

**Instituto Guatemalteco de Turismo
INGUAT**



**Plan de Desarrollo Turístico, Departamento de
Sacatepéquez (PDT Sac.), Guatemala.**

Informe Ejecutivo

**Presentado por
CASABAL, 2010**

Coordinación: Gladys Mendizábal.

Equipo profesional:

Lorena Ninel Estrada
Velveth Estrada
Dalila Gaitán
José Miguel Gaitán
Francisco Girón
Gabriel Quiñónez
Susana Sedano

Personal profesional de apoyo:

Jorge Castiglione
Javier Chinchilla
César Samayoa
Luisa Zea

Personal técnico de apoyo:

Luis Reyna
Arturo Hernández
Esteban Miranda

Estilo y formato:

Lorena Ninel Estrada

El Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Sacatepéquez (PDT Sac.), se realizó del 5 de julio al 15 de diciembre de 2010. Las actividades se ejecutaron de acuerdo a un plan de trabajo guiado por los términos de referencia, regido por el contrato y acorde a la propuesta técnica de CASABAL presentada al INGUAT. Dicho plan abarca el Departamento de Sacatepéquez con sus dieciséis municipios: La Antigua Guatemala, Ciudad Vieja, Jocotenango, Magdalena Milpas Altas, Pastores, San Antonio Aguas Calientes, San Bartolomé Milpas Altas, San Juan Alotenango, San Lucas Sacatepéquez, San Miguel Dueñas, Santa Catarina Barahona, Santa Lucía Milpas Altas, Santa María de Jesús, Santiago Sacatepéquez, Santo Domingo Xenacoj y Sumpango.

Este desarrollo cronológico de las actividades fue el siguiente:

Fase 1: Diagnóstico y prognosis del sector turismo para cada uno de los municipios del departamento, el cual debe ser participativo (entorno, oferta y demanda turística).

Fase 2: Definición de la imagen objetivo para el turismo del departamento.

Fase 3: Identificación de objetivos para el desarrollo del turismo del Departamento.

Fase 4: Estrategia de desarrollo del turismo en el Departamento de Sacatepéquez.

Fase 5: La identificación de posibles fuentes de financiamiento para el PDT de Sacatepéquez.

Fase 6: La formulación de una propuesta para el control, evaluación y seguimiento del cumplimiento del PDT de Sacatepéquez.

El proceso se hizo de una manera sumamente participativa, para lo cual se realizaron 32 talleres municipales (2 por municipio) y 3 talleres departamentales.

En la etapa de preparación del trabajo, al inicio de la consultoría, se analizaron diversos documentos, algunos suministrados por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), y otros recopilados por CASABAL. Los principales documentos consultados y que sirvieron para orientar el desarrollo del trabajo fueron: i) FODAS de cada municipio, los cuales efectuó PRONACOM y SEGEPLAN como parte de la Agenda de Competitividad Turística de Sacatepéquez, ii) Planes de Desarrollo Municipal existentes, iii) Plan de Dinamización de Atitlán, iv) PDT de Chimaltenango, v) Inventario de Atractivos Turísticos, realizado en la Agenda de Competitividad Turística de Sacatepéquez (PRONACOM/SEGEPLAN), vi) Agenda Nacional de Competitividad 2005-2015 PRONACOM, vii) Ley de Protección de la Ciudad de La Antigua Guatemala, viii) Plan Estratégico Territorial, PET de Sacatepéquez, ix) Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible, 2004-2014, x) Plan de Reconstrucción Departamental de Sacatepéquez, SEGEPLAN, xi) Reglamento para Establecimientos de Hospedaje, INGUAT, xii) Reglamento para la Inscripción y Funcionamiento de las Escuelas de Español, xiii) Regulación para el Registro de las Agencias de Viaje/Tour Operador, INGUAT, xiv) Regulaciones/Reglamento para Inscripción y Funcionamiento de Guías de Turismo, INGUAT, xv) Planes de Marketing Turístico de INGUAT, xvi) Estadísticas del INGUAT, xvii) Resultados del Estudio de Mercado “Encuestas en fronteras a Turismo Receptor y Emisor” 2006-2007, realizado por CASABAL sobre 18,500, xviii) Resultados de la Encuesta del Gasto Turístico 2008 y el Perfil del Visitante Internacional» (INGUAT, 2009), estudios realizados por SIGMA DOS del 1 de noviembre de 2008 al 31 enero de 2009, con base en 2,714 visitantes internacionales, xix) Información de un estudio de Turismo Nacional, sobre 200 personas, realizado en el área metropolitana para INGUAT.

FASE I: Diagnóstico y pronóstico del sector turismo para cada uno de los municipios del departamento, el cual debe ser participativo.

Para el Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Sacatepéquez (PDT Sac.), se realizó el análisis detallado de la situación del departamento, en todos los múltiples aspectos que tienen que ver con la actividad turística, la oferta de servicios de todo tipo (hoteles, restaurantes, tour operadores, escuelas de español, cafés internet, transporte, etc.), los atractivos existentes y los productos desarrollados a partir de los mismos, la infraestructura, entorno de la actividad y la gestión del destino, entre otros.

Esta fase se subdividió en tres diagnósticos diferentes: i) diagnóstico del entorno, ii) diagnóstico de la oferta turística y iii) diagnóstico de la demanda (mercado de turismo extranjero y nacional).

1. Diagnóstico del entorno

El diagnóstico del entorno se realizó a nivel departamental y a nivel de cada uno de los 16 municipios del Departamento de Sacatepéquez. Los elementos analizados fueron:

- a) Territorio: localización geográfica, límites geográficos, superficie, recursos hídricos, vegetación predominante, clima.
- b) Demografía y economía: población actividades económicas, indicadores de salud, migraciones.
- c) Infraestructura social básica: infraestructura vial, establecimientos de educación y de salud.

Para la generación de la información fueron consultadas diferentes fuentes de datos, tratando de localizar la información más actualizada y que contara con un respaldo institucional, como el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación (MAGA), el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Instituto Nacional de Bosques (INAB) y el Instituto Geográfico Nacional (IGN).

Algunas de las limitantes encontradas al llevar a cabo el diagnóstico territorial para el PDT de Sacatepéquez fueron que la información que tiene respaldo institucional no está actualizada, un ejemplo de lo antes mencionado es el caso de los datos demográficos, los más recientes generados en el año 2002, en el Censo Nacional XI de Población y VI de Habitación del 2002, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), o bien la información generada por el Instituto Geográfico Nacional (IGN), cuya base es de la década de los años 70.

En el diagnóstico del entorno, desde el punto de vista turístico, se encontró un departamento con grandes contrastes: un área sur con mucho potencial de naturaleza en la franja volcánica y parques municipales incluyendo el Parque de Magdalena y el Cerro Nimachay de San Bartolomé Milpas Altas. Municipios con alto porcentaje de población indígena con mucha riqueza cultural: San Antonio Aguas Calientes, Santa Catarina Barahona, Santa María de Jesús, Sumpango, Santiago Sacatepéquez, Santo Domingo Xenacoj, entre otros. Áreas con analfabetismo y pocas escuelas con relación a la población, mientras las instituciones educativas se concentran en la Ciudad de La Antigua Guatemala. Una alta deforestación común en varios municipios del departamento.

2. Diagnóstico de la Oferta

Por el desarrollo del turismo en el Departamento de Sacatepéquez se han realizado muchas investigaciones de oferta de productos turísticos, pero las mismas se han concentrado mayormente en el Municipio de La Antigua Guatemala, y aún más en la cabecera municipal, es decir la ciudad de La Antigua Guatemala. El diagnóstico de la oferta para el PDT Sacatepéquez se realizó con el fin de analizar los productos del resto de municipios del departamento, para conocer cuáles de dichos productos podrían coadyuvar al desarrollo turístico de todo el departamento de Sacatepéquez, es decir de los 16 municipios que lo conforman, y así poder brindar las herramientas de planificación a nivel municipal que permitan que las municipalidades conozcan de una manera objetiva las potencialidades de cada municipio.

La razón principal de realizar este diagnóstico de la oferta es que si bien el Departamento de Sacatepéquez es el segundo destino turístico de Guatemala (31.90%) luego de la ciudad capital, la afluencia del turismo extranjero se concentra principalmente en el Municipio de La Antigua Guatemala, y dentro del mismo en la Ciudad de La Antigua Guatemala. Este desarrollo desigual no responde a la oferta posible de atractivos, sino que se debe a un polo de atracción singular, la Ciudad de La Antigua Guatemala, que por la concentración de productos que tiene y diversos factores, entre ellos la iniciativa privada concentrada en un solo lugar, se ha desarrollado más rápidamente. Esto no quiere decir que los otros municipios carezcan de atractivos, sino que los mismos no han sido analizados, identificados y desarrollados en la medida de sus posibilidades.

Además, existe una realidad turística que no está acorde con la realidad del departamento, La Antigua Guatemala se ha visualizado y promocionado como un destino de cultura colonial, a partir de sus iglesias, conventos, la ciudad misma, y se ha identificado al guatemalteco de origen maya como un productor y vendedor de artesanías; sin embargo, pocos guatemaltecos y casi ningún extranjero sabe que muchos de los municipios del departamento tienen un alto porcentaje de población maya, ni que existen municipios y lugares con una cultura maya viva, algunos con cultura agrícola ancestral, además del hecho de que muchos municipios cuentan con fincas de café y beneficios antiguos, y también elementos de cultura colonial en excelente estado de conservación.

El conjunto de los componentes de cultura maya viva, costumbres rurales, fincas, beneficios de café y elementos de tipo colonial abren posibilidades muy variadas. Sin embargo, para desarrollar el turismo a nivel municipal es necesario identificar y valorar estos posibles atractivos de una manera objetiva, de allí la necesidad de esta investigación y del diagnóstico de la oferta turística.

Se realizó un diagnóstico y análisis de la oferta de atractivos, productos, servicios e infraestructura de todos los municipios del departamento, con el fin de poder planificar un desarrollo más armónico del turismo en el departamento.

Se recopiló y analizó información sobre: i) la oferta de atractivos en los dieciséis municipios, ii) la oferta de servicios que ofrecen los municipios, iii) la infraestructura vial que permite llegar hasta los municipios y sus atractivos, y iv) la gestión del destino.

La recopilación y análisis de datos para el diagnóstico de la oferta turística del Plan de Desarrollo Turístico del Departamento de Sacatepéquez (PDT Sac.), Guatemala, se llevó a cabo durante el mes de julio de 2010. La oferta se centró específicamente en los atractivos turísticos naturales y culturales existentes.

El equipo consultor efectuó entrevistas, y utilizó varias fichas de recopilación de datos, equipo de geo-posicionamiento y cámara fotográfica para recabar información detallada de cada uno de los poblados y sus atractivos naturales y culturales. El análisis se llevó a cabo en conjunto, basándose en una metodología de evaluación desarrollada por miembros del equipo.

La recopilación de datos se llevó a cabo mediante entrevistas y fichas de recopilación de datos. Las fichas fueron desarrolladas por INGUAT, modificadas por el equipo consultor y fueron llenadas en campo.

La información se recopiló mediante observación, información secundaria, y/o la colaboración de miembros de las respectivas Direcciones Municipales de Planificación en cada municipio. A continuación se presenta un detalle de las herramientas utilizadas para recabar información de poblados, atractivos y municipalidades.

La recopilación de la información sobre centros poblados de cada municipio se llevó a cabo mediante la ficha que reúne información sobre distancias, accesos, servicios e información relacionada con la actividad turística de cada uno de los poblados en el Departamento de Sacatepéquez.

La recopilación de la información disponible en cada una de las municipalidades se recabó mediante la ficha que recopila información sobre los estudios que se han llevado a cabo en los municipios, obras públicas realizadas y por realizar, así como iniciativas públicas y privadas.

La recopilación de la información de cada uno de los atractivos naturales y culturales reúne información específica sobre distancias, accesos, servicios e información relacionada con la actividad turística a nivel de los atractivos del municipio.

