad
- En Guatemala, la aventura es una forma de contribuir con el desarrollo sostenible
- Guatemala cuenta con diversidad de actividades en aventura inolvidables, en todo el año.

Mensaje clave complementarios

- Conocer la biodiversidad de Guatemala es toda una aventura
- Experimentar vivencias comunitarias, es una razón más para aventurar en Guatemala

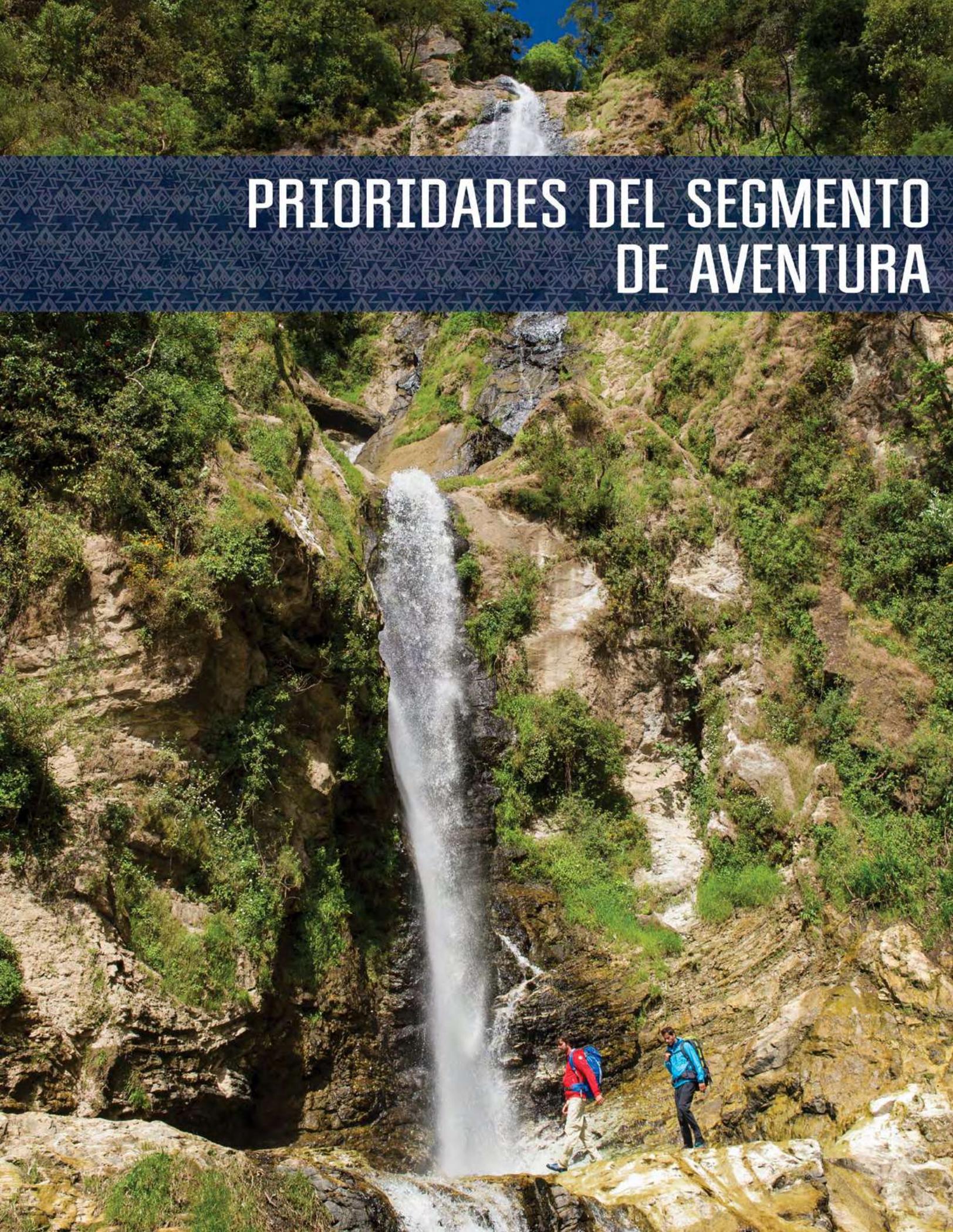
Medios recomendados

- *Geographical Magazine,*
- *Adventure Magazine,*
- *Backpacker,*
- *Nat Geo,*
- *Wild Junket,*
- *Outside Magazine,*
- *Bycycling Magazine*





Cenote de Candelaria, Huehuetenango



PRIORIDADES DEL SEGMENTO DE AVENTURA





Prioridades del segmento aventura

En el segundo taller del segmento de Aventura, en conjunto con el sector privado y público se analizaron y priorizaron las actividades para 2019 y 2020.

