



Para citar este documento:

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, Dirección de Desarrollo del Producto Turístico (2023) Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario de Guatemala. Primera edición. Guatemala.

# Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario de *Guatemala* 2024-2029

**Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-**  
7ª. Avenida 1-17 zona 4, Centro Cívico,  
Guatemala, Centro América.  
PBX. 2290-2800

Esta edición se encuentra en formato digital en  
la página [www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt)



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	6
PROCESO METODOLÓGICO .....	8
ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL.....	9
Panorama mundial .....	10
Evolución y abordajes internacionales del turismo rural y comunitario .....	10
La recuperación pos pandemia y proyecciones de turismo.....	12
Buenas prácticas en turismo rural y comunitario en Latinoamérica .....	12
Principales aprendizajes del análisis de estas experiencias:.....	13
Algunas Iniciativas de Turismo rural y comunitario en Latinoamérica .....	15
Tendencias internacionales del turismo rural y comunitario .....	20
Contacto con la comunidad: .....	20
Uso de tecnología:.....	20
Conexión con la naturaleza y experiencias: .....	21
Viajes familiares: .....	21
Viajes corporativos:.....	21
Aprovechar el mercadeo digital: .....	21
Viajes sostenibles: .....	22
Panorama nacional.....	23
El turismo en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala.....	23
Relevancia económica del turismo en Guatemala.....	23
Antecedentes del turismo rural y comunitario en Guatemala .....	24
Asociación de Turismo Rural de Guatemala .....	29
Experiencias y aprendizajes del turismo rural y comunitario en Guatemala.....	32
Reflexiones sobre la actividad turística comunitaria y rural en Guatemala .....	42
Análisis estadístico .....	42
Participación de los segmentos vinculados al turismo rural y comunitario .....	42
Visitantes no residentes de los países más relevantes para el turismo rural y comunitario....	43
DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL Y COMUNITARIO. ....	44
Ciclo de vida de los segmentos turísticos.....	45
Análisis de la competencia.....	46
Análisis por temporada y por estación.....	47

Retos y oportunidades del turismo rural y comunitario .....	48
Oportunidades del turismo rural de acuerdo con la OMT: .....	48
Principales retos del turismo rural de acuerdo con la OMT: .....	48
<b>ÁMBITO INSTITUCIONAL</b> .....	49
Descripción de ámbito institucional y actores que intervienen.....	49
Rol del Inguat y las mesas departamentales.....	49
El rol de las comunidades.....	51
Normativa nacional .....	52
Mezcla de mercadeo: producto .....	52
Descripción de la oferta de producto del turismo rural y comunitario .....	52
Análisis de los atractivos vinculados al turismo rural y comunitario .....	52
Atractivos turísticos, tipología y jerarquización .....	53
Atractivos vinculados al turismo rural y comunitario y subtipo .....	54
Análisis de los atractivos por segmento, tipo y jerarquía que se relacionan al turismo rural y comunitario .....	56
Análisis de los atractivos por región turística, tipo y segmento que se relacionan al turismo rural y comunitario.....	58
Análisis de la oferta organizada de turismo rural y comunitario .....	61
Análisis de los servicios turísticos vinculados al turismo rural y comunitario .....	65
Análisis de la oferta de paquetes turísticos .....	73
<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO</b> .....	79
Oportunidades para el impulso del desarrollo del turismo rural en Guatemala:.....	80
Retos para el impulso del desarrollo del turismo rural en Guatemala: .....	81
Marco estratégico .....	83
Visión.....	83
Ejes estratégicos.....	83
Alineación con otros instrumentos de planificación:.....	85
Objetivos estratégicos.....	86
Objetivos estratégicos.....	86
1. Gobernanza y planificación: .....	86
2. Sostenibilidad: .....	86
3. Desarrollo de producto .....	87

4. Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo.....	87
5. Infraestructura de apoyo .....	87
6. Mercadeo, promoción y comercialización .....	87
Proyectos y acciones prioritarias por eje estratégico .....	88
Líneas estratégicas del eje 1: gobernanza y planificación.....	88
Líneas estratégicas del eje 2: sostenibilidad .....	89
Líneas estratégicas del eje 3: desarrollo de producto.....	91
Líneas estratégicas del eje 4: fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo .....	93
Líneas estratégicas del eje 5: infraestructura de apoyo .....	95
GLOSARIO .....	99
REFERENCIAS.....	100
CRÉDITOS.....	102



# Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario de *Guatemala* 2024-2029

ISBN: 978-9929-8195-7-3



9 789929 819573



## INTRODUCCIÓN

El turismo rural y el comunitario son dos prácticas que se realizan en el interior del país y que cuentan con gestión de las comunidades, locales y originarias. En el país existen esfuerzos públicos y privados con apoyo de la cooperación internacional en ambas modalidades de turismo, sin embargo, no se ha desarrollado un plan estratégico que delimite las prioridades para impulsar su desarrollo y promoción.

En ese sentido, el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat), como ente rector de todo lo relacionado con la planificación turística del país, ha diseñado el Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario de Guatemala que se enmarca en la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2023-2033 (en proceso de aprobación) y en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025. De igual forma, la vinculación con las estrategias de segmentos turísticos es parte del desarrollo del presente plan estratégico, pues se busca encontrar coincidencias que permitan aprovechar los recursos institucionales.

Para la realización de este plan, se realizó una investigación documental y también primaria con información relevante para identificar los principales retos y oportunidades del turismo rural y comunitario para los próximos seis años. Se realizó un análisis contextual y estadístico, en el que se identificaron las tendencias y potencialidades, para luego presentar un diagnóstico de la situación, analizando la oferta turística rural y comunitaria del país; también se definieron oportunidades y áreas de mejora en varias líneas o ejes estratégicos. Para ello fue requerido un diagnóstico de la situación actual, analizando la oferta turística rural y comunitaria. Se tomaron en cuenta los comentarios y aportes de actores clave para conocer mejor la oferta con la que Guatemala cuenta para este segmento y así lograr un análisis integral y de mejor comprensión de la situación interna. Además, para conocer el contexto externo, fue importante la revisión de algunas estrategias

y planes de países que, como Guatemala, cuentan con una oferta interesante de turismo rural y comunitario y que por su cercanía se consideran competencia directa.

Este plan constituye un mapa de direccionamiento para el fortalecimiento y la coordinación entre los actores del turismo rural y comunitario que facilitará el acompañamiento y la asesoría para cumplir su visión: Aprovechar el potencial turístico de la oferta de Guatemala vinculada a los segmentos turísticos para impulsar el desarrollo y promoción del turismo rural y comunitario y contribuir así al desarrollo sostenible de los territorios de oportunidad.

Los ejes estratégicos identificados y validados con los actores son seis: la gobernanza y planificación, la sostenibilidad, el desarrollo de producto, el fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo, la infraestructura de apoyo, el mercadeo, promoción y comercialización.

Cada eje cuenta con lineamientos o acciones en un marco de ejecución de seis años, con la vinculación de los principales ejecutores desde el Gobierno, así como del sector privado. Para facilitar su implementación, se presentan los mecanismos de seguimiento organizativo, de seguimiento y evaluación.

# PROCESO METODOLÓGICO

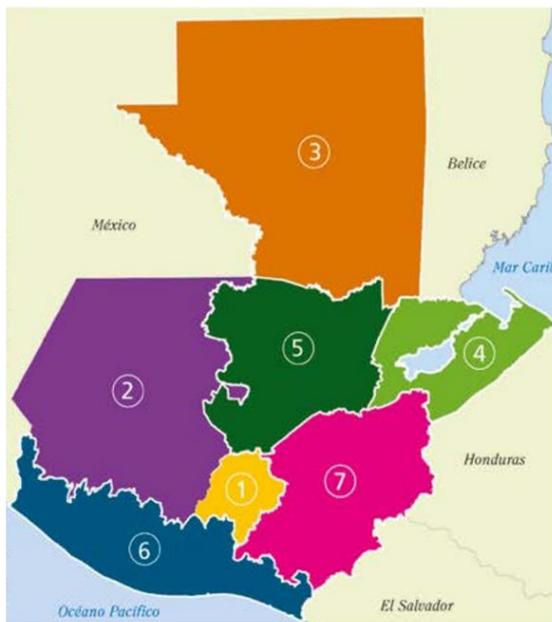
## Proceso de construcción



Fuente: Elaboración propia

## 7 Regiones turísticas

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



## 7 Segmentos turísticos relacionados

- Cultura** 
- Naturaleza** 
- Aventura** 
- Idiomático** 
- Voluntariado** 
- Bienestar** 
- Deportes** 



# 1 | ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

## Panorama mundial

### Evolución y abordajes internacionales del turismo rural y comunitario

Los conceptos del turismo comunitario inician desde la década de 1980, según la Declaración de Manila (OMT, 1980) en la cual se incluyeron varios aspectos recogidos desde varios territorios que deseaban sentirse incluidos en los modelos de planificación turística que crecía en esa época. Esta declaración refiere en el segmento Una mejor gestión de la oferta, que: “en el interior de cada país la oferta turística no constituye un enclave aislado, sino que está vinculada a todos los demás sectores de la vida nacional” (OMT, 1980), lo cual da un panorama de una planificación con un nuevo esquema que involucra a otros sectores y actores. Este concepto se fortalece cuando se menciona que: “la política de planificación turística debería desarrollarse a los niveles local, regional o nacional, en el marco de la planificación nacional, tales políticas deberían ser objeto de evaluación periódica tanto cuantitativa como cualitativa” (OMT, 1980 ). Es así como desde ese manifiesto, se abre una ventana para que se priorice la planificación turística, de una manera inclusiva que resalte lo local como una oportunidad.

De acuerdo con el experto Enrique Cabanilla y su estudio sobre el Turismo comunitario en Latinoamérica, un concepto en construcción (Cabanilla, n.d.), basándose en la experiencia de países que fueron los pioneros en la organización y gestión del turismo con base local o comunitaria en Latinoamérica, como Ecuador y Perú, refiere que el uso de la terminología de turismo comunitario es un concepto que se ha desarrollado desde las décadas de 1980, 1990 e inicios de 2000. Se basaba principalmente en propuestas de ecoturismo comunitario e incluía emprendimientos que eran mayormente realizados en áreas rurales, especialmente en zonas cercanas a áreas protegidas. No obstante, esos primeros conceptos, el experto presenta la premisa de que el significado ha evolucionado en el tiempo, pues en la actualidad no hay limitación geográfica para el territorio donde se encuentran estos emprendimientos.

Según el análisis en el referido estudio, el concepto de turismo comunitario y rural tiene una gran asociación con la sostenibilidad, pues el enfoque de empresa va aunado a la voluntad de crear emprendimientos turísticos que soporten la fragilidad de los entornos: natural, cultural y económico, que se evidenciaba en las áreas rurales y periurbanas de Latinoamérica.

El turismo sostenible es un concepto estrechamente asociado con lo comunitario, que no es excluyente en su gestión desde los distintos territorios. Algunos países lo enmarcan como una actividad turística y que, a diferencia del turismo convencional, tiene un modelo de gestión con un enfoque más social.

Es importante también resaltar que el concepto del emprendimiento en lo comunitario y rural se enfoca en muchos países hacia el desarrollo local, con su respectiva oferta de servicios y actividades turísticas. Luego de observar las prácticas empresariales de Perú y Ecuador, principalmente, reconoce que la noción fundamental de estas empresas reside en destacar el directo manejo del turismo por parte de la comunidad, de forma consensuada y participativa, de manera que los beneficios impacten positivamente en la sostenibilidad. (Cabanilla, n.d. )

El turismo en general abre vastas perspectivas para la innovación y para incluir el acervo del capital social comunitario, es decir, el conjunto de conocimientos colectivos, prácticas, técnicas productivas y formas de cooperación ancestrales que generan eficiencia económica y que han asegurado la supervivencia secular de un grupo social (Maldonado, 2005 ).

Por ello, las actividades desarrolladas en el contexto del turismo rural y comunitario son tan amplias, como las diferentes posibilidades de servicios y tipos de turismo que se pueden llevar a cabo dentro de un territorio. Esto además incluye la puesta en común de las capacidades organizativas de los grupos comunitarios para integrarse al mercado turístico (Manet, 2014 ).

El patrimonio comunitario, está conformado por el conjunto de valores y creencias, conocimientos y prácticas, técnicas y habilidades, instrumentos y artefactos, representaciones y lugares, tierras y territorios, al igual que todo género de manifestaciones tangibles e intangibles compartidas por un pueblo, a través de las cuales se expresan sus modos de vida y organización social, su identidad cultural y sus relaciones con el entorno natural. Todo este cúmulo de patrimonio es el que constituye el principal valor de las experiencias comunitarias.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, la actividad turística tiene la capacidad para apoyar la reactivación de las comunidades rurales, tanto en el corto plazo, mientras se recuperan de los efectos del COVID-19, como a largo plazo, mediante el fomento de un crecimiento sostenible e inclusivo.

Los términos establecidos por la Organización Mundial del Turismo, en torno al turismo rural son “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (OMT, 2023 ).

Según la OMT (2023), las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos (rurales) con las siguientes características: i) baja densidad demográfica, ii) paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, y iii) estructuras sociales y formas de vida tradicionales.

El turismo rural, al igual que el turismo de montaña, tiene un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y la creación de empleo y su capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo (lucha contra la estacionalidad) y a lo largo del territorio (OMT, 1980 ).

El turismo comunitario es un modelo de gestión de base local. Se observa en comunidades u organizaciones, tanto en grupos de individuos de etnias ancestrales, como de poblaciones que no se consideran así. El turismo rural en el Plan Maestro de Guatemala

En el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025 (PMTS) se define esta actividad como: “tipo de turismo que se desarrolla en el medio rural y consiste básicamente en un

alojamiento no convencional, por lo general denominado casa u hotel rural, con o sin manutención, más actividades complementarias, que se desarrollan habitualmente en la naturaleza (senderismo, rutas a caballo...); también pueden tener un contenido cultural (centros de interpretación, museos etnográficos y otros). Supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares” (Inguat, 2015).

Una peculiaridad del turismo rural es la suma del contacto cultural y la participación a los elementos del turismo rural, pues promueve la relación intercultural entre el anfitrión y el turista e implica la intervención activa de la comunidad en la definición, planificación y gestión del proceso turístico. Idóneamente parte de las utilidades generadas se destina a la atención de las necesidades comunales.

### La recuperación pos pandemia y proyecciones de turismo

Un aspecto importante fue el desarrollo de la actividad turística en espacios abiertos, ya que debido a la pandemia, los visitantes buscaban alternativas en comunidades rurales. Según lo indica la OMT, las tecnologías nuevas, innovación y el interés de viajeros por experiencias locales, dan oportunidades para el turismo rural, reconstruyéndolo con inversiones centradas en el fomento de la autonomía y preservación de los recursos naturales y culturales locales. Es la ocasión para plantear la importancia del fomento de la resiliencia de las comunidades, en especial en las que el turismo es la principal fuente de ingresos, mediante la diversificación de productos, mercados y la lucha contra la estacionalidad (OMT, 2020).

Algunos datos importantes que brinda la OMT se refieren a las proyecciones del turismo, en especial el rural, que indica que para 2050, el 68% de la población mundial vivirá en zonas urbanas, mientras que el 80% de todas las personas en situación de pobreza extrema residirá en comunidades rurales, no en ciudades. Asimismo, que la mayoría de los 1,800 millones de jóvenes del mundo vive en zonas rurales, y tiene tres veces más probabilidades de no contar con empleo, lo que les obliga a migrar a las urbes. Esta situación justifica aún más el apoyo al fortalecimiento y a la capacitación de los integrantes de la cadena de valor del turismo rural.

### Buenas prácticas en turismo rural y comunitario en Latinoamérica

El turismo comunitario es transversal, pues en lo rural se lleva a cabo casi siempre por comunidades indígenas, desde una perspectiva de gestión local. En varias regiones de América, se puede relacionar con los términos de turismo cultural, turismo etnográfico o turismo rural, cuando estos emprendimientos son gestionados o liderados por las comunidades originarias de cada país y, por lo tanto, poseen sus propias características.

En el PMTS (Inguat, 2005), se desarrolla un análisis de países identificados como competencia para Guatemala, se describe a Ecuador como pionero en la gestión de turismo comunitario con reconocimiento del Estado como un elemento clave de la economía social y solidaria. Cuenta con una Federación Plurinacional de Turismo Comunitario con un equipo técnico que da

acompañamiento en todo el proceso de desarrollo y promoción de los emprendimientos. Panamá y Perú, también se identifican como potenciales competidores, puesto que dentro de su estrategia se define el segmento de turismo cultural y comunitario como una prioridad.

En Centroamérica se cuenta con una amplia gama de actividades que se realizan en el ámbito rural y comunitario, resalta Costa Rica. El concepto se empezó a utilizar en 1992, a partir de entonces la gestión se ha generado por parte de organizaciones ambientalistas y de conservación, con asociaciones de productores agrícolas y de desarrollo, así como las organizaciones de mujeres. Según los expertos, la oferta actual es variada y se ubica en lugares de gran peso turístico. Sin embargo, su escala pequeña en muchas ocasiones no permite dar un mejor aprovechamiento (Cardin Pedroza & Álvarez López, 2022).

La OMT realizó un compendio de buenas prácticas en el turismo indígena que ha sido impulsado con la Alianza Mundial del Turismo Indígena (WINTA), que resalta el liderazgo de los pueblos originarios en el continente americano y da a conocer los procesos de la gestión comunitaria indígena, pero también la oferta en la cadena de valor. Resalta el estudio de todos los destinos que pueden presumir de este tipo de experiencias turísticas, basadas en su legado cultural milenario y diverso que pueden valorar la gran riqueza con la cuentan y así darla a conocer a todo el mundo.

En el análisis presentado en el documento de Organización Mundial de Turismo (OMT, 2023), se demuestra que los líderes, profesionales y las comunidades indígenas que se dedican al turismo, pueden desarrollar de forma participativa una mejor versión del turismo para el futuro.

El apoyo al turismo liderado por las comunidades indígenas puede ser un importante aliciente para mejorar sus medios de vida. Sugiere la OMT que, gestionado de manera responsable y sostenible el turismo indígena, además de todos los beneficios propios de la actividad, incentiva la interacción y la revitalización cultural, reduce la pobreza, frena el éxodo rural, alienta la diversificación de productos y experiencias turísticas, mientras alimenta un sentimiento de orgullo, pertenencia y autorrealización (OMT, 2023).

### Principales aprendizajes del análisis de estas experiencias

- La gestión, administración y coadministración comunitaria indígena en áreas protegidas es un denominador común que acompaña las historias de éxito, lo cual da como resultado una práctica de alto valor medioambiental y cultural. En muchos países se coincide en la modalidad de negocio de concesiones de empresas de turismo indígena en las áreas protegidas.
- Los países y gobiernos que han avanzado en la regulación del turismo comunitario han fomentado las empresas locales, el desarrollo territorial y han logrado que esta actividad sea un pilar de inclusión social.

- Se promueve una mayor conciencia sobre la pertinencia cultural, así como de los derechos de los pueblos originarios. Esto, a su vez, permite una mejor proyección como destino a nivel internacional, pues se brinda la justa importancia al turismo comunitario y a los actores locales.
- El fomento a los derechos de propiedad intelectual es vital para incidir positivamente en las expresiones de las culturas y en la promoción de los productos, servicios y experiencias turísticas locales. De esta manera, se propicia la creatividad, la innovación, comercio justo, tanto a nivel individual de los artistas como en los colectivos.
- Aunque se promueve el emprendimiento, persisten las brechas para lograr independencia financiera que fortalezca a las comunidades con negocios turísticos, en especial los liderados por mujeres.
- Un aspecto clave, es el aprendizaje cultural desde el nivel escolar, pues es importante en la transmisión oral o en el propio intercambio que se da en las experiencias comunitarias.
- La capacitación fortalece las habilidades comunitarias, haciendo posible la comercialización de las experiencias. Es necesaria, la formación en turismo para identificar y entender a los clientes objetivo; realizar la conexión entre la oferta y la demanda. Con las competencias adquiridas, se hacen viables las experiencias y su comercialización. Son necesarias también, las habilidades de negociación, planificación, gestión, promoción, mercadeo y control de calidad (OMT, 2023).

## Algunas Iniciativas de Turismo rural y comunitario en Latinoamérica

# Perú



En el caso del Perú, la actividad del Turismo Rural Comunitario incluye toda la que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, en donde la cultura rural un componente clave del producto (MINCETUR, 2016). Su propuesta se basa en experiencias de viaje auténticas y de calidad que ofrecen las diferentes comunidades de la costa, sierra y selva del Perú, basados en la cultura viva y la naturaleza única de sus territorios, los cuales protegen, conservan y la comparten al visitante, siendo la parte esencial de sus productos (<https://www.turismocomunitario.com.pe>)

En dicha estrategia se delimita el turismo rural comunitario, basado en un conjunto de modelos de gestión que desde la participación local permite el desarrollo turístico local y la gestión empresarial, aplicando elementos como la sostenibilidad, la inclusión económica y social de las poblaciones rurales; motivando al uso adecuado de sus activos naturales, culturales, financieros, humanos, sociales y físicos (MINCETUR, 2016).

La estrategia se basa en cuatro pilares, el del fortalecimiento de la gestión organizacional – de las organizaciones de base comunitaria OBC-, la consolidación de productos, el posicionamiento en el mercado, y el fortalecimiento de la gobernanza. Las experiencias comunitarias en Perú se desarrollan mayormente en la zona norte y al sur.



Cabe destacar que Perú, dentro de sus lineamientos considera como la condición uno para el apoyo al turismo comunitario, la “existencia de actividades agropecuarias, pecuarias, agrícolas, cultivos tradicionales, agroecología forestal, agroforestal, agrosilvopastoril, manejo de fauna, comunidades, recursos naturales capaces de generar un interés al visitante.” (Comisión Interamericana de Turismo, 2018)

Perú reconoce dos tipos de gestión para el desarrollo del turismo rural comunitario: a gestión pública, que por medio de sus gobiernos regionales y locales ejerce sus competencias respecto de la dotación de bienes públicos básicos, ordenamiento territorial, planificación local y creación de un entorno adecuado para que los emprendimientos se desarrollen. La segunda, es la gestión empresarial (privada, gestión comunitaria o gestión mixta).

# Chile



De acuerdo con la estrategia de turismo comunitario de Chile, se establece el enfoque en base a la dinamización del rubro de turismo rural, en la comunidad anfitriona, en las relaciones humanas entre el prestador de servicios y el pasajero, así como en la potenciación de la capacidad de trabajar en red, promoviendo la recuperación culinaria local, desarrollo agroalimentario, donde el valor principal es la salvaguardia de los oficios, manifestaciones y prácticas comunitarias. Los esfuerzos son encaminados a lograr que la demanda sea sustentable y que los servicios tengan calidad (Comisión Interamericana de Turismo, 2018).

Chile tiene identificadas las características propias del Programa de Turismo Rural, entre las que contempla la entrega de lineamientos técnicos y condiciones de apoyo directo para los usuarios que emprenden negocios y diversifican su matriz silvoagropecuaria. El énfasis del programa es lograr una oferta de servicios turísticos rurales de calidad y diferenciados. En cuanto a turismo de aventura, los emprendimientos que brinden dichos servicios deben contar con algún sistema de asesoría especializada y certificado.