Para establecer la categoría de atractivos se utilizó la información proporcionada por INGUAT, y para establecer la jerarquía de cada uno de los atractivos se utilizó la jerarquización de atractivos turísticos realizada por INGUAT con base en CICATUR-OEA. Asimismo, el equipo consultor utilizó equipo de geo-posicionamiento para recabar las coordenadas de los distintos atractivos. Cada uno de los atractivos se evaluó mediante criterios desarrollados por CASABAL. En el documento se describen la medición de criterios y se indican los aspectos a mejorar.

En la Ciudad de La Antigua Guatemala se encontraron 69 atractivos. La mayoría de ellos están concentrados en las 46 manzanas que datan del siglo XVI. En los otros municipios se encontraron 91 atractivos, varios de los cuales tienen potencial para convertirse en productos.

Actores clave de la gestión turística

En cada municipio se entrevistó a personas de la municipalidad, de la Oficina de Turismo en San Juan Alotenango, personas del Concejo Municipal o de la Dirección Municipal de Turismo (DMP), de otras municipalidades y se encuestó a personas de servicios de hospedaje, restaurantes/comedores, artesanos, propietarios de fincas, barrileteros, entre otros.

Oferta de servicios

Para llevar a cabo el levantamiento de datos de hoteles y restaurantes, se hizo un recorrido por cada uno de los municipios, haciendo un levantamiento de información consistente en nombre del establecimiento, dirección, tipo de establecimiento (restaurante, hospedaje, etc.) y su geoposicionamiento.

Se confirmó que la oferta de servicios turísticos está concentrada en La Antigua Guatemala, como puede verse numéricamente en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Servicios turísticos en Sacatepéquez, Guatemala.

Servicios turísticos	Sacatepéquez	La Antigua Guatemala	Otros municipios
Hospedaje	142	130	12
Restaurantes	171	119	52
Cafeterías	62	54	8
Tour Operadreas	129	124	5
Academias de Español	50	49	1
Alquiler de autos	77	60	17

Elaborado por: CASABAL, 2010. **Fuente:** Datos de hospedaje de INGUAT actualizados a marzo de 2010.

Para recopilar información sobre circuitos que realizan los tour operadores se llevó a cabo investigación cualitativa a través de cuestionarios a tour operadoras ubicadas en La Antigua Guatemala, en que se preguntaron datos para establecer el perfil de la empresa, número de trabajadores, segmento de turistas y circuitos en la ciudad y en los poblados. En total se aplicaron 33 cuestionarios a tour operadores y agencias de viajes locales en La Antigua Guatemala. Se encontró que la mayoría de tour operadores ofrece tanto el Tour de Ciudad como el Tour de Pueblos (con algunas variantes), y pocos ofertan otros circuitos diferentes.

El análisis de la información se realizó usando el análisis FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas) para cada uno de los municipios del Departamento de Sacatepéquez, después de haber realizado el trabajo de campo y tomando como base el análisis FODA para cada municipio realizado en 2009, en talleres de PRONACOM. Estos FODAS se validaron posteriormente en talleres en cada municipio.

3. Diagnóstico de la Demanda

La demanda está conformada por el turismo extranjero y el turismo nacional. El conocer el perfil de esos clientes, sus hábitos, su permanencia en el lugar y su nivel de gastos es imprescindible para cualquier tipo de planificación de productos; es decir, no podemos planificar un producto sin conocer las preferencias y el perfil del cliente.

De acuerdo con los Términos de Referencia y contrato para esta consultoría, los datos del Mercado Turístico o Demanda fueron tomados de dos fuentes:

La información más completa disponible en este momento, es decir el Estudio «Planificación, ejecución y presentación de resultados de encuestas en fronteras y aeropuertos de Guatemala, dirigidas al turismo emisor y receptor, 2006-2007», realizado para INGUAT, por medio de las empresas CASABAL y *Opinion Research*. Este estudio tuvo una duración de 13 meses y cubrió todas las fronteras terrestres y aeropuertos del país, lo que permitió conocer las variables a lo largo del año. Para realizar el estudio se llevaron a cabo 18,854 encuestas a turistas extranjeros, una muestra lo suficientemente grande para permitir que las muestras parciales a nivel de destinos, en este caso Sacatepéquez y La Antigua Guatemala, sean de un tamaño tal que permitan obtener resultados estadísticos parciales confiables. Con la información recabada se presentó el perfil del visitante (origen, género, grupo, motivos de viaje, etc.); costumbres (gasto, estructura del gasto, estadía, etc.), y preferencias del turista extranjero (actividades).

No obstante, se hacen comparaciones con los resultados de la Encuesta del Gasto Turístico 2008 y el Perfil del Visitante Internacional (INGUAT, 2009), estudios realizados por SIGMA DOS del 1 de noviembre de 2008 al 31 enero de 2009, con base en 2,714 visitantes internacionales.

El análisis de mercado o demanda se centró en la demanda o visitantes internacionales que llegan al Departamento de Sacatepéquez. Además de analizar el comportamiento turístico, se incluyó en el capítulo de Tour Operadores, información sobre los circuitos turísticos que realizan los operadores de turismo ubicados en Sacatepéquez. Sin embargo, se hace referencia a datos de turismo local obtenidos por un estudio corto sobre el tema por INGUAT.

Para Sacatepéquez, se generaron a partir de dicho estudio datos sobre a) El tamaño del mercado que llega al departamento (estimación de la demanda turística); b) perfil del turista, el cual incluye origen, edad, género, nivel de estudios, tipo de grupo, estado civil, estructura del gasto y actividades del turista, y c) determinación de motivaciones, que incluye motivo de viaje, actividades que realiza, tiempo que se queda el turista en promedio y origen y nacionalidad, en qué gasta, en promedio y por nacionalidad. Esta información se trianguló con datos de 2009 del Boletín Anual de Estadísticas de Turismo, que genera anualmente el INGUAT por medio de su sección de estadísticas del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, así como con la Encuesta del Gasto Turístico 2008 y el Perfil del Visitante Internacional (INGUAT, 2009), estudio realizados por SIGMA DOS del 1 de noviembre de 2008 al 31 de enero de 2009, con base en 2,714 visitantes internacionales.

El segmento de turismo nacional ha sido poco estudiado a nivel nacional. Para este análisis se contó únicamente con la información de un estudio de 200 personas, realizado en el área metropolitana para INGUAT. La información disponible, edad, lugar que se visitó y gasto del último viaje, se incluye en Anexos.

Se produjeron los siguientes resultados:

- El viajero que llega a Guatemala visita diferentes destinos, entre ellos La Antigua Guatemala y el área de Sacatepéquez. A Sacatepéquez llega el 31.90% de los visitantes internacionales (INGUAT 2007). De acuerdo al Boletín Anual de Estadísticas de INGUAT, en 2009 llegaron al país 1,776,868 visitantes, de los cuales de acuerdo con el porcentaje mencionado, habrán llegado a Sacatepéquez 566,821 turistas en el año 2009.
- La región de donde llegan más turistas a La Antigua Guatemala es América del Norte, de donde procede la mitad de sus visitantes. La segunda región es Europa, la cual conforma una cuarta parte de los visitantes totales. El 71% está comprendido entre los 18 a los 44 años. Llega un 44% de mujeres y 56% de hombres. Más del 80% de los visitantes ha cursado estudios superiores. Viajan solos o en pareja. El 63.7% son solteros y el 28.2% son casados.
- El 74.2% de los visitantes llegó por ocio, recreo o vacaciones. Tanto estadounidenses como europeos privilegian las actividades culturales (35% y 37.8% respectivamente).
- El estadounidense pernocta en La Antigua Guatemala 2.9 noches y el europeo 3.7 noches, ambos invierten en este lugar un tercio de su estancia promedio en Guatemala.
- El estadounidense gasta US\$ 105.46 y el europeo US\$ 81.78 durante su estancia en La Antigua Guatemala.

El diagnóstico se realizó durante las primeras cinco semanas de la consultoría, ya que las tres semanas siguientes se presentaron los resultados en talleres para su validación.

FASE II: Definición de la Imagen Objetivo para el turismo, del Departamento

En esta Fase se definió en forma participativa una imagen-objetivo para el turismo de cada municipio y del departamento, mediante talleres en cada uno de los municipios del Departamento de Sacatepéquez.

Los talleres se realizaron del 23 de agosto al 11 de septiembre de 2010. Los mismos se efectuaron con el acompañamiento de personal de INGUAT Regional de La Antigua Guatemala: Karina Santos y Carlos Haase. Por parte de CASABAL dirigieron los talleres: Javier Chinchilla, Gladys Mendizábal, Dalila Gaitán y Jorge Castiglione.

Una limitación en los talleres fueron los diferentes niveles de escolaridad de los participantes en los distintos municipios, así como algunas veces diferentes niveles de escolaridad dentro de un mismo grupo. Fue una limitante también que algunas personas no supieran leer y escribir, lo que hizo que se sustituyeran los medios escritos por motivación para la participación en forma verbal.

Para lograr los resultados deseados en dichos talleres se utilizó una metodología participativa, por medio de la cual se motivó la intervención de los participantes con el objetivo de conformar conjunta y consensuadamente la visión o Imagen Objetivo de su municipio en un futuro cercano.

Los talleres contaron con la participación de los distintos sectores de cada municipio: el sector privado que presta servicios al turismo en hospedaje y alimentación, personas tejedoras, fabricantes de botas, barrileteros, cofrades, grupos folklóricos, asociaciones, guías locales, pintores, envasadores de frutas, cocodes y representantes de las municipalidades.

Para alcanzar como resultado una imagen objetivo de cada municipio se utilizó una metodología participativa en diez y seis talleres, uno por municipio. Una metodología participativa se basa en la experiencia previa e historia de los participantes para generar conocimiento en procesos creativos, donde los asistentes son actores activos que construyen. Se parte de una realidad concreta (la situación actual del turismo en su municipio), con base en la cual se reflexiona para generar una visión a futuro de su mismo municipio, en un proceso inductivo de la realidad hacia lo abstracto.

Para elegir la metodología se analizaron diferentes metodologías que se han utilizado en procesos participativos para determinar la que se adecue más al público objetivo. Se utilizaron los principios de la metodología CEFE¹ de aprender haciendo, que es usada en procesos de aprendizaje de adulto. Se usaron elemento de la metodología de OIT, traducidos a términos menos técnicos y de mayor comprensión por el público, y se integraron elementos de la metodología de Santos de Morais, adaptada a menos recursos.

Se tuvo en cuenta como elemento principal el nivel sociocultural del público objetivo, de lo cual surgió el modelo que parte de lo particular y tangible para ir poco a poco yendo a lo general e intangible, como lo es la Imagen Objetivo de la actividad turística en un municipio. La metodología es participativa e interactiva. No trató de imponer una idea, sino de crear una idea a partir de la participación respetuosa de todos.

Imagen objetivo de Sacatepéquez

Derivado de las acciones del Plan de Desarrollo Turístico PDT Sac., dentro de algunos años Sacatepéquez como departamento se habrá transformado en el primer destino turístico de Guatemala, producto del aumento de flujo turístico y un día de estadía adicional.

¹ La metodología CEFE que por sus siglas en alemán *Competency based economies through formation of entrepreneurs* fue desarrollada por GTZ (Cooperación Técnica Alemana), es una metodología participativa que ha usada en proceso de aprendizaje (aprender haciendo) con orientación a competencias emprendedoras.

Si bien La Antigua Guatemala continuará siendo el principal centro de distribución debido a sus servicios y atractivos de ciudad, en los restantes quince municipios y aldeas se habrán desarrollado productos turísticos de distinta naturaleza, basados en cultura maya viva, agroturismo, naturaleza, y artesanías no tradicionales, que conformen una oferta complementaria, combinadas con el desarrollo de los servicios complementarios que faciliten la visita turística.

El turismo será el eje articulador de la economía de la mayoría de municipios, que conjuntamente a otras actividades propias de cada poblado, dinamizarán la economía local. El crecimiento de la oferta turística se estará dando de forma ordenada y regulada y los centros poblados de cada municipio habrán mejorado su imagen urbana respetando su autenticidad.

En cada municipio se habrán desarrollado y fortalecido los comités u organizaciones turísticos que agrupen a las autoridades municipales, a la sociedad civil y al sector privado. A nivel departamental se habrá generado y fortalecido una asociación que agrupe a los distintos sectores y niveles de la actividad turística que tomarán el liderazgo en la ejecución de los planes o proyectos que defina el Plan. Se habrán fortalecido las alianzas municipales con la población en pro del turismo.