Para 2019, se identificaron acciones relacionadas con las áreas de mercadeo y desarrollo de producto, las cuales ya están en proceso de ejecución en conjunto con otras instituciones para lograr el compromiso de involucramiento del sector.

Para 2020, se tomaron actividades ya establecidas en 2019 para dar el debido seguimiento y así lograr resultados con mayor alcance, que incluyan actividades de interés del empresariado y de las instituciones relacionadas al segmento.

Tabla 25
Actividades priorizadas para 2019 y 2020

2019	2020
<ul style="list-style-type: none"> • 1 Press trip de Reino Unido y EEUU • Perfil del Guía por especialidad • Elaborar la herramienta para actualizar el inventario de atractivos / actividades / destinos del segmento de aventura • Sistema integral de gestión de prevención y acción de riesgos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar planes de promoción y publicidad, fam y press trip • Implementar registro y formación de los guías por especialidad de acuerdo a las regulaciones del INGUAT • Identificar necesidades de participación de cada uno de los actores externos dentro de la Mesa de Segmento y de Producto Turístico de Aventura • Fortalecer la red de comunicación entre los actores y rescatistas por medio de una por medio de una aplicación digital

Fuente: segundo taller segmento de Aventura



I. Anexos

◆ **Proyectos incluidos en el PMTS relacionados con el segmento de aventura: solo proyectos no subprogramas**

Para la elaboración del Plan Operativo de este segmento es importante considerar los proyectos que ya están incluidos en el PMTS. A continuación el número del Sistema Nacional de Inversión Turística con el cual se pueden ubicar en dicho documento, y el nombre de los proyectos:

- 2.01.01.00** Subprograma de fortalecimiento de instituciones de gobierno, sector privado y organizaciones civiles no gubernamentales en los Criterios Globales de Turismo Sostenible
Desarrollar productos turísticos de aventura con base a los Criterios Globales de Turismo Sostenible
- 2.01.02.00** Subprograma de desarrollo turístico en áreas protegidas
- 2.01.03.00** Subprograma de turismo sostenible en comunidades con potencial turístico con población en pobreza y pobreza extrema
- 2.01.04.00** Subprograma de turismo con gestión comunitario
- 3.01.02.00** Subprograma puesta en valor del patrimonio natural
- 3.01.07.00** Subprograma asesoría para el desarrollo turístico en destinos categoría 3 y segmentos
- 3.02.02.00** Subprograma de registro y regulación del funcionamiento de servicios turísticos (planta turística)
- 5.01.02.00** Subprograma de certificación de calidad
- 5.01.02.03** Proyecto de certificación de calidad y seguridad de servicios de turismo de aventura (rappel, canopy, visita a cuevas, tubing, entre otros)
- 6.01.01.00** Subprograma de desarrollo y mercadeo de segmentos turísticos
- 6.01.01.03** Proyecto de desarrollo y mercadeo del segmento de aventura

Este plan de estratégico y los planes operativos que se deriven, forman parte de este proyecto.