Las personas que pueden acogerse al Programa como beneficiarios son los usuarios del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), que sean personas naturales o jurídicas (campesinos y pequeños productores agrícolas).

Chile tiene identificados requisitos para cada nivel técnico de los emprendimientos y los clasifica como: nivel incipiente: no cuenta con formalización, cuenta con potencial turístico, sin experiencia en el rubro, negocio no definido aún en el rubro, no haber recibido capacitación y firmar un documento de compromiso de un año y medio. Nivel desarrollado: oferta turística rural en crecimiento, cuenta con registro de pasajeros, negocio definido, capacitación básica en turismo, con formalización tributaria y pueden hacer negocios ocasionales con operadores y/o agencias de viaje. Nivel consolidado: oferta turística rural posicionada en el destino, cuenta con formalización tributaria, patente comercial en trámite, autorizaciones sanitarias o específicas, oferta orientada a la calidad y diversificación, con cursos de especialización en turismo rural, con asesoría técnica de INDAP, tienen todos los permisos necesarios y articulan permanentemente con agencias y operadores de turismo.

Un aspecto muy importante es la asesoría que brinda el gobierno a través del INDAP, que gestiona asesorías técnicas especializadas a usuarios en el rubro de turismo rural. También presta capacitaciones, las cuales se basan en criterios de nivelación de competencias, habilidades y requerimientos técnicos para que los usuarios brinden servicios de turismo rural de calidad y especializados.

# Colombia



## Red Turismo Comunitario Colombia

En Colombia se cuenta con los lineamientos nacionales del turismo comunitario, que persiguen los principios por los cuales se fundamenta la política de turismo social, que son: derecho al turismo, sostenibilidad, concertación, participación social. Se define el turismo comunitario, como la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico.

Para realizar las actividades del turismo rural comunitario han de considerarse los siguientes factores necesarios: organización de la comunidad, vocación de servicio, buenas prácticas de calidad y sostenibilidad. Es importante la conectividad e infraestructura como soporte para el turismo, así como cumplir con los servicios básicos. En el desarrollo del turismo comunitario se valoran las características naturales y culturales del entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad.

Colombia resalta la importancia de que el desarrollo del turismo comunitario en las regiones pueda darse como una estrategia de gestión del territorio, por parte de autoridades locales como de actores comunitarios para mejorar la calidad de vida de la población con potencial turístico.

En cuanto a los objetivos de planificación y gobernabilidad, Colombia busca impulsar la planificación de los emprendimientos de turismo comunitario, acorde con las estrategias de gestión locales y los procesos de ordenamiento del territorio.

Brindan asesoría técnica y apoyan en la consecución de recursos financieros. Colombia sostiene que los lineamientos nacionales del turismo comunitario siguen los principios por los cuales se fundamenta la política de turismo social, que son: derecho al turismo, sostenibilidad, concertación, participación social, corresponsabilidad y función social.

# Ecuador



En Ecuador se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo y exclusivo de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas. Como se lee, precisan los servicios a los que se refieren como actividad turística, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo por parte de las comunidades legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas. Asimismo, respecto de los centros de turismo comunitario sostienen que son espacios turísticos dentro del territorio comunitario que ofrecen servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve el desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible.

Un Centro de Turismo Comunitario, es el que se basa en el rescate de la identidad de la comunidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofrecer servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Para realizar la actividad, la normativa de Ecuador indica que debe existir el registro de los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. Se establece que el registro de los centros turísticos comunitarios se hará en las gerencias regionales o direcciones provinciales del Ministerio de Turismo de Ecuador. Un factor muy importante es que debe demostrarse que los responsables de los servicios que presta la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.

Dentro de las especificaciones establecidas en los estándares para el registro de un centro de turismo comunitario hace referencia al cuidado del ambiente a través del manejo de residuos sólidos, el uso de plantas y flores de la zona para decorar, entre otros; de igual manera con el cuidado y conservación de las expresiones culturales de la comunidad.

# Panamá



La Asociación Panameña de Turismo Sostenible (APTSO), tiene como misión facilitar el desarrollo sostenible en Panamá a través del turismo. En 2022 se lanzó la RED SOSTUR que consiste en una plataforma digital para que las comunidades rurales y las empresas turísticas compartan su visión y apoyen la implementación de estrategias de turismo regenerativo.

SOSTUR apoya el fortalecimiento y desarrollo de las empresas turísticas rurales y comunitarias de Panamá, con el fin de promover nuevas fuentes de empleo, valorar la cultura y contribuir a la sostenibilidad de los recursos naturales de Panamá. APTSO trabajó durante dos años con diez comunidades piloto, fortaleciendo su liderazgo y habilidades técnicas, cocreando proyectos emblemáticos, apoyando los intercambios comunitarios y probando nuevas alternativas de aventura para conectarlas con la industria turística a través de la red SOSTUR.

Por otro lado, Panamá ha impulsado la ley No. 240 de 2021, la cual tiene por objeto impulsar el agroturismo, dentro del turismo rural, como una alternativa para el desarrollo sostenible del sector productivo agropecuario, para que visitantes puedan tener una experiencia auténtica de interiorización de los procesos productivos, de contacto con las costumbres y tradiciones y de exploración de la naturaleza autóctona, de manera sana, segura y con calidad diferenciada, con un alto grado de satisfacción, lo cual redundará en la generación de empleos e ingresos, complementarios a la actividad primaria, principalmente en el entorno rural. Esta ley aplica para todas las fincas agroturísticas certificadas, para su implementación está a cargo el Programa de Agroturismo, sección adscrita al despacho superior del Ministerio de Desarrollo Agropecuario, el cual mantiene funcionamiento en distintas provincias del país.

Dentro de las funciones del programa de Agroturismo, está el trabajar en beneficio de las poblaciones residentes vinculadas a los diferentes proyectos de agroturismo que se desarrollan en las fincas agroturísticas. Así también, elaborar los planes operativos anuales, certificar a las fincas que ejercerán la actividad del agroturismo. La Autoridad de Turismo de Panamá, por su parte, evaluará las fincas para que cumplan con los lineamientos y parámetros para recibir visitantes y/o turistas; velará por la promoción de los productos turísticos; por el cumplimiento de la normativa, e implementará las guías de buenas prácticas para el mejoramiento de la actividad agroturística en las fincas.

## Tendencias internacionales del turismo rural y comunitario

### Contacto con la comunidad

Ante los cambios recientes provocados por la pandemia, el turista tiende a un nivel más alto de conciencia sobre la importancia de los viajes sostenibles y experiencias respetuosas de la cultura y el ambiente. Existen tendencias muy marcadas para el turismo rural y comunitario; el visitante está más enfocado en la observancia de los beneficios que lleva la actividad turística a las comunidades anfitrionas.

Esta observación directa se debe principalmente al interés que existe por parte de los turistas de tener un contacto con los locales, si son incluidos en la gestión local y si perciben los impactos positivos del turismo. Es por ello que el sentimiento del residente local con relación al turismo es uno de los indicadores importantes en algunos destinos; así como incluirlo y tomarlo en cuenta en el desarrollo y planificación turística.

### Uso de tecnología:

Por aparte, el uso de la tecnología es aún más importante en la gestión de los destinos y en las empresas turísticas, para aprovechar la mejor comprensión de las necesidades y tendencias de los viajeros y hacer un seguimiento de ellas. Por supuesto, aprender las herramientas para comercializar las experiencias innovadoras, utilizando plataformas digitales para mejorar la competitividad y la agilidad de las MiPymes desde la recepción o llegada de los clientes. La inteligencia artificial y los macrodatos pueden ayudar a gestionar los flujos y a proteger a las comunidades y los recursos; así también los procesos de red para crear soluciones innovadoras e invertir en conocimientos digitales (Naciones Unidas, 2020).

Hoy día está en auge la gestión de destinos inteligentes. Existe la metodología impulsada con Segitur de España, que permite la integración de prácticas en varios ámbitos, incluyendo la sostenibilidad y la innovación, para hacer los destinos más competitivos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente (Segitur 2020). En el 2022 el Banco Interamericano de Desarrollo realizó convocatoria para presentar muestras de interés a ciudades turísticas de Latinoamérica, para que empiecen el proceso de construcción de sus destinos inteligentes, dentro de los cuales se encuentra La Antigua Guatemala como ciudad piloto.

Esto, además, se puede complementar con la iniciativa de la OMT de los observatorios turísticos sostenibles, que utilizan instrumentos tecnológicos para monitorizar indicadores sostenibles.

### Conexión con la naturaleza y experiencias

Según las proyecciones dadas por Hosteltur para 2023, las siguientes tendencias son muy marcadas en el turismo rural y comunitario, por ejemplo, los viajeros buscan escapar de la tecnología y conectarse con la naturaleza en sus vacaciones. La tendencia es disfrutar de la tranquilidad y la paz que solo se encuentra en entornos naturales. La relajación y el bienestar es determinante para el 60% de los viajeros.

Asimismo, los viajeros buscan sumergirse en la cultura local y vivir experiencias auténticas durante sus vacaciones. El turismo rural ofrece la posibilidad de explorar comunidades locales, participar en tradiciones regionales y disfrutar de la gastronomía típica de cada zona. Los viajeros desean conectar con la esencia de cada localidad.

Los viajeros desean disfrutar de actividades al aire libre y mantenerse activos, por lo que hay un auge del turismo activo y saludable. Los viajeros están interesados en realizar senderismo, ciclismo, actividades acuáticas como kayak, rafting, barranquismo, canopy en entornos rurales. Además, buscan opciones de bienestar, como yoga o meditación, para relajarse y revitalizarse.

Una necesidad del visitante de ir a lugares menos concurridos y auténticos en medio de la naturaleza y en contacto con ésta, ha provocado, según el informe de tendencias (Skift, 2022), que el turismo rural esté en riesgo de experimentar el llamado sobreturismo o “overtourism”. Por ello, anticiparse a los impactos negativos de este fenómeno debe ser prioridad para los gestores de destino, de tal manera que la actual oportunidad, no se convierta en una amenaza futura.

### Vajes familiares

Pasar tiempo con la familia se ha convertido en una prioridad, muchos viajeros optan por destinos rurales que ofrecen un entorno seguro y tranquilo para disfrutar en compañía de sus seres queridos. Actividades como paseos en granjas educativas, en la naturaleza y talleres artesanales atraen a las familias que desean compartir tiempo de calidad juntos. Además, muchos optarán por este tipo de turismo ya que al ser considerado como un turismo de proximidad da la oportunidad de llevar a mascotas y a los familiares con más edad y con dificultades para realizar viajes largos.

### Vajes corporativos

Un segmento muy importante para la realización de actividades en lo rural y comunitario, son los viajes corporativos (de empresas) para trabajar en team building. Se prevé un aumento de estos viajes en zonas rurales combinados con actividades al aire libre para mejorar la calidad en las relaciones laborales.

### Aprovechar el mercadeo digital:

Por otro lado, las recomendaciones son que, en esta actividad, la digitalización de las empresas sea un pilar fundamental vital. Diseñar una estrategia de mercadeo digital basada en la capacidad de generar interacciones con la audiencia que concluyan en la compra, más que genera likes, es el reto. Saber cómo, dónde y cuándo realizar un esfuerzo de comunicación dirigido a la audiencia

correcta, así como en qué canales de venta digital los pueden encontrar, son de las tareas que toda empresa turística debe realizar y que es poco fácil para las MiPymes.

### Viajes sostenibles

Como se mencionó al inicio de este apartado, una tendencia muy marcada es el turismo sostenible, prácticas realmente sostenibles para un creciente mercado verde. Este interés se ha agudizado por el impulso de la concientización hecha mediante la agenda global de los ODS, la cual ha encontrado su mejor campo el de los millenials y centenials o también llamadas las generaciones Y y Z (Booking.com, 2021). A continuación, algunos datos relativos a la sostenibilidad en los viajes de acuerdo con el estudio de Booking.com:

- Los viajeros desean que las empresas estén realmente comprometidas con la sostenibilidad y que no sólo sea una promesa de marketing. Encontrar que no existe coherencia entre el mensaje y la realidad, repercute en la credibilidad.
- Dentro de las prácticas que sean ejercer durante su viaje están:
  - a. 84% reducir basura
  - b. 83% reducir consumo de energía
  - c. 79% usar modos de transporte más amigables con el ambiente
  - d. 73% desean experiencias auténticas de la cultura local
  - e. 84% cree que promover el entendimiento cultural es crucial para preservar la
  - f. herencia
  - g. 76% desea asegurar que el impacto económico permea a todo nivel
  - h. 69% evitarán destinos y atractivos para evitar sobrecarga de los mismos
  - i. 81% desea hospedarse en un alojamiento sostenible en el próximo año

Aunque Expedia indica en su último reporte del 2021 (Expedia Group, 2022), que han observado un aumento en el deseo de estos viajes sostenibles y que están dispuestos a pagar más por un hospedaje que lo cumpla, también hay otros informes que indican que los viajeros desean que los servicios y destinos sean sostenibles, pero no están dispuestos a pagar por ello.

## Panorama nacional

### El turismo en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala

El Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat), formuló el plan maestro y fue aprobado por Acuerdo Gubernativo No. 149-2016 del 1 de agosto de 2016.

En seguimiento a la implementación del PMTS, el Inguat como entidad rectora del turismo en Guatemala, a partir de 2015 socializó sus contenidos para que fuera la base de la planificación turística para los años de vigencia, asimismo, el documento facilita los lineamientos para la priorización del turismo, con las acciones en el sector público y privado turístico, con el fin de que todos los actores involucrados ejecuten en su área de competencia y así desarrollar de forma sostenible la actividad turística.

Lo anterior es importante porque mucho del alcance y desarrollo del turismo rural tiene que ver con las líneas de acción estratégicas de país, para que se conviertan en la base de un adecuado manejo del patrimonio cultural y natural, la creación de emprendimientos, construcción de infraestructura y una motivación genuina de las comunidades por hacer propios los proyectos de desarrollo turístico en sus localidades, lo que requiere del concurso de todas las entidades públicas y privadas.

Por ello, uno de los lineamientos para una mejor ejecución del plan, es el trabajo conjunto de actores locales, municipales, departamentales, y sector privado, lo que facilitaría el logro de metas planificadas, esto permite priorizar y poner en valor importantes íconos de la oferta turística del país, con la diversificación y promoción.

### Relevancia económica del turismo en Guatemala

Según información del Inguat, desde 2021 se nota un leve aumento en relación con 2020, tanto en los movimientos de visitantes residentes y no residentes, así como en el gasto en ambos casos. En ese sentido, en 2021 se registraron 666 miles de llegadas de visitantes internacionales, lo que significó un aumento del 52% respecto de 2020, pero aun un 74% por debajo de 2019. Las divisas estuvieron por el orden de los 496 millones de dólares, un 71% más que en 2020 y un 60.3% menos que en 2019.

Con relación al turismo interno se puede indicar que tal y como sucedió en otros países, los residentes fueron los que dinamizaron de alguna manera la economía turística durante 2020 y 2021.

Para 2022 un total de un millón 844 mil 739 visitantes internacionales se registraron según datos de Inguat, lo que representó una recuperación del 72 % en relación con cifras de 2019. En cuanto a turismo interno, se registraron 6 millones de viajes con pernoctación y 14 millones sin pernoctación en 2022. Lo anterior denota la importancia que tiene el turismo interno, lo cual es un fenómeno que se ha observado a nivel global desde tiempos de la pandemia. Esto ha permitido a los residentes conocer nuevos atractivos turísticos, dentro de los cuales se puede reconocer un

aumento en visitas a lugares abiertos, que permitan el contacto con la naturaleza, así como experiencias con gestión comunitaria.

**Tabla 6 Departamentos más visitados en Guatemala 2019-2021**

Departamento	2019	2020	2021
Guatemala	840,629	136,838	221,588
Sacatepéquez	593,755	92,644	119,972
Chiquimula	471,978	86,699	28,307
Jutiapa	299,167	88,834	20,951
Sololá	270,162	18,578	78,777
Peten	156,985	21,492	30,857
Escuintla	141,735	9,642	16,066
Santa Rosa	78,903	6,505	10,137
Izabal	73,470	5,876	15,286
Alta Verapaz	69,941	8,301	17,323
Quetzaltenango	62,030	8,269	27,711
Jalapa	47,034	10,571	2,680
Zacapa	43,372	9,209	6,593
Chimaltenango	42,000	5,328	11,288
Retalhuleu	38,070	5,155	9,273

**Fuente: Tomado de (INGUAT, 2022)**

Como se observa en la tabla anterior, los departamentos más visitados continúan siendo Guatemala, Sacatepéquez y Chiquimula, aunque en 2021 Sololá ocupó el tercer lugar debido al cierre del templo de Esquipulas.

### Antecedentes del turismo rural y comunitario en Guatemala

El territorio de Guatemala, está no sólo determinado por su geografía, sino también por la distribución entre lo urbano y lo rural, tomando en cuenta la concentración de la población, el tipo de actividades económicas y la presencia de ciertas infraestructuras. Según estudios del Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, del total del territorio de Guatemala, el 63.6 % es rural, 32.5% rural-urbano, 3.5% urbano-rural y el 0.4% urbano (Rimisp, 2019). En particular en Guatemala, el turismo es una actividad que se realiza en todo el territorio nacional, pues existen áreas rurales que tienen un enorme potencial de crecimiento, desarrollo y diversificación basados en esta modalidad de turismo.

Para el desarrollo de áreas, es relevante planificar y trabajar alineados con el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 (PMTS) (Instituto Guatemalteco de Turismo, 2015), el cual contiene una hoja de ruta para contribuir al progreso de los potenciales destinos turísticos del país, tomando en cuenta que la gran mayoría de estos lugares están ubicados en las áreas rurales.

De acuerdo con el INGUAT (INGUAT, 2017), en Guatemala el 90% de las actividades turísticas en el segmento de tour and travel, se realiza en lo rural del país. Esto ha permitido llevar desarrollo sostenible a los destinos y desconcentrar la actividad de la ciudad, lo que contribuye a la disminución de las migraciones.

El territorio de Guatemala está no sólo determinado por su geografía, sino también por la distribución entre lo urbano y lo rural, tomando en cuenta la concentración de la población, el tipo de actividades económicas y la presencia de ciertas infraestructuras. Según estudios del Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, del total del territorio de Guatemala, el 63.6 % es rural, 32.5% rural-urbano, 3.5% urbano-rural y el 0.4% urbano (Rimisp, 2019). En particular en Guatemala, el turismo es una actividad que se realiza en todo el territorio nacional, pues existen áreas rurales que tienen un enorme potencial de crecimiento, desarrollo y diversificación basados en esta modalidad de turismo.

Para el desarrollo de áreas es relevante planificar y trabajar alineados con el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 (PMTS) (Inguat, 2015), el cual contiene una hoja de ruta para contribuir al progreso de los potenciales destinos turísticos del país, tomando en cuenta que la gran mayoría de estos lugares están ubicados en las áreas rurales.

En Guatemala el 90% de las actividades turísticas en el segmento de tour and través, se realiza en lo rural del país (Inguat, 2017). Esto ha permitido llevar desarrollo sostenible a los destinos y desconcentrar la actividad de la ciudad, lo que contribuye a la disminución de las migraciones.

Como se ha mencionado anteriormente, el turismo comunitario es una alternativa para coadyuvar con el desarrollo económico y social de los países, pues es una alternativa para que las comunidades en el interior tengan una opción de generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando de manera sostenible, los recursos culturales, naturales y locales.

Para Guatemala el desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario constituye parte fundamental de la estrategia nacional de reducción de la pobreza, en correspondencia con la conservación, protección y promoción del entorno cultural y natural de la nación. El turismo rural y comunitario está vinculado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, de la agenda 2030, de los 17 de ellos, el turismo en general y el comunitario estrechamente se relacionan con los siguientes:



ODS

**“El turismo comunitario es una actividad alternativa, que contribuye en la generación de ingresos y a la erradicación de la pobreza” (Inguat, 2011a)**



### **Fin de la pobreza**

Aporta ingresos a través de la creación de empleo a nivel local y de las comunidades. Se puede vincular a las estrategias de reducción de la pobreza y al emprendimiento a nivel nacional.



### **Igualdad de género**

Empodera a las mujeres, a través de puestos de trabajo directos y generación de ingresos provenientes del empleo, así como de empresas relacionadas con el sector. Es una herramienta para que las mujeres que participen estén al frente de iniciativas de turismo.



### **Trabajo decente y crecimiento económico**

El turismo, como intercambio de servicios, es uno de los cuatro principales motores de ingresos en exportaciones a nivel mundial y actualmente genera uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo.



### **Ciudades y comunidades sostenibles**

El turismo puede mejorar la infraestructura y accesibilidad urbanas, promover la regeneración y preservar el patrimonio cultural y natural. La inversión en infraestructura ecológica debería dar lugar a ciudades más inteligentes y verdes, no solo para los residentes, sino también para los turistas.



### **Vida submarina**

El turismo costero y marítimo depende de la salud de los ecosistemas marinos. El desarrollo turístico ha de formar parte de una gestión integrada de las zonas costeras, a fin de apuntalar la conservación y preservación de frágiles ecosistemas marinos, promover una economía azul y contribuir al uso sostenible de los recursos marinos.



## Alianzas para alcanzar los objetivos

Gracias a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las alianzas público-privadas e implicar a múltiples interlocutores, en todos los niveles, para que trabajen juntos. Las políticas públicas y el financiamiento innovador son elementos centrales para cumplir con la Agenda 2030.

Por estas razones, se promueve en Guatemala, el desarrollo turístico comunitario, con la intención que las mismas comunidades organizadas, posean la capacidad de desarrollar y aprovechar los beneficios económicos de la comercialización turística de sus atractivos y con ello preservar los recursos culturales y naturales.

En este sentido, el Inguat contribuye con: apoyar los procesos de asociatividad y de fortalecimiento institucional de los grupos de turismo comunitario, en algunos casos incorporándolos en los comités de autogestión turística -CAT-; apoyar el desarrollo y promoción del producto turístico comunitario, así como la gestión de fondos ante la cooperación internacional; inversión en servicios y facilidades turísticas (Inguat, 2011a).

En 2011 el Inguat realiza el diagnóstico del turismo comunitario, en el marco del proyecto “Fortalecimiento de la Base del Turismo Comunitario en Guatemala” financiado con fondos del FEMCIDI / OEA Organización de los Estados Americanos, con la finalidad de contar con una herramienta para la Planificación Estratégica (Inguat, 2011b).

A través de este diagnóstico se concluye que debido a que las organizaciones de base comunitaria a la fecha no han logrado avances significativos, se hace necesario que las instancias gubernamentales y privadas, con la colaboración de la cooperación internacional, tomen las medidas pertinentes para orientar a corto, mediano y largo plazo, el desarrollo turístico sostenible de las comunidades anfitrionas. Se recomienda, además:

- Establecer líneas claras de turismo comunitario, dentro de la Política Nacional de Turismo.
- Actualizar y operativizar la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala.
- Apoyar a las comunidades en el desarrollo de sus propios planes de acción (gestión empresarial, planes de negocios, buenas prácticas de turismo sostenible, programas de capacitación).
- Apoyo en la gestión del mejoramiento de la infraestructura que facilite el acceso y la conectividad hacia los destinos de turismo comunitario.