Se estará realizando un mercadeo agresivo y novedoso que presentará al Departamento de Sacatepéquez, no sólo con una oferta de cultura colonial, sino una combinación de la cultural colonial española y expresiones diversas de la cultura maya. Las imágenes objetivo obtenidas en el orden cronológico en que se realizaron los talleres, entre el 23 de agosto y el 11 de septiembre, son las siguientes:

a. Imagen objetivo del Municipio San Antonio Aguas Calientes

En 2015, San Antonio Aguas Calientes será un poblado que haya aumentado la llegada turística como producto de la diversificación de la oferta basada en otros aspectos de la cultura kakchiquel. Se habrán desarrollado más servicios de gastronomía de alta calidad gestionados por grupos de mujeres y todos los productos serán promovidos.

b. Imagen objetivo del Municipio de Pastores

En 2015 Pastores será conocido como el destino turístico de los talleres artesanales, el más importante de ellos (turísticamente hablando), el cuero con su producción de botas artesanales, donde los tour operadores que llevan grupos a Panajachel y Chichicastenango se estarán deteniendo de nuevo para recorrer su calle y realizar compras tanto de botas como de otros artículos diversos de cuero y otros materiales hechos para el turismo.

Habrá mejorado la imagen de su calle principal, sus fachadas serán pintadas con una paleta de colores, tendrán rótulos estandarizados y habrá expresiones de todo tipo de artesanías elaboradas en Pastores, donde se mostrarán los procesos de las mismas: cuero, madera, cerámica, yeso, sastrería, fibra de vidrio, herrería.

Habrán conformado una organización de artesanos diversos y se promoverán conjuntamente mediante página web y portales. Para turismo nacional se habrá terminado de desarrollar el balneario Aguas Calientes, el cual será seguro y se habrá asfaltado el kilómetro de la entrada.

c. Imagen objetivo del Municipio San Juan Alotenango

En 2015, San Juan Alotenango será un poblado seguro, que se conocerá como un destino de volcanes y naturaleza, donde hay muchas expresiones artesanales. Se habrán desarrollado servicios de alimentación, así como hospedaje campestre (5 bungalos) relacionado con volcanes. Será un poblado con calles y fachadas limpias.

Los artesanos tendrán un mercado directo con los turistas en el parque ecológico, mostrarán los procesos de sus diversas artesanías y se expresarán en inglés para mejorar la comunicación con los turistas. Se estará realizando un tour nocturno al kiosco en la plaza de Alotenango para ver la erupción del volcán, y se mostrarán los procesos de artesanía.

De octubre a abril habrá una cartelera diaria de oferta de ascensos al volcán donde la comunidad brindará la seguridad (desde la cima se ve toda la cordillera, por lo menos 15 volcanes, e incluso el Lago de Atitlán).

Toda la oferta de Alotenango se estará promocionando por medio de página web y portales.

d. Imagen objetivo del Municipio San Miguel Dueñas

En 2015 San Miguel Dueñas habrá aprovechado la actual afluencia de turismo a Valhalla, y estará posicionado como un destino de naturaleza que tenga oferta diversificada en sus diferentes niveles: relajación y observación de naturaleza, actividades deportivas en la naturaleza hasta aventura extrema. Habrá integración de la comunidad, la iniciativa privada y la municipalidad, en torno al turismo.

Se habrán gestionados fuentes de financiamiento para los diferentes proyectos municipales y privados. Habrá mayor desarrollo de servicios de comida con capacidad instalada para grandes grupos, al aire libre con vista a los volcanes y se habrá desarrollado oferta de hospedaje.

Habrá recurso humano local capacitado y con dominio del idioma inglés que se haya integrado en los proyectos. Habrá seguridad en las visitas de naturaleza.

e. Imagen objetivo del Municipio San Lucas Sacatepéquez

En 2015, San Lucas Sacatepéquez será un municipio donde los actores del turismo (principalmente alrededor del tema de gastronomía) se habrán organizado para el desarrollo turístico de su municipio.

Serán promocionados (conjuntamente) con fines turísticos en diferentes medios (entre ellos el cable) el Mercado del Caminero y todos sus productos: gastronomía local, artesanías, dulces típicos entre otros; las diferentes ofertas gastronómicas de restaurantes, comedores y cafeterías; los eventos culturales programados.

Habrá mejorado grandemente la calidad de sus servicios y atención al cliente. Se habrá solucionado el problema vial y de parqueo especialmente en fines de semana (por medio de convenios entre las entidades respectivas, los restaurantes y el mercado El Caminero). Los reglamentos y acuerdo se harán cumplir por las partes responsables. Habrá compromiso y voluntad de los diferentes sectores.

f. Imagen objetivo del Municipio Santiago Sacatepéquez

En 2015 Santiago Sacatepéquez será un municipio donde los diferentes grupos trabajarán en forma organizada en pro del desarrollo turístico (no en forma individual).

Se habrá organizado en forma consensuada, de tal manera que se organizarán tour guiados durante los procesos de elaboración de los barriletes que se volarán el 1 y 2 de noviembre, que beneficien económicamente a la población. Para lo cual se habrán hecho convenios previos con los tour operadores y se habrán preparado guías locales. Además se habrán generado vídeos de todos los pasos del proceso.

En el Museo Regional de Santiago habrá un área específica para los barriletes (por ser el tema central del municipio y distintivo de la región) donde se proyectará por medio de un vídeo, el contenido del proceso de elaboración de los barriletes gigantes.

Habrá (de ser posible) talleres de elaboración de barriletes de menor tamaño (para que los visitantes puedan interactuar en el proceso). Pero no solamente se exhibirán los barriletes, sino se explicará cuál es el origen y el significado de los mismos dentro de la tradición de Santiago. Como incentivo al primer lugar, se haría una fotografía vinílica gigante del barrilete (con el objetivo de ir documentando el evento).

Habrá paquetes vendidos por medio de tour operadores, que beneficien económicamente a la comunidad. Los tour operadores habrán incorporado en sus croquis turísticos. El 1 y 2 de noviembre la visita se hará de forma muy organizada (por la municipalidad y organizaciones), no sólo a nivel vial, sino que se habrá reglamentado la publicidad entre otros aspectos.

Además se estarán promoviendo los grupos folklóricos, las visitas a los grupos de tejedoras organizadas y visitas a presentaciones de la ceremonia maya.

g. Imagen objetivo del Municipio Santa Lucía Milpas Altas

En 2015, Santa Lucía Milpas Altas será conocida como La Ciudad Gourmet de Sacatepéquez, con un desarrollo dirigido a turismo nacional de fin de semana; será un poblado seguro, cuyas carreteras de acceso estarán muy iluminadas, llenas de flores, limpias y habrá botes de basura en el interior de la ciudad.

Las ventas ahora “informales” se desarrollarán en forma ordenada y harán sus contribuciones al fisco. El sector empresarial se habrá organizado en un comité. El poblado y sus servicios estarán señalizados, con áreas de parqueo que faciliten las visitas al lugar. Habrá una oficina de información turística municipal que promueva el tour hacia el municipio.

h. Imagen objetivo del Municipio Jocotenango

Con la finalidad de aumentar la estadía, en 2015 Jocotenango será un municipio ordenado urbanísticamente y se habrá desarrollado como un corredor turístico: Antigua, San Felipe, Filadelfia, Parque (iglesia, parque) y la Azotea. Habrá pasos peatonales que unan a la Azotea con el parque de Jocotenango y Filadelfia donde se habrán hecho alianzas entre los artesanos.

Se habrán promovido las visitas a los talleres de los artesanos, que pueden ser realizadas en las casas o lugares habituales de elaboración de las mismas. Se habrá desarrollado la cultura turística a nivel de establecimiento, guías y otros.

i. Imagen objetivo del Municipio Santa María de Jesús

Santa María de Jesús será un municipio donde se habrá conservado y revalorado la cultura kakchiquel. Además de ser un destino de naturaleza (volcán y senderos), se estarán desarrollando en Santa María visitas turísticas planificadas con enfoque cultural, tanto a las cofradías, a las señoras tejedoras y telares de pedal, así como también a los eventos culturales programados que se desarrollan mensualmente (el 1 de cada mes) y anualmente (ferias y otros eventos de cofradías).

Santa María será un poblado con mayor limpieza de su entorno (se habrá puesto en funcionamiento la planta de tratamiento y de aguas residuales y se habrán desarrollado programas de sensibilización de la población hacia la basura), y se habrá rescatado por medio de color las fachadas de sus casas para que el poblado no pierda su autenticidad. Se estarán haciendo visitas

a su día de mercado (martes, viernes y domingo). Se habrá desarrollado un mercado de artesanías o lugar de venta de sus tejidos artesanales.

j. Imagen objetivo del Municipio de Santa Catarina Barahona

Santa Catarina Barahona será un poblado donde habrá organización entre sector privado, autoridades y cocodes. Estará señalizada la llegada al municipio como los lugares de atractivos culturales y de naturaleza.

Se habrán desarrollado tanto la artesanía (visitas a las casas) como la naturaleza (sendero). Se habrá desarrollado los servicios en base a gastronomía local (pepián con tayuyos. Berro, después de la visita a los cultivos).

Se habrán capacitado guías locales de turismo que conozcan sobre las plantas y sobre la cultura. Tendrá un plan de reciclaje en funcionamiento y se habrá hecho sensibilización sobre la basura, por lo que el tren de aseo actual funcionará totalmente. Se habrá hecho la planta de tratamiento de basura.

k. Imagen objetivo del Municipio de La Antigua Guatemala

En 2018, La Antigua Guatemala será la ciudad Patrimonio de la Humanidad, que junto con sus Aldeas estará conservada y resguardada, será segura, ordenada, limpia y auténtica, donde el turismo sea el eje articulador de la economía intersectorial. La Antigua Guatemala y sus aldeas serán centros urbanos que crecen de forma ordenada, limpia y sin contaminación. Por medio de la ejecución de los planes existentes habrán solucionado el problema vial y de parqueos en la ciudad.

Circundada por un cinturón verde, La Antigua será una ciudad que da prioridad al peatón, donde la mayoría de las calles serán verdaderos paseos, donde se pueda realizar paseos y actividades nocturnos. Se habrán creado corredores turísticos que una a la Ciudad con las aldeas de acuerdo a su oferta turística especializada. Se estarán promoviendo sus atractivos y recursos identificados, debidamente señalizados e interpretados y con suficiente información al turista para agregar valor a la visita. Ofrecerá diversidad de circuitos y rutas turísticas hacia los atractivos del departamento, en forma de actividades ambientalmente amigables que integren visitas a los talleres artesanales y de pintura u otras expresiones artísticas y artesanales.

Será un centro donde se habrán realizado alianzas y otras formas de cooperación entre los actores del turismo y existan canales de financiamiento accesibles. Las pequeñas y medianas empresas tendrán acceso a redes de comercio internacional. Las empresas habrán generado mejores sistemas de gestión administrativos que les permitan ser competitivos en el mercado. Las pequeñas y medianas empresas tendrán acceso a redes de comercio internacional.

La Antigua Guatemala y sus aldeas serán el mejor destino para aprender español con una metodología atractiva, servicio personalizado y precios competitivos, alto grado de profesionalismo y acreditación académica. Asimismo, se habrán fortalecido las alianzas municipales con la población en pro del turismo.

l. Imagen objetivo del Municipio de San Bartolomé Milpas Altas

San Bartolomé será un municipio limpio, señalizado desde la entrada y que indique la vía hacia el cerro Nimachay, como hacia los lugares de cultivos de pera y frutas y casas donde se siembran las orquídeas.

Se habrán recuperado las tierras ahora con siembra que es parte del Cerro Nimachay. Se habrá terminado el Centro de Acopio. Habrá un local destinado a la Casa de la Cultura. Probablemente

en el área de 50 cuerdas donde estarán las instalaciones deportivas, que es un terreno que tiene vista hacia todo el poblado (se tendría que ampliar la calle).