II. Glosario

- **ATTA Adventure Travel Trade Association:** es una organización internacional que aglutina a la industria del turismo de aventura integrada por más de 1 000 socios públicos y privados de 84 países. Entre sus fines destaca el apoyo a la creación de productos de turismo de aventura sostenible; poner en contacto distintos actores dentro la cadena de valor del turismo (gestores de destinos, operadores, alojamientos, agentes de viaje, servicios, medios de comunicación); y llevar a cabo actividades de investigación y difusión de la industria del turismo de aventura en todo el mundo.
- **Bicicleta de montaña:** un subsector del turismo deportivo, activo o de aventura. Considerado un deporte de riesgo, realizado en circuitos naturales generalmente a través de bosques por caminos angostos con cuevas empinadas y descensos muy rápidos.
- **Buceo autónomo:** actividad que se realiza solo bajo certificación y consiste en sumergirse dentro de un espacio rodeado de agua, como mares, ríos y lagos, con la ayuda de un tanque de aire comprimido que permite la respiración bajo el agua. El fin principal es contemplar y disfrutar de los organismos naturales que habitan ese ambiente.
- **Cabalgatas:** el propósito principal de la cabalgata es convivir con la naturaleza, usando al caballo como medio de transporte, ya que ayuda a moverse más rápidamente, es menos agotador, y por lo general es más fácil transitar por caminos complicados tales como ríos, montañas, zonas de inundación, etc.
- **Canopy:** una tirolesa, tirolesa, dosel, canopy o canopy (en algunas partes de Hispanoamérica cable) consiste de una polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación. Se diseñan para que se impulsen por gravedad y puedan deslizarse desde la parte superior hasta el fondo mediante un cable, usualmente cables de acero inoxidable.
- **Canotaje/kayak:** es una embarcación pequeña, alargada y estrecha con proa y popa. Normalmente los kayaks son de una, dos o cuatro plazas y pueden usarse en ríos (rafting), en aguas bravas, en el mar.
- **Hidropeed:** es una de las modalidades más modernas dentro de las denominadas "Deportes de Aventura". Nacido a mediados de 1980 en Francia, emula los trineos de nieve, pero acuático, para bajar ríos con un caudal de agua importante, en su corto periodo de existencia ha experimentado una alta evolución. Se practica en forma individual, sobre una embarcación que se controla con movimientos del cuerpo (cintura y piernas), mientras se desciende por los ríos. Se está en permanente contacto con el agua y se utiliza esta pequeña tabla, con forma de trineo, como punto de apoyo y flotador. Sentirse como el único responsable de la bajada proporciona grandes dosis de emoción, y es también una forma de demostrar nuestra habilidad en el agua.
- **Montañismo:** el deporte practicado en la alta montaña, es decir, el montañismo de altura. Se puede dividir en varias áreas que engloban diversas especialidades, algunas de las cuales se alejan de la definición estricta de ascender montañas. No obstante, requieren de ese medio natural para su práctica: senderismo (o hiking), excursionismo (a menudo llamado equivocadamente trekking, que significa en realidad "caminar durante varios días por lugares remotos") y expediciones.
- **País megadiverso:** nación que alberga el mayor índice de biodiversidad de la Tierra.
- **Parapente:** es un deporte nacido a finales del siglo XX por la inventiva de montañeros que querían bajar volando mediante un paracaídas desde las cimas que habían ascendido. El ala, y a veces todo el equipo, se llama así con el mismo nombre, parapente. La definición técnica sería: planeador ligero flexible.

- **Rafting:** el descenso de ríos o balsismo es una actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el río en la dirección de la corriente (río abajo), por lo general sobre algún tipo de embarcación o balsa. Por lo común los ríos que se navegan tienen algún grado de turbulencia, estos también son llamados ríos «de aguas blancas» debido a que este color es característico de la espuma que genera la turbulencia en los cuerpos de agua. También se les llama «rápidos».
- **Rappel:** es un sistema de descenso por superficies verticales utilizando técnicas de cuerdas. Se usa en lugares donde el descenso de otra forma es complicado. El rappel es utilizado en excursionismo, montañismo, escalada en roca, espeleología, barranquismo y otras actividades que requieren ejecutar descensos verticales.
- **Tour de cuevas (caving):** se denomina espeleísmo a la actividad de visitar cavidades subterráneas con fines recreativos. Es distinta de la espeleología, concepto que designa al estudio científico de dichas cavidades
- **Trekking o excursionismo:** es una actividad física que consiste en caminar por escenarios naturales, como montañas, bosques, selvas, cañones o ríos. Se diferencia del senderismo en que la modalidad del trekking requiere un mayor esfuerzo físico, ya que mientras el recorrido realizado en senderismo suele tener un grado de dificultad más bajo, ya que sus rutas discurren por senderos, vías y caminos señalizados; en el excursionismo los recorridos se efectúan a través de parajes aislados y sin ninguna ayuda de señales o caminos, lo que representa un mayor contacto con la naturaleza.