- Apoyo a la dotación de equipamiento, tecnología con energía alternativa y dotación de servicios y facilidades turísticas.
- Establecer a corto plazo una guía o manual práctico, que oriente a las buenas prácticas del turismo sostenible.
- Diseñar con las comunidades modelos administrativos basados en las normas del cooperativismo nacional.
- Realizar ensayos por medio de viajes de familiarización con grupos diversos especializados y prensa nacional.
- Que previo a iniciar un proyecto turístico con las comunidades, las organizaciones no gubernamentales y /o privadas se avoquen con las unidades técnicas del Inguat.
- Para una mayor efectividad y optimización de los recursos técnicos financieros se debe orientar la cooperación destinada al desarrollo del turismo comunitario de cara a la autogestión y sostenibilidad.
- Fortalecer la mesa de turismo comunitario de Guatemala
- Apoyar a las comunidades con campañas de promoción y divulgación a nivel nacional e internacional.
- Que las organizaciones comunidades mantengan de forma permanente, sus propios medios de comunicación, tales como líneas telefónicas, correo electrónico, página web, entre otros.

Con relación a la formación para este segmento, la Estrategia Nacional de Turismo Comunitario (Inguat, 2011b), establece como un impacto del desarrollo de planes de negocios, el desarrollo de habilidades y competencias gerenciales de parte de las organizaciones y actores involucrados a nivel comunitario.

Para ello plantea las siguientes líneas de acción:

- Contribuir al desarrollo de un programa de educación y formación en turismo. Establecer convenios de cooperación con universidades y centros de investigación, para la producción de conocimientos, propuestas y recomendaciones a implementar en el ámbito de la formación y capacitación de los recursos humanos.
- Diseño e implementación de un programa de capacitación en turismo comunitario, el cual debe ser permanente e innovador que permita estar renovando los conocimientos y actualizando la información que se va produciendo.

### Asociación de Turismo Rural de Guatemala

Representa a un grupo de más de 110 empresarios rurales asociados de diversos giros de negocios integrantes de la cadena de valor del Turismo Rural de Guatemala, ubicados en 16 departamentos y municipios de la República. La Asociación de Turismo Rural de Guatemala – AsoTurGua – es una organización no lucrativa apolítica que busca promover y gestionar acciones para posicionar a Guatemala como un país que facilite el desarrollo socioeconómico de destinos turísticos rurales, tradicionales y destinos emergentes a través del turismo rural sostenible, que mejore la calidad de vida de las comunidades, elevando los estándares de calidad para atraer visitantes al país.

Sus principios son basados en la conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos y comunidades, su identidad, historia, cultura, gastronomía, tradiciones en una naturaleza exuberante y fauna privilegiada, para compartirla ante el mundo.

Promueven la asociatividad y competitividad de las regiones turísticas. La Asociación de Turismo Rural de Guatemala – AsoTurGua, se unió desde 2016 a la red Iberoamericana denominada IBEROATUR desde donde interaccionan con el Instituto Iberoamericano de Turismo Rural de España, con la que ejecutan una estrategia regional que busca impulsar el desarrollo sostenible en marco de los ODS (AsoTurGua, n.d.) En la actualidad esta asociación no solo aglutina a posadas rurales, sino a empresas turísticas que presten servicios en el área rural bajo los diferentes segmentos.

AsoTurGua busca consensuar una estrategia compartida, donde intercambiar experiencias, oportunidades y fortalezas del turismo rural de Guatemala. La Estrategia Iberoamericana de Turismo Rural y su Instituto Iberoamericano – IBEROATUR – sede en la ciudad de Mérida, Extremadura – España, conformada a la fecha por más de 18 países de Latinoamérica y la península Ibérica (España y Portugal) es un espacio de encuentro para contribuir al desarrollo de las comunidades rurales desde una nueva perspectiva, siguiendo los principios de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible (Asoturgua, n.d.).

Como lo indica AsoTurGua “Nuestros pueblos son turísticamente favorecidos por una biodiversidad única de Guatemala, generando grandes fuentes de trabajo en cada región desde el ámbito agrícola, pecuario, administrativo y calidad humana en el servicio para todo turista nacional o extranjero. Nos une el gran sentido de conservación por el patrimonio natural y cultural de nuestros pueblos, la identidad de todos nuestros Pueblos con Encanto, Pueblos con Historia, Pueblos con Tradiciones, Pueblos con un legado cultural” (Asoturgua, n.d.).

Como principal promotor de la realización del Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario, AsoTurGua es un aliado estratégico para varias líneas de acción que contribuyan a posicionar a Guatemala como uno de los principales destinos turísticos en ese segmento.

Desde el lanzamiento del PMTS, se realizó una revisión de la oferta turística nacional con base en las regiones de planificación turística, cuál era su planta turística, sus atractivos y la vinculación de éstos con los centros distribución y corredores turísticos. Asimismo, se analizó el potencial de cada región en función de los segmentos turísticos prioritarios, las rutas turísticas y los 10 destinos principales (Inguat, 2015).

El turismo comunitario, se presenta como una oportunidad de acuerdo con el análisis del PMTS, el cual presenta algunos elementos básicos para su impulso tales como una guía práctica, la formación de guías de turistas comunitarios con una oferta formativa especializada y el apoyo de la cooperación internacional.

En Guatemala el turismo rural puede tomar diferentes modalidades o segmentos puesto que mucho del patrimonio natural y cultural, principal atractivo del país, se encuentra en el interior del territorio. Por ello, de los once segmentos que se establecen en el PMTS, casi todos tienen posibilidades de desarrollarse en lo rural, tales como el de cultura, naturaleza, voluntariado, bienestar, entre otros. Por supuesto, el turismo con gestión comunitaria también es transversal a todos los segmentos anteriores, pues son los comunitarios, los actores más importantes en la ruralidad del país.

En ese contexto, el PMTS se refiere al turismo comunitario en diferentes apartados:

### **1. Comités de Autogestión Turística (CAT).**

Con respecto al turismo comunitario, los CAT como organizaciones locales, integran en algunos casos a grupos comunitarios y están llamados a impulsar actividades para el desarrollo y promoción de, entre otros, el turismo comunitario.

### **2. Cooperación internacional.**

Los grupos comunitarios interesados en desarrollar el turismo como actividad económica han tenido oportunidad de recibir asistencia técnica para sus emprendimientos. Guatemala contó con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA) para desarrollar una serie de actividades en apoyo del turismo

comunitario y de naturaleza, dentro de las que está la realización de una guía para la gestión sostenible de dicha actividad.

**3. Sostenibilidad turística.** En el programa sobre sostenibilidad, el PMTS plantea como resultado que se desarrollen emprendimientos de turismo comunitario y que los empresarios se empoderen de los Criterios Globales de Turismo Sostenible para dar continuidad y sostenibilidad a los proyectos, para lo cual se requiere el acompañamiento de terceros. Se identifican además varios proyectos bajo el subprograma de turismo con gestión comunitaria, dentro de los que se puede resaltar:

- i. Implementación de la Guía práctica pasos firmes hacia la gestión sostenible del turismo comunitario en Guatemala.
- ii. Capacitación y transferencia de capacidades en comunidades y pueblos indígenas interesados o que actualmente estén operando iniciativas de turismo con gestión comunitaria.
- iii. Elaboración de bases de datos y sistemas de evaluación y seguimiento de iniciativas de turismo con gestión comunitario.
- iv. Sistematización de experiencias para elaboración de estudio de caso y divulgación de proyectos de involucramiento comunitario exitosos.

**4. Guías comunitarios.** Se identifica dentro de la oferta de servicios de formación, la de guía comunitario impartido por el Intecap. Además, para 2014 se señala que la Región de Petén, Altiplano y Pacífico, son las que cuentan con más guías comunitarios registrados en el Inguat.

**5. Competidores de Guatemala.** Dentro de los países identificados como competencia para Guatemala, se describe Ecuador, el cual es pionero en la gestión de turismo comunitario con reconocimiento del Estado como un sector clave de la economía social y solidaria. Cuentan con una Federación Plurinacional de

Turismo Comunitario con un equipo técnico que da acompañamiento en todo el proceso de desarrollo y promoción de los emprendimientos. Panamá y Perú, también se identifican como potenciales competidores, puesto que dentro de su estrategia define el segmento de turismo cultural y comunitario como una prioridad.

El turismo comunitario es una oportunidad que se ha identificado en el PMTS, el cual ya cuenta con algunos elementos básicos para su impulso tales como una guía práctica, guías de turistas comunitarios con una oferta formativa especializada y el apoyo de la cooperación internacional.

De acuerdo con el PMTS (Instituto Guatemalteco de Turismo, 2015), de las 12 rutas turísticas existentes en el país, ocho se desarrollan según la modalidad de turismo rural:

- Ruta de los pueblos mayas: universo maya, dualidad maya y calendario maya
- Ruta Naj Tunich
- Ruta del Café
- Ruta de los Baktunes
- Ruta Guatemática
- Ruta Maya (de los países miembros de la Organización Mundo Maya)
- Ruta Colonial y de los Volcanes (Centroamérica)
- Ruta del Patrimonio Mundial de Centroamérica

Todas las experiencias de turismo comunitario mencionadas son llevadas a cabo en las áreas rurales, una actividad de bajo impacto que valora y cuida el patrimonio natural y cultural, da oportunidades a las comunidades y empresarios locales para su desarrollo económico.

El turismo es una actividad transversal, que puede desarrollarse en todos los ámbitos de un país, pero en especial en lo rural, provee fuentes de empleo y desarrollo económico. Una de las principales fortalezas de Guatemala para el crecimiento del turismo comunitario es que, cuenta con un patrimonio natural y cultural reconocido y valorizado tanto dentro como fuera del país. Este patrimonio perdura y se manifiesta en su cultura viva. Los actores locales, presentan experiencias diversas en la oferta de sus servicios y productos, se capacitan y buscan la internacionalización. La tendencia del interés de los visitantes por experiencias comunitarias responsables y sostenibles, hace que este sea un segmento que se perfile como de los más importantes, promueve procesos de toma de decisiones descentralizadas en las regiones, contribuye de manera importante al fortalecimiento del poder y gestión local.

### Experiencias y aprendizajes del turismo rural y comunitario en Guatemala

Son varias las condiciones que se han mejorado en el sector turístico de Guatemala a raíz del crecimiento del interés global por experiencias comunitarias. Desde el desarrollo de capacidades empresariales locales, se puede observar un crecimiento en la equidad étnica como de género, además del interés local de revalorizar su entorno natural y cultural, así como de convertirse en comunidades anfitrionas de los destinos, que buscan ser autosostenibles.

Se presentan algunas experiencias en este apartado, de las muchas que hay en Guatemala, en donde cada vez más se percibe un espíritu de asociatividad. Existe alto interés de parte de los operadores de turismo receptivos por trabajar en los destinos comunitarios, así como existe mayor socialización de la actividad turística con las entidades del Gobierno que se suman dentro de sus competencias, lo que podría resultar en una mejor coordinación interinstitucional en el corto y mediano plazo.

En este sentido, cabe resaltar la coordinación que debe incrementarse con el Consejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP- para la gestión comunitaria. Guatemala ha sido reconocida internacionalmente por contar con un normativo para la gestión y manejo de las actividades de visita en el sistema guatemalteco de áreas protegidas –SIGAP. El objetivo de este marco de normas es la gestión y manejo de las actividades de visita en las áreas protegidas, se dan a conocer las figuras técnicas del CONAP para el eficaz manejo de las áreas protegidas en torno a la visitación turística, a través de la coadministración, la concesión de servicios turísticos para visitantes, la gestión y manejo de visitantes; licencias y permisos para la prestación de servicios, entre otros. La implementación correcta y supervisada de las normas de gestión en áreas protegidas, tanto privadas como del gobierno, redundará en mejores resultados del manejo de grupos de visitantes, la capacidad de carga, así como la experiencia general que se llevará el turista de Guatemala.

Es necesario observar que existen muchos retos por superar de parte de los actores del turismo y gestión comunitaria. Uno de ellos es la infraestructura turística, pues es evidente que se debe mejorar la básica para el visitante y también por proyectos que se conviertan en íconos de experiencias comunitarias y, por ende, lugares “instagrameables”, por supuesto con un plan de gestión, promoviendo el buen uso y visitación de manera responsable. La calidad en el servicio y atención al cliente también es una tarea por mejorar, pues algunas buenas prácticas en protocolos de higiene en las comunidades tienen áreas de mejora. La señalización turística es muy poca, así como la interpretación, por lo que es una tarea aún por mejorar.

Por otro lado, aunque las dinámicas de gestión comunitaria han mejorado, se debe fortalecer la habilidad de comercialización y mercadeo, así como la generación de estadísticas del registro de esta actividad, lo cual podrá dar un indicador real del impacto económico que representa para el país.

La estandarización en el servicio es un objetivo clave, pero sin perder de vista que cada experiencia es única y puede tener sus propios indicadores de satisfacción para el cliente.

Aunque la asociatividad y el trabajo colaborativo ha incrementado, se deben mejorar algunos aspectos de la comunicación entre los actores involucrados en esta actividad para evitar la conflictividad y trabajar en intereses y objetivos comunes.

Aún hace falta un marco jurídico específico, normativa o reglamento para la actividad del turismo comunitario, la forma de su registro como actividad turística comunitaria, la forma de crear incentivos y el involucramiento institucional de actores clave como el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA). Uno de los objetivos de la extensión agrícola es impulsar

procesos de educación no formal para estabilizar y mejorar los sistemas campesinos de familias en subsistencia. En cuanto a sus capacidades, disponibilidad y acceso a la seguridad alimentaria y nutricional este programa puede unir la actividad agrícola de los pobladores y sus experiencias turísticas.

En Guatemala existe un alto índice de conectividad de Internet y telefonía celular, no obstante, es necesario hacer uso de esta tecnología para superar la brecha en la atención al cliente y su consumo; la conectividad digital ha transformado la manera en la cual exploramos el mundo. La proliferación de los dispositivos móviles ha facilitado el turismo en “tiempo real”. Los viajeros son cada día más sensibles y reactivos a la información en línea.

A continuación, se describen algunos ejemplos de la actividad turística y comunitaria, en destinos importantes de las regiones de Guatemala:

## “Encadenamiento Turístico en la Reserva de la Biósfera Maya, Petén”



**Ubicación** Sitio Arqueológico Yax-Ha, Petén

**Objetivo** Desarrollar la actividad turística, gestionada por la comunidad, en el Parque Nacional Yaxha- Nakum-Naranja y Sitio Arqueológico Uaxactun

### Descripción y/o actividades

- Desarrollo de la imagen comercial del destino y servicios turísticos.
- Diversificación gastronómica.
- Desarrollo de nuevos productos artesanales.
- Diseño de paquetes y guiaje turístico en inglés.
- Empoderamiento de la mujer a través de la iniciativa “Mujeres procesadoras de frutas”
- Renta de equipo y manejo de grupos de visitantes (transporte terrestre y acuático).
- Línea de souvenirs.

## Buenas prácticas y aprendizajes

- Organización de la comunidad en una asociación empresarial para prestar los servicios.
- Especialización en la prestación de servicios a cada grupo comunitario.
- El parque cuenta con una Junta Administradora, en la que la comunidad puede participar con voz.

# Maya Trek El Zotz – Tikal



**Ubicación** Petén, sitios arqueológicos el Zotz, Tikal

## Objetivo

- Caminata de tres días dentro de la selva del Petén, una aventura que combina naturaleza, cultura y arqueología
- El *trekking* se realiza en su totalidad dentro de la Reserva de la Biosfera Maya, el área protegida más grande de Guatemala
- Desarrollado por INGUAT
- 2014: Reconocido como “Best place to visit” por Lonely Planet.
- Premiado en 2015 en WTM como uno de los mejores productos de aventura

## Descripción y/o actividades

- Desarrollo de la imagen comercial del destino y servicios turísticos.
- Diversificación gastronómica.
- Desarrollo de nuevos productos artesanales.
- Formación de guías comunitarios
- Capacitación de la comunidad para brindar alimentos y bebidas a los visitantes / Buenas prácticas de manufactura

- Apoyo con infraestructura y equipamiento básico para el campamento y la pernoctación
- Servicio de arrieros para apoyo de los visitantes
- Los servicios son prestados por la Comisión de Turismo de la Comunidad del Cruce Dos Aguadas, únicos autorizados para realizar el recorrido

### Buenas prácticas y aprendizajes

- Efectivas acciones de *marketing* que permitieron fueran reconocidas como el *Best place to visit* en el 2014 por *Lonely Planet* y como uno de los mejores productos de aventura en 2015 en la feria de Londres *World Travel Market*
- Desarrollo de una imagen y materiales de comunicación que apelaban a un nicho de mercado especializado

---

## San Juan La Laguna



---

**Ubicación** Lago de Atitlán, Sololá

**Objetivo** Promover el encuentro con la cultura en el marco de la belleza natural del lago.  
San Juan La Laguna, integrada por:

- 20 asociaciones.
- Aproximadamente 700 familias
- Iniciaron alrededor de 2003

Un grupo de pobladores de San Juan La Laguna se unieron para crear la asociación Rupalaj Kistalin con el objetivo inicial de reforestar la cuenca del lago de Atitlán y concientizar a la población de San Juan La Laguna sobre la importancia de la conservación del medio ambiente.



**Descripción y/o actividades** Producto turístico que considera experiencias de:

- Cultura: ceremonias mayas
- Aviturismo
- Pesca artesanal
- Trekking
- Visita a talleres de textiles, artesanías, chocolate, miel, proceso de café, entre otros.

La comunidad está a cargo de la gestión de:

- Guías
- Hospedaje
- Alimentos y bebidas
- Artesanía



Con el paso del tiempo la asociación decidió diversificar sus actividades a través de la incorporación de servicios turísticos promoviendo la hospitalidad del pueblo y el trato amable ofrecido a los visitantes de parte de los pobladores, de esta manera desarrollaron una red de alojamiento en casas de familias del pueblo, en donde los visitantes comparten y pasan tiempo con familias locales propiciando el intercambio cultural y aprendizaje acerca de las tradiciones y forma de vida de la cultura Tz’utujil.

Tour natural: caminata de cuatro horas al cerro denominado el Rostro Maya, en donde es posible observar la belleza escénica del lago de Atitlán.

Tour cultural: recorrido por el pueblo de San Juan La Laguna, con el objetivo de conocer la tradiciones culturales, artesanales y artísticas que destaca la cultura Tz’utujil.



Ceremonia de árbol: la ceremonia inicia en el vivero de especies nativas de Rupalaj Kistalin en el cual cada persona tiene la posibilidad de escoger el árbol que desea sembrar, es importante destacar que las especies promovidas para sembrar son nativas de la región.

Tour del maíz: después de un recorrido por las “milpas” y haber aprendido acerca de dicho grano, mujeres sanjuaneras enseñan a cocinar platos tradicionales elaborados a base del grano sagrado, finalmente, deguste de tortillas, atol y platillos elaborados a base de maíz, experiencia que permite conectar al visitante con la gastronomía ancestral guatemalteca a través de la



utilización del maíz, considerado principio vital y elemento fundamental de la cosmovisión maya, plasmada en el Popol Wuj.

### Buenas prácticas y aprendizajes

- Especialización de cada grupo comunitario en una experiencia única y diferente que diversifica la visita permite generar mayor gasto y permanencia
- Organización comunitaria con el gobierno local
- Aprovechamiento de la organización comunitaria para articular los servicios

## Té Chirrepeco



**Ubicación** San Juan Chamelco, Alta Verapaz – Cooperativa de Té

**Objetivo** Tour Té Chirrepeco se realiza en Alta Verapaz dentro de la cooperativa Chirrepeco la cual es conformada por una comunidad maya q'eqchi'. Da a conocer el proceso que lleva la producción del té nacional, el cual se ha ganado el cariño de los hogares guatemaltecos desde hace varios años.

**Descripción y/o actividades** Desde su historia, siembra, cultivo y cosecha cautiva al turista en múltiples aspectos y sobre todo en su peculiar sabor. Este es único tour de té en la zona norte de Guatemala. En la actualidad es distribuido en toda Guatemala y fuera de ella.

- Espeleoturismo en cuevas sagradas
- Agroturismo
- Naturaleza y cultura
- Guías comunitarios
- Gastronomía
- Tour de todo el proceso por la plantación

## Buenas prácticas y aprendizajes

- Comunidad maya- q'eqchi dedicada a la siembra, cosecha y procesamiento del té negro, autónoma con negocio agrícola exitoso que se diversifica de manera escalonada en la prestación de servicios turísticos
- Involucramiento de las mujeres en la gestión de la actividad turística
- Conservación de la naturaleza

---

# Caribe Maya



**Ubicación** Caribe Guatemala – norte de Honduras

**Objetivo** Impulsa el turismo sostenible con gestión comunitaria en el litoral Caribe de Guatemala y la zona costera e islas del norte de Honduras, que forman parte del Sistema Arrecifal Mesoamericano.

**Descripción y/o actividades** Esta fascinante región en Guatemala se caracteriza por su exuberante naturaleza y las montañas más altas del caribe, así como por su barrera arrecifal catalogada como la segunda más grande del mundo. Es el lugar en donde convergen las culturas vivas maya y garífuna.

- Gastronomía
  - Espeleología
  - Salud y bienestar
  - Tours por lancha
  - Hospedaje
- <https://caribemaya.net/>

## Buenas prácticas y aprendizajes

- Identificación de experiencias únicas e irrepetibles que se complementan permiten el aumento del gasto y permanencia
- Creación de un Centro de Reservas para dar seguimiento mercadológico, relación con la cadena de comercialización y coordinación de la operación de los servicios
- Aprovechamiento de capacidades locales creadas previamente a través de Ak Tenamit y su escuela de turismo

# Ak Tenamit



**Ubicación** Izabal

**Objetivo** Ak 'Tenamit (AAT) es una asociación sin fines de lucro registrada y ubicada en Guatemala como “Asociación Ak' Tenamit”.  
Trabaja en estrecha colaboración con las aldeas mayas q'eqchi de Guatemala en su trabajo para desarrollar sus comunidades proporcionando acceso a la educación y la atención médica y apoyando los esfuerzos de las microempresas.

## Descripción y/o actividades

- Gastronomía
  - Café Tatín, que funciona como una Escuela de turismo sostenible para estudiantes de las etnias mayas
  - Sendero y hotel ecológico con cabañas de madera de techo de palma
  - Tours culturales en Livingston
  - Elaboración de casabe / producto de yuca
- [www.aktenamit.org](http://www.aktenamit.org)

## Sacatepéquez, Comunidades aledañas a La Antigua Guatemala



### Ubicación

- San Antonio Aguas Calientes y sus aldeas
- Ciudad Vieja
- San Juan del Obispo
- San Pedro las Huertas
- San Felipe de Jesús
- Pastores

### Objetivo

Pueblos (municipios) alrededor de La Antigua

- Cultura
- Gastronomía
- Textiles
- Religioso
- Artesanías

### Descripción y/o actividades

Comunidades y pueblos en un entorno colonial.