La casa de la cultura tendrá muestras del traje típico de San Bartolomé debidamente explicado el significado del traje. Se habrá logrado un convenio o acuerdo entre la municipalidad y la sociedad civil y habrán generado la normativa para el buen funcionamiento turístico de San Bartolomé.

Se estarán haciendo recorridos hacia san Bartolomé partiendo del Cerro de la Cruz o desde San Juan Gascón, pasando por el Cerro Nimachay (con mirador, senderos y restaurante de cocina local), donde harán un recorrido que terminará en San Bartolomé, en donde se visitarán las casas donde se reproducen las orquídeas (cuyo proceso será explicado), así como a cultivos de frutas (abonos orgánicos) y productos de los frutales del municipio (envasados), explicando el proceso y sobre todo que no tiene aditivos químicos. Ya se habrán terminado los 800 metros el alcantarillado de la entrada principal.

Se desarrollarán visitas a eventos anuales como el 24 de agosto y el 8 de diciembre, y podrán apreciar los diferentes bailes (baile de La Pedida, Los Desafíos, del Torito, bailes folklóricos). Se habrán impreso y publicado las Loas.

m. Imagen objetivo del Municipio de Magdalena Milpas Altas

En algunos años Magdalena será un municipio señalado desde la carretera de La Antigua Guatemala, las fachadas de las casas a lo largo de la entrada tendrán los colores propios del poblado antiguo. Será conocido por su Parque Municipal, al cual se estarán realizando recorridos guiados por personas locales y se estarán haciendo visitas a las plantaciones de aguacate, durazno y hortalizas, donde se habrán generado proyectos demostrativos modelo.

La cabecera municipal de Magdalena Milpas Altas habrá mejorado la organización, limpieza y ornato del área urbana, transformándose en un pueblo atractivo. Habrá una oficina municipal de turismo y más transporte turístico.

En el parque regional municipal veremos en los próximos cinco años la construcción y operación de cuatro miradores, desde los cuales se podrán observar los diferentes atractivos (ver fotos de carpeta), áreas de juegos infantiles, hospedaje campestre dentro del parque, contará con parqueo, se harán senderos. En el parque regional se reforestarán las áreas que lo requieran con especies originarias del municipio. Se exhibirán orquídeas, se visitará el parque para observar quetzalillo; se habrá reconstruido el camino, el cual se mantendrá en buen estado para el ascenso al parque.

n. Imagen objetivo del Municipio de Santo Domingo Xenacoj

Santo Domingo será un poblado que aunque es muy ordenado y auténtico, habrá aumentado su flujo turístico y recibirá beneficio de las visitas de los turistas.

Se habrán organizado en torno al turismo las principales personas relacionadas con el tema: cofradías, hermandades, grupos folklóricos, con el apoyo de la municipalidad, involucrando asociaciones afines al mismo.

Habrán hecho convenios con los operadores de turismo para recibir y guiar visitas a la Cofradía de Santo Domingo (donde recibirán una explicación de algún(a) cofrade; al centro de la población, Calvario, Hermandad, barriletes y otras, así como al área boscosa. Habrán más visitas organizadas en días especiales como la Semana Santa, el 4 y 11 de agosto, 31 de octubre, 1, 14 y 29 de noviembre y otras fechas, así como durante las posadas del 16 al 23 de diciembre, donde podrán observar tanto las actividades como los trajes ceremoniales de las parejas de la Cofradía.

Visitarán los procesos que se realizan para hacer los trajes tradicionales y podrán visitar sastrerías que trabajen en sus propias viviendas.

Los grupos de turistas tendrán la oportunidad de probar el pulique con tamalitos en un comedor comunitario donde también podrán ver el proceso del tejido, verán a los pintores locales mientras realizan sus pinturas, comida que será amenizada por un baile folklórico o músicos del lugar.

o. Imagen objetivo del Municipio de Ciudad Vieja

Dentro de algunos años Ciudad Vieja será una población donde se habrán revalorado muchos de los aspectos culturales que existen, sobre los cuales se habrá recopilado información, tanto sobre los elementos arquitectónicos como las expresiones culturales relacionadas con los bailes y los talleres de tallado de madera y de hierro, entre otros.

Habrán hecho convenios con los operadores de turismo para recibir y guiar visitas más organizadas que beneficien a la población. Que además de la visita a la plaza, se pueda visitar la iglesia donde se pueda integrar el coro local, si se hace previamente planificado; se presentarán los bailes antiguos con alto valor como el Baile de los Diablos, sobre el cual se explicará sus significados, y se organizarán visitas a los edificios antiguos explicados por guías locales (previamente capacitados y preparado el guión turístico).

También se harán visitas a las viviendas donde hay talleres de madera y hierro para ver el proceso artesanal en madera, hierro y otras, así como visitas a los talleres de reconstrucción de buses. Se habrá señalado turísticamente el municipio que permita llegar con facilidad a los diferentes atractivos. En el futuro se habrán organizado turísticamente. Contarán con apoyo municipal.

p. Imagen objetivo del Municipio de Sumpango

Dentro de algunos años Sumpango será un municipio desarrollado turísticamente con base en varias de sus expresiones culturales: barriletes, lugares ceremoniales, pinturas, tejidos, artesanías, a manera de generar visitas turísticas durante todo el año.

Visitas guiadas y organizadas al proceso de elaboración de barriletes en alguna fase de su elaboración: del diseño, los cortes, los moldes y la elaboración final de los barriletes que se volarán el 31 de octubre al 2 de noviembre en el campo, y que se elaboran en varios sectores de la población. Caminatas cortas hacia lugares sagrados donde se realizan ritos, visita a la galería del grupo de pintores donde verán el proceso de elaboración de las pinturas. Se elaborarán réplicas pequeñas de los barriletes para vender a los turistas.

Se habrán desarrollado servicios de comida local para grandes grupos cuya comida sea amenizada por músicos locales: marimba y arpa, de acuerdo a la elección previa del grupo de turistas. Se habrá logrado un espacio físico para exhibir los barriletes elaborados, donde los guías locales explicarán el contenido de la representación de costumbres y tradiciones expresadas en los mismos.

Se habrán organizado de tal manera que los fondos que consigan se distribuirán de tal manera que beneficien a todos los grupos. Se estará haciendo publicidad de todas sus expresiones culturales.

FASE III: Identificación de objetivos para el desarrollo del turismo, del Departamento

Para la identificación de objetivos específicos a nivel municipal, que permitan generar un objetivo macro a nivel departamental se siguió un procedimiento metodológico cuidadoso y secuencial que asegura su objetividad y estrecha relación con el diagnóstico y su resultado. Dicha formulación parte de las debilidades de los análisis FODA de cada uno de los municipios para determinar las debilidades más comunes a todos. Se encuentra que estos problemas internos son causa de un problema mayor: El desbalance entre el poco desarrollo turístico de los otros municipios y el exceso de presión sobre La Antigua Guatemala.

El «producto turístico» se diferencia de otros productos en que el mismo no se lleva hasta donde está el cliente o turista, sino que es el turista quien tiene que llegar hasta donde está el producto turístico. Esta situación confiere especial énfasis al entorno del producto turístico, por lo cual se analizaron también las causas externas, las cuales tienen relación con dicho producto. Lo que compra el turista es una «experiencia», la cual está integrada por los productos, servicios y el entorno que le proporciona el destino turístico. Esto lleva al análisis de amenazas. Las amenazas pasan a conformar los factores externos que influyen en el problema principal de poco desarrollo turístico.

Se analizan las consecuencias del problema principal que llevan a la consecuencia última que se describe como poco desarrollo socioeconómico de los municipios generado por el turismo. Con estos insumos se conforma el árbol de problemas.

Con base en ellos se elaboró el árbol de objetivos, donde el problema principal se traduce al objetivo principal. Metodológicamente, tanto las causas internas como las externas, agrupadas por problemática, se convierten en objetivos de ejes estratégicos, los cuales corresponden a los pilares de la Política Nacional de Turismo Sostenible 2004 – 2014. Cada eje estratégico tiene un objetivo de eje y objetivos específicos.

Resultados: El fin será: Mejorar la situación socioeconómica y ambiental de los municipios de Sacatepéquez, por medio de la generación de nuevas iniciativas de empresas, empleos y actividades turísticas diversificadas, vinculadas a nuevos productos y servicios para los visitantes, con el objetivo de aumentar la estadía turística en un día adicional en Sacatepéquez y del aumento del flujo turístico especializado, para lo cual será importante también la priorización de la planificación urbana y territorial por parte de las municipalidades. El Objetivo general es: Desarrollar turísticamente los municipios de Sacatepéquez para quitar presión sobre la Ciudad de La Antigua Guatemala, redistribuyendo el flujo de turismo en todos los municipios. A partir de lo cual se plantean Ejes de Desarrollo de producto turístico, Eje de Mercadeo, Eje de Seguimiento al plan de cual forma parte la gestión y otro grupo de Ejes referidos al entorno turístico cuyas acciones recaerán sobre la instancia municipal y gubernamental.

FASE IV: Estrategia de Desarrollo del Turismo en el Departamento de Sacatepéquez

Para establecer las estrategias se utilizaron dos métodos distintos pero complementarios. Se hace un análisis con base en la matriz de Ansoff, más conocida como matriz de producto/mercado, donde se confronta el producto actual (cultura colonial) y futuro (expresiones de cultura étnica y naturaleza) con el mercado actual (segmento cultural) y futuro (otros segmentos especializados), lo que lleva a la toma de decisión de la primera estrategia: Desarrollo de Producto Diferenciado.

Luego se hace otro análisis utilizando como base el análisis FODA, el cual fuera validado en los talleres realizados a nivel municipal como final de las fases 1 y 2 del Plan de Desarrollo Turístico. A partir del mismo se realizan los cruces posibles, es decir que las estrategias surgen de confrontar Fortalezas con Oportunidades (FO), y Debilidades con Oportunidades (DO).

En cada uno de los ejes estratégicos se privilegió una forma de alcanzar los objetivos: En el Eje Estratégico de Desarrollo de Producto Turístico se usará una Estrategia de Productos Diferenciados, basada en los atributos relevantes en cada municipio. En la Gestión para el Desarrollo Turístico será primordial la alianza estratégica público privada para el desarrollo turístico.

En la Gestión Financiera la estrategia de fortalecimiento y formación de actores para la gestión financiera será imprescindible para que se logre acercar a los actores a las fuentes de financiamientos y tengan las capacidades para presentar los proyectos a las entidades de financiamiento. En el eje de mercadeo será importante una estrategia de posicionamiento diferenciado de la región de Sacatepéquez. Un posicionamiento para la región y una diferenciación para cada municipio.

En el Eje de Formación y Capacitación nuevamente las alianzas estratégicas serán relevantes para lograr la alfabetización de comunidades, siguiendo el modelo de San Agustín Acasaguastlán y las alianzas que ellos realizaron, así como las alianzas con INTECAP para la formación de cuadros técnicos capacitados en turismo y las alianzas con entidades que formen (becas, pasantías, capacitaciones directas) tanto a las autoridades, a los técnicos municipales, como a los actores que dirijan el proceso del Plan de Desarrollo Turístico.

En el eje de información será ineludible la sistematización de la numerosa información recopilada sobre recursos, productos y servicios, y sobre todo la comunicación con los actores del turismo para que la información cumpla su objetivo.

FASE V. Formulación del plan de acción: programas, proyectos y actividades

El Plan de Acción, es el conjunto de acciones (proyectos y actividades) con que se van a alcanzar los objetivos propuestos al inicio del Plan de Desarrollo Turístico de Sacatepéquez.

El Plan de Acción formula las acciones del Plan de Desarrollo Turístico de Sacatepéquez PDT SAC, por medio de programas, proyectos y actividades en cada uno de sus Ejes Estratégicos. Como se había definido anteriormente, los ejes estratégicos surgieron mediante el análisis FODA, para dar solución a la problemática detectada y causante del desbalance entre el poco desarrollo turístico en los municipios de Sacatepéquez y el exceso de presión sobre la ciudad de La Antigua Guatemala. Los ejes corresponden a los pilares de la política nacional para el desarrollo turístico.