III. Siglas y Acrónimos

- ACOFOP: Asociación de Comunidades Forestales de Petén
- ADEISP: Asociación de desarrollo integral de Sepalau
- AGEXPORT: Asociación Guatemalteca de Exportadores
- AMDETCA: Asociación Maya Q'ueq'chi de desarrollo de turismo Candelaria Camposanto
- ARNPG: Asociación de Reservas Naturales Privadas de Guatemala
- ASBOPP: Asociación B'omb'il Pek el porvenir II
- ASIQMUC: Asociación Indígena Q'eqchi' Mucb'ilha
- ASODILL: Asociación Sostenible para el Desarrollo Integral y Turístico de Loma Linda
- ATAG: Asociación de Turismo de Aventura de Guatemala
- ATTA: Adventure Travel Trade Association
- CAMTUR: Cámara de Turismo de Guatemala
- CECON : Centro de Estudios Conservacionistas
- COCODES: Comités Comunitarios de Desarrollo
- COGUANOR: Comisión Guatemalteca de Normas
- CONRED: Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres
- DISETUR: División de Seguridad Turística
- GSTC: Global Sustainable Tourism Council: Consejo Mundial de Turismo Sostenible
- INAB: Instituto Nacional de Bosques
- INGUAT: Instituto Guatemalteco de Turismo
- INTECAP: Instituto Técnico de Capacitación y Productividad
- MARN: Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales
- MCD: Ministerio de Cultura y Deportes
- ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenibles
- ONG's: Organizaciones no gubernamentales
- OMYC: Organización manejo y conservación
- OTA's: Online Travel Agency, Agencias de Viajes Online
- PMTS: Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala
- RIET: Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Turismo
- SIGAP: Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas
- TTOO: Touroperadores
- UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
- ZV: Zona de veda



IV. Referencias



- Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), 2014. Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025.
- Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, España, OMT

Encuestas

- Encuesta del gasto turismo receptor (2013-2018) Investigación de Mercados, INGUAT.

Referencias virtuales

- AdventureTravelNews: Desarrollado por Adventure Travel Trade Association. Noticias de la industria de viajes de aventura que incluyen vida silvestre, conservación, viajes sostenibles. Página web: <https://www.adventuretravelnews.com/>
- Adventure Travel Trade Association Página web: <https://www.adventuretravel.biz/>
- Turismo de aventura: crecimiento a la vista y tendencias (2015). Página web: https://www.hosteltur.com/110225_turismo-aventura-crecimiento-vida-tendencias.html
- Estudios de tendencias y mercados turísticos. Página web: <http://www.decaba.com/es/atta-adventure-tourism/>





V. Índice

Gráficas

- Gráfica 1, Divisas estimadas generadas por los visitantes no residentes que realizaron actividades del segmento por país de origen Pág.14
- Gráfica 2, Divisas estimadas generadas por los visitantes no residentes que realizaron actividades del segmento por país de origen, sin incluir Estados Unidos Pág.15
- Gráfica 3, Participación en las divisas estimadas generadas por los visitantes no residentes que realizaron actividades del segmento de aventura en el 2018 Pág.15
- Gráfica 4, Estadía y gasto diario por país de Norte América Pág.16
- Gráfica 5, Turismo de aventura en Centro América Pág.17
- Gráfica 6, Turismo de aventura en Sur América Pág.17
- Gráfica 7, Turismo de aventura en Europa Pág.18
- Gráfica 8, Ciclo de vida de segmentos Pág.22
- Tabla 6, Estadía promedio y gasto promedio diario de Sur América Pág.17
- Tabla 7, Estadía promedio y gasto promedio diario de Europa Pág.18
- Tabla 8, Análisis comparativo por país año 2018 Pág.19
- Tabla 9, Resumen de los principales mercados de aventura Pág.19
- Tabla 10, Análisis de competencia en actividades Pág.23
- Tabla 11, Análisis de competencia Pág.23
- Tabla 12, Estacionalidad del segmento Pág.25
- Tabla 13, FODA Pág.26
- Tabla 14, Ventajas competitivas y comparativas Pág.31
- Tabla 15, Mercados Prioritarios Pág.34
- Tabla 16, Estrategia según países Pág.35
- Tabla 17, Actores involucrados en el segmento aventura Pág.40
- Tabla 18, Estrategia de Componente de fortalecimiento de la coordinación del sector turístico a nivel nacional e internacional Pág.41

Imágenes

- Imagen 1, Atractivos priorizados y a desarrollar Pág.50
- Imagen 2, Cadena de comercialización segmento Pág.58