- Guías comunitarios
- Gastronomía
- Agroturismo / café
- Senderismo
- Artesanías

San Cristóbal el Alto Sacatepéquez

- Comunidad organizada para la venta de Artesanías
- Gastronomía
- Senderismo
- Cultura

### Buenas prácticas y aprendizajes

- Comunidad autónoma con negocio agrícola exitoso que se diversifica de manera escalonada en la prestación de servicios turísticos
- Sacatepéquez
- En algunos casos efectiva coordinación y organización comunitaria
- Desarrollo de actividades temáticas como la feria del níspero

## Reflexiones sobre la actividad turística comunitaria y rural en Guatemala

- Crear un ecosistema emprendedor comunitario, en el cual se visibilicen las acciones colaborativas y que buscan el objetivo común. Aunque hay muy buenos ejemplos de emprendimiento y colaboración, aún hay mucho que hacer en la gestión comunitaria.
- Fomentar el intercambio de experiencias a nivel regional. Existe una oferta regional de turismo comunitario, la cual puede conectarse con el patrimonio cultural tangible e intangible, encontrar elementos diferenciadores y así también satisfacer los intereses del turista.
- Articular la oferta nacional y regional entre las empresas y centros de reservas. Es común que el visitante realice búsquedas para encontrar la oferta comunitaria, por lo que es necesario abrir las fronteras y expandir la visión no sólo para la oferta turística de Guatemala, sino de la región centro o mesoamericana.
- Acompañar la gestión de proyectos que aceleren la reducción de las brechas existentes e impulsen la adopción de conocimientos para el futuro. La búsqueda de apoyo a nivel nacional o de cooperantes debe enfocarse en atender las brechas que quedan aún a nivel de gestión y fortalecimiento de capacidades.
- Hacer más visible el turismo comunitario en los planes y estrategias nacionales y locales; un país se ofrece no solo por su atractivo natural o histórico, sino por su cultura viva, de ahí que sea importante vincularla en todos sus matices, pues los emprendimientos comunitarios muestran el lado humano de la tradición vigente en Guatemala.

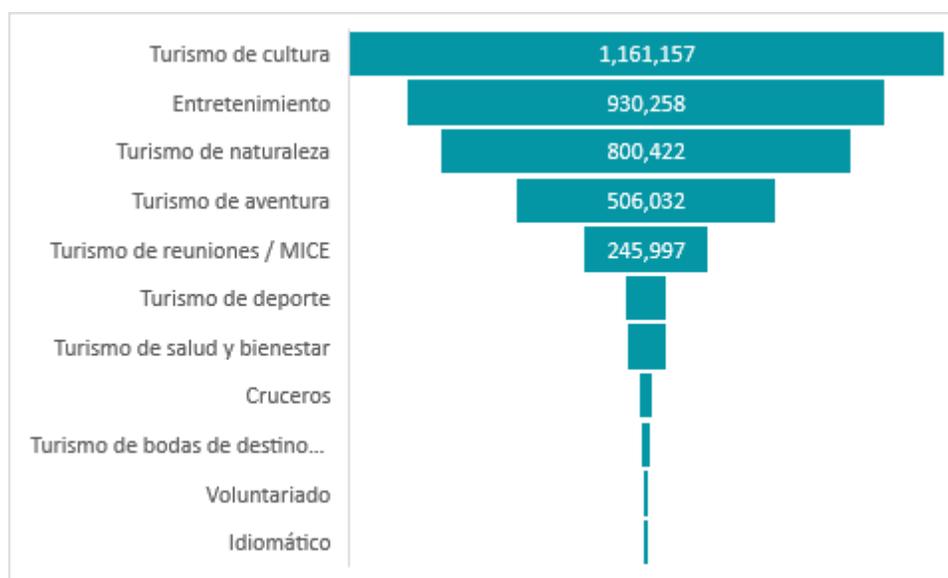
## Análisis estadístico

### Participación de los segmentos vinculados al turismo rural y comunitario

De acuerdo con las estadísticas del Inguat los visitantes realizan actividades relacionadas con varios segmentos turísticos. En la siguiente gráfica se observa que las actividades del segmento de cultura son las que encabezan la clasificación, seguidas de las del segmento de entretenimiento, naturaleza, aventura y MICE.

En términos de la estrategia, se puede resaltar la relevancia de priorizar las inversiones en desarrollo de producto y promoción en las actividades que se vinculan con el turismo rural y comunitario en los segmentos de cultura, naturaleza y aventura principalmente.

**Gráfica 1 Visitantes que realizan actividades relacionadas con los segmentos prioritarios de Guatemala**



**Fuente: elaboración propia con información del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados del Inguat, 2023.**

### Visitantes no residentes de los países más relevantes para el turismo rural y comunitario

Al aislar la información de los segmentos turísticos de cultura, naturaleza y aventura, ya que estos son los principales en todos los mercados, se pueden analizar algunas preferencias particulares de los visitantes por país de residencia. Por ejemplo, para Belice y Honduras las actividades relacionadas con el turismo de salud y bienestar están en un cuarto lugar, mientras que para Rusia y Japón el cuarto segmento es el idiomático. Para el resto, el segmento de deportes ocupa el cuarto lugar.

Otros datos para resaltar son que para Panamá, Brasil y Japón las actividades del segmento de voluntariado ocupan un quinto puesto. Mientras que para Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido e Israel, es el idiomático el quinto en su preferencia.

Lo anterior permite diseñar productos y campañas basadas en los tres segmentos de valor potencial para ser vinculados con el turismo rural y comunitario: cultura, naturaleza y aventura; se pueden fortalecer con algunos matices particulares en los segmentos secundarios de interés por mercado.



# 2

## DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL Y COMUNITARIO

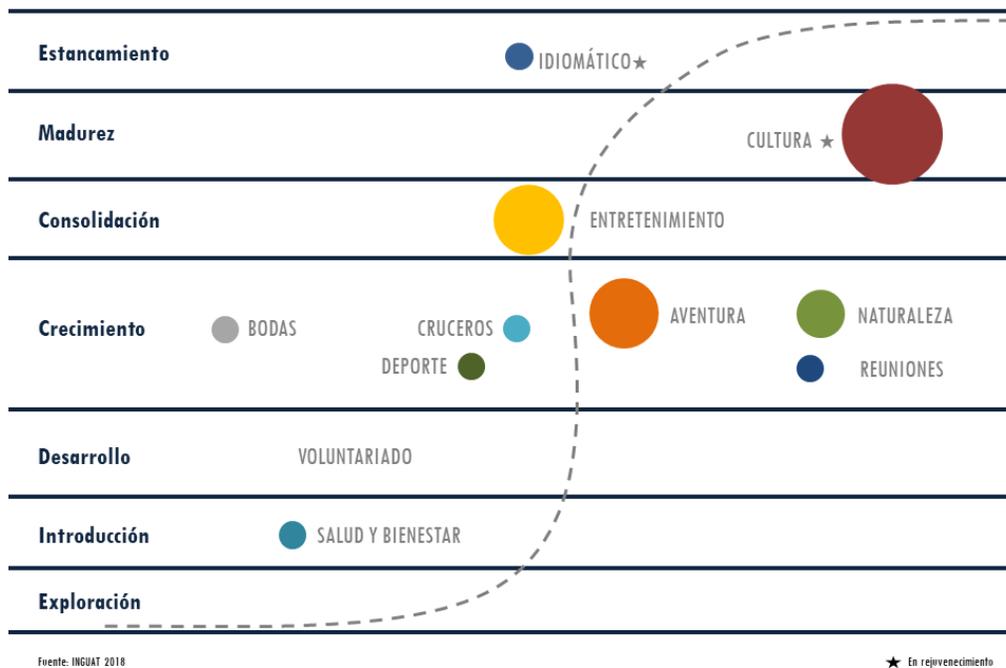


### Ciclo de vida de los segmentos turísticos

La última revisión del estado de los segmentos turísticos se realizó por el Inguat en 2019. Si bien es cierto la pandemia hizo que se estancara el impulso del turismo, ha habido una recuperación de los visitantes e ingresos y se proyecta una recuperación para el 2023 por lo que se partirá del estado de 2019 para analizar el ciclo de vida de los segmentos. En ese momento se visualizaba los segmentos de cultura e idiomático en una fase de rejuvenecimiento debido a inversiones e innovaciones en cada segmento. Mientras tanto, las áreas de aventura, naturaleza y deportes se encontraban en fase de crecimiento. Por su parte, el segmento de voluntariado estaba en fase desarrollo y el de salud y bienestar saliendo de introducción para entrar a su fase de desarrollo

Lo anterior permite determinar que se necesita un fortalecimiento en la consolidación de productos estrella de cultura, naturaleza y aventura e invertir en promoción en los mercados prioritarios. Mientras que para los segmentos idiomático y de deportes se requiere de una mayor inversión estratégica en promoción, pero vinculándola con las experiencias rurales y comunitarias. Finalmente, el segmento de bienestar aún debe incentivarse, mejorar y diversificar la oferta en los destinos de mayor potencial.

**Ilustración 1 Ciclo de vida de los segmentos turísticos de Guatemala**



**Fuente: tomado de Estrategias de Segmentos Turísticos, Inguat, 2019.**



## Análisis de la competencia

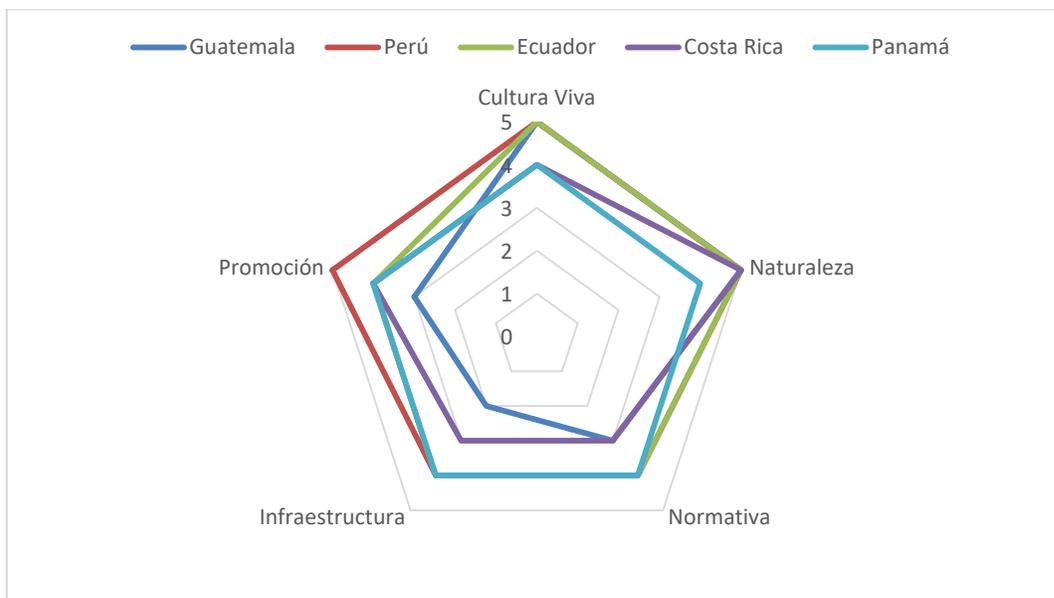
Para el análisis de los países que cuentan con una oferta de turismo rural y comunitaria, se consideran aquellos que muestran similitud con Guatemala en cuanto a cultura viva, riqueza natural, patrimonio tangible, entre otros. El PMTS (Inguat, 2015), identifica como los países que mayormente compiten con Guatemala en el turismo rural a Costa Rica en las actividades naturales y Perú en las culturales.

Sobre Perú, según el Plan, existía creciente interés de las comunidades por integrarse a la oferta de circuitos turísticos, como una oportunidad para llevar bienestar. Sin embargo, reconocían que tenían retos desde la planificación de esta modalidad de turismo, en la actualidad puede notarse que están superándose.

Costa Rica, por su lado, cuenta con un renombre internacional en cuanto al turismo de naturaleza y sostenible. Dentro de sus ventajas está el sistema de parques naturales y áreas protegidas que cubren un 25% del territorio, lo que, junto con su incorporación a los países megadiversos y su planificación de largo plazo, lo hace un destino altamente competitivo.

Finalmente, México es un país que compite directamente por su cercanía y similitud de oferta con Guatemala. En especial la combinación de naturaleza y cultura, lo cual le permite acceder a un amplio abanico de visitantes con motivaciones diferentes. Su posicionamiento internacional y su capacidad de recuperación después de la pandemia, lo ha colocado como uno de los países con mayores llegadas internacionales de turistas en el mundo.

**Gráfica 2 Países competencia en turismo rural y comunitario y sus principales fortalezas**

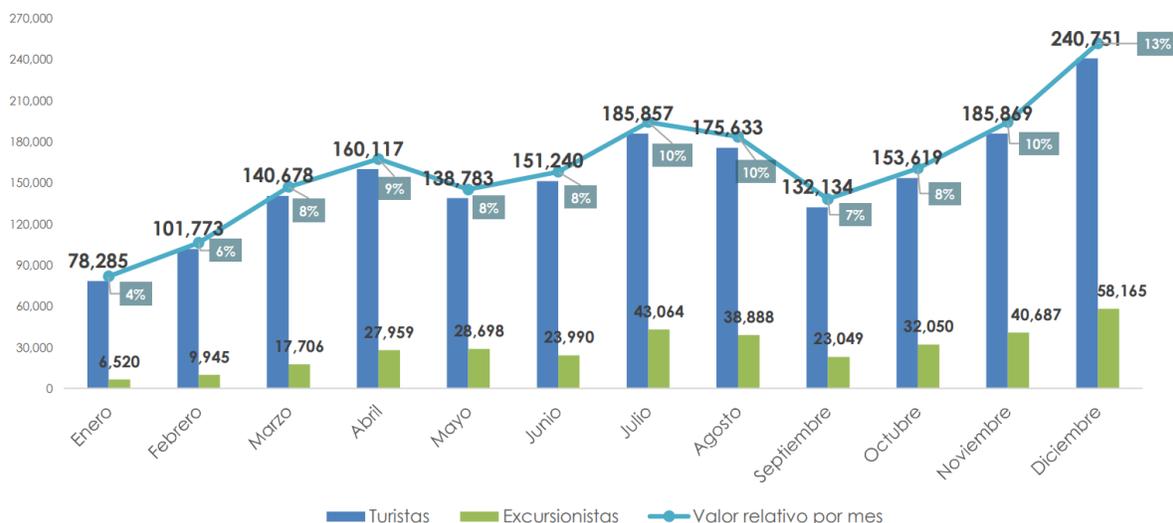


Fuente: elaboración propia.

### Análisis por temporada y por estación

El comportamiento estacional del turismo en Guatemala es muy similar al de la competencia, marcado por la temporadas y fechas de vacaciones en los países emisores. Los meses de mayores llegadas son marzo y abril en la temporada de Semana Santa, julio y agosto que coincide con vacaciones en Europa y Estados Unidos. Finalmente, un último pico en noviembre y diciembre.

**Gráfica 3 Estacionalidad del turismo receptivo de visitantes no residentes 2022**



Fuente: Boletín estadístico, (Inguat, 2023)

Sin embargo, por el lado de las oportunidades de cada segmento se puede decir que hay unos que pueden desarrollarse en cualquier época del año. Con excepción del de naturaleza y aventura que están determinados por las estaciones del año, clima y fechas de apareamiento, en el caso de la observación de fauna marina. El resto de los segmentos está listo para prestar experiencias únicas a lo largo del año.

### Retos y oportunidades del turismo rural y comunitario

En mayo de 2023, la Organización Mundial del Turismo (OMT) presentó un nuevo informe en el que se describe un panorama de la situación del turismo rural producto de un estudio realizado entre sus estados miembros, el cual identifica los principales retos y oportunidades del turismo como motor del desarrollo rural, desde una perspectiva política. En tal sentido, Tourism and Rural Development: A Policy Perspective – Results of the UNWTO Survey on Tourism for Rural Development to Member States (“Tourism and Rural Development: A Policy Perspective,” 2023) se constituye como el primer documento de referencia de la OMT sobre turismo y desarrollo rural.

### Oportunidades del turismo rural de acuerdo con la OMT:

Las principales conclusiones del estudio se enfocan en las oportunidades del turismo rural de la siguiente forma:

1. Más de la mitad de los estados miembros (59%) afirma que el turismo rural es una prioridad.
2. Casi todos los estados miembros (96%) prevén un futuro mejor para el turismo rural en los próximos años.
3. La creación de nuevos puestos de trabajo, la mejora de los medios de subsistencia y la lucha contra la despoblación, son las oportunidades aportadas por el turismo a las zonas rurales que más a menudo se citaron.
4. Los estados miembros también señalaron la conservación y la promoción del patrimonio cultural y la protección del medio ambiente entre los mayores beneficios potenciales del turismo rural.

### Principales retos del turismo rural de acuerdo con la OMT:

La investigación de la OMT identificó retos vinculados principalmente al potencial del turismo en pro del desarrollo rural:

1. El déficit de infraestructuras en las zonas rurales, ya que las deficiencias en carreteras, puertos, aeropuertos y otras infraestructuras que permiten el acceso a las zonas rurales, todavía plantean un reto para los países encuestados.
2. La despoblación rural, además de la estacionalidad y la competitividad de los productos que se suman a este reto, y aumentan la inestabilidad de las empresas rurales, lo que impide retener a la población y los recursos humanos.
3. La falta de educación, formación y desarrollo de las competencias, además de la escasa capacidad de atraer y retener el talento profesional.
4. Dificultades para acceder a los sistemas financieros.
5. Restricciones en la creación de productos turísticos innovadores en las zonas rurales.
6. La gestión del conocimiento y de los efectos de la degradación de los recursos naturales.
7. Las limitaciones en el manejo de datos y la digitalización.

Como parte del diagnóstico de este análisis se diseñó un formulario tipo encuesta el cual se remitió de manera electrónica a diferentes actores de la oferta de turismo rural en Guatemala. Asimismo, se realizaron entrevistas a actores claves, los cuales arrojaron los siguientes resultados:

## ÁMBITO INSTITUCIONAL

### Descripción de ámbito institucional y actores que intervienen

#### Rol del Inguat y las mesas departamentales

El Instituto Guatemalteco de Turismo, Inguat, como ente rector de la actividad turística en el país, juega un rol fundamental en el fomento y promoción de Guatemala como destino turístico. En ese sentido la presente estrategia debe ser consensuada, conocida y posteriormente implementada bajo el liderazgo de las mesas departamentales de turismo las cuales, además de los actores incluidos dentro del normativo deben identificar localmente a los grupos organizados que

aglutinan a prestadores de servicios, a las entidades con representación local que operan el turismo rural del sector público, privado, academia y cooperantes internacionales con intervenciones locales. Éstos implementan proyectos con enfoque comunitario, encadenamientos productivos, medios de vida que pueden ser potenciados y escalables si son conocidos por el ente rector y representación de las comunidades o emprendimientos que prestan servicios turísticos comunitarios.

El Acuerdo de Dirección No. 122-2017-DG del 23 de marzo de 2017 del Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat, 2017), contiene el Normativo para las Mesas Departamentales de Turismo y su reforma del Acuerdo de Dirección 09-2018-DG del 2 de enero de 2018. De acuerdo con este normativo, las mesas son instancias de gestión y planificación en las que convergen sector público y privado para trabajar en conjunto por el desarrollo y promoción turística de un territorio.

Su conformación debiera ser por medio de un delegado del Inguat, quien debe coordinarlas, uno de los ministerios de Economía, Cultura y Deportes, Consejo Nacional de Áreas Protegidas, Secretaría de Planificación y Programación, Gobernación Departamental y delegados de los gobiernos municipales. Del sector privado se debe integrar representantes de la Cámara de Turismo de Guatemala, del Buró de Convenciones, de los turoperadores, restaurantes y hoteles. Asimismo, se establece un espacio para los Comités de Autogestión Turística, dos para ONG que trabajen en temas vinculados y cualquier otro que el Inguat considere oportuno. Las reuniones deben celebrarse al menos cada dos meses y la participación es ad-honorem.

Las funciones definidas son:

1. Asesorar y apoyar a su departamento en elaboración de programas y estrategias en materia turística.
2. Proponer a las autoridades involucradas en esta mesa, acciones conjuntas o no, por realizar para la ejecución del PMTS y plan departamental – municipal, vigente.
3. Promover el desarrollo turístico sostenible con actores del sector: público, privado, académico.
4. Propiciar la inclusión de los criterios globales de sostenibilidad.
5. Recomendar y apoyar mecanismos de cooperación interinstitucional, con organizaciones departamentales o municipales.
6. Presentar propuestas de programas y proyectos al COREDUR, CODEDE y COMUDE, que impulsen la competitividad y sostenibilidad.
7. Facilitar coordinación y análisis de aspectos de interés de los miembros, que permita interrelación con diferentes sectores.
8. Apoyar en la sensibilización dentro de los municipios y departamentos para promover la cultura estadística.

9. Definir recomendaciones y propuestas para la Direcciones de Desarrollo de Producto y Mercadeo.

10. Preparar informes para las Direcciones de Desarrollo de Producto y Mercadeo.

Es ese orden de ideas, la gobernanza turística, a través de las mesas departamentales de turismo, debe ser entendida como un espacio de relacionamiento, cooperación y coordinación entre los diferentes actores que participan en el turismo, buscando mejorar la toma de decisiones, el desarrollo de sistemas de trabajo conjunto y la toma de decisiones colectiva para que la gestión y desarrollo de los destinos turísticos alcance los objetivos trazados.

La búsqueda de la competitividad turística, el aumento de los visitantes, el aumento de la pernoctación y el aumento del gasto promedio en los destinos rurales son objetivos claros, toda vez que el desarrollo de un destino turístico rural tiene retos adicionales vinculados a la mejora de los accesos viales, inseguridad, falta de señalización, competencia desleal, malas prácticas de sostenibilidad, falta de información hacia el turista, falta de servicios básicos. En este sentido, la participación de los tomadores de decisiones de los gobiernos locales, así como de los administradores de atractivos naturales y culturales es fundamental de tal manera que la planificación dentro de sus planes operativos anuales incluya apartados específicos del desarrollo turístico, previamente consensuados en estos espacios de coordinación y cooperación, bajo el liderazgo del ente rector.

### El rol de las comunidades

Según la guía práctica “Pasos firmes hacia la gestión sostenible del turismo comunitario e Guatemala” (INGUAT, 2011) en ese año existían alrededor de 50 emprendimientos turísticos comunitarios gestionados de manera asociativa y cooperativa quienes, en su conjunto, promueven un sinnúmero de actividades, atractivos y servicios no convencionales. Desde ese momento ya se vislumbraba como la convergencia entre residentes y visitantes comenzaba a generar alternativas de desarrollo para las comunidades anfitrionas y a favorecer encuentros multiculturales exitosos. Al cierre del presente informe no se conoce un inventario actualizado de la oferta del país de turismo.

En ese sentido es importante comprender que las comunidades en Guatemala poseen diversas características según su cultura y localización geográfica, las cuales describe (Naciones Unidas, Mexico. D.F., 2016) en el documento Fortalecimiento de la cadena de turismo de Antigua Guatemala y de los municipios rurales del Departamento de Sacatepéquez de la siguiente manera, en función de la relación de una comunidad con el turismo:

- a) Comunidades como destinos turísticos.
- b) Comunidades como proveedores de productos o servicios directos al consumidor final.
- c) Comunidades como proveedores de productos o servicios a intermediarios.

- d) Comunidades como empleados de empresas turísticas.

Si bien el documento mencionado se enfoca en el departamento de Sacatepéquez, el mismo claramente ejemplifica la relación de las comunidades con el turismo en todo el territorio nacional, toda vez que el turismo comunitario per se, tiene el enorme potencial de ayudar a mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables, reducir la pobreza, proteger el medio ambiente y mejorar las relaciones interculturales. Así es que las comunidades se constituyen como un actor clave dentro de la estrategia de turismo rural y comunitario.