Hay cuatro grandes áreas de acciones: i) Las acciones del área de Desarrollo de Producto que incluyen los ejes de desarrollo de producto, gestión financiera, capacitación e información, ii) las acciones del área de Mercadeo, iii) las acciones del área de Seguimiento al PDT Sac. que integran la gestión para el seguimiento y la generación de información para el mismo fin, y iv) las acciones para el desarrollo del entorno turístico que dependen de las autoridades municipales o gubernamentales y tienen relación con los temas de seguridad, contaminación ambiental, auditiva y visual, planificación territorial, urbana y vial, vulnerabilidad a desastres naturales y forestación. Hay acciones para todo el departamento o específicas de un municipio.

- El eje de desarrollo de producto presenta una o más acciones en cada departamento para desarrollar producto turístico de acuerdo a la estrategia planteada.
- El eje de capacitación propone acciones de formación, de capacitación, de sensibilización y de inducción al tema turístico.
- El eje de mercadeo expone un grupo de acciones coherentes que buscan posicionar al Departamento de Sacatepéquez.
- El eje de seguimiento al PDT Sac. formula las acciones relacionadas con la organización local y departamental, así como las oficinas municipales de turismo.

Algunas acciones específicas se presentan en forma de perfiles de proyectos describiendo las actividades y los montos de las mismas con mayor especificidad. Las acciones forman parte del Plan de Desarrollo Turístico de Sacatepéquez para que dicho plan se pueda llevar fácilmente a la ejecución.

El Plan de Acción describe las acciones departamentales y municipales a llevar a cabo dentro del marco del PDT Sacatepéquez, una parte muy importante de este Plan de Acción son los Planes de Desarrollo Turístico Municipal, que son uno de los aspectos más importantes del PDT.

Objetivos del Plan de Acción

1. Objetivo general

Formular el plan de acción: programas, proyectos y actividades que conformarán el Plan de Desarrollo Turístico de Sacatepéquez, PDT - SAC

2. Objetivos específicos

- Identificar acciones por eje estratégico.
- Establecer y describir las acciones a nivel departamental y municipal para cada eje estratégico.
- Establecer el plazo y prioridad de cada acción.
- Identificar a los participantes y fuentes de financiamiento para cada acción, así como al responsable de su ejecución.
- Calcular el presupuesto necesario para cada acción.

Concepto de atractivo, recurso y productos turístico

Se llama atractivo turístico al elemento singular de un área, el cual potencialmente se puede convertir en un recurso si se le pone en valor o se adecua. Se le denomina recurso turístico cuando se ha puesto el atractivo en valor para una demanda dispuesta a disfrutarlo o contemplarlo y pagar por eso. Se convierte en un producto turístico cuando se combinan recursos turísticos con los servicios necesarios, en torno a uno o varios temas relacionados y se comercializa adecuadamente, es decir que un producto turístico necesita un proceso por el cual pueda ofrecerse conjuntamente con servicios (transporte, guía, interpretación) y comercialización.

Metodología para formular el Plan de Acción

En fases anteriores se identificaron los ejes estratégicos que surgieron para dar solución a la problemática detectada mediante el análisis FODA. Las acciones se organizan en cuatro grandes áreas: A) Las acciones del área de Desarrollo de Producto a nivel departamental y del municipio, que incluyen los ejes de desarrollo de producto, gestión financiera, capacitación e información, B) las acciones del área de Mercadeo a nivel departamental y del municipio, C) las acciones del área de seguimiento al PDT Sac. que integran la gestión para el seguimiento y la generación de información para el mismo fin, y D) las acciones para el desarrollo del entorno turístico que dependen de las autoridades municipales o gubernamentales y tienen relación con los temas de seguridad, contaminación ambiental, auditiva y visual, planificación territorial, urbana y vial, vulnerabilidad a desastres naturales y forestación.

Para describir las acciones se utiliza un cuadro síntesis. El cuadro identifica el eje que corresponde, nombre y descripción de la acción, aclarando si se trata de una acción departamental o indicando el nombre cuando se refiere a un municipio. Sobre la acción se describe el objetivo, resultado e indicador de la ejecución. En el cuadro se integran las condicionantes de éxito de dicha

acción. También se mencionan los beneficiarios, plazo de ejecución y meta, así como los participantes. Cada acción indica al responsable de la coordinación, responsable de la ejecución, el presupuesto y el tipo de fondos de financiamiento.

A cada acción se le asignó un código para facilitar su seguimiento, el cual se describe en el documento correspondiente.

Fin y objetivo

1. Fin

Coadyuvar en la mejora de la situación socioeconómica y ambiental de los municipios de Sacatepéquez, priorizando el turismo como eje articulador del desarrollo turístico de Sacatepéquez, generando empresas, empleos y actividades turísticas, vinculadas a servicios y nuevos productos diversificados.

2. Objetivo general

Desarrollar turísticamente los municipios de Sacatepéquez para quitar presión sobre la Ciudad de La Antigua Guatemala, redistribuyendo en todos los municipios el flujo de turismo producto del aumento de un día adicional de estadía e incremento del número de visitantes.

Estrategias

3. Estrategia general

Estrategia de desarrollo de producto diferenciado o estrategia de diferenciación, en el sentido de que se desarrollará un producto diferenciado del producto de La Antigua Guatemala, con lo que se crearán productos que se dirigirán a segmentos distintos de mercado.

Esta estrategia de desarrollo de nuevos productos diversificados o diversificación de productos tiene dos líneas de aplicación:

4. Diversificación horizontal

En el caso de los 15 municipios de Sacatepéquez, se deben desarrollar nuevos productos turísticos que les interesen a los visitantes actuales, pero que no se relacionen o sean similares al destino principal de la región: La Antigua Guatemala.

5. Diversificación concéntrica

En el área donde ya se han creados productos turísticos: Jocotenango, San Miguel Dueñas, San Antonio Aguas Calientes e incluso Ciudad Vieja se propone que se haga sinergia con los productos que actualmente ofrece La Antigua Guatemala, desarrollando servicios de hospedaje y alimentación que descarguen la ciudad colonial de la presión actual que está ejerciendo el turismo, especialmente el turismo masivo de fin de semana.

6. Estrategias a partir del análisis FODA

a. Estrategias FO

Estrategia dirigida inicialmente al mercado actual cultural y al segmento de naturaleza, para lograr aumentar la estadía un día adicional. Reposicionamiento en el mercado internacional y nacional, de la región de Sacatepéquez.

Generar, en los 15 municipios de Sacatepéquez, nuevos productos de cultura y de naturaleza diversificados, tomando en cuenta la ventaja comparativa de cada municipio, así como productos de gastronomía dirigidos al turismo nacional que resten presión al atractivo patrimonial principal.

b. Estrategias DO

Desarrollo de productos diferenciados para segmentos con tendencia a la especialización (o especializados) dirigidos al rango de 35 a 44 años, que tienen un gasto mayor, tanto en cultura (varios tipos de productos relacionados con la cultura), naturaleza y deportes.

c. Estrategias FA

Desarrollo de productos turísticos sostenibles que bajen la presión sobre los recursos naturales, para maximizar las fortalezas, minimizando las amenazas.

d. Estrategias CA

Gestionar el desarrollo turístico del departamento mediante alianzas estratégicas para minimizar las amenazas y las debilidades.

Ejes Estratégicos

Los Ejes Estratégicos y sus objetivos son:

1. Eje estratégico de Desarrollo de Producto

a. Eje estratégico Desarrollo de Producto, Servicio y Calidad

Objetivo del eje estratégico

- Desarrollar en los municipios de Sacatepéquez y sus aldeas productos turísticos alternativos, basados en sus ventajas comparativas y servicios turísticos (hospedaje y alimentación prioritariamente). Ventajas comparativas se refiere a los atributos de los recursos turísticos por los cuales destaca un lugar.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Desarrollar productos turísticos alternativos en los municipios de Sacatepéquez y sus aldeas y en La Antigua Guatemala, aumentar el valor de la experiencia de ciudad colonial patrimonial, por medio del incremento de corredores patrimoniales y corredores turísticos peatonales y semi-peatonales, así como el desarrollo de servicios básicos de atención al turista en plazas y sitios relevantes.
- Desarrollar servicios de hospedajes y alimentación en los municipios que ya cuentan con productos y flujo turístico: Jocotenango, Ciudad Vieja, San Miguel Dueñas, San Antonio Aguas Calientes, desarrollando nuevos productos.

- Desarrollar productos turísticos diferenciados y complementarios al de La Antigua Guatemala, basados en sus ventajas comparativas, con servicios básicos en los municipios.
- Desarrollar los municipios que no cuentan con flujo turístico, bajo el modelo de San Juan La Laguna, con el acompañamiento de una ONG u asociación local con pertinencia cultural y recursos financieros de cooperación internacional.
- Elevar y estandarizar la calidad de los servicios.
- Desarrollar una oferta conjunta de región: rutas, circuitos, corredores turísticos, entre otros.

b. Eje estratégico Emprendimiento

Objetivo del eje estratégico

- Promover el emprendimiento y desarrollo de pequeñas empresas de turismo en los municipios.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Lograr Estimular a los actores para emprender empresas.
- Crear los mecanismos para dar acompañamiento a las empresas nacientes.

c. Eje estratégico Gestión Financiera

Objetivo del eje estratégico

- Facilitar el acceso a fuentes de recursos financieros para el desarrollo de productos y servicios.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Acercar a los actores a las fuentes de recursos financieros para el desarrollo de emprendimientos de empresas de servicios y productos turísticos.
- Facilitar el acceso a recursos financieros para el desarrollo de productos y servicios.
- Divulgar información actualizada sobre entidades de financiamiento.
- Capacitar a los actores en formas de presentar proyectos a fuentes de recursos financieros externos.
- Asesorar a los actores acerca del acceso a crédito bancario para el desarrollo de productos y servicios.

d. Eje estratégico Formación y Capacitación turística

Objetivo del eje estratégico

- Formar recurso humano calificado en turismo.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Apoyar programas de alfabetización que permitan a grupos vulnerables capacitarse posteriormente en turismo, en empleos o actividades.
- Desarrollar programas de capacitación turística a nivel operativo y gerencial en diferentes aspectos del turismo.
- Sensibilizar en el tema turismo a diferentes niveles.

e. Eje estratégico Información turística

Objetivo del eje estratégico

- Recopilar y comunicar información turística.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Generar información sobre oferta.
- Comunicar información sobre la oferta a los interesados.
- Crear sitios (físicos y virtuales) de información al turista sobre los distintos municipios y atractivos relevantes.

2. Área de Mercadeo Turístico

a. Eje estratégico de Mercadeo Turístico conjunto de la Región

Objetivo del eje estratégico

- Implementar un Plan Integral de mercadeo para promocionar el destino turístico regional.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Desarrollar mercadeo conjunto de la región y/o de la marca de la región de Sacatepéquez, que incluya la nueva oferta fuera de La Antigua Guatemala.
- Reposicionar la región de Sacatepéquez en los mercados nacional e internacional.
- Aumentar el flujo turístico a partir de una mayor promoción de la oferta de productos y servicios especializados.

3. Área de Seguimiento al Plan de Desarrollo Turístico Sac.

a. Eje estratégico Gestión para el Desarrollo Turístico

Objetivo del eje estratégico

- Desarrollar la gestión pública y privada para el desarrollo turístico.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Apoyar la organización turística del sector privado, así como el trabajo conjunto de los sectores ya organizados.
- Organizar la oficina de turismo en cada una de las municipalidades donde no existe aún.
- Promover la integración del tema turístico en las agendas municipales.

b. Eje estratégico Información para el seguimiento

Objetivo del eje estratégico

- Desarrollar información estadística para el seguimiento al Plan.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Desarrollar estudios de mercado de turismo internacional.
- Desarrollar conteos de turismo nacional en los nodos más importantes.
- Generar una línea base en los aspectos que se carezcan.
- Establecer el cumplimiento parcial y total de las metas establecidas.