Tablas

- Tabla 1, Patrimonios de la humanidad UNESCO Pág.7
- Tabla 2, Productos potenciales a empaquetar Pág.8
- Tabla 3, Comunidades y asociaciones que han recibido equipamiento de aventura Pág.8
- Tabla 4, Estadía promedio y gasto promedio diario de Norte América Pág.16
- Tabla 5, Estadía promedio y gasto promedio diario de Centro América Pág.16
- Tabla 19, Productos potenciales a empaquetar Pág.46
- Tabla 20, Regiones turísticas donde se realiza el segmento Pág.47
- Tabla 21, Atractivos priorizados y a desarrollar Pág.50
- Tabla 22, Estrategia de Componente 2 Mezcla de mercadeo, Desarrollo de Producto Pág.52
- Tabla 23, Estrategia de Componente 2 Mezcla de mercadeo, Desarrollo de Producto, competitividad Pág.54
- Tabla 24, Estrategia de componente 2 Mezcla de mercadeo, Promoción Pág.60
- Tabla 25, Actividades priorizadas para 2019 y 2020 Pág.66

V. Créditos

Autoridades

Lic. MBA. Jorge Mario Chajón	Director general
MCS. Juan Pablo Nieto	Subdirector general
Licda. Erika Guillermo	Directora de Desarrollo del Producto Turístico
Licda. Lourdes Maldonado	Directora de Mercadeo
Lic Julio Oliva	Director Administrativo Financiero

Equipo técnico

MCS. Juan Pablo Nieto	Dirección general Plan estratégico de segmentos
MCS. María Isabel Fernández	Asesora de Subdirección general
Lic. Erwin García	Asesor
Licda. Karen Álvares	Coordinadora segmento de aventura
Javier Rosales	Coordinador de innovación del segmento de aventura
Lic. José María Aguilar	Jefe de Departamento de Investigación y Análisis de Mercados
Licda. Desiré Arana	Analista Inteligencia de Mercados

Corrección y edición de estilo

MSC. Esther Brol	Asesora Comunicación
Licda. Judith de Rodríguez	Asesora Dirección Administrativa Financiera

Facilitadores

Nancy Mejía	Directora Ejecutiva de CAMTUR
Esvin Chacón	Coordinador empresarial de filiales de CAMTUR
Licda. Adira Castillo	Representante de UNIS - COMATUR
Lic. Andres Navas	Representante de ASIES
Lic. Pablo Cabrera	Representante de OES - UVG
Licda. Claire Dallies	Representante de UVG - COMATUR
Licda. Monica Godínez	Representante de USAC - COMATUR

Otras colaboraciones

Luis Rey	Presidente de CAMTUR
Ing. Pablo Jiménez	Jefe de Planeamiento INGUAT
Lic. Ávaro Bautista	Jefe de Promoción INGUAT
María Mercedes Ravanales	Asesora Dirección General
Yessy Ortiz	CAMTUR
Licd. Lucy Vivar	Coordinadora de Capacitaciones de CAMTUR

Colaboraciones especiales

Miguel Arriaza	ADVENTURE GUATEMALA
Anaite Castillejo	AGETUR
Andrés Navas	ASIES
Marvin Castañeda	ATAG
Edgar Betancourth	ATAG
Edgar Rivera	ATAG
Alejandro Pardo	BE GUATEMALA
Yessy Ortiz	CAMTUR
Guillermo Cuellar	CANOPY GT
Lucila Pérez	CONAP
Angel Hernández	Expediciones Lucianos
Selvin Uriel	Expediciones Lucianos
Max Hernández	Expediciones Lucianos
Juan Rivera	Kuk Tours
Adrián Ramos	INGUAT
Guisela Ramírez	INGUAT
Erwin García	INGUAT
Marco Antonio Muralles	INGUAT
Mariela López Piedrasanta	INGUAT
Sussan García	INGUAT
Anneliese López González	INGUAT
Pablo Jimenez	INGUAT
Ignacio Ordoñez	INGUAT

Elaboración de mapas

Ing. Osman Danilo Rodríguez	Sección de Estudios y Proyectos
Licda. Diana Karina Mejicanos	Unidad de Diseño