### Normativa nacional

Actualmente no existe una normativa específica para el impulso del turismo comunitario o rural, sin embargo, existe una iniciativa de Ley presentada por el diputado Julio Longo del 4 de noviembre de 2021, fue conocida en el pleno el 2 de febrero de 2022 y tiene el dictamen de la Comisión de Turismo desde el 3 de junio del mismo año.

La iniciativa plantea como responsabilidades la creación de un registro de agrupaciones, identificar comunidades y promocionarlas, capacitarlas, asesorarlas y gestionar el desarrollo de obras y apoyos para incentivar la actividad.

## Mezcla de mercados: producto

### Descripción de la oferta de producto del turismo rural y comunitario

El Inguat tiene un sistema de georreferenciación en el que se encuentran los atractivos turísticos del país. Su base de datos organizada en tipos, subtipos y jerarquías permite identificar aquellos con mayor potencialidad para ser explotados dentro de un territorio o segmento turístico.

### Análisis de los atractivos vinculados al turismo rural y comunitario

Para realizar este análisis de los atractivos que pudieran estar relacionados con la modalidad rural y comunitaria, se fueron distribuyendo los atractivos en los segmentos turísticos que se vinculan con esta modalidad de turismo:

- Cultural
- Naturaleza
- Aventura
- Deportes
- Salud y bienestar
- Voluntariado
- Idiomático

En las siguientes secciones se presenta esta revisión de atractivos y evaluación del potencial.

### Atractivos turísticos, tipología y jerarquización

Mediante una metodología para la clasificación y jerarquización de los atractivos turísticos adaptada de la OEA, el Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat), basándose en una escala de 0 a 5, en donde 5 es el valor más alto, clasifica la oferta de atractivos del país. Conforme al Manual para la jerarquización de atractivos turísticos (Inguat, 2019), se evalúa la atractividad y aptitud turística de los atractivos y se clasifican en tres tipos: culturales, naturales y socioeconómicos. Cada uno de estos tipos tiene a su vez subtipos que especifican las características del atractivo, que va desde un monumento escultórico, hasta un edificio histórico, una manifestación intangible o un espacio apto para turismo.

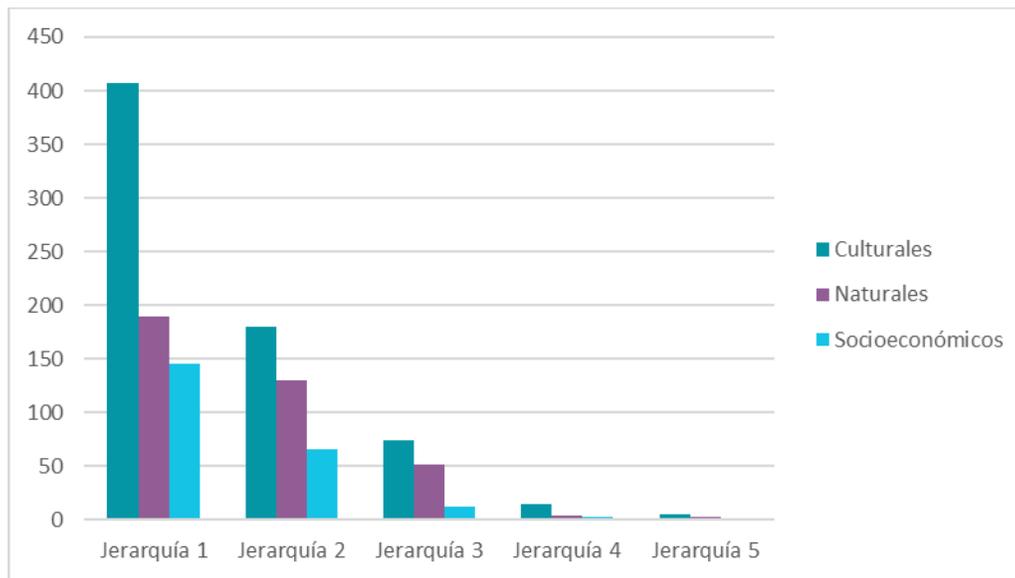
En la siguiente tabla se muestra el total de atractivos de las jerarquías 1 a 5 que hay en el país, un total de 1 284 de los cuales un 53% son culturales, un 29% naturales y 18% socioeconómicos. Sin embargo, conforme a las jerarquías, tan solo un 1% es jerarquía 5 y 2% jerarquía 4, equivalente a 8 y 21 atractivos respectivamente.

**Tabla 1 Atractivos por tipo y jerarquía de Guatemala**

Jerarquía/tipología	Culturales	Naturales	Socioeconómicos	Total
Jerarquía 1	407	189	146	<b>742</b>
<b>Jerarquía 2</b>	180	130	66	<b>376</b>
Jerarquía 3	74	51	12	<b>137</b>
<b>Jerarquía 4</b>	14	4	3	<b>21</b>
<b>Jerarquía 5</b>	5	3		<b>8</b>
Total	<b>680</b>	<b>377</b>	<b>227</b>	<b>1,284</b>

**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023.**

**Gráfica 4 Atractivos por tipo y jerarquía de Guatemala**



**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023**

## Atractivos vinculados al turismo rural y comunitario y subtipo

Al analizar los atractivos de mayor potencial para el turismo nacional e internacional, es decir los de jerarquía 3 y 4 y tamizarlos identificando los segmentos vinculados al turismo rural y comunitario con los que se relacionan se logra deducir que Guatemala tiene una oferta de 126 atractivos, un 48% son culturales, 46% son naturales y un 6% son socioeconómicos.

En la siguiente tabla se pueden analizar por subtipo estos atractivos. Inguat únicamente identifica un atractivo de turismo rural, Agua Caliente en Livingston un lugar emblemático en el Caribe Verde. Los subtipos que sobresalen en el tipo cultural son los entornos de valor cultural y sitios arqueológicos, 16 y 20 respectivamente, mientras que del tipo natural son las áreas naturales recreativas (7), cuevas (4), lago (3), playa (11) y volcán (15). Mientras que del tipo socioeconómico son ocho (8) en total.

Por aparte los ocho atractivos jerarquía cinco que tiene Guatemala, todos se pueden vincular a la modalidad de turismo rural y comunitario, mientras que de los 21 jerarquía cuatro, se vinculan 15 de los atractivos, y de los 137 jerarquía 3, se vinculan 103 atractivos. Es decir, se puede indicar que un 76% de los atractivos jerarquías 5, 4 y 3; son aptos para el turismo rural y comunitario, lo que representa un buen número para articular la oferta turística.

**Tabla 2 Atractivos por subtipo y jerarquía vinculados al turismo rural y comunitario del país**

Tipo y subtipo	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5	Total
<b>Culturales</b>	<b>45</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>60</b>
Comunidad	1			1
Entornos de valor cultural	11	3	2	16
Iglesia	4			4
Manifestación cultural	4			4
Mercado local		1		1
Monumento		1		1
Museo	6			6
Museo de sitio	1			1
Parques y plazas	1			1
Pueblo pintoresco		1		1
Sitio arqueológico	14	4	2	20
Sitio ceremonial	1			1
Sitio histórico	1			1
Sitio patrimonial			1	1
Turismo rural	1			1
<b>Naturales</b>	<b>51</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>58</b>
Aguas termales	1			1
Área natural recreativa	5			5
Área protegida	7			7
Aviturismo	1			1
Bahía	1			1
Caída de agua	1			1
Canal	1			1
Cueva o gruta	4			4
Lago	1	1	1	3
Mirador panorámico	2			2
Playa	10	1		11

Pozas	1	1		2
Río	3		1	4
Volcán	13	1	1	15
<b>Socioeconómicos</b>	<b>7</b>	<b>1</b>		<b>8</b>
Agroturismo	1			1
Complejo turístico	1			1
Edificación arquitectónica	1			1
Parque acuático	1			1
Venta de artesanías	2			2
Zona de ocio y entretenimiento	1			1
Zoológico		1		1
<b>Total, general</b>	<b>103</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>126</b>

**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023.**

### Análisis de los atractivos por segmento, tipo y jerarquía que se relacionan al turismo rural y comunitario

Como algunos atractivos se vinculan a más de un segmento turístico, también se puede hacer un análisis de la oferta bajo este criterio. Resulta interesante que 100 atractivos están vinculados con el segmento de naturaleza, 75 a cultura y 50 a la aventura.

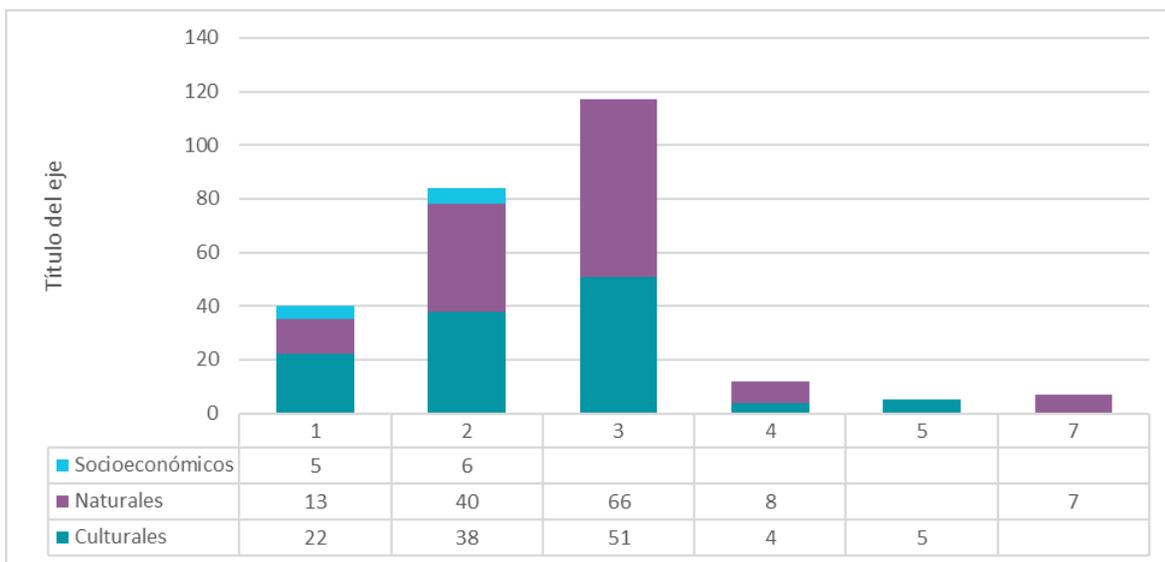
Un total de 141 atractivos, equivalente a un 53% tiene la característica de ser ofertados en más de tres segmentos de los siete seleccionados para el análisis. Esto permite aprovechar y priorizar estos atractivos para hacer inversiones conjuntas que favorezcan la experiencia de más visitantes y a más empresarios que se especializan en diferentes segmentos y actividades. De estos, 120 son culturales y 134 naturales, mientras que socioeconómicos son 11.

**Tabla 3 Atractivos vinculados con segmentos turísticos bajo modalidad rural y comunitaria y su jerarquía**

Segmento	Jerarquía	Jerarquía	Jerarquía	Total
	3	4	5	
Cultural	58	11	6	75
Naturaleza	82	12	6	100
Aventura	41	5	4	50
Deportivo	20	3	4	27
S&B	4	0	3	7
Voluntariado	0	0	2	2
Idiomático	0	1	2	3

**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023.**

**Gráfica 5 Atractivos por tipo clasificados por número de segmentos con los que se pueden vincular**



**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023.**

### Análisis de los atractivos por región turística, tipo y segmento que se relacionan al turismo rural y comunitario

Una vista a la información clasificada por región turística se observa que en su orden el altiplano, Petén y el Caribe son los que tienen más oferta para esta modalidad de turismo. El oriente resulta el de menor relevancia en términos de número de atractivos.

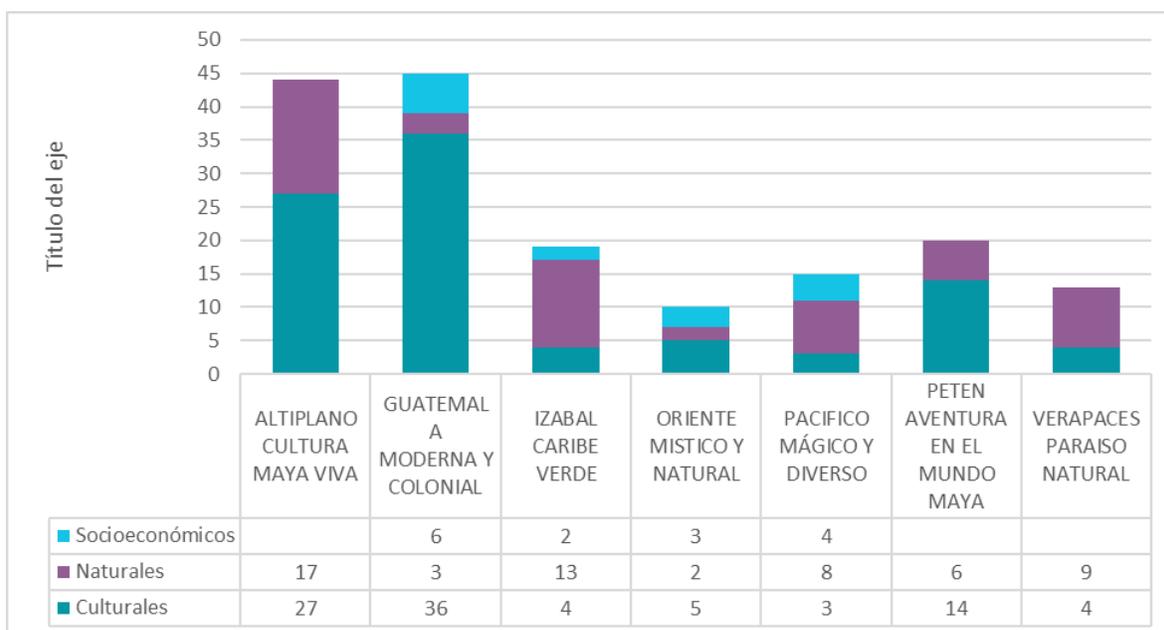
Los atractivos que aportan experiencias a más segmentos – de 4 a 7 – son los ubicados en el altiplano y en Guatemala moderna y colonial. Si revisan los que aportan a más de tres segmentos, los naturales sobresalen en el altiplano, Guatemala moderna y colonial, Petén y Verapaces. La región cuyos atractivos culturales son los de mayor aporte son los de Petén.

Región-tipo de atractivo/número de segmentos con los se relacionan	1	2	3	4	5	7	Total
<b>ALTIPLANO CULTURA MAYA VIVA</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>45</b>	<b>4</b>		<b>7</b>	<b>87</b>
Culturales	10	16	9				35
Naturales	1	4	36	4		7	52
<b>GUATEMALA MODERNA Y COLONIAL</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		<b>31</b>
Culturales	5	6		4	5		20
Naturales	1		6				7
Socioeconómicos	2	2					4
<b>IZABAL CARIBE VERDE</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>4</b>			<b>32</b>
Culturales		6	3				9
Naturales	9	4	3	4			20
Socioeconómicos	1	2					3
<b>ORIENTE MÍSTICO Y NATURAL</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>3</b>				<b>14</b>
Culturales	2	2	3				7
Naturales		4					4
Socioeconómicos	1	2					3
<b>PACÍFICO MÁGICO Y DIVERSO</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>3</b>				<b>22</b>
Culturales	2	2					4
Naturales		14	3				17
Socioeconómicos	1						1
<b>PETÉN AVENTURA EN</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>45</b>				<b>54</b>

Región-tipo de atractivo/número de segmentos con los se relacionan	1	2	3	4	5	7	Total
<b>EL MUNDO MAYA</b>							
Culturales		4	36				40
Naturales	1	4	9				14
<b>VERAPACES PARAÍSO NATURAL</b>	4	12	9				25
Culturales	3	2					5
Naturales	1	10	9				20
<b>Total, general</b>	<b>40</b>	<b>84</b>	<b>117</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	

Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023.

Gráfica 6 Atractivos por región turística y tipo vinculables con el turismo rural y comunitario



Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Estudios y Proyectos de Inguat, 2023.

## Análisis de la oferta organizada de turismo rural y comunitario

El Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025 describe al turismo rural como el tipo de turismo que se desarrolla en el medio rural y consiste básicamente en un alojamiento no convencional, por lo general denominado casa u hotel rural, con o sin manutención, más actividades complementarias, que se desarrollan habitualmente en la naturaleza (senderismo, rutas a caballo...); también pueden tener un contenido cultural (centros de interpretación, museos etnográficos, y otros). Supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares.

El desarrollo del presente Plan Estratégico requiere de la identificación de la oferta organizada de turismo rural y comunitario con el fin de que las acciones futuras respondan a apoyar el desarrollo de las comunidades rurales desde una perspectiva actual, basadas en las motivaciones del visitante y las oportunidades del desarrollo de este segmento para el país.

Los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas a actores claves que operan el turismo rural y comunitario en el país coinciden en cuatro categorías de oferta organizada:

1. Asociaciones
2. Prestadores de servicios
3. Comunidades
4. Emprendimientos

**1. Asociaciones:** se entiende por organizaciones con personería dentro del territorio nacional que dentro de su visión, misión, fines y objetivos incluyen al turismo rural y comunitario. A continuación, dentro de las asociaciones destacan:

- a. Asociación Agroecológica de Occidente Hongos Ostra
- b. Asociación de Guías de Turismo Comunitario Explorando el Valle (ASOTURC)
- c. Asociación de Turismo Rural de Guatemala (ASOTURGUA)
- d. Asociación de Reservas Naturales Privadas de Guatemala
- e. Asociación del Corredor del Bosque Nuboso
- f. Asociación del Níspero
- g. Asociación Nacional de Aviturismo
- h. Asociación Ecosur
- i. Asociación Puerta de Occidente
- j. ASOTUR-Guatemática
- k. Asociación Viviente Verapaz
- l. Cámara de Turismo de Guatemala
- m. Comités de Autogestión Turística
- n. Comisión de Turismo Sostenible de Agexport, Alta Verapaz
- o. Cooperativa Q'ichb'é R.L.
- p. Cooperativa Agrícola Integral Chirrepeco, R. L. San Juan Chamelco, Alta Verapaz
- q. Nueva Narrativa, Biciruta 502
- r. Red de turismo rural de Huehuetenango

## 2. Oferta de prestadores de servicios de turismo rural y comunitario

Por las características de Guatemala como destino turístico y a partir de la base de que la actividad turística rural comprende las actividades realizadas en entornos no urbanos, puede inferirse que la mayor parte de la oferta de turismo es rural. De esa cuenta, al analizar los catálogos de los turoperadores receptivos entrevistados como parte de este diagnóstico podemos concluir que la oferta de los prestadores de servicios abarca un sinnúmero de actividades dentro de las que destacan:

- a. Servicios de transporte (aéreo, terrestre, lacustre): la oferta de servicios de transporte es amplia y abarca desde el transporte público hacia los destinos turísticos con rutas establecidas, rentadoras de autos, transporte tipo shuttle hacia destinos rurales específicos partiendo en su mayor parte de La Antigua Guatemala como distribuidor de turismo rural. Por otro lado, la oferta de servicios lacustres incluye desde los servicios de lancha en los principales lagos en los destinos turísticos hasta la posibilidad de rentar catamaranes o yates en las costas del país. La oferta aérea se ha incrementado en los últimos años con la apertura de aeródromos en el interior del país y el aumento de frecuencias de vuelos regulares para pasajeros hacia destinos como Cobán, Huehuetenango, San Marcos, Retalhuleu y Puerto Barrios, entre otros.
- b. Alojamiento: entendiendo que el servicio de hospedaje que integra la oferta de turismo rural abarca desde casas de habitación para la convivencia con la comunidad, hostales, posadas rurales, casas patronales, hasta alojamiento en hoteles boutique localizados en la ruralidad
- c. Alimentación: restaurantes, cafeterías, comedores tradicionales.
- d. Oferta de paquetes con enfoque en la ruralidad: los tours operadores receptivos tienen una oferta diversa de turismo rural que en su mayoría combinan con actividades de aventura, naturaleza, convivencia, gastronomía local, brindando información turística especializada y el servicio de guías de turistas generales y comunitarios.

e. Oferta de experiencias turísticas especializadas: desde la vinculación del turismo rural con el resto de segmentos turísticos, la oferta de experiencias turísticas se potencializa abarcando actividades especializadas como trekking (senderismo), bicicleta de montaña, pesca, experiencias ecuestres, mediación equina, experiencias de cultura viva y la autenticidad de las comunidades y tradiciones, tours gastronómicos vinculados a la historia, la convivencia en espacios naturales poco explorados geográfica (lagos, montañas y volcanes), talleres artesanales, agroturismo en fincas de café, flores y frutas; granjas demostrativas productivas, degustación de los productos del campo en un paisaje natural, camping, glamping, salud y bienestar, entre otros. Además, la oferta es amplia para grupos organizados que buscan espacios y convivencias especiales para realizar actividades de cultura organizacional y conocimientos vinculados a caminatas al aire libre, conferencias culturales, conocimientos artísticos, voluntariado, convivencias familiares, entre otros.

f. Atractivos turísticos naturales y culturales: Guatemala ofrece una oferta diversa de experiencias en atractivos turísticos naturales y culturales en la ruralidad los cuales pueden ser categorizados desde su gobernanza. En el caso de atractivos turísticos con administración pública se pueden mencionar al Consejo Nacional de Áreas Protegidas (Conap) (<https://turismo-sigap.conap.gob.gt>, s.f.), Ministerio de Cultura y Deportes, Instituto Guatemalteco de Turismo (Inguat), Instituto de Antropología e Historia (Idaeh) (<https://mcd.gob.gt>, s.f.). Por el lado de la oferta privada destacan la Asociación de Reservas Naturales Privadas (<https://reservasdeguatemala.org/>, s.f.), Asociación de Museos de Guatemala, Asociación de Aviturismo de Guatemala, entre otras.

### 3. Comunidades y emprendimientos comunitarios:

El desarrollo del turismo comunitario en Guatemala ha sido impulsado en una buena parte por cooperantes internacionales y organizaciones civiles no gubernamentales que han detectado en el turismo comunitario una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de las comunidades. Las organizaciones civiles no gubernamentales juegan un papel importante en el desarrollo del turismo en Guatemala, están representadas por fundaciones, ONG, asociaciones, cooperativas, entre otras. Algunas tienen experiencia en la ejecución de programas y proyectos orientados al turismo y se han especializado en temas de conservación, de desarrollo comunitario, apoyo a emprendimientos de la micro y pequeña empresa, entre otros.

De esa cuenta organizaciones como JICA, Helvetas, Swisscontact, BID, USAID, Ayuda en Acción, Acción contra el Hambre; entre otros, han ejecutado proyectos durante los últimos 20 años orientados a fortalecer las capacidades y acompañar iniciativas de turismo comunitario y emprendimientos en etapas tempranas de madurez.