4. Área de desarrollo del entorno turístico

La actividad de los ejes estratégicos externos no depende directamente de los actores del turismo, por lo que serán necesarias alianzas estratégicas, y cabildeo para lograr el apoyo de otras instancias ajenas para la ejecución de acciones en dichos ejes.

a. Eje estratégico Reducción de la vulnerabilidad a desastres naturales

Objetivo del eje estratégico

- Apoyar la reducción a la vulnerabilidad a desastres naturales.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Fomentar la elaboración y ejecución de planes de ordenamiento urbano.
- Apoyar la gestión de riesgos para reducir la vulnerabilidad.

b. Eje estratégico Forestación

Objetivo del eje estratégico

- Cooperar con el mantenimiento y aumento de la cobertura boscosa.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Apoyar la reducción de corte ilegal de árboles.
- Promover las normas para la protección de bosques y áreas verdes.
- Contribuir con las acciones que tiendan a la reforestación.

c. Eje estratégico Inseguridad

Objetivo del eje estratégico

- Contribuir al aumento de la seguridad en destinos y rutas turísticas.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Apoyar el desarrollo de un modelo piloto a reproducirse en todas los poblados turísticos.
- Coadyuvar con el aumento de la seguridad en ruta hacia municipios turísticos.

d. Eje estratégico Contaminación Ambiental

Objetivo del eje estratégico

- Colaborar con la reducción de contaminación ambiental, visual y auditiva en todos los municipios de Sacatepéquez.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Cooperar con los procesos integrales que tiendan a reducir la contaminación ambiental.
- Secundar acciones tendientes a disminuir la contaminación visual en poblados y rutas.
- Apoyar la reglamentación para disminuir la contaminación auditiva en poblados y rutas.

e. Eje estratégico Ordenamiento Urbano y Vial

Objetivo del eje estratégico

- Apoyar la planificación urbana y vial de los municipios.

Objetivos específicos del eje estratégico

- Apoyar la elaboración de planes de ordenamiento urbano.
- Cooperar con el desarrollo de capacidades técnicas para el tema en cada municipalidad.
- Apoyar la ejecución de los planes de ordenamiento que ya hayan sido normados.
- Contribuir a la mejora del entorno inmediato de los productos turísticos por medio de la imagen urbana.
- Colaborar con el aumento de arborización, ornato y jardinería en rutas turísticas.

1. Lista de acciones departamentales de seguimiento al PDT SAC

a. Seguimiento al PDT SAC, sector privado

Cuadro 2. Lista de acciones departamentales de seguimiento al PDT Sac., sector privado.

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de Acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
1	SE or 1 D	Seguimiento al PDT SAC	Organización	1 Departamental	CAT Departamental	Fortalecimiento y reingeniería del CAT departamental, para dar seguimiento al Plan, que debe cumplir al menos los requisitos de: i) ser representativa de todos los municipios y de todos los sectores del turismo, ii) ser auto sostenible para mantener su administración (por donaciones de sus miembros) y poder gestionar fondos exclusivamente para la ejecución.
2	SE or 2 D	Seguimiento al PDT SAC	Organización	2 Departamental	Comités locales de turismo	Conformar en todos los municipios, comités locales de turismo que le den seguimiento al desarrollo de productos y otras acciones propias de la localidad.
3	SE is 3 D	Seguimiento al PDT SAC	Información para seguimiento	3 Departamental	Información para el seguimiento del PDT SAC	Gestionar y elaborar estudios y conteos para medir los cambios en la demanda (nacional e internacional) y en la oferta (atractivos, productos y servicios)

Elaborado por: Casabal, 2010.

b. Seguimiento al PDT SAC, sector público

Cuadro 3. Lista de acciones departamentales de seguimiento al PDT SAC, sector público

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
4	SE or 4 D	Seguimiento al PDT SAC	Organización	4 Departamental	Oficinas de turismo municipales	Organizar una oficina de turismo en cada uno de los municipios de Sacatepéquez que sea el enlace entre el sector público y el privado para el desarrollo del entorno turístico.
5	SE or 5 D	Seguimiento al PDT SAC	Organización	5 Departamental	Apoyar fortalecimiento de CAT Departamental	Apoyar por medio del INGUAT el fortalecimiento y reingeniería del CAT departamental, para dar seguimiento al Plan, que debe cumplir al menos los requisitos de: i) ser representativa de todos los municipios y de todos los sectores del turismo, ii) ser auto sostenible para mantener su administración (por donaciones de sus miembros) y poder gestionar fondos exclusivamente para la ejecución.
6	SE or 6 D	Seguimiento al PDT SAC	Organización	6 Departamental	Apoyar Comités locales de turismo	Apoyar por medio de INGUAT la conformación de comités locales de turismo en cada municipio que le den seguimiento al desarrollo de productos y otras acciones propias de la localidad.
7	SE is 7 D	Seguimiento al PDT SAC	Información para seguimiento	7 Departamental	Información sobre mercado nacional	Corto Plazo: Para establecer la línea base de saturación de turismo nacional en La Antigua Guatemala, realizar por medio de INGUAT un estudio de tráfico (conteo) de mercado nacional en La Antigua Guatemala. Realizar por medio de INGUAT un estudio del turismo nacional que llega a La Antigua Guatemala que permitirá conocer el perfil, hábitos, etc. para tomar decisiones de otros productos adecuados a este mercado (carencia actual).
8	SE is 8 D	Seguimiento al PDT SAC	Información para seguimiento	8 Departamental	Información sobre mercado internacional	Estudios de mercado internacional dentro de la Cuenta Satélite, al menos en 2012 y 2014.

Elaborado por: Casabal, 2010.

2. Lista de acciones departamentales de desarrollo de producto

a. Desarrollo de Producto Turístico, sector privado

Cuadro 4. Lista de acciones departamentales desarrollo de producto turístico, sector privado.

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de Acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
9	DP da 1 D	Desarrollo de Producto	Desarrollo de atractivos turísticos	1 Departamental	Coordinar desarrollo de producto	Coordinar el desarrollo de productos turísticos en los municipios de Sacatepéquez, basados en las ventajas comparativas de cada uno de ellos, para que les permitan convertirse en productos competitivos en la región.
10	DP da 2 D	Desarrollo de Producto	Desarrollo de oferta conjunta	2 Departamental	Coordinador oferta de región	Coordinar el desarrollo de una oferta conjunta de la región por medio de rutas existentes y potenciales.
11	DP da 3 D	Desarrollo de Producto	Desarrollo de servicios	3 Departamental	Coordinar desarrollo de servicios	Coordinar el desarrollo ordenado de servicios de hospedaje rural de calidad: en fincas o en casas antiguas, en las aldeas y municipios alrededor de La Antigua Guatemala que ya cuentan con producto turístico: Jocotenango, Ciudad Vieja, San Miguel Dueñas, San Antonio Aguas Calientes.
12	DP em 1 D	Desarrollo de Producto	Emprendimiento	1 Departamental	Conformar incubadora	Conformar una incubadora de empresas de toda la red turística para promover el desarrollo de pequeñas empresas en los municipios.
13	DP gf 1 D	Desarrollo de Producto	Gestión financiera	1 Departamental	Asistencia técnica en crédito bancario	Brindar asistencia técnica a los actores turísticos en crédito bancario para la ejecución de productos, proyectos y servicios turísticos en la región de Sacatepéquez.
14	DP gf 2 D	Desarrollo de Producto	Gestión financiera	2 Departamental	Talleres de formulación proyectos	Desarrollar talleres dirigidos a actores públicos y de la iniciativa privada, en los cuales se formulen proyectos de su interés para ingresarlos para la consecución de fondos.
15	DP fc 1 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	1 Departamental	Escuela Aktenamit	Construir una escuela Aktenamit en Sacatepéquez para la formación de cuadros técnicos en turismo en todas las comunidades kakchiqueles, en cuyo proceso revaloren y mantengan su identidad étnica.
16	DP fc 2 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	2 Departamental	Estudios en Aktenamit	En las poblaciones de alto porcentaje kakchiquel, en el primer año, enviar a dos jóvenes (un hombre y una mujer) a estudiar en la escuela de Aktenamit Izabal para formar a los dos primeros técnicos con criterios de revaloración étnica que sean multiplicadores en sus comunidades kakchiqueles.
17	DP fc 3 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	3 Departamental	Capacitación operativa	Programa de capacitación turística continua a personal operativo en municipios donde exista demanda de empleo en empresas.
18	DP fc 4 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	4 Departamental	Capacitación gerencial	Desarrollo de programa de capacitación turística a nivel gerencial para personas locales en municipios con desarrollo empresarial.
19	DP fc 5 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	5 Departamental	Inglés en plan escolar	Incorporación del idioma inglés en la enseñanza en las escuelas primarias de todo el Departamento de Sacatepéquez.
20	DP fc 6	Desarrollo	Formación y	6	Turismo en plan	Incorporación de la enseñanza sobre turismo (actividad económica más

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de Acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
	D	de Producto	capacitación	Departamental	escolar	importante de Sacatepéquez) en los colegios y las escuelas de todo el departamento.
21	DP fc 7 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	7 Departamental	Alfabetización	Promover programas de alfabetización para preparar a actores para capacitación posterior en turismo, dirigido a municipios con más altos índices de analfabetismo.
22	DP fc 8 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	8 Departamental	Sensibilización turística	En los municipios que aún no tienen flujo turístico, programa de sensibilización turística.
23	DP fc 9 D	Desarrollo de Producto	Formación y capacitación	9 Departamental	Viaje de inducción	Realizar viajes de inducción al turismo (un viaje por municipio) de los grupos de personas involucradas en alguna actividad de tipo turístico (de aquellos municipios sin flujo turístico) a un proyecto de Turismo Comunitario (se sugiere San Juan La Laguna).
24	DP in 10 D	Desarrollo de Producto	Información turística	10 Departamental	Sistematización de información	A partir de la información recopilada en fichas de INGUAT en la consultoría PDT Sac. (Alrededor de 156 atractivos) sistematizarla para trasladarla a forma turística (con fotografías) para presentar como oferta, haciendo ver que son atractivos y no productos desarrollados.
25	DP in 2 D	Desarrollo de Producto	Información turística	11 Departamental	Diseño de prototipos de información turística	Diseñar dos prototipos de centro de información turística (La Antigua Guatemala y los otros municipios) que integre: i) información actualizada y completa, sobre la oferta en Sacatepéquez y sobre servicios en el lugar, ii) servicios sanitarios, iii) servicios de comunicación (internet y teléfono), iv) contactos con guías u operadores de turismo, v) comunicación por radio con asistencia al turista Asistur.

Elaborado por: Casabal, 2010.

b. Apoyo al desarrollo de Producto Turístico, sector público

Cuadro 5. Lista de acciones departamentales de desarrollo de producto, sector público-privado

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
26	DP ct 12 D	Desarrollo de Producto	Desarrollo de programa de certificación	12 Departamental	Departamental	Desarrolla un programa de certificación turística a aplicar en el área de Sacatepéquez, que permita elevar y estandarizar los servicios en los diferentes niveles.

Elaborado por: Casabal, 2010.