Ilustración

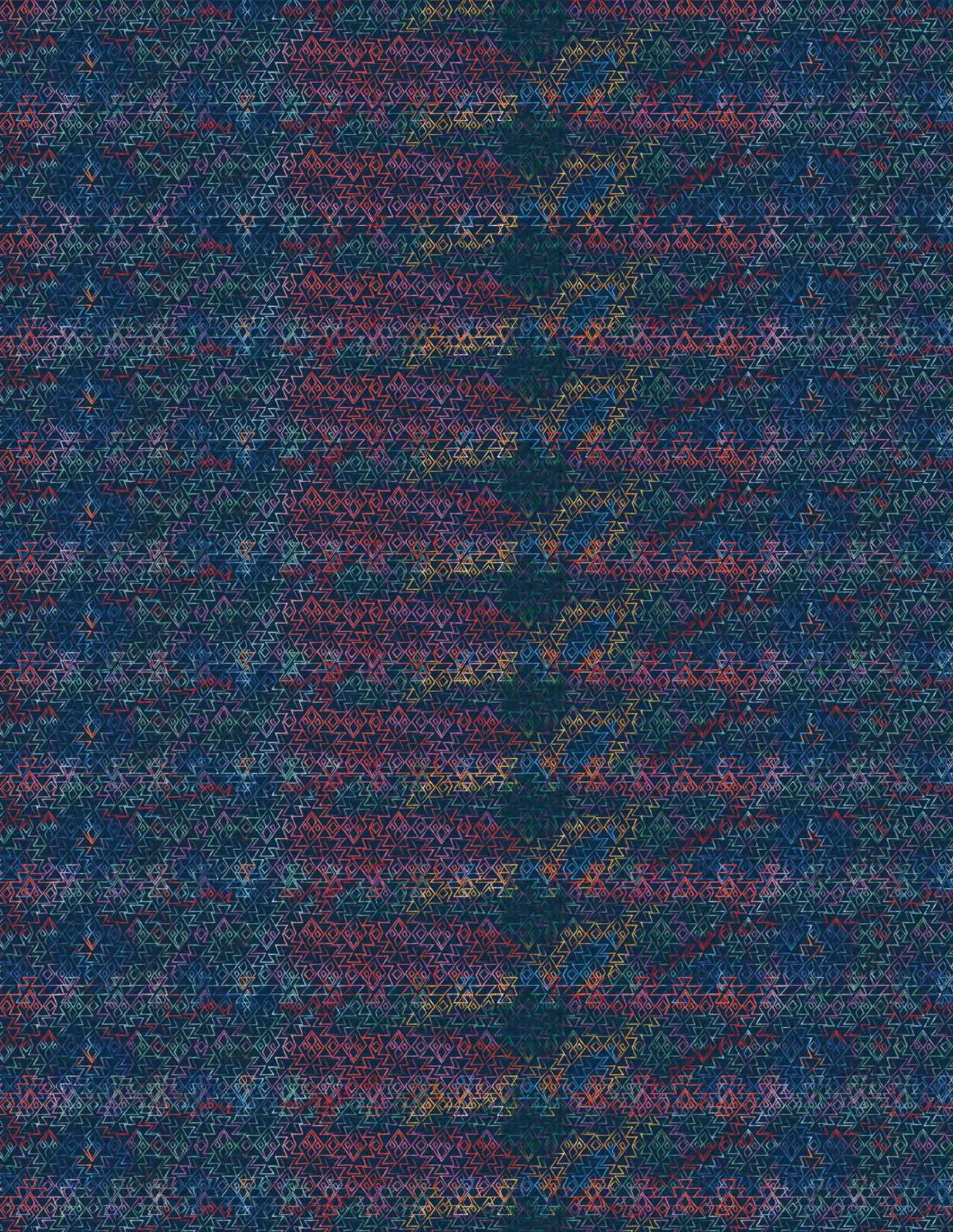
Maydellyn Falón Beatriz Mejía	Unidad de Diseño
-------------------------------	------------------

Diagramación y Diseño

Licda. Diana Karina Mejicanos	Unidad de Diseño
Licda. María Isabel Molina	Diseñadora Gráfica
Lic. Héctor Hugo Avila	Unidad de Diseño
Lic. Francisco Javier Chupina	Unidad de Diseño

Fotografías

Catálogo fotográfico	INGUAT
Lic. Carlos Adrian Ramos	Comunicación Social
Andrea Tórtola	Comunicación Social





Guatemala
Corazón del Mundo Maya