Como resultado de las encuestas y entrevistas realizadas en este diagnóstico se presenta un listado de asociaciones y cooperativas que ofrecen turismo comunitario en Guatemala:

- a. Asociación de Cooperación al Desarrollo Integral de Huehuetenango, ACODIHUE
- b. Asociación de guías de ecoturismo Rupalaj Kistalin, San Juan La Laguna
- c. Asociación de Mujeres Emprendedoras - Asociación Afro Caribe.
- d. Asociación de Mujeres Tejedoras Ruk'ú'x Keem, San Juan La Laguna
- e. Asociación de Plantas Medicinales Qomanel, San Juan La Laguna
- f. Asociación de Turismo de Paso Caballos, Petén
- g. Asociación Garífuna de Turismo Comunitario Laru Beya, Izabal
- h. At Tzintalli por guías comunitarios de El Asintal, Retalhuleu
- i. Balneario Las Conchas de San Agustín Chahal.
- j. Cataratas de La Igualdad por la Comunidad La Igualdad, San Pablo, San Marcos.
- k. Centro Cultural Luis de Lión, San Juan del Obispo.
- l. Cooperativa Café La Voz, San Juan La Laguna
- m. Cooperativa Carmelita, Petén
- n. Cuevas de Setzol, Cuevas de Candelaria Camposanto en Raxruha
- o. De la gente, La Antigua Guatemala
- p. Finca Chaculá en Huehuetenango
- q. Finca Chorro del Carmen, Zunilito, Suchitepéquez.

- r. Galería de Arte Maya Gil Yojcom, San Juan La Laguna
- s. Mundo de Abejas Mayas, San Juan La Laguna
- t. Museo Comunitario Rabinal Achi
- u. Museo Tzunún Ya, San Pedro La Laguna
- v. Parque Chajil Siwan en Totonicapán
- w. Parque Ecológico Sendero El Aprisco en Totonicapán
- x. Posada Rural y Ecuestre Unicornio Azul en Huehuetenango
- y. Quetzaltrekkers Xela
- z. Reserva Natural Cañón Seacacar en Izabal
- aa. Reserva Natural Corazón del Bosque en Sololá
- bb. Sabor Cruceño, Santa Cruz La Laguna.
- cc. Sendero Ecológico La Maceta en Huehuetenango
- dd. Tubbing Chicamán en Quiché
- ee. Turismo Comunitario Uaxactún, Petén

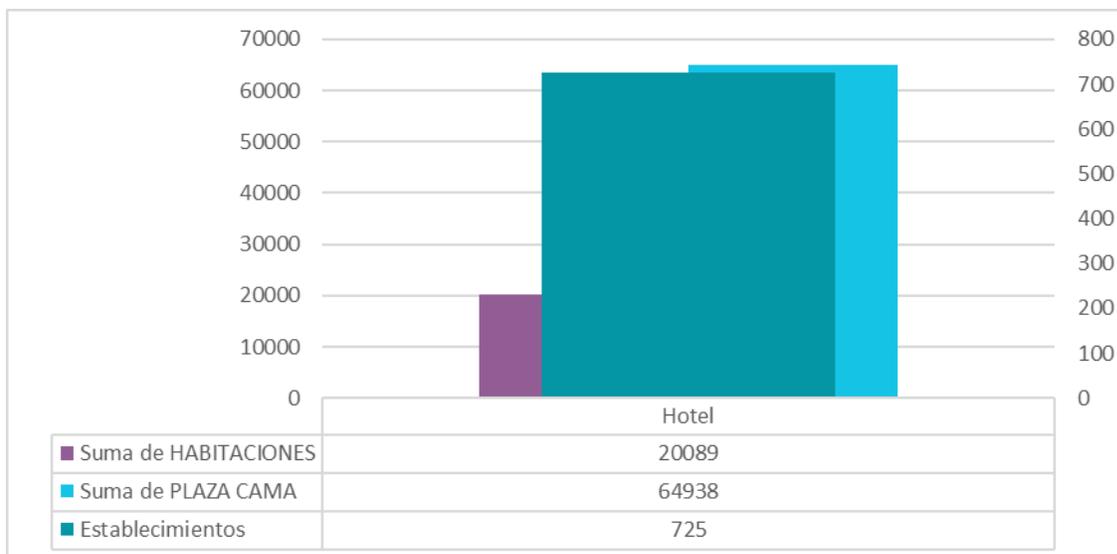
### Análisis de los servicios turísticos vinculados al turismo rural y comunitario

El Inguat registra la mayoría de servicios turísticos, con excepción de los relacionados con la gastronomía y restauración. Al desarrollarse el turismo rural y comunitario a lo largo y ancho del país, en esta sección se presenta la oferta de servicios registrados a nivel nacional.

Con relación a los servicios de hospedaje, se tienen 948 recomendables. Sin embargo, para efectos del plan se han considerado los agrupados como hoteles únicamente, los que suman 725, con una plaza de 64 938 habitaciones y 20 089 camas. De estos hoteles 81 cuentan con clasificación de estrellas la mayoría de ellos con 3 como se muestra en la tabla de adelante.

Los departamentos con más oferta de hoteles son en su orden Sacatepéquez, Quetzaltenango, Guatemala, Sololá y Petén, estos son los que tienen más de 6 hoteles clasificados con estrellas.

**Gráfica 7 Oferta de hoteles aptos para el turismo, habitaciones y plazas cama en Guatemala**



**Fuente:** elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.

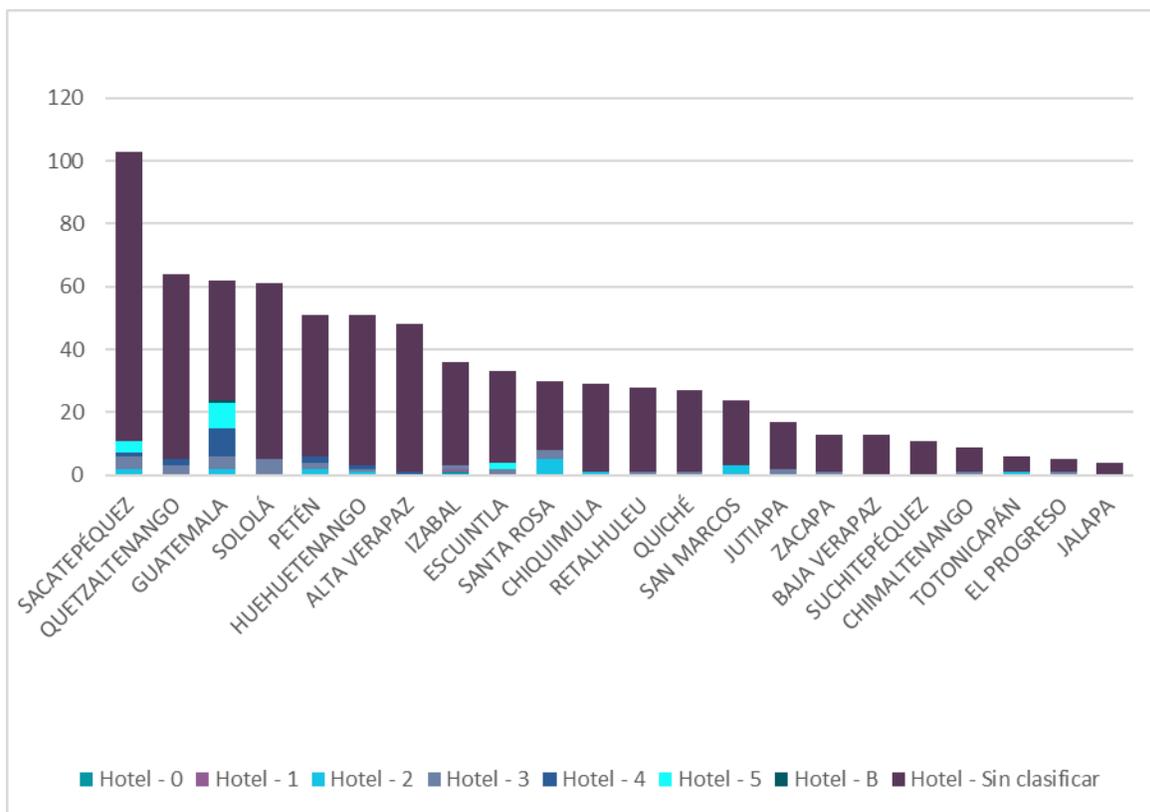
**Tabla 4 Oferta de hoteles por departamento clasificados por estrellas**

Departamento/Clasificación por estrellas	0	1	2	3	4	5	B	Sin clasificar	Total
Alta Verapaz					1			47	48
Baja Verapaz								13	13
Chimaltenango				1				8	9
Chiquimula			1					28	29
El Progreso				1				4	5
Escuintla				2		2		29	33
Guatemala			2	4	9	8	1	38	62
Huehuetenango			1	1	1			48	51
Izabal	1	1		1				33	36

Departamento/Clasificación por estrellas	0	1	2	3	4	5	B	Sin clasificar	Total
Jalapa								4	4
Jutiapa				2				15	17
Petén			2	2	2			45	51
Quetzaltenango				3	2			59	64
Quiché				1				26	27
Retalhuleu				1				27	28
Sacatepéquez			2	4	1	4		92	103
San Marcos			3					21	24
Santa Rosa			5	3				22	30
Sololá				5				56	61
Suchitepéquez								11	11
Totonicapán			1					5	6
Zacapa				1				12	13
<b>Total, general</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>643</b>	<b>725</b>

Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.

**Gráfica 8 Oferta de hoteles clasificados con estrellas por zonas en Guatemala**

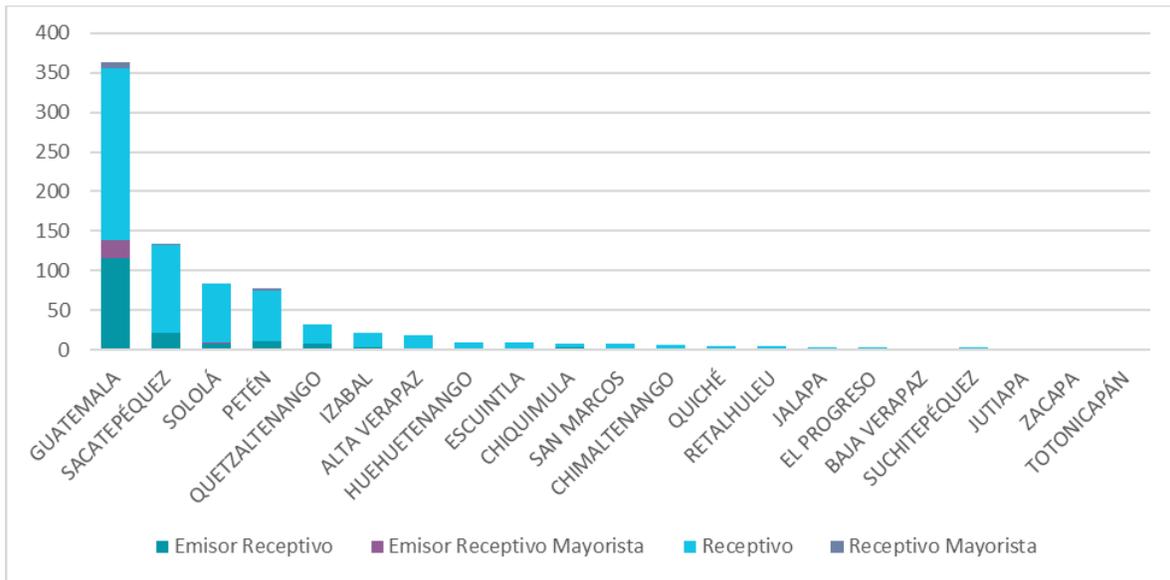


**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.**

Las agencias de viaje se clasifican en Guatemala en receptoras, emisoras y mayoristas, aunque pueden registrarse en más de una de estas clasificaciones. Existen 1 044 agencias registradas en Inguat. Para efectos de este plan en las siguientes dos gráficas se muestra por departamento la concentración de las que ofrecen servicios receptoras y emisoras respectivamente. En el primer caso los departamentos más fortalecidos con servicios receptoras son Guatemala, Sacatepéquez, Sololá y Petén, muchas de las cuales no solo prestan servicios locales sino a nivel nacional. Mientras tanto, agencias emisoras se concentran en Guatemala, Sacatepéquez y Quetzaltenango, mercados naturales para la venta de paquetes hacia todo el país.

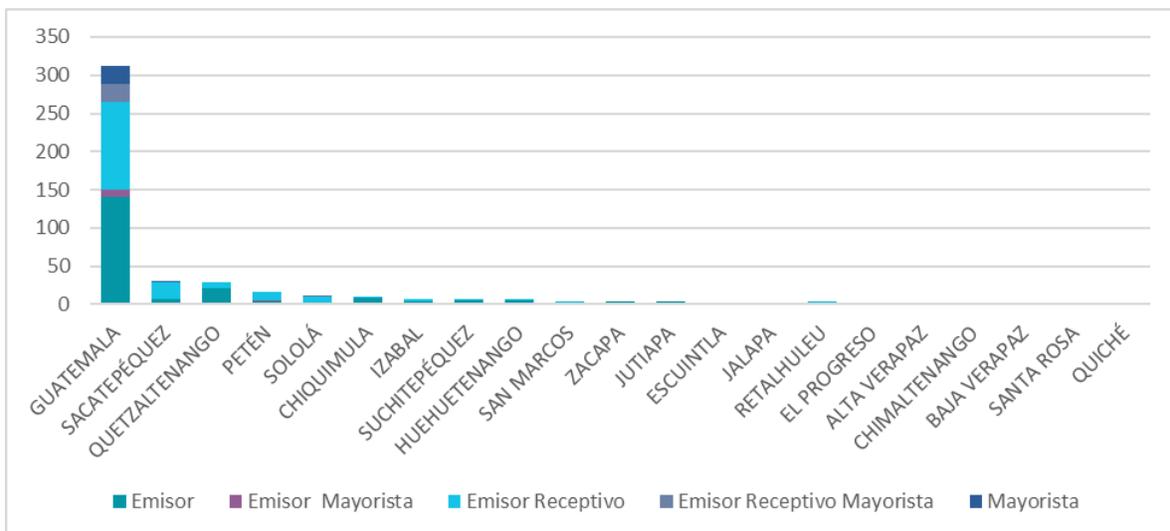


**Gráfica 9 Oferta de agencias de viajes receptoras en Guatemala**



**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.**

**Gráfica 10 Oferta de agencias de viajes emisoras en Guatemala**

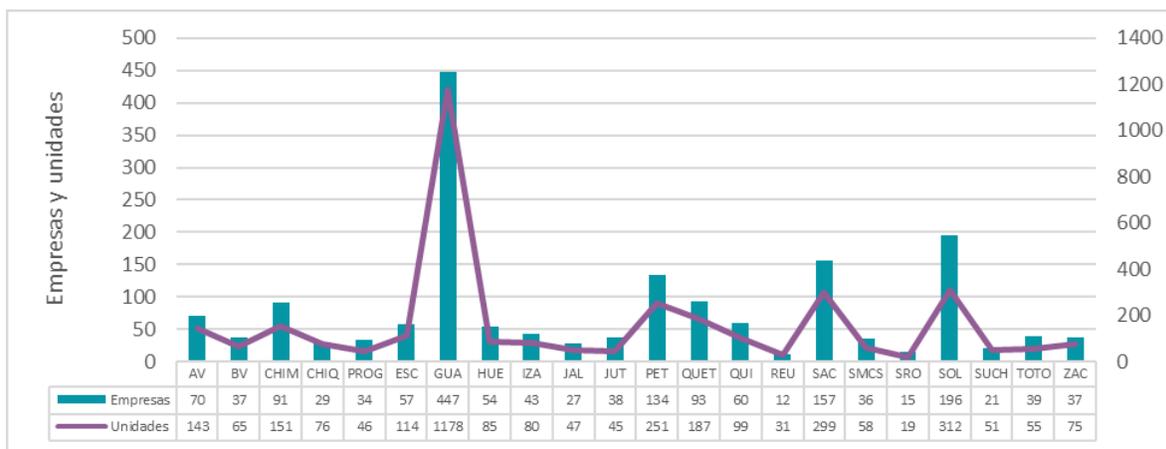


**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.**



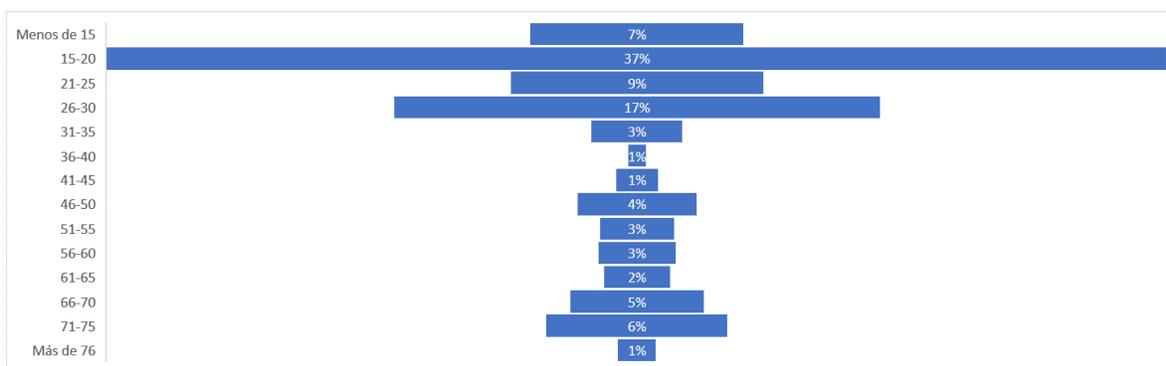
Algunas de las agencias también son empresas de transporte turístico, aunque existen más empresas en este rubro. En Guatemala hay 1 727 empresas de transporte registradas, con un total de 3 467 unidades de transporte con una capacidad de 107 878 asientos totales. La mayoría de las unidades son de 15-20 asientos, unas 1 285, le siguen 589 unidades con entre 26-30 asientos y en tercer lugar unas 307 unidades con entre 15-20 asientos.

**Gráfica 11 Empresas y unidades disponibles de transporte turístico registrado en Inguat**



**Fuente:** elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.

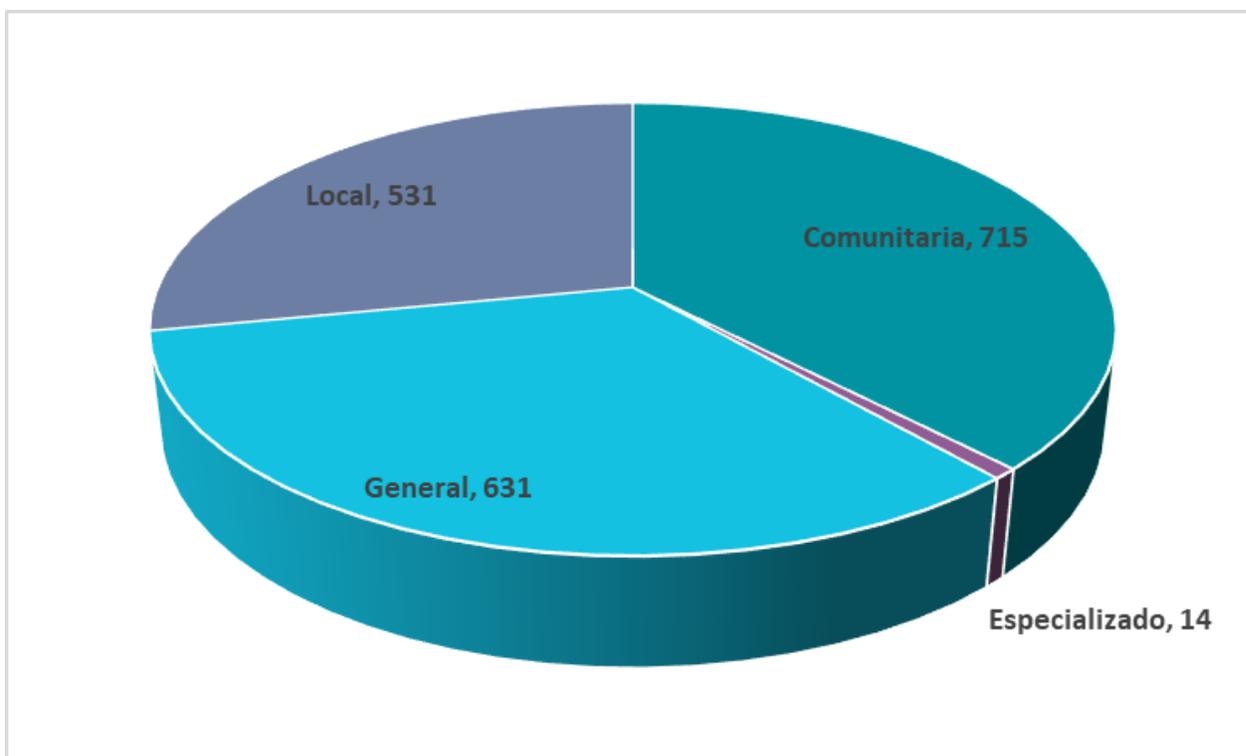
**Gráfica 12 Porcentaje de empresas por capacidad de unidades de transporte turístico**



**Fuente:** elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.

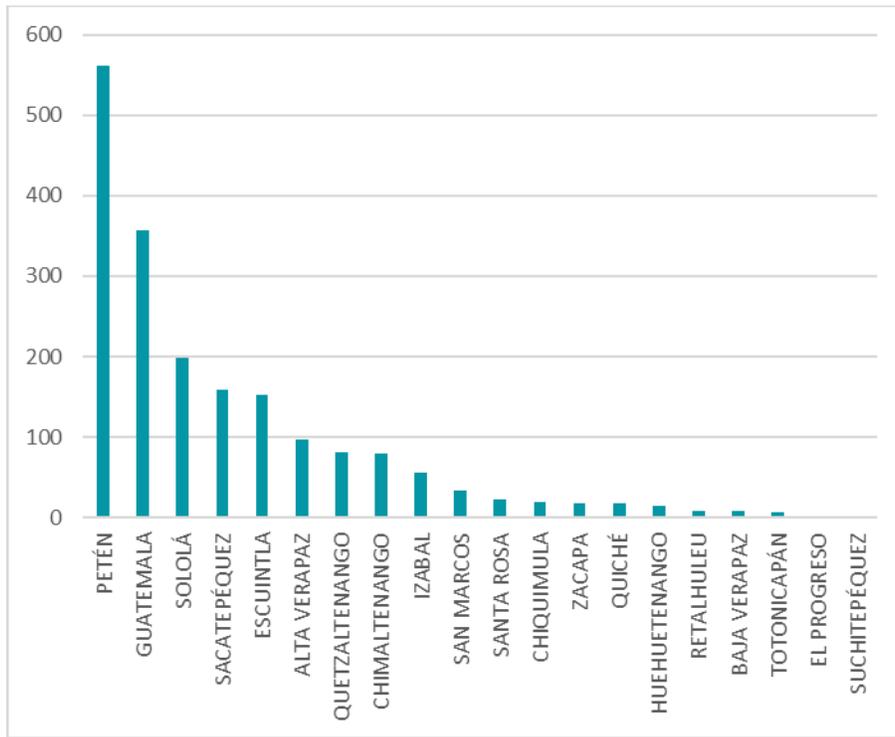
En el país hay 1 981 guías de turistas registrados, un 38% comunitarios (715), 33% generales (631), 28% locales (531) y tan solo 1% de especializados (14). Los guías especializados tienen competencia en las áreas arqueológica, gastronómica e historia en el área cultural, mientras que en la de naturaleza se especializan en avistamiento de aves y ecoturismo. De acuerdo con la distribución de guías de turistas, los departamentos de Petén y de Guatemala son los que lideran la lista, seguidos de Sololá y Sacatepéquez, estos mismos son los que concentran la mayoría de guías especializados.