3. Lista de acciones departamentales de mercadeo

a. Acciones de mercadeo, sector público-privado

Cuadro 6. Lista de acciones departamentales mercadeo de la región, sector público-privado

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de Acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
27	MEpo 1 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	1 Departamental	Elaboración de Marca	Elaboración de la identidad (Marca): imagen, nombre y logo que identifique la región.
28	ME po 2 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	2 Departamental	Banco de Imágenes	Creación banco de imágenes de la región.
29	ME po 3 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	3 Departamental	Portal Web	Portal Web: diseñada profesionalmente con los <i>links</i> necesarios para dar información al turista internacional y nacional.
30	ME po 4 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	4 Departamental	Folletos	Elaboración de folletos: Contar con material impreso para publicitar rutas con los productos y servicios. Departamental: En hoteles de las rutas y Tour Operadores. Municipal: en oficinas municipales de turismo.
31	ME po 5 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	5 Departamental	Afiches	Elaboración de afiches: Contar con material impreso para publicitar la región. Departamental: En hoteles de las rutas y Tour Operadores. Municipal: en oficinas municipales de turismo.
32	ME po 6 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	6 Departamental	Guía turística	Elaboración de la guía de Sacatepéquez: Creación de un mecanismo promocional de alto valor, proporcionando un elemento de alta calidad para el conocimiento.
33	ME po 7 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	7 Departamental	Viajes de familiarización	Visita de Presentación de la Ruta (<i>Fam Trip</i> o Viaje de Familiarización): Realización de recorridos a cada grupo de tour operadores la región, mostrando sus productos y atractivos.
34	ME po 8 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	8 Departamental	Material audio-visual	Desarrollo de material audiovisual: creación de material audiovisual, que muestre la riqueza natural y cultural.
35	ME po 9 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	9 Departamental	Mapas turísticos	Elaboración de mapas: detallando servicios, centros poblados, atractivos, distancias entre lugares, teléfonos de interés, etc.
36	ME po 10 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	10 Departamental	Integración en guías internacionales	Integrar la información de la región, en guías de viajes turísticas internacionales; <i>Lonely Planet, Insight Guide, Opem Road's, Michelin, National Geographic, Edilux y Revue Magazine.</i>
37	ME po 11 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	11 Departamental	Relaciones públicas	Relaciones públicas permanentes con medios de comunicación local: mantener relación fluida y constante con los medios de comunicación nacionales, parte importante de la comunicación con el turista nacional.
38	ME po 12 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	12 Departamental	Ferias internacionales	Ferias Internacionales: Participar en las diferentes ferias internacionales, en las que participa Guatemala como país, y así promocionar los productos turísticos de la región de Sacatepéquez.
39	ME po 13 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	13 Departamental	Pautas publicitarias	Pautas publicitarias: Emisión de pautas publicitarias en medios de comunicación nacional (prensa, radio y televisión) con oferta de paquetes en temporada baja.
40	ME po 14 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	14 Departamental	Presentación de destino	Presentación de destinos: Realización de evento para presentar los productos de la región.

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de Acción por área y nivel	Nombre de la acción	Descripción de la acción
41	ME po 15 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	15 Departamental	Caravanas y <i>workshop</i>	Caravanas turísticas y <i>workshops</i> : Promoción de los productos de la región.
42	ME po 16 D	Mercadeo	Posicionamiento de la región	16 Departamental	E-Marketing	<i>E-Marketing</i> : Comercialización de los productos de la región a través de <i>e-mails</i> que se tenga de los visitantes del país y envío al público nacional del unifoliare a través de los estados de cuenta que son enviados vía electrónica, por los principales emisores (Banco Industrial, Agromercantil, G&T Continental, Citi Bank y Credomatic).
43	ME co 1 D	Mercadeo	Consolidación del destino Antigua	17 Departamental	Escuelas de Español	Promocionar la oferta de escuelas de español por medio de sus elementos diferenciales.
44	ME co 2 D	Mercadeo	Consolidación del destino Antigua	18 Departamental	Convenciones, congresos y eventos	Promocionar y comercializar la infraestructura para convenciones, congreso y eventos a través del portal web y <i>e-marketing</i> .

Elaborado por: Casabal, 2010.

1. Lista de acciones de desarrollo del entorno turístico, sector público

a. Acciones de desarrollo del entorno turístico

Cuadro 7. Lista de acciones departamentales de desarrollo del entorno turístico, sector público

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de acción por área o eje	Nivel o ámbito	Descripción de la acción
45	DT se 1 D	Desarrollo del entorno turístico	Seguridad	1 Departamental	Modelo para seguridad	Apoyar el desarrollo de un modelo piloto a reproducirse en todas los poblados turísticos.
46	DT se 2 D	Desarrollo del entorno turístico	Seguridad	2 Departamental	Fortalecimiento de ASIS-TUR	Apoyar el fortalecimiento del programa de asistencia al Turista ASISTUR en todos los municipios.
47	DT co 3 D	Desarrollo del entorno turístico	Contaminación ambiental	3 Departamental	Colaborar con disminución de impacto ambiental.	Colaborar con la ejecución de acciones que tiendan a disminuir el impacto sobre el ambiente.
48	DT co 4 D	Desarrollo del entorno turístico	Contaminación auditiva	4 Departamental	Reglamentar para des-contaminación auditiva	Secundar la reglamentación para el uso de bocinas de vehículos y autobuses, uso de altoparlantes en vía pública o de decibeles más altos que la actividad norma como parte de la contaminación auditiva.
49	DT co 5 D	Desarrollo del entorno turístico	Contaminación visual	5 Departamental	Regla-mentar uso de vallas	Promover la reglamentar el uso de vallas, rótulos y anuncios en viviendas, como parte de la contaminación visual.

Número correlativo	Código	Área	Eje	No. de acción por área o eje	Nivel o ámbito	Descripción de la acción
50	DT co 6 D	Desarrollo del entorno turístico	Contaminación capacidades	6 Departamental	Capacidades técnicas municipales	Promover el desarrollo de capacidades técnicas municipales para la protección del entorno ambiental, en cada municipio.
51	DT ot 7 D	Desarrollo del entorno turístico	Ordenamiento territorial, urbano y vial	7 Departamental	Planificación / Normativa planes territoriales	Apoyar la planificación / normativa o ejecución de los planes de ordenamiento territorial en cada municipio.
52	DT ot 8 D	Desarrollo del entorno turístico	Desarrollo inmobiliario: turismo residencial	8 Departamental	Regulación de turismo residencial	Apoyar la regulación del desarrollo del turismo residencial (inmobiliario) originado por la actividad turística.
53	DT ot 9 D	Desarrollo del entorno turístico	Ordenamiento territorial, urbano y vial	9 Departamental	Arquitectura del paisaje	Promover el desarrollo de arquitectura del paisaje en las rutas hacia los diferentes municipios / Rutas del orgullo.
54	DT ot 10 D	Desarrollo del entorno turístico	Ordenamiento territorial, urbano y vial	10 Departamental	Ordenamiento vial	Coadyuvar con el ordenamiento vial en los centros poblados.
55	DT ot 11 D	Desarrollo del entorno turístico	Ordenamiento territorial, urbano y vial	11 Departamental	Imagen Urbana	Promover la conservación y mejora de la imagen urbana que respete la identidad de los poblados.
56	DT ot 12 D	Desarrollo del entorno turístico	Ordenamiento territorial, urbano y vial	12 Departamental	Reglamentación de construcción	Elaboración y puesto en práctica de reglamento de construcción para normar el crecimiento habitacional.
57	DT fo 13 D	Desarrollo del entorno turístico	Forestación	13	Reglamentar / cumplimiento corte ilegal de árboles	Apoyar la reglamentación / cumplimiento para evitar el corte ilegal de árboles.
58	DT fo 14 D	Desarrollo del entorno turístico	Forestación	14	Apoyo a reforestación	Contribuir con las acciones que tiendan a la reforestación.
59	DT vu 15 D	Desarrollo del entorno turístico	Reducción de la vulnerabilidad a desastres naturales	15	Estudios para vulnerabilidad	Apoyar los estudios sobre áreas vulnerables en cada municipio y establecer medidas de prevención, comunicación prevención, ejecución de la gestión de desastres.

Elaborado por: Casabal, 2010.

El Plan de Acción está integrado por acciones departamentales y acciones municipales. Las 59 acciones departamentales se presentan en forma de lista en este resumen:

Para cada uno de los dieciséis municipios se plantearon también acciones a partir de su imagen objetivo. Hay acciones que pueden desarrollar la iniciativa privada, especialmente de desarrollo de productos y otras acciones que desarrollará la oficina municipal de turismo, pues se refieren al entorno turístico del municipio. En los productos turísticos que se proponen desarrollar se escribieron los perfiles de proyectos que están incluidos en el Plan de Acción.

Con la finalidad de abrirse a más grupos o segmentos de demanda de mercado y evitar la estacionalidad, la oferta se hará por medio de rutas turísticas organizadas en torno a un tema. El tema de cada ruta surge de los productos de los municipios que se integran en cada ruta propuesta. Se proponen siete rutas:

1. Ruta gastronómica que pasa por San Bartolomé Milpas Altas, San Lucas Sacatepéquez, Aldea San Felipe de Jesús, Ciudad Vieja.
2. Ruta de los barriletes y cofradías: Sumpango, Santo Domingo Xenacoj y Santiago Sacatepequez.
3. Ruta Artesanal: Pastores, Ciudad Vieja, San Antonio, Santa Catarina Barahona, San Lucas, Santa María de Jesús.
4. Ruta de cerros y volcanes (como prolongación de la ruta de los volcanes): Magdalena Milpas Altas, Santa María de Jesús, San Miguel Dueñas, Alotenango, Santo Domingo Xenacoj y Sa Bartolomé Milpas Altas.
5. Ruta Colonial existente: Además de La Antigua Guatemala y Ciudad Vieja integra a San Miguel Escobar.
6. Ruta agroturística de Jocotenango hacia San Miguel Dueñas.
7. Ruta de expresiones de la cultura maya viva: Santa María de Jesús, Santa Catarina Barahona, San Antonio Aguas Calientes, Sumpango, Santo Domingo Xenacoj y Santiago Sacatepéquez.

FASE VI: La Identificación de posibles fuentes de financiamiento para el PDT de Sacatepéquez

La Identificación de Fuentes de Financiamiento constituye un apoyo a los actores del turismo de Sacatepéquez, para que se les facilite acudir al tipo de fuente de financiamiento que más convenga al tipo de actividad y a las características intrínsecas de cada actor.

Se identificaron cuatro tipos de fuentes:

- i) El crédito empresarial, que como su nombre lo dice está dirigido a empresas e iniciativa privada que deseen acceder a crédito para desarrollar o ampliar sus negocios, normalmente dirigido a empresas ya existentes y en operación;
- ii) los fondos no reembolsables están dirigidos a entidades no lucrativas como asociaciones, fundaciones, grupos comunitarios legalmente organizados, entre otras, que desean realizar proyectos que benefician a grupos grandes en las comunidades o para realizar acciones de beneficio general;
- iii) el capital de riesgo nuevamente está dirigido a emprendedores que desean iniciar un proyecto nuevo en la iniciativa privada, y
- iv) la asistencia técnica para apoyar distintas etapas del proceso, de desarrollo en las comunidades, las cuales normalmente incluyen apoyos de diversa naturaleza y pueden ser utilizados estos servicios por entidades públicas o privadas.

La Identificación de Fuentes de Financiamiento pretende apoyar la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico de Sacatepéquez (PDT Sac.). Esto de tal forma que los emprendimientos que se desarrollen para generar empleos locales y promover la actividad económica en el territorio puedan ser aprovechados y maximizar sus beneficios. Uno de los puntos clave en el éxito de los emprendimientos es la selección y obtención de los recursos financieros adecuados para alcanzar el éxito en los emprendimientos, como parte de la estrategia general de fondeo de los proyectos, sean estos públicos o privados.

Para realizar este trabajo se acudió primordialmente a fuentes documentales, ya que la mayoría de entidades tienen establecidas las características de los fondos en páginas *web*. Se revisaron las páginas *web* de las diferentes agencias cooperantes de los países que tienen relación de cooperación con Guatemala, con el fin de establecer las fuentes de fondos no reembolsables, asistencia técnica y otras. Asimismo, se acudió a la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), institución que en el año 2005 realizó una excelente recopilación de fuentes de crédito empresarial y fondos no reembolsables, entre otros.

El sector financiero en Guatemala cuenta con un marco regulatorio muy estricto sobre los temas de movilidad de capitales y origen de los mismos, esto como consecuencia directa de acuerdos internacionales firmados por Guatemala contra el lavado de dinero y otros activos, por lo que todas las operaciones financieras de cooperación y crédito deben ser registradas en varias entidades estatales en el país. Esto ha llevado a contar con un registro amplio de las fuentes de los recursos, y que las mismas estén disponibles al usuario que busca este tipo de información.

Las agencias cooperantes de países amigos contribuyen grandemente en el tema de transparencia y control de los movimientos financieros en los mercados de capitales a los que nuestro país tiene acceso, por lo que estas entidades facilitan y colocan grandes recursos de información a la vista pública en sus sitios *web* y en documentos escritos que son proporcionados con mucha facilidad a quien así lo solicita.

El documento Fuentes de financiamiento consta de fichas donde hay información más amplia. Aquí se mencionan brevemente:

CREDITO EMPRESARIAL

1. Empresariado Social

Entidad promotora: MIF FOMEN/Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
Juan José Taccone
✉ 3a. Avenida, 13-78, Zona 10. Torre Citigroup, 10º. Nivel. Guatemala, C.A.
☎ 2327-4300

Monto del fondo

- El límite superior para operaciones individuales se establece en US\$1 millón.
- El límite superior del monto para las cooperaciones técnicas individuales se establece en US\$250,000.