**Gráfica 13 Oferta de guías de turistas por clasificación en Guatemala**



**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.**

**Gráfica 14 Guías de turistas por departamento**



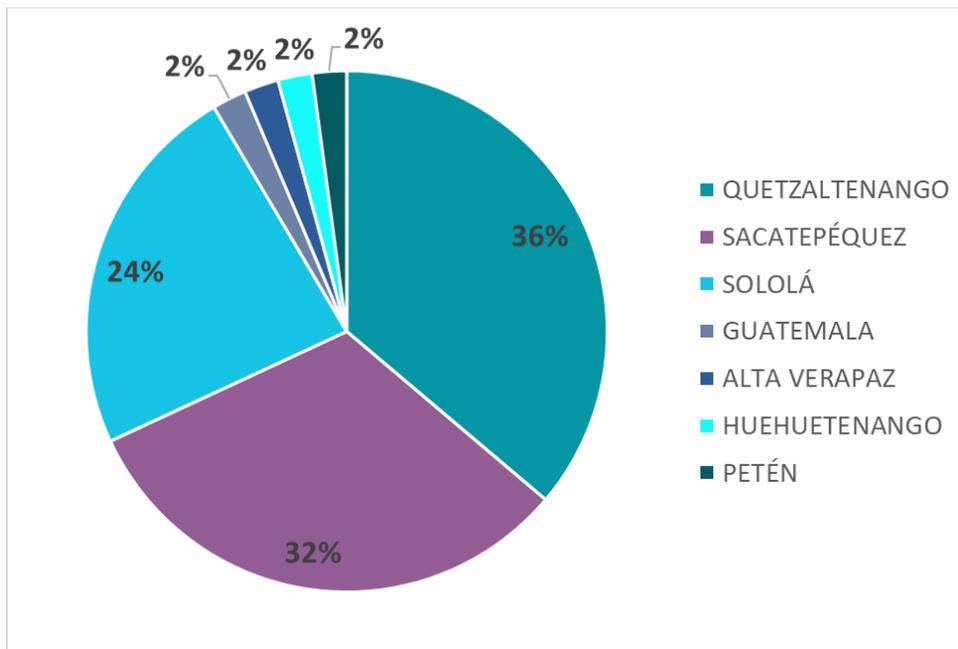
Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.

**Tabla 5 Guías especializados por departamento**

Departamento	Guías especializados
GUATEMALA	7
SACATEPÉQUEZ	5
SOLOLÁ	1
IZABAL	1
<b>Total</b>	<b>14</b>

Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.

**Gráfica 15 Escuelas de español en Guatemala**



**Fuente: elaboración propia con información de la Sección de Registro y Supervisión de Servicios Turísticos de Inguat, 2023.**

### Análisis de la oferta de paquetes turísticos

Guatemala ofrece impresionantes destinos, productos y servicios de turismo rural y comunitario. La oferta de tour operadoras receptoras incluye paquetes para el disfrute de experiencias basadas en la convivencia en comunidades, visita a atractivos turísticos, ayudas comunitarias; la cuales responden al interés de los turistas de buscar nuevas experiencias, espacios de esparcimiento, contacto con la naturaleza, reconexión entre con la persona, entre otros. Estos paquetes suelen ofrecer experiencias auténticas y cercanas a la cultura local, brindan a los viajeros la oportunidad de interactuar con las comunidades locales, aprender sobre sus tradiciones, costumbres y contribuir al desarrollo sostenible de esas áreas.

La oferta de paquetes turísticos comunitarios y rurales en Guatemala puede variar según la región y las comunidades específicas que participen en estas iniciativas. Algunas de las características comunes de estos paquetes podrían incluir:

- Estadías en comunidades locales: alojamiento en casas de familias locales o en pequeños alojamientos gestionados por miembros de la comunidad.

- Estadías en alojamientos de lujo en comunidades locales: alojamiento en hoteles de diferente categoría, posadas rurales, cabañas con servicios de hoteles tipo boutique.
- Actividades basadas en la cultura local: participación en actividades artesanales, talleres de cocina tradicional, música, danzas, celebraciones y tradiciones culturales.
- Turismo sostenible y ecoturismo: visitas a reservas naturales, caminatas por senderos ecológicos, observación de aves o participación en proyectos de conservación.
- Turismo de salud y bienestar: visitas a aguas termales, spa, terapias naturales, retiros de bienestar, spas y centros de relajación, turismo médico con ofertas de terapias alternativas, medicina tradicional o consultas con sanadores locales que utilizan hierbas medicinales y prácticas ancestrales. Experiencias holísticas que promueven experiencias que combinan la conexión con la naturaleza, la alimentación saludable y prácticas terapéuticas para promover la salud física y mental.
- Enfoque en la gastronomía local: degustación de platos típicos, visitas a mercados locales y aprendizaje sobre ingredientes y técnicas culinarias regionales. Clases de cocina para aprender a preparar platos típicos guatemaltecos utilizando ingredientes locales y técnicas culinarias tradicionales.
- Talleres artesanales: participación para aprender habilidades artesanales locales, como textiles, alfarería, elaboración de productos tradicionales.
- Senderismo y ecoturismo: recorridos por senderos naturales, visitas a reservas naturales, observación de flora y fauna local, y aprendizaje sobre prácticas de conservación.

Las ofertas pueden variar mucho en términos de comodidades, precios y enfoques específicos. Algunos operadores turísticos se centran en experiencias más lujosas y cómodas, mientras que otros priorizan una inmersión más auténtica y rústica. De igual manera, las experiencias pueden

variar en cada región de Guatemala, ya que cada comunidad tiene sus propias tradiciones, costumbres y recursos naturales que ofrecer. La diversidad cultural y geográfica del país brinda una amplia gama de actividades para los viajeros interesados en el turismo rural y comunitario.

Las motivaciones encuentran en las iniciativas locales atractivos que satisfacen esas necesidades y que ofrecen, además, la oportunidad de conocer otras formas de vida, saberes ancestrales, fusiones entre distintas etnias, recetas únicas y productos gastronómicos de cada región.

El turismo comunitario motiva la revalorización de aspectos identitarios y cotidianos que, puestos en común e interpretados para la oferta turística, enriquecen las propuestas y generan nuevos atractivos antes no explorados.

Se presenta una lista corta de empresas que incluyen oferta de turismo rural y comunitario dentro de sus catálogos de ofertas.

1. Étnica Travel
2. Guate4You
3. Pathways Guatemala Tours
4. Turismo comunitario Maya Ixil
5. De la Gente
6. Kukul Tales

El turismo rural y comunitario está presente en algunas plataformas de agencias de viajes en línea (OTAs, por sus siglas en inglés), pero su visibilidad puede variar.

Algunas agencias de viajes en línea comienzan a incluir ofertas de turismo rural y comunitario como parte de su catálogo de experiencias turísticas. Estas pueden ser secciones específicas dentro de la plataforma que se centran en viajes responsables, turismo sostenible o experiencias auténticas. Sin embargo, la disponibilidad y la visibilidad de estas experiencias de turismo comunitario pueden ser limitadas en comparación con las ofertas turísticas más convencionales. Esto se debe a que el turismo comunitario a menudo se basa en conexiones directas con las comunidades locales y operadores turísticos más pequeños, lo que puede no estar completamente integrado en todas las plataformas de OTAs.

Para encontrar las ofertas, muchas veces se debe buscar específicamente en secciones dedicadas a viajes responsables o a turismo sostenible para encontrar opciones de turismo rural y comunitario en Guatemala u otros destinos. Además, algunas iniciativas de turismo comunitario pueden tener sus propias plataformas o sitios web independientes donde promocionan sus experiencias directamente.

Se presenta una lista corta de las opciones de turismo rural y comunitario en las Online Travel Agencies (OTAs):

- 1. Airbnb:** aparte de alojamientos convencionales, Airbnb cuenta con una sección llamada "Experiencias" donde se encuentran actividades relacionadas con el turismo comunitario, como talleres artesanales, recorridos por áreas rurales y experiencias auténticas ofrecidas por anfitriones locales.
- 2. Booking.com:** aunque Booking.com es más conocida por sus reservas de alojamiento, también ha comenzado a incluir una sección de "Experiencias" que ofrece actividades fuera de los tours turísticos tradicionales, incluyendo algunas relacionadas con el turismo rural y comunitario.
- 3. Expedia:** ha ampliado sus ofertas para incluir actividades y experiencias, algunas de las cuales podrían estar relacionadas con el turismo comunitario y rural. Su sección de actividades y tours puede tener opciones en áreas menos turísticas.
- 4. TripAdvisor:** a través de su plataforma, ofrece una sección de "Cosas que hacer" donde podrían encontrarse experiencias de turismo comunitario y rural. Esta plataforma a menudo incluye actividades y tours que van más allá de los destinos turísticos convencionales.

Es importante notar que la disponibilidad de experiencias de turismo rural y comunitario puede variar según la región y la oferta existente en cada plataforma. A veces, las experiencias de turismo comunitario pueden estar más presentes en plataformas más enfocadas en viajes responsables o sostenibles. Además, explorar sitios web o plataformas locales también puede ser una buena manera de encontrar opciones más directas de turismo comunitario en Guatemala.



## Mercados potenciales

Es natural que al analizar la información de los mercados de mayor potencial para el turismo rural y comunitario coincidan en su mayoría en peso y orden con el total de los visitantes no residentes al país. De esta cuenta, El Salvador y Estados Unidos son los mercados emisores más importantes. En Centroamérica resalta Honduras, Costa Rica, Nicaragua y Belice en ese orden. Del resto de América, México, Colombia y Canadá se posicionan entre los 10 más importantes. De Europa es Alemania la que entra en la lista, sin embargo, Reino Unido, Francia, España y Países Bajos están los siguientes cinco puestos, junto con Israel.

**Tabla 6 Porcentaje de participación de mercados por número de visitantes que realizan actividades de los segmentos vinculados con el turismo rural y comunitario en Guatemala**

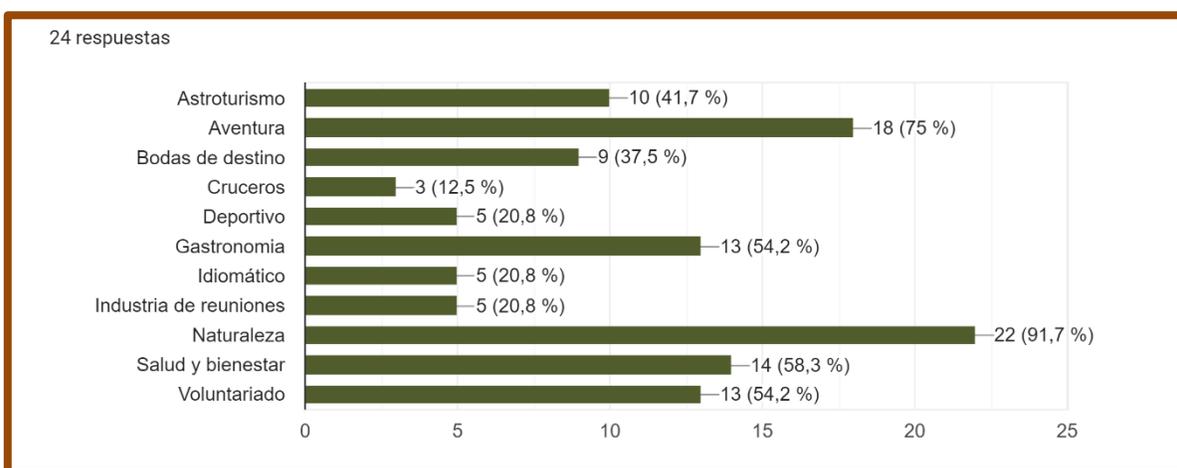
País	%
<b>El Salvador</b>	41%
Estados Unidos de América	33%
Honduras	8%
México	4%
Costa Rica	3%
Nicaragua	3%
Belice	2%
Colombia	2%
Alemania	2%
Canadá	2%

**Fuente: elaboración propia con información del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados del Inguat, 2023.**

También se debe considerar el mercado interno como el más importante y prioritario, pues es de un mayor volumen y tiene la posibilidad de visitar a lo largo del año, no solo en viajes con pernocta sino en excursionismo.

Finalmente, como parte del diagnóstico, se preguntó específicamente la vinculación del turismo rural y comunitario con el resto de los segmentos turísticos priorizados en el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025, incorporando, además, el segmento de astroturismo, de acuerdo con la premisa de que es un segmento que se encuentra en fase exploratoria por parte del Inguat. A continuación, se presenta la gráfica:

**Gráfica 16 Percepción de empresarios sobre el potencial de vinculación de segmentos con el turismo rural y comunitario de Guatemala**



**Fuente: elaboración propia, con base en sondeo de opinión.**

La gráfica ejemplifica de forma clara que los encuestados visualizan la vinculación del turismo rural y comunitario de manera directa con el turismo de naturaleza, seguido por el de aventura, salud y bienestar, gastronomía, voluntariado y astroturismo.



3

ANÁLISIS  
ESTRATÉGICO

## Oportunidades para el impulso del desarrollo del turismo rural en Guatemala:

Los encuestados coinciden en que Guatemala se encuentra en una posición geográfica privilegiada que, aunada a la autenticidad del destino, su clima, sus tradiciones, la diversidad de sus atractivos culturales y naturales en el que conviven la pluriculturalidad y multietnicidad, lo convierte en un destino con un gran potencial para el impulso del desarrollo rural. Se les solicitó que identificaran las principales oportunidades que el turismo rural puede brindar a sus territorios, destacando las siguientes:

1. Crecimiento económico, creación de nuevos empleos, fomento al emprendedurismo, y mejora de los medios de vida, principalmente de las comunidades anfitrionas.
2. Al ser Guatemala un país agrícola, se menciona que la vinculación del turismo rural a las cadenas de valor del agroturismo, gastronomía, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo de salud y bienestar, entre otros; son grandes oportunidades para la diversificación del producto turístico diferenciado.
3. El impulso al turismo rural se visualiza como una oportunidad para el desarrollo y/o fortalecimiento de productos y servicios turísticos con giro rural y comunitario, dando a conocer la cultura viva y la autenticidad de las comunidades, la gastronomía, la historia, la convivencia en espacios naturales poco explorados geográfica (lagos, montañas y volcanes), artesanía, fincas de café y frutas, granjas demostrativas productivas, degustación de los productos del campo en un paisaje natural, entre otros. Además, puede ser un canal para el fortalecimiento de otros segmentos de grupos organizados que buscan espacios y convivencias especiales para realizar actividades de cultura organizacional y conocimientos vinculados a caminatas al aire libre, conferencias culturales, conocimientos artísticos, voluntariado, convivencias familiares, entre otros.

## Retos para el impulso del desarrollo del turismo rural en Guatemala:

1. **Infraestructura:** la mala infraestructura de las carreteras limita el acceso a los destinos rurales y comunitarios. Los encuestados consideran que falta apoyo por parte del gobierno central para reparar la red vial de una forma transparente y usando los fondos de la manera legal y correcta.
2. **Estándares de calidad:** los encuestados ven un reto en la falta de calidad en la prestación de servicios turísticos principalmente en áreas rurales y en las comunidades, así como en la cadena de suministros. Se vincula, además, con el servicio y atención al cliente.
3. **Promoción y mercados:** los encuestados manifiestan la necesidad de que el turismo rural y comunitario sea promovido en los ámbitos nacionales e internacionales, así como que el sector privado organizado en asociaciones como Asoturgia, Camtur, Agexport e Inguat desarrollen estrategias conjuntas para su promoción.
4. **Comercialización:** los turoperadores encuestados principalmente mencionan la necesidad de crear un levantamiento de turismo comunitario en donde se pueda contactar a las comunidades para la atención de grupos organizados. Mencionan esfuerzos previos como el proyecto “Pueblos Mayas” ejecutado por Inguat y Camtur como un esfuerzo importante realizado en esta línea que puede rescatarse, particularmente en las rutas ya diseñadas.
5. **Desarrollo de competencias:** el estudio refleja que los actores reconocen que no existen planes específicos de formación para los proveedores de turismo de toda la cadena de valor de este segmento. Ven la formación y desarrollo de competencias como un reto desde diferentes perspectivas como la sensibilización a las comunidades, a los prestadores de servicios, al público en general y enfatizan como un reto la necesidad de conocer e implementar buenas prácticas de turismo rural y sostenible, el aprovechamiento de la tierra, la puesta

en valor de los recursos culturales y naturales y darle la importancia de que Guatemala es un país rural.

6. **El acceso a la telecomunicaciones, internet y servicios digitales:** los participantes mencionan los retos en las áreas más lejanas en las cuales existe problema para tener flujos constantes de energía eléctrica y, por ende, internet. Al hablar de las comunidades, mencionan la necesidad de formarlas para la aceptación de medios de pagos electrónicos

7. **Apoyo económica:** la necesidad de apoyo económico para el impulso a emprendimientos vinculados con la prestación de servicios turísticos en las áreas rurales es considerada como un reto, al no existir en el mercado fondos específicos.

8. **Involucramiento de las comunidades en la planificación del turismo:** las comunidades que respondieron la encuesta manifiestan que no han sido tomadas en cuenta en los procesos de formulación de los planes y ven importante el trabajo colectivo entre comunidades, el involucramiento de la mayoría de los actores de éstas, el aprender buenas prácticas, y la integración de clústeres turísticos de tal manera que se ejerza un liderazgo propositivo.

9. **Baja calidad en infraestructura turística básica:** mencionan la necesidad de remodelación total de los servicios sanitarios de todos los parques nacionales naturales y culturales turísticos en áreas rurales. Además, hablan de la escasez de espacios públicos amplios. Las personas buscan amplitud y seguridad.

10. **Cuidado del medio ambiente:** los encuestados manifiestan preocupaciones respecto del cuidado del medio ambiente. Preocupa la falta de planes de capacidad de carga, principalmente del turismo rural en espacios naturales públicos, manejo de desechos sólidos y planes que sensibilicen a las comunidades y actores de las diferentes cadenas de valor involucradas en la conservación del medio ambiente.

## Marco estratégico

Con base en el análisis de retos y oportunidades del turismo rural y comunitario, así como de las buenas prácticas a nivel latinoamericano y nacional se identificaron las temáticas y acciones prioritarias que deben ser abordadas para contribuir a disminuir las brechas de desarrollo y promoción, así como impulsar acciones claves para su mejora y lograr posicionar a Guatemala como un destino turístico con altos valores en lo rural y en la gestión comunitaria.

Los temas se organizaron por áreas y se enlistaron a continuación acciones necesarias en cada tema. Las áreas se presentan como los ejes estratégicos que corresponden a cada objetivo, dentro de los cuales se definieron proyectos o líneas estratégicas con acciones específicas.

Después de analizar el contexto general estratégico se propuso la visión de conjunto del plan estratégico, como una sombrilla y faro que marca el camino y el destino al que se desea llegar al finalizar el tiempo de ejecución del plan.

## Visión

Aprovechar el potencial turístico de la oferta de Guatemala vinculado con los segmentos turísticos para impulsar el desarrollo y promoción del turismo rural y comunitario y contribuir así al desarrollo sostenible de los territorios de oportunidad.

## Ejes estratégicos

### 1. Gobernanza y planificación:

En este eje se consideró la importancia de la coordinación interinstitucional y el fortalecimiento de la participación de todos los actores en la gestión del turismo local. Lo anterior implica incidir en la planificación de las instituciones involucradas, que permita priorizar presupuestos reales que aporten al impulso de este plan estratégico.

### 2. Sostenibilidad:

Aunque la sostenibilidad es una forma de gestión y debe ser transversal, se consideró necesario particularizar algunas líneas que permitan aumentar las prácticas y sistemas de gestión y medición para avanzar en el camino de una gestión responsable con el ambiente, comunidad sin dejar de ser rentable.

### 3. Desarrollo de producto:

La base del turismo son sus atractivos, por lo que identificarlos y usarlos para diseñar experiencias auténticas es una prioridad. La innovación y aplicación de normativas que viabilicen la prestación de servicios en áreas protegidas y el intercambio de buenas prácticas, son elementos importantes para mejorar y diversificar los productos turísticos.

### 4. Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo:

Los atractivos sin la participación de los proveedores de servicios no pueden aprovecharse. Por ello, apoyar los procesos de emprendimiento, maduración de negocios, así como elevar las capacidades de los prestadores de servicios es una prioridad para que Guatemala tenga una oferta competitiva.

### 5. Infraestructura de apoyo:

En esta estrategia no se proponen grandes infraestructuras como aeropuertos o carreteras, puesto estas están dentro de los planes institucionales de tipo territorial y nacional. En este eje se integran las infraestructuras básicas, para que las experiencias turísticas no solo sean únicas y competitivas, sino cómodas y seguras.

### 6. Mercadeo, promoción y comercialización:

La última fase para el impulso de todo producto turístico es lograr posicionarlo, venderlo, comercializarlo. Este eje integra líneas de articulación a la estrategia general de mercadeo de Inguat, dando prioridad a la presentación Guatemala como un destino con turismo basado en lo rural con gestión comunitaria, vinculándolo, además, en las acciones de cada segmento turístico que puede aprovechar esta oferta.

### Alineación con otros instrumentos de planificación:

El instrumento vigente de planificación turística del país es el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2015, mientras que la política está en proceso de actualización y se cuenta con un proyecto que contiene diferentes ejes. Para dar seguimiento al plan estratégico se presenta a continuación un cuadro con la relación entre los tres instrumentos y facilitar su comprensión y vinculación.

**Tabla 7 Alineación de los ejes del plan estratégico con el plan maestro y proyecto de política de turismo**

Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario	1. Gobernanza y Planificación	2. Sostenibilidad	3. Desarrollo de Producto	4. Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo	5. Infraestructura de apoyo	6. Mercadeo, Promoción y Comercialización Turística
Plan Maestro de Turismo Sostenible	Eje 1: Marco institucional Eje 3: Consolidación y diversificación de la oferta turística Eje 8: Instancias nacionales y regionales	Eje 2: Desarrollo Turístico Sostenible	Eje 3: Consolidación y diversificación de la oferta turística	Eje 5: Competitividad turística	Eje 5: Competitividad turística	Eje 4: Sistema de información turística Eje 6: Mercadeo turístico
Política para el desarrollo turístico de Guatemala 2023-2033 (en proceso de aprobación)	Eje 1: Aprovechamiento del potencial turístico Eje 4: Gobernanza para el turismo sostenible	Eje 3: Gestión de riesgo de desastres para el desarrollo turístico resiliente Eje 4: Gobernanza para el turismo sostenible	Eje 1: Aprovechamiento del potencial turístico	Eje 2: Crecimiento económico de la industria turística	Eje 2: Crecimiento económico de la industria turística	Eje 1: Aprovechamiento del potencial turístico

Fuente: elaboración propia.

## Objetivos estratégicos

### 6. Marketing, promoción y comercialización

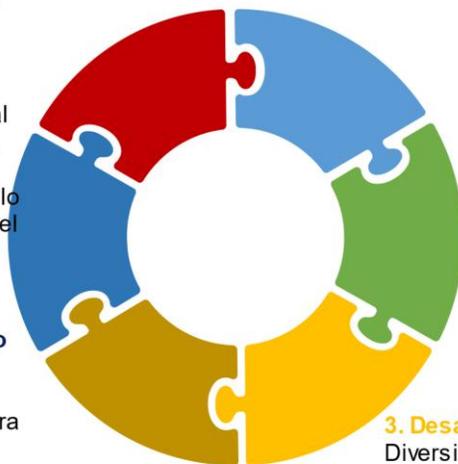
Promocionar la oferta del producto turístico rural y comunitario a nivel nacional e internacional, de manera asertiva para lograr su posicionamiento y desarrollo de imagen de calidad, con el uso de herramientas de comercialización innovadoras.

### 5. Infraestructura de apoyo

Coayduvar en el fortalecimiento de la infraestructura de apoyo para los servicios de turismo comunitario y rural

### 4. Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo

Fortalecer las capacidades empresariales y comunitarias para la mejora de la calidad y el emprendedurismo local



### 1. Gobernanza y planificación.

Articular la coordinación y participación de los actores locales comunitarios, empresariales, de gobiernos y ONG en los procesos de gestión del turismo en sus diferentes segmentos y territorios.

### 2. Sostenibilidad.

Impulsar la adopción y fortalecimiento de buenas prácticas de sostenibilidad

### 3. Desarrollo de producto.

Diversificar los productos experienciales rurales y comunitarios, fortaleciendo la cadena de valor de los servicios turísticos y no turísticos relacionados

## Objetivos estratégicos

Articular la coordinación y participación de los actores locales comunitarios, empresariales, de gobiernos y ONG en los procesos de gestión del turismo en sus diferentes segmentos y territorios.

### 1. Gobernanza y planificación:



En este eje se consideró la importancia de la coordinación interinstitucional y el fortalecimiento de la participación de todos los actores en la gestión del turismo local. Lo anterior implica incidir en la planificación de las instituciones involucradas, que permita priorizar presupuestos reales que aporten al impulso de este plan estratégico.

### 2. Sostenibilidad:



Aunque la sostenibilidad es una forma de gestión y debe ser transversal, se consideró necesario particularizar algunas líneas que permitan aumentar las prácticas y sistemas de gestión y medición para avanzar en el camino de una gestión responsable con el ambiente, comunidad sin dejar de ser rentable.



### 3. Desarrollo de producto



La base del turismo son sus atractivos, por lo que hacer una identificación de los mismos y usarlos para diseñar experiencias auténticas es una prioridad. La innovación, aplicación de normativas que viabilicen la prestación de servicios en áreas protegidas y el intercambio de buenas prácticas, son elementos prácticos para mejorar y diversificar los productos turísticos.

### 4. Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo



Los atractivos sin la participación de los proveedores de servicios no pueden aprovecharse. Por ello, apoyar los procesos de emprendimiento, maduración de negocios, así como elevar las capacidades de los prestadores de servicios es una prioridad para que Guatemala tenga una oferta competitiva.

### 5. Infraestructura de apoyo



En esta estrategia no se proponen grandes infraestructuras como aeropuertos o carreteras, puesto estas están dentro de los planes institucionales de nivel territorial y nacional. En este eje se integran las infraestructuras básicas, para que las experiencias turísticas no solo sean únicas y competitivas, sino cómodas y seguras.

### 6. Mercadeo, promoción y comercialización



La última fase para el impulso de todo producto turístico es lograr posicionarlo, venderlo, comercializarlo. Este eje integra líneas de articulación a la estrategia general de mercadeo de INGUAT dando prioridad a la presentación Guatemala como un destino con turismo basado en lo rural con gestión comunitaria, vinculándolo además en las acciones de cada segmento turístico que puede aprovechar esta oferta.



# Proyectos y acciones prioritarias por eje estratégico

## Líneas estratégicas del eje 1: gobernanza y planificación

### Eje estratégico 1: Gobernanza y planificación

#### Línea estratégica

1.1 Fortalecer la incidencia en la planificación turística nacional, de segmentos y territorial.

**Prioridad** Alto

**Impacto** Alta

**Factibilidad** Alta

#### Entidad ejecutora

INGUAT

**Unidad Responsable dentro de INGUAT**  
Oficinas Regionales de Turismo de INGUAT

Año					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
1					
2					
3					
4					

#### Acciones

1. Reuniones de Mesas Departamentales
2. Integrar prioridades en planificación territorial de segmentos y nacional
3. Seguimiento a aportaciones institucionales
4. Elaborar Memoria de Labores

### Eje estratégico 1: Gobernanza y planificación

#### Línea estratégica

1.2 Fomentar la participación e intercambio en el proceso de planificación comunitario y rural.

**Prioridad** Alto

**Impacto** Alta

**Factibilidad** Media

#### Entidad ejecutora

INGUAT

**Unidad Responsable dentro de INGUAT**  
Oficinas Regionales de Turismo de INGUAT

Año					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
1					
2					
3					

#### Acciones

1. Mapeo local de emprendimientos comunitarios, ongs, empresarios y líderes
2. Crear una mesa de trabajo comunitaria y rural.
3. Realizar análisis anuales sobre las prioridades a proponer en Mesas departamentales



## Eje estratégico 1: Gobernanza y planificación

### Línea estratégica

1.3 Iniciativa de ley de fomento al turismo comunitario en Guatemala.

**Prioridad** Alto

**Impacto** Alta

**Factibilidad** Media

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento Jurídico de INGUAT



### Acciones

1. Retomar la iniciativa de Ley 5995 para el Fomento de Turismo Comunitario
2. Seguimiento a la Comisión de Turismo del Congreso de la República. (Falta dictamen favorable de la comisión)

## Líneas estratégicas del eje 2: sostenibilidad

## Eje estratégico 2: Sostenibilidad

### Línea estratégica

2.1 Implementar un programa de gestión ambiental en emprendimientos y servicios turísticos locales

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Alta

### Entidad ejecutora

Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Unidad de Calidad y Sostenibilidad Turística



### Acciones

1. Priorizar medidas de gestión ambiental a impulsar
2. Gestionar capacitaciones para implementar programa de gestión ambiental
3. Gestionar asistencias técnicas para implementación de medidas de gestión ambiental
4. Llevar registro de indicadores en empresas y comunidades



## Eje estratégico 2: Sostenibilidad

### Línea estratégica

2.2 Establecer una ruta de evolución sostenible hacia prácticas más conscientes

<b>Prioridad</b>	Alta
<b>Impacto</b>	Alto
<b>Factibilidad</b>	Media

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento de Fomento Turístico

Año					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
	1				
		2			
				3	
				4	

### Acciones

1. Definir hoja de ruta para proyecto piloto e identificar comunidades potenciales.
2. Gestionar cooperación para implementar proyecto piloto
3. Registrar monitoreo y evaluación de buenas prácticas y retos
4. Aceptar un intercambio de experiencias para escalar piloto

## Eje estratégico 2: Sostenibilidad

### Línea estratégica

2.3 Coadyuvar a las comunidades y empresas rurales en la gestión integral del riesgo a desastres

<b>Prioridad</b>	Alta
<b>Impacto</b>	Alto
<b>Factibilidad</b>	Alta

### Entidad ejecutora

CONRED

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento de Fomento Turístico

Año					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
			1		
			2		
				3	

### Acciones

1. Implementar programa de formación de riesgo a desastres
2. Dar asesoría en el diseño de planes de gestión interna de riesgo
3. Fortalecer las capacidades para la gestión local comunitaria de riesgo

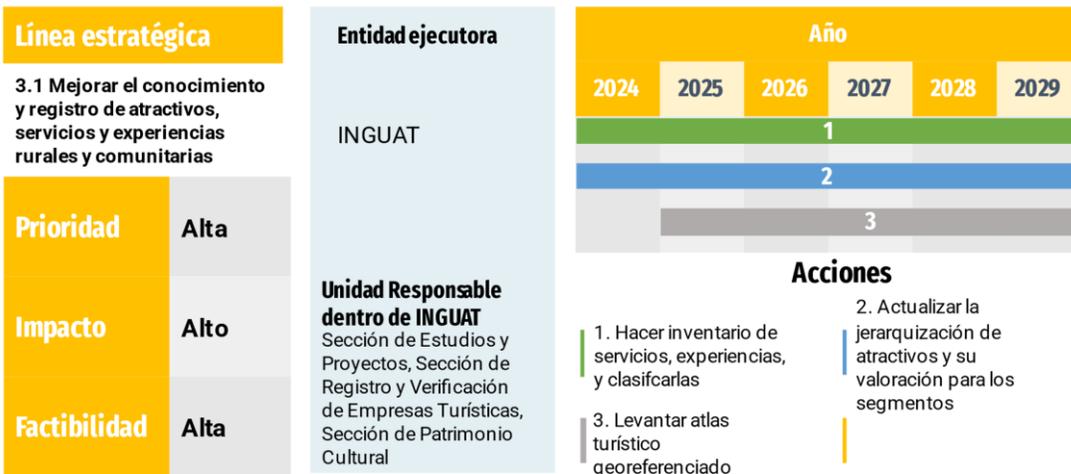


## Eje estratégico 2: Sostenibilidad



## Líneas estratégicas del eje 3: desarrollo de producto

## Eje estratégico 3: Desarrollo de Producto



## Eje estratégico 3: Desarrollo de Producto

### Línea estratégica

3.2 Fortalecer las capacidades en la diseño de producto y experiencias turísticas rurales y comunitarias

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Alta

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Sección de Formación Turística, Unidad de Innovación de Productos Turísticos, Sección de Proyectos Turísticos



### Acciones

1. Establecer metodología para diseño y validación de experiencias turísticas
2. Divulgar metodología en talleres a nivel nacional
3. Dar acompañamiento en implementación de metodología
4. Apoyar en la integración de rutas y productos turísticos

## Eje estratégico 3: Desarrollo de Producto

### Línea estratégica

3.3 Coadyuvar en la implementación de la normativa para la coadministración y concesión de servicios turísticos en el SIGAP

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Alta

### Entidad ejecutora

CONAP

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Sección de Patrimonio Natural



### Acciones

1. Apoyar en la divulgación y presentación de la normativa de CONAP
2. Identificar servicios que puedan aplicar a la normativa
3. Dar asistencia en el proceso de obtención de concesiones
4. Sistematizar la experiencia en las concesiones



## Eje estratégico 3: Desarrollo de Producto

### Línea estratégica

3.4 Fomentar el intercambio de experiencias en turismo rural y comunitario

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Alta

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Sección de Patrimonio Cultural



### Acciones

1. Celebrar anualmente Encuentro de Turismo Rural y Comunitario
2. Hacer levantamiento de buenas prácticas
3. Sistematizar y publicar buenas prácticas
4. Crear y otorgar un reconocimiento a mejores prácticas

## Líneas estratégicas del eje 4: fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo

## Eje estratégico 4: Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo

### Línea estratégica

4.1 Reducir las brechas de conocimientos y habilidades en la gestión y prestación de servicios

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Alta

### Entidad ejecutora

INGUAT, INTECAP, SECTOR PRIVADO, COMUNIDADES ORGANIZADAS

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Formación Turística, Depto. Fomento, DDP



### Acciones

1. Conforme a los resultados del estudio prospectivo de necesidades de capacitación para el turismo rural y comunitario de INTECAP, realizar una priorización temática para 5 años
2. Gestionar con INTECAP un programa de reducción de brechas en destinos priorizados
3. Registro y medición del programa, cobertura, impacto y resultados



## Eje estratégico 4: Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo

### Línea estratégica

4.2 Fomentar la formalización de las empresas comunitarias y mipyme

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Alta

#### Entidad ejecutora

MINECO, INGUAT

#### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Sección de Registro, Depto. Fomento, DDP

#### Año



#### Acciones

1. Identificar las empresas y emprendimientos no formalizados a nivel local

2. Dar acompañamiento en el proceso de maduración de negocios

3. Asesorar a las empresas en el proceso de formalización

## Eje estratégico 4: Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo

### Línea estratégica

4.3 Fortalecer el ecosistema emprendedor e innovador de turismo rural y comunitario

**Prioridad** Alta

**Impacto** Alto

**Factibilidad** Media

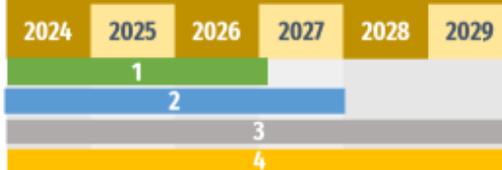
#### Entidad ejecutora

INGUAT, MINECO

#### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Unidad de Cooperación Internacional

#### Año



#### Acciones

1. Diseño y/o relanzamiento de programas de emprendedurismo

2. Establecer un ecosistema emprendedor

3. Diseño e implementación de un "Kit de Emprendimiento"

4. Impulsar programas de acceso a Crédito



## Eje estratégico 4: Fortalecimiento de capacidades y emprendedurismo

### Línea estratégica

4.4 Coadyuvar en las capacidades comunitarias empresariales

<b>Prioridad</b>	Alta
<b>Impacto</b>	Alto
<b>Factibilidad</b>	Media

#### Entidad ejecutora

INGUAT, INTECAP,

#### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Sección de Patrimonio Cultural, Depto. Planeamiento, DDP



#### Acciones

1. Identificar las comunidades con necesidades en gestión, administración y mercadeo
2. Acompañarlas en la organización mediante cooperativas, asociaciones u otras
3. Programa de reducción de brechas en las capacidades comunitarias con apoyo de INTECAP

## Líneas estratégicas del eje 5: infraestructura de apoyo

## Eje estratégico 5: Infraestructura de apoyo

### Línea estratégica

5.1 Apoyar con infraestructura básica a comunidades turísticas

<b>Prioridad</b>	Alta
<b>Impacto</b>	Alto
<b>Factibilidad</b>	Baja

#### Entidad ejecutora

INGUAT, CONAP, MUNICIPALIDADES,

#### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento de Planeamiento Turístico - DDP



#### Acciones

1. Levantamiento de necesidades de infraestructura y equipamiento
2. Plan de inversiones en infraestructura básica y equipamiento
3. Monitoreo anual del estado de la infraestructura y equipamiento



## Eje estratégico 5: Infraestructura de apoyo

### Línea estratégica

5.2 Coadyuvar a las poblaciones locales de turismo a mejorar el acceso a internet

<b>Prioridad</b>	Alta
<b>Impacto</b>	Alto
<b>Factibilidad</b>	Alta

### Entidad ejecutora

EMPRESAS  
PROVEEDORAS  
DE INTERNET

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento de  
Planeamiento  
Turístico - DDP

Año					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
	1				
2					

### Acciones

1. Hacer un diagnóstico del estado de conectividad de internet en prestadores de servicios y comunidades
2. Acompañar en la gestión de acceso de servicios internet

Fuente: elaboración propia.

## Ilustración 2 Líneas estratégicas del eje 6: mercadeo, promoción y comercialización

## Eje estratégico 6: Marketing, promoción y comercialización

### Línea estratégica

6.1 Creación de marca de turismo rural y comunitario para Guatemala (bajo la sombrilla de la marca país)

<b>Prioridad</b>	Alto
<b>Impacto</b>	Alta
<b>Factibilidad</b>	Media

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento de Promoción Turística

Año					
2024	2025	2026	2027	2028	2029
1					
2					
3					
	4				

### Acciones

1. Taller público-privado para recoger insumos.
2. Preparar propuestas de logotipo
3. Taller de presentación de propuestas y validación de la marca
4. Lanzamiento público de la marca con sus manuales de uso



## Eje estratégico 6: Marketing, promoción y comercialización

### Línea estratégica

6.2 Articulación de la oferta nacional y regional entre las empresas y centros de reserva

**Prioridad** Alto

**Impacto** Alta

**Factibilidad** Media

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Departamento de Comercialización Turística

### Año

2024	2025	2026	2027	2028	2029
1					
2					
3					

### Acciones

1. Ruedas de negocios y networking
2. Actividades de promoción para turismo interno y fronterizo
3. Diseñar y promover el atlas/catálogo de empresas de turismo rural y comunitario

## Eje estratégico 6: Marketing, promoción y comercialización

### Línea estratégica

6.3 Promoción, mercadeo y comercialización

**Prioridad** Alto

**Impacto** Alta

**Factibilidad** Media

### Entidad ejecutora

INGUAT

### Unidad Responsable dentro de INGUAT

Dirección de Mercadeo Turístico

### Año

2024	2025	2026	2027	2028	2029
1					
2					
3					
4					

### Acciones

1. Diseño de herramientas de marketing diferenciadas
2. Campañas de mercadeo y comercialización en canales especializados
3. Ejecutar campañas de marketing digital e influencers
4. Participación en ferias nacionales e internacionales



## Eje estratégico 6: Marketing, promoción y comercialización

### Línea estratégica

6.4 Vinculación y promoción con la oferta turística rural agrícola

**Prioridad** Alto

**Impacto** Alta

**Factibilidad** Alta

### Entidad ejecutora

INGUAT

**Unidad Responsable dentro de INGUAT**

Dirección de Mercadeo Turístico

### Año

2024	2025	2026	2027	2028	2029
------	------	------	------	------	------

1

2

### Acciones

1. Promoción del inventario de fincas o áreas de producción agrícola

2. Visitas de relaciones públicas, press trips y actividades de comunicación para dar a conocer la oferta rural agrícola

## GLOSARIO

**Cadena de valor de turismo:** Desde el punto de vista de la planificación es un instrumento de estrategia integrador y holístico, el cual permite desarrollar o implementar políticas de turismo que favorezcan la gestión sostenible del turismo, mediante la generación de datos que faciliten la medición del impacto económico de cada una de las actividades desarrolladas en la prestación del servicio, la redistribución equitativa del impacto, la mejora en el acceso al mercado y mejora condiciones de negociación. Desde el punto de vista comercial, son el conjunto de actividades desarrolladas por un conglomerado que se ponen de acuerdo para prestar servicios públicos y privados, que en algunos momentos no se comportan de manera sucesiva, sino que van y vienen adaptándose al itinerario o programa de viaje del visitante. Este esfuerzo debe permitir generar beneficios sostenibles para todos los involucrados, desde los proveedores, hasta el visitante, que redunden en mejora de la imagen y atracción del destino. Nieto, 2021

**Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad. (Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)(Cenpromype, n.d.)

**Estacionalidad turística:** Un desequilibrio temporal que puede expresarse en términos del número de visitantes, del tráfico en las calles y otras formas de transporte, en los empleos y en las entradas a atracciones turísticas (Butler, 1994)

**Industrias creativas:** Las industrias creativas se fundamentan en la cultura como formas de producción y consumo, que tienen en su centro la creatividad humana y la innovación. UNESCO, 2013

**Seguridad turística:** Es la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. OMT.

**Storytelling:** Arte de contar una historia y aprovechar todos los elementos de su atmósfera para transmitir sensaciones de una forma inolvidable. Consiste en la capacidad de comunicar ideas con la intención de generar un impacto emocional que marque al espectador y que dé lugar a un espacio de reflexión. Crehana, 2022

**Turismo sostenible:** Una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. OMT

## REFERENCIAS

- Asoturqua. (n.d.). Asociación de Turismo Rural Guatemala. Retrieved August 19, 2022, from <https://turismoruralguatemala.com/quienes-somos-2/>
- Booking.com. (2021). Informe turismo sostenible 2021.
- Cabanilla, E. (n.d.). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción Community tourism in Latin America.
- Cardin Pedroza, M., & Álvarez López, C. J. (2022). El turismo rural y comunitario en Costa Rica.
- Cenpromype. (n.d.). Estrategia regional de fomento al emprendimiento en Centroamérica y República Dominicana.
- Comisión Interamericana de Turismo. (2018). Modelo de Gestión de Desarrollo Turístico Rural Comunitario Sostenible para las Américas .
- Expedia Group. (2022). Travel Recovery Trend Report. Q4 2021.
- INGUAT. (2011a). Diagnóstico del Turismo Comunitario en Guatemala.
- INGUAT. (2011b). Estrategia Nacional de Turismo Comunitario 2011-2015.
- INGUAT. (2017). Presentación II Encuentro Iberoamericano de turismo rural.
- INGUAT. (2019). Manual para la Jerarquización de Atractivos Turísticos.
- INGUAT. (2022). Boletín Estadístico 2012-2021.
- INGUAT. (2023). Boletín Estadístico 2022.
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2015). Plan maestro de turismo sostenible de Guatemala (p. 298). Instituto Guatemalteco de Turismo. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario.
- Manet, L. (2014). Turismo y desarrollo local: experiencias de turismo comunitario en el corredor San Cristóbal de las Casas - Antigua Guatemala. Hacia nuevas dinámicas territoriales.
- MINCETUR. (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo de Perú - PENTUR.
- Naciones Unidas. (2020). Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>

OMT. (1980). Declaración de Manila.

OMT. (2020). 2020 «AÑO DEL TURISMO Y EL DESARROLLO RURAL».

OMT. (2023). Compilación de buenas prácticas del turismo indígena – Enfoque regional sobre las Américas. World Tourism Organization (UNWTO).

RIMISP, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural , Mayo 2019.

Skift. (2022). Megatrends Defining Travel in 2022.

Tourism and Rural Development: A Policy Perspective. (2023). Tourism and Rural Development: A Policy Perspective. <https://doi.org/10.18111/9789284424306>

## CRÉDITOS

Alejandro Eduardo Giammattei Falla  
**Presidente de la República de Guatemala**

### **Autoridades del INGUAT**

Anayansy Carolina Rodríguez Castillo  
**Directora General del Instituto Guatemalteco de Turismo**

Breitner Roely Gonzáles Maldonado  
**Subdirector General del Instituto Guatemalteco de Turismo**

Erzi Marleni Espinoza Flores  
**Directora de Desarrollo del Producto Turístico**

Henry Barascout Castejón  
**Jefe del Departamento de Planeamiento Turístico**

### **Coordinador del Plan Estratégico de Turismo Rural y Comunitario de Guatemala**

Maritza Ávila Melgar  
**Sección de Estudios y Proyectos**

### **Consultores**

Juan Pablo Nieto Cotera  
**Coordinador y líder del equipo consultor**  
Nancy Mejía  
Ericka Guillermo

**Revisión de redacción y estilo:** Dra. Virsa Valenzuela Morales No. de colegiada 6,237  
**Diseño de portada e interiores:** Marta María Valdez Corado y Héctor Hugo Avila Monzón  
**Diseño gráfico y diagramación:** Erik Enrique Morales Roldán y Vivian Gabriela Welches Juárez  
**Fotografías:** Inguat



### Actores participantes

Participantes	Actores
Anna Mercedes de Lembke	San Ricardo Farm & Lodge
Marta Denizli	Reservas Natural Privada, Hotel y Restaurante Country Delights
Patrick Vercoutere	Adrenalina Tours, <i>Tour Operator</i>
Esther Pellecer	Los Güichos, Mansión y Restaurante
Aura Marina Figueroa	Ram Tzul, Eco Hotel y Reserva Natural Privada
Claudia Zapeta	Asociación de La Gente Guatemala
Martha Denizli	Country Delight
Aura Marina Figueroa	Hotel Ram Tzul
Esther Pellecer	Mansión Los Guichos
Daniel Lemus	INGUAT
Alejandrina Silva	INGUAT
Isabel Juárez	Hotel El Jardín y Finca San Vicente el Jardin
Ivania Sibirian	Guate4You
Jorge Mario Samayoa	INGUAT
Fernando Mandri	Integra
Lucila Pérez	CONAP
Pablo Castro	
Delfina Castillo	
Carlos Rezzio	
Denizli Sandoval	
María José Zamora	
Valeska Ardón	

### Colaboraciones Especiales

Anna Mercedes de Lembke  
 Presidente de ASOTURGUA

Se permite la reproducción total o parcial de este documento, que no se altere los contenidos ni los créditos de autoría y edición.