2. Fideicomiso para Desarrollo Rural GUATE INVIERTE

Entidad promotora: Gobierno de Guatemala.

Entidad financiera: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA)
Lic. Raúl Hernández, GUATEINVIERTE,
☎ (502) 2221-3400,
✉ gafuentes@guateinvierte.org
✉ gfguateinvierte@hotmail.com

Monto del fondo: Q.150 millones de fondo de garantía.

3. Fondo Ambiental de Centroamérica (FALIDES)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136, ☎ (502) 5550-4572,
✉ www.bcie.org

Participación de BCIE/montos

- Monto mínimo. Directo o intermediado por IFI: \$CA 500,000.
- Intermediado por ONG u OPD \$CA: 150,000.

4. Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (PROMYPE)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
✉ www.bcie.org

Rubro de financiamiento y montos

- Capital de trabajo (materias primas y ventas al crédito), e inversión fija (adquisición de activos fijos, ampliación y reacondicionamiento de plantas industriales).
- Los montos financiables para microempresas son de hasta US\$10,000, y para pequeñas empresas hasta de US\$ 75,000.

5. *International Cooperation Development Fund (ICDF)*

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Rubro de financiamiento y montos: Capital fijo para compras de maquinaria y construcción o modernización de la planta industrial. Capital de trabajo en general. El monto financiable es hasta US\$ 500,000 por usuario final sin restricciones en cuanto al origen de los bienes.

6. Fondo Ambiental de Centroamérica (FALIDES)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Montos financiables: Mayores de US\$ 2,600, ni menores de US\$ 5,000, y deben ser aprobados por ASDI.

FONDOS NO REEMBOLSABLES

1. Empresariado Social

Entidad promotora: MIF FOMEN/Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
Juan José Taccone,
✉ 3a. Avenida, 13-78, Zona 10. Torre Citigroup, 10º. Nivel, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2327-4300

Monto del fondo

- «El límite superior para operaciones individuales se establece en US\$1 millón.
- El límite superior del monto para las cooperaciones técnicas individuales se establece en US\$ 250,000» (AGEXPRONT, 2005).

2. Programa de Apoyo a la Producción Exportable de Centroamérica (PEPECA)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Monto financiables: «Los montos a financiar van desde US\$50,000 en adelante» (AGEXPRONT, 2005).

3. Fideicomiso para Desarrollo Rural GUATEINVIERTE

Entidad promotora: Gobierno de Guatemala.

Entidad financiera: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA),
Lic. Raúl Hernández, GUATEINVIERTE.
☎ (502) 2221-3400,
📧 gafuentes@guateinvierte.org,
📧 gfguateinvierte@hotmail.com

Monto del fondo: «Q150 millones fondo de garantía» (AGEXPRONT, 2005).

4. Fondo Ambiental de Centroamérica (FALIDES)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Participación de BCIE/montos:

- «Monto mínimo. Directo o intermediado por una Institución Financiera Intermediaria (IFI) \$CA 500,000.
- Intermediado por ONG, OPD \$CA 150,000» (AGEXPRONT, 2005).

5. Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (PROMYPE)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Rubro de financiamiento y montos

- «Capital de trabajo (materias primas y ventas al crédito), e inversión fija (adquisición de activos fijos, ampliación y reacondicionamiento de plantas industriales);
- los montos financiables para microempresas hasta US\$10,000 y pequeñas empresas hasta US\$ 75,000» (AGEXPRONT, 2005).

6. *International Cooperation Development Fund (ICDF)*

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Rubro de financiamiento y montos: «Capital fijo para compras de maquinaria y construcción o modernización de la planta industrial. Capital de trabajo en general. El monto financiable es de hasta US\$ 500,000 por usuario final, sin restricciones en cuanto al origen de los bienes» (AGEXPRONT, 2005).

7. Fondo Ambiental de Centroamérica (FALIDES)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).
Víctor Hugo Hernández,
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136,
☎ (502) 5550-4572,
🌐 www.bcie.org

Montos financiables: Mayores de US\$ 2,600 ni menores US\$ 5,000 y deben ser aprobados por ASDI» (AGEXPRONT, 2005).

8. Programa de Apoyo del Gobierno de Japón

Entidad promotora: Embajada de Japón en Guatemala
Kazuomi Muraoka
✉ Avenida Reforma y 16 Calle Zona 10, Edificio Torre Internacional, Nivel 10,
Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2367-2244

Monto del fondo : Máximo Q 720,000 por proyecto (incluye costo de auditoría).

9. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

Entidad promotora: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
Kevin Kelly, Director para Guatemala.
✉ Km. 6.5 Final Boulevard Los Próceres, Santa Catarina Pinula, Guatemala, CA.
☎ (502) 2422-4000
☎ (502) 2422-4585 / 2422-4586 (fax)
🌐 www.usaid.gov/gt

Montos financiados: No especificados.

10. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)

Entidad promotora: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
Miguel Ángel Encinas
Coordinador General.
✉ 16 Calle 0-55, zona 10. Torre Internacional 4o. Nivel., Guatemala, CA.
☎ (502) 24215200
☎ (502) 24215201 (fax)
🌐 aecid@aecid.org.gt
🌐 www.aecid.org.gt

Montos financiados: No especificados.

11. Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)

Entidad promotora: Agencia de Cooperación Internacional del Japón en Guatemala (JICA)
Ing. Agr. Takeo Sasaki (Hasta mayo de 2012), Representante Residente.
✉ 18 Calle 5-56, Zona 10, Edif. Unicentro 12o. Nivel, Oficina 1203. Guatemala, C.A.,
☎ (502) 2381-9400
☎ (502) 2381-9413 (fax)
🌐 jicagu@jica.go.jp
🌐 www.jica.go.jp/guatemala/index.html

Montos financiados: No especificados.

12. Agencia Noruega de Cooperación al Desarrollo (NORAD)

Entidad promotora: Agencia Noruega de Cooperación Internacional para el Desarrollo (NORAD)
Lars Ole Vaagen. Embajador de Noruega en Guatemala.
✉ 14 Calle 3-51 Zona 10, 15o Nivel, Of. 1501 Edificio Murano Center. Guatemala, CA.
☎ (502) 2366-5908
☎ (502) 2366-5928 (fax)
🌐 emb.guatemala@mfa.no
🌐 www.noruega.org.gt

Montos financiados: No especificados.

13. Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ) (*Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH*)

Entidad promotora: Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ) / (*Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH*)
Bernhard Dohle, Director
✉ 5a. Avenida 15-11 zona 10, Guatemala. Apartado Postal 2943, Guatemala, CA.
☎ (502) 2367-0009
☎ (502) 2363-5908
✉ gtz-guatemala@gt.gtz.de

Montos financiables: No especificados.

CAPITAL DE RIESGO

1. Capital de Riesgo, *Norwegian Investment Fund for Developing Countries* (NORFUND)

Entidad promotora: *Latin American Financial Services* (LAFISE).
Ing. Luis R. Figueroa Reyes, Gerente de desarrollo de negocios.
✉ 16 Calle 0-55 Zona 10 Torre Internacional 9 Nivel, Oficina 901, Guatemala, CA.
☎ (502) 2366-6266

Entidad donante: *Latin American Financial Services* (LAFISE), *Multilateral Investment Fund* (MIF) o *Fondo Multilateral de Inversiones* (FOMIN), *Norwegian Investment Fund for Developing Countries* (NORFUND) y *Nordic Development Fund* (NDF).

Monto del fondo: US\$ 25 millones para proveer capital a pequeñas empresas.

2. Fondo de Inversión en Capital para el Desarrollo Rural

Entidad promotora: Fondo de Inversión para el Desarrollo Rural (FIAR).
Carlos De La Cruz Chacón, Gerente *Senior*.
☎ (502) 5614-8416
✉ carlos@inverq.com

Entidad donante: *Fundación Soros Guatemala/Soros Economic Development Fund*.

Monto del fondo: Q 20,000,000.

ASISTENCIA TECNICA

1. Programa de Expertos Senior Holandeses (PUM)

Entidad promotora: Programa de Expertos Senior Holandeses (PUM)
Ing. Anarco Gracia
✉ 18 Avenida 20-36 Zona 10, Guatemala, C.A.
☎ (502) 2368-2013
✉ apronk@pum.nl
✉ www.pum.nl

Contrapartida: Gastos de alimentación y hospedaje del experto durante su estancia en Guatemala (Aproximadamente \$100 diarios).

2. Programa de Expertos Senior Alemanes (SES)

Entidad promotora: *Senior Experten Service* (SES)
Peter Goetzke
✉ Bayer de Guatemala, S.A. Apartado Postal 1573., Guatemala, CA.,
☎ (502) 5407-0013

Contrapartida: Gastos de manutención y alojamiento del asesor en Guatemala, vuelo internacional y gastos de elaboración del proyecto del SES.

3. Programa de Cooperación Voluntaria (CECI- UNITIERRA Guatemala)

Entidad promotora: Programa de Cooperación Voluntaria (CECI UNITIERRA).
Ana de Méndez/Carlos Albillo
✉ 15 Avenida "A" 19-61 Zona 13, Guatemala, CA.
☎ (502) 2332-1397
☎ (502) 2360-1072

Contrapartida: Espacio de trabajo y movilización al campo cuando se requiere. CECI cubre pasaje, viáticos, honorarios, y un pequeño fondo de apoyo al proyecto.

4. Programa de Cooperación Técnica (FONTEC)

Entidad promotora: Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), Víctor Hugo Hernández
✉ 16 Calle 7-44 Zona 9, Guatemala, CA.
☎ (502) 2331-1260 Ext. 3136
☎ (502) 5550-4572
✉ www.bcie.org

Fase VII. La formulación de una propuesta para el Control, Evaluación y Seguimiento del cumplimiento del PDT de Sacatepéquez,

La organización que podría ser la encargada de darle seguimiento al proceso es el Comité de Autogestión Turística (CAT). Para ello, este último debe ser sometido a un proceso de reestructuración y en alguna medida una reingeniería. Actualmente, el CAT de Sacatepéquez es una entidad con poca representatividad del departamento y de todos los niveles del empresariado. En el mismo se debe incorporar al sector empresarial de mayor tamaño y tener más integrantes de los otros quince municipios, puesto que actualmente la gran mayoría de sus miembros son de La Antigua Guatemala. Para ello es necesario un acercamiento entre el CAT y otros sectores del turismo del departamento.

El sistema de funcionamiento ideal es un sistema que toma en cuenta: al sector público por medio de sus 16 oficinas municipales de turismo que se conformarán, al sector gubernamental por medio de INGUAT, a los 16 CAT municipales de todos los municipios de Sacatepéquez, el sector empresarial de La Antigua Guatemala (conformado por 750 empresas vinculadas a la actividad), incorporado en el CAT municipal de La Antigua Guatemala o apoyándolo económicamente, y el sector privado de los restantes 15 municipios incorporados a sus respectivos CAT municipales.

El órgano de dirección tendría las funciones de dirección, coordinación y supervisión de las acciones del plan, siendo su rol principal un facilitador de los procesos de ejecución del PDT Sac., y el principal es estimular y contribuir al desarrollo de producto turístico en el departamento. El consejo de dirección debe ser representativo de la comunidad empresarial y de los actores involucrados en el sector turístico del departamento, como un consejo de dirección. El INGUAT apoya el proceso con mercadeo del destino «Sacatepéquez».

Cada miembro de la organización y los empresarios del sector privado que así lo deseen, realizarán una donación a la organización de acuerdo a sus posibilidades. Las donaciones a asociaciones sin fines de lucro pueden descontarse el Impuesto Sobre la Renta (ISR), o sea que el funcionamiento de la organización no sería un gasto real para los miembros de la misma que sean del sector privado de Sacatepéquez.

Para el control, evaluación y seguimiento del PDT Sac, las acciones propuestas tienen integrados los indicadores de ejecución, longitud, plazos e indican al responsable de ejecutar cada una de las acciones. Hay una lista específica de acciones que se deben ejecutar en cada año del PDT Sac.